

ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของ
พนักงานบริษัทผลิตรถยนต์

ปริญญาานิพนธ์
ของ
ไสรยา คงดิษ
โสธยา คงดิษ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์

ตุลาคม 2555

ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของ
พนักงานบริษัทผลิตรถยนต์

ปริญญาานิพนธ์

ของ

ไสรยา คงดิษ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์

ตุลาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของ
พนักงานบริษัทผลิตรถยนต์

บทคัดย่อ
ของ
โสธยา คงดิษ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์

ตุลาคม 2555

โสธยา คงดิษ. (2555). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์*. ปรินซ์ตัน: วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะกรรมการควบคุมรองศาสตราจารย์ ดร.อังคินันท์ อินทรกำแหง.

การวิจัยเชิงความสัมพันธ์เปรียบเทียบนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ ระหว่างลักษณะทางจิตและลักษณะทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน และศึกษาปัจจัยสำคัญในการทำนาย พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งด้านรวมและรายด้านของพนักงาน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย กลุ่มตัวอย่าง เป็นพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ จำนวน 359 คน ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ ตามแผนก ใช้แบบสอบถามแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .82 ถึง .94 และใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทางการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบเป็นชั้น ผลการวิจัยที่สำคัญพบว่า

1. พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ในกลุ่มย่อย เฉพาะในกลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก ($P < .05$)

2. พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มพนักงานที่มีอายุมาก กลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพโสด กลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพสมรส กลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติการในโรงงาน ($P < .05$)

3. พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มพนักงานที่มีอายุมาก กลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมากกลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพโสด($P < .05$)

4. พบว่าในกลุ่มรวม มี ตัวแปร 5 ตัวที่สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ได้ร้อยละ 46 ตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายลำดับแรก ได้แก่ จิตสาธารณะ รองลงมา ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ตามลำดับ ในกลุ่มย่อย พบว่า จิตสาธารณะ เป็นตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายลำดับแรก ในกลุ่มพนักงานที่มีอายุน้อย กลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพโสด กลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน และเข้าทำนายในลำดับอื่นในทุกกลุ่ม ($P < .05$)

PSYCHO-SOCIAL FACTORS RELATED TO WORKING BEHAVIOR WITH SOCIAL
RESPONSIBILITY EMPLOYEES WHO WORK AT AUTO MANUFACTURERS

AN ABSTRACT
BY
SORAYA KO NGDIT

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Science Degree in Applied Behavioral Science Research
at Srinakharinwirot University
October 2012

Soraya Kongdit. (2012). *Psycho-Social Factors Related to Working Behavior with Social Responsibility Employees who work at Auto Manufacturers*. Master thesis, M.Sc. (Applied Behavioral Science Research). Bangkok: Graduate School of Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Assoc. Prof. Dr. Ungsinun Intarakamhang.

This relational comparison research aims to find the interaction between psychological and social characteristics affecting to working behavior with social responsibility of employees who work at auto manufacturers and study important factors in predicting employees, working behavior with social responsibility in both the overall and each aspect such as responsibility to the consumers, cooperation in community and social development, environment preservation in groups and subgroups. The samples are comprised of 359 employees who work in the auto manufacturers derived from stratified random sampling method which is classified by departments. Data is collected by using six-point summated rating scale evaluation questionnaire having reliability between .82 to .94, and the data are analyzed by using descriptive statistical analysis, two-ways analysis of variance and multiple regression analysis.

The research results are shown as follows.

1. The interaction between good attitude toward social responsibility variable and social support from the supervisors effect to working behavior with social responsibility in the overall, in sub-groups especially in the groups of the employees who have longer work experiences. ($P < .05$)

2. The interaction between organizational commitment variable and having good prototypes which affect to working behaviors with social responsibility in overall in both groups and sub-groups such as groups of the older aged employees, group of longer working experienced employees, group of single employees, group of married employees, groups of employees operating at plants. ($p < .05$)

3. The interaction between public mind variables and perception of social responsibility policy affecting to working behavior with social responsibility in overall groups and sub-groups include groups of the older aged employees, group of longer working experienced employees, group of single employees. ($p < .05$)

4. In the whole group, there are five variables that can jointly predicting working behavior with social responsibility in overall aspects at 46 percent. The important variables that firstly predict are public mind, followed by good attitude towards social responsibility and having good prototype, having social support form supervisors, perception of social responsibility policy accordingly. In sub-groups, it is found that public mind is the important variable that firstly predicts in the groups of younger aged employees, less working-experienced employees, single employees, employees working in the office and also predicting in other level of every group. ($p < .05$)

ปริญญาานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของ

พนักงานบริษัทผลิตรถยนต์

ของ

ไสรยา คงดิษ

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

วันที่.....เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2555

คณะกรรมการควบคุมปริญญาานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน

..... ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.อังศิรินทร์ อินทรกำแหง)

(อาจารย์ ดร.ตรีทิพ บุญเยี่ยม)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อังศิรินทร์ อินทรกำแหง)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.วิชุดา กิจธรรม)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ยุทธนา ไชยจุล)

ประกาศคุณูปการ

ความสำเร็จของ ปริญญาบัตรฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดี จากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอกราบ
ขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อังคินันท์ อินทรกำแหง อาจารย์ ที่ปรึกษาปริญญาบัตร ที่ท่านให้
ความกรุณาและความช่วยเหลือ อย่างยิ่ง ในการให้ข้อคิดเห็น คำแนะนำ การทำปริญญาบัตรทุก
ขั้นตอนด้วยความเอาใจใส่และปรารถนาดีแก่ผู้วิจัยเสมอมา

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สถาบันวิจัยพฤกษศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา
ความรู้ทาง การวิจัยพฤกษศาสตร์ และเสริม สร้าง จรรยาบรรณของนักวิจัยที่ดีแก่ศิษย์ ตลอดจน
ขอบคุณเจ้าหน้าที่และบุคลากรของสถาบันวิจัยพฤกษศาสตร์ทุกท่าน ที่คอยอำนวยความสะดวกให้
เป็นอย่างดี ตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยศึกษาอยู่

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ตรีทิพ บุญเยี่ยม อาจารย์ ดร.วิชุดา กิจธรรม และอาจารย์ ดร.
ยุทธนา ไชยจุล ประธานและกรรมการในการสอบปากเปล่า ที่ให้คำแนะนำ เป็นประโยชน์ ต่อ
ปริญญาบัตรฉบับนี้อย่างมาก

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ฐาสุภกร จันประเสริฐ อาจารย์ ดร.นริสรา พึ่งโพธิ์สภ และอาจารย์
ดร.ตรีทิพ บุญเยี่ยม ที่ได้กรุณา ตรวจสอบคุณภาพ เครื่องมือวิจัย ตลอดจนให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์
ต่อการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณ ผู้บริหารและพนักงาน บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล ประเทศไทย (จำกัด) ทุกท่าน ที่
ให้ความอนุเคราะห์ในการทดลองใช้เครื่องมือและดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา-มารดา และพี่ชายของผู้วิจัย ที่ให้ความรัก กำลังใจในการดำเนิน
ชีวิตตลอดมา จนสามารถสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้ สุดท้ายนี้ขอขอบคุณกัลยาณมิตร ทุกท่าน รวมทั้ง
เพื่อน ๆ สถาบันวิจัยพฤกษศาสตร์ที่ให้กำลังใจและให้การช่วยเหลือในการทำปริญญาบัตรฉบับนี้

โสธยา คงดิษ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
นิยามปฏิบัติการ.....	6
กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานในการวิจัย.....	11
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดที่เกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์องค์กร.....	12
พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและการวัด.....	14
ความหมายพฤติกรรมการทำงาน.....	14
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม.....	15
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม.....	25
ลักษณะทางจิตและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม.....	26
ความผูกพันต่อองค์กร.....	30
ค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อ.....	34
จิตสาธารณะ.....	37
ลักษณะทางสังคมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
การมีตัวแบบที่ดี.....	40
การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน.....	43
การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม.....	46

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
ลักษณะทางชีวสังคมและภูมิหลังกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคม.....	49
อายุกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม.....	49
ระยะเวลาการปฏิบัติงานกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคม.....	50
สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม.....	51
ลักษณะงานกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม.....	52
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	53
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	53
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
การหาคุณภาพเครื่องมือ.....	61
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	62
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
ลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง.....	64
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	67
ผลการวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์แบบสองทาง.....	67
ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น.....	121
5 สรุปและอภิปรายผล.....	134
การสรุปผลตามสมมติฐานการวิจัย.....	135
ตามสมมติฐานข้อที่ 1.....	135
ตามสมมติฐานข้อที่ 2.....	136
ตามสมมติฐานข้อที่ 3.....	138

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 (ต่อ)	
ตามสมมติฐานข้อที่ 4.....	139
อภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน.....	149
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	153
ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ.....	153
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	154
บรรณานุกรม.....	156
ภาคผนวก.....	167
ภาคผนวก ก.....	168
ภาคผนวก ข.....	187
ภาคผนวก ค.....	197
ภาคผนวก ง.....	199
ภาคผนวก จ.....	205
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	208

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางชีวสังคม และพนักงานลักษณะการทำงานปฏิบัติการโรงงาน มีจำนวน 236 คน.....	64
2 ค่าพิสัย ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ความผูกพันต่อองค์กร ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม และพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม.....	65
3 จำนวนและร้อยละการแบ่งกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำของตัวแปรอิสระ.....	66
4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	67
5 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม จำแนกตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	68
6 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคเมื่อพิจารณาตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	71
7 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคร่วมกับจำแนกตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	72
8 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	74
9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมจำแนกตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	75

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเมื่อพิจารณาตามตัวแปรเจตคติที่ดี ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	78
11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมจำแนกตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อ สังคม และการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย....	79
12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรและการมี ตัวแบบที่ดีในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	81
13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม จำแนกตามตัวแปรและความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	82
14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภครวม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรความผูกพัน ต่อองค์กร และการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	87
15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภครวม จำแนกตามตัวแปรและความผูกพันต่อองค์กร และการมี ตัวแบบที่ดีในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	88
16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรความผูกพัน ต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	94
17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม จำแนกตามตัวแปรและความผูกพันต่อองค์กร และการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	95

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรความผูกพันต่อองค์กร และการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	99
19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม จำแนกตามตัวแปรและความผูกพันต่อองค์กรและ การมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	100
20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	105
21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวมจำแนกตามตัวแปรจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	106
22 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคร เมื่อพิจารณาตามตัวแปรจิตสาธารณะ และการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	110
23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคร จำแนกตามตัวแปรจิตสาธารณะและการรับรู้ นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	111
24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรจิตสาธารณะและ การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	114
25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม จำแนกตามตัวแปรและจิตสาธารณะและการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	115
26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรจิตสาธารณะ และการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	118

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม จำแนกตามตัวแปรจิตสำนึกและการรับรู้นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	119
28 คำร้อยละการทำนายและลำดับความสำคัญของตัวทำนายต่าง ๆ ของตัวแปรอิสระ 7 ตัวแปร ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	122
29 คำร้อยละการทำนายและลำดับความสำคัญของตัวทำนายต่าง ๆ ของตัวแปรอิสระ 7 ตัวแปร ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	125
30 คำร้อยละการทำนายและลำดับความสำคัญของตัวทำนายต่าง ๆ ของตัวแปรอิสระ 7 ตัวแปร ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	128
31 คำร้อยละการทำนายและลำดับความสำคัญของตัวทำนายต่าง ๆ ของตัวแปรอิสระ 7 ตัวแปร ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย.....	131
32 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะทางจิต ตัวแปรลักษณะทางสังคมกับพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม.....	169
33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจาก หัวหน้างาน ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก จำนวน 132 คน.....	169
34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการ ร่วม พัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มอายุมาก จำนวน 148 คน.....	170
35 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการ ร่วม พัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก จำนวน 132 คน	170

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
36 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวม จำนวน 359 คน.....	171
37 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มอายุมาก จำนวน 148 คน.....	171
38 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก จำนวน 132 คน.....	172
39 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มสถานภาพ โสดจำนวน 187 คน.....	172
40 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มสถานภาพสมรส จำนวน 172 คน.....	173
41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน จำนวน 236 คน.....	173
42 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมี ตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมจำนวน 359 คน.....	174
43 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมี ตัวแบบที่ดี ในกลุ่มอายุน้อย จำนวน 211 คน.....	174
44 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมี ตัวแบบที่ดี ในกลุ่มอายุมาก จำนวน 148 คน.....	175

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
45 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมี ตัวแบบที่ดี ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อยจำนวน 227 คน.....	175
46 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมี ตัวแบบที่ดี ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมากจำนวน 132 คน.....	176
47 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมี ตัวแบบที่ดี ในกลุ่มสถานภาพโสดจำนวน 187 คน.....	176
48 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมี ตัวแบบที่ดี ในกลุ่มสำนักงานจำนวน 123 คน.....	177
49 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมี ตัวแบบที่ดี ในกลุ่มปฏิบัติการโรงงานจำนวน 236 คน.....	177
50 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชน เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมี ตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมจำนวน 359 คน.....	178
51 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชน เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการ มีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มอายุมากจำนวน 148 คน.....	178
52 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กร และการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมากจำนวน 132 คน.....	179
53 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กร และการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มปฏิบัติการโรงงานจำนวน 236 คน.....	179

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
54 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวม จำนวน 359 คน.....	180
55 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มอายุมาก จำนวน 148 คน.....	180
56 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมากจำนวน 132 คน.....	181
57 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มสถานภาพโสดจำนวน 187 คน.....	181
58 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มสถานภาพสมรสจำนวน 172 คน.....	182
59 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มปฏิบัติการโรงงานจำนวน 236 คน.....	182
60 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมใน ด้านรวม เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มอายุมาก จำนวน 148 คน.....	183
61 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมใน ด้านรวม เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมากจำนวน 132 คน.....	183
62 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมใน ด้านรวม เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มสถานภาพโสด จำนวน 187 คน.....	184

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
63 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มอายุมากจำนวน 148 คน.....	184
64 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้ นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมากจำนวน 132 คน.....	185
65 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้ นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มอายุมากจำนวน 148 คน.....	185
66 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้าน การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้ นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก จำนวน 132 คน.....	186
67 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้ นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มสถานภาพโสด จำนวน 187 คน.....	186
68 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคม <u>ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค</u> จำนวน 8 ข้อ.....	200
69 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคม <u>ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม</u> จำนวน 8 ข้อ.....	200
70 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคม <u>ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม</u> จำนวน 8 ข้อ.....	201
71 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 15 ข้อ.....	201
72 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร จำนวน 12 ข้อ.....	202
73 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อ สังคม จำนวน 10 ข้อ.....	202
74 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามจิตสาธารณะ จำนวน 10 ข้อ.....	203

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
75 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามการมีตัวแบบที่ดี จำนวน 12 ข้อ.....	203
76 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน จำนวน 10 ข้อ.....	204
77 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 10 ข้อ.....	204

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	11
2 โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทาง สภาพแวดล้อม.....	25
3 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของ คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มระยะเวลา ปฏิบัติงานมาก.....	70
4 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนน พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในกลุ่มอายุมาก.....	77
5 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในกลุ่ม ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก.....	77
6 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบ ที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มรวม.....	84
7 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบ ที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่ม อายุมาก.....	84
8 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบ ที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก.....	85
9 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบ ที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มโสด.....	85

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
28 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มสมรส.....	104
29 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน.....	104
30 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มอายุมาก.....	108
31 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก.....	108
32 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มโสด.....	109
33 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคนในกลุ่มอายุมาก.....	113
34 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคนในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก.....	113
35 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมในกลุ่มอายุมาก.....	117

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
36 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก.....	117
37 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มโสด.....	121
38 ผลแสดงปฏิสัมพันธ์แบบสองทางสนับสนุนสมมติฐานที่ 1.....	136
39 ผลแสดงปฏิสัมพันธ์แบบสองทางในกลุ่มรวม สนับสนุนสมมติฐานที่ 2.....	137
40 ผลแสดงปฏิสัมพันธ์แบบสองทาง สนับสนุนสมมติฐานที่ 3.....	139
41 ผลการทำนายและตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมในด้านรวม ของพนักงานในกลุ่มรวม.....	141
42 ผลการทำนายและตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมในด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในกลุ่มสมรส.....	143
43 ผลการทำนายและตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมในด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม กลุ่มสำนักงาน.....	145
44 ผลการทำนายและตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมในด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มสมรส.....	147

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ในทางธุรกิจมักมุ่งเน้นการพัฒนาการแข่งขันด้านการตลาดเพื่อรายได้ ค่าตอบแทน ทำให้บางครั้งองค์กรทางธุรกิจละเลย หรือขาดความเอาใจใส่ต่อสังคมหรือผลกระทบ ที่ส่วนหนึ่งตนเองเป็นผู้ก่อให้เกิดผลเสียแก่สังคม จนมาในช่วง ค.ศ.1980-1990 เริ่มมีแนวคิด ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Cooperate Social Responsibility : CSR) ซึ่งมาจากการผลักดันของภาคธุรกิจ และองค์กรพัฒนาเอกชนบางส่วน ซึ่งก่อนหน้านี้ ได้มีความพยายามผลักดันจากภาคประชาสังคมในการให้หน่วยธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เกิดขึ้น

กระแสความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเริ่มเข้ามาในประเทศไทย จากกลุ่มการค้าที่ส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะในแถบยุโรปที่เข้าสู่กระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจค่อนข้างเร็วกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากความต้องการของลูกค้าในประเทศพัฒนาแล้ว และภายหลังในระยะไม่กี่ปีที่ผ่านมา ได้มีความพยายามที่จะผลักดันให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เชื่อมโยงกับธุรกิจภายในประเทศมากขึ้น และในประเทศไทยเริ่มมีกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ามาเช่น มาตรฐานแรงงานของกระทรวงแรงงาน (มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน. 2554: ออนไลน์)

ในปัจจุบันกระแสการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของบรรษัทได้เข้ามาสู่โลกธุรกิจอุตสาหกรรมอย่างจริงจัง เนื่องจากปัญหาวิกฤตด้านสิ่งแวดล้อมและแรงงานที่เกิดขึ้นที่ทุกมุมโลก จึงได้มีการแสวงหาแนวคิดและแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความสันติ และการสานสัมพันธ์อันดีในการอยู่ร่วมกันในสังคม ด้วยเหตุนี้ องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization for Standardization : ISO) จึงได้กำหนดมาตรฐานว่าด้วย ความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000 : Social Responsibility) ขึ้นเพื่อให้บริษัท องค์กร หน่วยงาน และสถาบันทั่วโลก รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เพิ่มความตระหนักและสร้างความเข้าใจในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

(สำนักพัฒนามาตรฐานแรงงาน . 2553: 7) หากพิจารณาแล้ว แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไม่ได้มาจากตะวันตก แต่มีพื้นฐานมาจากหลักศาสนาที่มุ่งพัฒนาองค์กรให้เป็น องค์กรที่ดี นอกจากมีความเก่ง เพียงอย่างเดียว เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนในองค์กรธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จึงเป็นภารกิจที่ทุกองค์กรธุรกิจหันมาให้ความสำคัญ เพื่อให้ธุรกิจได้รับการยอมรับและสนับสนุนจากสังคมอันจะส่งผลดีต่อชื่อเสียง จนเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีและก่อให้เกิดการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืนในที่สุด (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน. 2551: 7-26)

จากการสำรวจของสถาบันคีนันแห่งเอเซีย ร่วมกับศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในปี พ.ศ. 2549 เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ในประเทศไทย ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลโดยจำกัดอยู่ที่องค์กรที่ให้ความสนใจในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในไทย จากกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ฐานคนกรุงเทพมหานครเป็นหลัก พบว่า 60% ของผู้บริโภคเลือกที่จะซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และ 59% ยังแสดงให้เห็นถึงความต้องการที่จะซื้อแม้จะต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้นก็ตาม จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมากขึ้น นอกจากนี้ พลล วิเดล กรรมการอำนวยการสถาบันคีนันแห่งเอเซีย ได้กล่าวในงานสัมมนาทางวิชาการเรื่องมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ว่า ผลสะท้อนจากการสำรวจความเข้าใจของผู้บริโภคในไทย พบว่า ผู้บริโภคไทยเข้าใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในระดับ 3.8 จากคะแนนเต็ม 5 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเริ่มเข้าใจและเห็นว่าการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ (มันนี่ชาแนล. 2550: ออนไลน์) จากผลดังกล่าวทำให้องค์กรธุรกิจในประเทศไทยหันมาใส่ใจกับกิจกรรมต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ขณะนี้หลายองค์กรเริ่มวางแผนงานและเริ่มปฏิบัติงานเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือ ส่งเสริมเยาวชนเพื่อการศึกษา ซึ่งหลายองค์กรที่เป็นบริษัทข้ามชาติหรือแม้กระทั่งหน่วยงานที่บริหารงานแบบไทย ๆ ต่างก็ได้นำเอาแนวคิดดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการ

จากการศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ที่พบว่าทิศทางและ แนวโน้มในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจของประเทศไทยในอนาคตจะมีการวางแผนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในลักษณะที่เป็นเชิงกลยุทธ์มากขึ้น มีการจัดตั้งหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่เข้ามารับผิดชอบต่องานในด้านนี้โดยเฉพาะ มุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทั้งพนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และสาธารณชนมากขึ้น และเน้นให้ความสำคัญกับการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโดยเฉพาะ (สุเมธ กาญจนพันธุ์. 2551: 272)

บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทหนึ่งที่ทำให้ ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคมไทย ซึ่งจะมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี คือ หนึ่งในแนวทางการบริหารจัดการที่บริษัทให้ความสำคัญสูงสุด ได้มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องเพื่อ สอดคล้องกับปรัชญาการทำธุรกิจขั้นพื้นฐานของบริษัท ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ประชาคมโลก อันได้แก่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน โดยเป็นการสนับสนุนให้บริษัทที่ได้รับการยอมรับและชื่นชมของสังคม ได้ นำปรัชญาการทำธุรกิจ ขั้นพื้นฐานของบริษัท มาปฏิบัติจริง ร่วมงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ผลักดันกิจกรรม

ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดียิ่งขึ้นในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม (บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล . 2554: ออนไลน์) การดำเนินธุรกิจจึง ต้องเป็นไปด้วยจิตสำนึกของ การปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดีของประเทศ ให้อยู่รอดเคียงคู่ไปกับเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศ เพื่อให้สังคมมีการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะทำให้ การดำเนินธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างไรก็ตาม การทำ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น พนักงานย่อมมีส่วนสำคัญมากใต้อารที่จะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรโดยการนำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาพึงปฏิบัติและพึงมีจิตสำนึกที่ดีต่อ สังคม ซึ่งจะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในทางที่ดีกับองค์กรและสังคมส่วนรวมด้วย

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัย จึง เลือกรับศึกษาปัจจัยทาง จิตสังคม ที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน บริษัทผลิตรถยนต์ โดยเน้นไปที่ พฤติกรรม 3 ด้าน คือ 1) ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 2) ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และ 3) ด้านการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อม ที่จะนำไปสู่ พฤติกรรมการทำงานที่ มีความรับผิดชอบต่อ สังคม ของพนักงาน โดยใน การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ ใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Learning Theory) ของ แบนดูรา (Bandura. 1986) มาเป็นกรอบในการกำหนดแนวคิด กลุ่มตัวแปร เนื่องจากทฤษฎีการ เรียนรู้ทางปัญญาสังคมได้อธิบายสาเหตุของการ เกิดพฤติกรรมของ บุคคลว่า เกิดจากปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย คือ 1) ลักษณะทางจิต และ 2) ลักษณะทางสังคม ซึ่งในการ ศึกษาวิจัยนี้ ตัวแปรลักษณะทางจิต ได้แก่ 1) เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม 2) ความผูกพันต่อ องค์กร 3) ค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อ และ 4) จิตสาธารณะ และตัวแปรลักษณะทางสังคม ได้แก่ 1) การมีตัวแบบที่ดี 2) การสนับสนุนทาง สังคมจากหัวหน้างาน และ 3) การรับรู้ นโยบายความ รับผิดชอบต่อสังคม เพราะจากงานวิจัยในหลาย ๆ เรื่องนั้นพบว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมที่พึงประสงค์และใกล้เคียงกับพฤติกรรมที่ศึกษา (สุกันยา พูลเดช. 2552 ; อุทุมพร สุราฤทธิ์. 2547 ; ปิยวรรณ บุญเพ็ญ. 2550 ; อรพินทร์ ชูชม ; และคนอื่นๆ 2549 ; กรรณิกา ศิลปะพรหมมาศ 2547 ; ยุวดา สิงห์เมธา . 2554) และด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัย จึงสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมการทำ งานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ เพื่อนำมาเป็น แนวทางในการพัฒนาลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้ พนักงานมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคม และมีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยที่จะพัฒนาและเพิ่มคุณค่าบุคลากรและ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางจิต และลักษณะทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญในการทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งในด้านรวมและรายด้านของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

ความสำคัญของการวิจัย

1. ได้ องค์ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานที่นำไปสู่การศึกษาวิจัยต่อยอดสำหรับ นักวิจัยที่สนใจทั้งภายในและภายนอกของบริษัทผลิตรถยนต์
2. ผลจากการวิจัยนี้จะเป็นแนวทางในการเสนอแนะบริษัทผลิตรถยนต์ ในการกำหนดทิศทางหรือแนวทางปฏิบัติที่ดีเพื่อสร้างบรรยากาศในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานประจำที่ปฏิบัติงานในบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด ที่สวนอุตสาหกรรม โรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในทุกแผนก ทั้งที่ปฏิบัติงานในสำนักงานและปฏิบัติการในโรงงาน รวมทั้งสิ้น 3,468 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานประจำที่ปฏิบัติงาน ในบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 359 คน ที่ได้มาจากวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งเป็นดังนี้
 - 1.1 กลุ่มลักษณะทางจิต
 - 1.1.1 เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม
 - 1.1.2 ความผูกพันต่อองค์กร
 - 1.1.3 ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อ
 - 1.1.4 จิตสาธารณะ

- 1.2 กลุ่มลักษณะทางสังคม
 - 1.2.1 การมีตัวแบบที่ดี
 - 1.2.2 การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน
 - 1.2.3 การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม
- 1.3 ตัวแปรแบ่งกลุ่ม
 - 1.3.1 อายุ
 - 1.3.2 ระยะเวลาปฏิบัติงาน
 - 1.3.3 สถานภาพสมรส
 - 1.3.4 ลักษณะงาน

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยแยกศึกษาพฤติกรรมเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้าน การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **พนักงาน** หมายถึง พนักงาน ประจำ ที่ปฏิบัติงาน ในบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด ทุกแผนก
2. **อายุ** หมายถึง อายุปฏิทินของพนักงาน แบ่ง ออกเป็น 2 ระดับ คือ อายุ น้อย หมายถึง พนักงานที่มีอายุ ปฏิทินน้อยกว่าอายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง และอายุมาก หมายถึง พนักงานที่มีอายุ ปฏิทินมากกว่าอายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
3. **ระยะเวลาปฏิบัติงาน** หมายถึง ระยะเวลาปฏิบัติงานของพนักงานนับตั้งแต่นั้นที่ เข้าทำงาน จนถึงปัจจุบัน แบ่ง ออกเป็น 2 ระดับ คือ ระยะเวลา ปฏิบัติงานน้อย หมายถึง ทำงาน ใน ตำแหน่งเป็นระยะเวลาน้อยกว่า ค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง และระยะเวลา ปฏิบัติงานมาก หมายถึง ทำงาน ในตำแหน่ง เป็นระยะ เวลามากกว่า ค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการ ทำงานของกลุ่มตัวอย่าง
4. **สถานภาพสมรส** หมายถึง สถานภาพสมรสของพนักงาน แบ่งออกเป็น 2 สถานภาพ คือ พนักงานที่มีสถานภาพโสด กับ พนักงานที่มีสถานภาพสมรส
5. **ลักษณะงาน** หมายถึง ลักษณะงานของ พนักงานที่ปฏิบัติงานใน ตำแหน่ง หน้าที่ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน กับ พนักงานที่ปฏิบัติกรในโรงงาน

นียมปฏิบัติกร

1. **พฤติกรรมกรทงนทงมควมรบัผดชอบต่อส้งคม** หมายถึง ปริมาณกรกระทำของพนักงน ในกรปฏิบัติงนตมบทบหน้ทง ตามลัษณะงน ทงได้รับมอบหมยให้ดีทงสุด ตมควมสมมรถของตง เพื่อให้บรรรลู่เป้หมยและวตุประสงค้ของบรช้ทง เพื่อตบสนองนโยบายทงเก้ยวกับควมรบัผดชอบต่อส้งคม และกรน้ไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อผู้บรโภคและส้งคม ประกอบด้วย พฤติกรม 3 ด้น ได้แก่ ด้นควมรบัผดชอบต่อผู้บรโภค ด้นกรร่วมพัฒนาชุมชนและส้งคม และด้นกรดูแลรักษาส้งแวดล้อม

1.1 **ด้นควมรบัผดชอบต่อผู้บรโภค** หมายถึง กรทงที่พนักงนปฏิบัติหน้ทงในกรผลิตสินค้ให้แก่ผู้บรโภคอย่างปลอดภัยและเป็นทงไว้ว้งใจได้ ตรวจสอบควมภพผลิตภณทงทุกซ้้น เป็นอย่งดีก่อนมอบให้แก่ผู้บรโภค กรด้นเงินซ้้นตอนกรส่งชื้อของผู้บรโภคอย่งรวดเร็วและตรงเวลย ค้หนึ่งถึงควมปลอดภัยของผู้บรโภคเป็นส้คค้ น้อมรับควมต้งกรและค้แนะนำของผู้บรโภคต่อกรพัฒนสินค้เพื่อควมพอใจสูงสุดแก่ผู้บรโภค

1.2 **ด้นกรร่วมพัฒนาชุมชนและส้งคม** หมายถึง กรทงที่พนักงนปฏิบัติหน้ทงในกรร่วมกิจกรรมอสทงที่เก้ยวช้องกับกิจกรรมเพื่อส้งคม ของบรช้ทง เช่น ร่วมอสทงพัฒนาชุมชน รักษาสภพแวดล้อมในชุมชนให้น้อายุ ร่วมบรจกค้เพื่อกรกุศลโดย สนับสนุนให้ชุมชนและส้งคมมีระบบสฐกรณบโภคพื้นฐนต่ง อย่งเพียงพอ ได้แก่ วัด สถนค้กร มีส่วนร่วมในกรบ้เพ้ญประโยชน์สฐกรณะโดยร่วมค้รกรของบรช้ทง

1.3 **ด้นกรดูแลรักษาส้งแวดล้อม** หมายถึง กรทงที่พนักงนปฏิบัติหน้ทงในกรจ้ดระบบปรบัปรุงพัฒนด้นส้งแวดล้อมอย่งต่อเนื่อง จ้ดสภพแวดล้อมในกรทงนให้เหมะสม โดยทงกรจ้ดระเบียบในทงทงนก่อให้เกิดสภพกรทงน ทงดี ปลอดภัย มีระเบียบเร้ยบร้อย ด้วยกิจกรรม 3 ส ได้แก่ 1) สะสง ค้กรแยงของทงไม่ต้องกรออกจกของทงต้งกรและขจ้ดของทงไม่ต้องกรท้งไป 2) สะตวค ค้กรจ้ดว้งส้งของต่ง ๆ เพื่อควมสะตวคและปลอดภัย และ3) สะอาด ค้กรทงควมสะอาด เคร้องมือ อุปรกรณ และสถนทงทงน รวมท้งใช้ทรพยกรรธรรมชาดอย่งเกิดประโยชน์สูงสุด ประหยัดพลังงน และน้ทรพยกรกรล้บม้มาใช้ใหม่ น้ระบบทงมีควมปลอดภัยในกรใช้งนม้มาใช้ โดยเร้มต้งแต่ ช่วงของกรออกแบบ กรผลิต จนกรท้งลตและหาวีธีในกรก้จ้ดขยและส่วนประกอบต่ง ๆ ของสินค้อย่งมีประลธิ ทภพทงสุด ตลอดจนพัฒนสินค้ทงไม่ส่งผลกรทบต่อส้งแวดล้อม

กรวัดพฤติกรรมกรทงนทงมควมรบัผดชอบต่อส้งคม ในกรวจยค้ร้งนี้ ผู้วจยได้สร้งแบบวัดซ้้นเองตมนียมเช้งปฏิบัติกรเป็นแบบมตรประเม้นรwmค้ 6 ระดบ ค้กรจ้ดที่จ้ด จ้กร ค้กรน้ข้ง จ้กร ค้กรน้ข้งไม่จ้กร ไม่จ้กร ไม่จ้กรเลย ส้กรบ้ข้ค้ถมทงบวคผู้ท้ตบ บจ้กรทงสุดจะได้ 6 ค้กรน้

จนถึงไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้มี พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สูงกว่า ผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

2. เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานในการรับรู้เชิงประเมินค่าว่า พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งที่ดี มีประโยชน์ต่อตนเองและส่วนรวมมากน้อยเพียงใด มีความรู้สึกชอบหรือพอใจต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และเกิดความรู้สึกพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสอดคล้องกับความรู้สึกของตน การวัดเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดขึ้นเองตามนิยามเชิงปฏิบัติการ เป็นแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ คือ จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย สำหรับข้อคำถามทางบวกผู้ที่ตอบจริงที่สุดจะได้ 6 คะแนน จนถึงไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบ จะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่า ผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

3. ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง การที่พนักงานมีความสัมพันธ์อันหนักแน่นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร รู้สึกผูกพันกับการทำงาน รับรู้ว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรเต็มใจที่จะทำงานอย่างเต็มความสามารถ มีความรู้สึกตระหนักถึงความสัมพันธ์อันยาวนานในการเป็นพนักงานของ องค์กร รับรู้ว่าเขาได้ ทำงานทุ่มเทและลงทุนให้กับองค์กรไว้มาก มีความรู้สึกที่มีพันธะผูกพันต่อองค์กร รับรู้ว่าองค์กรมีบุญคุณกับเขาและอยากที่จะ ทำงานเพื่อสนับสนุนองค์กรต่อไป การวัดความผูกพันต่อองค์กร จะวัดโดยแบบวัดที่ผู้วิจัยปรับปรุงข้อคำถามจากแบบวัดความผูกพันต่อองค์กรของ วิริทธิ์ ธรรมนารถสกุล (2544) ตามแนวคิดของ เมเยอร์ และเอลเลน(Meyer; & Allen. 1991) เป็นแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ คือ จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย สำหรับข้อคำถามทางบวกผู้ที่ตอบจริงที่สุดจะได้ 6 คะแนน จนถึงไม่จริงเลย จะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้มี ความผูกพันต่อองค์กรสูงกว่า ผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

4. ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง สิ่งสำคัญที่พนักงานสำนึกอยู่เสมอเพื่อใช้ในการตัดสินใจว่าควรปฏิบัติตามหน้าที่ของตนอย่างเต็มความสามารถ ด้วยความถูกต้องตรงไปตรงมา ตรงต่อเวลาและการนัดหมายต่าง ๆ ใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างคุ้มค่า คำนึงถึงผลการปฏิบัติงานรวมถึงการปรับปรุงพัฒนาระบบงานให้สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท การวัดค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม จะวัดโดยแบบวัดที่ผู้วิจัยปรับปรุงข้อคำถาม จากแบบวัดค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม ของ วิลลาตลักษณ์ ชั่ววลี และคนอื่นๆ (2547) เป็นแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ คือ จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย สำหรับข้อคำถามทางบวก

ผู้ที่ตอบจริงเลยจะได้ 6 คะแนน จนถึงไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้ที่มี ค่านิยมข้อสัจธรรมและความรับผิดชอบสูงกว่า ผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

5. จิตสาธารณะ หมายถึง ความตระหนักรู้ของพนักงานที่เกิดภายในตนและความรู้สึกปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้อื่นและส่วนรวม มีความสำคัญในการดูแลรักษาสิ่งของส่วนรวม รักษากฎระเบียบที่กำหนดร่วมกัน และอาสาทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ส่วนรวม การวัดจิตสาธารณะ จะวัดโดยแบบวัดที่ปรับปรุงข้อคำถาม จากแบบวัดจิตสาธารณะของ ออร์พินทร์ ชูชม และคนอื่นๆ (2549) และโกศล มีความดี (2547) เป็นแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ คือ จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย สำหรับข้อคำถามทางบวกผู้ที่ตอบจริงที่สุดจะได้ 6 คะแนน จนถึงไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้ที่มีจิตสาธารณะสูงกว่า ผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

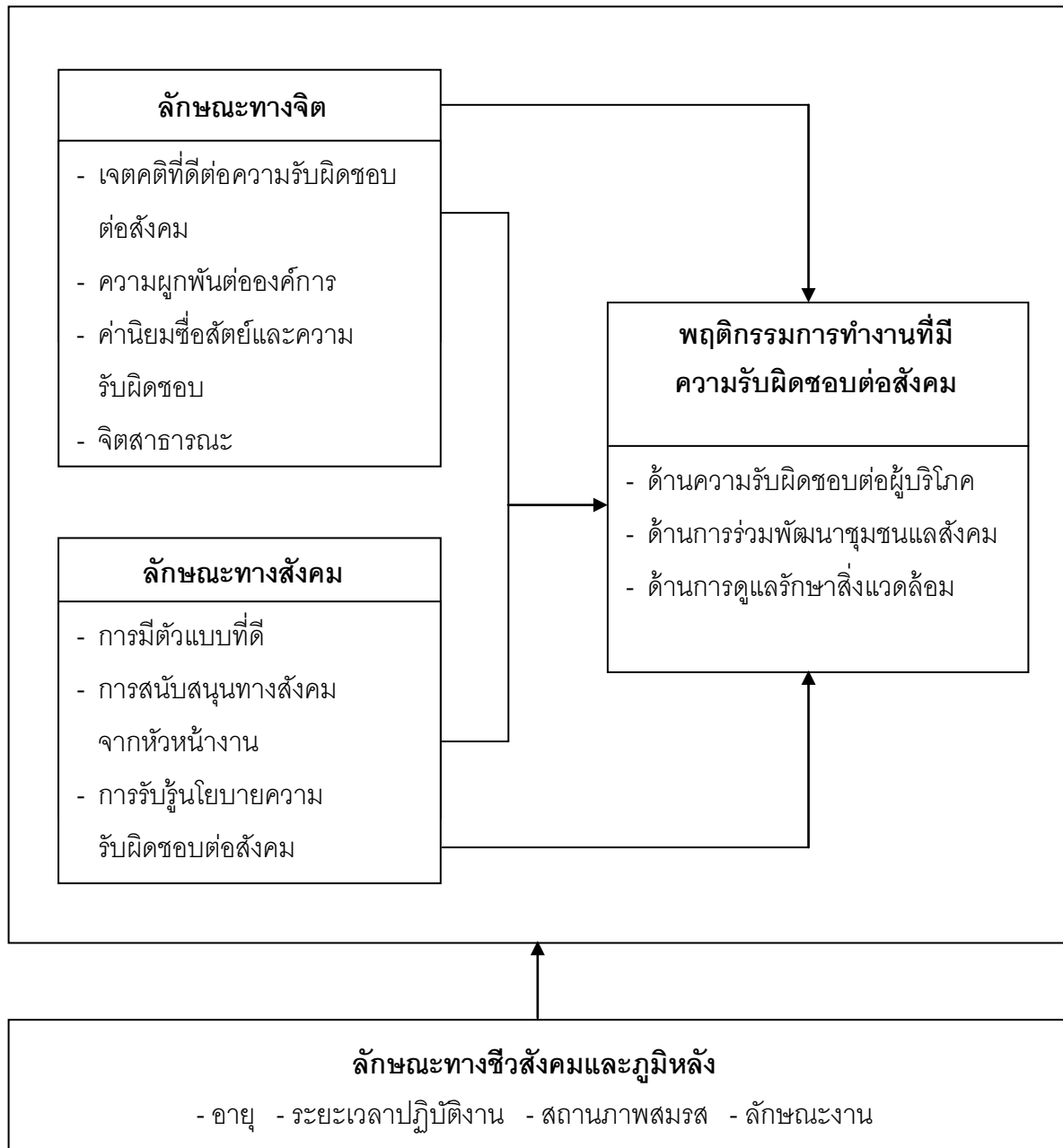
6. การมีตัวแบบที่ดี หมายถึง ปริมาณการรับรู้ของพนักงานว่าหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานในหน่วยงานของตน มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งที่ดี มีความสามารถในการทำงานได้ดีและประสบความสำเร็จการวัดการมีตัวแบบที่ดี จะวัดโดยแบบวัดที่ปรับปรุงข้อคำถามมากจากแบบวัดการมีแบบอย่างในการทำงานของ วิลาสลักษณ์ ชวัลลสิทธิ์ และคนอื่นๆ (2547) เป็นแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ คือ จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย สำหรับข้อคำถามทางบวก ผู้ที่ตอบจริงที่สุดจะได้ 6 คะแนน จนถึงไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้ที่มีตัวแบบที่ดีสูงกว่า ผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

7. การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน หมายถึง การรับรู้ของพนักงานว่าหัวหน้างานในหน่วยงานของตนให้การสนับสนุนในการทำงานสามด้าน คือ ด้านอารมณ์ เช่น การพูดให้กำลังใจในการทำงาน การพูดชมเชยเมื่อทำงานประสบความสำเร็จ ด้านข้อมูลข่าวสาร เช่น ให้คำแนะนำ คำปรึกษาที่ดีในการทำงาน สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างเป็นกัลยาณมิตร และด้านวัสดุอุปกรณ์ เช่น มีบริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกสบายในการทำงาน จัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นในการทำงาน สนับสนุนงบประมาณในการทำงาน การวัด การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน จะวัดโดยแบบวัดที่ปรับปรุงข้อคำถาม จากแบบวัดการสนับสนุนทางสังคมของหัวหน้างาน ดุจเดือน พันธุมนาวิน (2545) เป็นแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ คือ จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย สำหรับข้อคำถามทางบวกผู้ที่ตอบจริงที่สุดจะได้ 6 คะแนน จนถึงไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้ที่มีการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน สูงกว่า ผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

8. การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การที่พนักงานรับข้อมูลทางด้านนโยบายความรับผิดชอบ ต่อสังคมของบริษัท ทำความเข้าใจ ความหมายนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม มีความ รู้สึกว่านโยบายดังกล่าวมีประโยชน์ มีผลดีและตัดสินใจว่าตนเองจะร่วมปฏิบัติตามงานแนวนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม การวัดการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดขึ้นเองตามนิยามเชิงปฏิบัติการ ประกอบด้วยข้อคำถามเป็นแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ คือ จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย สำหรับข้อคำถามทางบวกผู้ที่ตอบจริงที่สุดจะได้ 6 คะแนน จนถึงไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้ที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่า ผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ในการศึกษา ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน บริษัทผลิตรถยนต์ ครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ ทฤษฎีการเรียนรู้ ทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Learning Theory) ของแบนดูรา (Bandura, 1986) มาเป็นกรอบในการกำหนด แนวคิดกลุ่มตัวแปร ปัจจัย 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มลักษณะทางจิต และกลุ่มลักษณะทางสังคม เพื่อทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ เนื่องจากแนวคิดพื้นฐานของแบนดูราเชื่อว่า พฤติกรรมของมนุษย์มีปฏิสัมพันธ์ กับปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย คือ 1) ลักษณะทางจิต 2) ลักษณะทางสังคม ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน บริษัทผลิตรถยนต์ โดยใช้กรอบแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูง และได้รับการสนับสนุน ทางสังคม จากหัวหน้างานสูง มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น ๆ ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยที่มีชีวิตสังคมแตกต่างกัน

2. พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กร สูงและมีตัวแบบที่ดี สูง มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง กว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น ๆ ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ที่มีชีวิตสังคมแตกต่างกัน

3. พนักงานที่มีจิตสาธารณะสูงและมีการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูง มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง กว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น ๆ ทั้งในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อยที่มีชีวิตสังคมแตกต่างกัน

4. ลักษณะทางจิต (เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ความผูกพันต่อองค์กร ค่านิยม ชื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อ จิตสาธารณะ) และลักษณะทางสังคม (การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุน ทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม) สามารถทำนายพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งด้านรวมและรายด้านของพนักงาน ได้ ทั้งในกลุ่มรวมและ กลุ่มที่มีชีวิตสังคมแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มี ความรับผิดชอบ ต่อสังคมของพนักงาน บริษัทผลิตรถยนต์ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการวิจัย โดยการประมวลเอกสารประกอบด้วยเนื้อหา 2 ส่วน **ส่วนแรก** เป็นการประมวล ตัวแปรตาม คือ ความหมายและวิธีวัดพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม **ส่วนที่สอง** เป็นการประมวลเอกสารความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ลักษณะทางจิต ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ความผูกพันต่อองค์กร ค่านิยม ชื่อสัตย์และความรับผิดชอบ และจิตสาธารณะ 2) ลักษณะทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม จากหัวหน้างาน การมีตัวแบบที่ดี และการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม และ 3) ลักษณะ ทางชีวสังคมและภูมิหลัง ได้แก่ อายุ ระยะเวลาปฏิบัติงาน สถานภาพสมรส และลักษณะงาน จากการ ประมวลเอกสารเพื่อให้ได้นิยามปฏิบัติการของตัวแปรดังกล่าวและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่แสดงถึง ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามซึ่งเป็นหลัก กฐานในการกำหนดสมมติฐานการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวคิดที่เกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์องค์กร

การอยู่รอดของการดำเนินกิจการของหน่วยงานทุกหน่วยขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ หากหน่วยงาน หรือองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนก็จะเกิดความเลื่อมใส ศรัทธาให้ความไว้วางใจ และความ ร่วมมือต่อหน่วยงานนั้น มีนักวิชาการต่าง ได้ให้ความหมายของคำว่า ภาพลักษณ์ ไว้ดังนี้

แฟรงค์ (Frank.1993: 21-22) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์กร ธุรกิจ (Corporate Image) หมายถึง ภาพขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายถึง รวมทุกสิ่งทุกอย่างของ องค์กรที่ประชาชนรู้จักเข้าใจและได้มีประสบการณ์ ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นส่วนหนึ่ง กระทำได้โดยอาศัยการนำเสนอเอกลักษณ์ขององค์กร ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ เป็นต้น ส่วน ฟลานาแกน (Flanagan. 1967: 64) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) เป็นภาพ ในใจของบางสิ่งอันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ องค์กร ตราสัญลักษณ์ คำ บุคลากร ที่ปรากฏในจิตใจของมนุษย์ แต่ละบุคคล โดยแต่ละบุคคลก็จะมีรับรู้ที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ส่วนตัว ความรู้สึกที่สัมผัสได้ ความรู้ ข้อมูลที่ได้รับ หรือจากการจินตนาการขึ้นในใจ ส่วนในด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2544: 76) ได้ให้ความหมายของภาพลักษณ์ ว่าหมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของ

คนเรา อาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งที่ไม่มีชีวิตก็ได้ ไม่ว่าจะ เป็นภาพลักษณ์ที่มีต่อบุคคล องค์กร สถาบัน และภาพดังกล่าวอาจจะเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้น กล่าวคือ บุคคล องค์กร สถาบัน หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สร้างให้เกิดแก่จิตใจของเรา หรืออาจเป็นภาพที่เรานึกสร้างเองในทำนองเดียวกันกับ รัตนาวดี ศิริทองถาวร (2546: 152) ที่ได้ให้ความหมายของภาพลักษณ์ ว่าหมายถึง ความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจดังกล่าวมีรากฐานมาจากผลกระทบบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้น ภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้สองทาง คือ 1) ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ คือ การปล่อยให้ไปไปตามสภาพแวดล้อม และ 2) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการปรุงแต่ง คือ ใช้กระบวนการในการสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดภาพที่ต้องการออกมา (อำนาจ วิวิธวรรณ. 2540: 89-90)

คอตเลอร์ และเคลเลอร์ (Kotler; & Keller. 2006: 289) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ คือ การรับรู้ของสาธารณชนต่อบริษัท หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้น ๆ และได้แบ่งประเภทของภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสถาบัน หรือ องค์กร 2) ภาพลักษณ์ตราหือสินค้า (Brand Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อตราหือสินค้านี้หรือตราใดตราหนึ่ง ที่เป็นสิ่งเฉพาะตัวที่บริษัทต้องการให้แตกต่างจากยี่ห้ออื่น ผู้บริโภค ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี ต่อตราหือใด ก็จะมีแนวโน้มในการตัดสินใจที่จะเลือกซื้อยี่ห้ออื่น ๆ 3) ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์การ (Institutional Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบันหรือองค์การ รวมทั้งการบริหารจัดการ การดำเนินงาน บุคคลกร ตลอดจนความรับผิดชอบ ต่อสังคม การบำเพ็ญสาธารณะประโยชน์ของสถาบันหรือองค์การนั้น

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 83) กล่าวว่า องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร มีดังนี้ 1) ผู้บริหาร (Executive) องค์กรจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับผู้บริหาร ซึ่งจะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ ถ้าองค์กรใดมีผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์ดี มีนโยบายการบริหารธุรกิจที่ดี ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบลูกค้า บริษัทนั้นก็จะมีภาพลักษณ์ที่ดี 2) พนักงาน (Employee) คือ องค์กรที่ดีจะต้องมีพนักงานที่มีความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจิตวิญญาณในการให้บริการ และมีบุคลิกดี นอกจากนี้ พนักงานทุกคนจะต้อง ตระหนักว่าตนเองมีส่วนในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ไม่มองว่า หน้าที่ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นเป็นของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หากแต่เป็นหน้าที่ของทุกคนต้องร่วมมือกัน 3) สินค้า (Product) ต้องเป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพ คุณสมบัตินตรงกับข้อความที่ได้โฆษณาหรือข้อมูลที่สื่อสารเผยแพร่ออกไป มีการออกแบบที่สวยงาม มีบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย 4) การดำเนินธุรกิจ (Business Practice) มีการดำเนินงานที่ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบลูกค้าหรือสังคม นอกจากนี้ ควรมีการคืนกำไรสู่สังคม เพื่อแสดงถึงการเป็นองค์กรที่ดีและเป็นส่วนหนึ่งของสังคม 5) กิจกรรมเพื่อสังคม (Social Activities) คือ การเอาใจใส่สังคม ร่วมกิจกรรมการกุศล หรือสร้างประโยชน์ให้กับสังคม 6) เครื่องมือ

เครื่องมือ หรืออุปกรณ์ในสำนักงาน (Artifacts) บริษัทต้องมีสิ่ง que แสดงสัญลักษณ์ขององค์กร ได้แก่ เครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องแบบพนักงาน วัสดุสิ้นเปลือง เช่น ปากกา ดินสอ ยางลบ ไม้บรรทัด กระดาษ เป็นต้น ต้องสะท้อนเอกลักษณ์ขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง

จากความหมายของภาพลักษณ์ขององค์กรที่กล่าวมาข้างต้นพอสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กร หมายถึง ภาพรวมที่เกิดขึ้นในจิตใจ ความรู้สึกนึกคิด ที่ เป็นความเชื่อถือ ความประทับใจ ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์กรใดองค์กรหนึ่ง

ทั้งนี้การรับรู้หรือภาพลักษณ์ขององค์กรดังกล่าวเป็นผลมาจากพฤติกรรมของสมาชิก ในองค์กรนั่นเอง ดังนั้นการจะสร้างภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้สำเร็จ จึงขึ้นอยู่กับว่าองค์กรนั้น ๆ มีสมาชิกเป็นเช่นไร กล่าวคือ หากองค์กรมีสมาชิกที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมีคุณธรรมและจริยธรรมเป็นที่น่าเลื่อมใสศรัทธา ภาพลักษณ์ขององค์กรที่เกิดขึ้น ในจิตใจของประชาชนย่อมเป็นภาพภาพลักษณ์เป็นที่ดี น่าเชื่อถือ มีผลให้การปฏิบัติงานตามพันธกิจ ขององค์กรบรรลุเป้าหมาย จากการศึกษา เอกสาร ผู้วิจัยจึง ได้ให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมการทำงาน ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน บริษัทผลิตรถยนต์ เนื่องจากพฤติกรรมที่พึงประสงค์เหล่านี้ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทผลิตรถยนต์

1. พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและการวัด

1.1 ความหมายพฤติกรรมการทำงาน

องค์กรหนึ่ง ๆ จำเป็นต้องมีบุคลากร ที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ การดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมาย นอกจากนั้น การปฏิบัติงานยังมีความสำคัญต่อบุคคลอีกด้วย เพราะการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพย่อมทำให้นุคคลรู้สึกพอใจและภาคภูมิใจ ในตนเอง และมักได้รับการยอมรับและรางวัลจากผู้อื่นด้วย ไม่ว่าจะเป็นผู้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงาน ดังนั้น การปฏิบัติงานของบุคคลจึงเป็นปัจจัยสำคัญของความก้าวหน้าในอาชีพและความสำเร็จ ในชีวิต ของบุคคล (ชูชัย สมितिไกร . 2554: 59) มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการทำงาน ไว้เป็น ดังนี้

ไวท์ (White. 1989: 143) ให้ความหมายพฤติกรรมการทำงาน ว่าหมายถึง การแสดงออก ของบุคคลเพื่อตอบสนองของสิ่งหนึ่งในขณะปฏิบัติงานซึ่งสามารถสังเกตและวัดได้ตรงกันไม่ว่า การแสดงออก หรือการตอบสนอง ของนั้นจะเกิดขึ้นภายนอกหรือภายในร่างกายก็ตาม นอกจากนี้ยังรวมถึง การกระทำที่ ปრაกฏออกมาเพื่อวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงาน โดยมีกลไกกำกับสั่งการจากความคิด ความรู้สึก ที่มี อยู่ภายในของบุคคลตลอดเวลา ส่วน อัลบานเนส (Albanese. 1981: 204) ให้ความหมายของพฤติกรรม การทำงาน ว่าหมายถึง พฤติกรรมกระทำของคณงานที่จะส่งผลต่อความสำเร็จต่องานโดยตรง และ

พฤติกรรมนั้นยังรวมไปถึงการแสดงออกของคนงานที่มีต่อสภาพแวดล้อมในสังคมที่เขาปฏิบัติงานอยู่ เช่น ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน การเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรม เป็นต้น สอดคล้องกับ มัลลิกา ต้นสอน (2544: 19) ที่ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการทำงาน ว่าหมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมา ในสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น การพูดคุย การรับคำสั่ง การเขียนรายงาน เป็นต้น อาจมีลักษณะ เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ ส่วน เสนาะ ตีเยาว์ (2532: 338) ให้ความหมายของพฤติกรรมการทำงาน ว่าหมายถึง สภาพทางใจที่สะท้อนให้เห็นถึงการทำงานของคน เป็นความรู้สึกที่มีต่อพฤติกรรมของคน ต่อการทำงาน เช่น อารมณ์ ความตั้งใจ ความกระตือรือร้น ความหวัง ซึ่งเป็นสภาพอย่างหนึ่งของจิตใจ ที่เกิดขึ้นจากภายในตัวบุคคลหรือกลุ่มคน แต่มีอิทธิพลภายนอกบังคับ เป็นสิ่งกำหนดพฤติกรรมในการทำงาน มีผลโดยตรงต่อเป้าหมายในการทำงานของคนและการทำงานขององค์กรและ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2541: 20) กล่าวว่า พฤติกรรมการทำงานของบุคคลในองค์กร และกลุ่มบุคคลภายใน องค์กร เป็นที่มาของพฤติกรรมองค์กรอาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมขององค์กรจะได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรม ของพนักงานหรือพฤติกรรมของบุคคลที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรนั่นเอง

จากความหมายของพฤติกรรมการทำงานที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรม การทำงาน หมายถึง การกระทำที่แสดงออกของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในการปฏิบัติหน้าที่ของตน และกิจกรรมต่างๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากองค์กร โดยใช้ศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จของ งานโดยตรง เพื่อให้งานสำเร็จบรรลุเป้าหมายหรือนโยบายขององค์กร การกระทำเหล่านี้สามารถสังเกต และวัดได้

