

ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม  
ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

**THE RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS**



วัลลภา เฉลิมวงศาเวช  
**WALLAPA CHALERMVONGSAVEJ**

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา  
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
ปีการศึกษา 2556  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีปทุม

**THE RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS**

**WALLAPA CHALERMVONGSAVEJ**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF  
DOCTOR OF PHILOSOPHY PROGRAM  
IN EDUCATIONAL ADMINISTRATION  
GRADUATE COLLEGE OF MANAGEMENT  
SRIPATUM UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2013  
COPYRIGHT OF SRIPATUM UNIVERSITY**

ชื่อหัวข้อวิทยานิพนธ์

ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง  
ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน  
**THE RELATIONSHIP OF FACTORS  
INFLUENCING CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER  
EDUCATION INSTITUTIONS**

นักศึกษา

วัลลภา เถลิมวงศาเวช รหัสประจำตัว 54560095

หลักสูตร

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

คณะ

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ดร.วราภรณ์ ไทโยมา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

รองศาสตราจารย์ ดร.รชงพร โกมลเสวิน

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต อุ๋อัน)

.....กรรมการ

(ดร.วราภรณ์ ไทโยมา)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.รชงพร โกมลเสวิน)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร)

.....กรรมการ

(ดร.สิรินธร สิ้นจินดาวงศ์)

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม อนุมัติใ้ให้นักวิทยานิพนธ์  
ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต อุ๋อัน)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....



วิทยานิพนธ์เรื่อง	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน THE RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS
คำสำคัญ	การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม/สถาบันอุดมศึกษา เอกชน/มิติความรับผิดชอบต่อสังคม/รูปแบบกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม/หลักการความรับผิดชอบต่อ สังคม
นักศึกษา	วัลลภา เถลิมวงสาเวช
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.วราภรณ์ ไทยมา
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร.รชชงพร โกมลเสวิน
หลักสูตร	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา	2556

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษามิติ/รูปแบบ/หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน 3) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และ 4) พัฒนาโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรของรัฐหรือเอกชน และนำผลมาพัฒนาแบบสอบถามในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ IOC (Index of Item Objective Congruence) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จากนั้นเก็บข้อมูลจากผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาเอกชน จำนวน 400 คน และการตรวจสอบและยืนยันองค์ประกอบโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการวิจัยพบว่ามิติ/รูปแบบ/หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประกอบด้วยตัวแปร 11 ตัวแปร โดยที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อ

สังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ได้แก่ มิตติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ คือ ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อทาง การบริจาคเพื่อสังคม ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย และความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ ตามลำดับรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบ คือ กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร และกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ คือ ความใส่ใจต่อผู้บริ โภค/นักศึกษา สิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงานสากล การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน และสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนนั้น จะสามารถอธิบายได้ด้วยมิตติความรับผิดชอบต่อสังคม มากกว่ารูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามลำดับ

ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจากการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ พบว่าผลของเส้นทางอิทธิพลสามารถอธิบายได้ดีถึงมิตติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และมีความสอดคล้องกันดีระหว่างกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้

นอกจากนั้นในการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยได้รับการตรวจสอบและยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญ พบปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อันได้แก่ 1) ความรับผิดชอบต่ออาจารย์/บุคลากร/นักศึกษา 2) คุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณ 3) การปฏิบัติตามกฎหมาย 4) การดูแลสิ่งแวดล้อม 5) การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน 6) กิจกรรมเพื่อสังคม และ 7) เศรษฐศาสตร์ทางการศึกษา

<b>TITLE</b>	THE RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS
<b>KEYWORD</b>	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY/CSR/ PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTION/PHE/CSR DIMENSION/CSR INITIATIVES/CSR PRINCIPLES
<b>STUDENT</b>	WALLAPA CHALERMVONGSAVEJ
<b>ADVISOR</b>	WARAPORN THAIMA, DR.
<b>CO-ADVISOR</b>	ASSOC. PROF. ROSECHONGPORN KOMOLSAVIN, DR.
<b>LEVEL OF STUDY</b>	THE DEGREE OF DOCTOR OF PHILOSOPHY PROGRAM IN EDUCATIONAL ADMINISTRATION
<b>FACULTY</b>	GRADUATE COLLEGE OF MANAGEMENT SRIPATUM UNIVERSITY
<b>ACADEMIC YEAR</b>	2013

### **ABSTRACT**

This study was to investigate the relationship of factors influencing corporate social responsibility (CSR) in Thai private higher education (PHE) institutions. CSR dimensions, CSR initiatives and CSR principles were used as a conceptual framework. To obtain CSR indicators in PHE institutions, the interviews with the experts in the field of CSR were performed in order for them to point out which factors in conceptual framework were salient. The indicators gained from those experts, thus, were used to develop the questionnaires.

After IOC done by another group of experts and questionnaires pretest, data were collected from 400 executives, faculty, staff, and students in five major private higher education institutions, according to the highest numbers of enrollment. Exploratory factor analysis (EFA) was employed in order to verify data from the questionnaires. The findings revealed that three factors were composed of four CSR dimensions -- ethical, legal, philanthropy, and economic

responsibility, two CSR initiatives -- corporate and marketing driven social initiative, and five CSR principles -- consumer/student issues, human rights, labor force, community involvement and development, and environment.

Then, confirmatory factor analysis (CFA) was run to confirm that those three factors fit the conceptual framework. Later, second order CFA was undertaken. The results showed that the most salient factor that influenced CSR in PHE institutions is CSR dimensions, while CSR initiatives and CSR principles were respectively influential. In order to attain factors representing CSR in PHE institution, EFA was applied repeatedly. Seven factors were found -- faculty/staff/student concerns, morality and ethics, legal concerns, environmental concerns, community involvement/developments practices, social initiatives, and economics of education. The seven factors were confirmed by the other group of experts from various private higher education institutions. Furthermore, those factors were called 7 Factors of CSR in PHE Institutions Model.





## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากท่าน ดร.วราภรณ์ ไทยมา ผู้อำนวยการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม และรองศาสตราจารย์ ดร.รศขงพร โกมลเสวิน หัวหน้าโครงการปริญญาเอกนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ท่านได้กรุณาสละเวลาในการอ่าน การให้คำปรึกษา คำแนะนำ การให้ความช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดจนการให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถูกต้องและเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชิต อุ่ออัน คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม และประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.บุญบา สุธีธร และดร.สิรินธร สตินจินดาวงศ์ ที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่ามาเป็นคณะกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ รวมทั้งการให้คำแนะนำที่มีคุณค่ายิ่งต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงต่อท่านเจ้าของตำรา เอกสารทางวิชาการต่างๆ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน อันได้แก่ ดร.ยุพวรรณ นังกลาภวัฒน์ ผู้ให้ข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจ IOC และผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบและยืนยัน โมเดล ทั้ง 21 ท่าน รวมทั้งท่านผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและประเมินผล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ท่านผู้อำนวยการสถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต ท่านผู้อำนวยการศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภิน อยุธยา ผู้อำนวยการสำนักวิจัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม และคุณสุภาพร ประพฤติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในการอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล และขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ให้โอกาสผู้วิจัยในการศึกษาต่อ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ประจำวิทยาลัยฯ ทุกท่านที่อำนวยความสะดวกในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แก่ผู้วิจัยเสมอมา

อีกทั้งขอกราบขอบพระคุณพ่อประสงค์ และคุณแม่ปราณี เกลิมวงศาเวช ในการเลี้ยงดู และให้กำลังใจ ตลอดจนอาจารย์ผู้สอนทุกๆ ท่าน ในการประสิทธิประสาทวิชาความรู้ และทักษะต่างๆ ที่ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้พัฒนาตนเอง และทำที่สุดขอกราบขอบพระคุณ อ.ดร.พิมพ์อุไร ลิ้มปัทม์ ผู้เป็นต้นแบบที่ประเสริฐ ในการอบรมสั่งสอนให้ผู้วิจัยเป็นคนดี ซื่อสัตย์ ตั้งใจ อดทน และเข้มแข็ง พร้อมทั้งสนับสนุนให้ผู้วิจัยศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกตลอดมา

ผู้วิจัยขออุทิศบุญกุศลและคุณความดีแด่ครูบาอาจารย์ บิดา มารดา ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ที่มีอาจจะกล่าวได้ครบ มา ณ โอกาสนี้

วัลลภา เกลิมวงศาเวช

กุมภาพันธ์ 2557

## สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	X
สารบัญภาพ.....	XIV
บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	13
คำถามในการวิจัย.....	13
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14
ขอบเขตของการวิจัย.....	15
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	17
นิยามศัพท์.....	17
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
ตอนที่ 1 หลักการทั่วไปและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กร.....	19
ตอนที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมิติความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กร.....	23
ตอนที่ 3 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบกิจกรรมความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร.....	34
ตอนที่ 4 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักการความรับผิดชอบต่อ สังคมขององค์กร.....	41
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	57
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	57
ขั้นตอนที่ 1 การสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	59

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดขอบข่ายเพื่อสร้างและพัฒนาเครื่องมือ.....	59
ผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	59
ประเด็นที่สัมภาษณ์.....	59
เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ.....	60
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	60
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง	
ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	61
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	61
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	65
เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ.....	68
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	70
วิธีวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
สมมติฐานการวิจัย.....	71
ขั้นตอนที่ 4 การนำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง	
ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	72
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	74
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์และกำหนดองค์ประกอบของการแสดงความคิดเห็น	
ต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	77
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง .....	85
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้และความเหมาะสมขององค์ประกอบ.....	87
3.1 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของ	
การแสดงความคิดเห็นต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	87
3.2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้.....	96
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis:	
EFA) .....	99
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis:	
CFA).....	115

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	120
ตอนที่ 7 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second order confirmatory factor analysis: 2 <sup>nd</sup> Order CFA).....	126
ตอนที่ 8 การนำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์ก่อนและหลังการปรับรูปแบบและการทดสอบสมมติฐาน.....	129
ตอนที่ 9 การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	135
ตอนที่ 10 การตรวจสอบองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	151
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	154
สรุปผลการวิจัย.....	157
อภิปรายผล.....	161
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	172
ข้อเสนอแนะ.....	172
บรรณานุกรม.....	175
Bibliography.....	183
ภาคผนวก.....	193
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการตอบแบบสัมภาษณ์การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	194
ภาคผนวก ข การวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องรายข้อ (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ.....	196
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในสถาบันอุดมศึกษาในการตรวจสอบองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน...	211
ภาคผนวก ง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	215
ภาคผนวก จ แบบสอบถามการวิจัย.....	218

## สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก จ หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	226
ภาคผนวก ช หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตรวจเครื่องมือ.....	232
ภาคผนวก ซ หนังสือขอความอนุเคราะห์ในเก็บข้อมูล.....	238
ภาคผนวก ฌ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสถิติคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ รูปแบบสมการ โครงสร้าง (Structural equation measurement: SEM).....	244
ภาคผนวก ญ แนวทางในการดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจาก องค์กรต่างๆ ทั่วโลก.....	272
ประวัติผู้วิจัย.....	281



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ประเด็นในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อหน่วยงานสากล ระดับโลก.....	7
2	วิวัฒนาการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในโลก.....	20
3	การสังเคราะห์หลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมิติความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR dimensions) .....	30
4	การสังเคราะห์หลักการ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR initiatives) .....	39
5	ตารางเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) และความ รับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (USR) .....	50
6	การสังเคราะห์หลักการ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักการความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR principles) .....	52
7	จำนวนนักศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน ประจำปีการศึกษา 2555	62
8	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	64
9	ค่าความเที่ยงของประเด็นคำถามที่ใช้ในการวิจัย.....	69
10	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ: ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรของรัฐหรือเอกชน และ/หรือผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม ในสถาบันอุดมศึกษา.....	78
11	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	86
12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่งและค่าระดับของตัวแปรที่เป็น องค์ประกอบของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน	88
13	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้.....	98
14	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 1 ของตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา เอกชน.....	101
15	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 2 ของตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา เอกชน.....	102

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 3 ของตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	103
17	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 4 ของตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	104
18	แสดงลำดับองค์ประกอบตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีค่าน้ำหนักจากมากไปหาน้อย.....	104
19	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 1 ของตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	106
20	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 2 ของตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	107
21	แสดงลำดับองค์ประกอบตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีค่าน้ำหนักจากมากไปหาน้อย.....	107
22	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 1 ของตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	110
23	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 2 ของตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	111
24	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 3 ของตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	112
25	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 4 ของตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	113

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
26	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 5 ของตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	114
27	แสดงลำดับองค์ประกอบตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีค่าน้ำหนักจากมากไปหาน้อย.....	115
28	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	117
29	ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	122
30	ผลการปรับโมเดลในการวิเคราะห์ความสอดคล้องกลมกลืนของความสัมพันธ์กับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	123
31	ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยรวม หลังจากการปรับแก้โมเดล.....	124
32	ผลการปรับโมเดลในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	127
33	เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน..	129
34	แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลใน โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	134
35	แสดงการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	135
36	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	137
37	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบต่ออาจารย์/บุคลากร/นักศึกษา.....	139



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
38	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 2 คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณ.....	141
39	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 3 การปฏิบัติตามกฎหมาย.....	143
40	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 4 การดูแลสิ่งแวดล้อม.....	145
41	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 5 การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน.....	146
42	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 6 กิจกรรมเพื่อสังคม.....	148
43	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 7 เศรษฐศาสตร์ทางการศึกษา.....	150
44	ผลการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องรายชื่อ (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ.....	199

## สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	14
2 พีระมิตความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Carroll' s pyramid of Corporate Social Responsibility) .....	24
3 ขอบเขต 3 มิติของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (The three-domain model of Corporate Social Responsibility) .....	25
4 พีระมิตความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในแอฟริกา (Africa' s Corporate Social Responsibility Pyramid) .....	26
5 การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามกฎข้อบังคับและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้วยความสมัครใจ.....	27
6 Kanji-Chopra corporate social responsibility model (KCCSRM) .....	28
7 องค์กรประกอบตัวชี้วัดมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร.....	33
8 องค์กรประกอบตัวชี้วัดรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร.....	40
9 การดำเนินงานขององค์กรด้วยรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรของพนักงาน.....	43
10 วงกลมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจการของสถาบันอุดมศึกษา (The Global Compact' s ten principles with sphere of influence) .....	46
11 การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา ปรับปรุงจาก Common CSR practices of studied universities.....	48
12 หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการศึกษา.....	51
13 องค์กรประกอบตัวชี้วัดหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร.....	54
14 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	58
15 ความสัมพันธ์ของปัจจัยระหว่างตัวแปรที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา.....	66
16 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ก่อนปรับรูปแบบ (ผลการวิเคราะห์ ครั้งที่ 1) .....	121

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพประกอบที่	หน้า
17 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน หลังปรับรูปแบบ (ผลการ วิเคราะห์ครั้งที่ 17) .....	125
18 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของรูปแบบความสัมพันธ์ โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน หลังปรับรูปแบบ (ผลการวิเคราะห์ครั้งที่ 17).....	128
19 แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	133
20 โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.....	138
21 องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบต่อ ต่ออาจารย์/บุคลากร/นักศึกษา (13 ตัวแปร) .....	140
22 องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 2 คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณ (15 ตัวแปร) .....	142
23 องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 3 การปฏิบัติตาม กฎหมาย (6 ตัวแปร) .....	144
24 องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 4 การดูแล สิ่งแวดล้อม (6 ตัวแปร) .....	145
25 องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 5 การมีส่วนร่วม/ พัฒนาชุมชน (7 ตัวแปร) .....	147
26 องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 6 กิจกรรมเพื่อ สังคม (9 ตัวแปร) .....	149

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพประกอบที่	หน้า
27 องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 7 เศรษฐศาสตร์ ทางการศึกษา (6 ตัวแปร) .....	151



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) หรือความยั่งยืน (Sustainability) เป็นคุณลักษณะที่โดดเด่นของการประกอบกิจการทางธุรกิจและสังคมขององค์กร บริษัท และหน่วยงานต่างๆ ทั่วโลก ที่เกี่ยวเนื่องกับจริยธรรมทางธุรกิจและการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ (D'Amato, Henderson, & Florence, 2009) และมีความสำคัญมากขึ้นในทั้งในแง่ของการเป็นแนวคิด กลไก และเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาองค์กรธุรกิจ/สถาบัน เพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมของโลกอย่างยั่งยืน (รัชชา ภัคดีจิตต์, 2555) แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้กลายเป็นแนวคิดระดับโลก โดยองค์กรจะพิจารณาผลประโยชน์ของสังคมด้วยการรับผิดชอบต่อผลกระทบจากกิจกรรมที่ได้ประกอบกิจการขึ้นในสังคม และสภาพแวดล้อมในทุกแง่มุมของการดำเนินงาน ซึ่งสิ่งนี้เป็นหนึ่งประเด็นที่สำคัญที่สุด และเป็นประเด็นระดับโลกที่มีความท้าทายอย่างจริงจัง อย่างมีนัยสำคัญต่อเกือบทุกภาคธุรกิจในโลก (KPMG India Private Limited, 2008)

เหตุผลหลักในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นมี 4 ประการ (Porter, & Kramer, 2006) คือ ภาระผูกพันทางจริยธรรม (Moral obligation) ความยั่งยืน (Sustainability) ใบอนุญาตประกอบกิจการ (License to operate) และชื่อเสียง (Reputation) กล่าวคือ องค์กรมีหน้าที่ในการปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดีและกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง ดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จด้วยการให้เกียรติต่อค่านิยมทางจริยธรรม เคารพต่อชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ นำความยั่งยืนมาเป็นหลักในการสร้างความสมดุลให้กับเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อขอใบอนุญาตในการประกอบกิจการ และเพื่อรักษาชื่อเสียงขององค์กรในระยะยาว โดยที่ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนี้ ไม่ได้เป็นเพียงกระแสความตื่นตัวต่อความเปลี่ยนแปลงของสภาวะภูมิอากาศของโลก หรือกระแสความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคม แต่เป็นแนวทางที่จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable growth and development) ที่จะต้องประกอบไปด้วย ความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.), 2553)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นมาจากคำว่า Corporate Social Responsibility ซึ่งใช้อักษรย่อว่า CSR (สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2555 พุศจิกายน) หรือใช้คำในภาษาไทยว่า บรรษัทภิบาล (รมณีนันท์ แก้วกิริยา, ม.ร.ว., แปล, 2551) ซึ่งมีผู้ให้คำจำกัดความไว้มากมาย อาทิ

สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Business Council for Sustainable Development: WBCSD) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นความมุ่งมั่นของธุรกิจ เป็นกิจกรรมที่องค์กรจะให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่เต็มกำลัง อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนทางเศรษฐกิจ การพัฒนาการทำงานและปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพนักงาน และครอบครัว ชุมชน ท้องถิ่น สภาพแวดล้อม ตลอดจนสังคมโดยรวม (World Business Council for Sustainable Development, 2002)

Kotler, Philip & Lee, Nancy R. (2005) ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดระดับโลกได้ให้คำนิยามไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือการยอมรับในพันธกิจในการที่จะปรับปรุงความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น โดยขึ้นอยู่กับดุลยพินิจในการตัดสินใจเลือกใช้กิจกรรมเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ตลอดจนการใช้ทรัพยากรขององค์กรทางธุรกิจอีกด้วย ซึ่งในบางครั้งอาจจะใช้คำว่า กิจกรรมช่วยเหลือสังคม (Corporate social initiatives) ในการอ้างถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่ากิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม คือกิจกรรมหลักๆ ที่องค์กรทำเพื่อตอบสนองต่อประเด็นด้านการให้บริการแก่สังคม และเพื่อดำเนินพันธกิจความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้ประสบความสำเร็จ

สำหรับประเทศไทยสถาบันเพื่อธุรกิจและสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐาน การเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2555) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ หมายถึง การประกอบกิจการด้วยความดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาลเป็นเครื่องกำกับให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ เป็นไปด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และยุติธรรม มีความตระหนักถึงผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยพร้อมจะแก้ไขเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว ให้เกิดการดำเนินกิจการเป็นการสร้างความสำเร็จและประโยชน์สุข อีกทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทุกเวทีการค้า ซึ่งจะเป็นผลดีต่อความยั่งยืนของกิจการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

ส่วนสถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2555) ซึ่งเป็นองค์กรที่ศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทย โดยเฉพาะ ได้ให้คำจำกัดความว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และระดับโลก ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กรในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข ภายใต้เงื่อนไขของความถูกต้อง โปร่งใส การมีจริยธรรมที่ดี โดยมุ่งคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจการและสังคมโดยรวม

แนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน และมีความหลากหลายในวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แม้จะมีการอ้างอิงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมหลายครั้ง ในช่วงก่อนทศวรรษที่ 1950 ซึ่งนำไปสู่การเป็นยุคที่เรียกว่า ยุคใหม่ของการให้ความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม โดย Howard Bowen เป็นบุคคลแรกๆ ของโลกที่ริเริ่มเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เริ่มจากการตีพิมพ์หนังสือเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของนักธุรกิจ (Social responsibilities of businessman) ในปี ค.ศ. 1953 จนได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Carroll, 1999) ทั้งนี้ Bowen (1953) ได้ให้คำนิยามของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักธุรกิจไว้ว่า คือพันธกิจของนักธุรกิจในการที่จะดำเนินกิจการตามนโยบายในการที่จะตัดสินใจหรือกระทำในสิ่งต่างๆ ตามวัตถุประสงค์และการสร้างคุณค่าให้สังคมเป็นหลัก

ในการนี้ได้มีการพัฒนาและขยายความแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้นจากในอดีตจนแพร่หลายและมีการออกมาตรฐานใหม่ๆ อยู่เป็นระยะๆ (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553) และในปี ค.ศ. 1992 ในการประชุมสุดยอดระดับโลกด้านสิ่งแวดล้อม (Earth summit) ที่จัดโดยองค์การสหประชาชาติ (United Nations) ณ กรุงริโอ เดอ จานโร ได้มีการประกาศทิศทางพัฒนาของโลกให้เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable development) เพื่อใช้เป็นคำสรุปรวมในมิติของการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจของโลก (United Nations, 2012) จนในปี ค.ศ. 1995 จึงได้มีการก่อตั้งสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Business Council for Sustainable Development: WBCSD) เพื่อการจัดการกับความท้าทายและโอกาสของการพัฒนาอย่างยั่งยืนบนสามเสาหลักพื้นฐาน ได้แก่ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การปรับปรุงสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม แม้ว่าสิ่งเหล่านี้จะปรากฏอยู่ในแผนนโยบายระดับนานาชาติอยู่แล้วก็ตาม และในปี ค.ศ. 1998 สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ริเริ่มแผนการรณรงค์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้เป็นที่ไปในทิศทางเดียวกันภายในระยะเวลา 2 ปี โดยเน้นเรื่องวิธีการและแนวทางในการปฏิบัติการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรทั่วโลก เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีขึ้น มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกันและสามารถกำหนดขอบเขตของการปฏิบัติที่ดี ซึ่งจะช่วยให้บริษัทตระหนักว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นมีความสำคัญในเชิงกลยุทธ์ มีการสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน ต้องการความมุ่งมั่นในร่วมกัน และมีความชัดเจนในสายตาคอนทั่วโลกในการที่จะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Holme, & Watts, 2000)

ในปี ค.ศ. 2001 คณะกรรมการสหภาพยุโรป (Commission of the European Communities, 2001) ได้นำเสนอเอกสารสีเขียว (Green paper) เรื่องกรอบการทำงานในการส่งเสริมสหภาพยุโรปในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility) โดยที่เนื้อหาในการประชุมประกอบด้วย การเปิดการอภิปรายเกี่ยวกับแนวคิดความ

รับผิดชอบต่อสังคม และการระบุวิธีการสร้างความร่วมมือเพื่อผลิตกรอบที่จำเป็นในการส่งเสริมแนวคิด โดยเน้นการกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะที่เป็นแนวคิดหลักขององค์กร/บริษัท ในการปฏิบัติด้วยความเต็มใจและร่วมมือกันในการกระทำสิ่งที่เหมาะสมแก่สังคม การคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

ในปัจจุบัน ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้นำไปสู่การประสบความสำเร็จทางธุรกิจในระยะยาว ก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและสร้างความเข้มแข็งในเวลาเดียวกัน โดยที่ความรับผิดชอบต่อสังคมจะต้องอยู่บนพื้นฐานของกลยุทธ์ระยะยาวที่รวมถึงการกระทำต่างๆ ขององค์กรด้วย เช่น การเป็นอาสาสมัคร การให้การสนับสนุน การบริจาคเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม เป็นต้น (Pirnea, Olaru & Moisa, 2011)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในระดับสากลนั้นล้วนเกิดจากการริเริ่มของผู้นำทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิจัย ผู้นำความคิด ตลอดจนองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (วิทยา ชีวรุโณทัย, 2554) และได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นทั้งจากองค์กรสากล บริษัท และหน่วยงานธุรกิจข้ามชาติ ตลอดจนองค์กร บริษัท และหน่วยงานธุรกิจระดับชาติในประเทศไทย ที่ร่วมกันสร้างความตื่นตัวในการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่กระทำด้วยการยอมรับ และสมัครใจ และ/หรือการบังคับทางอ้อมด้วยกฎเกณฑ์ต่างๆ (ลักษณะ สตะเวทิน, 2554; วิฑูรย์ สิมะ โขคดี, 2553; และ คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐาน การเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2555) อาทิ หลักการองค์การความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของสำนักคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ตลาดหลักทรัพย์ที่ได้กำหนดแนวทางในการปฏิบัติเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility Guidelines) เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 โดยกำหนดให้บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดทำรายงานประจำปีที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท (วิทยา ชีวรุโณทัย, 2554)

### แนวทางในการดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

แนวทางในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น ได้มีหน่วยงานต่างๆ ระดับโลก ระบุข้อกำหนดในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไว้ และองค์กรต่างๆ ทั่วโลกได้ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการ ดังนี้

#### 1. ข้อตกลงของโลกแห่งองค์การสหประชาชาติ (The United Nations Global Compact/ UN Global Compact) (United Nations, 2012)

ข้อตกลงของโลกแห่งองค์การสหประชาชาติ เป็นความคิดที่ริเริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1999 โดยนายโคฟี อันนัน (Kofi Annan) ซึ่งเรียกร้องให้องค์กรธุรกิจแสดงความเป็นพลเมืองดีของโลก (Good global citizenship) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการสนับสนุนองค์กรธุรกิจทั่วโลกให้ดำเนินธุรกิจแบบ



ยั่งยืนโดยสมัครใจ ภายใต้ความเชื่อมั่นที่ว่าแนวทางการดำเนินธุรกิจแบบยั่งยืนรากลึกในหลักการสากลจะทำให้มีเสถียรภาพมากขึ้น และสามารถรวมตลาดโลกเข้าด้วยกัน เพื่อช่วยกันสร้างสังคมที่เจริญรุ่งเรือง จึงได้มีการทำข้อตกลงร่วมกันจากบรรษัทพลเมือง และองค์กรต่างๆ (ซึ่งในปัจจุบันมีบริษัทระดับโลกกว่า 6,000 บริษัท จาก 135 ประเทศ และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรอีกกว่า 2,300 องค์กร ที่เป็นสมาชิก) ในปี ค.ศ. 2000 ภายใต้หลักสากล 10 ประการ (The Ten Principles of the UN Global Compact) ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหลัก 4 ประเด็นใหญ่ ได้แก่ เรื่องสิทธิมนุษยชน (Human Rights) เรื่องมาตรฐานแรงงานสากล (Labor Force) เรื่องสิ่งแวดล้อม (Environment) และเรื่องการต่อต้านการทุจริต (Anti-Corruption)

## 2. รายงานสากลที่ว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Global Reporting Initiative – GRI) (Global Reporting Initiative, n.d.)