1.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดของธุรกิจ กับความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า ธุรกิจ กับสังคมจะต้องอยู่ร่วมกัน อย่างช่วยเหลือเกื้อกูลเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันไม่สามารถแบ่งแยก การดำเนินการออกจากกันได้อย่างสิ้นเชิง สังคมต้องได้รับภวชนับสนุนจากธุรกิจ ธุรกิจก็ต้องประกอบ การอยู่ภายใต้ความคาดหวัง ของสังคมที่เปลี่ยนแปลง ไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันกระแสการดำเนิน ธุรกิจให้ความสำคัญกับคุณธรรมจริย ธรรม มีการเรียกร้องให้ธุรกิจแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นที่มาของการพัฒนาแนวคิด ดังกล่าว ที่เรียกว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility: CSR) หรือเรียกว่า ซีเอสอาร์ (รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ, 2551: 86)

1.3 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

ในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถทำได้ในทุกระดับ ไม่ว่าจะ เป็นระดับบุคคล ระดับกลุ่ม ระดับองค์กร และระดับประเทศ ได้มีผู้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมไว้หลากหลาย ดังนี้

จากการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมระดับ องค์กร มีผู้ให้ความหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเช่น คอตเลอร์ และลี(Kotler; & Lee. 2005: 3) ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมว่าหมายถึง ความรับผิดชอบในการป รับปรุงความเป็นอยู่ของคนในสังคม ให้ดีขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมของบริษัท รวมถึงการบริจาคทรัพยากร ของบริษัท เพื่อนำไป ใช้ประโยชน์ของคนในสังคม สนับสนุนประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมด้วยความสมัครใจ เพื่อให้สังคม และสิ่งแวดล้อมที่บริษัท ตั้งอยู่มีความเจริญก้าวหน้า ในขณะที่ สถาบันรับรองมาตรฐาน (International Organization for Standardization : ISO . 2007: 3) ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมว่าหมายถึง ความรับผิดชอบของบริษัทในด้านผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทที่ส่งผลต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการกระทำที่โปร่งใสและมีจริยธรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของสังคม คำนึงถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การปฏิบัติตามกฎหมาย และมาตรฐานของพฤติกรรมองค์กรระดับสากลและบูรณาการร่วมกัน ทั้งบริษัท ส่วน คณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมโลก (World Business Council for Sustainable Development : WBCSD. 2008) ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม ว่าหมายถึง การปฏิบัติตามความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องของบริษัท ในการประพฤติปฏิบัติที่ดี เพื่อประโยชน์สุขของตนเองและส่วนรวม มีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจ ปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพนักงาน ครอบครัวของพนักงาน คุณภาพชุมชนท้องถิ่น และสังคมในวงกว้าง สอดคล้องกับ ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม (2549: 3) ที่ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมว่าหมายถึง การที่บริษัทกระทำสิ่งที่ เป็นผลดี เป็นคุณประโยชน์ต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมถึงพัฒนาองค์กรเองให้มีคุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพอย่างดีที่สุด เช่นเดียวกับ พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ (2549: 3) ที่ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม ว่าหมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กรธุรกิจ หรือ ความรับผิดชอบต่อสังคมบรรษัท หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอก องค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการให้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือ ทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้ อย่างเป็นปกติสุข ดังนั้นสรุปได้ว่า ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ เป็นการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดย ทำสิ่งที่ เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมส่วนรวม เพื่อปรับปรุงความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นของสังคมส่วนรวมไปพร้อม กับพัฒนาเศรษฐกิจของบริษัท โดยบริษัทจะทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหาร รมีบทบาทเกี่ยวข้องกับ กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อความเจริญก้าวหน้าของสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน

จากการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมระดับ บุคคล มีผู้ให้ความหมาย ความรับผิดชอบ ต่อสังคม เช่น นกเล็ก สุขถิ่นไทย (2531: 89-90) ที่ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ ต่อส่วนรวม ว่าหมายถึง ความรับผิดชอบที่ต้องการให้เกิดขึ้นในพลเมืองของไทย ซึ่งมักเป็นผู้ที่คิดก่อน ทำเสมอว่าการกระทำของตนมีผลกระทบกระ เทือนเกิดผลเสียต่อคนอื่นหรือไม่ และไม่เอาความพอใจ ความสะดวกสบายของตนแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยไม่คำนึงถึงผลร้ายที่จะ เกิดขึ้นแก่คนอื่นหรือสังคม ส่วนรวมตัวอย่าง เช่น ปัญหาการจราจร ปัญหามลภาวะ ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งล้วนแล้วแต่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมทั้งสิ้น เนื่องจากเห็นแก่ประโยชน์และความสบาย ส่วนตัวมากจนลืมคิดถึงประโยชน์ส่วนรวม ดังนั้น ความรับผิดชอบต่อส่วนรวมจึงมีความสำคัญอย่างมากในการพัฒนาประเทศชาติ ส่วน พงศนันทน์ นิรมิตไชยพันธ์ (2552: 85-86) ได้ศึกษาพฤติกรรมการทำงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม โดยอธิบายความหมายว่า เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออก ในขณะที่ดำเนินกิจกรรมของสถานประกอบการ ถึงการเป็นผู้ที่ไตร่ตรองก่อนกระทำเสมอว่าการกระทำ ของตนไม่มีผลกระทบกระ เทือนเกิดผลเสียต่อสังคมส่วนรวม รวมถึงเป็นการกระทำเพื่อปรับปรุง ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของสังคม คำนึงถึงสภาพความเป็นอยู่ของมนุษย์ สิ่งแวดล้อมอย่างมีจริยธรรม มีการหาวิธีที่รักษาหรือ ปกป้องผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ของสถานประกอบการ เพียงอย่างเดียว เพื่อสร้างความเจริญก้าวหน้าต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไปพร้อมกับพัฒนาคุณภาพชีวิต ของตนเองตลอดจนชุมชนและสังคม

จากความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมที่กล่าวมา ในข้างต้น จึง สรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การกระทำที่แสดงออกของบุคคล ในการทำหน้าที่ของตนได้อย่าง ถูกต้องเหมาะสม เป็นผู้ที่คิดก่อนทำเสมอว่าการกระทำของตน ต้องไม่มีผลกระทบกระ เทือนเกิดผลเสีย ต่อสังคมส่วนรวม โดยคำนึงถึงผลดีต่อตนเองและสังคมไปพร้อมกัน

1.4 หลักการและแนวปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคม

คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน (2551:7 26) ได้ให้การปฏิบัติตามหลัก ความรั บผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ที่จะนำมา ประยุกต์ใช้ควบคู่กับธุรกิจ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ชั้น คือ 1) ข้อกำหนดตามกฎหมาย หมายถึง การ ที่ธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภค กฎหมายแรงงาน การจ่ายภาษี เป็นต้น 2) ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หมายถึง การที่ธุรกิจ คำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งในขั้นนี้ธุรกิจควรหมั่น ตรวจสอบตรา ว่า กำไรที่ได้นั้นต้องมีกำไรซึ่งเกิดจากการเบียดเบียน สังคม 3) จรรยาบรรณทางธุรกิจ หมายถึง การ ที่ธุรกิจสามารถสร้างกำไรแก่ผู้ถือหุ้นได้ในอัตราที่เหมาะสม และผู้ประกอบการธุรกิจได้ใส่ใจเพื่อให้

ประโยชน์ตอบแทนแก่สังคมมากขึ้น โดยเฉพาะสังคมใกล้ที่อยู่รอบข้างที่มีความคาดหวังว่า จะได้รับการดูแลหรือเอาใจใส่จากผู้ประกอบ ธุรกิจ 4) ความสมัครใจ หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่กับการปฏิบัติตามแนวทาง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้วยความสมัครใจ โดยไม่ได้ถูกเรียกร้องจากสังคม แต่อย่างใด ซึ่งในขั้นนี้ การประกอบธุรกิจอยู่บนพื้นฐานของการมุ่งประโยชน์ของสังคมเป็นสำคัญ และการดำเนินการ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ในส่วนนี้สมควรได้รับความยกย่องชื่นชมจากสังคมอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ ธุรกิจต้องดำเนินการตามเกณฑ์ในขั้นที่ 1 เป็นอย่างน้อย ส่วนการดำเนินการในขั้นต่อไป ให้ขึ้นกับความพร้อมของธุรกิจแต่ละแห่ง โดยหลักสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทาง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ควรอยู่บนหลักพอประมาณที่ธุรกิจต้องไม่เบียดเบียนตนเองและสังคม จะเห็นได้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งที่ผู้บริหารหรือนักธุรกิจต้องปฏิบัติ ให้เป็นไปตามข้อกำหนด กฎหมาย หรือประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เพื่อความสามารถในการอยู่รอด ของธุรกิจ แต่ผู้บริหารหรือนักธุรกิจบางคนอาจจะรับผิดชอบต่อสังคมในขั้นสูงต่อไป เช่น การคำนึง ถึงจรรยาบรรณทางธุรกิจ หลังจากนั้นเป็นขั้นการทำด้วยความสมัครใจเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม

สำหรับ แนวปฏิบัติในเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แบ่งออกได้เป็น 8 หัวข้อ ดังนี้ 1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี 2) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม 3) การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่าง เป็นธรรม 4) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 5) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม 6) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม 7) นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนิน ความรับผิดชอบต่อสังคม 8) การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักการ การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นการทำให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในการจัดการอย่างโปร่งใสเท่าเทียมเป็นธรรม มีประสิทธิภาพสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อันจะนำไปสู่ความเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของธุรกิจ แนวปฏิบัติ ศึกษาและปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในเรื่องหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่ออกโดยหน่วยงานกำกับดูแลหรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2549 ที่จัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเนื้อหาของหลักการนี้ได้แบ่งออกเป็น 5 หมวด คือ 1) สิทธิของผู้ถือหุ้น 2) การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน 3) บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย 4) การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และ 5) ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัท

2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม หลักการ การประกอบธุรกิจด้วยความ เป็นธรรมย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับผู้เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาว ทั้งนี้ ธุรกิจควรถือปฏิบัติตามแนวทางเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์อื่น

ที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม แนวปฏิบัติ คือ 1) หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ 2) ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี หลีกเลี่ยงพฤติกรรมการเล่นพรรคเล่นพวก 3) ไม่สนับสนุนการดำเนินการที่มีลักษณะเป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ 4) จัดให้มีระบบการบริหารจัดการที่สามารถป้องกันการจ่ายสินบนและทุจริต 5) รณรงค์ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานเห็นความสำคัญของการต่อต้านการทุจริต การให้สินบนในทุกรูปแบบ

3. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม หลักการการเคารพสิทธิมนุษยชนเป็นรากฐานของการพัฒนาทรัพยากรบุคคล อันมีส่วนสัมพันธ์กับธุรกิจ ในลักษณะการเพิ่มคุณค่าและทรัพยากรบุคคลนับเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มผลผลิต ดังนั้น ธุรกิจควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขในการทำงานให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี และได้มีโอกาสแสดงศักยภาพ ตลอดจนได้รับโอกาสในการฝึกฝนและเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน แนวปฏิบัติ คือ 1) สนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชน โดยหมั่นตรวจตราดูแลมิให้ธุรกิจของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน 2) ส่งเสริมให้มีการเฝ้าระวังการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชนภายในธุรกิจของตน และกระตุ้นให้มีการปฏิบัติตามหลักการสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานสากล 3) จัดให้มีระบบการทำงานที่มุ่งเน้นความปลอดภัยและสุขอนามัยในสถานที่ทำงานอย่างเหมาะสม 4) พัฒนาพนักงานเพื่อฝึกฝนทักษะและเพิ่มพูนศักยภาพ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานมีการเรียนรู้ และเลื่อนตำแหน่งเมื่อมีโอกาสที่เหมาะสม 5) จัดให้มีเงื่อนไขการจ้างงานที่เป็นธรรมสำหรับพนักงาน และให้พนักงานได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมตามศักยภาพ 6) จัดให้มีกระบวนการร้องเรียนอย่างเหมาะสมสำหรับพนักงานที่ได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม 7) จัดให้มีการดูแลในเรื่องสวัสดิการแก่พนักงานตามสมควร 8) ส่งเสริมให้พนักงานมีคุณภาพในการใช้ชีวิตระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว มีการพิจารณาใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสบำเพ็ญประโยชน์ ทำความดีเพื่อสังคมรวมทั้งการปฏิบัติตามหลักธรรมของศาสนาต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกัน 9) จัดให้มีนโยบายปกป้องพนักงาน ไม่กลั่นแกล้ง หรือลงโทษทางวินัยกับพนักงานที่มีการรายงานอย่างสุจริตต่อผู้บริหารหรือหน่วยงานของรัฐเกี่ยวกับการกระทำที่ไม่ถูกต้องที่เกิดขึ้นภายในองค์กรธุรกิจ 10) ให้ข้อมูลสำคัญแก่พนักงานและตัวแทนพนักงาน เพื่อให้ทราบผลการดำเนินงานและสภาพที่แท้จริงขององค์กรธุรกิจ 11) สนับสนุน การหารือและความร่วมมือระหว่างนายจ้างกับพนักงาน และตัวแทนพนักงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงาน 12) เคารพสิทธิในการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน ซึ่งครอบคลุมถึงการมีอิสระในการให้ความเห็นโดยปราศจากการแทรกแซง การได้รับข้อมูลหรือความคิดเห็นผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งจัดให้มีช่องทางสื่อสารเพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเสรี

4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค หลักการ สินค้า และบริการของธุรกิจไม่ควรก่อให้เกิดความเสี่ยงหรืออันตรายต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ ธุรกิจควรปรับปรุงมาตรฐานของสินค้าและบริการให้มีความเป็นสากลและให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ รวมทั้งควรพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการช่วยแก้ไขปัญหาของสังคมด้วย แนวปฏิบัติ คือ 1) ผลิตสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและไว้วางใจได้โดยไม่ผลิตสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค รวมถึงมีกระบวนการเรียกคืนสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย 2) จัดเก็บข้อมูลผู้บริโภคอย่างปลอดภัย ไม่ส่งต่อข้อมูลผู้บริโภคให้กับผู้อื่น นอกจากนี้จะได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคก่อน 3) ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอแก่ผู้บริโภค โดยคำนึงถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เช่น ไม่โฆษณาเกินจริง ฉลากสินค้าควรมีข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ใช้ภาษาเรียบง่ายต่อการทำความเข้าใจ บอกวิธีการใช้สินค้าอย่างปลอดภัย รวมถึงการกำจัดซากขยะหลังการใช้งาน เป็นต้น 4) กระตุ้นให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตเห็นความสำคัญของการใช้สินค้าและบริการที่คำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น และ 5) พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการของธุรกิจให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การควบคู่ไปกับการนำพาสังคมผู้บริโภคให้เป็นสังคมคนดี มีวัฒนธรรมและคุณธรรม ที่ยังให้เกิดการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นได้ตลอดไปอย่างยั่งยืน

5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม หลักการ ชุมชนและสังคมที่เข้มแข็งและมีการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น มีความสำคัญยิ่งในฐานะเป็นปัจจัย เชื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจควรจัดกิจกรรมทางสังคมและมีส่วนร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการผลิตสินค้าและบริการของธุรกิจ โดยการแสดงตัวเป็นพลเมืองที่ดีของชุมชนนั้นพร้อมกับคิดค้นวิธีการที่จะลดและหยุดผลกระทบในทางลบต่อชุมชนและสังคม ที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจให้มากที่สุด แนวปฏิบัติ คือ 1) สำรวจ ตรวจสอบสภาพชุมชนและสังคมโดยรอบที่ตั้งของธุรกิจทั้งใกล้และไกลว่า ได้รับผลกระทบในทางลบจากการดำเนินการของธุรกิจหรือโครงการที่จะดำเนินการในอนาคตมากน้อยเพียงใด เพื่อนำมาพิจารณาแก้ไขและปรับปรุงการดำเนินการมิให้เกิดผลกระทบในทางลบ และสร้างความเสียหายต่อชุมชนและสังคม ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม 2) สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมอาสาที่เกี่ยวเนื่องกับการพัฒนาชุมชนและสังคม 3) ร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมในชุมชนและสังคมให้น่าอยู่ 4) สนับสนุนให้ชุมชนและสังคมมีระบบสาธารณูปโภค พื้นฐานต่าง ๆ อย่างเพียงพอ เช่น สถานศึกษาสถานพยาบาลถนน เป็นต้น 5) สนับสนุนและมีส่วนร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์สาธารณะ เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการทำความดี ลดบายนุชเพื่อความอยู่ดีมีสุขภายใต้หลักเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น และ 6) ในการจัดกิจกรรมหรือมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคม ธุรกิจสามารถขอคำปรึกษาและข้อเสนอแนะได้จาก ก.ล.ต. สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ศูนย์ส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม หลักการ การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลก บวกกับ ปัจจัยความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจนอกจากเป็นสาเหตุของการบริโภค ทรัพยากรธรรมชาติจำนวน มหาศาลเกินกว่าความจำเป็น ยังก่อให้เกิดมลภาวะทั้งทางน้ำ อากาศ ขยะ สารพิษ ฯลฯ ซึ่งส่งผลให้ เกิดภาวะโลกร้อนตามมา โดยภาวะโลกร้อนดังกล่าวจะกระทบต่อมนุษย์และระบบนิเวศต่อไป ดังนั้น ธุรกิจจึงมีหน้าที่ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตมนุษย์ ด้วยการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยถือว่าการ ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหน้าที่ร่วมกันของทุกคน แนวปฏิบัติ คือ 1) จัดให้มีระบบการบริหารงานด้าน สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม และติดตามประเมินผลการดำเนินการดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ 2) ใช้เทคโนโลยี และขั้นตอนการผลิตที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการลดปริมาณและ การบำบัดมลพิษ ก่อนปล่อยสู่ธรรมชาติ 3) ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรการประหยัดพลังงาน และมีการนำ ทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ 4) พัฒนาสินค้าและบริการที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัย ในการใช้งาน 5) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และระบบสาธารณสุขแก่ พนักงานและสาธารณชน 6) ส่งเสริมให้ลูกค้าตระหนักถึงข้อพึงระวังด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการใช้สินค้า และบริการของบริษัท 7) ให้ความรู้และฝึกอบรมพนักงานในเรื่องสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และ สาธารณสุข และ 8) จัดเตรียมแผนฉุกเฉินเพื่อจัดการกับปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งจัดให้มีระบบการรายงานต่อหน่วยงานกำกับดูแลทันทีที่เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว

7. นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม หลักการ ในการดำเนินธุรกิจควรนำแนวคิด ความรับผิดชอบต่อ สังคมขององค์กรธุรกิจ มาประยุกต์ ผสมผสานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เหมาะสมและสอดคล้องกับการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ อย่างกลมกลืน โดยนำความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินงานด้านความรั ับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กรธุรกิจมาพัฒนาปรับใช้และคิดค้นให้เกิดนวัตกรรมทางธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์ความสามารถ ในการแข่งขัน และมูลค่าเพิ่มทั้งต่อธุรกิจและสังคมไปพร้อม ๆ กัน แนวปฏิบัติ คือ 1) สำรวจกระบวนการ ต่างๆ ของธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ ในปัจจุบันว่า ก่อให้เกิดความเสี่ยงหรือ มีผลกระทบในทางลบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมหรือไม่ อย่างไร และศึกษาหาแนวทางแก้ไขเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว นอกจากนั้น ควรศึกษาพิจารณา และวิเคราะห์กระบวนการทำงานอย่างละเอียดและครอบคลุมทุกด้าน เพื่อสร้าง โอกาสในการพัฒนาไปสู่การค้นพบนวัตกรรมทางธุรกิจ 2) เปิดเผยนวัตกรรมที่ค้นพบในสิ่งที่เป็น ประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อกระตุ้นให้ธุรกิจและผู้ประกอบการรายอื่นได้ปฏิบัติตาม และ 3) หมั่นวิเคราะห์แนวทางแก้ไขปัญหา ตลอดจนพัฒนาวัตกรรมการพัฒนาตลอดเวลา โดยควรเป็นกระบวนการ ที่ดำเนินการต่อเนื่องอย่างไม่หยุดนิ่ง เพื่อสร้างโอกาสในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ และเพื่อความ เจริญเติบโตควบคู่การสร้างผลกำไรของธุรกิจอย่างยั่งยืน

8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม หลักการ ธุรกิจควรรู้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่กล่าวมาอย่างครบถ้วน โดยข้อมูลที่เปิดเผยนั้นนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อ ผู้มีส่วนได้เสีย ทุกฝ่ายยังช่วยในการสอบถามให้ธุรกิจทราบได้ว่า ได้ดำเนินการในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจตรงกับเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ อย่างไร แนวปฏิบัติ คือ 1) จัดทำรายงานเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยอาจจะบูรณาไว้ในรายงานประจำปี หรือจัดทำเป็นฉบับแยกต่างหากจากรายงานประจำปี ที่เรียกว่ารายงานความยั่งยืนตามรูปแบบที่สากลยอมรับและควรครอบคลุมเนื้อหาในหัวข้อดังต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย ได้แก่ 1.1) การดำเนินงานด้านธุรกิจ กล่าวถึงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของธุรกิจที่สะท้อนหลักการและแนวทางปฏิบัติตามหลักการ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี และผลการดำเนินงาน 1.2) การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย กล่าวถึง นโยบายการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย กระบวนการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการฟื้นฟูธรรมชาติ และกระบวนการจัดการของเสียและวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิต ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์ มีคุณค่าต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม และ 1.3) การดำเนินงานด้านสังคม กล่าวถึง นโยบายการจัดการด้านแรงงานและพนักงาน สวัสดิภาพในการทำงานของพนักงาน การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน และการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนและสังคมโดยรอบพื้นที่ตั้งของธุรกิจ 2) จัดทำข้อมูลในรายงานให้ชัดเจน กระชับ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายหลีกเลี่ยงข้อมูลที่ไม่จำเป็น โดยสรุปการดำเนินการทั้งด้านดีและด้านไม่ดีตามข้อเท็จจริง หากมีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลจากภายนอกให้ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล และกลั่นกรองความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำมาเปิดเผยไว้ในรายงาน และ 3) จัดให้มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยสะดวก

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำหลักการปฏิบัติของคณะกรรมการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมบริษัทจดทะเบียน ที่แบ่งออกเป็น 8 หัวข้อ ที่ครอบคลุมบทบาททั้งในระดับองค์กรและระดับบุคคล ได้แก่ 1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี 2) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม 3) การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม 4) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 5) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม 6) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม 7) นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และ 8) การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม มาศึกษา เนื่องด้วยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์

รถยนต์ตามแนวปฏิบัติดังกล่าว เฉพาะในบริบทที่ครอบคลุม ในระดับบุคคลเท่านั้น ดังนั้น พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ของพนักงานผลิตรถยนต์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จึงประกอบด้วยหลักสำคัญ 3 ด้าน คือ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ปริมาณการกระทำของพนักงาน ในการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ตามลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายให้ดีที่สุดตามความสามารถของตน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของบริษัท เพื่อตอบสนองนโยบายที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม และการนำไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภคและสังคม ประกอบด้วย พฤติกรรม 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการ ร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

1.1 ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค หมายถึง การที่พนักงานปฏิบัติงาน สามารถผลิตสินค้าให้แก่ผู้บริโภคอย่างปลอดภัยและเป็นที่น่าพอใจได้ ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นเป็นอย่างดีก่อนมอบให้แก่ผู้บริโภค การดำเนินขั้นตอนการสั่งซื้อของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและตรงเวลาคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ น้อมรับความต้องการและคำแนะนำของผู้บริโภคต่อการพัฒนาสินค้าเพื่อความพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค

1.2 ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม หมายถึง การที่พนักงานปฏิบัติหน้าที่ในการร่วมกิจกรรมอาสาที่เกี่ยวข้องกับ กิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท เช่น ร่วมอาสาพัฒนาชุมชนรักษาสภาพแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่ ร่วมบริจาคเพื่อการกุศลโดยสนับสนุนให้ชุมชนและสังคมมีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานต่าง ๆ อย่างเพียงพอ ได้แก่ วัด สถานศึกษา มีส่วนร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์สาธารณะโดยร่วมโครงการของบริษัท

1.3 ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม หมายถึง การที่พนักงานปฏิบัติหน้าที่ในการจัดระบบปรับปรุงพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง จัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสม โดยทำการจัดระเบียบในที่ทำงานก่อให้เกิดสภาพการทำงานที่ดี ปลอดภัย มีระเบียบเรียบร้อย ด้วยกิจกรรม 3 ส สะอาด คือ การแยกของที่ไม่ต้องการออกจากของที่ต้องการและขจัดของที่ไม่ต้องการทิ้งไป สะดวก คือ การจัดวางสิ่งของต่าง ๆ เพื่อความสะดวกและปลอดภัย สะอาด คือ การทำความสะอาด เครื่องมือ อุปกรณ์ และสถานที่ทำงาน รวมทั้ง ใช้น้ำทรัพยากรธรรมชาติอย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ประหยัดพลังงาน และนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ นำระบบที่มีความปลอดภัยในการใช้งานมาใช้ โดยเริ่มตั้งแต่ ช่วงการออกแบบ การผลิต จนกระทั่งลดและหาวิธีในการกำจัดขยะและส่วนประกอบต่าง ๆ ของสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด ตลอดจนพัฒนาสินค้าและบริการที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2. การวัดพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาการวัด พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ ต่อ มีผู้สร้างแบบวัด พฤติกรรมการทำงาน อย่างมีความรับผิดชอบ เช่น ในงานวิจัยของ พนิดา ธนวัฒนากุล (2547: 35-36) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทาง จิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานบริการอย่างมีความรับผิดชอบของ พนักงานช่างในกลุ่มบริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด (มหาชน) ที่ได้สร้างแบบวัดพฤติกรรมการทำงาน บริการอย่างมีความรับผิดชอบตามนิยามเชิงปฏิบัติการ เพื่อวัดการกระทำและแสดงออกของพนักงาน ช่างในการปฏิบัติงานด้านบริการ และแบ่งพฤติกรรมออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) ความรับผิดชอบต่อตนเอง 2) ความรับผิดชอบต่อองค์กร แบบวัดมีลักษณะเป็น ประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตรา ประเมินค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงที่สุด จำนวน 19 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์ อัลฟ่าเท่ากับ .91 ส่วน มาริษา สก๊อต (2548: 65) ที่ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรม รับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ได้สร้างแบบวัดพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงาน ของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ตามนิยามเชิงปฏิบัติการ เพื่อวัดการกระทำของกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ แบบวัดพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงาน มีลักษณะเป็น ประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตรา ประเมิน รวมค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงที่เลย จำนวน 25 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์ อัลฟ่า เท่ากับ .80

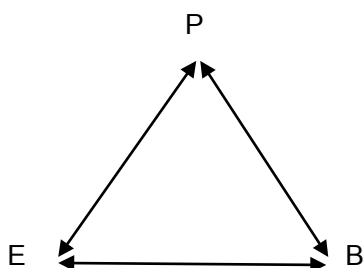
นอกจากนี้ มีผู้สร้างแบบวัด พฤติกรรม การทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ต่อสังคม เช่น พสขนัน นิรมิตไชนนทร์ (2552: 132-133) ที่ได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุและผลของการเรียนรู้ในสถาน ประกอบการที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของนักวิจัยสาขาวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี โดยได้สร้างแบบวัด พฤติกรรม การ ทำงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ตามนิยาม เชิงปฏิบัติการ เพื่อวัดพฤติกรรมของนักวิจัยที่รายงานว่าการปฏิบัติงานของตนแฝงไปด้วยการคำนึงถึง ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน แบบวัดประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) การผลักดันผลวิจัย ไปใช้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ 2) การปฏิบัติตามกฎหมายและจรรยาบรรณนักวิจัย 3) การรักษาสิ่งแวดล้อม และการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า 4) การถ่ายทอดความรู้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และ 5) การพัฒนา ชุมชนและสังคม แบบวัดมีลักษณะ เป็นประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตรา ส่วนประเมินค่า 5 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย จำนวน 25 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์ อัลฟ่าเท่ากับ .87

ในการวัด พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้สร้างแบบวัด ขึ้นเองตามนิยามเชิงปฏิบัติการ แบบวัดเป็นแบบมาตรา ประเมินรวมค่าออกสูงสุด 7 ระดับ (อรพินทร์ ชูชม. 2545: 92) โดยระดับการวัด เป็นจำนวนคือและมีค่ากึ่งกลางให้เลือกตอบ ผู้วิจัยจึงตัดค่า กึ่งกลางออกทำให้เหลือระดับมาตราการวัด 6 ระดับ จากจริงที่สุด ถึงไม่จริงเลย เพื่อให้ผู้ตอบตัดสินใจ เลือกทิศทางของคำตอบ สำหรับข้อคำถามทางบวกผู้ที่ตอบ จริงที่สุดจะได้ 6 คะแนน จนถึงไม่จริงเลย

จะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สูงกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนร่วมน้อยกว่า

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ในการศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน บริษัท ผลิตรถยนต์ ครั้งนี้ ผู้วิจัยอธิบายสาเหตุของการเกิดพฤติกรรม ตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Learning Theory) ของแบนดูรา (Bandura) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา เนื่องจากแนวคิดพื้นฐานของแบนดูราเชื่อว่า พฤติกรรมของมนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กับปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล และ 2) ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม และการร่วมกันของปัจจัยส่วนบุคคลนั้นจะต้องร่วมกันในลักษณะที่กำหนดซึ่งกัน และกัน (Bandura. 1986: 24) ซึ่งสามารถเขียนเป็นภาพอธิบายได้ดังต่อไปนี้



B = พฤติกรรม (Behavior)

P = ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

E = สภาพแวดล้อม (Environment Factors)

ภาพประกอบ 2 โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางสภาพแวดล้อม (Bandura. 1986: 24)

จากภาพประกอบ 2 แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางสภาพแวดล้อม ทำหน้าที่กำหนดที่มีอิทธิพลเชิงเหตุ-ผลกัน ปัจจัยที่กำหนดซึ่งกันและกันที่ละคู่ คือ คู่แรกระหว่าง $P \leftrightarrow B$ เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก ซึ่งปัจจัยดังกล่าว กำหนดลักษณะและทิศทางของพฤติกรรม การกำหนดซึ่งกันและกันของ $E \leftrightarrow P$ เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของบุคคลกับสภาพแวดล้อม และการกำหนดซึ่งกันและกันของ $B \leftrightarrow E$ เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมกับสภาพแวดล้อมในชีวิตประจำวันของคนเรา (สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต . 2550: 48-49; อ้างอิงจาก Bandura. 1989: 1-60)

เนื่องจากแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม อธิบายสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากสาเหตุหลัก 2 ประการ คือ 1) ลักษณะทางจิต โดยจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีสาเหตุจาก ลักษณะทางจิต ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อ ความรับผิดชอบต่อสังคม ความผูกพันต่อองค์กร าร ค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อ จิตสาธารณะ และ 2) ลักษณะทางสังคม โดยจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีสาเหตุจาก ลักษณะทางสังคม ได้แก่ การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ลักษณะทางจิตและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุคคลมีลักษณะและคุณสมบัติเฉพาะตัว แตกต่างกันไป ซึ่งมีผลต่อการแสดงออก ทางพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วยและมีผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

2.1.1 เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

เจตคติ (Attitude) เป็นนามธรรมที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ ในชีวิตของบุคคล และมีความสำคัญต่อการตอบสนองทางสังคม ของบุคคลเป็นอย่างมาก นั่นคือ บุคคลมีพฤติกรรมอย่างไรหรือทำอะไรลงไป เจตคติจะเป็นเครื่องกำหนด เจตคติจึงเป็นส่วนหนึ่งของบุคคล และบุคลิกภาพของบุคคล และบุคคลมีเจตคติต่อสิ่ง แวดล้อมต่าง ๆ ในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป (สุชา จันทรเฒ . 2544: 270) ส่วนดวงเดือน พันธุมนาวิน (2531: 125) ให้ความหมายเจตคติว่า หมายถึง จิตลักษณะประเภทหนึ่งของบุคคล อยู่ในรูปของความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกนี้เกิดจากความรู้เชิงประเมินค่าของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งนั้น ว่าสิ่งนั้นเป็นประโยชน์หรือมีโทษมากน้อยเพียงใด ซึ่งทำให้เกิดความพอใจหรือไม่พอใจ และมีความพร้อมที่จะกระทำต่อสิ่งนั้นไปในทางที่สอดคล้องกับความรู้สึกของตนต่อสิ่งนั้น ฉะนั้น บุคคลจึงสามารถมีเจตคติต่อสิ่งต่าง ๆ มากมาย แม้แต่เจตคติต่อตนเองหรือเจตคติต่อการกระทำ อย่างใดอย่างหนึ่ง ส่วน พิชบาย และไอ จัเซน

(งามตา วณิชทานนท์. 2534: 215; อ้างอิงจาก Fishbein; & Ajzen. 1975: 336-339) ได้ให้ความหมายของ เจตคติ ว่าหมายถึง จิตลักษณะประเภทหนึ่งของบุคคล เกิดจากการรู้คิดเชิงประมาณค่าเกี่ยวกับบุคคล หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดในแง่ให้ประโยชน์หรือโทษมากน้อยเพียงใด ทำให้มีความโน้มเอียงไปทางชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งต่าง ๆ โดยมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ รวมทั้งความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมเฉพาะอย่าง เช่น ให้การสนับสนุนช่วยเหลือหรือขัดขวางทำลาย เป็นต้น นอกจากนี้เทอร์สตัน (อ้อมเดือน สดมณี; และคนอื่นๆ. 2548: 24; อ้างอิงจาก Thurstone. 1931; 1946: 39) ได้ให้ความหมายของเจตคติว่า เจตคติเป็นระดับความมากน้อยของความรู้สึก ในด้านบวกและลบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคล สิ่งของ ความคิด บทความ โดยบุคคลสามารถบอกความรู้สึกที่ต่างกันได้ว่า เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

นอกจากนี้ ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2524: 5-9) กล่าวว่า เจตคดียังมีลักษณะที่สำคัญ 2 ลักษณะ คือ 1) มีทิศทาง (Direction) คือ เจตคติจะมีทิศทางไปในทางบวกหรือทางลบ บุคคลจะรู้ว่าสิ่งนั้นดีหรือเลว บุคคลรู้สึก กชอบพอใจ หรือไม่พอใจ ต่อสิ่งนั้น บุคคลพร้อมที่จะให้การสนับสนุนช่วยเหลือ หรือพร้อมที่จะขัดขวางทำลายสิ่งนั้น และ 2) มีปริมาณ (Magnitude) คือ ความเข้มข้นของเจตคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลอาจมีเจตคติต่อสิ่งหนึ่งอย่างรุนแรงมากและมีเจตคติต่ออีกสิ่งหนึ่งเพียงบางเบา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสำคัญของสิ่ง นั้น หรือความเกี่ยวข้องของบุคคลกับสิ่งนั้น

เจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (วิริติ ปานศิลา. 2542: 70; อ้างอิงจาก McGuire. 1969: 155-156; Shaver. 1977: 168-170) คือ 1) ความรู้เชิงประเมินค่า (Cognitive Component) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับวัตถุ สิ่งของหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมทั้งความเชื่อของบุคคลต่อสิ่งเหล่านั้นว่าดีหรือเลว มีประโยชน์หรือมีโทษมากน้อยเพียงใด บุคคลส่วนใหญ่มักจะมีความรู้เชิงประเมินค่าสิ่งของต่าง ๆ เพียงเล็กน้อยและอาจจะ เป็นความรู้ที่ไม่ถูกต้องด้วย ทำให้เกิดอคติหรือมีเจตคติต่อสิ่งนั้น ๆ ไม่ตรงกับความเป็นจริงเป็นผลให้เกิดผลเสียต่อบุคคลหรือส่วนรวมได้ และเนื่องจากความรู้เชิงประเมินค่านี้เป็นต้นกำเนิดของเจตคติของบุคคล ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงเจตคติที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การปรับองค์ความรู้เชิงประเมินค่า โดยการให้ความรู้ที่ตรงกับความจริงแก่บุคคลนั้น ๆ 2) ความรู้สึกทางอารมณ์ (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งนั้น การที่บุคคลรู้ว่าสิ่งใดดีมีประโยชน์ บุคคลจะรู้สึกชอบสิ่งนั้น และตรงกันข้ามถ้ารู้ว่าสิ่งใดมีโทษบุคคลจะไม่ชอบหรือเกลียดสิ่งนั้น ส่วนใหญ่แล้วความรู้สึกพอใจของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ และสอดคล้องกับความรู้เชิงประเมินค่าเกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ ด้วย ตามปกติแล้วถ้าสิ่งใดดีมีประโยชน์โดยตรงต่อตนเอง บุคคลย่อมพึงพอใจมาก แต่ถ้าเป็นประโยชน์ต่อคนอื่นที่ตนไม่รู้จัก หรือเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม โดยที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองไม่มากนัก บุคคลจะรู้สึกพึงพอใจต่อสิ่งนั้นเพียงเล็กน้อย และ 3) ความพร้อมที่จะกระทำ (Behavioral

Intention Component) หมายถึง ความโน้มเอียง หรือ ความพร้อมที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความรู้สึกของตนเอง ซึ่งความโน้มเอียงที่ จะแสดงพฤติกรรมนี้เป็นไปแบบกว้าง ๆ ไม่เฉพาะเจาะจง การที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมได้อย่างเฉพาะเจาะจง ขึ้นอยู่กับจิตลักษณะอื่น ๆ ของบุคคลและสถานการณ์

จากความหมายของเจตคติที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบ ต่อสังคม หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานในการรับรู้เชิงประเมินค่าว่าความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสิ่งที่ดี มีประโยชน์ต่อตนเองและส่วนรวมมากน้อยเพียงใด มีความรู้สึกชอบหรือพอใจต่อ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และเกิดความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสอดคล้องกับความรู้สึกของตน

การวัดเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาการวัดเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม มีผู้สร้างแบบวัดเจตคติ เช่น ในงานวิจัยของ ญัฐสุดา สุจินันท์กุล (2541: 85) ที่ศึกษาปัจจัยด้านครอบครัว การทำงานและลักษณะส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรพยาบาลของพยาบาลวิชาชีพ ได้สร้างแบบวัดเจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานพยาบาลวิชาชีพ เพื่อวัดความรู้เชิงประเมินค่า ความรู้สึก และความพร้อมกระทำ แบบวัดมีลักษณะ เป็นประโยค คำถาม ประกอบด้วย มาตรวัด 6 ระดับ จากจริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย จำนวน 24 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .87 ส่วน มยุรฉัตร สุขดำรง (2547: 44-45) ที่ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินเชื่อย่างมีความ รับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ได้สร้างแบบวัดเจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบต่อ เพื่อวัด ความรู้เชิงประเมินค่า ความรู้สึกพอใจ และความพร้อมที่จะกระทำ แบบวัดมีลักษณะ เป็นประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตรประเมินค่า 6 ระดับ จากจริงที่สุด ถึงไม่จริงที่สุด จำนวน 17 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .92 และ นิชาภัทร โพธิ์บาง (2550: 68) ที่ศึกษาจิตลักษณะทางจิตและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของเจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี ได้สร้างแบบวัดเจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความ รับผิดชอบต่อ เพื่อวัด ความคิดเชิง ประเมินค่า ความรู้สึก และ ความพร้อมที่จะกระทำ แบบวัด มีลักษณะเป็นประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตรประเมินค่า 6 ระดับ จากจริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย จำนวน 48 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .89 นอกจากนี้ จุรีพร ภิบาลจันทร์ (2551: 68) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมป้องกันอันตรายจากการทำงานของพนักงานปฏิบัติการในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตพลาสติกที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ได้สร้างแบบวัดเจตคติต่อพฤติกรรม ป้องกันอันตรายจากการ

ทำงาน เพื่อวัดการรู้คิดเชิงประเมินค่า ความรู้สึกพอใจ และความพร้อมกระทำ แบบวัดมีลักษณะเป็น ประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตราประเมินค่า 6 ระดับ จากจริงที่สุด ถึง ไม่จริงที่สุด จำนวน 16 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .86

ในการวัดเจตคติที่ดีต่อ ความรับผิดชอบต่อสังคม ในครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้สร้าง แบบวัด เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ขึ้นเอง ตามนิยามปฏิบัติการ ที่ครอบคลุม ด้านความรู้เชิง ประเมินค่า ด้านความรู้สึก และด้านความพร้อมที่จะกระทำ แบบวัดมีลักษณะเป็นข้อความ ประโยค คำถาม ที่ประกอบด้วยมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ จากจริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย เพื่อให้ผู้ตอบ ตัดสินใจเลือกทิศทางของคำตอบ โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้ที่มีเจตคติ ที่ ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการประมวลเอกสารและ งานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง กับเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาบททวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับเจตคติต่อพฤติกรรมการทำงาน เจตคติต่อ พฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม และเจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อ สังคมของ ณัฐยา ลือชาติกิตติกุล (2546: 69) ที่ศึกษาลักษณะทางจิตสังคมและลักษณะทางพุทธิที่ เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านบริการของพนักงาน นธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ใน กรุงเทพมหานคร จำนวน 280 คน พบว่า เจตคติต่อการทำงานด้านบริการมีบทบาทสำคัญเป็นลำดับ แรกในการทำนายพฤติกรรมการทำงานด้านบริการ ของพนักงาน ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ส่วน จุรีพร ภิบาลจันทร์ (2551: 191-197) ที่ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมป้องกันอันตรายจากการทำงานของพนักงานปฏิบัติการในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตพลาสติก ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9001: จำนวน 553 คน พบว่า พนักงาน ที่ทำงานในโรงงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ระบบการบริหารงานคุณภาพ มีเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรม ป้องกันอันตรายจากการทำงานมากกว่า พนักงานที่ทำงานในโรงงานที่ยังไม่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ระบบการบริหารงานคุณภาพ พบทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย และยังพบอีกว่า เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรม ป้องกันอันตรายจากการทำงานเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญเป็นลำดับแรกในการทำนายพฤติกรรม ป้องกันอันตรายจากการทำงาน ทั้งด้านตามหน้าที่และ นอกเหนือหน้าที่ พบทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่ม ย่อย ในกลุ่มรวมมีค่า (เบต้าเท่ากับ.32 และ.52) สำหรับ สุกัญญา พูลเดช (2552: 71) ที่ได้ศึกษา ปัจจัย ทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของวิศวกร สังกัดการไฟฟ้าส่วน ภูมิภาค จำนวน 479 คน พบว่า เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรม การทำงานอย่างมีจริยธรรม เป็นปัจจัยที่มี บทบาทสำคัญเป็นลำดับแรกในการทำนายพฤติกรรม การทำงานอย่างมีจริยธรรมของวิศวกรสังกัดการ

ไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .406) นอกจากนี้ มยุรฉัตร สุขดำรง (2547: 60) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินค้าอย่างมีความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สินค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทย ที่ปฏิบัติหน้าที่ในสำนักงานใหญ่ จำนวน 198 คน พบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานสินค้าสามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการทำงานสินค้า ในกลุ่มรวมได้ร้อยละ 58.4 และในกลุ่มย่อยได้ร้อยละ 55.1- 67.3 โดยที่เจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานสินค้าเป็นตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นอันดับแรกในกลุ่มอายุการทำงานมาก และกลุ่มเพศหญิง (เบต้าเท่ากับ .53 และ .43)

จากการศึกษาหลักฐานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในข้างต้นทำให้เห็นว่า เจตคติมีความเกี่ยวข้อง และเป็นตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานและพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ผู้วิจัยจึงคาดว่าพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์ที่มีเจตคติที่ดีมากต่อความรับผิดชอบต่อสังคม น่าจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มากกว่าพนักงานที่มีเจตคติที่ดี น้อยต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

2.1.2 ความผูกพันต่อองค์การ

ความผูกพันต่อองค์การ (Organizational Commitment) เป็นตัวแปรสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์การ เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่พึงประสงค์ขององค์การหลายประการ ที่มีนักวิชาการในสาขาต่าง ๆ อาทิ การจัดการและการบริหารองค์การ จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ พฤติกรรมองค์การ ได้ศึกษาและให้ความหมายไว้ดังต่อไปนี้

สตริงเกอร์ (Stringer. 2002: 12) ได้ให้ความหมายความผูกพันต่อองค์การว่าหมายถึง ความรู้สึกภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์การ เป็นสมาชิกที่มีคุณค่าต่อทีมงาน มีความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามในการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย ขององค์การ มีความผูกพันต่อองค์การที่ปฏิบัติงานอยู่ เช่นเดียวกับ คานเตอร์ (Kanter. 1968: 499) ที่ได้ให้ความหมาย ของความผูกพันต่อองค์การ ไว้ว่าหมายถึง ความรู้สึกเต็มใจของบุคคลที่ยินดีที่จะทุ่มเทกำลังกาย เพื่อทำงานให้กับองค์การ และจะมีความจงรักภักดีให้กับองค์การด้วย ในขณะที่ เชลดอน (Sheldon. 1978: 143-150) ได้ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์การ ว่าหมายถึง ทัศนคติหรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อองค์การ เป็นการประเมินองค์การในด้านบวก ทำให้บุคคลรู้สึกผูกพันกับองค์การ และเป็นความตั้งใจที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ สอดคล้องกับ สเตียร์ (ชูชัย สมितिไกร . 2554: 317; อ้างอิงจาก Steers; & Porter. 1979) ที่ได้ให้ความหมาย ของความผูกพันต่อองค์การ ว่าหมายถึง เป็นภาวะที่บุคคลมีความรู้สึกยึดมั่นในองค์การของตน ยอมรับเป้าหมายขององค์การ เต็มใจที่จะทุ่มเทความอุตสาหะในการทำงานให้แก่องค์การ และปรารถนาที่จะอยู่ในองค์การต่อไป ส่วน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2541: 96) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์การ เป็นระดับที่พนักงานเข้ามาเกี่ยวข้องกับ

กับเป้าหมายขององค์กร และต้องการรักษาสภาพความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรบุคคลใด มีความรู้สึกผูกพันในองค์กรสูง บุคคลเหล่านั้นจะมีความรู้สึกว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ส่วน เมเยอร์ และ อัลเลน (จรัล อุ๋นฐิติวัฒน์ . 2548: 26; อ้างอิงจาก Mayer; Allen; & Smith. 1993: 539; citing Mayer; & Allen. 1991) กล่าวว่า ความผูกพันในองค์กร (Organizational commitment) หมายถึง ความสัมพันธ์ที่พนักงานที่พนักงานแสดงตนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร มีความเชื่อมั่นต่อองค์กร และตัดสินใจที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไปแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความรู้สึก (Affective commitment) ด้านความต่อเนื่อง (Continuance commitment) และด้านความรับผิดชอบ (Normative commitment) โดยที่ ด้านความรู้สึก เป็นความรู้สึกที่พนักงานมีอารมณ์ความรู้สึกที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับ องค์กร และการเข้าไปเกี่ยวข้องและเต็มใจที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป ด้านความต่อเนื่อง เป็น ความรู้สึกของพนักงานที่จะทำงานในองค์กรนี้ต่อไป เนื่องจากตนเองได้ลงทุนลงแรงไปตั้งแต่เข้าเป็น สมาชิกขององค์กร และด้านความรับผิดชอบ เป็นความรู้สึกของพนักงานรับรู้ว่าเป็นหน้าที่และความ รับผิดชอบที่บุคคลต้องสนับสนุนกิจกรรมองค์กรนี้ต่อไป ส่วน เมเยอร์ และอัลเลน (Meyer; & Allen . 1991: 61-89) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นสภาวะจิตใจของบุคคลที่มีต่อองค์กรที่เกิดจาก องค์ประกอบของความผูกพัน 3 ด้าน คือ 1) ความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึก (Affective Commitment) หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกในทางบวกของบุคคลที่ผูกพันกับการทำงานและองค์กร รู้สึกยึดมั่นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร การรับรู้ว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในองค์กร เต็มใจที่จะทุ่มเทและอุทิศตนให้กับองค์กร เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จใน เป้าหมาย 2) ความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่ (Continuance Commitment) หมายถึง อารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลที่ตระหนักถึงความสัมพันธ์อันยาวนานที่ทำงานอยู่ในองค์กร โดยบุคคลรู้สึกว่า การทำงานนั้นเป็นการลงทุนให้กับองค์กรอย่างหนึ่งที่มีการสะสมเรื่อยมา เช่น ผลตอบแทนและ ผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ได้รับจากองค์กร ความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลในองค์กร ทำให้บุคคลไม่อยาก เปลี่ยนแปลงที่ทำงาน เพราะจะรู้สึกว่าจะเสียสิ่งที่ดีหรือผลประโยชน์ ที่ตนควรจะได้รับไปจึงอยู่เพื่อ รักษาผลประโยชน์ และ 3) ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกของบุคคลที่มีพันธะผูกพันต่อองค์กร จากการที่บุคคลประเมินค่า มาตรฐานขององค์กร รู้สึกว่ามีความสมเหตุสมผล เห็นชอบกับค่านิยมและเป้าหมายของขององค์กร จึงยอมรับเชื่อฟังต่อบรรทัดฐานขององค์กร จนเกิดเป็นความผูกพัน และรับรู้ว่าการทำงานในหน้าที่ที่ รับผิดชอบเป็นสิ่งที่ควรจะทำและอยู่เพื่อสนับสนุนกิจกรรมองค์กรต่อไป

จากความหมายของ ความผูกพันต่อองค์การที่กล่าวมา ในข้างต้นสรุปได้ว่า ความผูกพันต่อองค์การ หมายถึง การที่พนักงานมีความสัมพันธ์อันหนักแน่นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์การ รู้สึกผูกพันกับการทำงาน รับรู้ว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ เต็มใจที่จะทำงานอย่างเต็มความสามารถ มีความรู้สึกตระหนักถึงความสัมพันธ์อันยาวนานในการเป็นพนักงาน งานขององค์การ รับรู้ว่าเขาได้ ทำงานทุ่มเทและลงทุนให้กับองค์การไว้มาก มีความรู้สึกที่มีพันธะผูกพันต่อองค์การ รับรู้ว่างค์การมีบุญคุณกับเขาและอยากที่จะทำงานเพื่อสนับสนุนองค์การต่อไป

การวัดความผูกพันต่อองค์การ

จากการศึกษา ความผูกพันต่อองค์การ มีผู้สร้างแบบวัด ความผูกพันต่อองค์การ เช่น ในงานวิจัยของ กฤตยา รัชตสวรรค์ และคนอื่นๆ (2550: 52-56) ที่ศึกษาภาวะผู้นำที่มีผลต่อความผูกพันและประสิทธิผลขององค์การ โดยมีตัวแบบหน้าที่สังคม และ/หรือมีความผูกพันต่อองค์การเป็นตัวเชื่อมโยง : กรณีศึกษา บริษัท บริหารสินทรัพย์ A.B.C จำกัด กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานระดับปฏิบัติงาน โดยได้สร้างแบบวัดความผูกพันต่อองค์การที่พัฒนามาจาก อัลเลนและเมเยอร์ (Allen; & Meyer. 1990) เพื่อวัดความผูกพันต่อองค์การสามองค์ประกอบด้วย ด้านความรู้สึก ด้านการทำงานต่อไป อย่างต่อเนื่อง และด้านบรรทัดฐานของสังคม แบบวัดมีลักษณะเป็นประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตรวัดลิเกิร์ต 5 ระดับ จาก เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 12 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .63 ส่วน วิริณธ์ ธรรมนารถสกุล (2544: 58-59) ที่ศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การต่อผลการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพ : ศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลคั่นกลาง อิทธิพลสอดแทรก ได้สร้างแบบวัดความผูกพันต่อองค์การที่พัฒนามาจากแบบวัด ความผูกพันต่อองค์การของ เมเยอร์ และแอลเลน (Meyer; & Allen. 1991) เพื่อวัดความผูกพันต่อองค์การ 3 ด้าน ซึ่งได้แก่ 1) ด้านความรู้สึก 2) ด้านการคงอยู่ และ 3) ด้านบรรทัดฐาน แบบวัดมีลักษณะเป็น ประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตรส่วนประมาณค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงที่สุด จำนวน 18 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .86 ต่อมา อุทุมพร สุราฤทธิ์ (2547: 53-54) ได้ศึกษาปัจจัยด้านจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านบริการ ของพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์ ได้สร้างแบบวัดความผูกพันต่อองค์การที่พัฒนามาจากแบบวัดความผูกพันต่อองค์การของ เมเยอร์ และแอลเลน (Meyer; & Allen . 1991) และของ วิริณธ์ ธรรมนารถสกุล (2544) เพื่อวัด ความผูกพันต่อองค์การ โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ 1) ความผูกพันต่อองค์การด้านความรู้สึก 2) ความผูกพันต่อองค์การด้านการคงอยู่ และ 3) ความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐาน แบบวัดมีลักษณะเป็น ประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตรส่วนประมาณค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย จำนวน 12 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .85

ในการวัดความผูกพันต่อองค์กร จะวัดโดยใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยปรับปรุงข้อคำถาม จากแบบวัดความผูกพันต่อองค์กร ของ วิริณัฏฐ์ ธรรมนารถสกุล (2544) เพื่อวัดความผูกพันต่อองค์กร ที่ครอบคลุม ในด้านความรู้สึก ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐาน แบบวัดมีลักษณะเป็นข้อความ ประโยคคำถามที่ประกอบด้วยมาตราส่วนประเมินค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย โดยผู้ที่ตอบ ได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้ที่มี ความผูกพันต่อองค์กร สูงกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนรวม น้อยกว่า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ความผูกพันต่อองค์กร เช่น งานวิจัยของ นิยดา ศรีหานาม (2543: 71) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัทเอกชนขนาดใหญ่ของคนไทยแห่งหนึ่งจำนวน 450 คน พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรสามารถทำนายจริยธรรมในการทำงานได้ร้อยละ 22.5 และ กาญจนา เหมะธรร (2542: 85) ที่ศึกษา พฤติกรรมการทำงานของพนักงานสายการผลิต บริษัท สหโม เสค อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) จำนวน 605 คน พบว่า พนักงานที่มีระดับความผูกพันต่อองค์กรมาก มีพฤติกรรมการทำงานจากการประเมินตนเองสูงกว่าพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน วีรพร สุทธิโส (2550) ที่ศึกษา การรับรู้วัฒนธรรมขององค์กร ความผูกพันต่อองค์กร และพฤติกรรมการทำงานของพนักงานโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์ จำนวน 345 คน พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึก ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานและยังพบอีกว่า ความผูกพันต่อองค์กรร่วมกับอีก 1 ตัวแปร สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานได้ร้อยละ 22.3 นอกจากนี้ อุทุมพร สุรารุทธิ (2547: 62) ได้ศึกษาปัจจัยด้านจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านบริการของ พนักงานให้บริการทางโทรศัพท์ จำนวน 184 คน พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานด้านบริการของ พนักงานให้บริการ ทางโทรศัพท์ ได้ทั้ง ในกลุ่มรวมและ กลุ่มย่อยทุกกลุ่ม โดยความผูกพันต่อองค์กร ร่วมกับอีก 3 ตัวแปร สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการทำงานด้านบริการของพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์ได้ร้อยละ 56.9

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้เห็นว่า ความผูกพันต่อองค์กร มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน ผู้วิจัยจึงคาดว่าพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ที่มีความผูกพันต่อองค์กร สูง น่าจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำ

2.1.3 ค่านิยมชื่อเสียงและมีความรับผิดชอบ

ค่านิยม (Value) เป็นแนวทางหรือแนวคิดเพื่อให้บุคคลได้ใช้เป็นมาตรฐานในการเลือกกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเป็นสิ่งที่ช่วยให้บุคคลสามารถตัดสินใจในการกระทำของตน (วัชรพล ศุภจักรวัฒนา. 2550: 8; อ้างอิงจาก Kluckhohn; & Murray. 1953: 204) ค่านิยม หมายถึง ความเชื่อของมนุษย์ทั้งหลาย ในสังคมที่มีร่วมกัน เกี่ยวกับสิ่งที่ควรทำหรือสิ่งที่ควรห้ามด้านวิถีปฏิบัติทั้งหลายที่เป็นอุดมคติและจุดหมายปลายทางทั้งหลาย เป็นอุดมคติของการดำเนินชีวิต (Roksaeh. 1980: 262) ค่านิยมเป็นความเชื่อที่บุคคลยึดถือว่าจะ ไรคือเป้าหมายที่ต้องการ ไรคือเป้าหมายที่ไม่ต้องการ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับวิถีทางที่บุคคลนั้นเชื่อว่าถ้าปฏิบัติแล้วจะไปถึงเป้าหมายที่เขาต้องการและเขาจะทำทุกอย่างเพื่อให้ได้สิ่งนั้นมา ค่านิยมเป็นต้นทางของเจตคติของบุคคล เมื่อบุคคลนิยมยึดถือว่าสิ่งใดมีค่าที่เขาต้องการจะทำให้เกิดเจตคติพอใจในสิ่งนั้น กล่าวคือ มีอิทธิพลทำให้เกิดความโน้มเอียงที่จะทำพฤติกรรมให้เข้าใกล้หรือได้มาซึ่งสิ่งนั้น (Kalish. 1973: 340-343) ส่วน วิลลาสลักษณ์ ชวัลลดี และคนอื่น ๆ (2547: 25) ได้ให้ความหมายของค่านิยมและระบบ ของค่านิยม ว่าหมายถึง สิ่งที่บุคคลให้ความสำคัญ ค่านิยมทางบวกเป็นค่านิยมที่ควรส่งเสริม ส่วนค่านิยมทางลบ เป็นค่านิยมที่ต้องมีการปรับปรุง แต่ถ้าเป็นค่านิยมในทางลบหรือไม่ดีมากก็ควรตัดทิ้ง ค่านิยมของสังคม (Social Value) ประกอบกับการถ่ายทอดทางสังคม (Socialization) และปัจจัยภายในตัวบุคคลเอง เช่น บุคลิกภาพของบุคคลผู้นั้น จะส่งผลให้เกิดเป็นค่านิยมส่วนบุคคล (Personal Value) และค่านิยมที่บุคคลยึดถือนี้ จะส่งผลต่อความคิด จิตใจ และพฤติกรรมของผู้นั้น แต่ค่านิยมไม่ใช่เรื่องอิทธิพลทางเดียว แต่เป็นอิทธิพลสองทาง กล่าวคือ ความคิด จิตใจ และพฤติกรรมของบุคคลก็จะสามารถทำให้ค่านิยมส่วนบุคคลเปลี่ยนแปลงไปได้ และค่านิยมส่วนบุคคลก็สามารถส่งผลกระทบต่อค่านิยมของสังคมได้เช่นกัน

เมื่อบุคคลยึดถือค่านิยมใดเป็นค่านิยมที่สำคัญที่สุดของเขา ค่านิยมนั้นจะเป็นตัวจิตสำนึกหรือเป็นสิ่งที่ปรารถนาหรือสิ่งที่บุคคลต้องการ ซึ่งมีความสำคัญในการ 1) ชี้นำแนวทางให้กระทำพฤติกรรมที่สนองตอบต่อค่านิยมนั้นอย่างสม่ำเสมอในทุกสถานการณ์ เช่น บุคลิก ค่านิยมของความซื่อสัตย์ 2) เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ เมื่อค่านิยมเป็นการเชื่อว่าการกระทำเช่นใดถูก การกระทำเช่นใดผิด บุคคลจะยึดถือที่จะทำในสิ่งที่ตนคิดว่าถูก และจะไม่ทำในสิ่งที่ตนคิดว่าผิด 3) เป็นมาตรฐานในการประเมินและการตัดสินใจการกระทำ ของผู้อื่นว่าถูกหรือผิด 4) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ในเป้าหมายของบุคคลหรือขององค์การ และวิธีการของบุคคลหรือขององค์การว่าเป็นสิ่งที่ดีที่ถูกต้อง หรือเป็นสิ่งที่ไม่ดีหรือไม่ถูกต้อง 5) เป็นตัวทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างบุคคลสองฝ่าย ได้และส่งผลต่อกิจกรรมสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น บุคคลที่มีค่านิยมมุ่งความสำเร็จในงานเป็นเลิศจะมีความขัดแย้งกับบุคคลที่มีค่านิยมในการทำงานแบบแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และ 6) เป็นตัวกำหนดการกระทำของบุคคล ไม่ว่าค่านิยมนั้นจะมีคุณธรรมหรือไร้คุณธรรมก็ตาม (สิริอร วิชชาวุธ. 2553: 221)

ศูนย์ส่งเสริมจริยธรรมสถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน ซึ่งมีอำนาจหน้าที่หลักในการกำหนดและจัดทำค่านิยมสร้างสรรค์เป็นคุณธรรมประจำใจให้เจ้าหน้าที่ของรัฐ พึงยึดถือ เพื่อสร้างวัฒนธรรมการทำงานใหม่ให้งานภาครัฐบังเกิดผลตามแนวทางของแผนการปฏิรูประบบบริหารภาครัฐที่มุ่งสร้างประโยชน์ให้สูงสุดแก่ประชาชนและประเทศชาติ ถือได้ว่าเป็นมาตรฐานกลาง ของพนักงานและลูกจ้างอื่นของรัฐเพื่อป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบและเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ ต่อมารัฐบาลได้ปฏิรูประบบราชการ การปรับปรุงระบบค่านิยมและวัฒนธรรมการทำงานใหม่ โดยเริ่มต้นจากการใช้ยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมและปรับเปลี่ยน ынวิสัยทัศน์ วัฒนธรรม และค่านิยมในการทำงาน โดยให้แต่ละส่วนราชการจัดทำแถลงค่านิยมสร้างสรรค์ (Value Statement) เพื่อเป็นการปฏิรูประบบ มีสมรรถนะ มีคุณภาพ มีคุณธรรม และมีประสิทธิภาพสูง เป็นที่เชื่อถือและศรัทธาของประชาชน จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการศึกษาและกำหนดความหมาย ค่านิยมสร้างสรรค์ไว้ดังนี้ ค่านิยมสร้างสรรค์ หมายถึง ค่านิยมที่ดีมีประโยชน์ต่อสังคมที่ได้รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง นอกจากนั้น ยังหมายถึง ค่านิยมใหม่ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน และเข้ามาแทนที่ค่านิยมเก่าที่ไม่สามารถแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น และที่ไม่สามารถแก้ปัญหาสังคมโลกาภิวัตน์ได้ (สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน. 2546) โดยสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน รมณรงค์ให้ข้าราชการเป็นคนรุ่นใหม่ที่นิยมความรู้และคู่คุณธรรม สนับสนุนให้ วิลาสลักษณ์ ชวัลลี และคนอื่นๆ ทำการ จัดประชุมสัมมนา กลุ่มย่อยกับผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อปรับชื่อและกำหนดความหมายของค่านิยมสร้างสรรค์ 5 ประการขึ้นใหม่ โดยค่านิยมทั้ง 5 ประการ ได้แก่ 1) ค่านิยมกล้ายึดหยัดทำในสิ่งที่ถูกต้อง 2) ค่านิยมซื่อสัตย์และมีความรับผิดชอบ 3) ค่านิยมโปร่งใส ตรวจสอบได้ 4) ค่านิยมไม่เลือกปฏิบัติ แล 5) ค่านิยมมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน และได้ให้ความหมาย พฤติกรรมค่านิยมซื่อสัตย์และมีความรับผิดชอบต่อ การปฏิบัติหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา แยกเรื่องส่วนตัวออกจากหน้าที่การงานและมีความรับผิดชอบต่อประชาชน ต่อผลการปฏิบัติงานองค์การ และต่อการพัฒนาปรับปรุงระบบราชการ และราชการ ข้าราชการเห็นว่าเรื่องต่อไปนี้มีคุณค่าควรปฏิบัติ ได้แก่ 1) การปฏิบัติหน้าที่เต็มความสามารถด้วยความรับผิดชอบต่อ 2) รักษาเกียรติของข้าราชการ 3) การตรงต่อกำหนดกา หนดหมายต่าง ๆ 4) ไม่นำทรัพยากรของทางราชการมาเป็นของตน และ 5) การปฏิบัติหน้าที่อย่างถูกต้องด้วย จิตใจที่มั่นคงและภาคภูมิใจ (วิลาสลักษณ์ ชวัลลี; และคนอื่นๆ. 2547: 26)

จากการศึกษานियามผู้วิจัยพบว่า ค่านิยมที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ค่านิยมซื่อสัตย์และมีความรับผิดชอบต่อ เนื่องจากค่านิยมดังกล่าวนี้ มีความหมายที่สอดคล้อง ที่ให้ความหมายว่า เป็นสิ่งที่บุคคลเห็นว่า เรื่องต่อไปนี้เป็นสิ่งที่มีคุณค่าควรปฏิบัติ ได้แก่ การปฏิบัติหน้าที่เต็มความสามารถด้วยความรับผิดชอบต่อ ตรงไปตรงมา มีความรับผิดชอบต่อประชาชน ต่อผลการปฏิบัติงานองค์การ ตรงต่อการกำหนดน้ดหมายต่าง ๆ

จากความหมายของค่านิยมข้อสี่ดีและมีความรับผิดชอบที่กล่าวมาในข้างต้นสรุปได้ว่า ค่านิยมข้อสี่ดีและมีความรับผิดชอบ หมายถึง สิ่งสำคัญที่พนักงานสำนึกอยู่เสมอเพื่อใช้ในการตัดสินใจว่าควรปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนอย่างเต็มความสามารถ ด้วยความถูกต้องตรงไปตรงมา ตรงต่อเวลาและการนัดหมายต่าง ๆ ใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างคุ้มค่า คำนึงถึงผลการปฏิบัติงานรวมถึงการปรับปรุงพัฒนาระบบงานให้สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท

การวัดค่านิยมข้อสี่ดีและมีความรับผิดชอบ

จากการศึกษาการวัดค่านิยมข้อสี่ดีและมีความรับผิดชอบ เช่น ในงานวิจัยของ วิลาสลักษณ์ ชิววลี และคนอื่นๆ (2547: 112-116) ที่ได้ศึกษาบุคคลตัวอย่างและเครื่องชี้วัดเพื่อนำไปสู่การพัฒนาพฤติกรรมข้าราชการยุคใหม่ ได้สร้างแบบวัดพฤติกรรมทำงานตามค่านิยมสร้างสรรค์ 5 ประการขึ้น นำมาใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการ ลักษณะของประโยคคำถาม เป็นมาตราส่วนประเมินรวมค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงที่สุด จำนวน 50 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .89 โดยแบบวัดค่านิยมข้อสี่ดีและมีความรับผิดชอบ ลักษณะของประโยคคำถาม เป็นมาตราส่วนประเมินรวมค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงที่สุด จำนวน 11 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .64 ต่อมา ปิยวรรณ บุญเพ็ญ (2550: 44-45) ได้ศึกษา ค่านิยมสร้างสรรค์และสถานการณ์การทำงานที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ได้นำแบบวัดของ วิลาสลักษณ์ ชิววลี และคนอื่นๆ (2547) มาปรับใช้ ลักษณะของแบบวัด เพื่อวัดค่านิยมข้อสี่ดีและมีความรับผิดชอบ ของบุคลากรสายวิชาการ ลักษณะของประโยคคำถาม เป็นแบบมาตราส่วนประเมินรวมค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงที่สุด จำนวน 9 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .64

ในการวัดค่านิยมข้อสี่ดีและมีความรับผิดชอบ จะวัดโดยใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยปรับปรุงข้อคำถามจากแบบวัดค่านิยมข้อสี่ดีและมีความรับผิดชอบของข้าราชการ ของ วิลาสลักษณ์ ชิววลี และคนอื่นๆ (2547) แบบวัดมีลักษณะเป็นข้อความประโยคคำถามที่ประกอบด้วยมาตราประเมินค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัด สูงกว่าถือว่าเป็นผู้มี ค่านิยมข้อสี่ดีและมีความรับผิดชอบสูงกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวกับค่านิยมข้อสี่ดีและมีความรับผิดชอบ เช่น ในงานวิจัยของ เรืองอุไร อมรไชย (2550: 89) ที่ได้ศึกษาปัจจัยด้านจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลชุมชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เป็นพยาบาลวิชาชีพที่มีป ะสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 1 ปี ในโรงพยาบาลชุมชน จำนวน 404 คน พบว่า ค่านิยมการทำงานมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวก ต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ และ ปิยวรรณ บุญเพ็ญ (2550: 58-68) ที่ศึกษาค่านิยมสร้างสรรค์และสถานการณ์การทำงานที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานวิจัยอย่างมีป ะสิทธิภาพของบุคลากรสายวิชาการ ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ จำนวน 250 คน ที่พบว่า บุคลากรสายวิชาการที่มีค่านิยม ชื่อสัตย์และความมีรับผิดชอบสูง มีพฤติกรรมการทำงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ ในแต่ละด้านสูงกว่า บุคลากรที่มีค่านิยม ชื่อสัตย์และความมีรับผิดชอบต่ำ และยังพบอีกว่า ค่านิยมชื่อสัตย์และความมีรับผิดชอบ และ ค่านิยมมุ่งสัมฤทธิ์ผลของงาน ร่วมกันสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ ในกลุ่มรวม ได้ร้อยละ 30 และในกลุ่มบุคลากรสายวิชา การที่มีอายุราชการน้อยได้ร้อยละ 31 ส่วน บุคลากรวิชาการที่มีอายุราชการมากค่านิยมชื่อสัตย์และมีความมีรับผิดชอบเพียงตัวเดียวสามารถ ทำนายพฤติกรรมการทำงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพได้ร้อยละ 12

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้เห็นว่า ค่านิยมชื่อสัตย์และความมีรับผิดชอบมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน ผู้วิจัยจึงคาดว่า พนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์ที่มีค่านิยมชื่อสัตย์และความมีรับผิดชอบ สูง น่าจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรม การทำงานที่มี ความมีรับผิดชอบ ต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีค่านิยมชื่อสัตย์และความมีรับผิดชอบต่ำ

2.1.4 จิตสาธารณะ

จิตสาธารณะ (Public Mind) พบว่า มีการใช้คำศัพท์ที่ใช้เรียกที่แตกต่างกันออกไป เช่น จิตสำนึกสาธารณะ จิตสำนึกสาธารณะสมบัติ จิตสำนึกทางสังคม ซึ่งมีผู้ที่ได้ให้ความหมายเอาไว้หลายท่านดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2542: 14) ได้ให้ความหมายของ จิตสาธารณะ ว่าหมายถึง การรู้จักเอาใจใส่และเป็นธุระและเข้าร่วมในเรื่องของส่วนรวมที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ มีความสำนึกและยึดมั่นในระบบคุณธรรม จริยธรรมที่ดีงาม เน้นความเรียบร้อย ประหยัด และมีความสมดุลระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ สำหรับ เกียรติศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543: 17) ได้ให้ความหมายของ คำว่าจิตสาธารณะ ว่าหมายถึง ความคิดที่ไม่เห็นแก่ตัว มีความปรารถนาที่จะช่วยเหลือ ช่วยแก้ปัญหา ให้แก่ผู้อื่นหรือสังคม พยายามขวนขวายโอกาสที่จะช่วยเหลืออย่างจริงจัง และมองโลกในแง่ดี บนพื้นฐานของความเป็นจริง ในขณะที่ อรพินทร์ ชูชม และคนอื่นๆ (2549: 10) ได้ให้ความหมายของคำว่า จิตสาธารณะ ว่าหมายถึง การที่บุคคลตระหนักรู้และคำนึงถึงประโยชน์สุขของส่วนรวมและสังคม เห็นคุณค่าในการเอาใจใส่ ดูแลรักษาสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่เป็นของส่วนรวม และ ศักดิ์ชัย นิรัญทวี (2541: 57) ได้ให้ความหมาย ของคำว่าจิตสาธารณะ ว่า หมายถึง การมีจิตใจที่คำนึงถึงประโยชน์ของ

ส่วนรวม คำนึงความสำคัญของ สิ่งอันเป็นของที่ต้องใช้ หรือมีผลกระทบร่วมกันในชุมชน นอกจากนี้ ฤทธิ์ อจาปุรุ (2544: 37) ที่ได้ให้ความหมายของคำว่าจิตสำนึกสาธารณะ ว่าหมายถึง ความตระหนักของบุคคลถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้เกิดความรู้สึกปรารถนาที่จะช่วยเหลือสังคม ต้องการที่จะเข้าไปแก้วิกฤติการณ์ โดยรับรู้สิทธิควบคู่ไปกับหน้าที่ และความรับผิดชอบ สำนึกถึงพลังของตนว่า สามารถแก้ปัญหาได้

ชาย โปธิสิตา (2543: 14 -16) ได้ให้ความหมายจิตสำนึกสาธารณะสมบัติ ว่าคือ การใช้สาธารณสมบัติอย่าง รับผิดชอบ หรือ การรับผิดชอบต่อสาธารณสมบัติ ซึ่งมี 2 ประการ คือ 1) รับผิดชอบต่อสาธารณสมบัติ ด้วยการหลีกเลี่ยงการใช้การกระทำที่ก่อให้เกิดความชำรุด เสียหายต่อสาธารณสมบัติ นั้น ๆ รวมไปถึงการถือเป็นหน้าที่ที่จะมีส่วนร่วมในการดูแลสาธารณสมบัติ ในวิสัยทัศน์ที่ตนทำได้ 2) การเคารพสิทธิในการใช้สาธารณสมบัติของผู้อื่น เพราะสาธารณสมบัติคือของที่คนทั่วไปมีสิทธิในการเข้าถึงและใช้ ประโยชน์ คำนึงว่าคนอื่นมีสิทธิใช้เช่นเดียวกัน จึงต้องไม่ยึดสาธารณสมบัติไว้เป็นของส่วนตัวและไม่ปิดกั้นการใช้ประโยชน์ของผู้อื่น และในงานวิจัยของชาย โปธิสิตา ที่ได้สรุปความเข้าใจของจิตสำนึกต่อสาธารณสมบัติ หรือจิตสาธารณะไว้ 2 ระดับ คือ 1) เป็นจิตสำนึกแบบ Passive คือ จิตสำนึกแบบที่บุคคลไม่ต้องทำอะไรมาก เพียงแต่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายหรือไม่ทำลายสาธารณสมบัติที่ตนใช้ก็พอ ซึ่งเป็นการแสดงออกว่าบุคคลมีความเข้าใจว่าควรหรือไม่ควรปฏิบัติอย่างไรกับสาธารณสมบัติ และ 2) จิตสำนึก แบบ Active เป็นระดับที่บุคคลกระทำการอันแสดงว่าเขามีความรับผิดชอบต่อสาธารณะสมบัติ ไม่ว่าจะได้ใช้หรือไม่ได้ใช้สาธารณสมบัตินั้นก็ตาม เช่น การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาสาธารณสมบัติที่ชำรุดเสียหาย

จากความหมายของจิตสาธารณะ ที่กล่าวมา ในข้างต้นสรุปได้ว่า จิตสาธารณะ หมายถึง ความตระหนักของพนักงานที่เกิดภายในตนและความรู้สึกปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้อื่นและส่วนรวม มีความสำนึกในการดูแลรักษาสิ่งของส่วนรวม รักษากฎระเบียบที่กำหนดร่วมกัน และอาสาทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

การวัดจิตสาธารณะ

จากการศึกษาการวัด จิตสาธารณะ มีผู้สร้างแบบวัด จิตสาธารณะขึ้น เช่น ในงานวิจัยของ ฤทธิ์ อจาปุรุ (2544) ที่ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ภาวะผู้นำ รูปแบบการดำเนินชีวิต และความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตัวเอง กับการมีจิตสาธารณะของนักศึกษาพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร ได้สร้างแบบวัดจิตสาธารณะ ที่มี 2 องค์ประกอบ องค์ประกอบแรก จิตสาธารณะ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน 2) ด้านการวิเคราะห์ วิพากษ์ วิจาร์ณปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม 3) ด้านความรัก ความเอื้ออาทรและ

ความสามัคคี และ 4) ด้านการรับรู้และสามารถในการผลักดันเพื่อแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นในสังคม องค์ประกอบ ที่สอง แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการปฏิบัติตนในการแก้ไขปัญหา สังคม และ 2) ด้านการมีเครือข่ายในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ในส่วนพฤติกรรมที่แสดงการ มีจิตสำนึกสาธารณะ ต่อมา โกศล มีความดี (2547) ได้สร้างแบบวัดจิตสาธารณะของข้าราชการตำรวจ ขึ้นใหม่ตามนิยาม ปฏิบัติการ โดยนำแบบวัดของ หฤทัย อาจปฐุ (2554) และ จันทร์จิรา มูลเมือง (2535) มาเป็นแนวทางการ สร้างข้อคำถาม ลักษณะของประโยคคำถาม เป็นแบบมาตร ประเมินค่า 5 ระดับ จาก มากที่สุด ถึง น้อยที่สุด จำนวน 21 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .92 นอกจากนี้ อรพินทร์ ชูชม และคนอื่นๆ (2549: 34) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญา และคุณภาพชีวิตของเยาวชนไทย และได้สร้างแบบวัดจิตสำนึกทางปัญญา เพื่อวัดจิตสำนึกทางปัญญา 3 ด้าน คือ 1) ด้าน ความฉลาดทางอารมณ์ 2) ด้านจิตสำนึกการบริโภคดี วัยปัญญา และ 3) ด้าน จิตสาธารณะ แบบวัดมีลักษณะเป็น ประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ จาก จริง ถึง ไม่จริง จำนวน 21 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .86 โดยที่แบบวัดจิตสาธารณะ มีจำนวน 7 ข้อ และมีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .81

ในการวัดจิตสาธารณะจะวัดโดยใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยปรับปรุงข้อคำถามจากแบบวัด ของ อรพินทร์ ชูชม และคนอื่นๆ (2549) และ โกศล มีความดี (2547) แบบวัดมีลักษณะเป็นข้อความ ประโยคคำถามที่ประกอบด้วยมาตราส่วนประเมินค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย โดยผู้ที่ตอบได้ คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้ที่มีจิตสาธารณะสูงกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตสาธารณะ เช่น ในงานวิจัยของ ธรณธันย์ อัมภานุกิจ (2551: 56) ที่ศึกษาลักษณะทางจิตและลักษณะทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมประหยัดพลังงานไฟฟ้า ในอาคารสำนักงาน ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด จำนวน 327 คน พบว่า ความตระหนัก เกี่ยวกับปัญหาการขาดแคลนพลังงานไฟฟ้า มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมประหยัด พลังงานไฟฟ้า โดยมีค่า (อาร์เท่ากับ .24) และ อรพินทร์ ชูชม และคนอื่นๆ (2549: 49-50) ที่ได้ศึกษา การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญาและคุณภาพชีวิตของเยาวชนไทย จำนวน 1,312 คน พบว่า เยาวชนที่มีจิตสำนึกทางปัญญาสูงจะมีคุณภาพชีวิตที่ดีมากกว่าเยาวชนที่มี จิตสำนึกทางปัญญาต่ำกว่า และยังพบอีกว่า จิตสำนึกทางปัญญา มีอิทธิพลทางบวก โดยตรง ต่อ พฤติกรรมเพื่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .58) ความสามารถในการแก้ปัญหา มีค่า (เบต้าเท่ากับ .32) และคุณภาพชีวิต มีค่า (เบต้าเท่ากับ .56)

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้เห็นว่า จิตสาธารณะ มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่พึงปรารถนาต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงคาดว่าพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์ที่มีจิตสาธารณะสูงน่าจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่ำ

2.2 ลักษณะทางสังคมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะทางสังคมเป็นสถานการณ์ภายนอก ที่มีผลต่อการแสดงออก ของบุคคล และเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

2.2.1 การมีตัวแบบที่ดี

จากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ที่กล่าวว่า พฤติกรรมส่วนมากของมนุษย์เกิดจากการเรียนรู้ การเรียนรู้มี 2 รูปแบบ คือ การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงหรือการเรียนรู้จากผลการทำงานและการเรียนรู้จากการสังเกต ในประเด็นของการเห็นแบบอย่างเป็นการเรียนรู้จาก การสังเกต เกิดจากการสังเกตตัวแบบ (Model) ว่าตัวแบบทำอะไร ทำอย่างไร มีกฎเกณฑ์อย่างไร เมื่อสังเกตแล้วก็นำมาคิดว่าตนสามารถทำพฤติกรรมใหม่ได้อย่างไร (ธีระพร อุวรรณโณ. 2537: 239) การมีแบบอย่างหรือตัวแบบจัดเป็นลักษณะกา รถ่ายทอดทางสังคมในงานอย่างหนึ่งซึ่งผู้ถ่ายทอด (Socializing Agents) อาจเป็นพ่อ แม่ ครู เพื่อนร่วมงาน ตัวแบบในละครหรือหนังสือการถ่ายทอด ทางสังคม อาจพิจารณาว่าเป็นแบบทางการ ซึ่งผู้ถ่ายทอดมักได้แก่ นักศึกษาทุกระดับ รวมทั้งผู้ฝึกอบรม ในหน่วยงานต่าง ๆ ด้วย ส่วนการถ่ายทอดแบบไม่เป็นทางการ ผู้ถ่ายทอดมักได้แก่ พ่อแม่ หรือเพื่อนต่าง ๆ อีกทั้งการถ่ายทอดทางสังคมจะเป็นกระบวนการสองทางที่ผู้ถ่ายทอดและผู้รับการถ่ายทอด สามารถมีอิทธิพลซึ่งกันและกันได้ (วิลลาสลักษณะน์ ชิววลลี. 2544: 1) ในสถานการณ์ทั่วไป เมื่อบุคคล เห็นคนอื่นกระทำพฤติกรรมบางอย่างเป็นแบบอย่างแล้ว บุคคลผู้เห็นจะกระทำพฤติกรรมชนิดเดียวกันนี้มากขึ้นกว่าเดิม การมีแบบอย่างที่ดี ในการทำงาน หมายถึง การรับรู้พฤติกรรมการทำงานของตัวแบบใน ทำนองของการทำงานอย่างตั้งใจจริง มีความซื่อสัตย์สุจริตในการทำงาน และมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตน การมีแบบอย่างที่ดีในการทำงานอาจอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ทฤษฎีนี้ อธิบายถึงวิธีการและกระบวนการที่บุคคลได้รับอิทธิพลจากสังคม ทำให้เกิดการยอมรับลักษณะและ กฎเกณฑ์ทางสังคมมาเป็นลักษณะของตน ทฤษฎีประเภทนี้เอาหลักการเสริมแรง (Principle of Reinforcement) และหลักการเชื่อมโยง (Principle of Association) มาใช้อธิบายปรากฏการณ์ทาง สังคม ทฤษฎีการเรียนรู้ได้เน้นการเรียนรู้โดยบังเอิญและการเลียนแบบ ซึ่งทำให้บุคคลมีพฤติกรรม ที่แปลกใหม่หรือแตกต่างไปจากเดิมได้โดยง่าย โดยทฤษฎีนี้ได้ให้ความสำคัญแก่ลักษณะของ สถานการณ์ ที่จะเป็นเครื่องกระตุ้นให้บุคคลกระทำพฤติกรรมซ้ำ ๆ จนกลายเป็นลักษณะนิสัยของ บุคคลนั้นไปในที่สุด สิ่งที่จะกระตุ้นให้บุคคลกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ได้คือ การหวังความพอใจและ การหลบหลีกความทุกข์ (ดวงเดือน พันธุมนาวิน; และเพ็ญแข ประจันปัจจนึก. 2520: 11)

แบนดูรา (Bandura. 1997-1986) มีแนวคิดว่าการเรียนรู้ของบุคคลเรียนรู้โดยการสังเกต หรือการเลียนแบบ (Observational or Modeling Learning) โดยสิ่งแวดล้อมและตัวผู้เรียนมีความสำคัญเท่าๆ กัน ผู้เรียนและสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อกันและกัน เนื่องจากการเรียนรู้เกิดปฏิสัมพันธ์ (Interact) กับสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมของมนุษย์หลายอย่างจึงเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม (ลีวีออร์ วิชาวุธ; และคนอื่นๆ. 2554: 136) ทฤษฎีการเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบ (Social Cognitive Learning Theory) ของแบนดูรา (Bandura. 1997: 89) แบ่งกระบวนการเรียนรู้แบบเลียนแบบไว้ 4 กระบวนการ ได้แก่ 1) กระบวนการใส่ใจ (Attentional Processes) คือ การที่บุคคลมีความเอาใจใส่ สนใจรับรู้ในพฤติกรรมของตัวแบบเพื่อทำการเลียนแบบ 2) กระบวนการเก็บจำ (Retention Processes) คือ เมื่อบุคคลสนใจแล้วทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ โดยบุคคลสามารถจดจำพฤติกรรมของตัวแบบไว้ได้มากน้อยเพียงใดในการเลียนแบบ 3) การแสดงออก (Production Processes) เมื่อบุคคลจดจำพฤติกรรมของตัวแบบได้แล้ว บุคคลจะนำเอาการเก็บจำเป็นสัญลักษณ์มาแปลงเป็นการกระทำที่คล้ายคลึงกับตัวแบบ 4) กระบวนการจูงใจ (Motivation Processes) คือ ตัวจูงใจมีความสำคัญที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมตามตัวแบบออกมา เช่น การที่บุคคลเห็นตัวแบบทำพฤติกรรมหนึ่ง ๆ แล้วได้รับการเสริมแรงทำให้ผู้สังเกตเกิดความรู้สึกพอใจและได้ชื่นชมตัวแบบไปพร้อมกัน ซึ่งมีผลทำให้ผู้สังเกตจะประเมินตนเองว่าสามารถทำพฤติกรรมตามตัวแบบได้ เมื่อประสบความสำเร็จก็จะยิ่งภูมิใจในตัวแบบมากขึ้น (ประทีป จินนี. 2540: 97-102)

จากความหมายของการมีตัวแบบ ที่ดีที่กล่าวมาในข้างต้นสรุปได้ว่า การมีตัวแบบที่ดี หมายถึง ปริมาณการรับรู้ของพนักงานว่าหัวหน้า งานและเพื่อนร่วมงาน ในหน่วยงานของตน มีพฤติกรรมการทำงานที่ดี ความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งที่ดี มีความสามารถในการทำงานได้ดี และประสบความสำเร็จ

การวัดการมีตัวแบบที่ดี

จากการศึกษาการวัดการมีตัวแบบที่ดี มีผู้สร้างแบบวัดการมีแบบอย่างที่ดีจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานขึ้น เช่น ในงานวิจัยของ วิลลาสลักษณ์ ชั่ววัลลี และคนอื่นๆ (2547: 112) ได้สร้างแบบวัดการมีแบบอย่างในการทำงาน ลักษณะของแบบวัดเป็นการวัดปริมาณการสังเกตเห็นหรือรับรู้ของบุคคลว่ามีบุคคลอื่น ซึ่งมีความสำคัญกับตนได้กระทำพฤติกรรมทั้งดีและไม่ดีในการปฏิบัติหน้าที่ราชการ โดยวัดจากสมาชิกในหน่วยงาน ประกอบด้วยหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน แบบวัดมีลักษณะเป็นประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงที่สุด จำนวน 15 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .89 ต่อมา นิชาภัทร โพธิ์บาง (2550: 69-70) ได้ศึกษา ลักษณะจิตใจและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานราชการอย่างมี

จริยธรรมของเจ้าหน้าที่การเงินและการบัญชี ได้สร้างแบบวัดการเห็นแบบอย่างที่ดีจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน โดยปรับปรุงมาจากแบบวัดของ วิลาสลักษณ์ ชวัลลดี และคนอื่นๆ (2547) แบบวัดมีลักษณะเป็นประโยคคำถามประกอบด้วยมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย จำนวน 15 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .87 และ วรวรรณ อร่ามพงษ์ (2551: 73-74) ที่ได้ศึกษาตัวแปรทางจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง อกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของสัตวแพทย์ สังกัดกรมปศุสัตว์ ได้สร้างแบบวัด การมีแบบอย่างที่ดีจากบุคลากรในหน่วยงาน โดยปรับปรุงมาจากแบบวัดของ วิลาสลักษณ์ ชวัลลดี และคนอื่นๆ (2547) แบบวัดมีลักษณะเป็นประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงที่สุด จำนวน 15 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .86 นอกจากนี้ ชัญญา ลีศัตบุพผาย (2552: 109-110) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจสังกัด กรุงเทพมหานครภายใต้ระบอบการบริการจัดการแนวใหม่ตามหลักธรรมาภิบาล ได้สร้างแบบวัดการมีแบบอย่างที่ดี จากบุคลากรในหน่วยงาน โดยปรับปรุงมาจากแบบวัดของ วิลาสลักษณ์ ชวัลลดี และคนอื่นๆ (2547) แบบวัดมีลักษณะเป็นประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย จำนวน 13 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .94

ในการวัดการมีตัวแบบที่ดี ครั้งนี้ จะวัดโดยใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยปรับปรุงข้อคำถามจากแบบวัดการมีแบบอย่างในการทำงานของ วิลาสลักษณ์ ชวัลลดี และคนอื่นๆ (2547) แบบวัด มีลักษณะเป็นข้อความประโยคคำถามที่ประกอบด้วยมาตราประเมินค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้ที่มี ตัวแบบที่ดี สูงกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยการมีตัวแบบที่ดี เช่น ในงานวิจัยของ ปิยวรรณ บุญเพ็ญ (2550: 79) ที่ศึกษาค่านิยมสร้างสรรค์และสถานการณ์การทำงานที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสายวิชาการ ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ จำนวน 222 คน พบว่า บุคลากรในกลุ่มที่มีอายุราชการน้อยมีแบบอย่างที่ดีใน การทำงานวิจัยสูง และในกลุ่มที่มีประสบการณ์ใน การทำงานวิจัยน้อยมีแบบอย่างที่ดีในการทำงานวิจัยสูง จะมีพฤติกรรมการทำงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่าบุคลากรที่มีแบบอย่างที่ดีในการทำงานวิจัยน้อย สำหรับ วรวรรณ อร่ามพงษ์ (2551: 106,147) ที่ได้ศึกษาตัวแปรทางจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง อกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของสัตวแพทย์ จำนวน 543 คน พบว่า สัตวแพทย์ที่มีแบบอย่างที่ดีจากบุคลากรในหน่วยงานมาก มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมมากกว่าสัตวแพทย์ที่มีแบบอย่างที่ดีจากบุคลากรในหน่วยงานน้อย

และยังพบอีกว่าการมีแบบอย่างที่ดีสามารถเข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม ด้านรวม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .24) นอกจากนี้ กรรณิกา ศิลปะพรหมมาศ (2547: 104) ที่ศึกษาปัจจัยด้านจิตลักษณะ และสถานการณ์ทางสังคมของพยาบาลวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรณการพยาบาลจิตเวชที่มีจริยธรรม เป็นพยาบาลที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลจิตเวช จำนวน 256 คน พบว่า เมื่อใช้ตัวแปรการมีแบบอย่างจากบุคลากรในหน่วยงาน กับตัวแปรสถานการณ์ทางสังคม อีก 2 ตัวแปร พบว่าการมีแบบอย่างจากบุคลากรในหน่วยงานเป็นตัวทำนายที่สำคัญเพียงตัวเดียวที่สามารถทำนายพฤติกรรมกรรณการพยาบาลตามกระบวนการพยาบาลและพฤติกรรมกรรณการพยาบาลที่ เคารพสิทธิผู้ป่วยได้อย่างชัดเจนในกลุ่มรวมได้ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .36 และ .38 ตามลำดับ)

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้เห็นว่า การมีตัวแบบ ที่ดีมีความเกี่ยวข้องและเป็นตัวทำนายสำคัญของพฤติกรรมกรรณการทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคาดว่า พนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ ที่มีตัวแบบ ที่ดีสูง น่าจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรม การทำงานที่มี ความรับผิดชอบ ต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีตัวแบบที่ดีต่ำ

2.2.2 การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน

การสนับสนุนทางสังคม (Social Support) หมายถึง การที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทำให้บุคคลเชื่อว่ามีคนให้ความรัก มีคนเอาใจใส่ เห็นคุณค่า มีคนยกย่อง รู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม มีความผูกพันและเอื้ออาทรต่อกัน (ศักดิ์ชัย นิรัญทวี. 2532: 36; อ้างอิงจาก Cobb. 1976: 300) ส่วนเพนเดอร์ (สุภาวดี พงสุภา. 2552: 45; อ้างอิงจาก Pender. 1987: 396) ได้ให้ความหมายของการสนับสนุนทางสังคม ว่าหมายถึง ความรู้สึกเป็นเจ้าของ การได้รับการยอมรับ การเป็นที่รักและนับถือ รวมทั้งการมีคุณค่าเป็นที่ต้องการของบุคคลอื่น โดยได้รับจากกลุ่มบุคคลในระดับสังคมนั้น เป็นผู้ให้การสนับสนุนด้านจิตใจ วัตถุ ข่าวสาร คำแนะนำ ซึ่งจะทำให้บุคคลนั้น สามารถดำรงอยู่ในสังคมได้อย่างเหมาะสม การสนับสนุนทางสังคม หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ถึงความช่วยเหลือ ในการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ เช่น ด้านจิตใจ อารมณ์ และสังคม ด้านวัตถุ และด้านข้อมูลข่าวสาร จากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน (อังคินันท์ อินทรกำแหง; และคนอื่น ๆ. 2550: 9) การสนับสนุนทางสังคม หมายถึง การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับการได้รับความช่วยเหลือจากครอบครัวและบุคคล อื่น ในด้านอารมณ์ ด้านวัตถุ และด้านข้อมูล (มนัส บุญประกอบ; และ พรรณี บุญประกอบ. 2549: 16-17) การสนับสนุนทางสังคมตามความหมายในบทความของ Bhanthumnavin (2000: 155-166) ได้ให้นิยามของการสนับสนุนทางสังคมไว้ 3 ด้าน ได้แก่ 1) การสนับสนุนด้านอารมณ์ (Emotional Support) เช่น การพูดปลอบโยน การพูดให้กำลังใจ ให้ความหวังใจ ความรัก ความอบอุ่น ความเห็นใจ หรือการยอมรับ เป็นต้น 2) การสนับสนุนทางด้านข้อมูลข่าวสาร (Information Support) เช่น การช่วยเหลือในการแก้ปัญหา ช่วย

หาทางออกที่ดี ให้การแนะนำ คำปรึกษา เมื่อเกิดปัญหา การให้รางวัลหรือการลงโทษ การให้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อช่วยให้ความเข้าใจ หรือในการตัดสินใจที่ดี เป็นต้น และ 3) การสนับสนุนทางด้านวัสดุ เครื่องใช้รวมทั้งเงินและแรงงาน (Material Support) การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (supervisor support) พนักงานได้พัฒนามุมมองที่เกี่ยวข้อกับระดับที่หัวหน้างานให้คุณค่าและดูแลความเป็นอยู่ ความสุขของพวกเขา เนื่องจากหัวหน้างานเป็นตัวแทนขององค์การที่รับผิดชอบในการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชา พนักงานมองหัวหน้างานด้วยมุมมองที่แตกต่างกันทั้งชื่นชมหรือไม่ชื่นชม (กนก วงศ์ปิ่นเพชร. 2551: 46; อ้างอิงจาก Hofmann; & Morgeson. 1999)

จากความหมายของการสนับสนุนจากหัวหน้างานที่กล่าวมาในข้างต้นสรุปได้ว่า การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน หมายถึง การรับรู้ของพนักงานว่าหัวหน้าในหน่วยงานของตนให้การสนับสนุนในการทำงาน 3 ด้าน คือ 1) ด้านอารมณ์ เช่น การพูดให้กำลังใจในการทำงาน การพูดชมเชยเมื่อทำงานประสบความสำเร็จ 2) ด้านข้อมูลข่าวสาร เช่น ให้คำแนะนำคำปรึกษาที่ดีในการทำงาน สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างเป็นกัลยาณมิตร และ 3) ด้านวัสดุอุปกรณ์ เช่น มีบริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกสบายในการทำงาน จัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นในการทำงาน สนับสนุนงบประมาณในการทำงาน

การวัดการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน

จากการศึกษาการวัด การสนับสนุนทางสังคมจาก หัวหน้างาน มีผู้สร้างแบบวัดการสนับสนุนทางสังคมของหัวหน้า เช่น ในงานวิจัยของ ธวัชชัย ศรีพรงาม (2547) ที่ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างปลอดภัยของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม สิ่งทอและปั่นด้าย ได้สร้างแบบวัดการสนับสนุนทางสังคมจากฐานแบบวัดของ Bantumnavin (2000: 185) มีเนื้อหาเกี่ยวกับการที่พนักงานได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือใน 3 ด้าน คือ 1) ด้านข้อมูลข่าวสาร 2) ด้านวัสดุสิ่งของ และ 3) การสนับสนุนด้านจิตใจและอารมณ์จากหัวหน้า จำนวน 15 ข้อ และแบบวัดมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .92 และ ดุจเดือน พันธุมนาวิน และคนอื่นๆ (2545) ได้สร้างแบบวัดการสนับสนุนทางสังคม เพื่อวัดการสนับสนุนทางสังคมใน 3 ด้าน คือ 1) ด้านอารมณ์ 2) ด้านข้อมูลข่าวสาร และ 3) ด้านวัสดุ อุปกรณ์ จากสมาชิกในหน่วยงานที่ประกอบด้วยหัวหน้าหน่วยงานและเพื่อนร่วมงาน แบบวัดมีลักษณะเป็นประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตราประเมินค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย จำนวน 20 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .97 และ กรรณิกา ศิลปะพรหมมาศ (2547: 67) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยด้านจิตลักษณะ และสถานการณ์ ทางสังคมของพยาบาลวิชา ชีพที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานจิตเวชที่มีจริยธรรม ที่ได้นำแบบวัดการสนับสนุนทางสังคม ของ ดุจเดือน พันธุมนาวิน (2545) มาปรับปรุงใช้ แบบวัดมี

ลักษณะเป็นประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตราประเมินค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย จำนวน 13 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .84 นอกจากนี้ มาริษา สักออต (2548: 70) ได้ศึกษา จิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ได้นำแบบวัดการสนับสนุนทางสังคม ของ ดุจเดือน พันธุมนาวิน (2545) มาปรับปรุงใช้กับ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อวัดการสนับสนุนทางสังคมใน 3 ด้าน คือ 1) ด้านอารมณ์ 2) ด้านข้อมูลข่าวสาร และ 3) ด้านวัสดุอุปกรณ์ หรือความสะดวก แบบวัดมีลักษณะ เป็นประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงที่สุด จำนวน 15 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .81

ในการวัดการสนับสนุนทางสังคมจาก หัวหน้าในงานวิจัยครั้งนี้ จะวัดโดยใช้แบบวัด ที่ผู้วิจัยปรับปรุงข้อคำถามจากแบบวัดการสนับสนุนทางสังคมของ ดุจเดือน พันธุมนาวิน และคนอื่นๆ (2545) เพื่อวัดการสนับสนุนทางสังคม ที่ครอบคลุมในสามด้าน คือ ด้านอารมณ์ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านวัสดุอุปกรณ์ จากสมาชิกในหน่วยงานที่ประกอบด้วย หัวหน้าหน่วยงานและเพื่อนร่วมงาน แบบวัดมีลักษณะเป็นข้อความ ประโยคคำถามที่ประกอบด้วยมาตราประเมินค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าถือว่าเป็นผู้ที่มีการสนับสนุนทางสังคมจาก หัวหน้างานสูงกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน เช่น ในงานวิจัยของ มลทิรา สุนสุข (2552: 84-88) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าในตน ความไว้วางใจในองค์กร การสนับสนุนทางสังคม กับความมั่นคงในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ กลุ่มพนักงานมหาวิทยาลัย โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยของรัฐ จำนวน 325 คน พบว่า การสนับสนุนทางสังคมจากผู้บังคับบัญชา การสนับสนุนทางสังคมจากผู้ร่วมงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความมั่นคงในการทำงานของ พยาบาลวิชาชีพ โดยมี (ค่าอาร์เท่ากับ .59 และ .47 ตามลำดับ) และยังพบอีกว่า การสนับสนุนทาง สังคมจากผู้บังคับบัญชากับ การสนับสนุนทางสังคมจากผู้ร่วมงาน กับ ตัวแปรอีก 2 ตัว สามารถร่วม ทำนายความมั่นคงในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพได้ร้อยละ 54 ส่วน ปรีดา จึงทิวีสูตร (2552: 61) ที่ ศึกษาการกำหนดได้ด้วยตนเอง การสนับสนุนทางสังคม ความยุติธรรมในองค์กร และพฤติกรรมการ เป็นสมาชิกที่ดีของ องค์กรของพนักงานบริษัท ฟิลไทย จำกัด จำนวน 500 คน พบว่า การสนับสนุน ทางสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม วมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยมีค่า (อาร์เท่ากับ .31) สำหรับ ธวัชชัย ศรีพรงาม (2547) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน อย่างปลอดภัยของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอและปั่นด้าย เป็นพนักงานโร งงานอุตสาหกรรม

สิ่งทอและปั่นด้ายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 5 โรงงาน จำนวน 485 คน พบว่า การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า เป็นตัวทำนายที่สำคัญลำดับที่ 2 ทั้งในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อย โดยมีค่า (เบต้า) เท่ากับ .19 และ .25) การสนับสนุนทางสังคมเมื่อรวมกับตัวแปรอีก 7 ตัว สามารถทำนายความรู้เกี่ยวกับการทำงานอย่างปลอดภัยในกลุ่มพนักงานแผนกสิ่งทอได้ร้อยละ 42.5 โดยมีค่า (เบต้า) เท่ากับ .31) และ กมลศรี ว่องเจริญ (2550: 66) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตและสังคมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแก้ปัญหาการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ ธนาคารกรุงเทพ จำนวน 205 คน พบว่า การสนับสนุนทางสังคมในการทำงาน มีความสัมพันธ์ทางบวก สูงสุดกับความสามารถในการแก้ปัญหาการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ โดยมี (ค่าอาร์เท่ากับ .56) ส่วน สุกันยา พูลเดช (2552: 66,71) ที่ศึกษา ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน อย่างมีจริยธรรมของวิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จำนวน 479 คน พบว่า วิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่มีการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมสูงกว่า ผู้ที่มีการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังพบอีกว่า การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานร่วมกันกับอีก 3 ตัวแปร สามารถร่วมทำนาย พฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมได้ร้อยละ 34.3 (เบต้าเท่ากับ .32) โดยตัวแปรการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมเป็นอันดับที่สอง นอกจากนี้ มาริษา สก๊อต (2548: 87-89) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ จำนวน 166 คน พบว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากบุคลากรในหน่วยงานสูง และมีทัศนคติต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานสูง จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้เห็นว่า การสนับสนุนทางสังคมของหัวหน้า มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคาดว่า พนักงานบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีการสนับสนุนทางสังคมของหัวหน้า งานสูง น่าจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้าต่ำ

2.2.3 การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

โมเวน และไมเนอร์ ได้ให้ความหมายการรับรู้ (Perception) ว่าหมายถึง กระบวนการที่บุคคลเปิดรับต่อข้อมูลข่าวสาร ตั้งใจรับข้อมูลนั้นและทำความเข้าใจความหมาย (Mowen; & Minor. 1998: 63) ส่วน แกริสัน และมากูน (มยุรี กลั้ววงษ์. 2552: 56; อ้างอิงจาก Garrison; & Magoon. 1972: 2) ได้ให้ความหมายการรับรู้ว่าหมายถึง กระบวนการทางสมองในการตีความหรือแปลความหมาย ข้อมูลจากการสัมผัสของประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของร่างกายกับสิ่งแวดล้อม ก็เป็นสิ่งเร้า หรือสิ่งแวดล้อม

ที่สัมผัสนั้นว่าเป็นอะไร มีความหมายอย่างไร ลักษณะเป็นอย่างไร และการที่จะรับรู้ สิ่งที่มาสัมผัสนั้น ต้องอาศัยประสบการณ์เป็นเครื่องช่วยในการตีความถ้าไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน บุคคลนั้นจะไม่สามารถรับรู้ได้ว่าสิ่งนั้นคืออะไร หรือมีความหมายอย่างไร และ อารี พันธมณี (2540: 139) ได้ให้ความหมายการรับรู้ ว่าหมายถึง กระบวนการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่มากกระทบกับประสาทสัมผัส โดยการแปลความหมายขึ้นอยู่กับประสบการณ์เป็นการสร้างความหมายเกี่ยวกับสิ่งนั้นให้กับตัว สำหรับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2541: 87) กล่าวว่า การรับรู้ เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลได้รับ และตีความหมายข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมขององค์ กร การรับรู้ในสถานการณ์ของพนักงานจะถือเป็นเกณฑ์ในการปฏิบัติงาน และ สิทธิ วิชชาวุธ (2553: 91-92) ได้กล่าวว่า การรับรู้ประกอบด้วย กระบวนการ 2 กระบวนการ คือ 1) การรู้สึก (Sensation) เป็นกระบวนการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามาทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 และส่งไปยังสมองเพื่อตีความ และ 2) การรับรู้ (Perception) การตีความว่าสิ่งที่รู้สึกนั้นคืออะไร อาศัยกระบวนการรู้สึกเก็บข้อมูลไปส่งไปยังสมองเทียบกับการเรียนรู้ในอดีตแล้วเข้าสู่กระบวนการรับรู้ ว่ามีความสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ ที่เคยเรียนรู้มาในอดีตอย่างไร จากนั้นจึงตัดสินใจว่าจะมีพฤติกรรมอะไร และนโยบาย หมายถึง หลักการและแนวปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวดำเนินการ (พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน . 2542) ส่วน ประชุม รอดประเสริฐ (2528: 21-22) กล่าวว่า องค์ประกอบของนโยบายแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1) เป้าหมายซึ่งเป็นทั้งวัตถุประสงค์ และผลงานที่เกิดขึ้นในที่สุด 2) การกำหนดวิธีทางในการดำเนินงาน และ 3) ปัจจัยสนับสนุนในการกำหนดนโยบาย ประกอบไปด้วยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม กล่าวคือ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เป็น กิจกรรมที่สถาบันธุรกิจเพื่อสังคมส่งเสริมการนำมาตรฐานสากลเกี่ยวกับแนวคิดและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมาประยุกต์สู่การปฏิบัติจริงในกระบวนการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคม ชุมชน และ สิ่งแวดล้อม (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม . 2551: ออนไลน์) นโยบายและโครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคมของฮอนด้า ได้แก่ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม มีนโยบายโรงงานสีเขียว เพื่อระบบการจัดการที่ดีด้านสิ่งแวดล้อม นำระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม จัดระบบจัดการขยะ และโครง การลดมลภาวะทางอากาศไปใช้ปฏิบัติ นำชิ้นส่วนรถยนต์หมดอายุใช้งานหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด ส่วนความปลอดภัย ได้ค้นคว้าพัฒนาความปลอดภัย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ระบบป้องกันเพื่อหลีกเลี่ยงอุบัติเหตุ 2) ระบบป้องกันเพื่อลดความรุนแรงขณะอุบัติเหตุ และ 3) เทคโนโลยีลดการบาดเจ็บของคนเดินถนน รวมทั้งร่วมรณรงค์การขับขี่อย่างปลอดภัย บริษัทมีแผนและดำเนินการตามหลักสร้างความสุข 3 ประการ คือ 1) ความสุขในการซื้อ 2) ความสุขในการขายและ 3) ความสุขในการสรรค์สร้างสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้ามีความวางใจ และพึงพอใจ

อย่างแท้จริง นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม ตั้งมูลนิธิด้านประเทศไทย ดำเนินกิจกรรมด้านการส่งเสริมการศึกษา การช่วยเหลือสังคมต่าง ๆ และส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทย (บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล . 2554: ออนไลน์) จากนโยบายและโครงการของบริษัทดังกล่าว บริษัทได้วางแผนการบริหารจัดการขึ้นเพื่อให้พนักงานปฏิบัติ โดยพนักงานแต่ละคนจะรับรู้ ทำความเข้าใจ มีความรู้สึกกับนโยบายที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยสภาพแวดล้อม และเป็นผลให้แสดงพฤติกรรมตามการรับรู้ของตน

จากความหมายของการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่กล่าวมา ในข้างต้น พอสรุปได้ว่า การรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การที่พนักงานรับข้อมูลทางด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ทำความเข้าใจความหมายนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม มีความรู้สึกว่านโยบายดังกล่าวมีประโยชน์ มีผลดีและตัดสินใจว่าตนเองจะร่วมปฏิบัติตามแผนนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

การวัดการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม มีผู้สร้าง แบบวัดการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ในงานวิจัยของ ปราณี วิจิตรจิตเลิศ (2547: 41) ที่ได้ศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์การ การรับรู้ นโยบายองค์การ และความผูกพันต่อองค์การ ของบุคลากรโรงพยาบาลหัวเฉียว ที่ได้สร้างแบบวัดการรับรู้ นโยบายองค์การ เพื่อวัดความรู้สึก ความคิดเห็นของตน แบบวัดมีลักษณะเป็นประโยคคำถาม ประกอบด้วยมาตราประเมินค่า 5 ระดับ จาก เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 9 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .82

ในการวัด การรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดขึ้นเองตามนิยามปฏิบัติการ เพื่อมาใช้วัดการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน แบบวัดมีลักษณะเป็นข้อความประโยคคำถามที่ประกอบด้วยมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ จาก จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย โดยผู้ที่ตอบได้คะแนนรวมจากแบบวัดสูงกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าผู้ตอบได้คะแนนรวมน้อยกว่า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เช่นในงานวิจัยของ ยุวดา สิงห์เมธา (2554: 69-73) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ เพื่อป้องกันโรคเบาหวานของบุคลากรในโรงพยาบาลเทพธารินทร์ จำนวน 273 คน พบว่า บุคลากรที่รับรู้ นโยบาย/โครงการส่งเสริมสุขภาพของโรงพยาบาลเทพธารินทร์ สูง มีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพเพื่อ

ป้องกันโรคเบาหวานมากกว่า บุคคลากรที่รับรู้นโยบาย /โครงการส่งเสริมสุขภาพ ของโรงพยาบาล เทพธารินทร์ต่ำ และยังพบอีกว่าการรับรู้นโยบาย/โครงการส่งเสริมสุขภาพของโรงพยาบาลเทพธารินทร์ สามารถ ร่วมทำนายนายพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพเพื่อ ป้องกันโรคเบาหวานของบุคคลากรในกลุ่มรวม ได้ ร้อยละ 51 และ วิวัฒน์ ไชตนะพันธ์ (2547: 111) ที่ได้ศึกษาการรับรู้และการปฏิบัติของวิศวกรที่มีต่อการบริหารงานด้านการประหยัดพลังงาน ในนิคมอุตสาหกรรมบางชัน จำนวน 190 คน ที่พบว่า การรับรู้ข่าวสารด้านการประหยัดพลังงานของวิศวกรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการปฏิบัติของ วิศวกรที่มีต่อการบริหารงานด้านการประหยัดพลังงานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 นอกจากนี้ ธรณรัตน์ อัมภาณุกิจ (2551: 71) ที่ได้ศึกษาลักษณะทางจิตและลักษณะทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมประหยัดพลังงานไฟฟ้าในอาคารสำนักงานของพนักงานธนาคารกรุงไทยจำกัด จำนวน 327 คน พบว่า การรับรู้ข่าวสารด้านการประหยัดพลังงานไฟฟ้าเป็นตัวแปรอันดับแรกในการทำนายน การมีส่วนร่วมประหยัดพลังงานไฟฟ้าในกลุ่มรวม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .27)

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องทำให้เห็นว่า การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน ผู้วิจัยจึงคาดว่า พนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม น่าจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ

2.3 ลักษณะทางชีวสังคมและภูมิหลังกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ตัวแปรด้านชีวสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานที่มี ความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ลักษณะงาน ระยะเวลาปฏิบัติงาน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.3.1 อายุกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

อายุเป็นปัจจัยด้านหนึ่งที่ทำให้บุคคล ลมึความคิดและพฤติกรรมที่ต่างกัน เนื่องจากบุคคลในแต่ละวัยจะมีประสบการณ์ในชีวิตที่แตกต่างกัน ดังที่ อรรถพรณ ลือบุญธวัชชัย (2543) กล่าวว่า บุคคลลมีพัฒนาการตามวัยที่ เหมาะสม จะมีความสามารถในการปรับตัว มีความคิดริเริ่ม มีเหตุผล สุขุมรอบคอบ มีความรับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่เป็นอย่างดี และจากงานวิจัย ของ ณัฐสุดา สุจินันท์กุล (2541: 132-139) ที่ศึกษาปัจจัยด้านครอบครัว การทำงาน และลักษณะ ส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรพยาบาลของพยาบาลวิชาชีพ พบว่า พยาบาลในกลุ่มที่มีอายุมากจะมีปริมาณการทำนายน พฤติกรรมกรพยาบาลมากกว่าพยาบาลในกลุ่มที่มีอายุน้อย และสามารถทำนายนได้ถึงร้อยละ 15 และ ธวัชชัย ศรีพรงาม (2547: 205-206) ที่ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรการทำงาน

อย่างปลอดภัยของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอและปั่น ในเขตกรุงเทพฯ พมมหานคร และบริเวณทล 5 โรงงาน จำนวน 485 คน พบว่า พนักงานที่มีอายุงานนี้ อายุมีพฤติกรรมการทำงานอย่างปลอดภัย น้อยกว่าพนักงานที่มีอายุงานมาก สำหรับ นิชาภัทร โพธิ์บาง (2550: 152) ที่ได้ศึกษาลักษณะจิตใจ และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานราชการอย่างมีจริยธรรม มของเจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี จำนวน 372 คน พบว่า เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชีที่มีอายุน้อยเป็นผู้มีพฤติกรรมการทำงานเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมากกว่าเจ้าหน้าที่การเงินและบัญชีที่มีอายุมาก นอกจากนี้ จุฑารัตน์ กิตติเชมากร (2553: 133) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อ การปฏิบัติงานและด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 300 คน พบว่า พนักงานที่มีอายุมากมีพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อ การปฏิบัติงานและด้านการมีส่วนร่วมมากกว่าพนักงานที่มีอายุน้อย

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ที่พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคาดว่าอายุน่าจะมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ในงานวิจัยครั้งนี้

2.3.2 ระยะเวลาปฏิบัติงานกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาปฏิบัติงาน เช่นในงาน วิจัยของ ณัฐยา ลือชากิตติกุล (2546: 69) ที่ได้ศึกษาลักษณะทางจิตสังคมและลักษณะทางพุทธิที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมการทำงานด้านบริการของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 280 คน พบว่า พนักงาน ที่มีอายุการทำงานต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานด้านบริการ แตกต่างกัน โดยพนักงานในกลุ่มที่มีอายุการทำงานน้อยจะมีพฤติกรรมการทำงานด้านบริการ มากกว่าพนักงานในกลุ่มที่มีอายุการทำงานมาก คิดเป็นร้อยละการทำงานเท่ากับ 59 และ 54 ตามลำดับ สำหรับ อุทุมพร สุรธาตุ (2547: 62) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยด้านจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้าน บริการของพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์ จำนวน 184 คน พบว่า พนักงานที่มีอายุการทำงานต่างกัน จะมีพฤติกรรมการทำงานด้านบริการต่างกัน โดยพนักงานในกลุ่มที่มีอายุการทำงานมากจะมี พฤติกรรมการทำงานด้านบริการมากกว่าพนักงานใน กลุ่มที่มีอายุการทำงานน้อย กว่า คิดเป็นร้อยละ การทำงานเท่ากับ 66.20 และ 53.30 ตามลำดับ และ มยุรฉัตร สุขดำรง (2547: 60) ที่ได้ศึกษาปัจจัย ทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ที่ปฏิบัติงานในสำนักงานใหญ่ จำนวน 198 คน พบว่า เจ้าหน้าที่สินเชื่อที่มีอายุ การทำงานมาก จะมีพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่สินเชื่อที่มี อายุการทำงานน้อย คิดเป็นร้อยละการทำงานเท่ากับ 67.3 และ 55.1 ตามลำดับ นอกจากนี้ สุกันยา

พลเดช (2552: 64) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของวิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จำนวน 479 คน พบว่า วิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่มีอายุงานมากมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมมากกว่าวิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่มีอายุงานน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากข้อมูลดังกล่าวในข้างต้นที่พบว่า ระยะเวลาปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคาดว่าระยะเวลาปฏิบัติงาน น่าจะมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ในงานวิจัยครั้งนี้

2.3.3 สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานภาพสมรส เช่น ในงานวิจัยของ ธวัชชัย ศรีพรงาม (2547: 211-212) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างปลอดภัยของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอและปั่นด้าย เป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอและปั่นด้าย ในเขตกรุงเทพฯ พมหานคร และปริมณฑล 5 โรงงาน จำนวน 485 คน พบว่า พนักงานที่มีสถานภาพโสดมีพฤติกรรมให้การสนับสนุนการทำงานอย่างปลอดภัยน้อยกว่าพนักงานที่มีสถานภาพสมรสอื่นซึ่งอาจเป็นเพราะปัจจัยพื้นฐานของคนที่แต่งงานจะต้องมีภาระรับผิดชอบต่อครอบครัวจึงมีความระมัดระวังในการปฏิบัติงานมากกว่าคนที่โสดหม้าย หรือหย่าร้าง สำหรับ กรรณิกา ศิลปะพรหมมาศ (2547: 116) ที่ศึกษาปัจจัยด้านจิตลักษณะ และสถานการณ์ทางสังคมของพยาบาล ลวิชาติที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมพยาบาลจิตเวชที่มีจริยธรรม เป็นพยาบาลที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลจิตเวช จำนวน 256 คน พบว่า พยาบาลที่มีสถานภาพโสด สามารถทำนายพฤติกรรมพยาบาลที่เคารพสิทธิผู้ป่วยได้สูงสุดถึงร้อยละ 69.3 ส่วน ฉัตรยา กฤตยาพงศ์พันธุ์ (2553: 77) ที่ศึกษาการบริหารเปลี่ยนแปลงองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในบริษัท แซนมินาไซ ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 200 คน พบว่า พนักงานที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการทำงานด้านแนวโน้มการทำงานต่อในอนาคตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพนักงานที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันมีพฤติกรรมการทำงานด้านแนวโน้มการทำงานต่อในอนาคตมากกว่าพนักงานที่มีสถานภาพโสด

จากข้อมูลดังกล่าวในข้างต้นที่พบว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคาดว่าสถานภาพสมรสน่าจะ มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ในงานวิจัยครั้งนี้

2.3.4 ลักษณะงานกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ลักษณะงาน (Job Characteristics) เป็นความรู้สึกที่มีต่องานที่ทำในด้านความหลากหลายของทักษะ (Skill Variety) เอกลักษณะของงาน (Task identity) ความมีนัยสำคัญของงาน (Task Significance) ความเป็นอิสระในงาน (Autonomy) และผลป้อนกลับจากงาน (Feedback) ซึ่งลักษณะงานดังกล่าวจะมีผลทำให้รู้สึกว่างานมีความหมาย มีความสำคัญและมีคุณค่า ก่อให้เกิดความพึงพอใจในงานตามมา (เรื่องอุไร อมรไชย . 2550: 8; อ้างอิงจาก Hackman; & Lawler. 1980: 78-80) และจากงานวิจัยของ นีออน พิณประดิษฐ์ และคนอื่น ๆ (2546) ที่ศึกษาตัวบ่งชี้ทางจิตสังคมของพฤติกรรมการทำงานในข้าราชการตำรวจสังกัดตำรวจภูธรภาค 4 จำนวน 1,209 คน พบว่าลักษณะงานตรงกับอุปนิสัยของตำรวจเป็นตัวแปรอิสระในกลุ่มสภาพแวดล้อมในการทำงานที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงาน ในกลุ่มตำรวจชั้นสัญญาบัตรและชั้นประทวน และตำรวจสายงานป้องกันและปราบปราม ที่รายงานว่างานที่ปฏิบัติอยู่ในปัจจุบันตรงกับอุปนิสัยมาก เป็นผู้มีพฤติกรรมการทำงานทั่วไปสูงกว่าตำรวจที่รายงานว่างานที่ทำตรงกับอุปนิสัยน้อย และวรรณภา กันยาวงศ์ (2551: 102) ที่ศึกษาลักษณะสถานการณ์ในงานอาชีพและลักษณะทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของผู้บริหารสตรีในองค์การเอกชน จำนวน 286 คน พบว่า ผู้บริหารสตรีในองค์การเอกชน ที่มีลักษณะงานตรงกับความถนัดมากมีการปรับตัวสูงกว่าผู้บริหารสตรีที่มีลักษณะงานตรงกับความถนัดต่ำ คิดเป็นร้อยละการทำงานเท่ากับ 50.7 และ 43.1 ตามลำดับ

จากข้อมูลดังกล่าวในข้างต้นที่พบว่า ลักษณะงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคาดว่าลักษณะงานน่าจะมี ความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การทำงานที่มี ความรับผิดชอบ ต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้เห็นว่า อายุ ระยะเวลาปฏิบัติงาน สถานภาพสมรส และลักษณะงาน น่าจะมี ความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การทำงานที่มี ความรับผิดชอบ ต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ใช้ตัวแปรชีวิตสังคมและภูมิหลังเหล่านี้ มาเป็นตัวแปรแบ่งกลุ่มย่อยในการวิจัยครั้งนี้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการ ศึกษาความสัมพันธ์ เปรียบเทียบ เพื่อศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมการทำงานที่มี ความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท ผลิตรถยนต์ โดยมี การดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน คือ การกำหนดประชากรและ กลุ่มตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การหาคุณภาพเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานประจำที่ปฏิบัติงานในบริษัท ฮอนด้า ออโต โมบิล (ประเทศไทย) จำกัด ที่สวนอุตสาหกรรม โรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 11 แผนกรวม 3,468 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานประจำที่ปฏิบัติงานในบริษัท ฮอนด้า ออโต โมบิล (ประเทศไทย) จำกัด ในทุกแผนก ซึ่งได้มา จากวิธี การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ได้จำนวน 359 คน โดยมีขั้นตอนการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ คำนวณโดยใช้สูตร การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจาก ยามาเน่ (Yamane. 1967: 886) โดยมีสูตรการคำนวณดังต่อไปนี้

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

โดยที่

e	=	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (e = .05)
N	=	ขนาดของกลุ่มประชากร
n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{3,468}{1+3,468 (0.05)^2}$$

$$n = 359 \quad \text{คน}$$

2. การสุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา . 2550: 16-21) กำหนดให้แผนกเป็นตัวแบ่งชั้นภูมิ และทำการสุ่มจากแผนกต่าง ๆ ดังนี้ 1) แผนกจัดซื้อและพัฒนาคุณภาพ 2) แผนกโรงงานตัวถัง 3) แผนกโรงงานทำสี 4) แผนกโรงงานประกอบ 5) แผนกโรงงานเครื่องยนต์ 6) แผนกปฏิบัติงานระหว่างประเทศและควบคุมการผลิต 7) แผนกควบคุมคุณภาพ 8) แผนกออกแบบ 9) แผนกบัญชี 10) แผนกบริหารงานการผลิต และทรัพยากรมนุษย์ และ 11) แผนกโรงงานและความปลอดภัย ได้ จำนวน 359 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นเครื่องมือวัดประเภท มาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating Scale) จำนวน 8 แบบวัด และแบบสอบถามลักษณะทางชีวสังคม และภูมิหลัง แบ่งออกเป็น 9 ตอน คือ 1) เป็นแบบสอบถาม ลักษณะชีวสังคมและภูมิหลัง 2) แบบวัดพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม 3) แบบวัดเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม 4) แบบวัดความผูกพันต่อองค์กร 5) แบบวัดค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม 6) แบบวัดจิตสาธารณะ 7) แบบวัดการมีตัวแบบที่ดี 8) แบบวัดการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน และ 9) แบบวัดการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะชีวสังคมและภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะแบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อสอบถามข้อมูลพื้นฐานของพนักงานประกอบด้วย อายุ ระยะเวลาปฏิบัติงาน สถานภาพสมรส ลักษณะงาน โดยนำผลนี้มาเพื่อใช้วิเคราะห์ในการบรรยายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นต่อไป

ตัวอย่างแบบสอบถามลักษณะชีวสังคมและภูมิหลังของพนักงาน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ และ/หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่าน

1. อายุ.....ปี
2. ระยะเวลาปฏิบัติงาน.....ปี
3. สถานภาพสมรส โสด สมรส
4. ลักษณะงาน สำนักงาน ปฏิบัติการโรงงาน

ตอนที่ 2 แบบวัดพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ลักษณะแบบวัด เป็นการวัดพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม 3 ด้าน คือ 1) ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 2) ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และ 3) ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากนิยามเชิงปฏิบัติการ จำนวน 29 ข้อ เป็นแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ ให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจาก จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย และจากการนำไปทดลองใช้กับกลุ่มพนักงาน จำนวน 75 คน มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .23 -.74 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกไว้ใช้จริง จำนวน 24 ข้อ โดยมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .57-.84 และมีค่าสัมประสิทธิ์แบบแอลฟาเท่ากับ .94

ตัวอย่างแบบวัดพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

1. ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

0) ถึงแม้จะต้องใช้เวลามากเพียงใดก็ตาม ข้าพเจ้าก็ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นอย่างละเอียดรอบคอบก่อนมอบให้ลูกค้า

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

2. ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

00) ข้าพเจ้าทุ่มเททำกิจกรรมอาสาเพื่อสังคมเพราะตรงกับเป้าหมายของบริษัทให้ดีที่สุดทุกครั้ง

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

3. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

000) ข้าพเจ้าจัดวางสิ่งของในการทำงานต่าง ๆ เพื่อความสะดวกและปลอดภัย

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

เกณฑ์การให้คะแนน เมื่อเป็นข้อคำถามทางบวก ผู้ที่ตอบจริงที่สุดจะได้ 6 คะแนน จริงจะได้ 5 คะแนน ค่อนข้างจริงจะได้ 4 คะแนน ค่อนข้างไม่จริงจะได้ 3 คะแนน ไม่จริงจะได้ 2 คะแนน ไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบนั้นจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน ผู้ที่ได้คะแนนรวมสูงกว่าค่าเฉลี่ยแสดงว่าเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง

ตอนที่ 3 แบบวัดเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

ลักษณะแบบวัด เป็นการวัดเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน สามด้าน คือ ด้านความรู้เชิงประเมินค่า ด้านความรู้สึก และด้านความพร้อมที่จะกระทำ ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัด ขึ้นเองจากนิยามเชิงปฏิบัติการ จำนวน 18 ข้อ เป็นแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ ให้ผู้ตอบเลือกตอบ เพียงคำตอบเดียวจาก จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย และจากการนำไป ทดลองใช้กับกลุ่มพนักงาน จำนวน 75 คน มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .18-.64 ซึ่งผู้วิจัยได้ คัดเลือกไว้ใช้จริงจำนวน 15 ข้อ โดยมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .63-.78 และมีค่าสัมประสิทธิ์ แบบแอลฟาเท่ากับ .92

ตัวอย่างแบบวัดเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

1. ด้านความรู้เชิงประเมินค่า

0) ข้าพเจ้าคิดว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเป็นการเพิ่มคุณค่าของพนักงานและบริษัท

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

2. ด้านความรู้สึก

00) ข้าพเจ้ารู้สึกชอบที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

3. ด้านความพร้อมที่จะกระทำ

000) ข้าพเจ้าพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เพื่อการผลิตสินค้าที่ปลอดภัยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

เกณฑ์การให้คะแนน เมื่อเป็นข้อคำถามทางบวก ผู้ที่ตอบจริงที่สุด จะได้ 6 คะแนน จริงจะได้ 5 คะแนน ค่อนข้างจริงจะได้ 4 คะแนน ค่อนข้างไม่จริงจะได้ 3 คะแนน ไม่จริงจะได้ 2 คะแนน ไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบ นั้นจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน ผู้ที่ได้คะแนน รวมสูงกว่าค่าเฉลี่ยแสดงว่าเป็นผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูง

ตอนที่ 4 แบบวัดความผูกพันต่อองค์กร

ลักษณะแบบวัด เป็นการวัดความผูกพันต่อ องค์กร ของพนักงาน สามด้าน คือ ด้าน ความรู้สึก ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐาน ผู้วิจัยปรับปรุงข้อคำถามจาก แบบวัดความผูกพันต่อ องค์กรของ วิริณห์ ธรรมนารถสกุล (2544) ตามแนวคิดของ เมเยอร์ และเอเลน (Meyer; & Allen. 1991) จำนวน 15 ข้อ เป็นแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ ให้ผู้ตอบเลือกตอบ เพียงคำตอบเดียวจาก จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย และจากการนำไปทดลองใช้กับกลุ่ม พนักงาน จำนวน 75 คน มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง -.002 -.78 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกไว้ใช้จริง จำนวน 12 ข้อ โดยมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .47-.72 และมีค่าสัมประสิทธิ์แบบแอลฟา เท่ากับ .89

ตัวอย่างแบบวัดความผูกพันต่อองค์กร

0) ข้าพเจ้ารู้สึกตัวว่าเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

00) การทำงานที่บริษัทนี้เป็นสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับข้าพเจ้า

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

000) ข้าพเจ้ารู้สึกว่าบริษัทมีบุญคุณกับข้าพเจ้า

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

เกณฑ์การให้คะแนน เมื่อเป็นข้อคำถามทางบวก ผู้ที่ตอบจริงที่สุด จะได้ 6 คะแนน จริงจะได้ 5 คะแนน ค่อนข้างจริงจะได้ 4 คะแนน ค่อนข้างไม่จริงจะได้ 3 คะแนน ไม่จริงจะได้ 2 คะแนน ไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบ นั้นจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน ผู้ที่ได้คะแนน รวมสูงกว่าค่าเฉลี่ยแสดงว่าเป็นผู้ที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูง

ตอนที่ 5 แบบวัดค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบ

ลักษณะแบบวัด เป็นการวัด ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบ ของพนักงาน ผู้วิจัย ปรับปรุงข้อคำถามจาก แบบวัดค่านิยมสร้างสรรค้ในการทำงาน ของ วิลาสลักษณ์ ชั่ววัลลี และคนอื่นๆ (2547) จำนวน 13 ข้อ เป็นแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ ให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

จาก จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย และจากการนำไปทดลองใช้กับกลุ่มพนักงาน จำนวน 75 คน มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง -.18 -.54 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกไว้ใช้จริงจำนวน 10 ข้อ โดยมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .27-.64 และมีค่าสัมประสิทธิ์แบบแอลฟาเท่ากับ .82

ตัวอย่างแบบวัดค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ

0) ข้าพเจ้าพร้อมจะสนับสนุนเพื่อนที่ซื่อสัตย์ในการทำงาน

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

เกณฑ์การให้คะแนน เมื่อเป็นข้อคำถามทางบวก ผู้ที่ตอบจริงที่สุด จะได้ 6 คะแนน จริงจะได้ 5 คะแนน ค่อนข้างจริงจะได้ 4 คะแนน ค่อนข้างไม่จริงจะได้ 3 คะแนน ไม่จริงจะได้ 2 คะแนน ไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบนั้นจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน ผู้ที่ได้คะแนนรวมสูงกว่าค่าเฉลี่ยแสดงว่าเป็นผู้ที่มีค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบสูง

ตอนที่ 6 แบบวัดจิตสาธารณะ

ลักษณะแบบวัด เป็นการวัดจิตสาธารณะของพนักงาน ผู้วิจัยปรับปรุงข้อคำถามจากแบบวัดจิตสาธารณะของ อรพินทร์ ชูชมและคนอื่นๆ (2549) และโกศล มีความดี (2547) จำนวน 12 ข้อ เป็นแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ ให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจาก จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย และจากการนำไปทดลองใช้กับกลุ่มพนักงาน จำนวน 75 คน มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง -.15-.81 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกไว้ใช้จริงจำนวน 10 ข้อ โดยมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .39-.78 และมีค่าสัมประสิทธิ์แบบแอลฟาเท่ากับ .90

ตัวอย่างแบบวัดจิตสาธารณะ

0) ข้าพเจ้าตระหนักดีว่าในการทำงานต้องยึดมั่นในกฎระเบียบที่กำหนดร่วมกันในบริษัท

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

เกณฑ์การให้คะแนน เมื่อเป็นข้อคำถามทางบวก ผู้ที่ตอบจริงที่สุด จะได้ 6 คะแนน
จริงจะได้ 5 คะแนน ค่อนข้างจริงจะได้ 4 คะแนน ค่อนข้างไม่จริงจะได้ 3 คะแนน ไม่จริงจะได้ 2 คะแนน
ไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบนั้นจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน ผู้ที่ได้คะแนน
รวมสูงกว่าค่าเฉลี่ยแสดงว่าเป็นผู้ที่มีจิตสาธารณะสูง

ตอนที่ 7 แบบวัดการมีตัวแบบที่ดี

ลักษณะแบบวัด เป็นการวัดการมีตัวแบบที่ดี ผู้วิจัยปรับปรุงข้อคำถามจาก แบบวัดการมี
แบบอย่างในการทำงาน ของ วิลาสลักษณ์ ชิววลี และคนอื่นๆ (2547) จำนวน 15 ข้อ เป็นแบบมาตร
ประเมินรวมค่า 6 ระดับ ให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจาก จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้าง
ไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย และจากการนำไปทดลองใช้กับกลุ่มพนักงาน จำนวน 75 คน มีค่าอำนาจ
จำแนก รายข้ออยู่ระหว่าง -.21-.69 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกไว้ใช้จริง จำนวน 12 ข้อ โดยมีค่าอำนาจ จ
จำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .38-.71 และมีค่าสัมประสิทธิ์แบบแอลฟาเท่ากับ .88

ตัวอย่างแบบวัดการมีตัวแบบที่ดี

0) หัวหน้าของข้าพเจ้าพยายามใช้ทรัพยากรของบริษัทอย่างประหยัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

เกณฑ์การให้คะแนน เมื่อเป็นข้อคำถามทางบวก ผู้ที่ตอบจริงที่สุด จะได้ 6 คะแนน
จริงจะได้ 5 คะแนน ค่อนข้างจริงจะได้ 4 คะแนน ค่อนข้างไม่จริงจะได้ 3 คะแนน ไม่จริงจะได้ 2 คะแนน
ไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบนั้นจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน ผู้ที่ได้คะแนน
รวมสูงกว่าค่าเฉลี่ยแสดงว่าเป็นผู้ที่มีตัวแบบที่ดีสูง

ตอนที่ 8 แบบวัดการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน

ลักษณะแบบวัด เป็นการวัด การสนับสนุนทางสังคมจาก หัวหน้างาน สามด้าน คือ
ด้านอารมณ์ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านวัสดุอุปกรณ์ ผู้วิจัยปรับปรุงข้อคำถามจากแบบวัด การ
สนับสนุนทางสังคม ของหัวหน้าของ ดุจเดือน พันธุมนาวิน (2545) จำนวน 12 ข้อ เป็นแบบมาตร
ประเมินรวมค่า 6 ระดับ ให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจาก จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่
จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย และจากการนำไปทดลองใช้กับกลุ่มพนักงาน จำนวน 75 คน มีค่าอำนาจจำแนก
รายข้ออยู่ระหว่าง -.18-.64 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกไว้ใช้จริง จำนวน 10 ข้อ โดยมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ
อยู่ระหว่าง .44-.75 และมีค่าสัมประสิทธิ์แบบแอลฟาเท่ากับ .87

ตัวอย่างแบบวัดการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน

1. ด้านอารมณ์

0) เมื่อข้าพเจ้ามีปัญหาในการทำงานหัวหน้ามักจะบอกแนวทางแก้ปัญหาให้ข้าพเจ้าเสมอ

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

2. ข้อมูลข่าวสาร

00) หัวหน้าสนับสนุนเปิดโอกาสให้ข้าพเจ้าได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการทำงาน

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

3. ด้านวัตถุประสงค์

000) วัตถุประสงค์เครื่องมือในการทำงานขาดแคลนหรือชำรุดหัวหน้ามักรีบจัดหามาให้

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

เกณฑ์การให้คะแนน เมื่อเป็นข้อคำถามทางบวก ผู้ที่ตอบจริง ที่สุด จะได้ 6 คะแนน
จริงจะได้ 5 คะแนน ค่อนข้างจริงจะได้ 4 คะแนน ค่อนข้างไม่จริงจะได้ 3 คะแนน ไม่จริงจะได้ 2 คะแนน
ไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบนั้นจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน ผู้ที่ได้คะแนน
รวมสูงกว่าค่าเฉลี่ยแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานสูง

ตอนที่ 9 แบบวัดการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

ลักษณะแบบวัด เป็นการวัดการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ของพนักงาน โดย
ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัด ขึ้นเอง ตามนิยามเชิงปฏิบัติการ จำนวน 12 ข้อ เป็นแบบมาตราประเมินรวมค่า
6 ระดับ ให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจาก จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง
ไม่จริงเลย และจากการนำไปทดลองใช้กับกลุ่มพนักงาน จำนวน 75 คน มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่
ระหว่าง .19 -.79 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกไว้ใช้จริง จำนวน 10 ข้อ โดยมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง
.57-.74 และมีค่าสัมประสิทธิ์แบบแอลฟาเท่ากับ .90

ตัวอย่างแบบวัดการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

0) บริษัทของข้าพเจ้ามีนโยบายและเป้าหมายในการดำเนินงานต้นความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน

.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

เกณฑ์การให้ คะแนน เมื่อเป็นข้อคำถามทางบวก ผู้ที่ตอบจริงที่สุด จะได้ 6 คะแนน จริงจะได้ 5 คะแนน ค่อนข้างจริงจะได้ 4 คะแนน ค่อนข้างไม่จริงจะได้ 3 คะแนน ไม่จริงจะได้ 2 คะแนน ไม่จริงเลยจะได้ 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามทางลบนั้นจะได้คะแนนในทางตรงข้ามกัน ผู้ที่ได้คะแนนรวมสูงกว่าค่าเฉลี่ยแสดงว่าเป็นผู้มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูง

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบวัด ที่สร้างขึ้นเอง และ แบบวัดที่ปรับปรุงมาจากผู้อื่น มาทำการหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัด (Content validity) โดยนำเอาแบบวัดให้ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความเข้าใจ ในด้านของเนื้อหาของสิ่งที่ต้องการ ศึกษาเป็นอย่างดี จำนวน 3 ท่าน พิจารณา เพื่อตรวจสอบว่าแบบวัดแต่ละฉบับสามารถวัดได้ถูกต้อง ตรงตามจุดประสงค์ของเนื้อหาที่จะวัด มีเนื้อหาครอบคลุมนิยาม เชิงปฏิบัติการ ที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้น และนำข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าความสอดคล้อง (Index of item - Objective Congruence : IOC) คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ไว้ (อรพินทร์ ชูชม. 2545: 340) ส่วนข้อคำถามที่มีค่าความสอดคล้องต่ำกว่า 0.5 ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งหนึ่งให้มีความเหมาะสมตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญก่อนที่จะนำไปทดลองใช้ (Try Out)

2. การหาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination)

การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดผู้วิจัยนำเอาแบบวัดที่ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้ว ไปทดลองกับกลุ่มพนักงานบริษัท ฮอนด้า ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 75 คน และนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน ของคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item-Total Correlations) และเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันตั้งแต่ .20 ขึ้นไปเอาไว้ (ดวงเดือน พันธุมนาวิน; และคนอื่นๆ. 2551: 359) เพื่อนำมาใช้เป็นข้อคำถามในแบบวัดที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจริง

3. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

การหาค่าความเชื่อมั่น ผู้วิจัยจะนำเอาแบบวัดที่ได้ทดลองใช้ทุกฉบับไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยการหาค่า ความสอดคล้องภายในด้วยการวิเคราะห์หาค่า สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) โดยกำหนดให้มีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 60 ขึ้นไป (ดวงเดือน พันธุมนาวิน; และคนอื่นๆ. 2551: 358)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอหนังสือเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ส่งถึงผู้บริหารบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด
2. เมื่อได้รับอนุญาตในการเก็บข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยติดต่อผู้จัดการฝ่ายบุคคล ของบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อทำการประสานงานในการเก็บข้อมูล
3. ผู้วิจัยนำแบบวัดไปดำเนินการเก็บข้อมูล พร้อมชี้แจงรายละเอียดของการเก็บข้อมูลให้ทราบ เพื่อแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
4. ผู้วิจัยเก็บแบบวัดคืนด้วยตัวเองและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบวัดอีกครั้ง

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. **การจัดกระทำข้อมูล** ผู้วิจัยดำเนินการจัดกระทำข้อมูลที่รวบรวมมาได้ตามขั้นตอนดังนี้
 - 1.1 ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของคำตอบของแบบวัดแต่ละชุดโดยคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ โดยพิจารณาจากแบบวัดที่มีการตอบครบทุกข้อคำถาม
 - 1.2 ตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนน ที่กำหนด นำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ ตามวิธีการทางสถิติ
2. **การวิเคราะห์ข้อมูล** ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมด มาจัดระเบียบข้อมูลลงรหัสและทำการประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้
 - 2.1 ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา เพื่อศึกษาหาคุณสมบัติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
 - 2.2 ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง (Two-way Analysis of Variance) เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางจิต และลักษณะทางสังคม ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ตามสมมติฐานข้อที่ 1-3 เมื่อพบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธีการเชฟเฟ้ (Scheffe')
 - 2.3 ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบตามสมมติฐานข้อที่ 4 โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคมของพนักงานบริษัท ผลิตรถยนต์ครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ ระหว่างลักษณะทางจิต และลักษณะทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคมของพนักงาน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญในการทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคมของพนักงาน ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ 7 ตัว ได้แก่ ลักษณะทางจิต 4 ตัว คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ความผูกพันต่อองค์การ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ และลักษณะทางสังคม 3 ตัว คือ การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยแยกศึกษาพฤติกรรมเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางจิตสังคม คือ อายุ ระยะเวลาปฏิบัติงาน สถานภาพสมรส และลักษณะงาน เพื่อเป็นตัวแปรแบ่งกลุ่มย่อยของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละประเภท

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X}	แทน	คะแนนเฉลี่ย
n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ในการแจกแจงแบบที (t-distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ในการแจกแจงแบบเอฟ (F-distribution)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
R^2	แทน	ค่าอำนาจในการทำนาย
a	แทน	ค่าคงที่
b	แทน	ความชันหรือสัมประสิทธิ์ถดถอย
Beta	แทน	สัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน
SE	แทน	ความคาดเคลื่อนมาตรฐาน
Range	แทน	ค่าพิสัย

ลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่าง กลุ่มพนักงานบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 359 คน ผู้วิจัยได้นำเสนอจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางชีวสังคม โดยมีรายละเอียดในตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางชีวสังคม

	ลักษณะทางชีวสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ	อายุน้อย (21-30 ปี)	211	58.80
	อายุมาก (31-53 ปี)	148	41.20
	รวม	359	100.00
ระยะเวลาปฏิบัติงาน	ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (1-6 ปี)	227	63.20
	ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (7-21 ปี)	132	36.80
	รวม	359	100.00
สถานภาพ	โสด	187	52.10
	สมรส	172	47.90
	รวม	359	100.00
ลักษณะงาน	สำนักงาน	123	34.3
	ปฏิบัติการโรงงาน	236	65.7
	รวม	359	100.00

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 359 คน พบว่า พนักงานมีอายุตั้งแต่ 21-53 ปี อายุเฉลี่ย 30.65 เมื่อแบ่งเป็นกลุ่มอายุน้อย มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี มีจำนวน 211 คน (ร้อยละ 58.80) และกลุ่มอายุมากมีอายุตั้งแต่ 31-53 ปี มีจำนวน 148 คน (ร้อยละ 41.20) พนักงานมีระยะเวลาปฏิบัติงานตั้งแต่ 1-21 ปี ค่าเฉลี่ย 6.18 เมื่อแบ่งเป็นกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อยตั้งแต่ 1-6 ปี มีจำนวน 227 คน (ร้อยละ 63.20) และกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก ตั้งแต่ 7-21 ปี มีจำนวน 132 คน (ร้อยละ 36.80) เมื่อแบ่งกลุ่มสถานภาพ พนักงานมีสถานภาพโสดมีจำนวน 187 คน (ร้อยละ 52.10) และพนักงานที่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 172 คน (ร้อยละ 47.90) เมื่อแบ่งกลุ่มลักษณะงาน พนักงานลักษณะการทำงานในสำนักงาน มีจำนวน 123 คน (ร้อยละ 34.30) และพนักงานลักษณะการทำงานปฏิบัติการโรงงาน มีจำนวน 236 คน (ร้อยละ 65.70)

ตาราง 2 ค่าพิสัย ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ความผูกพันต่อองค์กร ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม และพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ตัวแปร	พิสัย Range	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD
เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม	33.00	77.35	7.62
ความผูกพันต่อองค์กร	41.00	57.71	7.60
ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม	22.00	49.97	5.27
จิตสาธารณะ	24.00	49.73	5.49
การมีตัวแบบที่ดี	40.00	54.56	7.00
การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน	32.00	45.83	6.40
การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม	23.00	49.69	5.74
พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม	64.00	119.29	12.77

จากตาราง 2 การแสดงค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา พบว่า เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าพิสัยเท่ากับ 33.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 77.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.62 ความผูกพันต่อองค์กร มีค่าพิสัยเท่ากับ 41.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 57.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.60 ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าพิสัยเท่ากับ 22.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 49.97 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 5.27 จิตสาธารณะมีค่าพิสัยเท่ากับ 24.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 49.73 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 5.49 การมีตัวแบบที่ดี มีค่าพิสัยเท่ากับ 40.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 54.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.00 การสนับสนุนทางสังคม จากหัวหน้างาน มีค่าพิสัยเท่ากับ 32.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 45.83 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 6.40 การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าพิสัยเท่ากับ 23.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 49.69 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 5.74 พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าพิสัยเท่ากับ 64.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 119.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 12.77

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละการแบ่งกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำของตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>ลักษณะทางจิต</u>		
1) เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม		
กลุ่มต่ำ	181	50.4
กลุ่มสูง	178	49.6
2) ความผูกพันต่อองค์กร		
กลุ่มต่ำ	178	49.6
กลุ่มสูง	181	50.4
3) ค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ		
กลุ่มต่ำ	157	43.7
กลุ่มสูง	202	56.3
4) จิตสาธารณะ		
กลุ่มต่ำ	174	48.5
กลุ่มสูง	185	51.5
<u>ลักษณะทางสังคม</u>		
1) การมีตัวแบบที่ดี		
กลุ่มต่ำ	181	50.4
กลุ่มสูง	178	49.6
2) การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน		
กลุ่มต่ำ	164	45.7
กลุ่มสูง	195	54.3
3) การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม		
กลุ่มต่ำ	158	44.0
กลุ่มสูง	201	56.0
รวม	359	100.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์แบบสองทาง เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1-3

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมทำงานที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคมในด้านรวมเมื่อพิจารณาตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำ นวน (คน)	ค่าเอฟ (F)			% ทำนาย
		เจตคติที่ดี (ก)	การสนับสนุน ทางสังคมฯ (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสอง ทาง (กxข)	
1. กลุ่มรวม	359	61.65*	.000	1.66	14.9
2. อายุน้อย	211	32.48*	.084	.059	13.7
3. อายุมาก	148	30.49*	.056	3.52	18.9
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	33.28*	.045	.051	13.4
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	38.72*	.073	5.45*	22.6
6. โสด	187	20.84*	.125	.076	10.3
7. สมรส	172	47.62*	.152	3.00	22.6
8. สำนักงาน	123	15.51*	.022	.006	11.9
9. ปฏิบัติการโรงงาน	236	45.77*	.001	3.37	17.3

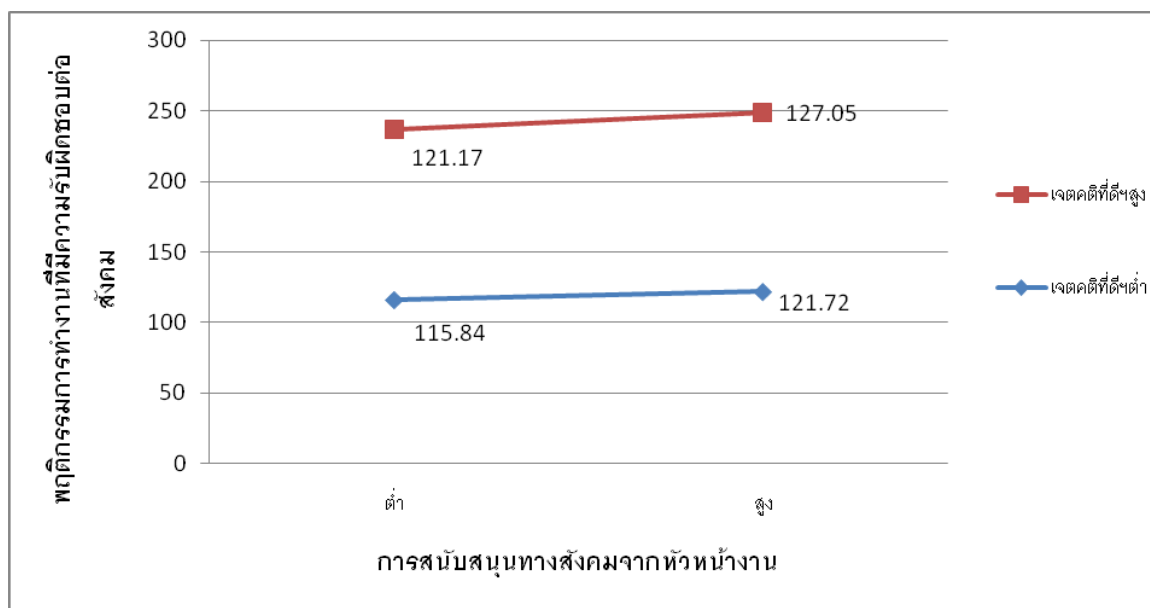
*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 5 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ในด้านรวม จำแนกตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุน
ทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1. กลุ่มรวม	เจตคติที่ดี	สูง = 124.28	ต่ำ = 114.43
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 119.36	ต่ำ = 119.35
2. อายุน้อย	เจตคติที่ดี	สูง = 123.04	ต่ำ = 113.32
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 118.43	ต่ำ = 117.93
3. อายุมาก	เจตคติที่ดี	สูง = 126.07	ต่ำ = 115.97
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 121.24	ต่ำ = 120.80
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	เจตคติที่ดี	สูง = 122.87	ต่ำ = 113.65
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 118.09	ต่ำ = 118.43
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	เจตคติที่ดี	สูง = 127.05	ต่ำ = 115.84
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 121.17	ต่ำ = 121.72
6. โสด	เจตคติที่ดี	สูง = 121.45	ต่ำ = 113.37
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 117.72	ต่ำ = 117.09
7. สมรส	เจตคติที่ดี	สูง = 127.47	ต่ำ = 115.58
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 121.86	ต่ำ = 121.17
8. สำนักงาน	เจตคติที่ดี	สูง = 122.34	ต่ำ = 113.12
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 117.91	ต่ำ = 117.56
9. ปฏิบัติการโรงงาน	เจตคติที่ดี	สูง = 125.24	ต่ำ = 115.25
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 120.27	ต่ำ = 120.22

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 4 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน โดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับด้วยค่าเฉลี่ยเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ มีตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการทำงานที่มี ความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในกลุ่มรวมกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม พบผลว่า พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 เฉพาะในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ตาราง 33 ภาคผนวก ก ภาพประกอบ 3) และ เมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของ 4 กลุ่มที่แบ่งระดับของตัวแปรอิสระทั้งสองตัวแปรมาเปรียบเทียบกันเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ (Scheffe') พบว่า ในกลุ่มพนักงานที่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน สูงหรือต่ำก็ตาม ถ้าเป็นผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความ รับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวมสูงกว่า ผู้ที่มีลักษณะอื่นๆ ได้แก่ 1) กลุ่มพนักงานที่ได้รับการสนับสนุน ทางสังคมจากหัวหน้างานสูงและมีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูง 2) กลุ่มพนักงานที่มีเจต คติที่ดี ต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ต่ำและได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานสูง และ 3) กลุ่มพนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำและได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า งานต่ำตามลำดับ

เมื่อพิจารณาที่ละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิด ชอบต่อ สังคมแปรปรวนไปตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกกลุ่ม ทั้งกลุ่มรวมและกลุ่ม ย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 4) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยใน กลุ่มพนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีเจตคติ ที่ดีต่อความ รับผิดชอบต่อสังคมสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีเจตคติที่ดี ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย124.28 และ114.43) และกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย123.04และ113.32) กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย126.07และ115.97) กลุ่มระยะเวลา ปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 122.87และ113.65) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 127.05และ 115.84) กลุ่มโสด (ค่าเฉลี่ย121.45และ113.37) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย127.47และ115.58) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย122.34และ113.12) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย125.24และ115.25) (ตาราง 5)



ภาพประกอบ 3 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก

สรุปได้ว่า พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวมที่ดีมาก ได้แก่ 1) พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูง พบในทุกกลุ่มทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 2) พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูงและได้ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน สูงพบเฉพาะในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ
ต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคเมื่อพิจารณาตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบ
ต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำนวน (คน)	ค่าเอฟ (F)			จำนวน
		เจตคติที่ดี (ก)	การสนับสนุน ทางสังคมฯ (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (กxข)	
1. กลุ่มรวม	359	44.00*	.575	3.47	11.5
2. อายุน้อย	211	28.50*	.376	1.64	12.3
3. อายุมาก	148	16.10*	.081	2.01	11.1
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	25.97*	.440	.604	10.6
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	18.22*	.122	3.65	14.8
6. โสด	187	20.96*	.006	3.20	11.1
7. สมรส	172	23.73*	.909	.831	12.7
8. สำนักงาน	123	11.31*	.082	1.09	9
9. ปฏิบัติการโรงงาน	236	32.71*	.301	2.94	13.1

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 7 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภครายละตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม
และการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1. กลุ่มรวม	เจตคติที่ดี	สูง = 43.39	ต่ำ = 40.78
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 42.24	ต่ำ = 41.94
2. อายุน้อย	เจตคติที่ดี	สูง = 43.15	ต่ำ = 40.41
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 41.94	ต่ำ = 41.62
3. อายุมาก	เจตคติที่ดี	สูง = 43.77	ต่ำ = 41.28
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 42.61	ต่ำ = 42.44
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	เจตคติที่ดี	สูง = 43.09	ต่ำ = 40.61
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 42.01	ต่ำ = 41.69
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	เจตคติที่ดี	สูง = 43.98	ต่ำ = 41.08
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 42.85	ต่ำ = 42.41
6. โสด	เจตคติที่ดี	สูง = 42.95	ต่ำ = 40.53
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 41.76	ต่ำ = 41.72
7. สมรส	เจตคติที่ดี	สูง = 43.89	ต่ำ = 41.03
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 42.74	ต่ำ = 42.18
8. สำนักงาน	เจตคติที่ดี	สูง = 42.49	ต่ำ = 40.14
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 41.42	ต่ำ = 41.22
9. ปฏิบัติการโรงงาน	เจตคติที่ดี	สูง = 43.84	ต่ำ = 41.13
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 42.61	ต่ำ = 42.35

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 6 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและภาวการณ์สนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน โดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับด้วยค่าเฉลี่ยเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ มีตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในกลุ่มรวมกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม พบผลว่าไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและภาวการณ์สนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

เมื่อพิจารณาที่ละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคแปรปรวนไปตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกกลุ่มทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 6) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 43.39 และ 40.78) และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 43.15 และ 40.41) กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย 43.77 และ 41.28) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 43.09 และ 40.61) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 43.98 และ 41.08) กลุ่มโสด (ค่าเฉลี่ย 42.95 และ 40.53) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 43.89 และ 41.03) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 42.49 และ 40.14) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 43.84 และ 41.13) (ตาราง 7)

สรุปได้ว่า พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคที่ดีมาก ได้แก่ 1) พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูง พบใน ทุกกลุ่มทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความ รับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำ นวน (คน)	ค่าเอฟ (F)			%
		เจตคติที่ดี (ก)	การสนับสนุน ทางสังคม (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (กxข)	
1. กลุ่มรวม	359	20.02*	.141	1.2	5.7
2. อายุน้อย	211	10.21*	.670	.771	5.8
3. อายุมาก	148	10.39*	.720	4.13*	9.7
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	10.11*	.320	1.25	5.6
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	12.08*	1.16	5.51*	13.7
6. โสด	187	5.33*	1.35	.682	4.1
7. สมรส	172	20.42*	.106	3.24	12.0
8. สำนักงาน	123	7.31*	.496	.552	7.1
9. ปฏิบัติการโรงงาน	236	11.66*	.997	1.59	5.9

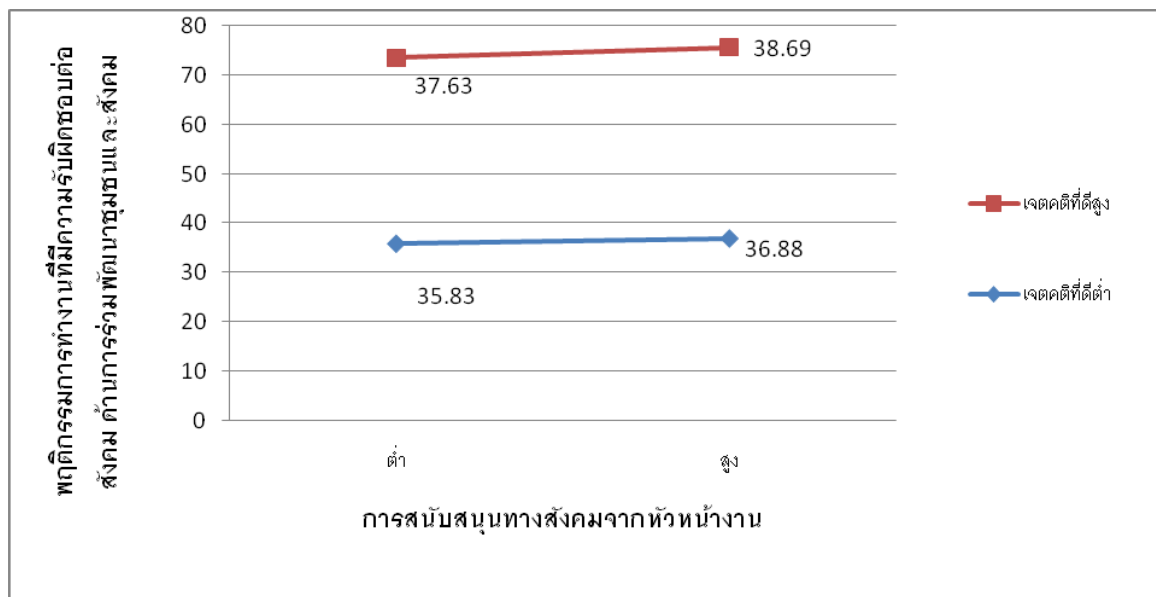
*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน
การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมจำแนกตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม
และการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

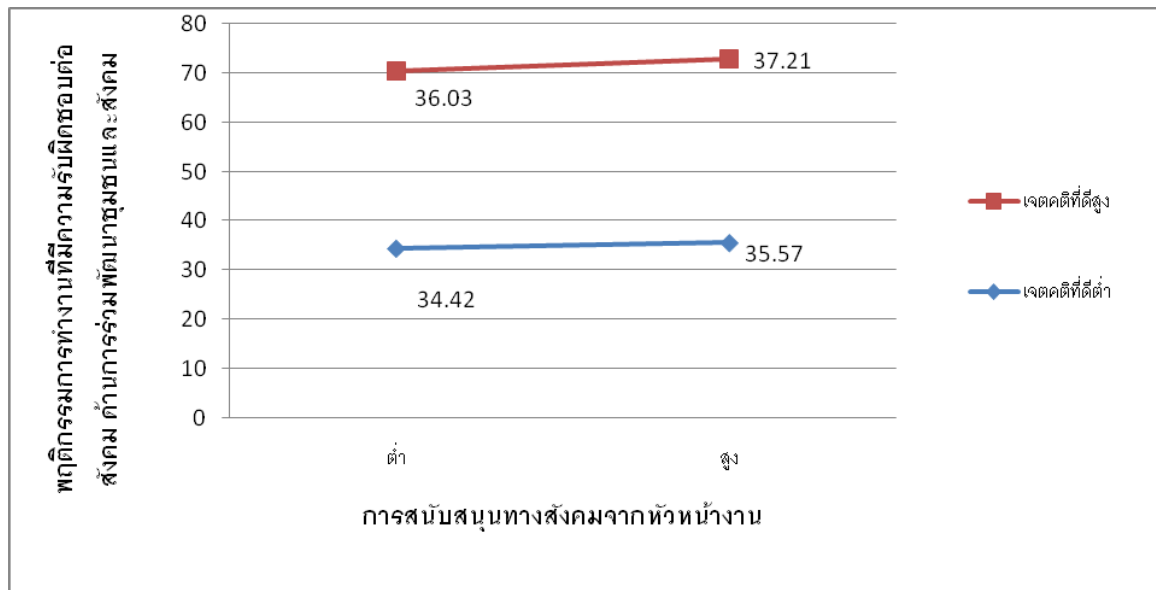
กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1. กลุ่มรวม	เจตคติที่ดี	สูง = 37.89	ต่ำ = 34.95
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 36.78	ต่ำ = 36.06
2. อายุน้อย	เจตคติที่ดี	สูง = 37.33	ต่ำ = 34.41
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 36.23	ต่ำ = 35.47
3. อายุมาก	เจตคติที่ดี	สูง = 38.69	ต่ำ = 35.83
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 37.63	ต่ำ = 36.88
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	เจตคติที่ดี	สูง = 37.21	ต่ำ = 34.42
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 36.03	ต่ำ = 35.57
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	เจตคติที่ดี	สูง = 37.21	ต่ำ = 34.42
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 36.03	ต่ำ = 35.57
6. โสด	เจตคติที่ดี	สูง = 36.45	ต่ำ = 34.18
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 35.89	ต่ำ = 34.75
7. สมรส	เจตคติที่ดี	สูง = 39.52	ต่ำ = 35.78
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 37.79	ต่ำ = 37.52
8. สำนักงาน	เจตคติที่ดี	สูง = 37.69	ต่ำ = 34.25
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 36.42	ต่ำ = 35.52
9. ปฏิบัติการโรงงาน	เจตคติที่ดี	สูง = 37.99	ต่ำ = 35.41
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 37.08	ต่ำ = 36.32

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 8 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสารสนเทศสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานโดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับด้วยค่าเฉลี่ยเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ มีตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการ ร่วมพัฒนาชุมชน และสังคม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในกลุ่มรวมกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม พบผลว่า พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชน และสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่ม อายุมาก และ กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ตาราง 34-35 ภาคผนวก ก ภาพประกอบ 4 และ 5) และเมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของ 4 กลุ่มที่แบ่งระดับของตัวแปรอิสระทั้งสองตัวแปรมาเปรียบเทียบกันเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ (Scheffe') พบว่า ในกลุ่มพนักงานที่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน สูงหรือต่ำก็ตาม ถ้าเป็นผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมสูงกว่า ผู้ที่มีลักษณะอื่นๆ ได้แก่ 1) กลุ่มพนักงานได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานสูงและมีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูง 2) กลุ่มพนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำและได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานสูง และ 3) กลุ่มพนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อ ความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำและ ได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานต่ำตามลำดับ

เมื่อพิจารณาที่ละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการ ร่วมพัฒนาชุมชน และสังคม แปรปรวนไปตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ทุกกลุ่มทั้ง ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่ม อายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 8) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีเจตคติ ที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง กว่าพนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 37.89 และ 34.95) และกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 37.33 และ 34.41) กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย 38.69 และ 35.83) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 37.21 และ 34.42) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 37.21 และ 34.42) กลุ่มโสด (ค่าเฉลี่ย 36.45 และ 34.18) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 39.52 และ 35.78) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 37.69 และ 34.25) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 37.99 และ 35.41) (ตาราง 9)



ภาพประกอบ 4 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในกลุ่มอายุมาก



ภาพประกอบ 5 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก

สรุปได้ว่า พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมที่ดีมาก ได้แก่ 1) พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูง พบ ทุกกลุ่มทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 2) พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูงและได้รับการสนับสนุนจาก หัวหน้างานสูงพบใน กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก

ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเมื่อพิจารณาตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำ นวน (คน)	ค่าเอฟ (F)			%
		เจตคติที่ดี (ก)	การสนับสนุน ทางสังคมฯ (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (กxข)	
1. กลุ่มรวม	359	96.96*	.928	2.11	21.6
2. อายุน้อย	211	44.09*	.007	.884	17.6
3. อายุมาก	148	58.62*	2.70	4.48	30.2
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	48.67*	.805	.174	18.3
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	51.54*	.127	2.89	30.1
6. โสด	187	32.42*	.627	.337	15.3
7. สมรส	172	71.24*	.373	2.35	30.0
8. สำนักงาน	123	19.93*	.202	.002	14.9
9. ปฏิบัติการโรงงาน	236	77.66*	.691	3.13	25.6

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมจำแนกตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม
และการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1. กลุ่มรวม	เจตคติที่ดี	สูง = 42.99	ต่ำ = 33.69
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 41.05	ต่ำ = 40.63
2. อายุน้อย	เจตคติที่ดี	สูง = 42.57	ต่ำ = 38.53
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 40.58	ต่ำ = 40.52
3. อายุมาก	เจตคติที่ดี	สูง = 43.61	ต่ำ = 38.87
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 41.74	ต่ำ = 40.73
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	เจตคติที่ดี	สูง = 42.57	ต่ำ = 38.62
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 40.85	ต่ำ = 40.34
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	เจตคติที่ดี	สูง = 43.86	ต่ำ = 38.42
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 41.49	ต่ำ = 41.24
6. โสด	เจตคติที่ดี	สูง = 42.04	ต่ำ = 38.65
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 40.58	ต่ำ = 40.11
7. สมรส	เจตคติที่ดี	สูง = 44.06	ต่ำ = 38.75
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 41.60	ต่ำ = 41.21
8. สำนักงาน	เจตคติที่ดี	สูง = 42.16	ต่ำ = 38.72
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 40.61	ต่ำ = 40.27
9. ปฏิบัติการโรงงาน	เจตคติที่ดี	สูง = 43.40	ต่ำ = 38.71
	การสนับสนุนทางสังคม	สูง = 41.28	ต่ำ = 40.84

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 10 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานโดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับด้วยค่าเฉลี่ยเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ มีตัวแปร ตามคือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในกลุ่มรวมกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม พบผลว่า ไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาที่ละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการ ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมแปรปรวนไปตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ทุกกลุ่มทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงาน น้อย กลุ่ม ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 10) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 42.99 และ 33.69) และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 42.57 และ 38.53) กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย 43.61 และ 38.87) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 42.57 และ 38.62) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 43.86 และ 38.42) กลุ่มโสด (ค่าเฉลี่ย 42.04 และ 38.65) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 44.06 และ 38.75) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 42.16 และ 38.72) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 43.40 และ 38.71) (ตาราง 11)

ตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ
ต่อสังคมในด้านรวมเมื่อพิจารณาตามตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี
ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำนวน (คน)	ค่าเอฟ (F)			%
		ความผูกพัน ต่อองค์กร (ก)	การมีตัวแบบ ที่ดี (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (กxข)	
1. กลุ่มรวม	359	37.40*	9.80*	14.41*	18.3
2. อายุน้อย	211	18.21*	13.62*	3.17	19.4
3. อายุมาก	148	18.46*	.366	11.62*	18.6
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	18.77*	16.74*	2.43	19.8
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	17.14*	.110	12.97*	20.6
6. โสด	187	6.64*	10.73*	5.63*	16.3
7. สมรส	172	30.95*	1.29	6.26*	19.9
8. สำนักงาน	123	15.38*	7.19*	2.39	24.7
9. ปฏิบัติการโรงงาน	236	21.16*	3.21	11.59*	15.3