GRI เป็นองค์กรอิสระที่ก่อตั้งโดยเครือข่ายเซเรส (Ceres) มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่เมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ มีวัตถุประสงค์ที่จะช่วยให้องค์กรต่างๆ มีแนวทางแสดงความโปร่งใสในการดำเนินงาน และใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยให้ข้อเสนอแนะการจัดทำรายงานการดำเนินงานขององค์กรใน 3 ด้าน คือ 1. ด้านเศรษฐกิจ ผลผลิตและบริการ (Economics) 2. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) และ 3. ด้านสังคม (Social) องค์กรต่างๆ ที่สนใจและเห็นประโยชน์สามารถนำแนวทางดังกล่าวไปใช้ได้ตามความสมัครใจ (บรรษัทภิบาลแห่งชาติ, 2547; สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และณัฐศิริ บุญชวน, 2555) นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1999 การจัดทำรายงานสากลที่ว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้แผ่ขยายไปอย่างรวดเร็วและองค์กรชั้นนำของโลกได้ใช้เป็นแนวทางในการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Brown, De Jong & Lessidrenska, 2007) ซึ่ง GRI เป็นองค์กรที่เป็นเครือข่ายที่บุกเบิกการพัฒนากรอบการรายงานความยั่งยืนที่ไ้มากที่สุดในโลก โดยมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงและประยุกต์ใช้ทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง

โดยในปี 2556 นี้ สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2556) ได้รับการรับรองจากองค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล GRI ให้เป็นตัวแทนในการฝึกอบรม (GRI Certified Training Partner) สำหรับประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

## 3. มาตรฐานการรับผิดชอบต่อสังคมนานาชาติ (Social Accountability International – SAI) (Social Accountability International, 2008)

Social Accountability 8000 หรือ SA8000 คือ มาตรฐานสากลว่าด้วยเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อสิทธิผู้ใช้งาน และ/หรือลูกจ้าง เป็นบรรทัดฐานสิทธิมนุษยชนและกฎหมายแรงงานแห่งชาติที่ถูกกำหนดขึ้น ในการปกป้องและเพิ่มขีดความสามารถของแรงงานเพื่อใช้ในการตรวจสอบสภาพการจ้างงานในสถานประกอบการ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าและบริการนั้น ถูกผลิต

ขึ้นมาบนพื้นฐานของการเคารพในหลักจริยธรรมและสิทธิมนุษยชนด้านแรงงาน SA8000 เป็นระบบมาตรฐานสากลที่ให้ความสำคัญกับสิทธิขั้นพื้นฐานของแรงงาน อันเนื่องมาจากการจัดการด้านคุณภาพและการประกันคุณภาพ และ ISO 14000 ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ซึ่ง SA8000 นี้เป็นระบบมาตรฐานสากลที่ใช้ได้กับธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิต หรือการบริการทุกประเภท โดยไม่คำนึงถึงขนาดของบริษัท ลักษณะทางภูมิศาสตร์ สถานที่ เทคโนโลยีในการผลิต และความซับซ้อนขององค์กร และเป็นมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมต่อสิทธิผู้ใช้แรงงาน และ/หรือลูกค้า ที่เกิดขึ้นด้วยสมัครใจ ไม่มีการบังคับ การนำไปใช้ถือเป็นเอกลักษณ์ของหน่วยงานที่กำกับดูแลหรือรัฐบาลในประเทศนั้นๆ

**4. องค์กรมาตรฐานสากลระหว่างประเทศ (International Organization for Standardization – ISO 26000)** (สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสไอ (สรอ.), ม.ป.ป.; ISO Central Secretariat, 2008; ISO Central Secretariat, 2008; และประสงค์ ประสงค์เพชร, 2555)

องค์กรมาตรฐานสากลระหว่างประเทศ ใช้เวลาในการรวบรวมความคิด ข้อเสนอแนะ เหตุผล วิธีการ แนวทาง และขอบเขตของเนื้อหาที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนาน 10 ปี เพื่อใช้เป็นมาตรฐานการแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบของสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืนทางธุรกิจ ISO ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ครอบคลุมตั้งแต่ต้นทางของความรับผิดชอบต่อสังคมที่จำเป็นต้องมาจากความสมัครใจและความเต็มใจขององค์กรที่ต้องการปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม ตลอดจนการทำความเข้าใจถึงความคาดหวังของสังคมต่อองค์กร โดยมีพื้นฐานอยู่ที่การปฏิบัติตามกฎหมายและวัฒนธรรมของสังคมที่องค์กรดำเนินการอยู่ รวมถึงการให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีผลหรือได้รับผลจากการดำเนินงานขององค์กร จะช่วยเป็นกระจุกตะกอนในองค์กรเห็นประเด็นที่ควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งที่สำคัญคือ ความรับผิดชอบต่อสังคมนี้ จะต้องสามารถดำเนินงานได้ทั่วทั้งองค์กร และบูรณาการไปกับกระบวนการดำเนินงานปกติ โดยผลลัพธ์ที่เกิดจากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของสังคมส่วนรวม

**5. องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development – OECD)** (Organization for Economic Co - Operation and Development, 2008; และศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจระหว่างประเทศ, ม.ป.ป.)

องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา พัฒนามาจากองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจภาคพื้นยุโรป จัดตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1961 เป็นองค์กรที่เป็นศูนย์รวมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลในประเทศต่างๆ ในระบอบประชาธิปไตยกว่า 30 ประเทศ เพื่อรับมือกับความท้าทายทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมของโลกาภิวัตน์ OECD ยังมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจกับประเทศ ที่ไม่ใช่สมาชิกอีกกว่า 100

ประเทศที่เป็นไปโดยความสมัครใจต่อการประกอบการของบรรษัทข้ามชาติ ที่มีใช้ข้อบังคับหรือเครื่องมือในการกีดกันทางการค้า ถือเป็นข้อตกลงร่วมกันของรัฐบาลในกลุ่มประเทศ OECD และกลุ่มประเทศนอก OECD อื่นๆ

จากขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่จะต้องรายงานต่อหน่วยงานสากลระดับโลกที่กล่าวมาข้างต้นนี้ สามารถสรุปประเด็นในการรายงานได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประเด็นในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อหน่วยงานสากลระดับโลก (วัลลภา เฉลิมวงศาเวช, 2555)

	UN		SAI (SA 8000)	ISO 26000	OECD
	Global Compact	GRI			
หลักการทั่วไป	✓	✓	✓	✓	✓
การเปิดเผยข้อมูล	✓	✓	✓	✓	✓
เรื่องสิทธิมนุษยชน	✓	✓	✓	✓	✓
เรื่องการทำงาน	✓	✓	✓	✓	✓
เรื่องสิ่งแวดล้อม	✓	✓		✓	✓
เรื่องการค้าด้านทุจริต	✓	✓			✓
เรื่องการค้ากับคู่แข่งที่ดีที่สุด				✓	
เรื่องการค้ากับคู่แข่งผู้บริโภค		✓		✓	✓
เรื่องการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจ				✓	✓
เรื่องการพัฒนาชุมชนและสังคม				✓	
เรื่องการเสียภาษี					✓

แนวทางในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่กล่าวมาข้างต้นนั้น เป็นข้อกำหนดในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่องค์กรต่างๆ บรรษัทข้ามชาติ องค์กรภาครัฐ และเอกชนทั่วโลก ได้ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการ ซึ่งรวมทั้งประเทศไทย ตามแผนงานการจัดตั้งประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio - Cultural Community: ASCC) ที่ดำเนินควบคู่ไปกับการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ให้แล้วเสร็จภายในปี 2558 นั้น ซึ่งได้กำหนดประเด็นการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการไว้ โดยมีวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์เพื่อผลักดันให้ภาคธุรกิจ บรรลุเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในวาระการดำเนินงานของกิจการ และสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืนในหมู่ประเทศสมาชิกอาเซียน ด้วยเหตุนี้สำนักงาน

คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute: CSRI) จึงได้เล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็นของบริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไป ที่ต้องมีความรู้ความเข้าใจและริเริ่มพัฒนากิจการของตนเองไปสู่ความยั่งยืนในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงนำแนวคิดดังกล่าวมาปฏิบัติอย่างจริงจังในการพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนดังกล่าว เพื่อสร้างรากฐานที่มั่นคงแข็งแรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่สังคมไทย ด้วยการจัดทำและเผยแพร่คู่มือด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนรู้การสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2555) ที่ว่าด้วยเรื่องดังต่อไปนี้

1. แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญทั้งหมดของหลักการสากลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่างๆ ได้แก่ ISO 26000, UN Global Compact และ GRI รวมถึงหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน

2. แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน คือแนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนขององค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (Global Reporting Initiative: GRI) ในฉบับแปลภาษาไทย เพื่อใช้เป็นเอกสารตั้งต้นสำหรับบริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไป ใช้เพื่อทำความเข้าใจถึงแนวทางและวิธีการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน โดยเป็นการจัดทำร่วมกับสถาบันไทยพัฒน์ ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ เอกสารแนวทางการรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไปมีแนววิธีการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่คำนึงถึงทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งออกเป็น 9 เรื่องหลัก ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม การต่อต้านการทุจริต การเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงาน อย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การจัดการสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรม จากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน

กว่าทศวรรษที่ผ่านมา องค์กรหลายพันแห่ง จากกว่า 140 ประเทศ รวมทั้งองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรอีกมากมายทั่วโลก ได้เข้าร่วมโครงการจนกลายเป็นสัญลักษณ์ของข้อตกลงโลกในการที่จะดำเนินการเพื่อปรับปรุงกระบวนการและการดำเนินงานเพื่อสร้างสิ่งที่ดีที่สุดมากกว่าให้สังคมและโลก รวมถึงสถาบันการศึกษาที่จะต้องคำนึงถึง คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักศึกษา ศิษย์เก่า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน องค์กรสหประชาชาติจึงได้กำหนดข้อตกลงของโลกแห่งองค์การสหประชาชาติสำหรับสถาบันอุดมศึกษา (United Nations Global Compact for Higher Education Institutions) ขึ้นในปี ค.ศ. 2012 นี้เอง (United Nations, 2012)

## สภาพปัญหา

ประเด็นเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษานั้นเกิดขึ้นครั้งแรกในการประชุมระดับโลกด้านการอุดมศึกษา (World Conference on Higher Education – WCHE) เมื่อวันที่ 5 - 8 กรกฎาคม ค.ศ. 2009 ณ สำนักงานใหญ่องค์การยูเนสโก กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส โดยเป็นการประชุมเรื่อง The new dynamics of higher education and research for societal change and development ที่กล่าวถึงบทบาทของสถาบันอุดมศึกษาในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้ (United Nation, 2009, 5 – 8 July; และสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2552)

1. จากการที่สถาบันอุดมศึกษามีลักษณะพลวัตในระดับสูง สังคมมีความคาดหวังสูงต่อการศึกษาระดับอุดมศึกษา สถาบันอุดมศึกษาจึงไม่ควรทำหน้าที่แต่เพียงการผลิตบัณฑิต การวิจัย และการบริการวิชาการต่อสังคมแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอีกด้วย
2. การอุดมศึกษาต้องเร่งสร้างกลไกช่วยเหลือ ฟื้นฟูเศรษฐกิจ และสร้างสันติภาพ โดยมุ่งหวังให้การอุดมศึกษาเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
3. การอุดมศึกษาถือเป็นสินค้าของสาธารณะ (Public goods) ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างพื้นฐานทางด้านการวิจัยและนวัตกรรม การอุดมศึกษาจึงไม่เพียงแค่สถาบันในการผลิตคนเข้าสู่ตลาดแรงงานใน โลกปัจจุบันและอนาคตเท่านั้น แต่ยังต้องสร้างและผลิตพลเมืองของโลกที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีจริยธรรม
4. สถาบันอุดมศึกษาต้องมีบทบาทในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ตอบสนองความต้องการของสังคม ทำหน้าที่เป็นแหล่งความคิด (Think tank) ให้แก่สังคม และสื่อสารกับสังคมในประเด็นต่างๆ ไม่ใช่มีบทบาทเป็นเพียงนักวิชาการที่สังคมจับต้องไม่ได้และเป็นเฉพาะผู้เชี่ยวชาญในสังกัดขององค์กรธุรกิจ
5. การจัดอันดับสถาบันอุดมศึกษาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีการให้รางวัลกับสถาบันอุดมศึกษาที่มีการดำเนินงานดีเด่นในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
6. การจัดการเรียนการสอนให้นักศึกษาระหนักถึงการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม
7. สถาบันอุดมศึกษาจะต้องใส่ใจกับประเด็นความเสมอภาคในโอกาสทางการศึกษาและช่วยลดปัญหาการเหลื่อมล้ำทางสังคม

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ (2552) จึงได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทยว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเป็นเรื่องใหม่ และเป็นเรื่องใหญ่ ที่ควรจะเริ่มจากการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนัก ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอที่จะยกระดับการหารือเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยในการสร้าง