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

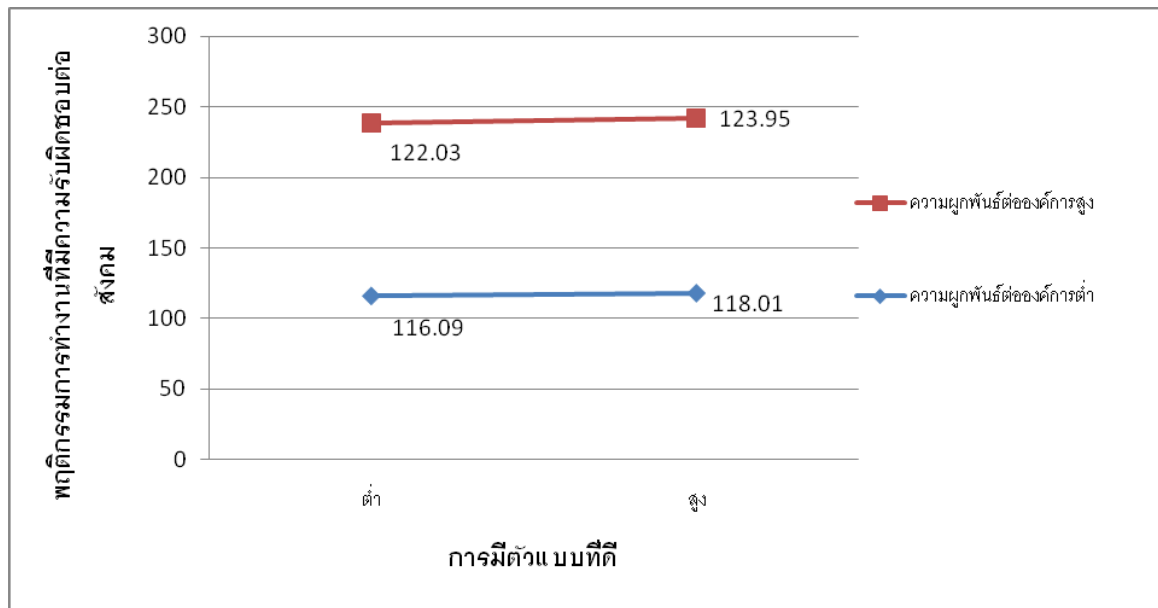
ตาราง 13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ในด้านรวม จำแนกตามตัวแปรและความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่ม
รวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1. กลุ่มรวม	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 123.95	ต่ำ = 116.09
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 122.03	ต่ำ = 118.01
2. อายุน้อย	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 123.15	ต่ำ = 115.83
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 122.66	ต่ำ = 116.33
3. อายุมาก	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 125.07	ต่ำ = 116.63
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 121.44	ต่ำ = 120.26
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 122.97	ต่ำ = 116.04
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 122.78	ต่ำ = 116.23
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 125.23	ต่ำ = 116.22
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 121.09	ต่ำ = 120.36
6. โสด	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 121.37	ต่ำ = 116.62
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 122.02	ต่ำ = 115.98
7. สมรส	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 125.73	ต่ำ = 115.44
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 121.64	ต่ำ = 119.54
8. สำนักงาน	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 123.06	ต่ำ = 114.01
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 121.63	ต่ำ = 115.44
9. ปฏิบัติการโรงงาน	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 124.32	ต่ำ = 117.22
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 122.15	ต่ำ = 119.39

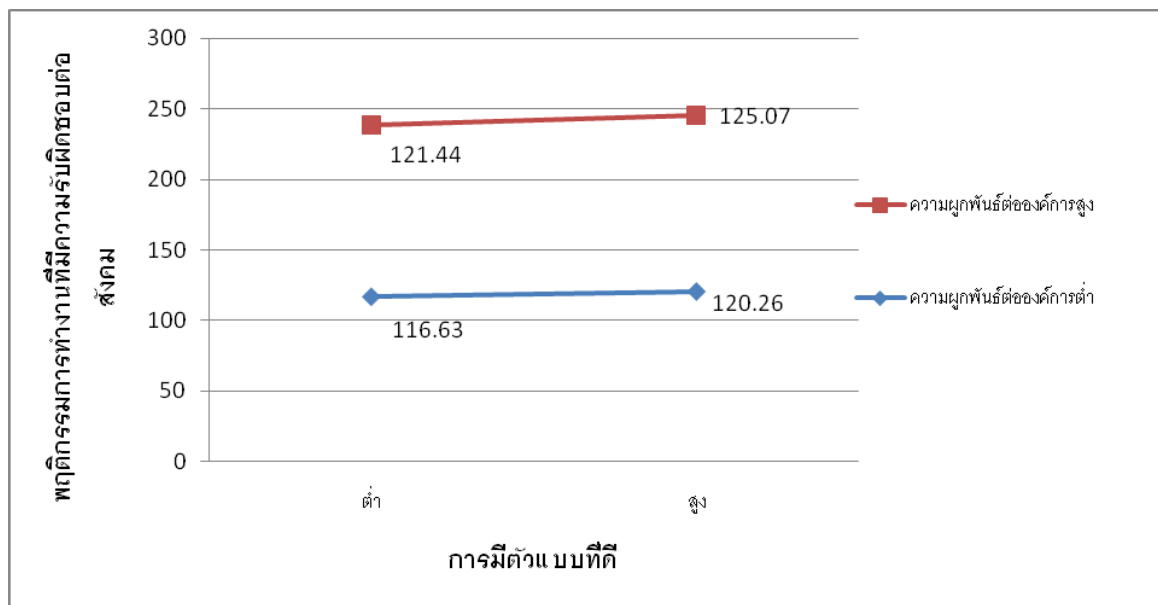
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 12 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ ความผูกพันต่อองค์กร และการมีตัวแบบที่ดี โดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับด้วยค่าเฉลี่ย เป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ มีตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในกลุ่มรวมกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม พบผลว่า พบปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส ปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 36- 41 ภาคผนวก ก ภาพประกอบ 6- 11) และเมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของ 4 กลุ่มที่แบ่งระดับของตัวแปรอิสระทั้งสองตัวแปรมาเปรียบเทียบกัน เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ (Scheffe') พบว่า ในกลุ่มพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กร สูง ถ้าเป็นผู้ที่มีตัวแบบที่ดีสูงหรือต่ำก็ตาม มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่า ผู้ที่มีลักษณะอื่นๆ ได้แก่ 1) กลุ่มพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงและมีตัวแบบที่ดีสูง 2) กลุ่มพนักงานที่มีการมีตัวแบบที่ดีต่ำ และมีความผูกพันต่อองค์กร สูง และ 3) กลุ่มพนักงานที่มี ผูกพันต่อองค์กรต่ำและมีตัวแบบที่ดีต่ำตามลำดับ

เมื่อพิจารณาที่ละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแปรปรวนไปตามตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรใน ทุกกลุ่มทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 12) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวมมากกว่าพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำ ในทุกกลุ่มทั้งกลุ่มรวม และกลุ่มย่อย กลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 123.95 และ 116.09) กลุ่มย่อยได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 123.15 และ 115.83) กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย 125.07 และ 116.63) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 122.97 และ 116.04) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 125.23 และ 116.22) กลุ่มโสด (ค่าเฉลี่ย 121.37 และ 116.62) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 125.73 และ 115.44) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 121.64 และ 114.01) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 124.32 และ 117.22) (ตาราง 13)

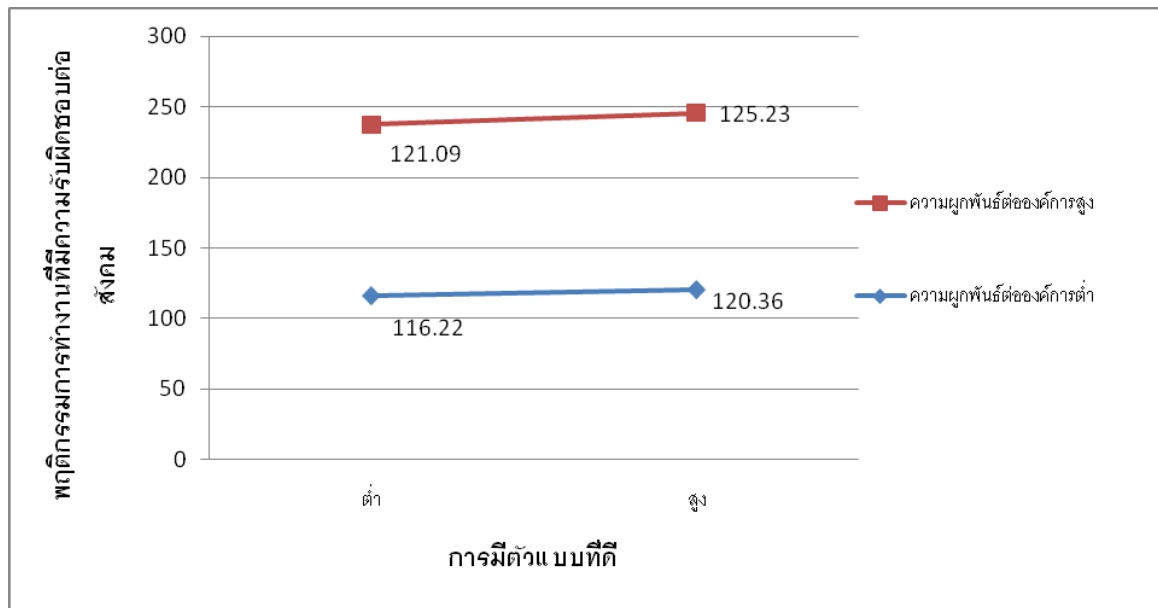
เมื่อพิจารณาที่ละตัวแปรอิสระพบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแปรปรวนไปตามตัวแปรการมีตัวแบบที่ดีในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มโสด กลุ่มสำนักงาน (ตาราง 12) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีตัวแบบที่ดีต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีตัวแบบที่ดีสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวมสูงกว่าพนักงานที่มีตัวแบบที่ดีต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 122.03 และ 118.01) และกลุ่มย่อยได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 122.66 และ 116.33) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 122.78 และ 116.23) กลุ่มโสด (ค่าเฉลี่ย 122.02 และ 115.98) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 121.63 และ 115.44) (ตาราง 13)



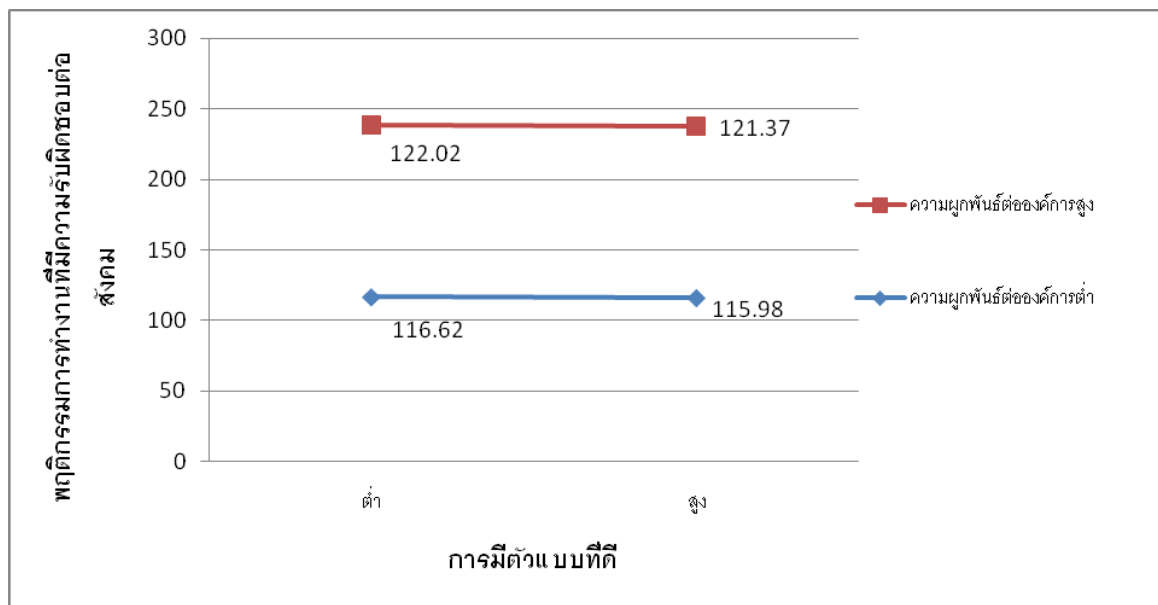
ภาพประกอบ 6 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มรวม



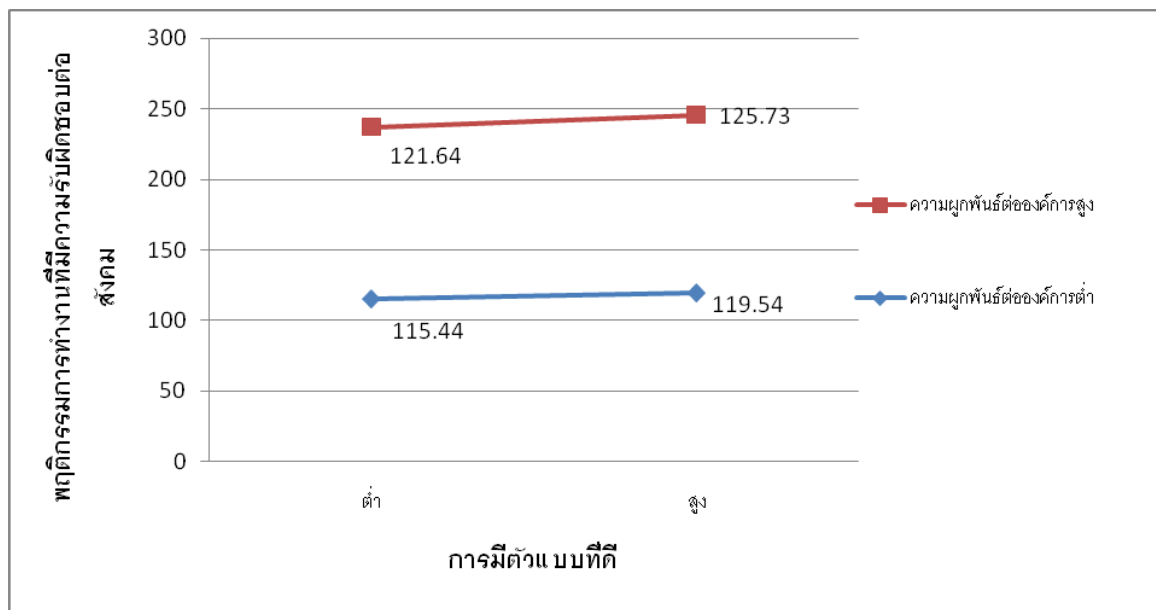
ภาพประกอบ 7 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่ม อายุมาก



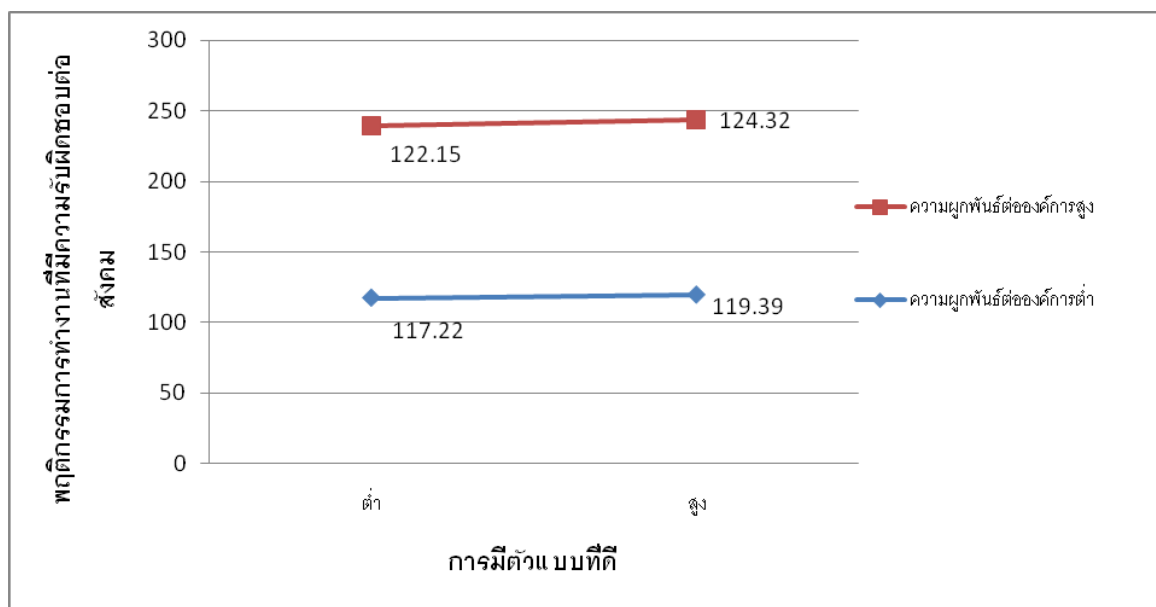
ภาพประกอบ 8 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก



ภาพประกอบ 9 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มโสด



ภาพประกอบ 10 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ในกลุ่มสมรส



ภาพประกอบ 11 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ในกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน

สรุปได้ว่า พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวมที่ดีมาก ได้แก่ 1) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กร สูง พบในทุกกลุ่มทั้ง กลุ่มรวม และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 2) พนักงานที่มีตัวแบบที่ดีสูง พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงาน น้อย กลุ่มโสด กลุ่มสำนักงาน 3) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กร สูงและมีตัวแบบที่ดี สูงพบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ อายุ มาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน

ตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามตัวแปรความผูกพันต่อองค์กร และการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำนวน (คน)	ค่าเอฟ (F)			% ทำนาย
		ความผูกพัน ต่อองค์กร (ก)	การมีตัวแบบ ที่ดี (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (กxข)	
1. กลุ่มรวม	359	23.50*	.873	17.35*	11.8
2. อายุน้อย	211	9.65*	1.40	6.31*	9.6
3. อายุมาก	148	12.87*	.026	11.17*	14.9
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	11.71*	1.79	6.21*	10.1
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	10.74*	.014	10.76*	15.4
6. โสด	187	6.42*	.752	15.60*	13.3
7. สมรส	172	16.69*	.026	3.26	11.0
8. สำนักงาน	123	10.40*	1.16	4.06*	15.3
9. ปฏิบัติการโรงงาน	236	12.83*	.058	12.04*	10.1

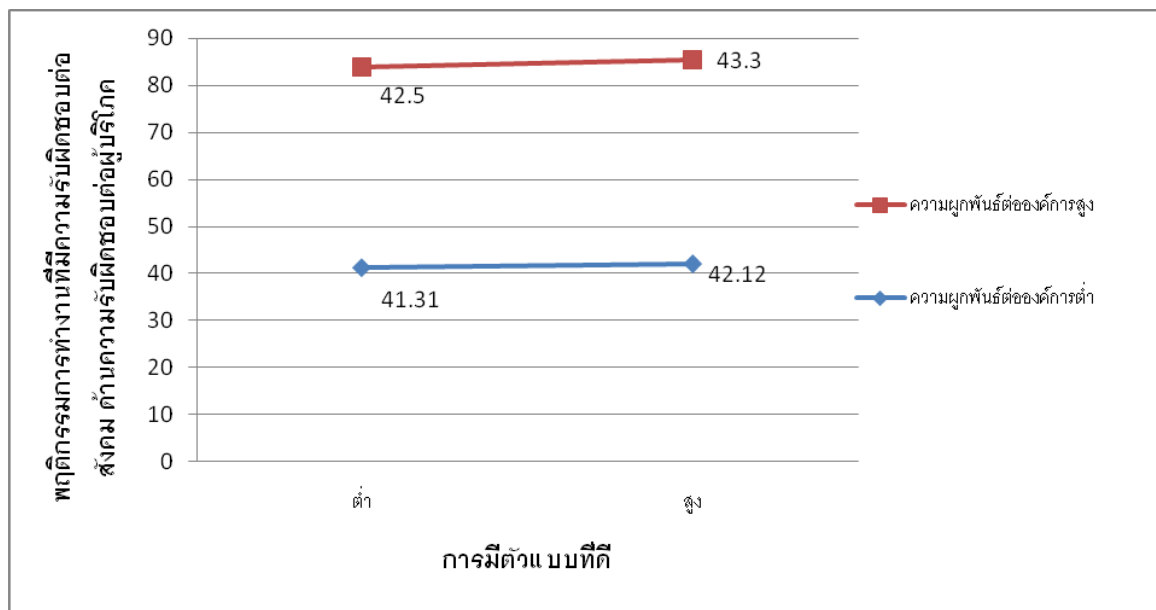
*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค จำแนกตามตัวแปรและความผูกพันต่อองค์กรและการมี
ตัวแบบที่ดีในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

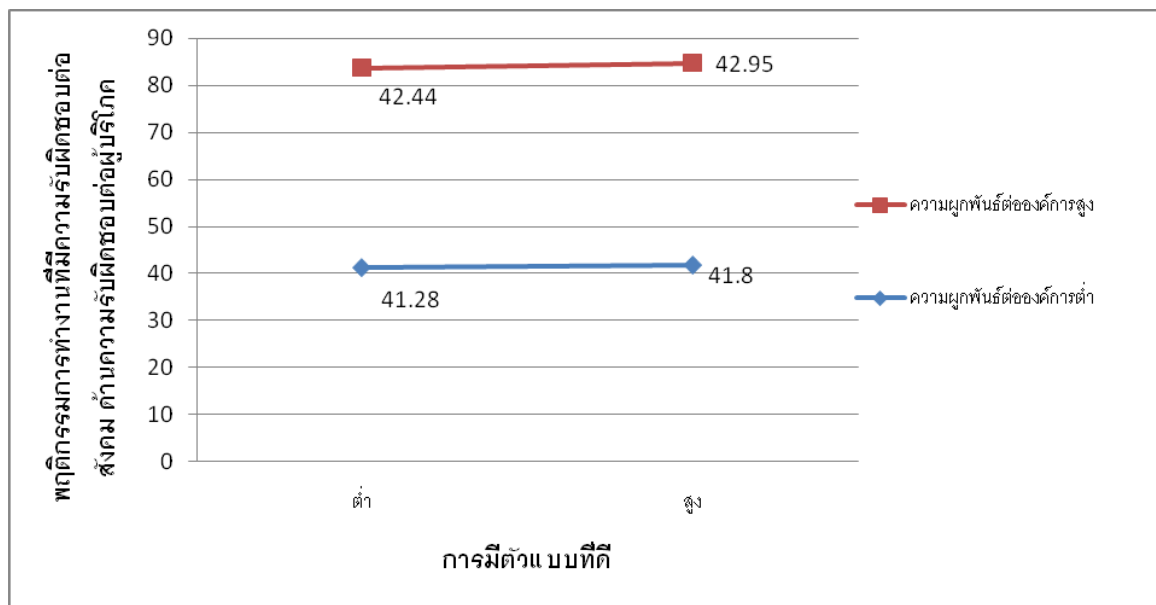
กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1. กลุ่มรวม	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 43.30	ต่ำ = 41.31
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 42.50	ต่ำ = 42.12
2. อายุน้อย	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 42.95	ต่ำ = 41.28
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 42.44	ต่ำ = 41.80
3. อายุมาก	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 43.72	ต่ำ = 41.38
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 42.60	ต่ำ = 42.50
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 43.09	ต่ำ = 41.35
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 42.56	ต่ำ = 41.88
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 43.58	ต่ำ = 41.22
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 42.44	ต่ำ = 42.36
6. โสด	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 43.01	ต่ำ = 41.58
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 42.54	ต่ำ = 42.05
7. สมรส	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 43.51	ต่ำ = 40.96
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 42.29	ต่ำ = 42.19
8. สำนักงาน	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 42.76	ต่ำ = 40.44
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 41.99	ต่ำ = 41.22
9. ปฏิบัติการโรงงาน	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 43.56	ต่ำ = 41.77
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 42.72	ต่ำ = 42.60

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 14 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีโดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับด้วยค่าเฉลี่ย เป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ มีตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งในกลุ่มรวมกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม พบผลว่า พบปฏิสัมพันธ์ ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ที่ส่งผลพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยทุกกลุ่ม ยกเว้นกลุ่มสมรส (ตาราง 42-49 ภาคผนวก ก ภาพประกอบ 12-19) และเมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของ 4 กลุ่มที่แบ่งระดับของตัวแปรอิสระทั้งสองตัวแปรมาเปรียบเทียบกันเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ (Scheffe') พบว่า ในกลุ่มพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูง ที่มีตัวแบบที่ดีสูงหรือต่ำก็ตาม มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่า ผู้ที่มีลักษณะอื่นๆ ได้แก่ 1) กลุ่มพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงและมีตัวแบบที่ดีสูง 2) กลุ่มพนักงานที่มีการมีตัวแบบที่ดีต่ำและมีความผูกพันต่อองค์กรสูง และ 3) กลุ่มพนักงานที่มีผูกพันต่อองค์กรต่ำและมีตัวแบบที่ดีต่ำตามลำดับ

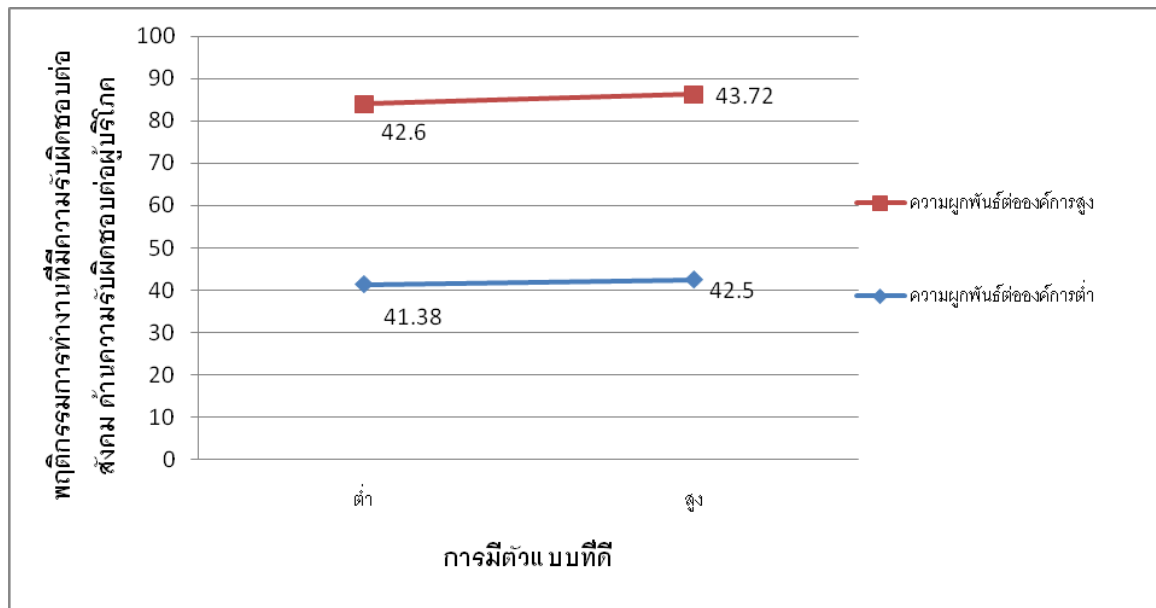
เมื่อพิจารณาที่ละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค แปรปรวนไปตามตัวแปรความผูกพันต่อองค์กร ทุกกลุ่มทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติ งานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 14) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านรับผิดชอบต่อผู้บริโภคสูงกว่าพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 43.30 และ 41.31) และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 42.95 และ 41.28) กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย 43.72 และ 41.38) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 43.09 และ 41.35) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 43.58 และ 41.22) กลุ่มโสด (ค่าเฉลี่ย 43.01 และ 41.58) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 43.51 และ 40.96) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 42.76 และ 40.44) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 43.56 และ 41.77) (ตาราง 15)



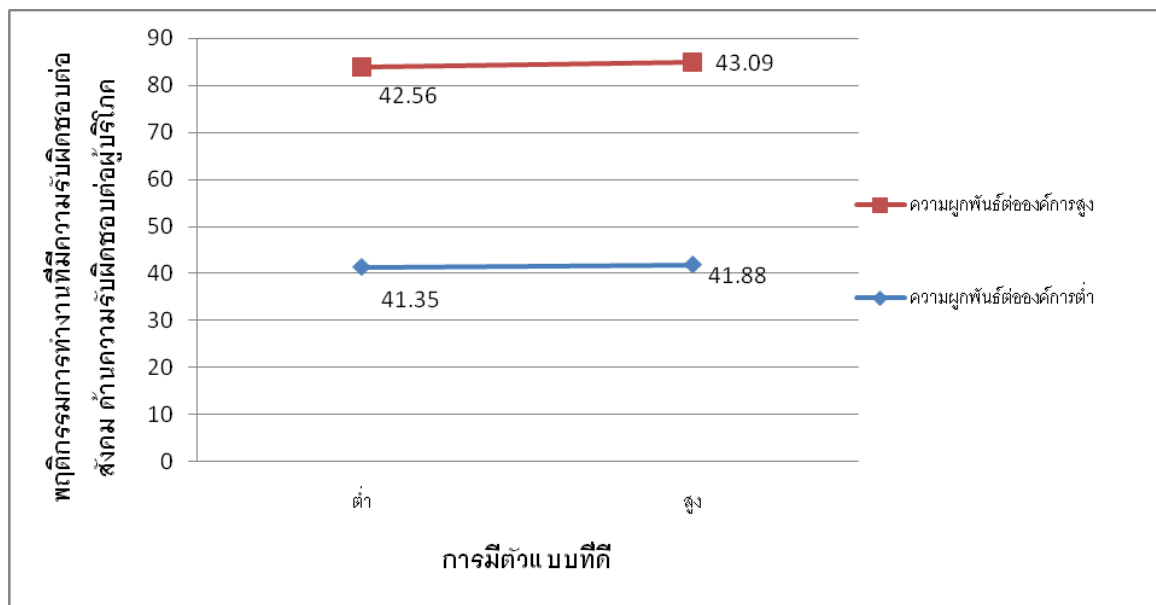
ภาพประกอบ 12 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคนในกลุ่มรวม



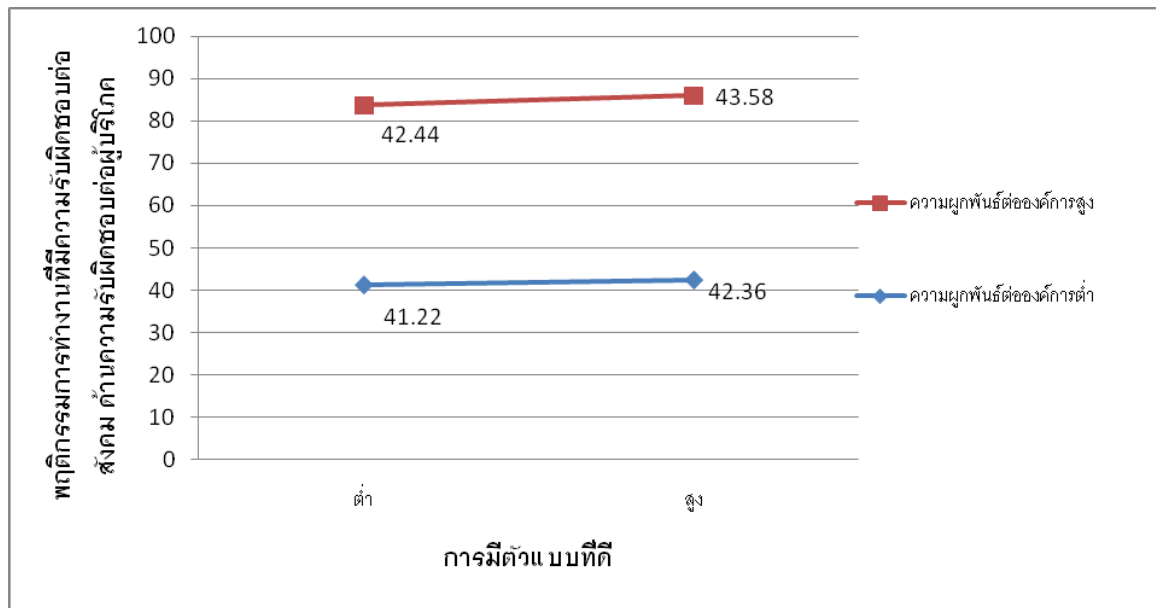
ภาพประกอบ 13 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคนในกลุ่มอายุน้อย



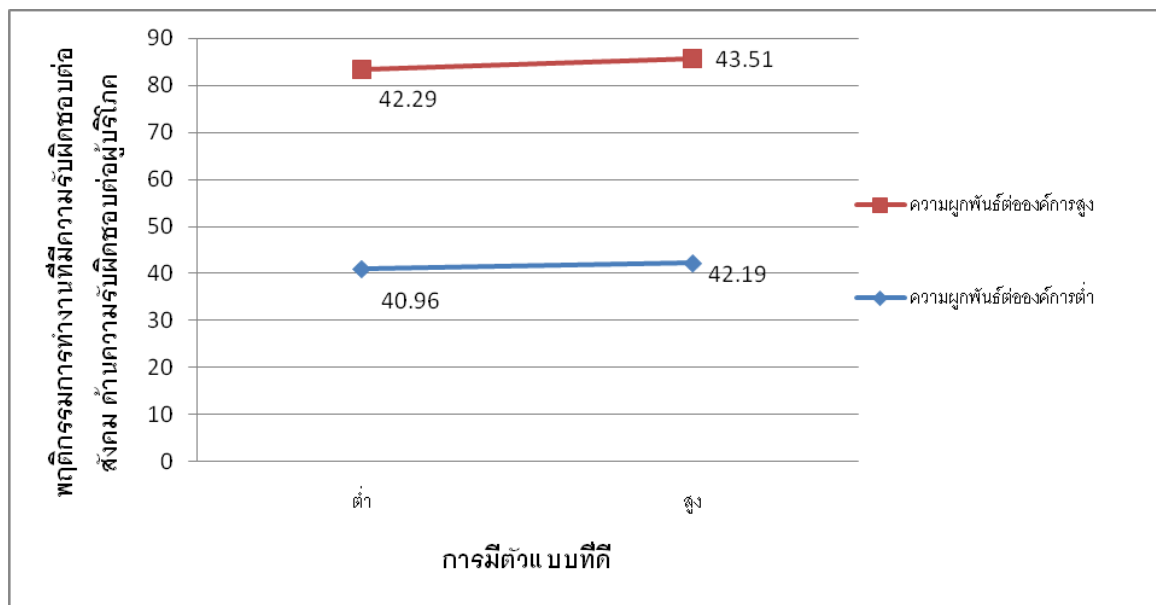
ภาพประกอบ 14 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในกลุ่มอายุมาก



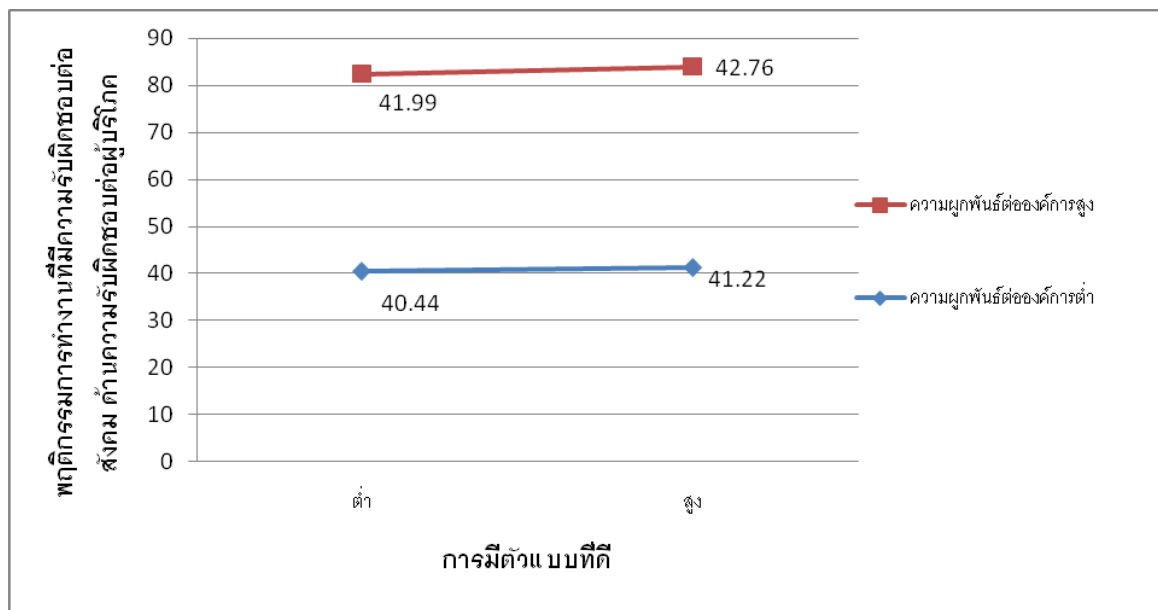
ภาพประกอบ 15 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย



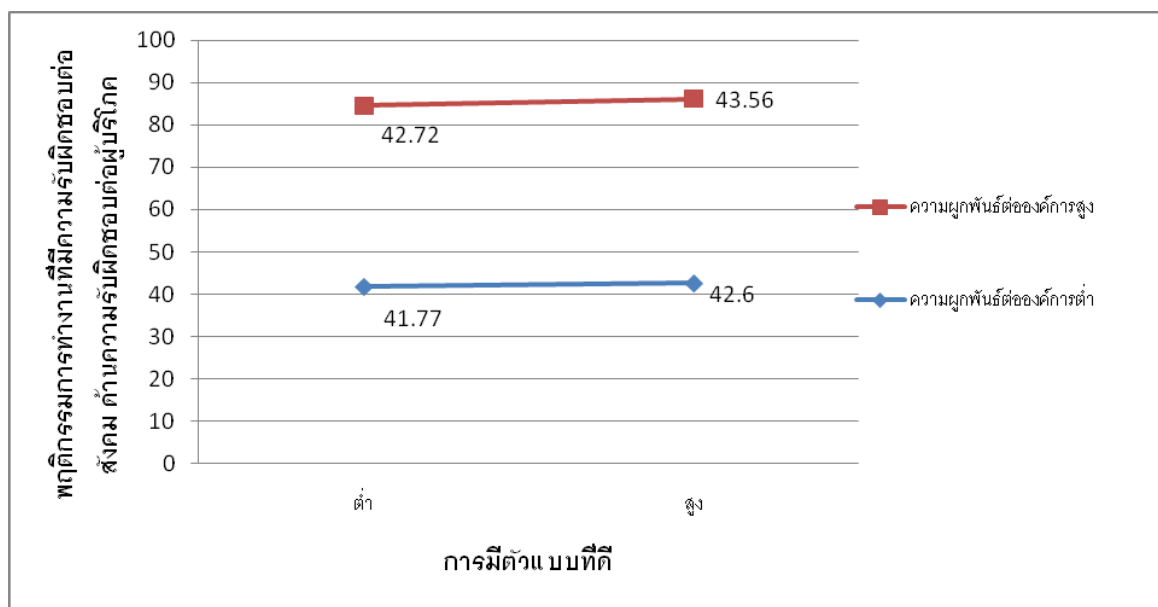
ภาพประกอบ 16 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก



ภาพประกอบ 17 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในกลุ่มสมรส



ภาพประกอบ 18 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในกลุ่มสำนักงาน



ภาพประกอบ 19 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน

สรุปได้ว่า พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคดีีมาก ได้แก่ 1) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูง พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 2) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงและมีทัศนคติที่ดีสูงพบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน

ตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรและการมีทัศนคติที่ดี ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำ นวน (คน)	ค่าเอฟ (F)			%
		ความผูกพัน ต่อองค์กร(ก)	การมีทัศนคติ ที่ดี (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (กxข)	
1. กลุ่มรวม	359	21.18*	21.22*	5.05*	15.7
2. อายุน้อย	211	10.50*	20.19*	.522	18.4
3. อายุมาก	148	10.21*	2.30	5.37*	12.8
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	10.23*	26.74*	.039	19.0
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	9.34*	1.43	9.24*	15.0
6. โสด	187	3.49	18.14*	.600	15.3
7. สมรส	172	13.83*	4.62*	3.55	14.7
8. สำนักงาน	123	9.79*	9.99*	.783	21.8
9. ปฏิบัติการโรงงาน	236	10.74*	10.47*	4.20*	12.3

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

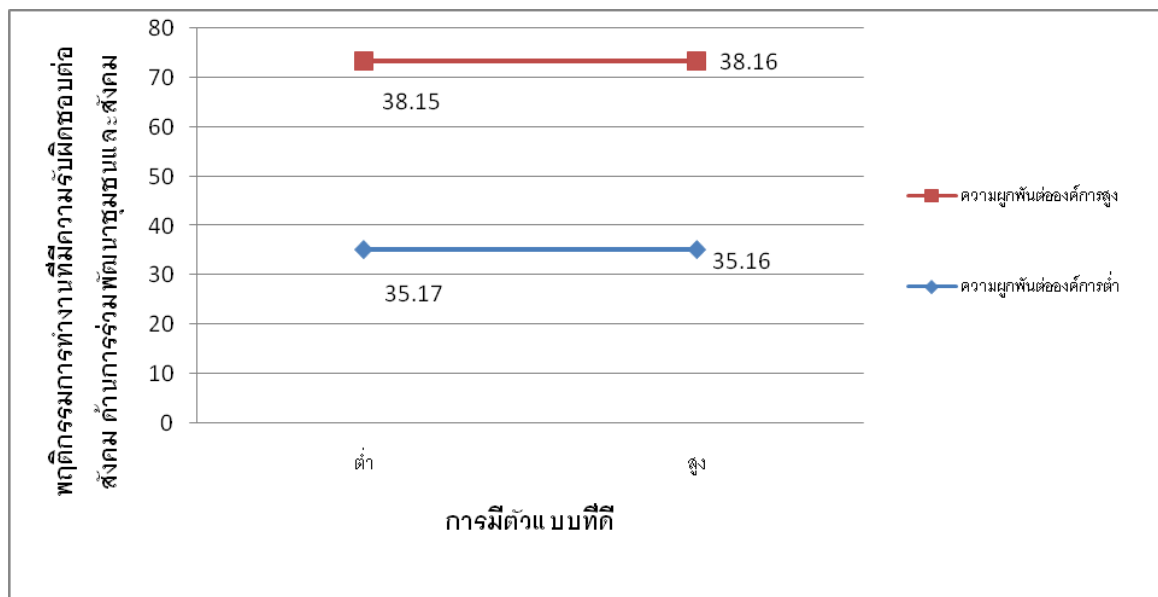
ตาราง 17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม จำแนกตามตัวแปรและความผูกพันต่อองค์กรและ
การมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1. กลุ่มรวม	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 38.15	ต่ำ = 35.17
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 38.16	ต่ำ = 35.16
2. อายุน้อย	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 37.84	ต่ำ = 34.94
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 38.50	ต่ำ = 34.28
3. อายุมาก	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 38.62	ต่ำ = 35.63
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 37.90	ต่ำ = 36.42
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 37.60	ต่ำ = 34.90
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 38.43	ต่ำ = 34.07
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 38.89	ต่ำ = 35.81
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 37.95	ต่ำ = 36.75
6. โสด	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 36.84	ต่ำ = 34.99
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 38.03	ต่ำ = 33.80
7. สมรส	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 39.06	ต่ำ = 35.53
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 38.22	ต่ำ = 36.37
8. สำนักงาน	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 38.26	ต่ำ = 34.17
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 38.28	ต่ำ = 34.36
9. ปฏิบัติการโรงงาน	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 38.08	ต่ำ = 35.61
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 38.07	ต่ำ = 35.62

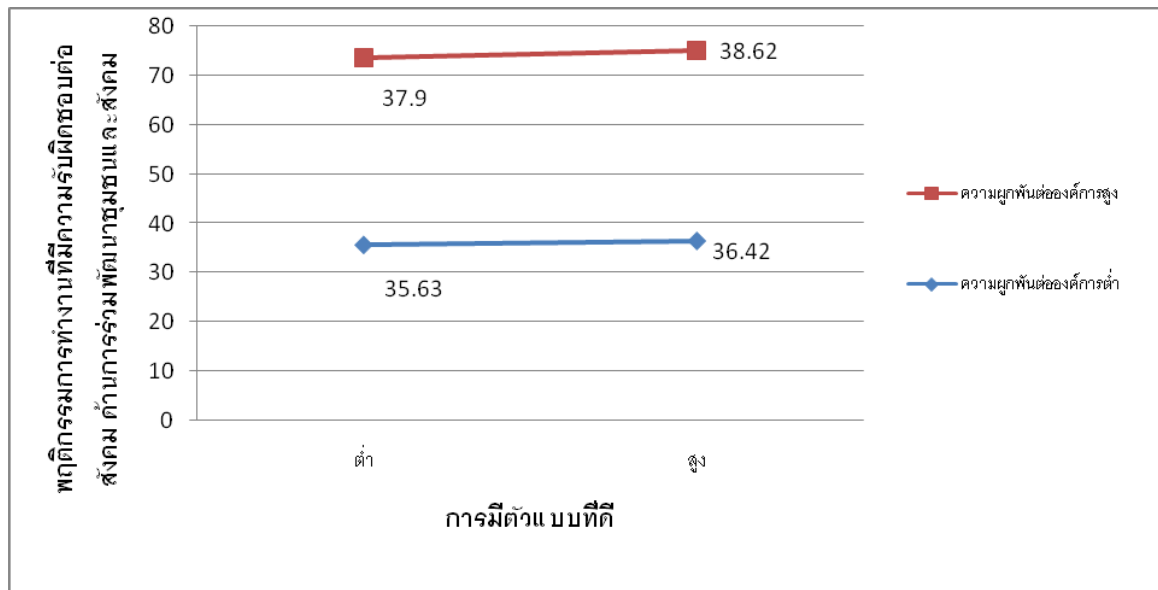
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 16 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีโดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับด้วยค่าเฉลี่ย เป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ มีตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการ ร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในกลุ่มรวมกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม พบผลว่า พบ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ที่ส่งผลพฤติกรรมการทำงานที่มีความ รับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่ม รวมและกลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 50-53 ภาคผนวก ก ภาพประกอบ 20-23) และเมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของ 4 กลุ่มที่แบ่งระดับของตัวแปรอิสระทั้งสองตัวแปร มาเปรียบเทียบกันเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ (Scheffe') พบว่า ในกลุ่มพนักงานที่มีความผูกพันต่อ องค์กรสูง ถ้าเป็นผู้ที่มีตัวแบบที่ดีสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วม พัฒนาชุมชนและสังคมสูงกว่า ผู้ที่มีลักษณะอื่นๆ ได้แก่ 1) กลุ่มพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำ และมีตัวแบบที่ดีสูง 2) กลุ่มพนักงานที่มีการมีตัวแบบที่ ดีสูงและมีความผูกพันต่อองค์กรต่ำ และ 3) กลุ่มพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำและมีตัวแบบที่ดีต่ำตามลำดับ

เมื่อพิจารณาทีละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมแปรปรวนไปตามตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรใน กลุ่มรวม และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่ม ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 16) โดยพิจารณาตาม ค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กร สูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการ ร่วมพัฒนาชุมชน และสังคมสูง กว่า พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 38.15 และ 35.17) และกลุ่มย่อยได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 37.84 และ 34.94) กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย 38.62 และ 35.63) กลุ่มระยะเวลา ปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 37.60 และ 34.90) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 38.89 และ 35.81) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 39.06 และ 35.53) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 38.26 และ 34.17) กลุ่มปฏิบัติการ โรงงาน (ค่าเฉลี่ย 38.08 และ 35.61) (ตาราง 17)

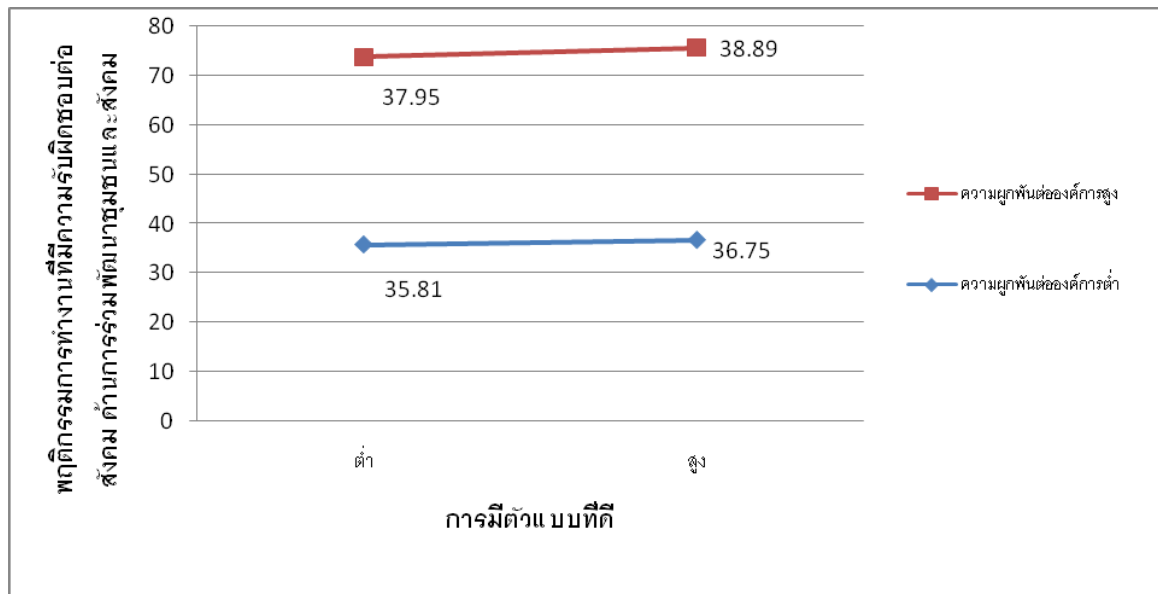
เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระทีละตัว พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านการ ร่วมพัฒนาชุมชน และสังคม แปรปรวนไปตามตัวแปร การมีตัวแบบที่ดีในกลุ่มรวมและ กลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 16) โดย พิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มี ตัวแบบที่ดีต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีความ ตัวแบบที่ดีสูงมี พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมสูงกว่าพนักงาน ที่มีตัวแบบที่ดีต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 38.16 และ 35.16) และกลุ่มย่อยได้แก่ กลุ่มอ อายุมาก (ค่าเฉลี่ย 37.90 และ 36.42) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 37.95 และ 36.75) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 38.07 และ 35.62) (ตาราง 17)



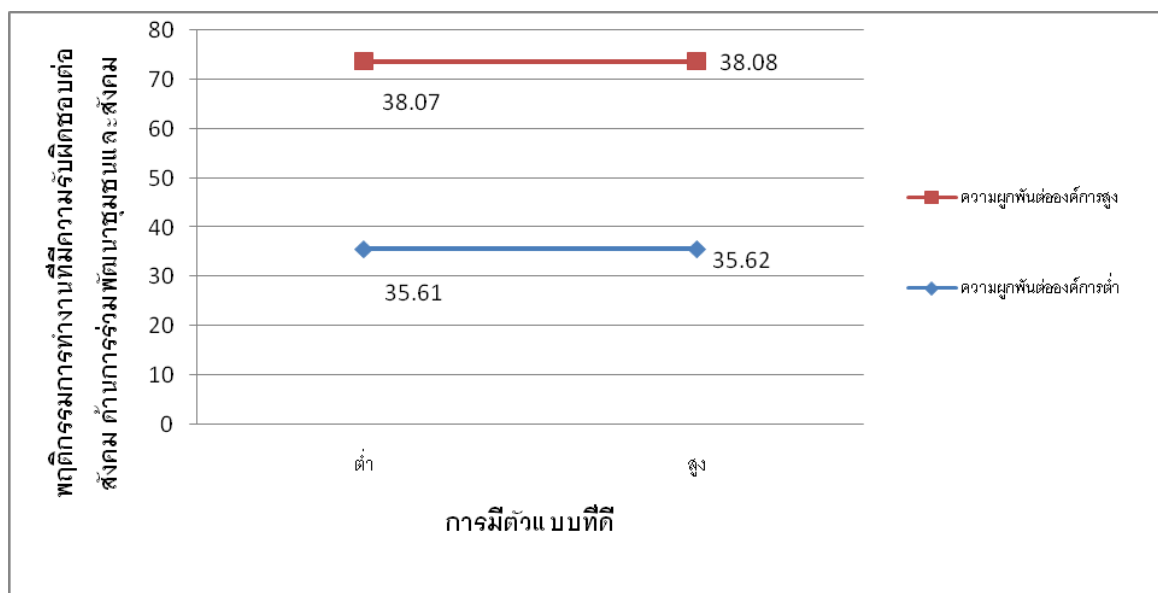
ภาพประกอบ 20 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในกลุ่มรวม



ภาพประกอบ 21 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในกลุ่มอายุมาก



ภาพประกอบ 22 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อการสูงและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก



ภาพประกอบ 23 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อการสูงและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน

สรุปได้ว่า พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมที่ดีมาก ได้แก่ 1) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูง พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 2) พนักงานที่มีตัวแบบที่ดีสูง พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 3) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงและมีตัวแบบที่ดีสูงพบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน

ตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรความผูกพันต่อองค์กร และการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำนวน (คน)	ค่าเอฟ (F)			% ทำนาย
		ความผูกพัน ต่อองค์กร (ก)	การมีตัวแบบ ที่ดี (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (กxข)	
1. กลุ่มรวม	359	36.49*	1.84	12.83*	14.7
2. อายุน้อย	211	18.12*	5.22*	2.67	14.7
3. อายุมาก	148	18.92*	.220	10.77*	17.5
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	17.09*	6.25*	3.26	14.2
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	20.48*	.516	9.35*	19.9
6. โสด	187	4.88*	4.00*	4.30*	9.8
7. สมรส	172	35.87*	.047	7.16*	21.1
8. สำนักงาน	123	12.56*	3.45	1.60	18.4
9. ปฏิบัติการโรงงาน	236	23.00*	.117	11.16*	13.6

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

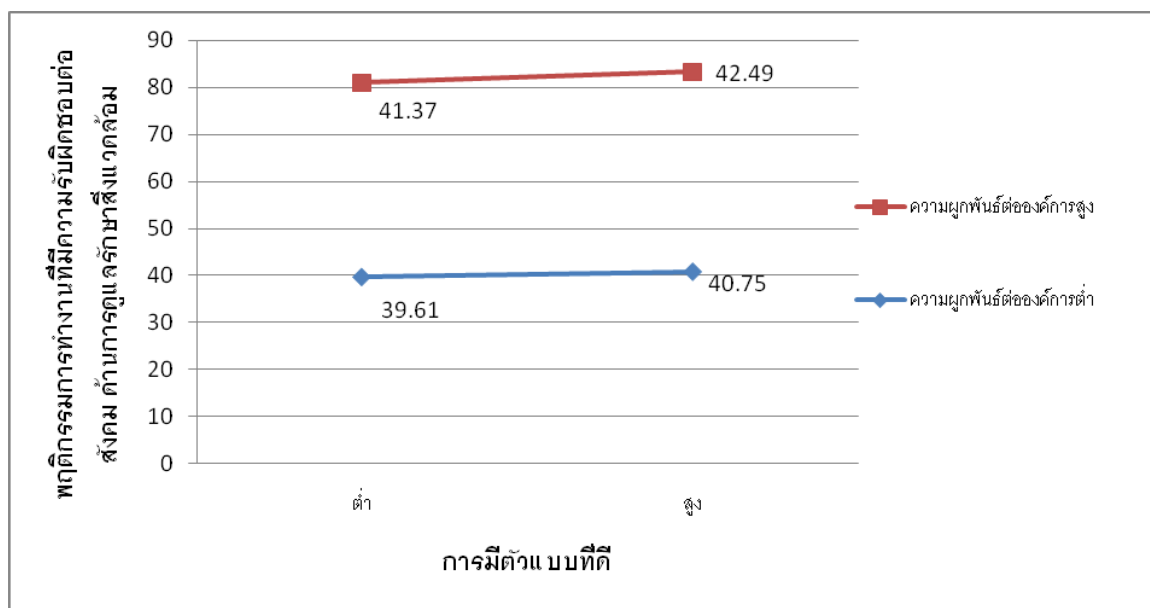
ตาราง 19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม จำแนกตามตัวแปรและความผูกพันต่อองค์กรและการ
มีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1. กลุ่มรวม	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 42.49	ต่ำ = 39.61
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 41.37	ต่ำ = 40.75
2. อายุน้อย	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 42.35	ต่ำ = 39.61
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 41.72	ต่ำ = 40.25
3. อายุมาก	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 42.73	ต่ำ = 39.61
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 41.33	ต่ำ = 41.00
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 42.28	ต่ำ = 39.79
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 41.79	ต่ำ = 40.28
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 42.76	ต่ำ = 39.19
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 40.69	ต่ำ = 41.26
6. โสด	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 41.51	ต่ำ = 40.05
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 41.45	ต่ำ = 40.12
7. สมรส	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 43.16	ต่ำ = 38.94
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 41.13	ต่ำ = 40.98
8. สำนักงาน	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 42.04	ต่ำ = 39.19
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 41.36	ต่ำ = 39.87
9. ปฏิบัติการโรงงาน	ความผูกพันต่อองค์กร	สูง = 42.68	ต่ำ = 39.84
	การมีตัวแบบที่ดี	สูง = 41.36	ต่ำ = 41.16

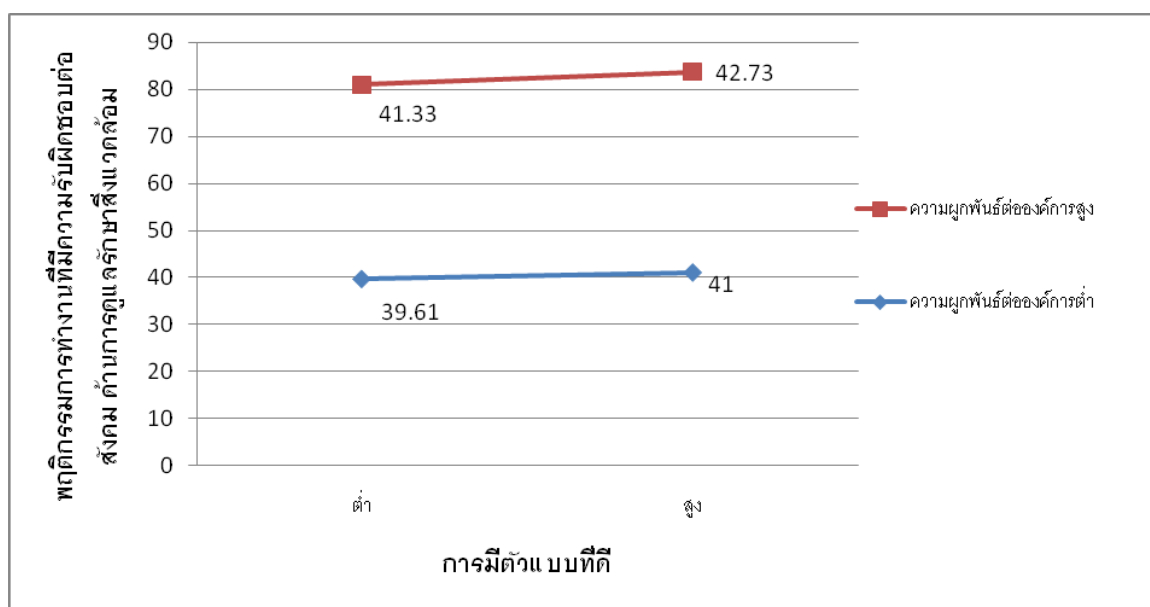
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 18 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีโดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับด้วยค่าเฉลี่ย เป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ มีตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในกลุ่มรวมกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม พบผลว่า พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 54-59 ภาคผนวก ก ภาพประกอบ 24-29) และเมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของ 4 กลุ่มที่แบ่งระดับของตัวแปรอิสระทั้งสองตัวแปรมาเปรียบเทียบกันเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ (Scheffe') พบว่า ในกลุ่มพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูง ที่มีตัวแบบที่ดีสูงหรือต่ำก็ตาม มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม สูงกว่า ผู้ที่มีลักษณะอื่นๆ ได้แก่ 1) กลุ่มพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงและมีตัวแบบที่ดีสูง 2) กลุ่มพนักงานที่มีการมีตัวแบบ ที่ดีต่ำและมีความผูกพันต่อองค์กรสูง และ 3) กลุ่มพนักงานที่มีผูกพันต่อองค์กรต่ำและมีตัวแบบที่ดีต่ำตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระทีละตัว พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมแปรปรวนไปตามตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 18) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงมี พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมสูงกว่าพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 42.49 และ 39.61) และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 42.35 และ 39.61) กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย 42.73 และ 39.61) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 42.28 และ 39.79) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมา (ค่าเฉลี่ย 42.76 และ 39.19) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 43.16 และ 38.94) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 42.04 และ 39.19) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 42.68 และ 39.84) (ตาราง 19)

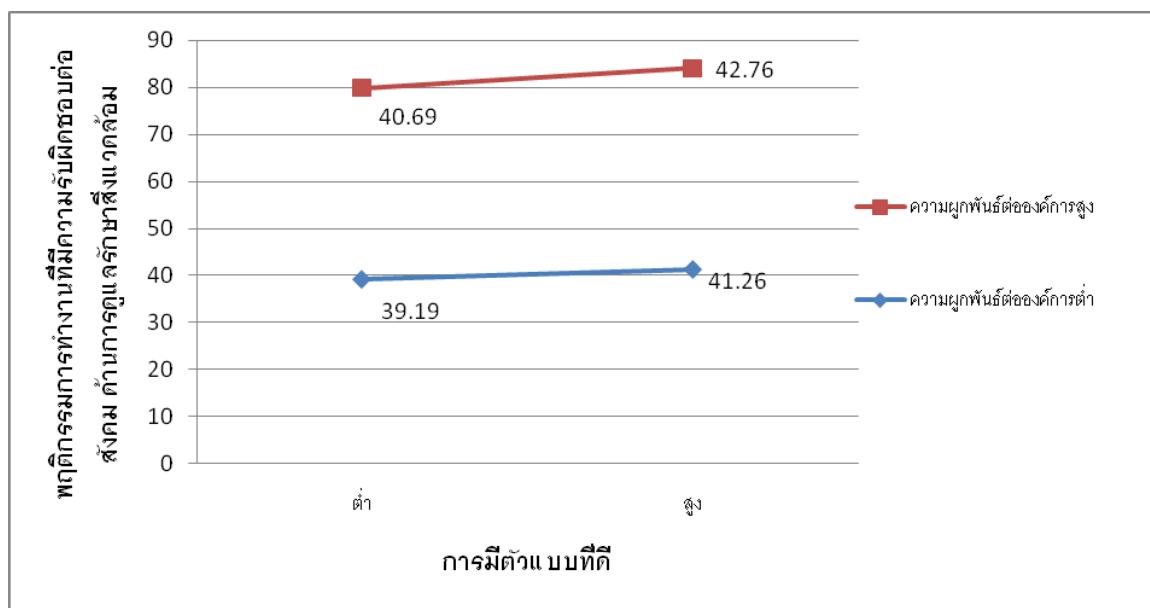
เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระทีละตัว พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมแปรปรวนไปตามตัวแปร การมีตัวแบบที่ดีในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มระยะเวลา ปฏิบัติงานน้อย กลุ่มโสด (ตาราง 18) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีตัวแบบที่ดี ต่างกัน พบว่า พนักงานที่มี มีตัวแบบที่ดี สูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมากกว่าพนักงานที่มีตัวแบบที่ดี ต่ำ ในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 41.72 และ 40.25) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 41.79 และ 40.28) กลุ่มโสด (เฉลี่ย 41.45 และ 40.12) (ตาราง 19)



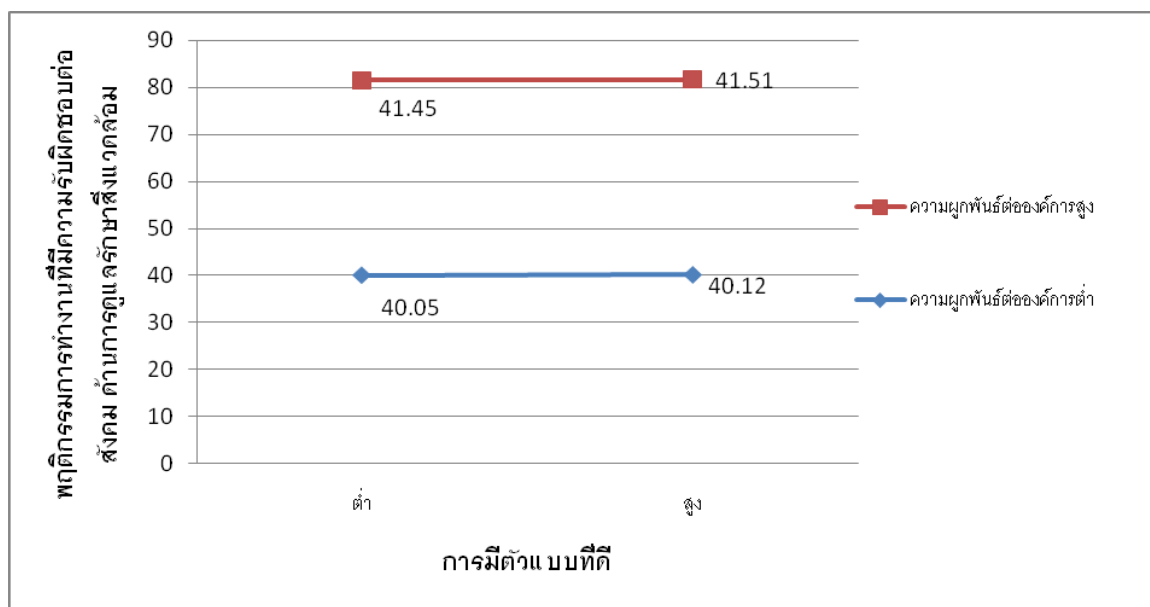
ภาพประกอบ 24 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มรวม



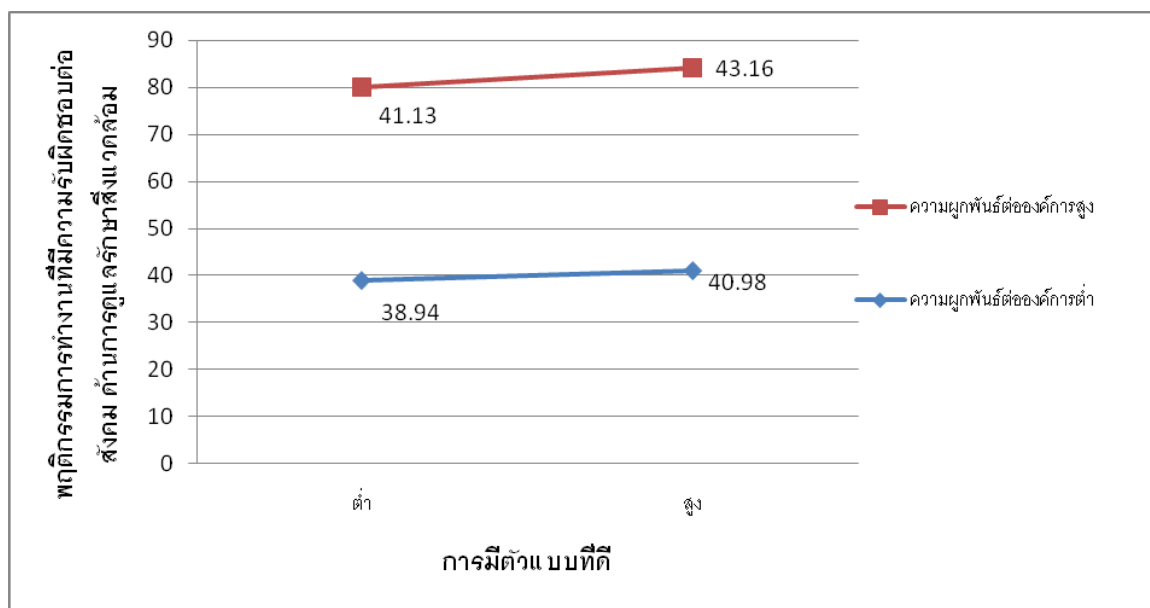
ภาพประกอบ 25 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มอายุมาก



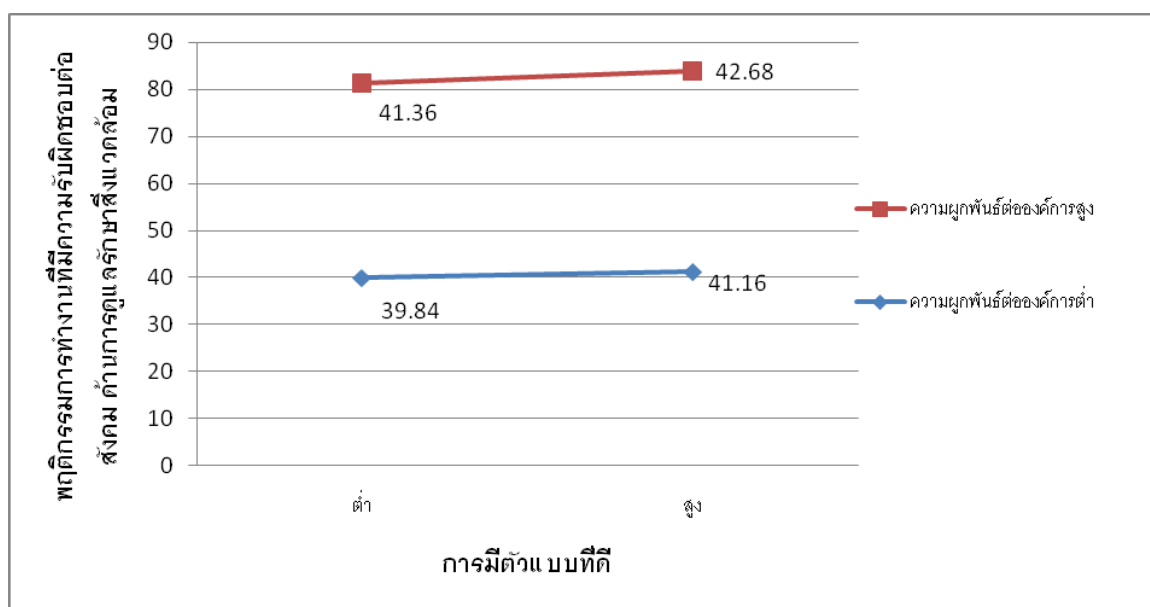
ภาพประกอบ 26 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก



ภาพประกอบ 27 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มโสด



ภาพประกอบ 28 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มสมรส



ภาพประกอบ 29 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดีที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน

สรุปได้ว่า พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่ดีมาก ได้แก่ 1) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูง พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 2) พนักงานที่มีตัวแบบที่ดีสูง พบในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มโสด 3) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูง และมีตัวแบบที่ดีสูงพบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน

ตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้วรวม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำนวน (คน)	ค่าเอฟ (F)			%
		จิตสาธารณะ (ก)	การรับรู้ นโยบายฯ (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (กxข)	
1. กลุ่มรวม	359	113.85*	17.25*	3.21	32.4
2. อายุน้อย	211	69.09*	2.44	.101	30.9
3. อายุมาก	148	51.51*	21.03*	5.13*	38.1
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	70.74*	4.57*	.143	30.9
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	48.79*	13.31*	5.05*	37.2
6. โสด	187	45.28*	2.15	4.28*	26.9
7. สมรส	172	68.82*	19.38*	.475	38.7
8. สำนักงาน	123	57.79*	2.51	.630	39.4
9. ปฏิบัติการโรงงาน	236	59.46*	12.93*	1.58	29.5

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

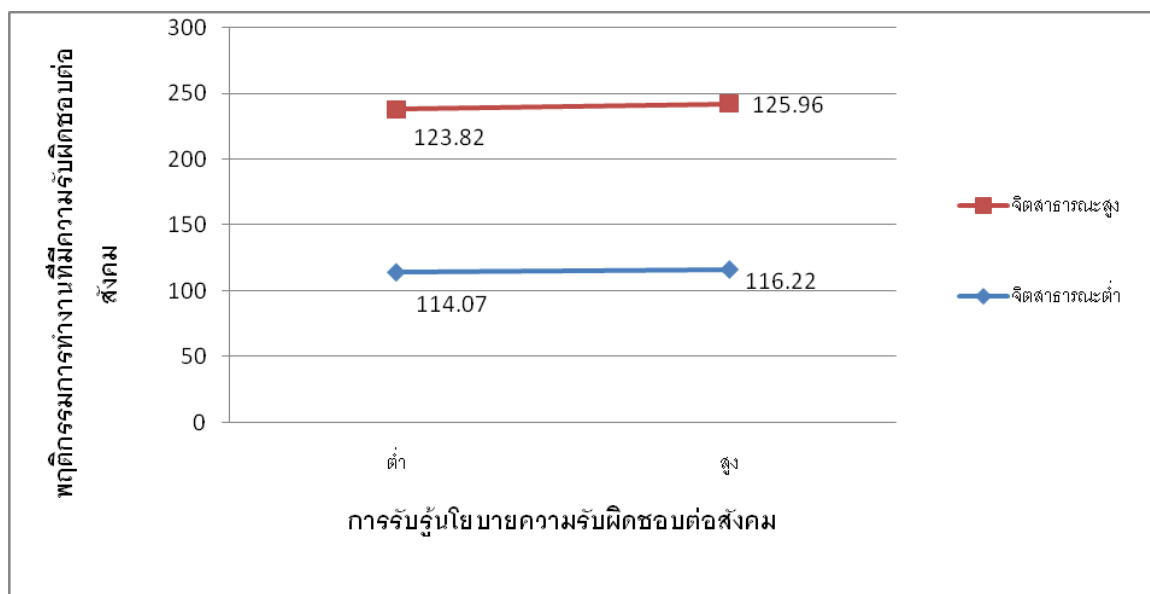
ตาราง 21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมใน
ด้านรวมจำแนกตามตัวแปรจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม
ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1. กลุ่มรวม	จิตสาธารณะ	สูง = 125.35	ต่ำ = 112.88
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 121.54	ต่ำ = 116.68
2. อายุน้อย	จิตสาธารณะ	สูง = 124.91	ต่ำ = 111.45
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 119.45	ต่ำ = 116.92
3. อายุมาก	จิตสาธารณะ	สูง = 125.96	ต่ำ = 114.07
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 123.82	ต่ำ = 116.22
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	จิตสาธารณะ	สูง = 124.72	ต่ำ = 112.08
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 120.00	ต่ำ = 116.79
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	จิตสาธารณะ	สูง = 126.51	ต่ำ = 113.08
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 123.30	ต่ำ = 116.29
6. โสด	จิตสาธารณะ	สูง = 124.34	ต่ำ = 112.86
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 119.85	ต่ำ = 117.35
7. สมรส	จิตสาธารณะ	สูง = 126.08	ต่ำ = 112.62
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 122.92	ต่ำ = 115.78
8. สำนักงาน	จิตสาธารณะ	สูง = 125.01	ต่ำ = 109.59
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 118.90	ต่ำ = 115.69
9. ปฏิบัติการโรงงาน	จิตสาธารณะ	สูง = 125.48	ต่ำ = 114.30
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 122.49	ต่ำ = 117.28

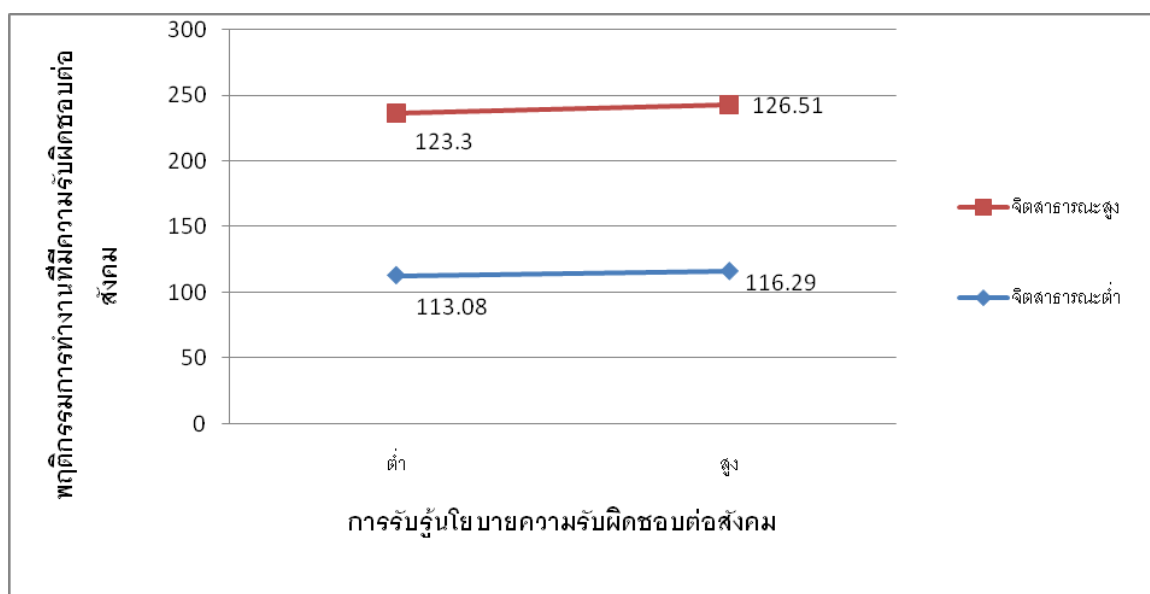
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 20 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม โดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับ ด้วยค่าเฉลี่ยเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ มีตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในกลุ่มรวมกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม พบผลว่า พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างจิตสาธารณะกับการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่ม อายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด (ตาราง 60-62 ภาคผนวก ก ภาพประกอบ 30-32) และเมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของ 4 กลุ่มที่แบ่งระดับของตัวแปรอิสระทั้งสองตัวแปรมาเปรียบเทียบกันเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ (Scheffe') พบว่า ในกลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะสูง ถ้าเป็นผู้ที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำหรือสูงก็ตาม มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่า ผู้ที่มีลักษณะอื่นๆ ได้แก่ 1) กลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะสูงและมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูง 2) กลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่ำและมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูง และ 3) กลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่ำและมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำตามลำดับ

เมื่อพิจารณาทีละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแปรปรวนไปตามตัวแปรจิตสาธารณะในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 20) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีจิตสาธารณะสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 125.35 และ 112.88) และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 124.91 และ 111.45) กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย 125.96 และ 114.07) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 124.72 และ 112.08) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 126.51 และ 113.08) กลุ่มโสด (ค่าเฉลี่ย 124.34 และ 112.82) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 126.08 และ 112.62) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 125.01 และ 109.59) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 125.48 และ 114.30) (ตาราง 21)

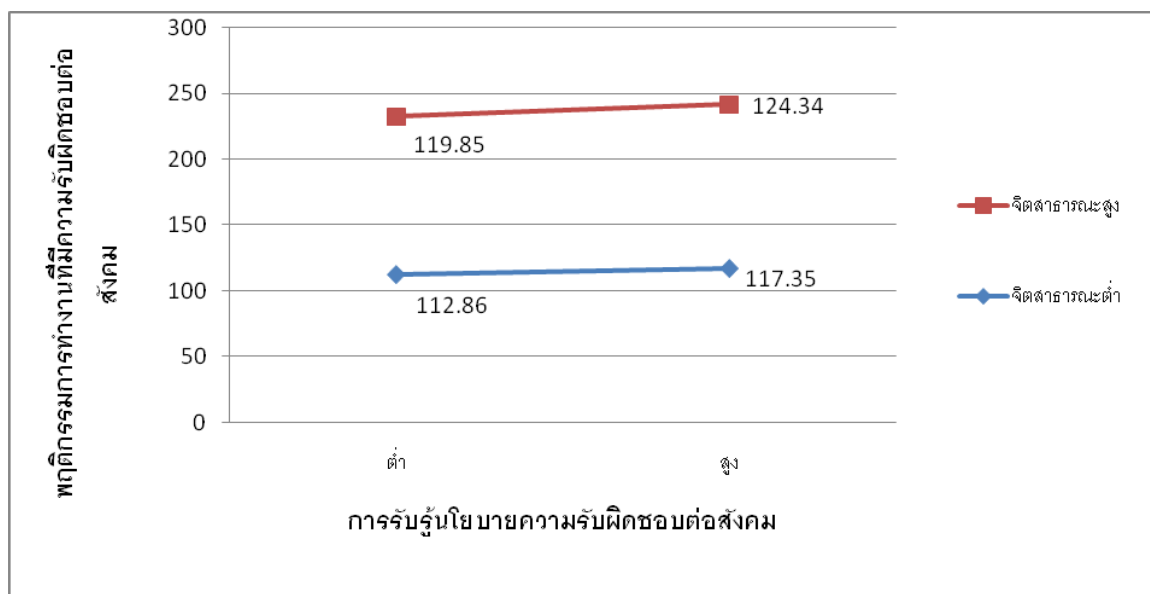
เมื่อพิจารณาทีละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแปรปรวนไปตามตัวแปร การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มสมรส กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 20) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวมสูงกว่าพนักงานที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 121.54 และ 116.68) และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย 123.82 และ 116.22) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 120.00 และ 116.79) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 123.30 และ 116.29) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 122.92 และ 115.78) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 122.49 และ 117.28) (ตาราง 21)



ภาพประกอบ 30 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้ความพึงพอใจต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มอายุมาก



ภาพประกอบ 31 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้ความพึงพอใจต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก



ภาพประกอบ 32 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสภาวะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ในกลุ่มโสด

สรุปได้ว่า พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวมที่ดีมาก ได้แก่ 1) พนักงานที่มีจิตสภาวะสูง พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติ ติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 2) พนักงานที่มี การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สูง พบในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มสมรส กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 3) พนักงานที่มีจิตสภาวะสูงและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูงพบในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด

ตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ
ต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามตัวแปรจิตสาธารณะและการรับรู้
นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำนวน (คน)	ค่าเอฟ (F)			%
		จิตสาธารณะ (ก)	การรับรู้ นโยบายฯ (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (กxข)	
1. กลุ่มรวม	359	51.03*	5.96*	3.55	17.3
2. อายุน้อย	211	31.95*	.146	.081	15.7
3. อายุมาก	148	23.70*	10.38*	5.89*	23.2
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	27.36*	.905	.323	14.0
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	29.00*	6.79*	5.66*	25.7
6. โสด	187	22.69*	.438	3.33	15.2
7. สมรส	172	28.27*	7.81*	1.29	20.0
8. สำนักงาน	123	29.60*	.308	.948	23.8
9. ปฏิบัติการโรงงาน	236	26.08*	4.58*	1.69	14.9

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

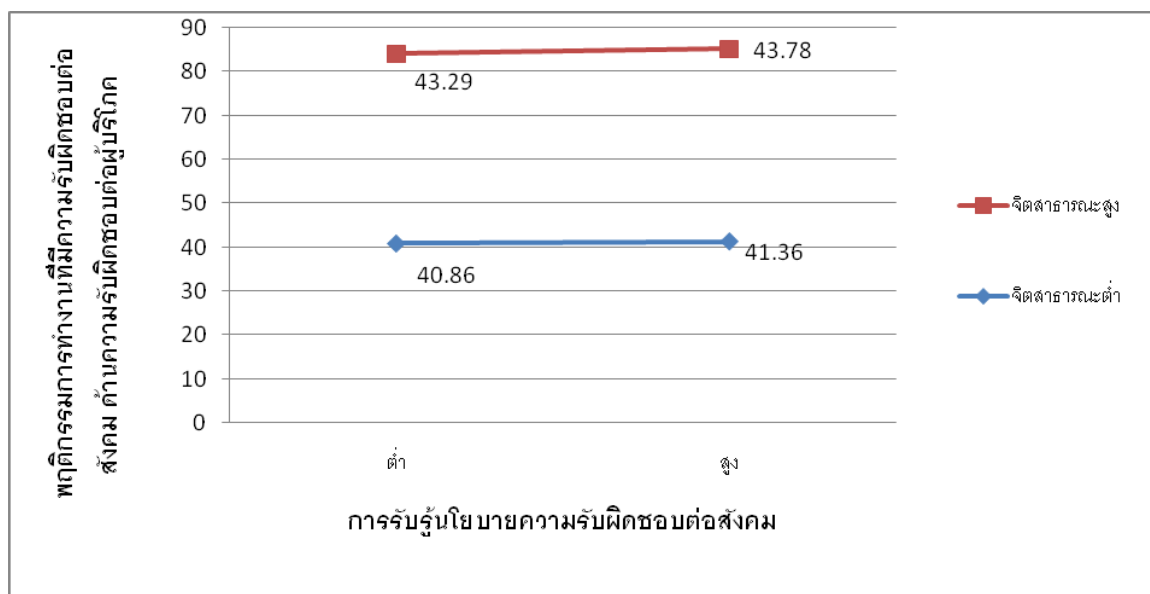
ตาราง 23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคราย 9 ด้านแยกตามตัวแปรจิตสาธารณะและการรับนโยบาย
ความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1. กลุ่มรวม	จิตสาธารณะ	สูง = 43.49	ต่ำ = 40.64
	การรับนโยบายฯ	สูง = 42.55	ต่ำ = 41.57
2. อายุน้อย	จิตสาธารณะ	สูง = 43.28	ต่ำ = 40.27
	การรับนโยบายฯ	สูง = 41.87	ต่ำ = 41.67
3. อายุมาก	จิตสาธารณะ	สูง = 43.78	ต่ำ = 40.86
	การรับนโยบายฯ	สูง = 43.29	ต่ำ = 41.36
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	จิตสาธารณะ	สูง = 43.23	ต่ำ = 40.59
	การรับนโยบายฯ	สูง = 42.15	ต่ำ = 41.67
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	จิตสาธารณะ	สูง = 43.96	ต่ำ = 40.36
	การรับนโยบายฯ	สูง = 43.03	ต่ำ = 41.29
6. โสด	จิตสาธารณะ	สูง = 43.36	ต่ำ = 40.72
	การรับนโยบายฯ	สูง = 42.22	ต่ำ = 41.85
7. สมรส	จิตสาธารณะ	สูง = 43.56	ต่ำ = 40.41
	การรับนโยบายฯ	สูง = 42.82	ต่ำ = 41.16
8. สำนักงาน	จิตสาธารณะ	สูง = 43.07	ต่ำ = 39.43
	การรับนโยบายฯ	สูง = 41.43	ต่ำ = 41.07
9. ปฏิบัติการโรงงาน	จิตสาธารณะ	สูง = 43.71	ต่ำ = 41.16
	การรับนโยบายฯ	สูง = 42.97	ต่ำ = 41.90

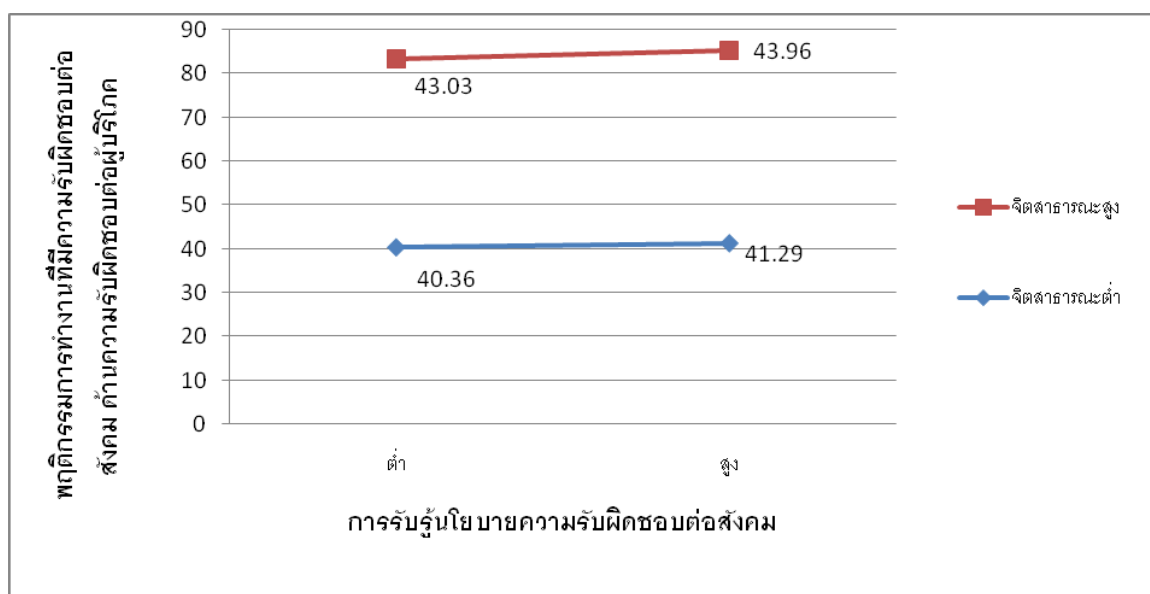
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 22 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม โดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับ ด้วยค่าเฉลี่ยเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ มีตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในกลุ่มรวมกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม พบผลว่า พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม และจิตสาธารณะ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ตาราง 63-64 ภาคผนวก ก ภาพประกอบ 33-34) และเมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของ 4 กลุ่มที่แบ่งระดับของตัวแปรอิสระทั้งสองตัวแปร มาเปรียบเทียบกันเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ (Scheffe') พบว่า ในกลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะสูง ถ้าเป็นผู้ที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูง มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคสูงกว่า ผู้ที่มีลักษณะอื่นๆ ได้แก่ 1) กลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะสูงและมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ 2) กลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่ำและมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูง และ 3) กลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่ำและมีการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำตามลำดับ

เมื่อพิจารณาที่ละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคแปรปรวนไปตามตัวแปรจิตสาธารณะในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 22) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีจิตสาธารณะสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคสูงกว่าพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 43.49 และ 40.64) และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 43.28 และ 40.27) กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย 43.78 และ 40.36) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 43.23 และ 40.59) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 43.96 และ 40.86) กลุ่มโสด (ค่าเฉลี่ย 43.36 และ 40.72) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 43.56 และ 40.41) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 43.07 และ 39.43) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 43.71 และ 41.16) (ตาราง 23)

เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่ละตัว พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคแปรปรวนไปตามตัวแปรการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มสมรส กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 22) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคสูงกว่าพนักงานที่มีการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ใน กลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 42.55 และ 41.57) และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย 43.29 และ 41.36) ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 43.03 และ 41.29) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 42.82 และ 41.16) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 42.97 และ 41.90) (ตาราง 23)



ภาพประกอบ 33 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภครวม ในกลุ่มอายุมาก



ภาพประกอบ 34 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภครวม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก

สรุปได้ว่า พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคดีดีมากที่สุด ได้แก่ 1) พนักงานที่มีจิตสาธารณะสูง พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 2) พนักงานที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สูง พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มสมรส กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 3) พนักงานที่มีจิตสาธารณะสูงและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูงพบในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก

ตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรจิตสาธารณะและการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำนวน คน	ค่าเอฟ (F)			%
		จิตสาธารณะ (ก)	การรับรู้ นโยบายฯ (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (กxข)	
1. กลุ่มรวม	359	70.97*	12.62*	1.77	23.7
2. อายุน้อย	211	48.40*	.812	.069	23.0
3. อายุมาก	148	29.87*	21.97*	5.64*	31.2
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	52.55*	1.85	.336	23.9
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	27.67*	12.90*	7.09*	29.0
6. โสด	187	35.36*	1.06	1.78	21.1
7. สมรส	172	33.16*	14.30*	.065	25.8
8. สำนักงาน	123	41.58*	1.45	.040	31.1
9. ปฏิบัติการโรงงาน	236	33.66*	10.33*	1.97	20.5

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

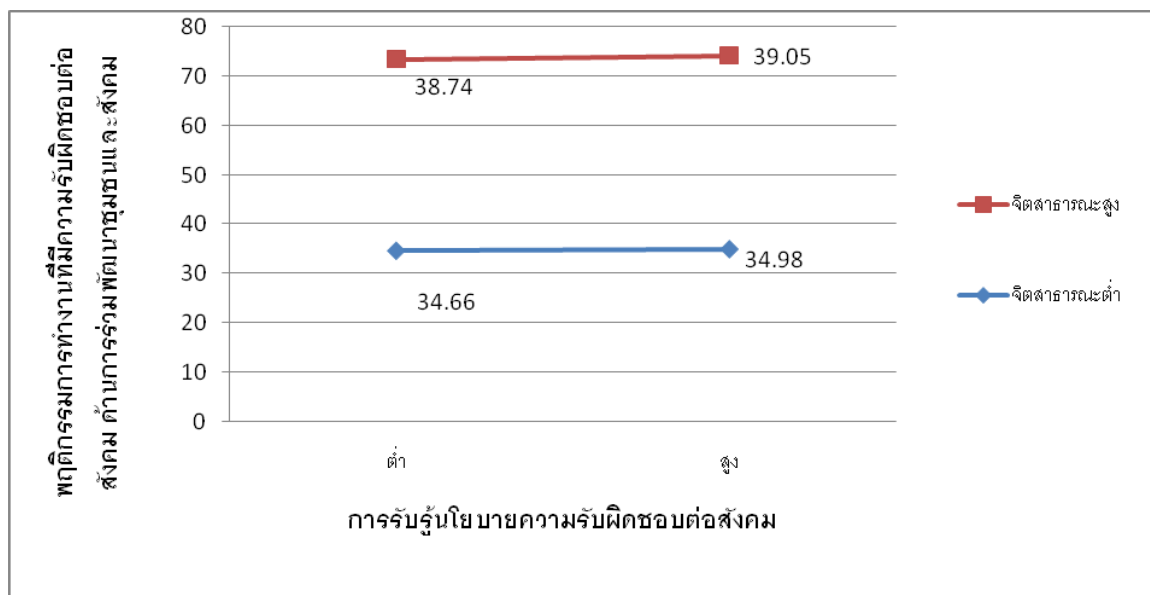
ตาราง 25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม จำแนกตามตัวแปรและจิตสาธารณะและการรับรู้
นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1. กลุ่มรวม	จิตสาธารณะ	สูง = 38.96	ต่ำ = 33.74
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 37.45	ต่ำ = 35.25
2. อายุน้อย	จิตสาธารณะ	สูง = 38.89	ต่ำ = 32.72
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 36.20	ต่ำ = 35.40
3. อายุมาก	จิตสาธารณะ	สูง = 39.05	ต่ำ = 34.66
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 38.74	ต่ำ = 34.98
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	จิตสาธารณะ	สูง = 38.75	ต่ำ = 32.76
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 36.32	ต่ำ = 35.19
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	จิตสาธารณะ	สูง = 39.37	ต่ำ = 34.55
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 38.61	ต่ำ = 35.32
6. โสด	จิตสาธารณะ	สูง = 38.68	ต่ำ = 33.03
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 36.34	ต่ำ = 35.37
7. สมรส	จิตสาธารณะ	สูง = 39.13	ต่ำ = 34.50
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 38.34	ต่ำ = 35.30
8. สำนักงาน	จิตสาธารณะ	สูง = 39.34	ต่ำ = 31.98
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 36.35	ต่ำ = 34.98
9. ปฏิบัติการโรงงาน	จิตสาธารณะ	สูง = 38.73	ต่ำ = 34.44
	การรับรู้นโยบายฯ	สูง = 37.77	ต่ำ = 35.40

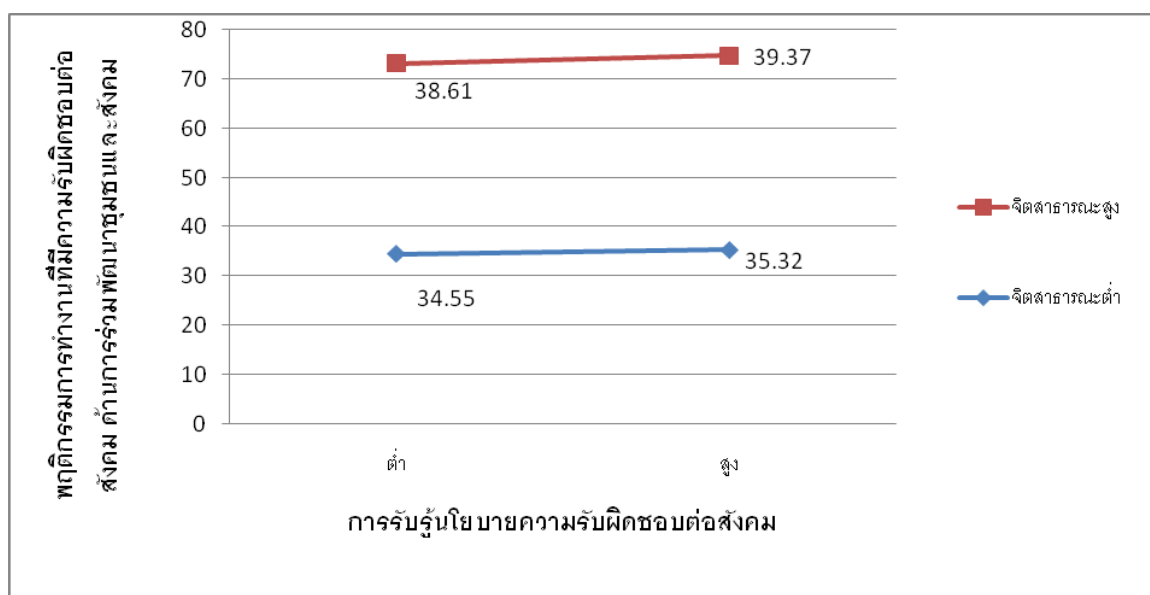
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 24 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม โดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับ ด้วยค่าเฉลี่ยเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ มีตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในกลุ่มรวมกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม พบผลว่า ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มอายุมาก ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ตาราง 65-66 ภาคผนวก ก ภาพประกอบ 35-36) และเมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของ 4 กลุ่มที่แบ่งระดับของตัวแปรอิสระทั้งสองตัวแปรมาเปรียบเทียบกันเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ (Scheffe') พบว่า ในกลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะสูง ถ้าเป็นผู้ที่มีการรับรู้นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคมสูง มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่า ผู้ที่มีลักษณะอื่นๆ ได้แก่ 1) กลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะสูงและมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ 2) กลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่ำและมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สูง และ 3) กลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่ำและมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำตามลำดับ

เมื่อพิจารณาทีละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม แปรปรวนไปตามตัวแปรจิตสาธารณะในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 24) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีจิตสาธารณะสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมมากกว่าพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 38.96 และ 33.74) และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 38.89 และ 32.72) กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย 39.05 และ 34.66) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 38.75 และ 32.76) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 39.37 และ 34.55) กลุ่มโสด (ค่าเฉลี่ย 38.68 และ 33.03) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 39.13 และ 34.50) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 39.34 และ 31.98) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 38.73 และ 34.44) (ตาราง 25)

เมื่อพิจารณาทีละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม แปรปรวนไปตามตัวแปรการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มสมรส กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ตาราง 24) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 37.45 และ 35.25) และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย 38.74 และ 34.98) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 38.61 และ 35.32) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 38.34 และ 35.30) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 37.77 และ 35.40) (ตาราง 25)



ภาพประกอบ 35 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในกลุ่มอายุมาก



ภาพประกอบ 36 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก

สรุปได้ว่า พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมที่ดีมาก ได้แก่ 1) พนักงานที่มีจิตสาธารณะสูง พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 2) พนักงานที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูง พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มสมรส กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 3) พนักงานที่มีจิตสาธารณะสูงและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูงพบในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก

ตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามตัวแปรจิตสาธารณะและการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำนวน คน	ค่าเอฟ (F)			%
		จิตสาธารณะ (ก)	การรับรู้ นโยบายฯ (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (กxข)	
1. กลุ่มรวม	359	104.50*	15.39*	1.47	30.5
2. อายุน้อย	211	50.39*	6.41*	.983	27.9
3. อายุมาก	148	55.64*	9.59*	.406	35.0
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	51.14*	8.23*	1.84	27.6
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	51.31*	8.02*	.175	36.5
6. โสด	187	27.08*	3.54	4.17*	20.8
7. สมรส	172	90.43*	16.77*	.161	43.5
8. สำนักงาน	123	39.04*	4.29*	2.81	34.0
9. ปฏิบัติการโรงงาน	236	62.03*	10.29*	.060	29.4

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม จำแนกตามตัวแปรจิตสาธารณะและการรับนโยบาย
ความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

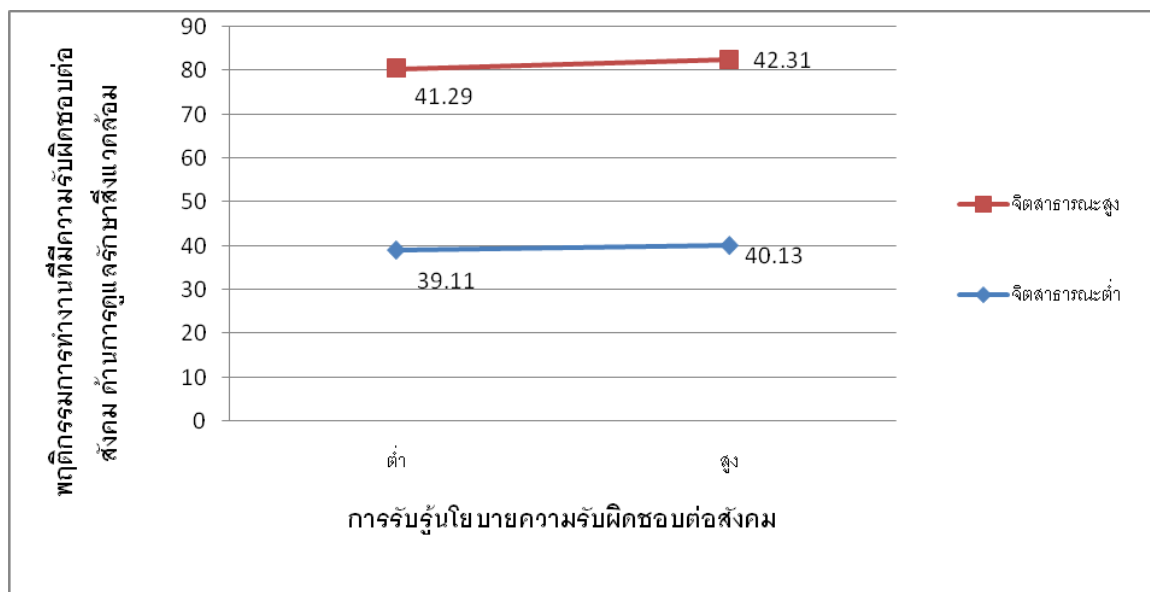
กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1. กลุ่มรวม	จิตสาธารณะ	สูง = 42.90	ต่ำ = 38.51
	การรับนโยบายฯ	สูง = 41.55	ต่ำ = 39.86
2. อายุน้อย	จิตสาธารณะ	สูง = 42.75	ต่ำ = 38.46
	การรับนโยบายฯ	สูง = 41.37	ต่ำ = 39.84
3. อายุมาก	จิตสาธารณะ	สูง = 43.13	ต่ำ = 38.56
	การรับนโยบายฯ	สูง = 41.79	ต่ำ = 39.89
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	จิตสาธารณะ	สูง = 42.74	ต่ำ = 38.73
	การรับนโยบายฯ	สูง = 41.54	ต่ำ = 39.93
5. ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	จิตสาธารณะ	สูง = 43.18	ต่ำ = 38.17
	การรับนโยบายฯ	สูง = 41.66	ต่ำ = 39.68
6. โสด	จิตสาธารณะ	สูง = 42.31	ต่ำ = 39.11
	การรับนโยบายฯ	สูง = 41.29	ต่ำ = 40.13
7. สมรส	จิตสาธารณะ	สูง = 43.39	ต่ำ = 37.71
	การรับนโยบายฯ	สูง = 41.77	ต่ำ = 39.32
8. สำนักงาน	จิตสาธารณะ	สูง = 42.60	ต่ำ = 38.17
	การรับนโยบายฯ	สูง = 41.12	ต่ำ = 39.65
9. ปฏิบัติการโรงงาน	จิตสาธารณะ	สูง = 43.03	ต่ำ = 38.70
	การรับนโยบายฯ	สูง = 41.75	ต่ำ = 39.98

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 26 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร จิตสาธาณณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม โดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับ ด้วยค่าเฉลี่ยเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ มีตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในกลุ่มรวมกลุ่มย่อย 8 กลุ่ม พบผลว่า พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่ม โสด (ตาราง 67 ภาคผนวก ก ภาพประกอบ 37) และเมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของ 4 กลุ่มที่แบ่งระดับของ ตัวแปรอิสระทั้งสองตัวแปรมาเปรียบเทียบกันเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ (Scheffe') พบว่า ในกลุ่ม พนักงานที่มีจิตสาธาณณะสูง ถ้าเป็นผู้ที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ หรือสูงก็ตาม มี พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่า ผู้ที่มีลักษณะอื่นๆ ได้แก่ 1) กลุ่มพนักงานที่มี จิตสาธาณณะสูงและมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูง 2) กลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธาณณะต่ำ และมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูง และ 3) กลุ่มพนักงานที่มีจิตสาธาณณะต่ำและมีการ รับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำตามลำดับ

เมื่อพิจารณาทีละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมแปรปรวนไปตามตัวแปรจิตสาธาณณะในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่ม โสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโ รงงาน (ตาราง 26) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยใน กลุ่ม พนักงานที่มีจิตสาธาณณะต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีจิตสาธาณณะสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มี ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมากกว่าพนักงานที่มีจิตสาธาณณะต่ำ ในกลุ่ม รวม (ค่าเฉลี่ย 42.90 และ 38.51) และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 42.75 และ 38.46) กลุ่มอายุ มาก (ค่าเฉลี่ย 43.13 และ 38.56) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 42.74 และ 38.73) กลุ่ม ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 43.18 และ 38.17) กลุ่มโสด (ค่าเฉลี่ย 42.31 และ 39.11) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 43.39 และ 37.71) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 42.60 และ 38.17) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย 43.03 และ 38.70) (ตาราง 27)

เมื่อพิจารณาทีละตัวแปรอิสระ พบว่า คะแนนพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมแปรปรวนไปตามตัวแปรการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่ม ระยะเวลา ปฏิบัติงานมาก กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโ รงงาน (ตาราง 26) โดยพิจารณาตาม ค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานที่มีการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อ สังคมต่างกัน พบว่า พนักงานที่ มีการ รับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูงมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการ

ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม สูงกว่าพนักงานที่มีการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย41.55และ39.86) และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย (ค่าเฉลี่ย41.37และ39.84) กลุ่มอายุมาก (ค่าเฉลี่ย41.79และ39.89) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย (ค่าเฉลี่ย41.54และ39.93) กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก (ค่าเฉลี่ย 41.66และ 39.68) กลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 41.77และ 39.32) กลุ่มสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย41.12และ39.65) กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน (ค่าเฉลี่ย= 41.75และ39.98) (ตาราง 27)



ภาพประกอบ 37 แสดงปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่าง จิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มโสด

สรุปได้ว่า พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่ดีมาก ได้แก่ 1) พนักงานที่มีจิตสาธารณะสูง พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน 2) พนักงานที่มี การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สูง พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย ระยะเวลาปฏิบัติงานมากกลุ่มสมรส กลุ่มสำนักงาน กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน3) พนักงานที่มีจิตสาธารณะสูงและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูงพบในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มโสด

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 4

ตาราง 28 ค่าร้อยละการทำนายและลำดับความสำคัญของตัวทำนายต่าง ๆ ของตัวแปรอิสระ 7 ตัวแปร ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำนวน คน	ตัวทำนาย ตามลำดับ ความ สำคัญ	R ²	F	Beta	t	b	a	SE
กลุ่มรวม	359	4, 1,5,6,7	.46	62.45*	.36,.24,.22,-.18,.11	6.25*,4.65*,3.48*,-3.09*,2.01*	.84,.41,.40,-.36,.24	27.90	6.03
อายุน้อย	211	4, 1,5,6	.47	48.63*	.40,.27,.24,-.15	5.40*,3.93*,3.00*,-2.07*	94,.45,.44,-.31	26.78	7.72
อายุมาก	148	3,4,1	.50	46.60*	.34,.28,.18	3.90*,3.22*,2.53*	.82,.65.30	24.64	8.41
ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	4, 1,5,6	.47	49.88*	.42,.23,.26,-.17	5.76*,3.42*,3.33*,-2.34*	.94,.39,.45,-.32	31.53	7.53
ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	3,4,1	.55	53.69*	.41,.24,.21	4.75*,2.91*,2.77*	1.02,.59,.34	14.91	8.51
โสด	187	4, 1,3,5	.43	35.87*	.52,.29,-.21,.14	5.56*,4.06*,-2.47*,2.17*	1.14,.49,-.51,.24	35.73	8.23
สมรส	172	3,1,4	.57	69.72*	.42,.20,.21	5.37*,2.77*,2.59*	1.00,.33,.52	19.28	7.24
สำนักงาน	123	4, 1,5,6	.53	34.77*	.42.25,.32,.21	4.48*,3.04*,3.05*,-2.28*	1.02,.46,.63,-.47	18.70	10.43
ปฏิบัติการโรงงาน	236	4,3,1	.44	61.48*	.29,.28,.18	3.70*,3.57*,2.78*	.65,.63,.28	34.23	6.56

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ ตัวทำนาย ตัวที่ 1 คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวที่ 2 คือ ความผูกพันต่อองค์กร ตัวที่ 3 คือ ค่านิยมเชื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวที่ 4 คือ จิตสาธารณะ ตัวที่ 5 คือ การมีตัวแบบที่ดี ตัวที่ 6 คือ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ตัวที่ 7 คือ การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

ต่อมา คือ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .24) เมื่อพิจารณาในกลุ่มย่อยตามตัวแปรสถานภาพ พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มโสด ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม การมีตัวแบบที่ดี สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ได้ร้อยละ 43 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .52) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .29) เมื่อพิจารณาในกลุ่มสมรส พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวมได้ร้อยละ 57 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .42) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .20) เมื่อพิจารณาในกลุ่มย่อยตามตัวแปรลักษณะงาน พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มสำนักงาน ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคม จากหัวหน้างาน สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ได้ร้อยละ 53 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .42) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .25) เมื่อพิจารณาในกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ จิตสาธารณะ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมได้ ด้านรวมในร้อยละ 44 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .29) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .28)

จากตาราง 28 สรุปผลได้ว่า ตัวแปรลักษณะทางจิตที่สำคัญถูกคัดเลือกเข้าสมการทำนาย 1 ตัวแปร ได้แก่ จิตสาธารณะ โดย จิตสาธารณะ ถูกคัดเลือกเข้าสมการทั้งใน ทุกกลุ่มทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

ตาราง 29 ค่าร้อยละการทำนายและลำดับความสำคัญของตัวทำนายต่าง ๆ ของตัวแปรอิสระ 7 ตัวแปร ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคมต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำ นวน คน	ตัวทำนาย ตามลำดับ ความสำคัญ	R ²	F	Beta	T	b	a	SE
กลุ่มรวม	359	3,4, 6,7	.32	43.59*	.38,.17,-.17,.14,	5.77*,2.48*,-3.56*,2.48*	.28,.12,-.10,.09	21.88	1.91
อายุน้อย	211	3,1,6,7	.31	25.20*	.27,.17,-.15,.23	2.93*,2.12*,-2.45*,2.45*	.19,.09,-.09,.16	21.63	2.64
อายุมาก	148	3	.50	25.20*	.57	8.31*	.44	20.51	2.65
ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	4, 3,6,7	.47	21.95*	.23,.24,.15,.15	2.51*,2.76*,-2.56*,2.08*	.16,.17,-.09,.10	24.28	2.41
ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	3,6	.55	49.12*	.69,-.15	9.85*,-2.20*	.55,-.10	19.58	2.90
โสด	187	4, 1	.43	32.10*	.40,.16	8.65*,5.00*,2.03*	.26,.08	22.53	2.60
สมรส	172	3,6,7	.57	39.03*	.57,-.21,.15	8.19*,-3.26*,2.10*	.44,-.13,.11	20.92	2.73
สำนักงาน	123	4,3	.31	25.35*	.36,.23	3.42*,2.25*	.26,.19	18.93	3.24
ปฏิบัติการโรงงาน	236	3,6,7	.33	40.32*	.50,-.18,.18	7.64*,-3.12*,2.70*	.35,-.11,.13	23.59	2.22