สังคมความรู้ ในการประชุมสุดยอดเอเชีย - ยุโรป (ASEM) ของกลุ่มความร่วมมือเอเชีย - ยุโรป ทางด้านการศึกษา (ASEM education hub) ในปี ค.ศ. 2010 ซึ่งเป็นการขยายความคิดจากการประชุมครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 2009 โดยศึกษาหัวใจสำคัญของสถาบันอุดมศึกษา ที่จะต้องมาจากความคิดและการค้นพบร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคประชาสังคมและผู้มีอำนาจตัดสินใจทางการเมืองเหมือนกัน ในการประชุมเพิ่มเติมเนื้อหาที่อาเซมครั้งที่ 2 นี้ เป็นการประชุมอธิการบดี โดยยึดแนวคิดของมหาวิทยาลัยรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลัก การตีความแบ่งออกเป็นสองด้านคือ บทบาทด้านหนึ่งของมหาวิทยาลัยในปัจจุบันซึ่งมีหลายแง่มุม เช่น การวิจัย การศึกษาระดับอุดมศึกษา ส่วนบทบาทอีกด้านหนึ่ง คือ การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ชุมชน และสังคมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มหาวิทยาลัยได้เข้าใจบทบาทของมหาวิทยาลัยในปัจจุบันและภารกิจทางสังคม และรักษาบทบาทหน้าที่ของสถาบันอุดมศึกษาให้ไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการทางการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ด้วยความตระหนักในความเป็นมหาวิทยาลัยที่รับผิดชอบต่อสังคมที่มีอาจปฏิเสธได้ (Asia – Europe foundation, 2011; และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2554)

จากการที่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนในปัจจุบันมีการแข่งขันในระดับสูงเพื่อดึงดูดนักศึกษาที่มีคุณภาพและเจ้าหน้าที่วิชาการให้มีส่วนร่วมกับการปฏิบัติงานทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนหลายแห่งเริ่มใช้วิธีดำเนินธุรกิจขององค์กรทางธุรกิจในการประกอบกิจการสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เพื่อให้สามารถแข่งขันและอยู่รอดในอุตสาหกรรมการศึกษาที่มีการเปลี่ยนแปลงนี้ได้ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนบางแห่งยังไม่ชัดเจนและไม่คุ้นเคยกับแนวทางปฏิบัติเชิงกลยุทธ์ จึงเป็นความท้าทายสำหรับสถาบันอุดมศึกษาเอกชนและผู้บริหารที่จะสร้างสมดุลในการปรับตัวเข้ากับโลกที่เปลี่ยนแปลง และต้องรักษาอัตลักษณ์ขององค์กร และคุณลักษณะของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไว้ให้ได้ ดังนั้น การใช้กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน จึงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจะต้องพิจารณาเป็นอันดับแรก เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันและดำรงไว้ซึ่งชื่อเสียงที่ดีของสถาบัน เพื่อตอบรับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม การแสวงหากำไร การตลาดที่ทันสมัย และเพื่อการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จึงกลายเป็นกลยุทธ์หลักประการหนึ่งในการดำเนินกิจการของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ดังนั้นความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไม่เพียงนำไปสู่ความเป็นอยู่ที่ดีของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชนทั่วไปเท่านั้น แต่ยังมีสถาบันอุดมศึกษาเอกชนอื่นๆ แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากเพียงใด ก็จะกลายเป็นคุณค่าให้สถาบันการศึกษาในระยะยาวและก่อให้เกิดความยั่งยืนของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมากขึ้นเท่านั้น (Dahan & Senol, 2012; และ Iduwu, 2008)

ซึ่งในปัจจุบันได้มีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่จะสร้างความรู้สึที่ดีให้แก่บุคลากร ลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร ฯลฯ โดยพบว่าองค์กรที่มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง จะเป็นองค์กรที่เข้มแข็งและมีอายุ

ยืนยาว ซึ่งผลประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับจากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ประกอบด้วย การสร้างชื่อเสียงที่ดีให้องค์กร การส่งเสริมภาพลักษณ์และการสร้างบารมีขององค์กร การเพิ่มขึ้นของยอดขาย/รายได้ และส่วนแบ่งทางการตลาด สามารถเข้าถึงตลาดใหม่และเพิ่มจำนวนผู้บริโภค สร้างแรงจูงใจ ความไว้วางใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภค การตอกย้ำตำแหน่งของตราผลิตภัณฑ์ให้แข็งแกร่งขึ้น สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เพิ่มขีดความสามารถในการดึงดูด กระตุ้น/เสริมสร้างแรงบันดาลใจ และรักษาบุคลากรขององค์กรไว้ ลดค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติการด้านอื่นๆ สามารถเพิ่มแรงดึงดูดใจต่อนักลงทุนและนักวิเคราะห์ทางการเงินอีกด้วย (Bronn & Vrioni, 2001; Porter & Kramer, 2003 & 2006; Mostovicz, Kakabadse & Kakabadse, 2009; Adiwijaya & Fauzan, 2010; Anghel, Grigore & Rosca, 2011; Niruttikul, 2011; Dabbas & Al-rewashdeh, 2012; Kotler, Hessekiel & Lee, 2012; MeeChoobot & Rittippant, 2012; Serban, Iconaru, Macovei & Perju, 2012; Zeynali & Safarnia, 2012; และ พงศ์ศรีพันธ์ พลศรีเลิศ, 2553)

แต่เนื่องจากความเข้าใจในกระบวนการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในหลายองค์กรยังขาดความรู้ความเข้าใจ จึงเป็นสิ่งที่ยากต่อการส่งเสริมให้มีการพัฒนาการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม (สถาบันไทยพัฒนา, 2555) ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) ที่เป็นแนวคิดและแนวทาง ในการประกอบกิจการขององค์กรต่างๆ ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้เงื่อนไขของความถูกต้อง โปร่งใส มีคุณธรรม จริยธรรม ซึ่งไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรแสวงหาผลกำไร องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ตลอดจนสถาบันการศึกษาต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ฯลฯ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรประกอบด้วยหลักการต่างๆ หลายประการ และการนำไปใช้ขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละประเทศ บริบทของหน่วยงาน และวัฒนธรรม

แนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ระบุถึงปัจจัยที่นำไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับกับมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Carroll, Archie B. (1991) ซึ่งระบุว่า มิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น มักจะปรากฏอยู่ในองค์กรธุรกิจเป็นส่วนมาก แต่ในปัจจุบันสถานการณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้บริหารการศึกษาต้องบริหารกิจการสถาบันอุดมศึกษาในรูปแบบของธุรกิจมากขึ้น (Sharma & Kiran, 2011) ตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจึงถูกคาดการณ์ว่าน่าจะมีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเช่นกัน ปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ซึ่งได้แก่ มิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR dimensions) ประกอบด้วย ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม (Ethical responsibility) ความ

รับผิดชอบทางเศรษฐกิจ (Economic responsibility) ความรับผิดชอบต่อทางการบริจาคเพื่อสังคม (Philanthropy responsibility) และความรับผิดชอบต่อกฎหมาย (Legal responsibility)

2. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Kotler, Philip, Hessekiel, David & Lee, Nancy R. (2012) ที่เป็นแนวคิดการบริหารการตลาดและองค์กรยุคใหม่ด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร แนวคิดนี้เสนอแนวทางปฏิบัติเพื่อตอบสนองประเด็นด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาใช้เป็นเกณฑ์ ซึ่งปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ได้แก่ รูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR initiatives) ซึ่งประกอบด้วย กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing – driven social initiatives) และกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Corporate – driven social initiatives)

3. แนวคิดเกี่ยวกับหลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งเป็นแนวคิดของข้อตกลงของโลกแห่งองค์การสหประชาชาติสำหรับสถาบันอุดมศึกษา (United Nations Global Compact for Higher Education Institutions) (United Nations, 2012) ที่เสนอหลักการ ความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นกรอบในการดำเนินกิจการของสถาบันอุดมศึกษาทั่วโลกมาใช้เป็นเกณฑ์ ทั้งนี้ปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ได้แก่ หลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR principles) ซึ่งประกอบด้วย สิทธิมนุษยชน (Human rights) มาตรฐานแรงงานสากล (Labor force) สิ่งแวดล้อม (Environmental) การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน (Community involvement and development) และความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา (Consumer/Student issues)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเป็นเรื่องสำคัญและจะมีส่วนช่วยผลักดันให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนให้ความสำคัญกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีจุดมุ่งหมายเบื้องต้นเพื่อพัฒนารอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ในปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และการใช้กระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงการบริหารกิจการของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เพื่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะได้สังเกตเห็นและเข้าใจกระบวนการและผลลัพธ์ ตลอดจนการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดจิตสำนึกและการปฏิบัติงานทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เพื่อความยั่งยืนสืบไป



### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษามิติ/รูปแบบ/หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
4. เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

### คำถามในการวิจัย

1. สถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีแนวทางการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ และมีมิติ/รูปแบบและหลักการอย่างไร
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนประกอบด้วยอะไรบ้าง
3. ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเป็นอย่างไร เป็นไปในทิศทางใด และมีปัจจัยใดที่เกี่ยวข้องและเกี่ยวข้องกันในระดับใด

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปกรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ดังภาพประกอบที่ 1

### การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย (ประยุกต์จาก Carroll, 1991; Kotler, Hessekiel & Lee, 2012; และ United Nations, 2012)

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จากแนวคิดและการวิจัยที่เกี่ยวกับมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Carroll, Archie B. (1991) แนวคิดและการวิจัยที่เกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Kotler, Philip, Hessekiel, David & Lee, Nancy R. (2012) แนวคิดการและวิจัยที่เกี่ยวกับหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรขององค์การสหประชาชาติ (United Nations, 2012) ซึ่งผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีโดยมุ่งศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงด้วยกันที่ส่งอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

แนวคิดมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรประกอบด้วยตัวแปรหรือตัวชี้วัด 4 ประเภท ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อทางการบริการเพื่อสังคม และความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย แนวคิดรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ประกอบด้วยตัวแปรหรือตัวชี้วัด 2 ประเภท ได้แก่ กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing - driven social initiatives) และกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Corporate - driven social initiatives) แนวคิดหลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ประกอบด้วยตัวแปรหรือตัวชี้วัด 5 ประเภท ได้แก่ สิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงานสากล สิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน และความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา

### 2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Confirmatory sequential mixed-method research) เป็นการประยุกต์การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เพื่อให้ได้ข้อมูลในภาพกว้าง ดังนั้นขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างจะจำแนกตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้

#### ขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือผู้เชี่ยวชาญและ/หรือทรงคุณวุฒิ โดยออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทย จำนวน 3 ท่าน และกลุ่มที่สองเป็นผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาหรือผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 4 ท่าน

### ขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ที่ได้รับการอนุมัติจัดตั้งในนามมหาวิทยาลัยเอกชนจำนวน 40 สถาบัน และเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-step sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างโดยกำหนดคุณลักษณะของประชากรที่ต้องการศึกษาไว้ กล่าวคือ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการการอุดมศึกษามาเป็นเวลา 25 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 18 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยคริสเตียน มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยภาคกลาง มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยโยนก มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น (จิรวัดน์ รจนาวรรณ, 2537; และสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2556ก)

จากนั้นเลือกกลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยเอกชนตามขนาดของมหาวิทยาลัย โดยใช้จำนวนนักศึกษาในระดับปริญญาตรีที่มีจำนวนมากที่สุด 5 อันดับแรกเป็นเกณฑ์ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2556ข) ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีจำนวนนักศึกษา 27,075 คน มากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือมหาวิทยาลัยรังสิต มีจำนวนนักศึกษา 24,385 คน มหาวิทยาลัยศรีปทุม มีจำนวนนักศึกษา 17,248 คน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มีจำนวนนักศึกษา 17,096 คน และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีจำนวนนักศึกษา 17,079 คน ตามลำดับ จึงได้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนจำนวน 5 แห่ง โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งโควตา (Quota sampling) ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยจำนวนแบบสอบถามในแต่ละมหาวิทยาลัย และเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเป็นผู้บริหารในระดับคณะวิชา ได้แก่ ผู้บริหารในระดับคณะวิชา ได้แก่ รองหัวหน้าภาค หัวหน้าภาครองคณบดี คณบดี รองผู้อำนวยการ และผู้อำนวยการ จำนวน 20 คนต่อมหาวิทยาลัย อาจารย์ผู้สอนในแต่ละคณะวิชา จำนวน 20 คนต่อมหาวิทยาลัย บุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัย จำนวน 20 คนต่อมหาวิทยาลัย และนักศึกษาในแต่ละคณะวิชา จำนวน 20 คนต่อมหาวิทยาลัย รวมทั้งสิ้น 400 คน

### 3. ขอบเขตด้านการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสถิติคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) การวัดระดับตัวแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) การวิเคราะห์เส้นทาง

ความสัมพันธ์เชิงเส้น (Path Analysis) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second order confirmatory factor analysis: 2<sup>nd</sup> order CFA) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์รูปแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Measurement: SEM) จากนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) เพื่อให้ได้องค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ได้องค์ความรู้ทางการบริหารสถานศึกษา การบริหารการศึกษาและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องตามตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

1. ความรู้เชิงวิชาการที่ว่าด้วยมิติ/รูปแบบ/หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
2. ความรู้เชิงวิชาการที่ว่าด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมิติ/รูปแบบ/หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
3. โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
4. สถาบันอุดมศึกษาเอกชนและสถาบันอื่นที่เกี่ยวข้องจะสามารถนำผลของการศึกษาในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และสถาบันอื่นที่เกี่ยวข้อง และใช้เป็นแนวทางในการบริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชนให้ยั่งยืน

### นิยามศัพท์

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) หมายถึง การดำเนินกิจการทางธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร คือการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดี เพื่อพัฒนาสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนให้ยั่งยืน ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพในการดำรงชีวิตของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขององค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

มิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรพึงกระทำ ใน 4 ระดับ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย และความรับผิดชอบต่อการบริจาคเพื่อสังคม

รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง แนวทางปฏิบัติเพื่อตอบสนองประเด็นด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้แก่ กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing - driven social initiatives) ประกอบด้วย การส่งเสริมประเด็นที่เป็นปัญหาทางสังคม (Cause promotion) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม

(Cause - related marketing: CRM) และการตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate social marketing) และกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Corporate - driven social initiatives) ประกอบด้วย การบริจาคเพื่อการกุศลขององค์กร (Corporate philanthropy) อาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือชุมชน (Community volunteering) และการประกอบธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially responsible business practices)

หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง กรอบในการดำเนินกิจการของ องค์กรในการแสดงความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ในงานวิจัยนี้ได้แก่ สิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงานสากล สิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน และความใส่ใจต่อผู้บริโภค/ นักศึกษา

สถาบันอุดมศึกษาเอกชน หมายถึง มหาวิทยาลัยที่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการ อุดมศึกษา (สกอ.) ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้หมายถึงมหาวิทยาลัยเอกชน ตามพระราชบัญญัติ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. ๒๕๔๖ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐ ที่ได้รับการอนุมัติ จัดตั้งในนามมหาวิทยาลัย และมีระยะเวลาในการประกอบกิจการการอุดมศึกษามาเป็นเวลา 25 ปี ขึ้นไปเท่านั้น ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 18 มหาวิทยาลัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระ เกียรติ มหาวิทยาลัยคริสเตียน มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยภาคกลาง มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยโยนก มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่มี ส่วนได้รับผลทางบวกหรือทางลบ อาจจะเป็นผลโดยตรงหรือโดยอ้อม ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้หมายถึง บุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายในองค์กร ได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาใน สถาบันอุดมศึกษาเอกชนเท่านั้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ข้อความที่แสดงถึง สถานภาพ ลักษณะการดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน ที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความรับผิดชอบต่อ สังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ที่ปรากฏในรูปแบบที่สังเกตได้ทั้งในเชิงปริมาณและ เชิงคุณภาพของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามการประกอบกิจการของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เป็นการศึกษาแบบบูรณาการตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร และเป็นการสร้างกรอบแนวทางในการพัฒนาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษาในการดำเนินงานการบริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเรียบเรียงรายละเอียด โดยนำเสนอตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 หลักการทั่วไปและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ตอนที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ตอนที่ 3 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ตอนที่ 4 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

**ตอนที่ 1 หลักการทั่วไปและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร**

วิวัฒนาการแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงปี 1950s เป็นต้นมาและถือเป็นยุคใหม่ของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Buchholtz & Carroll, 2008) นักวิชาการคนแรกที่น่าแนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้คือ Bowen, Howard (1953) โดยตีพิมพ์หนังสือที่ใช้ชื่อว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ซึ่งตั้งแต่บัดนั้น เป็นต้นมา ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจได้กลายเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่างๆ และขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง อีกทั้ง นิยาม ทฤษฎีและวิธีการที่เกี่ยวข้องมีเงื่อนไขในการใช้ที่แตกต่างกัน แต่ให้ความหมายเหมือนกันและปรากฏออกมาในลักษณะเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็น คำว่า ความรับผิดชอบต่อองค์กร (Corporate responsibility) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate accountability) จริยธรรมองค์กร (Corporate ethics) การเป็นพลเมืองขององค์กร (Corporate citizenship) การพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ (Corporate sustainability) ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีส่วนประกอบอื่นๆ ในรูปแบบที่แตกต่างกัน เพื่อการพัฒนาในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจขององค์กร (Pirnea, Olaru, & Moisa, 2011)

วิวัฒนาการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในโลก เกิดขึ้นมาจากการต้องการหาคำตอบใน 3 ประเด็นหลัก คือ 1) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรคืออะไร 2) เพราะเหตุใดองค์กรจึงควรดำเนินกิจการ โดยยึดวัตถุประสงค์ขององค์กรในความรับผิดชอบต่อสังคม และ 3) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีผลอย่างไรต่อประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร (Kashyap, Mir & Mir, 2004; และ Simpson & Taylor, 2013) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 วิวัฒนาการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในโลก

วิวัฒนาการด้านเนื้อหาสาระของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	วิวัฒนาการด้านแรงจูงใจในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	วิวัฒนาการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร
ความพยายามที่จะกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคม "นักธุรกิจจะต้องดำเนินงานตามความต้องการตามวัตถุประสงค์และคุณค่าของสังคมของเรา" (Bowen, 1953)	การตัดสินใจในความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นประโยชน์ในระยะยาว (Davis, 1960)	ในกรณีส่วนใหญ่ เป็นไปไม่ได้ที่จะวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการกระทำของความรับผิดชอบต่อสังคม (Manne and Wallich, 1972)
การขยายขอบเขตของความรับผิดชอบต่อสังคมจะรวมถึง การพิจารณาสวัสดิการของพนักงาน ชุมชนและความต้องการทางการศึกษา การเมือง และ สังคม (McGuire, 1963) บริการเพื่อปรับปรุงคุณภาพของชีวิตมนุษย์ (คณะกรรมการเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ, 1971)	องค์กรจำเป็นต้องสร้างสมดุลเพื่อให้แน่ใจว่าองค์กรมีเป้าหมายของความสำเร็จที่หลากหลาย และเกิดกำไรสูงสุดในระยะยาว (Johnson, 1971)	มุมมองในด้านจำกัดความของความรับผิดชอบต่อสังคม: องค์กรจะให้ความสนใจเฉพาะประเด็นทางสังคม เพื่อเป้าหมายในการทำกำไรเท่านั้น (Johnson, 1971)
การรับรู้ของบทบาทในการบริหารการปฏิบัติ CSR: คุณภาพของการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางการบริหารจัดการ ความคาดหวังของสังคมที่ถูกกล่าวถึงอย่างชัดเจน (คณะกรรมการเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ, 1971) ธุรกิจจะต้องไม่สร้างปัญหา และเสนอแนะทางออก ด้วยความสมัครใจและเต็มใจ (Mann and Wallich, 1972)	กฎเหล็กของความรับผิดชอบต่อสังคม: องค์กรจะต้องดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อหรือยอมสูญเสียอำนาจ เพื่อความชอบธรรมที่ได้รับจากสังคม (Davis, 1973)	ทฤษฎีของรัฐที่หย่อนในเรื่องทรัพยากรทำให้องค์กรที่มีทรัพยากรที่ดีกว่าสามารถสนับสนุนในแง่ของประสิทธิภาพทางสังคม (Waddock and Graves, 1997)



## ตารางที่ 2 (ต่อ)

วิวัฒนาการด้านเนื้อหาสาระของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	วิวัฒนาการด้านแรงจูงใจในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	วิวัฒนาการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร
<p>การออกแบบความรับผิดชอบต่อสังคมและแนวทางในการปฏิบัติ: ความรับผิดชอบต่อสังคมทางเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรมและการตัดสินใจของสังคม (Carroll, 1979)</p> <p>ผลการดำเนินงานเพื่อสังคม (Corporate Social Performance: CPM) หลักการ กระบวนการ และนโยบาย (Wartick and Cochran, 1985)</p> <p>กรอบการดูแลกิจการ หลักการ กระบวนการ และผล (Wood, 1991)</p>	<p>กฎเกณฑ์ของทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: องค์กรจะเป็นตัวแทนของความมีคุณธรรมที่มีภาระผูกพันตามสัญญาที่จะตอบสนองความคาดหวังของสังคม (Donaldson, 1983)</p>	<p>ปัญหาสังคมจะกลายเป็นโอกาสทางธุรกิจที่จะสร้างความมั่งคั่ง (Drucker, 1984)</p>
<p>การเป็นพลเมืองขององค์กร (Maignan, Ferrell and Hult, 1999)</p> <p>องค์กรเพื่อสิ่งแวดล้อม (Bannerjee, Iyer, and Kashyap, 2003)</p>	<p>เครื่องมือของทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือองค์กรจะต้องตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพราะพวกเขาเป็นเครื่องมือหลักขององค์กรที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ในประกอบกิจการ (Freeman, 1984)</p>	<p>ปัญหาสิ่งแวดล้อมช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมขององค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ช่วยลดต้นทุน สร้างความแตกต่างและกำหนดทิศทางกลยุทธ์ (Porter and van der Linde, 1995; Hart, 1995; Klassen and McLaughlin, 1999; &amp; Judge and Douglas 1998)</p>
<p>องค์กรการพัฒนาอย่างยั่งยืน</p> <p>การพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรเรียกร้องให้ใส่ใจกับประเด็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (van Marrewijk, 2003)</p>	<p>ทฤษฎีการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นวัตถุประสงค์และเหตุผลสำหรับการดำรงอยู่ขององค์กรเพียงอย่างเดียว (McWilliams and Siegel, 1995; &amp; Stead and Stead, 2001)</p> <p>คุณค่าแห่งความยั่งยืนคือกลยุทธ์ที่พร้อมผลักดันให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และสร้างคุณค่าให้เกิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน (Hart, Milstein and Caggiano, 2003)</p>	<p>การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน: วิธีการทางธุรกิจในการสร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระยะยาว โดยหลีกเลี่ยงโอกาสและการบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Dow Jones Sustainability Index, 1999)</p>

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าวิวัฒนาการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในโลกได้เกิดเป็นแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1950s เป็นต้นมา ซึ่งเป็น

ความพยายามของ Bowen ที่จะกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมของนักธุรกิจ จะต้องดำเนินงานตามความต้องการ ตามวัตถุประสงค์และคุณค่าของสังคมเป็นหลัก และมีการพัฒนาขอบเขตความสนใจและการทำวิจัยโดยนักวิชาการและองค์กรต่างๆทั่วโลกเพิ่มมากขึ้น ในช่วงทศวรรษ 1960s เป็นช่วงที่ขอบเขตของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นไปในประเด็นต่างๆ อาทิ การพิจารณาสวัสดิการของพนักงาน ชุมชน ความต้องการทางการศึกษา การเมืองและสังคม ต่อมาในช่วงทศวรรษที่ 1970s มีการเพิ่มมุมมองและให้คำจำกัดความความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก รวมถึงการออกแบบและการนำแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไปปฏิบัติด้วย จวบจนช่วงทศวรรษที่ 1980s จึงได้มีการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในหลากหลายประเด็นมากยิ่งขึ้น เช่น ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปัญหาทางสังคมที่จะเป็นโอกาสทางธุรกิจ ฯลฯ และนับตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1990s เป็นต้นมา ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้กลายเป็นทางเลือกในการประกอบกิจการขององค์กรที่ให้ผลตอบแทนที่มีคุณค่า ก่อให้เกิดการพัฒนา และการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน (Simpson & Taylor, 2013)

ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา แนวคิด ทฤษฎี และหลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเป็นแขนงของการศึกษาและการวิจัยที่ยังคงได้รับการพัฒนาท่ามกลางการอภิปรายโต้แย้งและวิพากษ์วิจารณ์อย่างต่อเนื่อง บทบาทขององค์กรธุรกิจในอดีตที่มุ่งสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินกิจการ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มของหุ้นและทำกำไรให้สูงสุดนั้น ทำให้กรอบแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมถูกจำกัดอยู่ที่ผู้ถือหุ้นกับผู้บริหารระดับสูงเท่านั้น หรือแม้ในระยะต่อมาจะหมายรวมถึงพนักงานขององค์กรเข้าไปด้วย แต่แนวคิดในช่วงต่อๆ มาทำให้เกิดความเชื่อที่ว่าองค์กรธุรกิจไม่ได้เป็นเพียงสถาบันทางเศรษฐกิจ (Economic institute) ที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายเท่านั้น แต่ยังเป็นสถาบันทางสังคม (Social institute) ที่มีส่วนสำคัญในการดูแลส่งเสริมและพัฒนาทางสังคมได้ในขณะเดียวกัน (Kashyap, Mir & Mir, 2004)

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้มีเหตุสำคัญส่วนหนึ่งมาจากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรผ่านหลักการทางทฤษฎีหลากหลายทฤษฎี วรรณกรรมด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น ได้รับการพัฒนามาตลอดทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ จนกระทั่งกลางทศวรรษที่ 20 ที่มีการพัฒนาอย่างมากทั้งในรูปแบบการสร้างความรู้ การนำไปใช้ การวัด และการประเมิน ที่ปรากฏในวารสารทางวิชาการของสถาบันการศึกษาหลายแห่ง ทั้งในแบบทฤษฎีที่มุ่งนำเสนอในเชิงวิชาการและวิธีการนำไปปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายเฉพาะที่กำหนดไว้ (Garriga & Mele, 2004)

## ตอนที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

Carroll, Archie B. (1991) ได้เสนอแนวคิดปิรามิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ดังภาพประกอบที่ 2 ที่แสดงให้เห็นถึงมิติความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรพึงกระทำ 4 มิติ ได้แก่

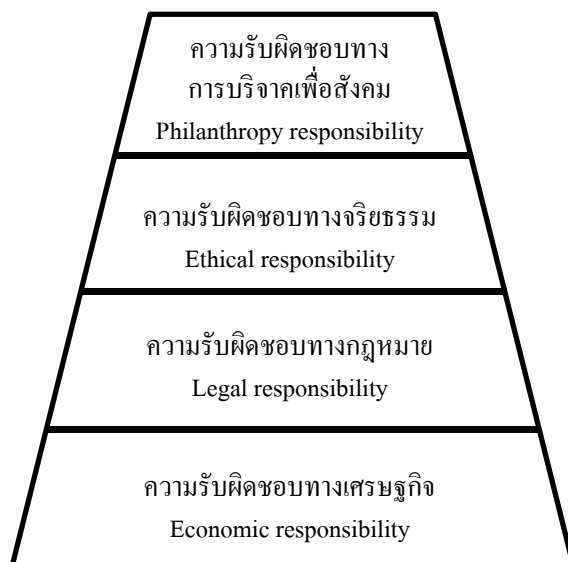
1. ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ (Economic responsibility) เป็นฐานความรับผิดชอบต่อองค์กรที่องค์กรทุกแห่งพึงมีในฐานะเป็นสถาบันทางเศรษฐกิจที่ต้องมุ่งสร้างผลผลิต ไม่ว่าจะ เป็นสินค้าหรือบริการตามความต้องการของสังคม และตอบแทนกลับมาในรูปของรายได้ เน้นเรื่อง สถานะทางการเงินขององค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้และมีผลกำไรคืนกลับไปยัง ผู้ประกอบกิจการ (Carroll & Shabana, 2010; และ Yusuf, Troena, Sudarma & Ashar, 2013)

2. ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย (Legal responsibility) เพื่อเป็นการควบคุมไม่ให้องค์กร ทุจริตมุ่งเน้นกำไรเพียงประการเดียว โดยไม่สนใจผลกระทบในทางลบ ในขณะที่เดียวกัน องค์กร จะต้องบริหารงานภายใต้กรอบของกฎหมายและกฎระเบียบที่ประกาศโดยรัฐบาลกลาง รัฐ และ รัฐบาลท้องถิ่นซึ่งถือเป็นกฎพื้นฐานที่องค์กรพึงปฏิบัติ ซึ่งรวมถึงการประกอบกิจการที่สอดคล้อง กับกฎและข้อบังคับของสังคม (Atan & Halim, 2011; Tan & Komaran, 2006; และ บุญพร สิริ รัตนะ, ประภาภรณ์ พวงเนียม, พิริยะ แก้ววิเศษ, อรุณกมล สุขอนเนก และ พิทักษ์ สิริวงศ์, 2011)

3. ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม (Ethical responsibility) องค์กรมีภาระหน้าที่ที่ต้องทำ ในสิ่งที่ถูกต้อง เป็นการพิจารณาตามหลักปรัชญาทางศีลธรรม ความยุติธรรม สิทธิ และ ผลประโยชน์ให้เป็นไปตามหลักคุณธรรม จริยธรรม จรรยา (Buenviaje, 2013; และ Rahim, Jalaludin & Tajuddin, 2011)

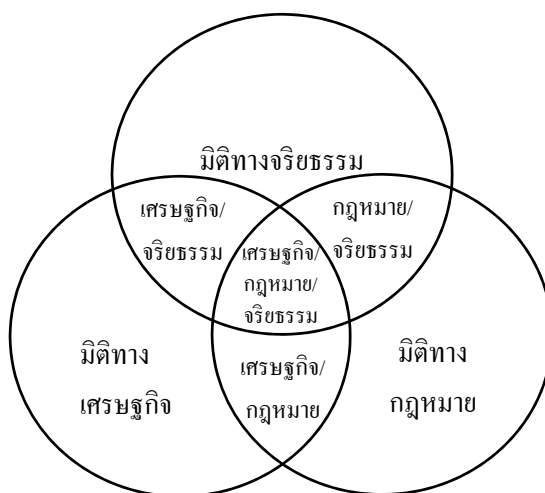
4. ความรับผิดชอบต่อทางการบริจาคเพื่อสังคม (Philanthropy responsibility) เป็นความ รับผิดชอบต่อที่มุ่งเน้นในเรื่องของความจำเป็นของสังคมซึ่งสังคมต้องการการบริจาค เพื่อสังคมเป็นอย่างมาก และใช้งบประมาณสูง ซึ่งรวมถึงการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการส่งเสริม สวัสดิการ มิตรภาพอันดีงามของเพื่อนมนุษย์ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน (Duarte & Rahman, 2010)

รายละเอียดดังภาพประกอบที่ 2



ภาพประกอบที่ 2 พีรามิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Carroll's pyramid of Corporate Social Responsibility) (Carroll & Buchholtz, 2009)

ในปัจจุบันความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นแนวคิดที่ดึงดูดความสนใจ องค์กรในประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยใช้มิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นเกณฑ์ (Jamali & Mirshak, 2007; และ Mostovicz, Kakabadse & Kakabadse, 2009) เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา (Brusvang, 2012; และ Vangedal, 2010) องค์กรต่างๆ สนใจที่จะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรด้วยความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการหาจุดร่วมที่เหมาะสมในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของบุคคล ชุมชนและสังคม ในประเทศเดนมาร์ก (Vangedal, 2010) จะเน้นมิติการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทางเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และการบริจาคเพื่อสังคม ใน 3 ประเด็นคือ การป้องกัน การเก็บรักษา และการบูรณาการ ในขณะที่ Schwartz และ Carroll (2003) ให้ความเห็นว่ามิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นควรจะรวบรวมให้เหลือเพียง 3 มิติ ได้แก่ มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางกฎหมาย และมิติทางจริยธรรม โดยใช้วงกลมซ้อนกันแทนรูปแบบพีรามิดเดิม ดังภาพประกอบที่ 3



**ภาพประกอบที่ 3** ขอบเขต 3 มิติของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (The three – domain model of Corporate Social Responsibility) (Schwartz & Carroll, 2003)

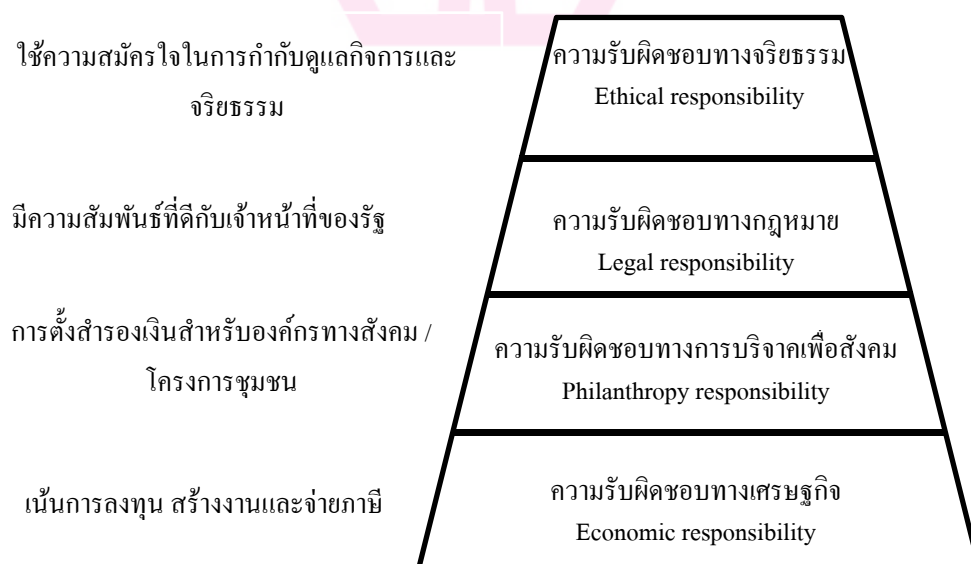
ในขณะที่ประเทศมาเลเซียก็ให้ความสำคัญเรื่องมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเช่นกัน โดยกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรควรมีส่วนร่วม ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานสำคัญในเรื่องความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจเป็นหลัก อันจะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ซื้อของผู้บริโภค แต่ในทิศทางตรงกันข้ามผู้บริโภคที่เป็นชาวมุสลิมในประเทศมาเลเซียกลับให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อกฎหมายเป็นหลัก กล่าวคือผู้บริโภคชาวมุสลิมจะให้การสนับสนุนบริษัทที่มีการประกอบกิจการที่สอดคล้องกับกฎและข้อบังคับในฐานะของการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม (Dusuki & Yusof, 2008; Rahim, Jalaludin & Tajuddin, 2011; และ Atan & Halim, 2011) ส่วนในประเทศสิงคโปร์ (Tan & Komaran, 2006) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือการบริหารงานอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การแสดงความรับผิดชอบต่อกฎหมายและการแสดงความรับผิดชอบต่อจริยธรรมเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างการรับรู้เรื่องการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

แต่อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคในประเทศอินโดนีเซียส่วนมาก ไม่สามารถจำแนกความแตกต่างของมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้ แต่ผู้บริโภคจะวางตำแหน่งของการแสดงความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ความรับผิดชอบต่อทางบริจาคเพื่อสังคม ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย และความรับผิดชอบต่อจริยธรรม โดยที่การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีส่วนสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ส่งผลให้ประสิทธิภาพทางการเงินขององค์กรดีขึ้น และมีผลกำไร (Yusuf, Troena, Sudarma & Ashar, 2013; และ Arli & Lasmono, 2010) ส่วนในประเทศบราซิล (Duarte & Rahman, 2010) ปัญหาที่ชาวบราซิลรับรู้ส่วนใหญ่คือปัญหาสิ่งแวดล้อม ส่วนเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นเรื่องของการบริจาคเพื่อสังคมเป็นหลัก ในทิศทางกลับกันการแสดงความรับผิดชอบต่อ

สังคมขององค์กรเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเสียผลประโยชน์ทางธุรกิจและการลดลงของผลกำไรขององค์กร

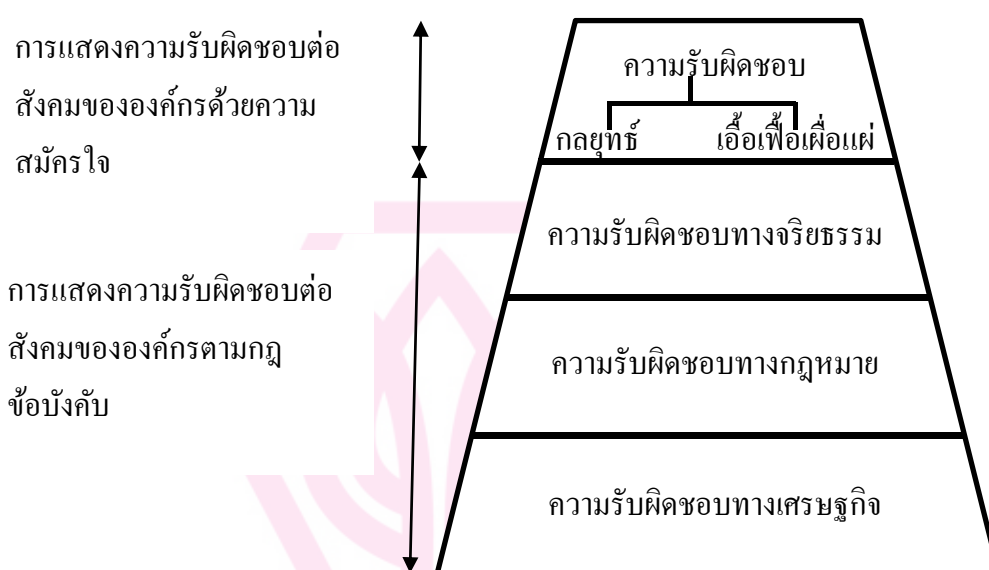
สำหรับประเทศฟิลิปปินส์ (Buenviaje, 2013) การให้บริการของผู้ประกอบกิจการด้านอาหารชั้นนำ จะต้องประกอบกิจการโดยแสดงความรับผิดชอบทางจริยธรรมเป็นหลัก ซึ่งเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องทำในสิ่งที่ถูกต้อง ยุติธรรม และนำมาซึ่งความพอใจแก่ลูกค้าและพนักงานเป็นสำคัญ ในขณะที่การประกอบกิจการโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย การบริจาคเพื่อการกุศล และความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งสำคัญรองลงมาตามลำดับ เพื่อตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า หรือผู้บริโภค สำหรับในประเทศจีน (Zhou, Quan, & Jiang, 2012) การประกอบกิจการขององค์กรในประเทศจีนจะคำนึงถึงความจำเป็นทางเศรษฐกิจไปพร้อมกับความพยายามที่จะคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) และการพัฒนาอย่างยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน ปัจจุบันประเทศจีนจะริเริ่มความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ส่วนสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศจีน คือการนำรูปแบบของการบริจาคเพื่อการกุศล/สังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการตอบสนองต่อปัญหาสังคมต่างๆ เช่น ภัยพิบัติ ความพยายามในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือสังคม

ในส่วนของประเทศแอฟริกา (Visser, 2006) มิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในบริบทของประเทศแอฟริกาจะแตกต่างจากพีรามิดคลาสสิกของคาร์โรล กล่าวคือ ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรมเพื่อสังคม ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย และความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรมตามลำดับ ดังภาพประกอบที่ 4



ภาพประกอบที่ 4 พีรามิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในแอฟริกา (Africa's Corporate Social Responsibility pyramid) (Visser, 2006)