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ ตัวทำนาย ตัวที่ 1 คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวที่ 2 คือ ความผูกพันต่อองค์กร ตัวที่ 3 คือ ค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวที่ 4 คือ จิตสาธารณะ ตัวที่ 5 คือ การมีตัวแบบที่ดี ตัวที่ 6 คือ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ตัวที่ 7 คือ การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .69) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ -.15) เมื่อพิจารณาในกลุ่มย่อยตามตัวแปรสถานภาพ พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มโสด ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคได้ ร้อยละ 43 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .40) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .16) เมื่อพิจารณาในกลุ่มสมรส พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ได้ร้อยละ 57 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .57) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ -.21) เมื่อพิจารณาในกลุ่มย่อยตามตัวแปรลักษณะงาน พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มสำนักงาน ได้แก่ จิตสาธารณะ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคได้ร้อยละ 31 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .36) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม (เบต้าเท่ากับ .23) เมื่อพิจารณาในกลุ่มปฏิบัติการโรงงานพบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคได้ร้อยละ 33 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .50) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ -.18)

จากตาราง 29 สรุปผลได้ว่า ตัวแปรลักษณะทางจิต ที่สำคัญ ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยถูกคัดเลือกเข้าสมการทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยทุกกลุ่ม ยกเว้นกลุ่มโสด

ตาราง 30 ค่าร้อยละการทำนายและลำดับความสำคัญของตัวทำนายต่าง ๆ ของตัวแปรอิสระ 7 ตัวแปร ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคมต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำ นวน คน	ตัวทำนาย ตามลำดับ ความสำคัญ	R ²	F	Beta	T	b	a	SE
กลุ่มรวม	359	4,5,1,6	.31	42.01*	.32,.33,.14,-.13	5.0*,4.61*,2.40*,-2.00*	.37,.30,.11,-.13	-.94	3.38
อายุน้อย	211	4, 5,3,1	.35	28.16*	.45,.28,-.24,.17	4.75*,4.45*,-2.73*,2.22*	.55,.27,-.31,.15	-2.70	4.40
อายุมาก	148	4,7,3	.33	25.99*	.29,.18,.21	2.99*,2.29*,2.18*	.31,.18,.24	1.01	4.14
ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	4,5,3	.35	39.02*	.56,.27,-.21	6.42*,4.45*,-2.58*	.66,.25,-.27	3.04	3.77
ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	3,4	.36	37.27*	.36,.30	3.73*,3.12*	.40,.33	1.10	4.21
โสด	187	4,5,3,1	.34	24.58*	.48,.28,-.31,.18	4.79*,3.94*,-3.37*,2.31*	.57,.25,-.40,.16	1.52	4.74
สมรส	172	3,4	.33	38.61*	.33,.27	3.57*,2.92*	.35,.30	4.56	3.79
สำนักงาน	123	4,5,3,1	.43	24.00*	.52,.25,-.30,.23	4.70*,3.07*,-3.05*,2.52*	.67,.26,-.44,.23	-7.26	6.02
ปฏิบัติการโรงงาน	236	4,5,3	.26	28.82*	.26,.19,.17	2.95*,3.08*,2.00*	.28,.16,.19	4.50	3.50

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ ตัวทำนาย ตัวที่ 1 คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวที่ 2 คือ ความผูกพันต่อองค์กร ตัวที่ 3 คือ ค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวที่ 4 คือ จิตสาธารณะ ตัวที่ 5 คือ การมีตัวแบบที่ดี ตัวที่ 6 คือ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ตัวที่ 7 คือ การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .36) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ จิตสาธารณะ (เบต้าเท่ากับ .30) เมื่อพิจารณาในกลุ่มย่อยตามตัวแปรสถานภาพ พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มโสด ได้แก่ จิตสาธารณะ การมีตัวแบบที่ดี ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ได้ร้อยละ 34 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .48) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ การมีตัวแบบที่ดี โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .28) เมื่อพิจารณาในกลุ่มสมรส พบว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ได้ร้อยละ 33 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ ค่านิยมชื่อเสียงและรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .33) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .27) เมื่อพิจารณาในกลุ่มย่อยตามตัวแปรลักษณะงาน พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มสำนักงาน ได้แก่ จิตสาธารณะ การมีตัวแบบที่ดี ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ได้ร้อยละ 43 โดยตัวแปรที่เข้าทำนาย เป็นลำดับแรก ได้แก่ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .52) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับ ต่อมา คือ การมีตัวแบบที่ดี โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .25) เมื่อพิจารณาในกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน พบว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ จิตสาธารณะ การมีตัวแบบที่ดี ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ได้ร้อยละ 26 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรกคือ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .26) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ การมีตัวแบบที่ดี โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .19)

จากตาราง 30 สรุปผลได้ว่า ตัวแปรลักษณะทางจิตที่สำคัญ ได้แก่ จิตสาธารณะ โดยถูกคัดเลือกเข้าสมการทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยทุกกลุ่ม และตัวแปรทางสังคม ที่สำคัญ ได้แก่ การมีตัวแบบที่ดี ถูกคัดเลือกเข้าสมการในกลุ่มรวม กลุ่มอายุน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มโสด กลุ่มสำนักงาน และกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน

ตาราง 31 ค่าร้อยละการทำนายและลำดับความสำคัญของตัวทำนายต่าง ๆ ของตัวแปรอิสระ 7 ตัวแปร ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคมต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำ นวน คน	ตัวทำนาย ตามลำดับ ความสำคัญ	R ²	F	Beta	t	b	a	SE
กลุ่มรวม	359	1,4	.50	174.56*	.40,.38	8.47*,7.89*	.40,.38	5.92	1.89
อายุน้อย	211	4,1	.47	98.01*	.41,.36	6.07*,5.31*	.34,.22	6.23	2.50
อายุมาก	148	1,4,3,6	.57	49.46*	.40,.24,.27,-.16	6.03*,3.05*,3.26*,-2.85*	.24,.20,.23,-.11	6.39	3.02
ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย	227	4,1,6,7	.47	100.27*	.41,.34	6.29*,5.16*	.34,.21	7.22	2.44
ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก	132	1,3,4,6	.60	52.22*	.41,.32,.21,-.14	5.88*,3.90*,2.77*,-2.42*	.24,.29,.19,-.11	3.58	3.10
โสด	187	1,4, 3	.43	48.62*	.46,.47,-.25	6.44*,5.49*,-2.97*	.27,.36,-.21	12.48	2.71
สมรส	172	3,1,4,6	.63	73.00*	.33,.34,25,-.09	4.60*,5.08*,3.41*,2.05*	.30,.21,.24,-.07	1.46	2.80
สำนักงาน	123	4,1	.49	57.59*	.44,.33	5.21*,3.90*	.36,.20	6.59	3.25
ปฏิบัติการโรงงาน	236	1,4	.50	115.71*	.44,.35	7.46*,6.01*	.26,.30	5.86	2.32

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ ตัวทำนาย ตัวที่ 1 คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวที่ 2 คือ ความผูกพันต่อองค์กร ตัวที่ 3 คือ ค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ ตัวที่ 4 คือ จิตสาธารณะ ตัวที่ 5 คือ การมีตัวแบบที่ดี ตัวที่ 6 คือ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ตัวที่ 7 คือ การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

ผลการวิเคราะห์ห้ ข้อมูลจากตาราง 31 เมื่อพิจารณาในกลุ่มรวม พบผลว่า ตัวแปรที่สำคัญ ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อค ความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ สามารถร่วมกัน ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม ได้ร้อยละ 50 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .40) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ จิตสาธารณะ (เบต้าเท่ากับ .38) เมื่อพิจารณาในกลุ่มย่อยตามตัวแปรอายุ พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ในกลุ่มอายุน้อย ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม ได้ร้อยละ 47 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .41) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ เจตคติที่ดีต่อความ รับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .36) เมื่อพิจารณาในกลุ่มอายุมาก พบผลว่า ตัวแปรที่ ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมจิตสาธารณะ ค่านิยมซื่อสัตย์ และความรับผิดชอบต่อสังคมสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงาน ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม ได้ร้อยละ 57 โดยตัวแปรที่เข้าทำนาย เป็นลำดับแรก ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .40) ตัวแปรที่ เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .24) เมื่อพิจารณาในกลุ่มย่อย ตามตัวแปร ระยะเวลาปฏิบัติงาน พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคม ด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มระยะเวลา ปฏิบัติงานน้อย ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม การสนับสนุนทางสังคม จากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มี ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 47 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับ แรก ได้แก่ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .41) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ เจตคติ ที่ดีต่อความ รับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .34) เมื่อพิจารณาในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงาน มาก พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการ ดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อ สังคม ค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคมจิตสาธารณะการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานสามารถ ร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 60 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้า

เท่ากับ .41) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความรับผิดชอบ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .32) เมื่อพิจารณาในกลุ่มย่อยตามตัวแปรสถานภาพ พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มโสด ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมกันทำนายพฤติ กรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ได้ร้อยละ 43 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .46) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .47) เมื่อพิจารณาในกลุ่มสมรส พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อสังคม เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ได้ร้อยละ 63 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .33) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .34) เมื่อพิจารณาในกลุ่มย่อยตามตัวแปรลักษณะงาน พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มสำนักงาน ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 49 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก คือ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .44) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .33) เมื่อพิจารณาในกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน พบผลว่า ตัวแปรที่ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 50 โดยตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับแรก คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .44) ตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นลำดับต่อมา คือ จิตสาธารณะ โดยมีค่า (เบต้าเท่ากับ .35)

จากตาราง 31 สรุปผลได้ว่า ตัวแปรลักษณะทางจิต ที่สำคัญ ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และจิตสาธารณะ โดยถูกคัดเลือกเข้าสมการทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ทุกกลุ่ม และตัวแปรทางสังคมที่สำคัญ ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ถูกคัดเลือกเข้าสมการในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มสมรส

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ครั้งนี้ มีความมุ่งหมายการศึกษาที่สำคัญ คือ) เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางจิต และลักษณะทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญในการทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งในด้านรวมและรายด้าน ของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย มีสมมติฐานการวิจัย คือ 1) พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูง และได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานสูง มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น ๆ ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ที่มีชีวิตสังคมแตกต่างกัน 2) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงและมีตัวแบบที่ดีสูง มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น ๆ ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยที่มีชีวิตสังคมแตกต่างกัน 3) พนักงานที่มีจิตสำนึกสูงและมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูง มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่า พนักงานที่มีลักษณะอื่น ๆ ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยที่มีชีวิตสังคมแตกต่างกัน 4) ลักษณะทางจิต (เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ความผูกพันต่อองค์กร ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อจิตสำนึก) และลักษณะทางสังคม (การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การมีตัวแบบที่ดี การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม) สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งด้านรวมและรายด้านของพนักงานได้ ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มที่มีชีวิตสังคมแตกต่างกัน ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด เป็นจำนวน 359 คน

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เครื่องมือที่ใช้ เป็นแบบสอบถามจำนวน 8 แบบวัด และแบบสอบถามลักษณะทางชีวิตสังคมและภูมิหลัง แบ่งออกเป็น 9 ตอน คือ 1) เป็นแบบสอบถามลักษณะชีวิตสังคมและภูมิหลัง 2) แบบวัดพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม 3) แบบวัดเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม 4) แบบวัดความผูกพันต่อองค์กร 5) แบบวัดค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อ 6) แบบวัดจิตสำนึก 7) แบบวัดการมีตัวแบบที่ดี 8) แบบวัดการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน 9) แบบวัดการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง .82 ถึง .94 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ 1) การวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา เพื่อศึกษาหาคุณสมบัติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1-3 เมื่อพบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธีการเชฟเฟ้ (Scheffe') และ 3) ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 4

ในบทนี้จะเป็นการสรุปผลตามสมมติฐานการวิจัย อภิปรายผลตามสมมติฐาน ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ และข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป ซึ่งจะนำเสนอด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

การสรุปผลตามสมมติฐานการวิจัย

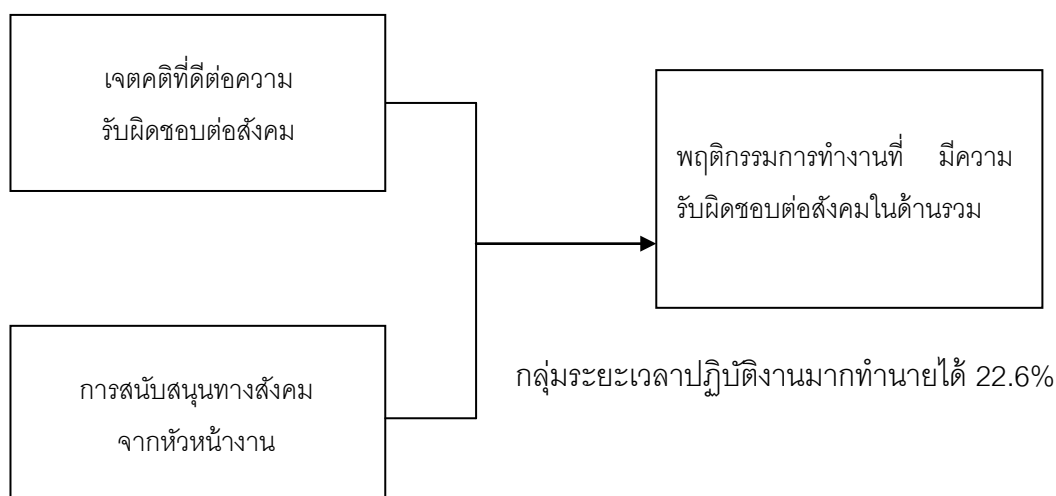
1. ตามสมมติฐานข้อที่ 1 มาจากการวิเคราะห์ความแปรปรวน แบบสองทาง ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัว ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ส่วนตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม โดยทำการวิเคราะห์ทีละด้าน

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวมของพนักงานแปรปรวนไปตาม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ทีละ 2 ตัว คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เฉพาะในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก

1.2 คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคของพนักงานไม่แปรปรวนไปตาม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทีละ 2 ตัว คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน

1.3 คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมของพนักงานแปรปรวนไปตาม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ทีละ 2 ตัว คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มอายุมากและกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก

1.4 คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อมของพนักงานไม่แปรปรวนไปตาม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ทีละ 2 ตัว คือ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน



ภาพประกอบ 38 ผลแสดงปฏิสัมพันธ์แบบสองทางสนับสนุนสมมติฐานที่ 1

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม สรุปได้ดังนี้ 1) พนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก ที่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานสูงหรือต่ำก็ตาม ถ้ามีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูง จะเป็นผู้ที่มี พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม มากกว่าพนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ 2) พนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมากที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ถ้าได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานสูง จะเป็นผู้ที่มี พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวมสูงกว่า พนักงานที่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานต่ำ จึงสรุปได้ว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นให้การสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 บางส่วน

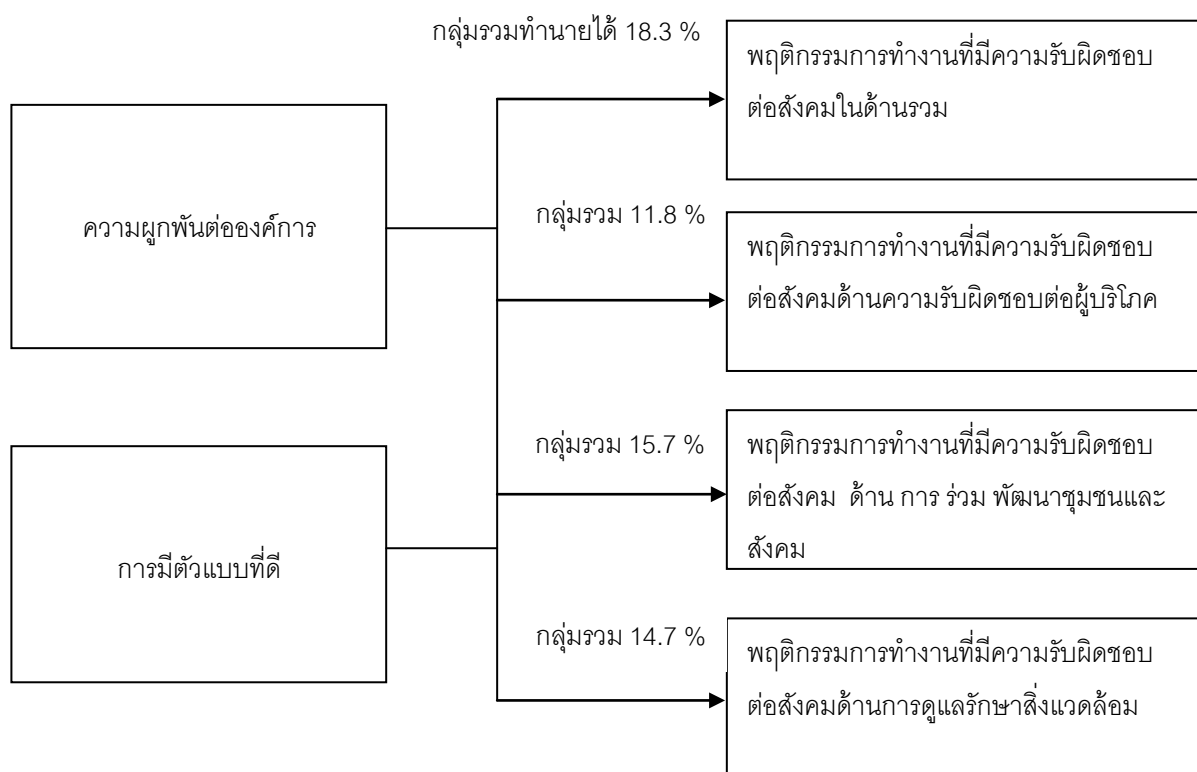
2. ตามสมมติฐานข้อที่ 2 มาจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัว ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กร และการมีตัวแบบที่ดี ส่วนตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยทำการวิเคราะห์ทีละด้าน

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ของพนักงานแปรปรวนไปตาม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ทีละ 2 ตัว คือ ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส และกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน

2.2 คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคมของพนักงานแปรปรวนไปตาม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ที่ละ 2 ตัว คือ ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสำนักงาน และกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน

2.3 คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน การร่วมพัฒนาชุมชน และสังคมของพนักงาน แปรปรวนไปตาม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ที่ละ 2 ตัว คือ ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก และกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน

2.4 คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่ มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้าน การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของพนักงานแปรปรวนไปตาม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ที่ละ 2 ตัว คือ ความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มโสด กลุ่มสมรส และกลุ่มปฏิบัติการโรงงาน



ภาพประกอบ 39 ผลแสดงปฏิสัมพันธ์แบบสองทางในกลุ่มรวม สนับสนุนสมมติฐานที่ 2

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ได้ดังนี้ 1) พนักงานที่มีอายุมาก พนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก พนักงานที่มีสถานภาพโสด และพนักงานที่ปฏิบัติกรในโรงงาน ที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำ ถ้ามีตัวแบบที่ดีที่สุด จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม สูงกว่าพนักงานที่มีตัวแบบที่ดีที่สุด 2) พนักงานที่มีอายุมาก พนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก พนักงานที่มีสถานภาพโสด พนักงานที่มีสถานภาพสมรส และพนักงานที่ปฏิบัติกรในโรงงาน ที่มีตัวแบบที่ดีที่สุด ถ้ามีความผูกพันต่อองค์กรสูง จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม มากกว่าพนักงานที่มี ความผูกพันต่อองค์กรต่ำ จึงสรุปได้ว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นให้การสนับสนุนสมมติฐานที่ 2

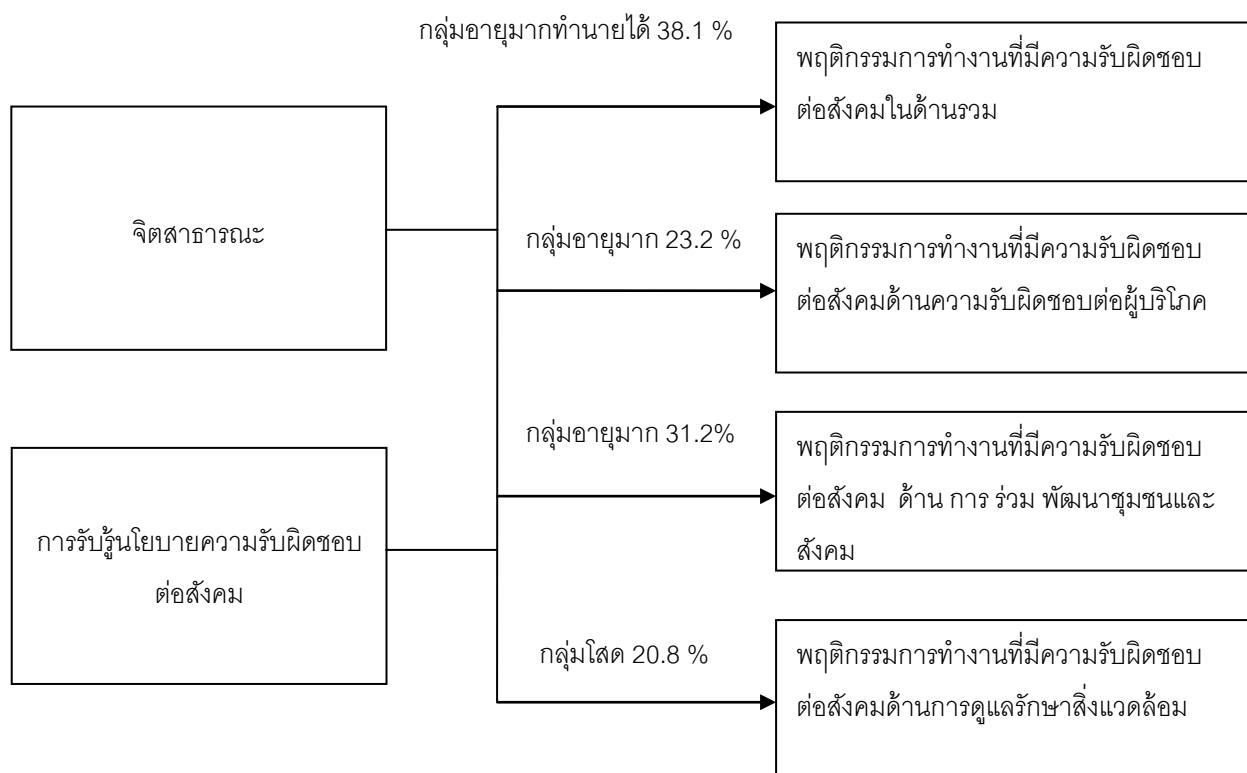
3. ตามสมมติฐานข้อที่ 3 มาจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัว ได้แก่ จิตสาธารณะ และการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยทำการวิเคราะห์ทีละด้าน

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวมของพนักงานแปรปรวนไปตามปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ทีละ 2 ตัว คือ จิตสาธารณะ และการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก และกลุ่มโสด

3.2 คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ของพนักงานแปรปรวนไปตาม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ทีละ 2 ตัว คือ จิตสาธารณะ และการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก และกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก

3.3 คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมของพนักงานแปรปรวนไปตาม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ทีละ 2 ตัว คือ จิตสาธารณะ และการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอายุมาก และกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก

3.4 คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของพนักงานแปรปรวนไปตามปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทีละ 2 ตัว คือ จิตสาธารณะ และการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เฉพาะในกลุ่มโสด



ภาพประกอบ 40 ผลแสดงปฏิสัมพันธ์แบบสองทาง สันับสนุนสมมติฐานที่ 3

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ดังนี้ 1) พนักงานที่มีอายุมาก พนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก พนักงานที่มีสถานภาพโสด ที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำหรือสูงก็ตาม ถ้ามีจิตสาธารณะสูงจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม สูงกว่า พนักงานที่มีจิตสาธารณะต่ำ 2) พนักงานที่มีอายุมาก พนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก พนักงานที่มีสถานภาพโสด ที่มีจิตสาธารณะต่ำ ถ้ามีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูง จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม สูงกว่าพนักงานที่มีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ จึงสรุปได้ว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นให้การสนับสนุนสมมติฐานที่ 3

4. ตามสมมติฐานข้อที่ 4 มาจากวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น ของตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางจิต (เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ความผูกพันต่อองค์กร ค่านิยมชื่อเสียง และความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ) และลักษณะทางสังคม (การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การมีตัวแบบที่ดี การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม) ส่วนตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยทำการวิเคราะห์ทีละด้าน

4.1 ด้านรวมพบว่ามีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 4 โดยสรุปผลได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น ในพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวมพบว่า

4.1.1 ในกลุ่มรวม ตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถรวมทำนายได้ร้อยละ 46 (ภาพประกอบ 41)

4.1.2 กลุ่มอายุน้อย พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนาย การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน สามารถรวมทำนายได้ร้อยละ 47

4.1.3 กลุ่มอายุมากพบว่า ตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ได้แก่ ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถรวมทำนายได้ร้อยละ 50

4.1.4 กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน สามารถรวมทำนายได้ร้อยละ 47

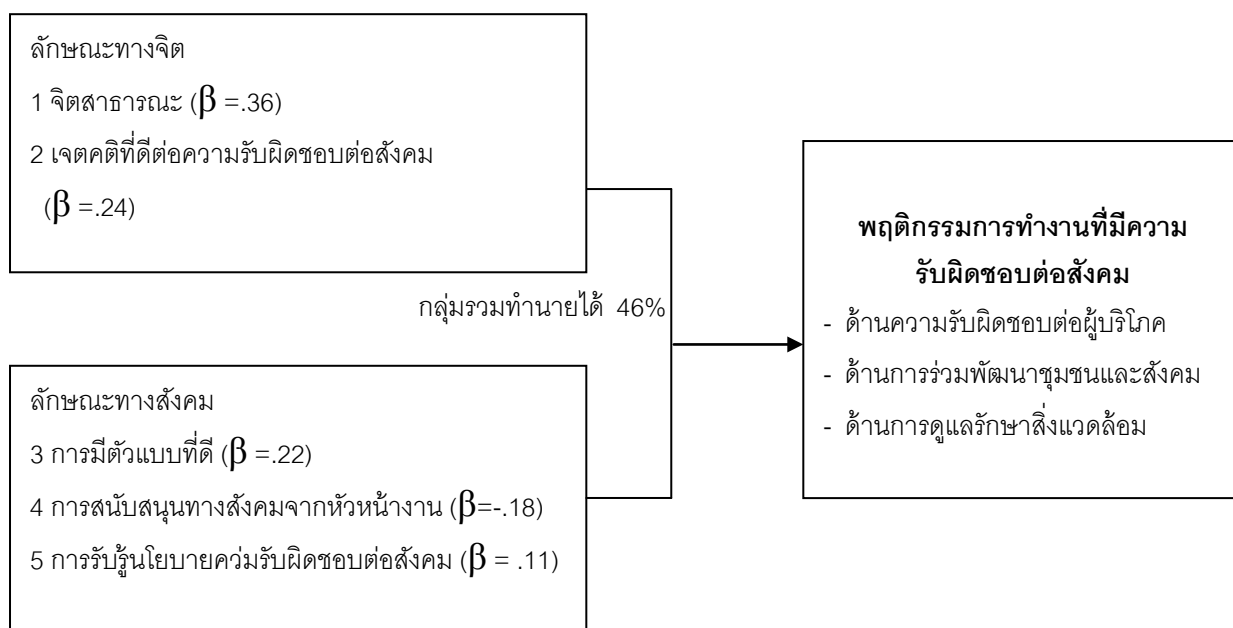
4.1.5 กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ได้แก่ ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถรวมทำนายได้ร้อยละ 55

4.1.6 กลุ่มโสด พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม การมีตัวแบบที่ดี สามารถรวมทำนายได้ร้อยละ 43

4.1.7 กลุ่มสมรส พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ได้แก่ ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ สามารถรวมทำนายได้ร้อยละ 57

4.1.8 กลุ่มสำนักงาน พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน สามารถรวมทำนายได้ร้อยละ 53

4.1.9 กลุ่มปฏิบัติกรโรงงาน พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนาย พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ได้แก่ จิตสาธารณะ ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถรวมทำนายได้ร้อยละ 44



ภาพประกอบ 41 ผลการทำนายและตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ของพนักงานในกลุ่มรวม

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูล การทำนายและตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ดังนี้ 1) ในกลุ่มรวม มี ตัวแปร 5 ตัวที่สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมใน ด้านรวม ได้ร้อยละ 46 ตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวมเป็นลำดับแรก ได้แก่ จิตสาธารณะ รองลงมา ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคม จากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เข้าทำนาย ตามลำดับ แต่กลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพสมรสสามารถทำนายพฤติกรรม ทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมใน ด้านรวมได้สูงที่สุดถึงร้อยละ 57 ตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมใน ด้านรวมเป็นลำดับแรก ได้แก่ ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม รองลงมา ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และจิตสาธารณะ เข้าทำนายตามลำดับ 2) จิตสาธารณะ เป็นตัวแปรสำคัญที่เข้า ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวมเป็นลำดับแรก ในกลุ่มรวม กลุ่มพนักงานที่มีอายุน้อย พนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย พนักงานที่มีสถานภาพโสด พนักงานที่ปฏิบัติงานในสำนักงานและเข้าทำนายในลำดับอื่นในทุกกลุ่ม3) เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวมได้ โดยเข้าทำนายในทุกกลุ่ม

ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า จิตสาธารณะ และ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลำดับต้นๆ ต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ของพนักงาน

4.2 ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคนพบว่ามีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 4 โดยสรุปผลได้ดังนี้

4.2.1 กลุ่มรวม ตัวแปรที่เข้าทำนาย พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อ จิตสาธารณะ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ32

4.2.2 กลุ่มอายุน้อย พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อ จิตสาธารณะ ความรับผิดชอบต่อสังคม การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ31

4.2.3 กลุ่มอายุมากพบว่า ตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ50

4.2.4 กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ได้แก่ จิตสาธารณะ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ47

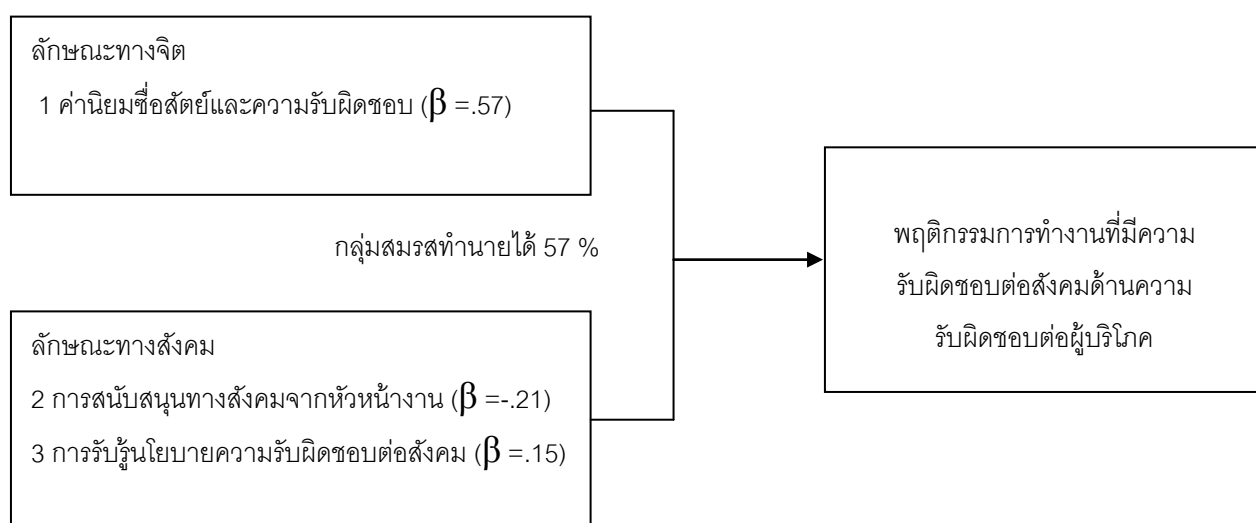
4.2.5 กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ55

4.2.6 กลุ่มโสด พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ43

4.2.7 กลุ่มสมรส พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนาย ได้ร้อยละ 57 (ภาพประกอบ 42)

4.2.8 กลุ่มสำนักงาน พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ได้แก่ จิตสาธารณะ ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถทำนายได้ร้อยละ 31

4.2.9 กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนาย พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อสังคมสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถทำนายได้ร้อยละ 33



ภาพประกอบ 42 ผลการทำนายและตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในกลุ่มสมรรถ

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูล การทำนายและตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคดังนี้ 1) ในกลุ่มรวม มี ตัวแปร 4 ตัวที่สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคได้ร้อยละ 32 ตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เป็นลำดับแรก ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อสังคม รองลงมา ได้แก่ จิตสาธารณะ และการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เข้าทำนาย ตามลำดับ แต่กลุ่มที่มีสถานภาพสมรรถสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ได้สูงที่สุด ถึงร้อยละ 57 ตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เป็นลำดับแรก ได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อสังคม รองลงมา ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม

จากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เข้าทำนายตามลำดับ 2) ในกลุ่มย่อย จิตสาธารณะ เป็นตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้าน ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เป็นลำดับแรก ในกลุ่มที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มที่มีสถานภาพ โสด กลุ่มที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน

ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม และ จิตสาธารณะ เป็นตัวแปร ที่มีอิทธิพลลำดับต้นๆ ต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านความรับผิดชอบต่อ ผู้บริโภค ของพนักงาน

4.3 ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม พบว่ามีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 4 โดยสรุปผลได้ดังนี้

4.3.1 กลุ่มรวม ตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ได้แก่ จิตสาธารณะ การมีตัวแบบที่ดี เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ 31

4.3.2 กลุ่มอายุน้อย พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนาย พฤติกรรม การทำงานที่มีความ รับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมได้แก่ จิตสาธารณะ การมีตัวแบบที่ดี ค่านิยม ซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ 35

4.3.3 กลุ่มอายุมาก พบว่า ตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความ รับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ได้แก่ การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อ สังคม ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ 33

4.3.4 กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานนี้ มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ได้แก่ จิตสาธารณะ การรับรู้ นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ 35

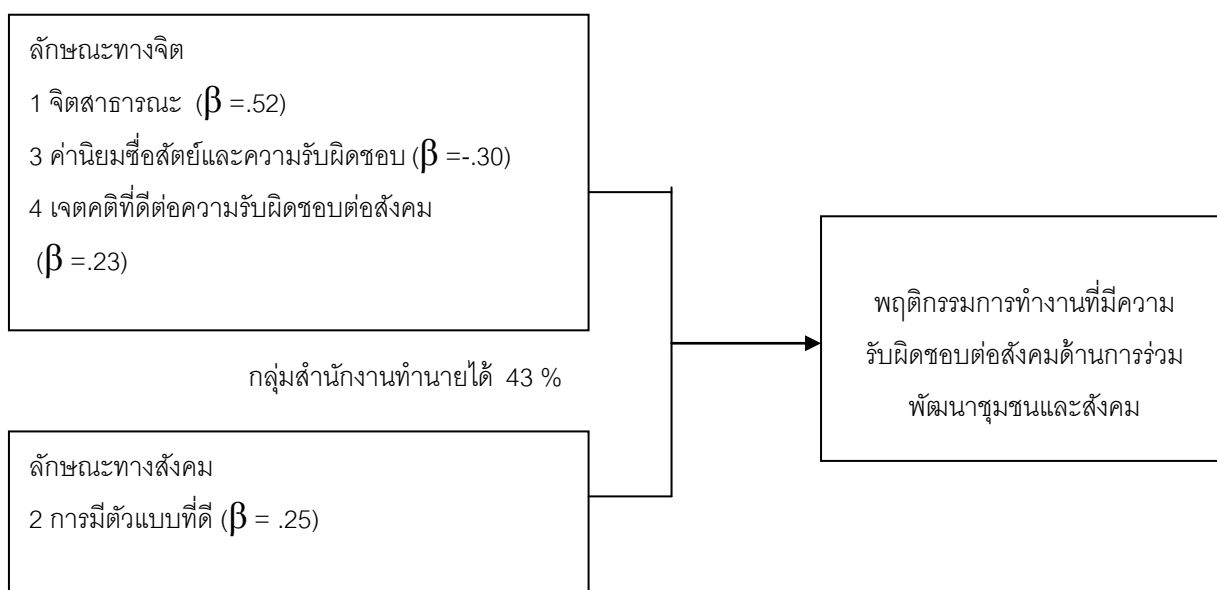
4.3.5 กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงาน นี้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ได้แก่ จิตสาธารณะ ค่านิยมซื้อสัตย์ และความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ 36

4.3.6 กลุ่มโสด พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชน ได้แก่ จิตสาธารณะ การมีตัวแบบที่ดี ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความ รับผิดชอบต่อสังคม เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ 34

4.3.7 กลุ่มสมรส พบว่า ตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมได้แก่ ค่านิยมซื้อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อ สังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ 33

4.3.8 กลุ่มสำนักงาน พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนาย พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมได้แก่ จิตสาธารณะ การมีตัวแบบที่ดี ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถทำนายได้ร้อยละ 43 (ภาพประกอบ 43)

4.3.9 กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนาย พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมได้แก่ จิตสาธารณะ การมีตัวแบบที่ดี ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถทำนายได้ร้อยละ 26



ภาพประกอบ 43 ผลการทำนายและตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม กลุ่มสำนักงาน

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูล การทำนายและตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมดังนี้ 1) ในกลุ่มรวม มี ตัวแปร 4 ตัวที่สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ได้ร้อยละ 31 ตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เป็นลำดับแรกได้แก่ จิตสาธารณะ รองลงมา ได้แก่ การมีตัวแบบที่ดี และเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน เข้าทำนาย ตามลำดับ แต่กลุ่มที่ ปฏิบัติการในสำนักงาน สามารถทำนายพฤติกรรม ทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ได้สูงที่สุด ถึงร้อยละ 43 ตัวแปรสำคัญที่เข้า

ทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เป็นลำดับแรก ได้แก่จิตสาธารณะ รองลงมา ได้แก่ การมีตัวแบบที่ดี ค่านิยมซื่อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อ และเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม เข้าทำนายตามลำดับ 2) จิตสาธารณะ เป็นตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมใน การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เป็นลำดับแรก ในกลุ่มรวม กลุ่มที่มีอายุน้อย กลุ่มที่มีอายุมาก กลุ่มที่มีระยะเวลาปฏิบัติงาน น้อย กลุ่มที่มีสถานภาพโสด กลุ่มที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน กลุ่มที่ปฏิบัติงานในโรงงาน

ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า จิตสาธารณะ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิ ลำดับต้นๆ ต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ของพนักงาน

4.4 ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม พบว่ามีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 4 โดยสรุปผลได้ดังนี้

4.4.1 กลุ่มรวม ตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ50

4.4.2 กลุ่มอายุน้อย พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ47

4.4.3 กลุ่มอายุมากพบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ ค่านิยมซื่อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ57

4.4.4 กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ47

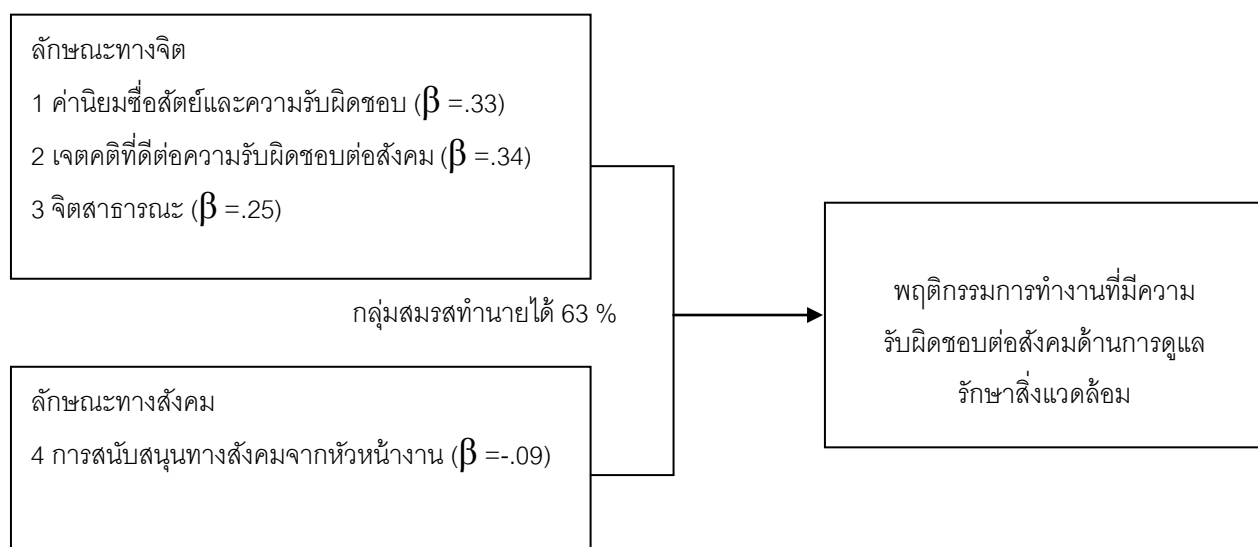
4.4.5 กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ค่านิยมซื่อสัตย์และ ความรับผิดชอบต่อ จิตสาธารณะ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ60

4.4.6 กลุ่มโสด พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ ค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ 43

4.4.7 กลุ่มสมรส พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานสามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ 63 (ภาพประกอบ 44)

4.4.8 กลุ่มสำนักงาน พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ 49

4.4.9 กลุ่มปฏิบัติการโรงงาน พบว่าตัวแปรที่เข้าทำนาย พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสาธารณะ สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ 50



ภาพประกอบ 44 ผลการทำนายและตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มสมรส

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูล การทำนายและตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมดังนี้ 1) ในกลุ่มรวม มี ตัวแปร 2 ตัวที่สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ได้ร้อยละ 50 ตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นลำดับแรก ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม รองมา ได้แก่ และจิตสาธารณะ แต่กลุ่มที่มีสถานภาพสมรสสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ได้สูงที่สุด ถึงร้อยละ 63 ตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นลำดับแรก ได้แก่ ค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม รองลงมา ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และจิตสาธารณะ การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานเข้าทำนายตามลำดับ 2) เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นลำดับแรก ในกลุ่มรวม กลุ่มพนักงานที่มีอายุมาก กลุ่มที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มพนักงานที่มีสถาน ใจ กลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานใน โรงงาน 3) จิตสาธารณะ เป็นตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นลำดับแรก กลุ่มที่มีอายุน้อย กลุ่มที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย

ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และค่านิยมชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อบรรยากาศต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ของพนักงาน

อภิปรายผลตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 “พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูง และได้รับการสนับสนุนทางสังคม จากหัวหน้างานสูง มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น ๆ ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยที่มีชีวิตสังคมแตกต่างกัน”

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสูง และได้รับการสนับสนุนทางสังคม จากหัวหน้างานสูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม มากกว่า พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ต่ำ และได้รับการสนับสนุนทางสังคม จากหัวหน้างานต่ำ ผลนี้เฉพาะพบในกลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กล่าวได้ว่า ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยนี้บางส่วนซึ่งการพบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระสองตัวสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา เช่นงานวิจัยของ มาริชา สก็อต(2548: 87-89) ที่ได้ศึกษา จิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

เป็นจำนวน 166 คน พบว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากบุคลากรในหน่วยงานสูง และมีทัศนคติต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานสูง จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานสูง ส่วนงานวิจัยของ มยุรฉัตร สุขดำรง (2547: 60) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินค้าอย่างมีความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ. ธนาคารกรุงไทย เป็นจำนวน 198 คน พบว่า เจ้าหน้าที่สินเชื่อที่มีอายุการทำงานมากมีพฤติกรรมการทำงานสินค้าอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าเจ้าหน้าที่สินเชื่อที่มีอายุการทำงานน้อยร้อยละการดำเนินงานเท่ากับ 67.3 และ 55.1 และงานวิจัยของ สุกันยา พูลเดช (2552: 64) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของวิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เป็นจำนวน 479 คน พบว่า วิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่มีอายุงานมากมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมมากกว่าวิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่มีอายุงานน้อย

สมมติฐานที่ 2 “พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงและมีตัวแบบที่ดีสูง มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น ๆ ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ที่มีชีวิตสังคมแตกต่างกัน”

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงและมีตัวแบบที่ดีสูง มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม สูงกว่าพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำและมีตัวแบบที่ดีต่ำ ผลนี้พบในกลุ่ม รวมและย่อยหลายกลุ่ม ซึ่งการพบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระสองตัว กล่าวได้ว่า ผลการวิจัยนี้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งยังไม่พบงานวิจัยที่ทำการศึกษาปฏิสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระสองตัวนี้ แต่พบว่าสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยที่ผ่านมา ที่ได้ทำการศึกษาตัวแปรอิสระที่ละตัว จากการศึกษาความผูกพันกับองค์กร เช่นงานวิจัย ของ กาญจนา เหมะธร (2542: 85) ที่ได้ศึกษา การศึกษาพฤติกรรมการทำงานของพนักงานสายการผลิต บริษัท สหโมเสคอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) เป็นจำนวน 605 คน พบว่า พนักงานที่มีระดับความผูกพันต่อองค์กรมาก มีพฤติกรรมการทำงานจากการประเมินตนเองสูงกว่าพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรปานกลาง ส่วน อธิพร สุทธิโส (2550) ที่ได้ศึกษา การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร และพฤติกรรมการทำงานของพนักงานโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์ เป็นจำนวน 345 คน พบผลว่า ความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึก ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงาน และยังพบอีกว่า ความผูกพันต่อองค์กรร่วมกับอีก 1 ตัวแปรสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานได้ และงานวิจัยของ อุทุมพร สุรฤทธิ์ (2547: 62) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยด้านจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านบริการของพนักงาน ให้บริการทางโทรศัพท์ เป็นจำนวน 184 คน พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานด้านบริการของพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์ ได้ทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยทุกกลุ่ม

จากการศึกษาการมีตัวแบบที่ดี เช่นงานวิจัยของ ปิยวรรณ บุญเพ็ญ (2550: 79) ที่ได้ศึกษาค่านิยม สร้างสรรค์และสถานการณ์การทำงานที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสายวิชาการ ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ เป็นจำนวน 222 คน พบว่าบุคลากรในกลุ่มที่มีอายุราชการน้อยมีแบบอย่างที่ดีใน การทำงานวิจัยสูง และในกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงานวิจัยน้อยมีแบบอย่างที่ดีในการทำงานวิจัยสูง จะมีพฤติกรรมการทำงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่าบุคลากรที่มีแบบอย่างที่ดีในการทำงานวิจัยน้อย ส่วนงานวิจัยของ จุริพร ภิบาลจันทร์ (2551: 197) ได้ศึกษา จิตลักษณะและ สถานการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมป้องกันอันตรายจากการทำงานของพนักงานปฏิบัติการในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตพลาสติกที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9001: 2000 เป็นจำนวน 553 คน พบว่า พนักงานที่มีแบบอย่างที่ดีในการทำงานอย่างปลอดภัยมากเป็นผู้มีพฤติกรรมป้องกันอันตรายจากการทำงานนอกเหนือหน้าที่มากกว่าผู้ที่มีแบบอย่างที่ดีในการทำงานอย่างปลอดภัยน้อย พบในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อย

สมมติฐานที่ 3 “พนักงานที่มีจิตสาธารณะสูงและมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูง มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น ๆ ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยที่มีชีวิตสังคมแตกต่างกัน”

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า พนักงานที่มีจิตสาธารณะสูงและมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสูง มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม สูงกว่าพนักงานที่มีจิตสาธารณะต่ำและมีการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ผลนี้พบในกลุ่มรวมและย่อยหลายกลุ่ม ซึ่งการพบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระสองตัว กล่าวได้ว่า ผลการวิจัยนี้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งยังไม่พบงานวิจัย ที่ทำการศึกษาปฏิสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระสองตัวนี้ แต่พบว่าสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่ผ่านมาที่ได้ทำการศึกษิตัวแปรอิสระทีละตัว งานวิจัยที่สนับสนุนจากการศึกษาจิตสาธารณะ เช่น งานวิจัยของ อรพินทร์ ชูชม และคนอื่นๆ (2549: 49-50) ที่ได้ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญาและคุณภาพชีวิตของเยาวชนไทย เป็นจำนวน 1,312 คน พบว่า จิตสำนึกทางปัญญามีอิทธิพลทางบวก โดยตรงต่อพฤติกรรมเอื้อสังคม และงานวิจัยของ พรรณี บุญประกอบ และจรัล อุ่นจิตวิวัฒน์ (2546: 29) ที่ได้ศึกษาลักษณะทางจิตสังคมกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเยาวชนไทย เป็นจำนวน 412 คน พบว่า ความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเยาวชนไทย

งานวิจัยที่สนับสนุนจากการศึกษา การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น งานวิจัยของ ยุวดา สิงห์เมธา (2554: 69-73) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพเพื่อป้องกันโรคเบาหวานของบุคลากรในโรงพยาบาลเทพารินทร์ เป็นจำนวน 273 คน พบว่าบุคลากรที่รับรู้นโยบาย /โครงการส่งเสริมสุขภาพ ของโรงพยาบาลเทพารินทร์สูง มีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพเพื่อป้องกันโรคเบาหวานมากกว่า บุคลากร ที่รับรู้นโยบาย /โครงการส่งเสริมสุขภาพ ของโรงพยาบาลเทพารินทร์ต่ำ และยังพบอีกว่าการรับรู้นโยบาย/โครงการส่งเสริมสุขภาพของโรงพยาบาลเทพารินทร์สามารถทำนายพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพเพื่อป้องกันโรคเบาหวานของบุคลากรในกลุ่มรวม ส่วนงานวิจัยของ วิวัฒน์ ไชตนะพันธ์ (2547: 111) ที่ได้ศึกษา การรับรู้และการปฏิบัติของวิศวกรที่มีต่อการบริหารงานด้านการประหยัดพลังงาน ในนิคมอุตสาหกรรมบางชัน เป็นจำนวน 190 คน พบว่าการรับรู้ข่าวสารด้านการประหยัดพลังงานของวิศวกรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการปฏิบัติของวิศวกรที่มีต่อการบริหารงานด้านการประหยัดพลังงาน และงานวิจัยของ ธรณ์ธัญย์ อัมภานุกิจ (2551: 71) ที่ได้ศึกษา ลักษณะทางจิตและลักษณะทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมประหยัดพลังงานไฟฟ้า ในอาคารสำนักงาน ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด เป็นจำนวน 327 คน พบว่าการรับรู้ข่าวสารด้านประหยัดพลังงานไฟฟ้าเป็นตัวแปรอันดับแรกในการทำนาย การมีส่วนร่วมประหยัดพลังงานไฟฟ้าในกลุ่มรวม

สมมติฐานที่ 4 “ลักษณะทางจิต (เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ความผูกพันต่อองค์กร ค่านิยมซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อ จิตสาธารณะ) และลักษณะทางสังคม (การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม) สามารถทำนายพฤติกรรม การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งด้านรวมและรายด้านของพนักงาน ได้ ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มที่มีชีวิตสังคมแตกต่างกัน”

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า จิตสาธารณะเป็นตัวแปรสำคัญในการทำนาย พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคน ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยหลายกลุ่ม ผลการวิจัยนี้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก จิตสาธารณะ คือ การมีจิตใจที่ตระหนักรู้ ความรู้สึกปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้อื่นและส่วนรวม กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความตระหนักรู้ รักษาผลประโยชน์ต่างๆ เพื่อสังคมส่วนรวมก็จะมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ผลการวิจัยนี้ จะเห็นได้ว่าพนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคน ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม สูง เป็นผลเนื่อง จากความตระหนักรู้ที่เกิดขึ้นภายใน เห็นคุณค่าในการเอาใจใส่ ดูแลรักษาผลประโยชน์ของส่วนรวม และสังคม ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา เช่น งานวิจัยของ อรพินท์ ชูชมและคนอื่นๆ (2549: 49-50) ที่ได้ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญาและคุณภาพชีวิต

ของเยาวชนไทย เป็นจำนวน 1,312 คน พบว่า จิตสำนึกทางปัญญามีอิทธิพลโดยตรงทางบวกต่อพฤติกรรมเอื้อสังคม ส่วนงานวิจัยของ พรรณี บุญประกอบและจรัส อุ่นฐิติวัฒน์ (2546: 29) ที่ได้ศึกษา ลักษณะทางจิตสังคมกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเยาวชนไทย เป็นจำนวน 12 คน พบว่า ความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเยาวชนไทย และ งานวิจัยของ ธรณ์ธันธ์ อำภานุกิจ (2551: 56) ที่ได้ศึกษาลักษณะทางจิตและลักษณะทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมประหยัดพลังงานไฟฟ้า ในอาคารสำนักงาน ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด เป็นจำนวน 327 คน พบว่า ความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาการขาดแคลนพลังงานไฟฟ้ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมประหยัดพลังงานไฟฟ้า

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นตัวแปรสำคัญในการทำนาย พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคนั้น ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยหลายกลุ่ม ผลการวิจัยนี้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากเจตคติ เป็นความเชื่อ ความรู้สึกทางจิตใจ ที่บุคคล แสดงออกมาในรูปของพฤติกรรม โดยที่บุคคลจะมีเจตคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งนั้น เป็นผลมาจากการที่บุคคลได้มีประสบการณ์กับสิ่ง ๆ นั้น กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ผลการวิจัยนี้จะเห็นได้ว่าพนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคนั้น ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมสูงนั้น เป็นผลมาจากความเชื่อ ความรู้สึก ที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเอง ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา เช่น งานวิจัยของ ญัฐยา ลือชาติกิตติกุล (2546: 69) ที่ศึกษาลักษณะทางจิตสังคมและลักษณะทางพุทธที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านบริการของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 280 คน พบว่า เจตคติต่อการทำงานด้านบริการ มีบทบาทสำคัญเป็นลำดับแรก ในการทำนายพฤติกรรมการทำงานด้านบริการ ของพนักงาน ส่วนงานวิจัยของ จุรีพร ภิบาลจันทร์ (2551: 191-197) ที่ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมป้องกันอันตรายจากการทำงานของพนักงานปฏิบัติการในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตพลาสติก ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9001: 2000 จำนวน 553 คน พบว่า เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมป้องกันอันตราย จากการทำงานเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญเป็นลำดับแรกในการทำนายพฤติกรรมป้องกันอันตราย จากการทำงาน ทั้งด้านตามหน้าที่และนอกเหนือหน้าที่ นอกจากนี้ งานวิจัยของ สุกันยา พูลเดช (2552: 71) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของวิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จำนวน 479 คน พบว่า เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญเป็นลำดับแรกในการทำนายพฤติกรรม

การทำงานอย่างมีจริยธรรมของวิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และงานวิจัยของ มยุรฉัตร สุขดำรง (2547: 60) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินค้าอย่างมีความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ที่ปฏิบัติหน้าที่ในสำนักงานใหญ่ จำนวน 198 คน พบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานสินค้าสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานสินค้าในกลุ่มรวม และในกลุ่มย่อยได้ โดยที่เจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานสินค้าเป็นตัวแปรที่เข้าทำนายเป็นอันดับแรก ในกลุ่มอายุการทำงานมาก และกลุ่มเพศหญิง

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

1. จากผลวิจัยทำให้ทราบว่า พนักงานที่มีระยะเวลา ปฏิบัติงานมาก ถ้า มีเจตคติที่ดีต่อความ รับผิดชอบต่อสังคมสูง และได้รับสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานสูง จะมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวมสูงกว่า พนักงานที่ ได้รับการ สนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานต่ำ ดังนั้น การพัฒนาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้บริหารควรมีการ จัดอบรมสัมมนาให้ ความรู้ ทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ถูกต้องกับพนักงานในกลุ่มนี้ก่อน เพื่อ พัฒนาลักษณะทางจิตสาเหตุภายในของ บุคคล เพื่อให้พนักงานมีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ใน ขณะเดียวกันผู้ บริหารควรเพิ่ม ปัจจัย การสนับสนุนทาง สังคม ให้กับพนักงาน เช่น การให้ ความรู้ คำปรึกษาในการทำงาน เปิดโอกาสให้พนักงาน สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการ ทำงาน ให้รางวัลเมื่อพนักงานทำงานประสบความสำเร็จ และการอำนวยความสะดวกทางด้าน สถานที่ อุปกรณ์ต่างๆ แก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานรับรู้ตัวตนได้รับการสนับสนุน ทางสังคมจากหัวหน้างาน จะ ส่งผลให้พนักงานมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น หรือ กลุ่มพนักงานที่มี ระยะเวลาปฏิบัติงานมาก เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า สามารถเป็นต้นแบบพฤติกรรมการทำงานที่มีความ รับผิดชอบต่อสังคม ที่ดีให้กับพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย ในองค์กร ได้ ตลอดจนรักษาพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติ งานมาก ให้คงอยู่กับองค์กร เพื่อลดการลาออก จะได้ลด เวลาและค่าใช้จ่ายในการอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม กับ พนักงานใหม่

2. จากผลวิจัยทำให้ทราบว่า ควรจะพัฒนาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม กับพนักงานที่มี อายุ น้อย กลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานน้อย กลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพ โสด กลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติกรในโรงงาน ก่อน เนื่องจากพนักงานในกลุ่มนี้มีระดับคะแนนพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม น้อยกว่ากลุ่มตรงข้าม โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

ค่านิยมเชิดสัจธรรมและความรับผิดชอบ การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม และผลการวิจัยนี้สามารถ กำหนดการวางแผนกลยุทธ์ การทำงาน และสร้างบรรยากาศในการพัฒนาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรได้

3. จากผลวิจัยทำให้ทราบว่า จิตสาธารณะและเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นตัวทำนายสำคัญลำดับต้น ๆ ของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ของพนักงานในกลุ่มและรวมและกลุ่มย่อยหลายกลุ่ม ดังนั้น ผู้บริหารสามารถพัฒนาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมได้ โดยผู้บริหารควรพัฒนาบุคลากรโดย มุ่งเน้นที่ลักษณะทางจิตสาเหตุภายในของบุคคลมากขึ้น ให้พนักงานเกิดความตระหนักรู้ในผลประโยชน์ต่อส่วนรวม และมีเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม เท่าๆ กับการพัฒนาความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน เพื่อให้พนักงานมีพฤติกรรมการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นและมีความรับผิดชอบต่อสังคมไปพร้อมกัน

4. จากผลวิจัยทำให้ทราบว่า พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูง และมีตัวแบบที่ดีสูง จะมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม สูงกว่าพนักงานที่มีตัวแบบที่ดีต่ำ และมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำ พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ยกเว้นกลุ่ม อายุน้อย กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มปฏิบัติการในสำนักงาน ดังนั้น การพัฒนาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้บริหารควร พัฒนาพฤติกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมใน กับพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรและควรเพิ่มปัจจัยการสร้าง ตัวแบบที่ดีในการทำงานกับพนักงานกลุ่มดังกล่าว การสร้างต้นแบบที่ดีเป็นผลให้พนักงานเลียนแบบได้ ทั้งระดับหัวหน้ากับลูกน้อง และเพื่อนร่วมงานกันเอง จะส่งผลให้พนักงานมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการมีตัวแบบที่ดีในการทำงานแล้ว สามารถพัฒนาปัจจัยลักษณะทางจิตที่เป็นสาเหตุภายในของบุคคล ให้มีความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้นได้เช่นกัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมครั้ง นี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารในการ กำหนดนิยามพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในบริบทของพนักงาน การวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มการศึกษาข้อมูลแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ เข้าไป เพื่อศึกษา ความคิดรวบยอด ของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลมา สนับสนุนในการกำหนดนิยามของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสร้างแบบสอบถาม เพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ

2. งานวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับบุคคล กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานในบริษัท งานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับองค์กร กับผู้นำหรือผู้บริหาร ของหลาย ๆ บริษัทที่มีการดำเนินธุรกิจลักษณะเดียวกัน เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรมีต่อสังคม และศึกษาพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้กว้างขึ้น

3. จากผลการวิจัยในกลุ่มรวมพบตัวแปรที่ร่วมทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม ได้แก่ จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ 46 กลุ่มที่ทำนายได้มาก ได้แก่ กลุ่มที่มีสถานภาพสมรส กลุ่มที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก สามารถร่วมทำนายได้ร้อยละ 57 และ ร้อยละ 55 ตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนายได้ในทุกกลุ่ม ได้แก่ จิตสาธารณะ และเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถนำตัวแปรดังกล่าว ไปทำการวิจัยเชิงทดลองประเมินผลในการพิสูจน์ เพื่อจะได้ทราบว่า ตัวแปร จิตสาธารณะ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสาเหตุของพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ ก่อนการวางแผนกลยุทธ์ในการทำงานและพัฒนาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานในองค์กร

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กมลศรี ว่องเจริญ. (2550). *ปัจจัยทางจิตและสังคมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแก้ปัญหา การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)*. ปรินญาณินพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กาญจนา เหมะธรร. (2542). *การศึกษาพฤติกรรมการทำงานของพนักงานสายการผลิต บริษัทหิมเสศ อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)*. ปรินญาณินพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กรรณิกา ศิลปพรหมมาศ. (2547). *ปัจจัยด้านจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมของพยาบาลจิตเวชที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการพยาบาลจิตเวชที่มีจริยธรรม*. ปรินญาณินพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วานิชปัญญา. (2550). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 3. ภาควิชาสถิติ คณะพานิชยศาสตร์ และการบัญชี. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543, มกราคม-มีนาคม). *โรงเรียนสร้างคนมีจิตสาธารณะ*. *การศึกษา* 2000. 65(3): 17.
- โกศล มีความดี. (2547). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับการมีจิตสาธารณะของข้าราชการตำรวจ*. ปรินญาณินพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กฤตยา รัชตสวรรค์; ชมพูนุช จักรเพชร; และ จันทิมา ธนาไพศาล. (2550). *ภาวะผู้นำที่มีผลต่อความผูกพันและประสิทธิผลองค์การ โดยมีตัวแบบหน้าที่สังคม และ/หรือมีความผูกพันต่อองค์การเป็นตัวเชื่อมโยง: กรณีศึกษา บริษัท บริหารสินทรัพย์ A.B.C. จำกัด*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (พณิชยศาสตร์และการบัญชี). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน. (2551). *เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ไคคอนพริ้นติ้ง.
- งามตา วนินทานนท์. (2534). *จิตวิทยาสังคม*. เอกสารประกอบการสอน. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- จรัล อุณัฐิวัฒน์. (2548). *กลวิธีการถ่ายทอดทางสังคมขององค์การที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันในองค์การสำหรับพนักงานสถาบันการเงินพิเศษของรัฐวิภูษานิพนธ์* วท.ด. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- จุฑารัตน์ กิตติเชมากร. (2553). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อในการปฏิบัติงานและด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปรินิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์).* กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- จวีพร ภิบาลจันทร์. (2551). *จิตลักษณะและสถานการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมป้องกันอันตรายจากการทำงานของพนักงานปฏิบัติการในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตพลาสติกที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9001: 2000. ปรินิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์).* กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชาย โภธิสิตา. (2540). *รายงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานสาธารณะสมบัติ: ศึกษา* วิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชูชัย สมบัติไกร. (2554). *จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- ชัญญา ลีศัตร์พ่าย. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของเจ้าหน้าที่เทคนิคสังกัด กรุงเทพมหานคร ภายใต้ระบบการบริหารจัดการแนวใหม่ตามหลักธรรมาภิบาล ปรินิพนธ์ วท.ด. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์).* กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ฉัตรยา กฤตยาพงศ์พันธุ์. (2553). *การบริหารเปลี่ยนแปลงองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในบริษัทแซนมิโนไซซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ).* กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ดวงเดือน พันธุ์นาวัน. (2524). *จิตวิทยาจริยธรรมและจิตวิทยาภาษา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.*
- (2527). *ชุดฝึกอบรมการสร้างเสริมคุณลักษณะของข้าราชการพลเรือน. กรุงเทพฯ: สำนักงาน คณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.*
- (2531). *การวัดและการวิจัยทัศนคติที่เหมาะสมตามหลักวิชาการ. วารสารศึกษาศาสตร์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*

- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2545, พฤษภาคม-สิงหาคม). *ลักษณะการวิจัยทางจิตพฤติกรรมศาสตร์ที่สามารถชี้แนะการพัฒนาบุคคลอย่างครบวงจร*. วิถีวิทยาการวิจัย. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน; และ เพ็ญแข ประจวบปัจฉิม. (2520). *จริยธรรมของเยาวชนไทย*. รายงานการวิจัยฉบับที่ 21. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธวัชชัย ศรีพรงาม. (2547). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างปลอดภัยของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอและปั่นด้าย*. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ธีรพร สุทธิโส. (2550). *การรับรู้วัฒนธรรมองค์การความผูกพันต่อองค์การและพฤติกรรมการทำงาน* ของพนักงานโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์. ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ธีระพร อูวรรณโณ. (2527). *พฤติกรรมจริยธรรมในสังคมไทยปัจจุบัน: ศึกษาตามแนวทางจิตวิทยาสังคม*. รายงานการวิจัย โครงการวิจัยและสัมมนาเรื่องจริยธรรมในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- ธรรณรัตน์ อัมภาณุกิจ. (2551). *ลักษณะทางจิตและลักษณะทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม* ประหยัดพลังงานไฟฟ้าในอาคารสำนักงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ประชุม รอดประเสริฐ. (2528). *นโยบายและการวางแผน: หลักการและทฤษฎี*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เนติกุลการพิมพ์.
- ประทีป จินนี้. (2540). *การวิเคราะห์พฤติกรรมและการปรับพฤติกรรม*. เอกสารประกอบการสอน. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร. (2551). *สภาพแวดล้อมในการทำงานและคุณลักษณะส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้อง* กับผลลัพธ์ของการปรับตัวในการทำงานของนายทหารชั้นประทวนของกองทัพบกที่บรรจุเข้ารับราชการใหม่สังกัดเหล่ากำลังรบ: การศึกษา 3 ระยะ. ปริญญาานิพนธ์ วท.ด. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปิยวรรณ บุญเพ็ญ. (2550). *ค่านิยมสร้างสรรค์และสถานการณ์การทำงานที่สัมพันธ์กับพฤติกรรม* การทำงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ. ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- ปรียดา จิ่งทิวสุตร. (2552). *การกำหนดได้ด้วยตนเอง การสนับสนุนทางสังคม ความยุติธรรมในองค์การและพฤติกรรมการทำงานเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพนักงานบริษัท* ฟิลไทย จำกัด. ปรินต์นิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- พนิดา ธนวัฒน์กุล (2547). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อพนักงานช่างในกลุ่มบริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด(มหาชน)*. ปรินต์นิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์; และคนอื่นๆ. (2549). *การพัฒนา CSR ในกระบวนการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ ระยะที่ 1: การศึกษาคุณลักษณะ องค์ประกอบ และเครื่องมือสำหรับการพัฒนา*. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พรรณี บุญประกอบ; และ จรัส อุ่ณัฐวิวัฒน์. (2546). *ลักษณะทางจิตสังคมกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเยาวชนไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พชชนัน นิรมิตไชยนนท์. (2552). *ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลของการเรียนรู้ในสถานประกอบการที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของนักวิจัยในสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*. วิทยานิพนธ์ ค.ด. (การศึกษานอกระบบโรงเรียน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม. (2549). *ธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมและเศรษฐกิจพอเพียง*. วารสารธุรกิจกับสังคม. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- นงเล็ก สุขถิ่นไทย. (2531). *งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของคนไทย: ในประมวลบทความทางวิชาการด้านพฤติกรรมศาสตร์*. เอกสารฉบับพิเศษในวันครบรอบปีที่ 33. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิชาภัทร โพธิ์บาง. (2550). *ลักษณะจิตใจและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานราชการอย่างมีจริยธรรมของเจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี*. ปรินต์นิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นียดา ศรีหานาม. (2543). *ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมในการทำงานและความผูกพันต่อองค์การศึกษาเฉพาะกรณี: บริษัทเอกชนขนาดใหญ่ของคนไทยแห่งหนึ่ง*. ปรินต์นิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- นีออน พิณประดิษฐ์; และคนอื่นๆ. (2546). *ตัวบ่งชี้ทางจิตสังคมของพฤติกรรมการทำงานในข้าราชการตำรวจสังกัดตำรวจภูธรภาค 4. โครงการวิจัยแม่บท: การวิจัยและพัฒนาระบบพฤติกรรมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.*
- ณัฐสุดา สุจินันท์กุล. (2541). *ปัจจัยด้านครอบครัวการทำงานและลักษณะส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการพยาบาลของพยาบาลวิชาชีพปริญญาโท วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.*
- ณัฐยา ลือชาภิตติกุล. (2546). *ลักษณะทางจิตสังคมและลักษณะทางพุทธิที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านบริการของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. ปริญญาโท วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.*
- มนัส บุญประกอบ; และ พรรณี บุญประกอบ. (2549). *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานภายหลังเกษียณอายุของข้าราชการมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. รายงานการวิจัยฉบับที่ 107. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- มยุรฉัตร สุขดำรง. (2547). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินค้าออนไลน์ที่มีความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ ธนาคารกรุงไทย. ปริญญาโท วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.*
- มยุรี กลั้ววงษ์. (2552). *ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ที่เกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมทางสังคมของผู้ป่วยโรคจิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน. (2554). *ความรับผิดชอบต่อสังคม. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2554, จาก <http://www.//61.47.2.69~midnight/midnight.0009999908/2544html>.*
- มาริษา สก๊อต. (2548). *จิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ปริญญาโท วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.*
- มันนี่ชาแนล. (2550). *Special Report: ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ทำธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อสังคม. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2554, จาก <http://www.moneychannel.co.th/Menu6/TradingHour/tabid/86/newsid480/34724/Default.a Spx>.*
- มัลลิกา ต้นสอน. (2544). *พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: ด้านสุขภาพการพิมพ์.*

- มนทริธา สุนสุข. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าในตน ความไว้วางใจในองค์กร การสนับสนุนทางสังคม กับความมั่นคงในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ กลุ่มพนักงาน มหาวิทยาลัย โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยของรัฐ*. ปริญญาานิพนธ์ พบ.ม. (การบริหาร การพยาบาล). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ยุวดา สิงห์เมธา. (2554). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพเพื่อการป้องกันโรคเบาหวานของบุคลากรในโรงพยาบาลเทพารินทร์*. ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัย พฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ. (2552). *ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ*. BU Academic Review ปีที่ 8 ฉบับที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2554, จาก <http://rirs3.royin.go.th/new-search/word-search-all-x.asp>.
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. (2546). *การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- เรืองอุไร อมรไชย. (2550). *ปัจจัยด้านจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อ คุณภาพชีวิตการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลชุมชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วรรณภา กันยาวงศ์. (2551). *ลักษณะสถานการณ์ในงานอาชีพและลักษณะทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของผู้บริหารสตรีในองค์การเอกชน*. ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรม ศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิรัตน์ ธรรมนารถสกุล. (2544). *อิทธิพลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การต่อผลการ ปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพ: ศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลคั่นกลาง อิทธิพลสอดแทรก*. ปริญญาานิพนธ์ วท.ด. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิรัตน์ ปานศิลา. (2542). *การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน จิตลักษณะและการรับรู้เกี่ยวกับบทบาท ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรสาธารณสุขระดับตำบลในภาคเหนือของ ประเทศไทย*. ปริญญาานิพนธ์ วท.ด. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2544). *การประชาสัมพันธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิลาสลักษณ์ ชั่ววัลลี. (2544). *การถ่ายทอดทางสังคมเพื่อเตรียมบุคคลเข้าสู่การทำงาน*. เอกสารประกอบการบรรยายพิเศษ วิชาการสัมมนาการวิจัยเยาวชนจิตพัฒนา. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิลาสลักษณ์ ชั่ววัลลี; งามตา วนินทานนท์; และ วิริทธิ์ ธรรมนารถสกุล. (2547). *กรณีศึกษาบุคคล ตัวอย่างและเครื่องชี้วัดเพื่อนำไปสู่การพัฒนาพฤติกรรมข้าราชการยุคใหม่*. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.
- วิวัฒน์ โชตนะพันธ์. (2547). *การรับรู้และการปฏิบัติของวิศวกรที่มีต่อการบริหารงานด้านการประหยัดพลังงานในนิคมอุตสาหกรรมบางชั้น*. กรุงเทพฯ: สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วัชรพล ศุภจักรวัฒนา. (2550). *ค่านิยมในการทำงานของคนไทยในทัศนะของสมาชิกสมาชิกรัฐบาลแห่งชาติ*. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วรรณภา กันยาวงค์. (2551). *ลักษณะสถานการณ์ในงานอาชีพและลักษณะทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของผู้บริหารสตรีในองค์กรเอกชน*. ปรินญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วรวรรณ อร่ามพงศ์. (2551). *ตัวแปรทางจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของสัตวแพทย์*. ปรินญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน. (2546). *ค่านิยมสร้างสรรค์ของเจ้าหน้าที่ของรัฐ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมจริยธรรมสถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน.
- สถาบันไทยพัฒนา. (2554). *จำพวกของซีเอสอาร์*. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2554, จาก http://thaicsr.blogspot.com/2008/01/blog-post_6965.html.
- เสนาะ ดิเียวาร์. (2532). *การบริหารงานบุคคล*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิริอร วิชชาวุธ. (2553). *จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สิริอร วิชชาวุธ; และคนอื่นๆ. (2554). *จิตวิทยาทั่วไป*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุกัญญา พูลเดช. (2552). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของวิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค*. ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุชา จันทน์เอม. (2544). *จิตวิทยาทั่วไป ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม*. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุภาวดี พงสุภา. (2552). *ลักษณะทางจิตสังคมและลักษณะทางพุทธที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของพยาบาลศูนย์การแพทย์โรงพยาบาลกรุงเทพ*. ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถ่ายเอกสาร.
- สุเมธ กาญจนพันธุ์. (2550). *กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การประชาสัมพันธ์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักพัฒนามาตรฐานแรงงาน . (2553, มิถุนายน-กรกฎาคม). *ก้าวหน้ากระแส CSR*. *วารสารแรงงานสัมพันธ์ฉบับพัฒนา*. (5): 7-20.
- สำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2542). *วาระการวิจัยแห่งชาติในภาวะวิกฤตเพื่อฟื้นฟูชาติ*. กรุงเทพฯ: สำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมโภชน์ เตียมสุภาษิต. (2550). *ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 6 . กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศักดิ์ชัย นิรัญทวี. (2532). *ความแปลกแยกกับพฤติกรรมการทำงานของครูสังกัดกรุงเทพมหานคร*. ปริญญาานิพนธ์ กศ.ด. (พัฒนศึกษาศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. (2541). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

- หุทัย อาจปฐุ. (2544). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ภาวะผู้นำ รูปแบบการดำเนินชีวิต และความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองกับการมีจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาพยาบาล วิทยาลัยพยาบาล พบ.ม. (การพยาบาลศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.*
- อารี พันธุ์มณี. (2542). *จิตวิทยาการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ: เลิฟแอนด์เลิฟเพรส.*
- อุทุมพร สุราษฎร์. (2547). *ปัจจัยด้านจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านบริการของพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์. ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.*
- อังศิรินทร์ อินทรกำแหง; อรพินทร์ ชูชม; และ อัจฉรา สุขารมณ. (2550). *การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเหตุและคชนี้วัดภาวะวิกฤตชีวิตสตรีไทยสมรสวัยกลางคนที่ทำงานนอกร้านในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- อรพรรณ ลือบุญวชิรัชย์. (2543). *การพยาบาลสุขภาพจิตและจิตเวช. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- อรพินทร์ ชูชม. (2545). *การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวัดทางพฤติกรรมศาสตร์. เอกสารคำสอนวิชา วป 502. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- อรพินทร์ ชูชม; อัจฉรา สุขารมณ; และ อุษา ศรีจินดารัตน์. (2549). *การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญาและคุณภาพชีวิตของเยาวชนไทย. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- อ้อมเดือน สดมณี; พรเทพ เสถียรนพเก้า; และ สุขุมมาล เกษมสุข. (2548). *ประสิทธิผลในการฝึกอบรมทักษะและจิตลักษณะที่มีต่อพฤติกรรม ประหยัดน้ำและไฟฟ้าของนักเรียนระดับประถมศึกษา. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- อำนาจ วีรวรรณ. (2540). *การแก้วิกฤตการณ์และการสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์กร. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: ประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ: ปรกาศพริก.*
- Albanese, Robert. (1981). *Managing: Toward Accountability For Performance.* 3rd ed. Illinois: Richard D. Irwin.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory* Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall.

- Bhanthumnavin, D. (2000). Importance of Supervisory Social Support and Its Implications for HRD in Thailand. *Psychology and Developing Societies*: P. 155-156.
- Flanagan, George. (1967). *Modern Institutional Advertising*. New York. McGraw-Hill.
- Frank, Jefkins. (1993). *Planned Press and Public Relation*. London: International Texbook.
- International Organization for Standardization (ISO). (2007). Future ISO 26000 Standard on Social Responsibility Reaches Positive Turning Point. Retrieved March 12, 2010, from <http://www.iso.org/iso/pressrele.htm?refid=Ref1049>.
- Kalish. (1973). *The Psychology of Human Behavior*. 3rd ed. California: Brooks/Cole Publishing.
- Kanter, R.M. (1968). *Commitment and Social Organization: A Study of Commitment Mechanisms in Utopia Communities*. *American Sociology Review*.
- Kotler, Phillip; & Keller, Kevin Lane. (2006). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson/Prentice-Hall.
- Kotler, Philip; & Lee, Nancy. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Hoboken. New Jersey: Wiley.
- Meyer, J.P; & Allen, N.J. (1991). *A Three-Commitment Conceptualization of Organizational Commitment*. *Human Resource Management Review*.
- Roksaeh. (1980). *Some Unresolved Issues in Theories of Beliefs*. Attitudes and Values. In Nebraska Symposium on Motivation Vol 27. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Sheldon, Mary. (1978) . *Investment and Involvement as Mechanisms Producing Commitment to the Organizational*. *Administrative Science Quarterly*.
- Stringer, Richard. (2002). *Leadership and Organizational Climate*. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice-Hall.
- White, Donald D. (1989). *Organization Behavior*. New York: Jimone & Schaster.
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). (2008). *Corporate Social Responsibility*. Retrieved January 4, 2010, from http://www.wbcd.org/templates/Template_WBCSD5/layout.asp?type=p&MenuId=MTEOOQ.
- Yamane, Taro. (1967). *Statistics: An Introduction Analysis*. 2 nd ed. New York: Harper & Row.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ตารางแสดงค่าสถิติต่าง ๆ

ตาราง 32 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะทางจิต ตัวแปรลักษณะทางสังคมกับพฤติกรรม
การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8
1 เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม	1	.41*	.46*	.39*	.075*	.026*	.027*	.38*
2 ความผูกพันต่อองค์กร		1	.50*	.52*	.30*	.18*	.41*	.35*
3 ค่านิยมข้อดีของความและรับผิดชอบต่อสังคม			1	.54*	.29*	.21*	.31*	.50*
4 จิตสาธารณะ				1	.40*	.12*	.28*	.53*
5 การมีตัวแบบที่ดี					1	.46*	.30*	.24*
6 การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน						1	.21*	.011*
7 การรับรู้นโยบาย ฯ							1	.32*
8 พฤติกรรมการทำงาน ฯ								1

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม
เมื่อพิจารณาตามเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า
งาน ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก จำนวน 132 คน

เจตคติที่ดี ฯ	การสนับสนุน ฯ	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	28	129.14	4.18	10.67*	15.94*
สูง	สูง	22	28	124.96		6.49*	11.76*
ต่ำ	สูง	12	36	118.47			5.27
ต่ำ	ต่ำ	11	40	113.20			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มอายุมาก จำนวน 148 คน

เจตคติที่ดี	การสนับสนุน	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	33	39.21	1.05	2.11	4.66*
สูง	สูง	22	37	38.16		1.06	3.61*
ต่ำ	สูง	12	38	37.10			2.55*
ต่ำ	ต่ำ	11	40	34.55			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก จำนวน 132 คน

เจตคติที่ดี	การสนับสนุน	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	28	39.82	1.21	2.29	5.57*
สูง	สูง	22	28	38.61		1.08	4.36*
ต่ำ	สูง	12	36	37.53			3.28*
ต่ำ	ต่ำ	11	40	34.25			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .0

ตาราง 36 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวม จำนวน 359 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	64	124.37	0.85	3.83*	12.73*
สูง	สูง	22	117	123.52		2.98	11.88*
ต่ำ	สูง	12	61	120.54			8.9*
ต่ำ	ต่ำ	11	117	111.64			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 37 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มอายุมากจำนวน 148 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	29	127.83	5.51*	7.26*	15.15*
สูง	สูง	22	60	122.32		1.75	9.64*
ต่ำ	สูง	12	21	120.57			7.89*
ต่ำ	ต่ำ	11	38	112.68			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 38 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมาก จำนวน 132 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	28	128.79	7.12*	8.29*	16.85*
สูง	สูง	22	52	121.67		1.17	9.73*
ต่ำ	สูง	12	18	120.50			8.56*
ต่ำ	ต่ำ	11	34	111.94			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 39 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มสถานภาพโสดจำนวน 87 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	21	11
สูง	สูง	22	49	122.20	0.37	1.66	10.78*
ต่ำ	สูง	12	35	121.83		1.29	10.41*
สูง	ต่ำ	21	26	120.54			9.12*
ต่ำ	ต่ำ	11	77	111.42			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 40 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มสถานภาพสมรสจำนวน 172 คน

ความผูกพัน ต่อองค์กร	การมีตัวแบบ ที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	20	127.00	2.53	8.19*	14.93*
สูง	สูง	22	40	124.47		5.66*	12.4*
ต่ำ	สูง	12	18	118.81			6.74*
ต่ำ	ต่ำ	11	45	112.07			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มปฏิบัติการโรงงานจำนวน 236 คน

ความผูกพัน ต่อองค์กร	การมีตัวแบบ ที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	44	125.57	2.49	4.34*	12.36*
สูง	สูง	22	77	123.08		1.85	9.87*
ต่ำ	สูง	12	43	121.23			8.02*
ต่ำ	ต่ำ	11	72	113.21			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 42 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมจำนวน 359 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	64	43.97	1.33*	1.61*	3.71*
สูง	สูง	22	117	42.64		0.28	2.38*
ต่ำ	สูง	12	61	42.36			2.1*
ต่ำ	ต่ำ	11	117	40.26			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 43 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มอายุน้อย จำนวน 211 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	35	43.31	0.71	1.04	3.03*
สูง	สูง	22	57	42.60		0.33	2.32*
ต่ำ	สูง	12	40	42.27			1.99*
ต่ำ	ต่ำ	11	79	40.28			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 44 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มอายุมาก จำนวน 148 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	29	44.76	2.08*	2.24*	4.49*
สูง	สูง	22	60	42.68		0.16	2.41*
ต่ำ	สูง	12	21	42.52			2.25*
ต่ำ	ต่ำ	11	38	40.27			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 45 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานน้อยจำนวน 227 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	36	43.39	0.59	1.06	3.02*
สูง	สูง	22	65	42.80		0.47	2.43*
ต่ำ	สูง	12	43	42.33			1.96*
ต่ำ	ต่ำ	11	83	40.37			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 46 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมากจำนวน 132 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	12	22	11
สูง	ต่ำ	21	28	44.71	2.26*	2.27*	4.71*
ต่ำ	สูง	12	18	42.45		0.01	2.45*
สูง	สูง	22	52	42.44			2.44*
ต่ำ	ต่ำ	11	34	40.00			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 47 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มสถานภาพโสดจำนวน 187 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	21	22	11
สูง	ต่ำ	21	44	43.88	0.94	1.74*	3.66*
ต่ำ	สูง	12	77	42.94		0.8	2.72*
สูง	สูง	22	43	42.14			1.92*
ต่ำ	ต่ำ	11	72	40.22			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 48 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มสำนักงานจำนวน 123 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	20	43.10	0.68	1.54	3.77*
ต่ำ	สูง	22	40	42.42		0.86	3.09*
สูง	สูง	12	18	41.56			2.23*
ต่ำ	ต่ำ	11	45	39.33			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 49 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มปฏิบัติการโรงงานจำนวน 236 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	44	44.36	1.61*	1.66*	3.51*
ต่ำ	สูง	22	77	42.75		0.05	1.9*
สูง	สูง	12	43	42.70			1.85*
ต่ำ	ต่ำ	11	72	40.85			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 50 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชน เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวมจำนวน 359 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	12	21	11
สูง	สูง	22	117	38.92	1.52	1.53	5.98*
ต่ำ	สูง	12	61	37.40		0.01	4.46*
สูง	ต่ำ	21	64	37.39			4.45*
ต่ำ	ต่ำ	11	117	32.94			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 51 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชน เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มอายุมาก จำนวน 148 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	29	39.00	0.75	1.57	5.16*
สูง	สูง	22	60	38.25		0.82	4.41*
ต่ำ	สูง	12	27	37.43			3.59*
ต่ำ	ต่ำ	11	38	33.84			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 52 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมากจำนวน 132 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	28	39.82	1.86	1.88	6.14*
สูง	สูง	22	52	37.96		0.02	4.28*
ต่ำ	สูง	12	18	37.94			4.26*
ต่ำ	ต่ำ	11	34	33.68			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 53 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มปฏิบัติการโรงงานจำนวน 236 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	21	12	11
สูง	สูง	22	77	38.53	0.89	0.93	4.92*
สูง	ต่ำ	21	44	37.64		0.04	4.03*
ต่ำ	สูง	12	43	37.60			3.99*
ต่ำ	ต่ำ	11	72	33.61			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 54 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มรวม จำนวน 359 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	64	43.02	1.06	2.23*	4.58*
สูง	สูง	22	117	41.96		1.17	3.52*
ต่ำ	สูง	12	61	40.79			2.35*
ต่ำ	ต่ำ	11	117	38.44			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 55 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มอายุมาก จำนวน 148 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	29	44.07	2.69*	3.45*	5.47*
สูง	สูง	22	60	41.38		0.76	2.78*
ต่ำ	สูง	12	21	40.62			2.02*
ต่ำ	ต่ำ	11	38	38.60			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 56 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมากจำนวน 132 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	28	44.25	2.98*	4.14*	5.99*
สูง	สูง	22	52	41.27		1.16	3.01*
ต่ำ	สูง	12	18	40.11			1.85
ต่ำ	ต่ำ	11	34	38.26			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 57 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มสถานภาพโสดจำนวน 187 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	26	41.54	0.05	0.14	2.84*
สูง	สูง	22	49	41.49		0.09	2.79*
ต่ำ	สูง	12	35	41.40			2.7*
ต่ำ	ต่ำ	11	77	38.70			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 58 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มสถานภาพสมรสจำนวน 172 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	38	44.03	1.74	4.07*	6.11*
สูง	สูง	22	68	42.29		2.33*	4.37*
ต่ำ	สูง	12	26	39.96			2.04*
ต่ำ	ต่ำ	11	40	37.92			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 59 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ในกลุ่มปฏิบัติกรรงานจำนวน 236 คน

ความผูกพันต่อองค์กร	การมีตัวแบบที่ดี	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	44	43.57	1.78*	2.64*	4.82*
สูง	สูง	22	77	41.79		0.86	3.04*
ต่ำ	สูง	12	43	40.93			2.18*
ต่ำ	ต่ำ	11	72	38.75			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 60 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มอายุมาก จำนวน 148 คน

จิต สาธารณะ	การรับรู้ นโยบายฯ	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	21	12	11
สูง	สูง	22	35	127.89	3.85	8.14*	19.49*
สูง	ต่ำ	21	39	124.04		4.29	15.64*
ต่ำ	สูง	12	24	119.75			11.35*
ต่ำ	ต่ำ	11	102	108.40			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 61 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมากจำนวน 132 คน

จิต สาธารณะ	การรับรู้ นโยบายฯ	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	21	12	11
สูง	สูง	22	49	127.86	2.69	9.11*	20.45*
สูง	ต่ำ	21	36	125.17		6.42*	17.76*
ต่ำ	สูง	12	18	118.75			11.34*
ต่ำ	ต่ำ	11	29	107.41			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 62 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านรวม เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มสถานภาพ โสด จำนวน 187 คน

จิต สาธารณะ	การรับรู้ นโยบายฯ	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	129	124.86	1.03	8.99*	15.02*
สูง	สูง	22	72	123.83		7.96*	13.99*
ต่ำ	สูง	12	56	115.87			6.03*
ต่ำ	ต่ำ	11	102	109.84			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 63 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มอายุมากจำนวน 148 คน

จิต สาธารณะ	การรับรู้ นโยบายฯ	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	21	12	11
สูง	สูง	22	53	44.02	0.48	1.47	4.85*
สูง	ต่ำ	21	36	43.54		0.99	4.37*
ต่ำ	สูง	12	24	42.55			3.38*
ต่ำ	ต่ำ	11	35	39.17			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 64 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมากจำนวน 132 คน

จิต สาธารณะ	การรับรู้ นโยบายฯ	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	สูง	22	49	44.04	0.15	2.01*	5.35*
สูง	ต่ำ	21	36	43.89		1.86	5.2*
ต่ำ	สูง	12	18	42.03			3.34*
ต่ำ	ต่ำ	11	29	38.69			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 65 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มอายุมากจำนวน 148 คน

จิต สาธารณะ	การรับรู้ นโยบายฯ	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	21	12	11
สูง	สูง	22	53	39.98	1.86	2.48*	8.15*
สูง	ต่ำ	21	36	38.12		0.62	6.29*
ต่ำ	สูง	12	24	37.50			5.67*
ต่ำ	ต่ำ	11	35	31.83			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 66 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมากจำนวน 132 คน

จิต สาธารณะ	การรับรู้ นโยบายฯ	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	21	12	11
สูง	สูง	22	49	39.80	0.86	2.38	8.11*
สูง	ต่ำ	21	36	38.94		1.52	7.25*
ต่ำ	สูง	12	18	37.42			5.73*
ต่ำ	ต่ำ	11	29	31.69			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 67 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่มสถานภาพโสดจำนวน 187 คน

จิต สาธารณะ	การรับรู้ นโยบายฯ	รหัส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	22	12	11
สูง	ต่ำ	21	32	42.36	0.1	2.05*	4.46*
สูง	สูง	22	58	42.26		1.95*	4.36*
ต่ำ	สูง	12	28	40.31			2.41*
ต่ำ	ต่ำ	11	69	37.90			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ และ/หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านและ
กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล

1.อายุ.....ปี

2.ระยะเวลาปฏิบัติงาน.....ปี

3.สถานภาพสมรส โสด สมรส

4.ลักษณะงาน สำนักงาน ปฏิบัติการโรงงาน

ความคิดเห็นทั่วไปและความคิดเห็นต่อการทำงาน

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					
	จริง ที่สุด (6)	จริง (5)	ค่อนข้าง จริง (4)	ค่อนข้าง ไม่จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริง เลย (1)
ตอนที่ 2 การทำงานของฉัน						
1.ถึงแม้จะต้องใช้เวลามากเพียงใดก็ตามข้าพเจ้าก็ ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นอย่างละเอียด รอบคอบก่อนมอบให้ลูกค้า						
2.แม้จะมีงานที่ได้รับมอบหมายมากเพียงใดข้าพเจ้า ก็สามารถปฏิบัติงานนั้นได้สำเร็จภายในเวลาที่ กำหนดเสมอ						
3.ถ้าสินค้าผลิตไม่ทันข้าพเจ้าจำเป็นต้องทำงาน ล่วงเวลาเพื่อให้เสร็จทันส่งมอบแก่ลูกค้า						
4.ถึงแม้ว่าจะต้องเร่งผลิตสินค้าเพื่อให้ทันตาม กำหนดที่ลูกค้าสั่ง ข้าพเจ้าก็คำนึงถึงคุณภาพของ สินค้าเป็นสำคัญ						
5.ข้าพเจ้าผลิตสินค้าได้ดีเยี่ยมจนเป็นที่ไว้วางใจของ ลูกค้าและปราศจากข้อร้องเรียน						
6. ข้าพเจ้าปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้นอยู่เสมอตาม คำแนะนำหรือข้อเสนอแนะของลูกค้า						

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					
	จริง ที่สุด (6)	จริง (5)	ค่อนข้าง จริง (4)	ค่อนข้าง ไม่จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริง เลย (1)
7.ข้าพเจ้าพัฒนาการทำงานและสินค้าตามคำแนะนำของผู้บริโภค						
8.ข้าพเจ้าทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อที่ได้สินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อลูกค้า						
9.ข้าพเจ้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทเพื่อจัดหาเครื่องสาธารณูปโภคพื้นฐานให้แก่ชุมชน						
10.ข้าพเจ้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครกับบริษัทในการบำรุงพื้นที่สาธารณะ						
11.ข้าพเจ้านำปัญหาของสังคมและชุมชนมานำเสนอในที่ประชุมเพื่อร่วมกันหาแนวทางในการแก้ไข						
12.แม้จะมีธุระส่วนตัวข้าพเจ้ามักจะเข้าร่วมกิจกรรมอาสาของบริษัทเสมอ						
13.ข้าพเจ้าทุ่มเททำกิจกรรมอาสาเพื่อสังคมเพราะตรงกับเป้าหมายของบริษัทให้ดีที่สุดทุกครั้ง						
14.ข้าพเจ้าร่วมโครงของบริษัทในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่						
15.ข้าพเจ้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัททุกครั้งที่หัวหน้าหรือเพื่อนร่วมงานชักชวน						
16. ข้าพเจ้าเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครกับบริษัทเสมอแม้จะเป็นวันหยุดก็ตาม						
17.ข้าพเจ้าจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้สะอาดน่าอยู่เสมอ						
18.ข้าพเจ้าปฏิบัติงานโดยยึดหลักข้อปฏิบัติด้านโรงงานสีเขียวของบริษัท						
19.ข้าพเจ้าใช้วัสดุอุปกรณ์ของบริษัทอย่างประหยัดและคุ้มค่า						

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					
	จริง ที่สุด (6)	จริง (5)	ค่อนข้าง จริง (4)	ค่อนข้าง ไม่จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริง เลย (1)
20. ข้าพเจ้าหาวิธีในการลดหรือจัดการขยะต่างๆ ของสินค้า						
21. ข้าพเจ้าให้ความร่วมมือในการประหยัดไฟฟ้าและ น้ำของบริษัท						
22. ข้าพเจ้าสะสมสิ่งของโดยการจัดเก็บสิ่งของที่ ต้องการไว้และขจัดของที่ไม่ต้องการทิ้งไปเพื่อความ เรียบง่าย						
23. ข้าพเจ้าจัดวางสิ่งของในการทำงานต่างๆ เพื่อ ความสะดวกและปลอดภัย						
24. ข้าพเจ้าให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีกับบริษัทใน การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมภายในโรงงาน						
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อความรับผิดชอบ ต่อสังคม						
25. ข้าพเจ้าคิดว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทเป็นการเพิ่มคุณค่าของพนักงานและบริษัท						
26. ข้าพเจ้าเห็นว่าคนที่ทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ต่อสังคมเป็นบุคคลที่น่ายกย่อง						
27. ข้าพเจ้าคิดว่ากิจกรรมพัฒนาชุมชนและสังคม สร้างประโยชน์ให้กับสังคมอย่างมาก						
28. ข้าพเจ้าคิดว่าการทำงานโดยดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ						
29. ข้าพเจ้าคิดว่าการจัดสภาพแวดล้อมในบริษัทที่ เหมาะสมทำให้ดูมีระเบียบเรียบร้อย สะดวก ปลอดภัยในการทำงาน						
30. ข้าพเจ้ารู้สึกภูมิใจที่ทำงานอย่างเต็มความ สามารถเพื่อที่ได้สินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อ ลูกค้า						
31. ข้าพเจ้าพอใจมากที่ได้ทำงานที่เป็นประโยชน์ต่อ ชุมชนและสังคมโดยตรง						

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					
	จริง ที่สุด (6)	จริง (5)	ค่อนข้าง จริง (4)	ค่อนข้าง ไม่จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริง เลย (1)
32. ข้าพเจ้ารู้สึกชอบที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม						
33. ข้าพเจ้าภาคภูมิใจที่จะบอกผู้อื่นว่าข้าพเจ้าได้มีส่วนช่วยให้ชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อมดีขึ้น						
34. ข้าพเจ้าชอบที่จะจัดสถานที่ทำงานให้สะดวกและปลอดภัยในการทำงาน						
35. ข้าพเจ้าพร้อมที่จะรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการทำงานของข้าพเจ้า						
36. ข้าพเจ้าพร้อมที่จะร่วมกิจกรรมของบริษัทในการบำเพ็ญประโยชน์เพื่อสังคม						
37. ข้าพเจ้าพร้อมที่จะทำงานเพื่อประโยชน์ของบริษัทและสังคมไปพร้อมกัน						
38. ข้าพเจ้าพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อการผลิตสินค้าที่ปลอดภัยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม						
39. ข้าพเจ้าตั้งใจที่จะทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม						
ตอนที่ 4 บริษัทของฉัน						
40. ข้าพเจ้าจะมีความสุขหากได้เกษียณอายุการทำงานจากที่นี่						
41. ข้าพเจ้ารู้สึกว่าปัญหาของบริษัทเป็นปัญหาของข้าพเจ้าด้วย						
42. ข้าพเจ้ารู้สึกว่าตัวเองเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท						
43. ข้าพเจ้าเต็มใจที่จะทำงานหนักเพื่อความสำเร็จของบริษัท						

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					
	จริง ที่สุด (6)	จริง (5)	ค่อนข้าง จริง (4)	ค่อนข้าง ไม่จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริง เลย (1)
44. การทำงานที่บริษัทนี้เป็นสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับ ข้าพเจ้า						
45. การลาออกจากงานในขณะนี้จะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของข้าพเจ้าเป็นอย่างมาก						
46. การลาออกจากที่นี่เป็นทางเลือกที่ไม่เกิดขึ้นกับ ข้าพเจ้า						
47. การทุ่มเทการทำงานให้กับบริษัทมากทำให้ ข้าพเจ้าไม่คิดจะย้ายไปอยู่บริษัทอื่น						
48. แม้ว่าการลาออกขณะนี้จะให้ประโยชน์สำหรับ ข้าพเจ้าแต่ข้าพเจ้ารู้สึกที่ไม่สมควรทำ						
49. ข้าพเจ้ามีความจงรักภักดีต่อบริษัท						
50. การที่ข้าพเจ้ายังไม่ลาออกในขณะนี้เพราะ รู้สึกผูกพันกับผู้ร่วมงานที่นี่						
51. ข้าพเจ้ารู้สึกว่าบริษัทมีบุญคุณกับข้าพเจ้า						
ตอนที่ 5 ฉันทัดและยึดถือ						
52. ข้าพเจ้าคิดว่าการทำงานให้สำเร็จภายในเวลาที่ กำหนดเป็นสิ่งสำคัญที่ควรยึดถือปฏิบัติอย่าง เคร่งครัด						
53. มีกฎระเบียบของบริษัทบางประการที่ข้าพเจ้าคิด ว่าไม่ควรนำมายึดถือปฏิบัติ						
54. แม้ว่าข้าพเจ้าจะได้รับมอบหมายงานที่ไม่ชอบก็ ตามข้าพเจ้าก็จะพยายามทำอย่างดีที่สุดให้สำเร็จ						
55. ข้าพเจ้าพร้อมจะสนับสนุนเพื่อนที่ซื้อสัตย์ในการ ทำงาน						

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					
	จริง ที่สุด (6)	จริง (5)	ค่อนข้าง จริง (4)	ค่อนข้าง ไม่จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริง เลย (1)
56.ข้าพเจ้าไม่ชอบการผัดผ่อนในการทำงาน						
57.ข้าพเจ้าชื่นชอบเพื่อนที่ยึดถือปฏิบัติตาม กฎระเบียบในการทำงาน						
58.แม้ข้าพเจ้ามีภารกิจส่วนตัวมากข้าพเจ้าก็จะพยายามปฏิบัติงานในความรับผิดชอบที่มีอยู่อย่างเต็มที่						
59.ข้าพเจ้าภูมิใจถ้าได้ทำงานตามหน้าที่อย่าง ตรงไปตรงมา						
60.แม้มีเหตุจำเป็นส่วนตัวข้าพเจ้าก็จะทำงานให้ตรง ตามกำหนดการ						
61.ข้าพเจ้าเห็นว่าคนที่น่าไว้สตุอุปกรณ์ต้องห้ามของ บริษัทไปใช้ในงานส่วนตัวเป็นคนที่ไม่ซื่อสัตย์ต่อ บริษัท						
ตอนที่ 6 ฉันทกับส่วนรวม						
62. ข้าพเจ้าตระหนักดีว่าในการทำงานต้องยึดมั่นใน กฎระเบียบที่กำหนดร่วมกันในบริษัท						
63.ข้าพเจ้าปรารถนาที่จะอาสาทำกิจกรรมเพื่อ ประโยชน์ส่วนรวม						
64.ข้าพเจ้าปรารถนาที่จะเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน						
65.ข้าพเจ้าสำนึกเสมอว่าปัญหาส่วนรวมในที่ทำงาน เป็นปัญหาของข้าพเจ้าที่ต้องช่วยแก้ไข						
66.ข้าพเจ้าเห็นว่าสิ่งของของบริษัทก็ควรใช้อย่าง ทะนุถนอมเหมือนกับเป็นสมบัติของส่วนตัว						
67.ข้าพเจ้าตระหนักดีว่าควรดูแลอุปกรณ์ในที่ทำงาน ให้พร้อมใช้ไม่ให้อายุรุดเสียหาย						

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					
	จริง ที่สุด (6)	จริง (5)	ค่อนข้าง จริง (4)	ค่อนข้าง ไม่จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริง เลย (1)
68. เมื่อเห็นทรัพย์สินของบริษัทชำรุดเสียหายข้าพเจ้า จะต้องแจ้งให้ฝ่ายที่รับผิดชอบทราบ						
69. ข้าพเจ้าคิดว่า การดูแลรักษาของส่วนรวมใน บริษัทเป็นหน้าที่ที่ข้าพเจ้าต้องทำ						
70. ถ้ามีการทำงานเป็นทีมข้าพเจ้าจะอาสารับงาน หลักๆ เพื่อให้ทีมประสบความสำเร็จ						
71. ข้าพเจ้าจะใช้อุปกรณ์ของบริษัทเฉพาะในการ ทำงานเท่านั้น						
ตอนที่ 7 แบบอย่างในการทำงาน						
72. หัวหน้าของข้าพเจ้าเป็นคนเคร่งครัดต่อนโยบาย ของบริษัท						
73. เพื่อนร่วมงานบางคนไม่ให้ความร่วมมือกับ นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท						
74. หัวหน้าของข้าพเจ้าพยายามใช้ทรัพยากรของ บริษัทอย่างประหยัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด						
75. เพื่อนร่วมงานของข้าพเจ้าส่วนใหญ่เลือกเข้าร่วม เฉพาะกิจกรรมที่ได้รับค่าตอบแทน						
76. หัวหน้างานของข้าพเจ้าได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้ ที่ทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม						
77. เพื่อนร่วมงานของข้าพเจ้าปฏิบัติงานโดยยึด ประโยชน์ของสังคมเป็นสำคัญ						
78. เมื่อเกิดปัญหาในการทำงานหัวหน้าของข้าพเจ้า มักจะยอมรับว่ามีปัญหาและพยายามปรับปรุงแก้ไข ปัญหานั้น						
79. เพื่อนร่วมงานของข้าพเจ้าพยายามพัฒนาความรู้ ความสามารถของตนอยู่เสมอเพื่อปฏิบัติงานใน หน้าที่ให้ดีขึ้น						

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					
	จริง ที่สุด (6)	จริง (5)	ค่อนข้าง จริง (4)	ค่อนข้าง ไม่จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริง เลย (1)
80. เพื่อนร่วมงานของข้าพเจ้ามีการทำงานอย่างเป็นระบบเพื่อดำเนินงานได้สำเร็จและรวดเร็ว						
81. เพื่อนร่วมงานของข้าพเจ้าทำงานอย่างมีความรับผิดชอบเพื่อประโยชน์ของบริษัทและสังคมเป็นหลัก						
82. เพื่อนร่วมงานของข้าพเจ้าปฏิบัติงานโดยยึดหลักนโยบายของบริษัทเป็นสำคัญ						
83. หัวหน้าของข้าพเจ้าเป็นตัวอย่างที่ดีของผู้ที่พยายามทำงานให้สำเร็จตามกำหนด						
ตอนที่ 8 หัวหน้าของฉัน						
84. หัวหน้าของข้าพเจ้าให้การสนับสนุนในการทำงานแก่ข้าพเจ้าเสมอ						
85. หัวหน้ามักให้กำลังใจเมื่อข้าพเจ้าพบอุปสรรคในการทำงาน						
86. เมื่อข้าพเจ้ามีปัญหาในการทำงานหัวหน้ามักจะบอกแนวทางแก้ปัญหาให้ข้าพเจ้าเสมอ						
87. หัวหน้าไม่สนใจที่ข้าพเจ้าทำงานหนักจนไม่มีเวลาให้ครอบครัว						
88. หัวหน้างานมักให้คำปรึกษาแก่ข้าพเจ้าเมื่อข้าพเจ้าพบอุปสรรคในการทำงาน						
89. หัวหน้าสนับสนุนเปิดโอกาสให้ข้าพเจ้าได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการทำงาน						
90. หัวหน้างานคอยจับผิดการทำงานของข้าพเจ้าอยู่เสมอ						
91. หัวหน้ามักเพิกเฉยต่อการดูแลรักษาวัสดุอุปกรณ์ในการทำงานให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้						

	ระดับความคิดเห็น					
	จริง ที่สุด (6)	จริง (5)	ค่อนข้าง จริง (4)	ค่อนข้าง ไม่จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริง เลย (1)
92.เมื่ออุปกรณ์เครื่องมือในการทำงานขาดแคลนหรือชำรุดหัวหน้ามักรีบจัดหามาให้						
93.หัวหน้างานให้การสนับสนุนข้าพเจ้าในการพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อความก้าวหน้าในการทำงาน						
ตอนที่ 9 นโยบายของบริษัท						
94.บริษัทของข้าพเจ้ามีนโยบายและเป้าหมายในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน						
95.ข้าพเจ้าเข้าใจนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเป็นอย่างดี						
96.กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท						
97.ข้าพเจ้าได้รับมอบหมายงานที่สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท						
98.นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมีประโยชน์ต่อบริษัทและสังคมอย่างมาก						
99.ข้าพเจ้ารู้ว่าบริษัทให้ความสำคัญกับชุมชน						
100.ข้าพเจ้าให้ความสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรมตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท						
101.บริษัทที่แข็งแรงรายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทให้ข้าพเจ้าทราบ						
102.การปฏิบัติหน้าที่ให้ครบตามนโยบายของบริษัทอย่างสม่ำเสมอเป็นสิ่งที่ควรทำ						
103.ข้าพเจ้าตั้งใจทำงานตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท						

ขอขอบคุณอย่างสูงที่ท่านกรุณาตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีค่ะ

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อสกุล	สถานที่ทำงาน
1. อ.ดร.นริศรา พึ่งโพธิ์สภ	สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อ.ดร.ฐาศุภร์ จันประเสริฐ	สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. อ.ดร.ตรีทิพ บุญเยี่ยม	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ภาคผนวก ง

ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย

ตาราง 68 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค จำนวน 8 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนก (r)
1	.625
2	.573
3	.590
4	.688
5	.623
6	.680
7	.689
8	.601

ค่าความเชื่อมั่น = .874

ตาราง 69 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม จำนวน 8 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนก (r)
1	.653
2	.764
3	.751
4	.801
5	.840
6	.780
7	.735
8	.750

ค่าความเชื่อมั่น = .93

ตาราง 70 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม จำนวน 8 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนก (r)
1	.611
2	.621
3	.729
4	.689
5	.723
6	.696
7	.741
8	.728

ค่าความเชื่อมั่น = .902

แบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวมค่าความเชื่อมั่น = .943

ตาราง 71 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมจำนวน 15 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนก (r)
1	.665
2	.639
3	.679
4	.647
5	.634
6	.632
7	.680
8	.680
9	.730
10	.615
11	.600
12	.612
13	.643
14	.674
15	.716

ค่าความเชื่อมั่น = .929

ตาราง 72 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร จำนวน 12 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนก (r)
1	.473
2	.653
3	.535
4	.602
5	.712
6	.637
7	.640
8	.724
9	.647
10	.627
11	.517
12	.566

ค่าความเชื่อมั่น = .894

ตาราง 73 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามค่านิยมซื้อสัตย์และความรับผิดชอบ
จำนวน 10 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนก (r)
1	.546
2	.273
3	.565
4	.582
5	.584
6	.625
7	.640
8	.533
9	.510
10	.506

ค่าความเชื่อมั่น = .821

ตาราง 74 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามจิตสาธารณะ จำนวน 10 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนก (r)
1	.652
2	.780
3	.740
4	.732
5	.707
6	.670
7	.399
8	.637
9	.620
10	.635

ค่าความเชื่อมั่น = .902

ตาราง 75 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามการมีตัวแบบที่ดี จำนวน 12 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนก (r)
1	.630
2	.381
3	.578
4	.398
5	.716
6	.574
7	.679
8	.662
9	.576
10	.686
11	.673
12	.698

ค่าความเชื่อมั่น = .881

ตาราง 76 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน
จำนวน 10 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนก (r)
1	.706
2	.757
3	.716
4	.463
5	.731
6	.661
7	.451
8	.445
9	.491
10	.617

ค่าความเชื่อมั่น = .87

ตาราง 77 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม
จำนวน 10 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนก (r)
1	.587
2	.621
3	.576
4	.657
5	.747
6	.692
7	.730
8	.667
9	.648
10	.643

ค่าความเชื่อมั่น = .901

ภาคผนวก จ

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
และหนังสือขอเชิญเป็นประธานสอบปากเปล่าปริญญาโท

ที่ ศธ 0519.12/๒๒๘



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

30 เมษายน 2555

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน รองประธานบริษัทฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด

เนื่องด้วย นางสาวไสรยา คงดิษ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
ประยุกต์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาโท เรื่อง “ปัจจัยทางจิตสังคม
ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์” โดยมี
รองศาสตราจารย์ ดร.อังคินันท์ อินทรกำแหง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท ในกรณีนี้ นิสิต
มีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอใช้สถานที่เพื่อขอให้พนักงานบริษัทตอบแบบสอบถาม
ในระหว่างเดือนพฤษภาคม 2555

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวไสรยา คงดิษ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลยา ธนศพงษ์ธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายวิชาการ
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 086-680-6556

ที่ ศธ 0519.12/4095



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

30 กรกฎาคม 2555

เรื่อง ขอเชิญเป็นประธานสอบปากเปล่าปริญญาโท

เรียน อาจารย์ ดร.ตรีทิพ บุญแยม

เนื่องด้วย นางสาวโสธยา คงดิษ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
ประยุกต์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาโท เรื่อง “ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้อง
กับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์” ได้รับอนุมัติให้สอบปากเปล่า
ปริญญาโท ในวันที่ 27 สิงหาคม 2555 เวลา 09.00 น. ณ ห้องประชุมใหญ่ 2 สถาบันวิจัยพฤติกรรม
ศาสตร์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยพิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ใน
เรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นประธานสอบปากเปล่าปริญญาโท ของนิสิตผู้นี้ ตามวัน
เวลา และสถานที่ดังกล่าว

บัณฑิตวิทยาลัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้ และขอขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

โทรสาร. 0-2260-0132

ประวัติย่อผู้วิจัย