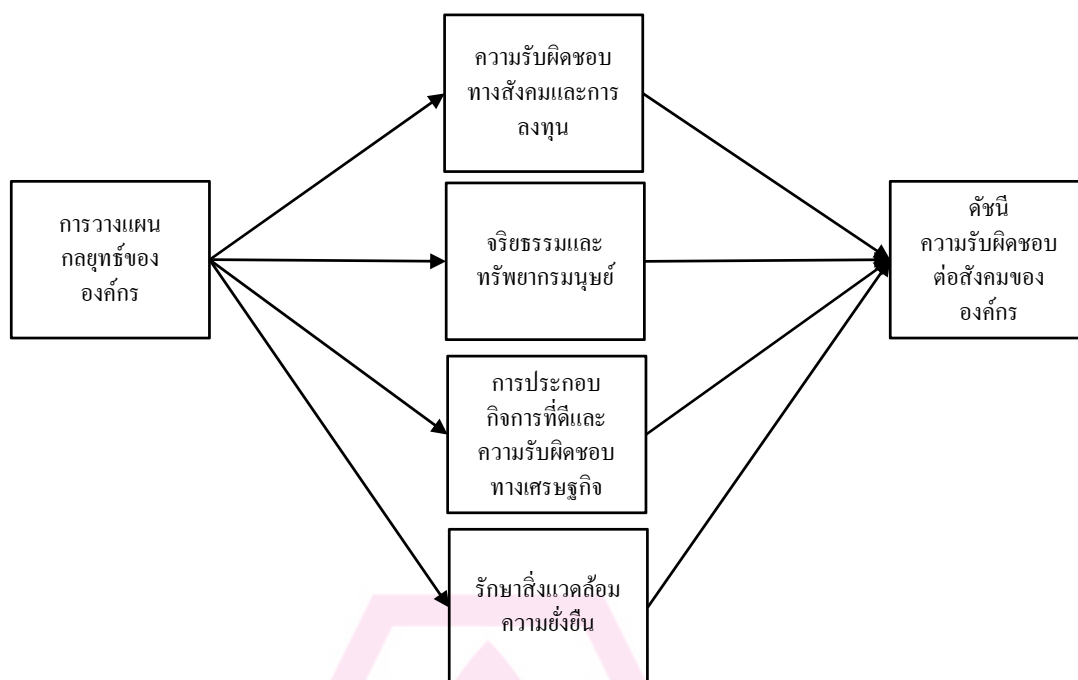
ในการนี้ประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่เห็นว่ามิตិความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นมุมมองเชิงกลยุทธ์ โดยมีแบบจำลองที่พัฒนามาจากพีรามิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่สามารถกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้เป็นสองเกณฑ์ คือ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามกฎหมายข้อบังคับ (Mandatory corporate social responsibility) ซึ่งประกอบด้วย ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อกฎหมายและความรับผิดชอบต่อจริยธรรม และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้วยความสมัครใจ (Voluntary corporate social responsibility) (Jamali, 2007; และ Jamali & Mirshak, 2007) ซึ่งแบ่งออกเป็นในเชิงกลยุทธ์ และความเห็นใจในผู้อื่น/ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ซึ่งสรุปได้ดังภาพประกอบที่ 5



ภาพประกอบที่ 5 การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามกฎหมายข้อบังคับและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้วยความสมัครใจ (Jamali, 2007)

ส่วนในภาพรวมของเศรษฐกิจโลก (Kanji & Chopra, 2010) องค์กรกำลังให้ความสำคัญเรื่องของการเคารพสิทธิมนุษยชน ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การควบคุมจริยธรรม และส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยการประกอบกิจการ กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ และการบริการที่มีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคมในเศรษฐกิจโลก ซึ่งเกิดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรที่มีความคาดหวังทางสังคมเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ Kanji & Chopra ได้นำเสนอแบบจำลอง Kanji-Chopra corporate social responsibility model (KCCSRM) เพื่อวัดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มาตรการเหล่านี้จำเป็นสำหรับการเปรียบเทียบและการตรวจสอบการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ความโปร่งใส และการปรับปรุงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เพื่อเพิ่มคุณภาพและความมุ่งมั่นของความรับผิดชอบต่อสังคมของ

บริษัทในเศรษฐกิจเพื่อปรับปรุงความรับผิดชอบต่อเพื่อนมนุษย์ อีกทั้งบริษัทสามารถบรรลุทั้งผลกำไรสูงสุด และตอบสนองความต้องการของสังคมด้วย ดังภาพประกอบที่ 6



ภาพประกอบที่ 6 Kanji-Chopra corporate social responsibility model (KCCSRM) (Kanji & Chopra, 2010)

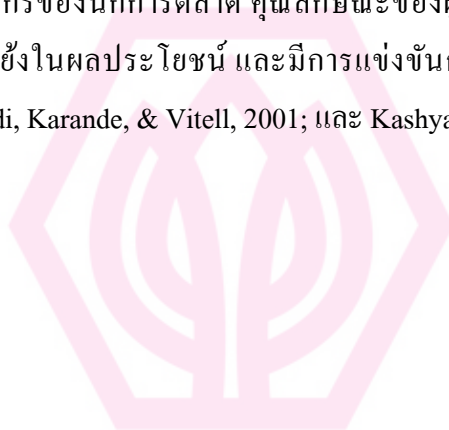
สำหรับประเทศไทย (ณัฐดนัย พงศ์สถาพร, 2555; และวรพรรณ เอื้ออาภรณ์, 2554) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในมิติความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในมิติของการบริจาคเพื่อสังคมหรือการทำการกุศลเป็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ปรากฏในองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ของประเทศ

จะเห็นได้ว่าในบริบทของประเทศต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นนั้น การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมักจะปรากฏอยู่ในองค์กรธุรกิจเป็นส่วนมาก ซึ่งหากจะพิจารณาถึงมิติความรับผิดชอบต่อสังคมในบริบทขององค์กรทางการศึกษาแล้วนั้นพบว่า มีงานวิจัยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษาในประเทศอินเดียที่ระบุว่า ในปัจจุบันซึ่งถือเป็นยุคโลกาภิวัตน์แนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรทางการศึกษาเป็นสิ่งที่ไม่สามารถละเลยได้ เพราะสถานการณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้บริหารการศึกษาจะต้องปรับเปลี่ยนหลักสูตรให้ไปตามความต้องการของตลาด การวิเคราะห์ปัจจัยจากมุมมองของผู้เรียนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในการแนะนำหลักสูตรการเสริมสร้างการพัฒนาและความยั่งยืนที่เน้นให้สถานศึกษามีความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้บริหารต้องมุ่งเน้นไปที่การแนะนำความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะที่เป็นผู้จัดตั้งหลักสูตรในการสอน โดยที่จะต้องให้ความสำคัญในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมทางจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อ



ทางการบริจาคเพื่อสังคม และความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ ซึ่งความแตกต่างเกี่ยวกับการปฏิบัติ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอื่นๆ ทั่วโลกและการบริหารหลักสูตรการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงค่านิยมและความใส่ใจของความรับผิดชอบต่อสังคมในทางปฏิบัติที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะสะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจการศึกษา ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมทางจริยธรรมและความพยายามในการทำการกุศลที่มีความรับผิดชอบต่อในการบริหารจัดการอย่างใดอย่างหนึ่งมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นความรับผิดชอบต่อการประกอบกิจการการศึกษา การฝึกอบรม องค์กรเอกชนในอนาคตจะต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมของธุรกิจให้มากขึ้น (Sharma & Kiran, 2011)

ทั้งนี้ในยุคปัจจุบัน การบริหารจัดการบริษัทหรือองค์กรข้ามชาติในประเทศที่ ต่างต่าง กันย่อมมีกระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ได้แก่ ความแตกต่างในการรับรู้เกี่ยวกับความสำคัญของจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมในการบรรลุประสิทธิผลองค์การที่ ต่างต่างกัน วัฒนธรรมที่แตกต่าง ความแตกต่างในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ความแตกต่างในสภาพแวดล้อม ความแตกต่างทางกฎหมายและการเมือง บรรยากาศจริยธรรมองค์กร และคุณลักษณะทางประชากรของนักการตลาด คุณลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต่างต่างกัน จะก่อให้เกิดความขัดแย้งในผลประโยชน์ และมีการแข่งขันกันในการเรียกร้องผลประโยชน์เพิ่มมากขึ้น (Singhapakdi, Karande, & Vitell, 2001; และ Kashyap, Mir, & Mir, 2004)



ตารางที่ 3 การสังเคราะห์หลักการ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR dimensions)

มิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	ชื่อผู้ทำวิจัย ปีที่ทำวิจัยหรือเผยแพร่																			ความถี่
	Singhapakdi, Karande & Vitell 2001	Tan & Komaran 2006	Visser 2006	Jamali 2007	Dusuki & Yusof 2008	Sohodol Bir, Karademiridag Suher & Altinbasak 2009	Arlil & Lasmono 2010	Carroll & Shabana 2010	Duarte & Rahman 2010	Kanji & Chopra 2010	Anupam Sharma 2011	Atan & Halim 2011	Rahim, Jalaludin & Tajuddin 2011	Wang 2011	Zhou, Quan & Jaing 2012	Buenviaje 2013	Yusuf, Troena, Sudarma & Ashar 2013	พิพัฒน์ นพทนาชรัตน์ 2553	ณัฐฉัย พงศ์ศตภาพร 2555	
1. ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ			✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓	✓	✓	✓			✓	12
2. ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย		✓	✓	✓	✓		✓					✓	✓			✓		✓		9
3. ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓		✓	✓		✓	✓			13
4. ความรับผิดชอบต่อทางการบริจาคเพื่อสังคม			✓		✓	✓	✓		✓		✓		✓		✓	✓		✓		10
5. ด้านสิ่งแวดล้อม		✓				✓			✓	✓					✓	✓		✓		7
6. การเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม												✓								1
7. การมีส่วนร่วมต่อสังคม					✓												✓			2
8. การสร้างสังคมดี									✓											1
9. การทำในสิ่งที่ถูกต้อง ยุติธรรม และพอใจ																✓				1

ตารางที่ 3 (ต่อ)

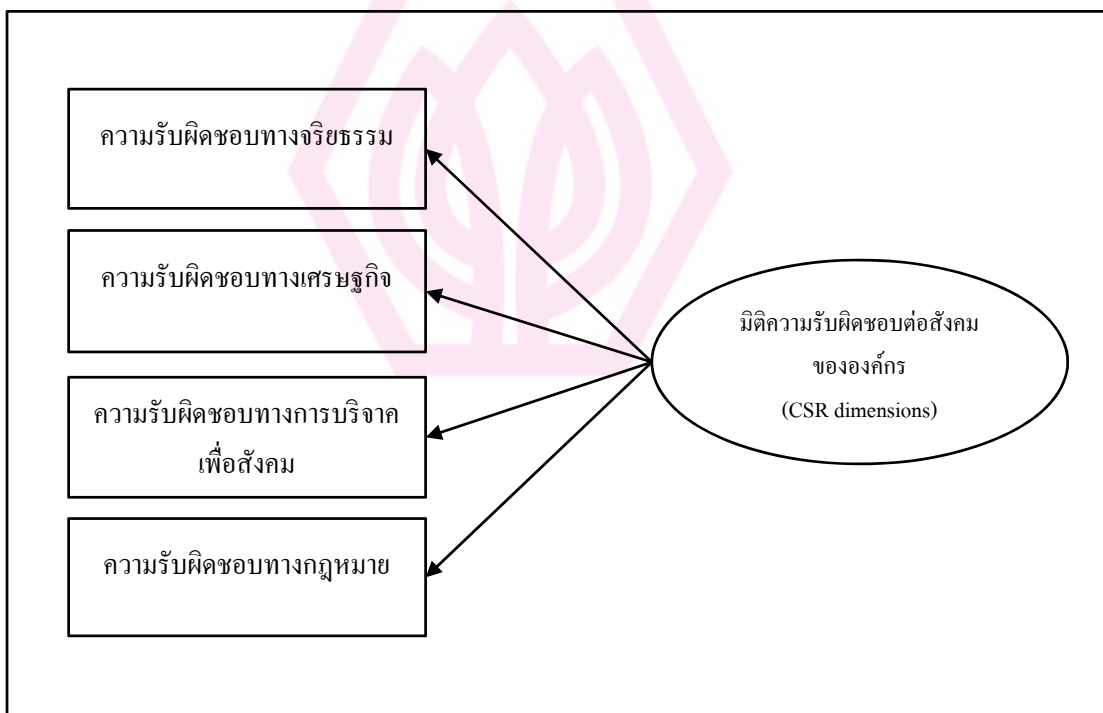
มิตិความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	ชื่อผู้ทำวิจัย		ปีที่ทำวิจัยหรือเผยแพร่		ความถี่
	Singhapakdi, Karande & Vitell	Tan & Komaran	2001	2006	
10. การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตามกฎหมาย ข้อบังคับ				2006	1
11. การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตามความ สมัครใจ			2007	2006	2
12. การเคารพสิทธิมนุษยชน				2007	1
13. การส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน				2007	3
14. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง				2007	1
15. ความสมบูรณ์แบบ				2007	1
16. ทักษะคติทางการตลาด	✓			2007	1
17. ความแตกต่างทางวัฒนธรรม			2008	2006	3
18. การรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			2008	2006	2

ตารางที่ 3 (ต่อ)

มติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	ชื่อผู้ทำวิจัย ปีที่ทำวิจัยหรือเผยแพร่																		ความถี่	
	2001	2006	2006	2007	2008	2009	2010	2010	2010	2010	2011	2011	2011	2011	2012	2013	2013	2553		2555
19. ความหลากหลายของกิจกรรม															✓					1
20. รูปแบบทางธุรกิจและสังคม															✓		✓			2
21. การตลาดที่เปลี่ยนแปลง										✓										1
22. กลยุทธ์ขององค์กร						✓														1
23. การคำนึงถึงสังคม	✓					✓				✓				✓	✓			✓		6
24. มีจริยบรรณ													✓					✓		2
25. ความรับผิดชอบต่อชุมชน																		✓		1
26. สถานะทางการเงิน									✓											1
รวม	3	3	4	5	7	6	4	2	3	6	3	2	4	7	7	5	7	7	1	

จากการสังเคราะห์มิตិความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจากนักวิชาการและนักการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังตารางที่ 3 ที่แสดงออกมาในรูปแบบความถี่ จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่เป็นกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical framework) ที่ได้จากการสังเคราะห์มีจำนวนทั้งหมด 26 องค์ประกอบ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 19 เรื่อง ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์พิจารณาจากองค์ประกอบที่มีความถี่ร้อยละ 45 ของการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ในที่นี้คือความถี่ตั้งแต่ 9 เรื่องขึ้นไป) ได้องค์ประกอบตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ได้จำนวน 4 องค์ประกอบ คือ ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อทางการบริจาคเพื่อสังคม และความรับผิดชอบต่อกฎหมาย

ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จึงสามารถแสดงกรอบแนวคิดองค์ประกอบมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้ดังภาพประกอบที่ 7



ภาพประกอบที่ 7 องค์ประกอบตัวชี้วัดมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

### ตอนที่ 3 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ผู้วิจัยได้นำแนวคิดหลักการของ Kotler, Philip, Hessekiel, David & Lee, Nancy R. (2012) ที่ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการตลาดและองค์กรยุคใหม่ด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยกล่าวว่า แนวปฏิบัติการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแบบดั้งเดิมจะเป็นการปฏิบัติตามหน้าที่ ส่วนแนวปฏิบัติใหม่จะต้องสนับสนุนวัตถุประสงค์ขององค์กร

#### รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

แนวทางปฏิบัติเพื่อตอบสนองประเด็นด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นจะแบ่งออกเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing - driven social initiatives) และกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Corporate - driven social initiatives) (Kotler, Hessekiel & Lee, 2012) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing – driven social initiatives) ประกอบด้วย

1.1 การส่งเสริมประเด็นที่เป็นปัญหาทางสังคม (Cause promotion) องค์กรจะจัดหาเงินทุนหรือให้การสนับสนุนด้วยสิ่งของ บริการ และ/หรือ ทรัพยากรขององค์กร เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และห่วงใยต่อประเด็นที่เป็นปัญหาทางสังคม เป็นการส่งเสริมให้ตระหนักถึงปัญหาหรือประเด็นทางสังคมสิ่งแวดล้อม (Niruttikul, 2011; Serban, Iconaru, Macovei & Perju, 2012; และ พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2554)

1.2 การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause – related marketing: CRM) องค์กรจะโยกงบการเงิน สิ่งของและ/หรือบริการเข้ากับยอดขายของสินค้าหรือกิจกรรม ซึ่งการตลาดประเภทนี้เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่จะเกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการบริจาคด้วย (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2554) ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบของกิจกรรมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคมนี้เป็นรูปแบบที่องค์กรต่างๆ ทั่วโลกนิยมใช้ อาทิ ในประเทศอิหร่าน (Zeynali & Safarnia, 2012) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคมได้กลายเป็นรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เพื่อต้องการปฏิบัติตอบสนองจากผู้บริโภคมากขึ้น (Adiwijaya & Fauzan, 2010; Anghel, Grigore & Rosca, 2011; Lii, 2011; Niruttikul, 2011; และ พงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศ, 2553) โดยรูปแบบการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคมจะเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเด็ก สุขภาพ และการเชื่อมโยงประเด็นไปยังประเทศในโลกร่วมสาม (Farache, Perks, Wanderley & Filho, 2008) ในทิศทางเดียวกันองค์กรใน

ประเทศโรมาเนีย (Serban, Iconaru, Macovei & Perju, 2012) จะริเริ่มแผนงานรณรงค์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม เพื่อสร้างความแตกต่างองค์กรคู่แข่งด้วยภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นและยอดขายที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับรูปแบบทางการตลาดเกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม จะช่วยให้เข้าถึงตลาดใหม่และมีจำนวนผู้บริโภคเพิ่มขึ้นด้วย

1.3 การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate social marketing) องค์กรจะสนับสนุนการพัฒนาและ/หรือการจัดกิจกรรมที่เป็นแผนการรณรงค์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อเสริมสร้างสุขภาพอนามัยที่ดี ปลอดภัย การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม หรือความเป็นอยู่ ที่ดีขึ้นของชุมชน เช่น ในประเทศศรีลังกา ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการเงินจะดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมให้สัมพันธ์กับพฤติกรรมทางธุรกิจและทิศทางทางการตลาดเพื่อสังคมขององค์กรเป็นหลักเป็นการทำการตลาดเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค (J.C.D. & Kajendra, 2010; และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2554)

2. กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Corporate - driven social initiatives) ประกอบด้วย

2.1 การบริจาคเพื่อการกุศลขององค์กร (Corporate philanthropy) องค์กรจะสนับสนุนกิจกรรมเพื่อการกุศลหรือเพื่อสาธารณประโยชน์ในรูปแบบของการให้เงินบริจาค เงินสนับสนุน และ/หรือการให้บริการโดยไม่คิดมูลค่า ในอดีตการบริจาคเพื่อการกุศลขององค์กรจะเป็นการกระทำแบบเป็นครั้งคราว หรือแบบเฉพาะเหตุการณ์ แต่ในปัจจุบันองค์กรต่างๆ ในโลกได้ถูกข้อกำหนดต่างๆ ให้ทำกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงกลยุทธ์ โดยเริ่มตั้งแต่การกำหนดประเด็นปัญหาของสังคมและเชื่อมโยงกิจกรรมทั้งหลายเหล่านั้นเข้ากับวัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร อีกทั้งการบริจาคเงินขององค์กรจะต้องช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต คุณภาพการศึกษา ของชุมชน คนในท้องถิ่นให้ดีขึ้นด้วย (Porter & Kramer, 2003; Giannarakis, Litinas & Theotokas, 2009; Sohodol Bir, Karademirlidag Suher & Altinbasak, 2009; และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2554) จากการศึกษาพบว่า องค์กรในประเทศสหรัฐอเมริกา (Vangedal, 2010) ใช้การบริจาคเพื่อการกุศลขององค์กร (Corporate Philanthropy) เป็นให้การบริจาคในรูปแบบของเงินหรือทรัพยากรขององค์กร เช่น ผลิตภัณฑ์ และความรู้ ส่วนองค์กรในประเทศจีน (Lii, 2011) ริเริ่มการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบกิจกรรมการบริจาคเพื่อการกุศลเป็นอันดับแรก ส่วนองค์กรภาคอุตสาหกรรมในประเทศจอร์แดน (Dabbas & Al-rewashdeh, 2012) ทำกิจกรรมในรูปแบบการบริจาคและให้การสนับสนุนแก่องค์กรไม่แสวงผลกำไรและสมาคมการกุศลเพื่อตอบสนองความคาดหวังของสังคมในทิศทางเดียวกัน องค์กรในประเทศไทยมีการทำกิจกรรมในรูปแบบของการบริจาคเพื่อการกุศลมากที่สุด เป็นการทำการกุศลโดยตรงหรือร่วมบริจาคในรูปแบบของเงินหรือวัสดุสิ่งของ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ปรากฏในเกือบทุกภาคธุรกิจ (วรพรรณ เอื้ออาภรณ์, 2554)

2.2 อาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือชุมชน (Community volunteering) องค์กรจะสนับสนุนและกระตุ้นให้พนักงาน บุคลากร คู่ค้า และ/หรือสมาชิกแฟรนไชส์ ร่วมเป็นอาสาสมัครในการที่จะช่วยเหลือองค์กรในการพัฒนาชุมชนในท้องถิ่น หรือร่วมมือกับองค์กรไม่แสวงผลกำไร ซึ่งกิจกรรมพนักงานอาสาสมัครอาจจัดโดยองค์กรหรือพนักงาน บุคลากร ในองค์กร แต่องค์กรมีหน้าที่ในการสนับสนุนเวลาและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานหรือบุคลากรสามารถเลือกกิจกรรมอาสาสมัครที่ตรงกับความสนใจของแต่ละบุคคล ตลอดจนการส่งเสริมให้พนักงานและคู่ค้าทางธุรกิจเป็นอาสาสมัครในเวลาดำเนินการเพื่อช่วยเหลือการกุศล เป็นหลัก (Vangedal, 2010; Niruttikul, 2011; และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2554)

2.3 การประกอบธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially responsible business practices) องค์กรจะปรับเปลี่ยนวิธีการประกอบกิจการและการลงทุนที่เป็นประโยชน์แก่สังคม เพื่อยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น ตลอดจนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งองค์กรอาจจะเป็นผู้ริเริ่มโครงการและดำเนินการด้วยตนเอง หรือร่วมมือและประสานงานกับองค์กรอื่นๆ ซึ่งองค์กรที่มีการดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมทางด้านการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม คือ การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม (วรพรรณ เอื้ออาภรณ์, 2554; และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553ข)

ในปัจจุบัน การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทย พบว่าองค์กรที่ดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมมาเป็นระยะเวลากว่า 30 ปี มีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรทั้งในรูปแบบของกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing - driven social initiatives) และกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Corporate - driven social initiatives) กล่าวคือ การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม การบริจาคเพื่อการกุศล การอาสาช่วยเหลือชุมชน การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้การช่วยเหลือ และให้ความรู้แก่ผู้ที่มีศักยภาพในสังคมที่สามารถช่วยเหลือผู้ทุกข์ยากให้สามารถช่วยเหลือตนเอง เป็นการพัฒนาสังคมให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น โดยเข้าไปมีส่วนร่วม และแก้ไข ปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นอย่างยั่งยืนและต่อเนื่อง มีความมุ่งมั่นที่จะทำให้บริษัทเติบโตไปพร้อมกันกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคม เพื่อนำไปสู่การเป็นสังคมที่ยั่งยืน (บุญพรศิริรัตนะ, ประภาภรณ์ พวงเนียม, พิริยะ แก้ววิเศษ, อรุณกมล สุขอนเนก และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2011)

จากการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจากองค์กรต่างๆ ทั่วโลก ยังพบประเด็นที่สอดคล้องกันในเรื่องรูปแบบของกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ว่ากิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Corporate - driven social initiatives) จะต้องสนับสนุนรูปแบบของกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing - driven social initiatives) ด้วย (Niruttikul, 2011; และ Dabbas & Al-rewashdeh, 2012)



สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2551) ได้แบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ ตามบทบาทและความเกี่ยวข้องของหน่วยงาน โดยสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภท (divisions) ได้แก่

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมหลังกระบวนการ (CSR – after – process) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่ากิจกรรมเพื่อสังคม คือ การดำเนินกิจกรรม (activities) ของหน่วยงาน ซึ่งโดยมากเป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไร เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์แก่สังคมในด้านต่างๆ โดยกิจกรรมที่ดำเนินการนั้นมักแยกออกจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการ (process) โดยหลักของกิจการและเกิดขึ้นภายหลัง เช่น การแก้ไขเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ การแจกจ่ายสิ่งของช่วยบรรเทาสาธารณภัย การเป็นอาสาสมัครช่วยบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ ซึ่งกิจกรรมเพื่อสังคมเหล่านี้มักเป็นกิจกรรมที่อยู่นอกเหนือเวลาทำงานตามปกติ

2. ความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR – in – process) ซึ่งปัจจุบันมักเรียกกันว่าธุรกิจเพื่อสังคม คือ การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการทำงานหลักของกิจการ หรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกันหรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องครบถ้วนต่อผู้บริโภค การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่ในเวลาทำงานปกติของกิจการ

3. ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกระบวนการ (CSR – as – process) ซึ่งอาจเรียกว่าเป็นกิจการเพื่อสังคม เพื่อให้แตกต่างจากสองประเภทข้างต้นที่เป็นบทบาทขององค์กรธุรกิจโดยตรง กิจการในประเภทที่สามนี้ มักเป็นองค์กรที่ดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไรให้แก่ตนเอง กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อยังประโยชน์ให้แก่สังคมในทุกกระบวนการของกิจการ ตัวอย่างของกิจการที่อาจจัดอยู่ในข่ายนี้ ได้แก่ มูลนิธิ องค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชน และส่วนราชการต่างๆ อย่างไรก็ตาม กิจการเพื่อสังคมในความหมายเต็มของ CSR – as – process นั้นมีข้อแตกต่างจากหน่วยงานที่เรียกตัวเองว่า องค์กรที่ไม่แสวงหากำไร (non – profit organization) ตรงที่หน่วยงานที่ไม่แสวงหากำไร อาจอยู่ในสภาพที่ไม่มีกำไรให้ทั้งแก่ตนเองและแก่สังคม อันเนื่องมาจากการขาดกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ แต่สถานะของกิจการเพื่อสังคมนั้น เกิดจากการผสมผสานอุดมการณ์ในแบบนักพัฒนาสังคมเข้ากับการบริหารจัดการในแบบผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นการผนวกจุดแข็งระหว่างแผนงานของภาคประชาสังคมกับกระบวนการที่มีประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ ในอันที่จะสร้างให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคมโดยรวม ขณะเดียวกัน กิจการก็สามารถอยู่รอดได้ด้วยการพึ่งพาการดำเนินงานของตนเอง แทนการสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอกหรือได้รับการอุดหนุนจากภาษีของประชาชน เรียกว่า เป็นองค์กรที่หากำไรให้แก่

สังคม (Social profit organization) โดยที่เจ้าของกิจการเหล่านี้ มักเรียกตัวเองว่า เป็นผู้ประกอบการทางสังคม (Social entrepreneur)

การศึกษาการดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (วรพรรณ เอื้ออาภรณ์, 2554) พบว่า มีบริษัทที่รายงานการดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทบนเว็บไซต์จำนวน 137 แห่ง โดยมุ่งเน้นมิติด้านสังคม มิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านการศึกษา และมิติด้านเศรษฐกิจตามลำดับ และมีกระบวนการดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมหลังกระบวนการธุรกิจ (CSR – after – process) มากที่สุด นั่นคือการบริจาคหลังจากที่บริษัทมีผลกำไร รองลงมาคือ ในกระบวนการธุรกิจ (CSR – in – process) และเสมือนเป็นกระบวนการธุรกิจ (CSR – as – process)

จากที่กล่าวมาข้างต้น รูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนใหญ่จะปรากฏอยู่ในองค์กรภาคธุรกิจ ส่วนในสถาบันอุดมศึกษานั้นพบว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษาที่ไม่ได้แสวงหากำไร โดยรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาควรเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing - driven social initiatives) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม และการประกอบกิจการสถาบันอุดมศึกษาที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการมุ่งประเด็นไปที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร นักศึกษา และคู่แข่งเป็นหลัก (Iduwu, 2008)

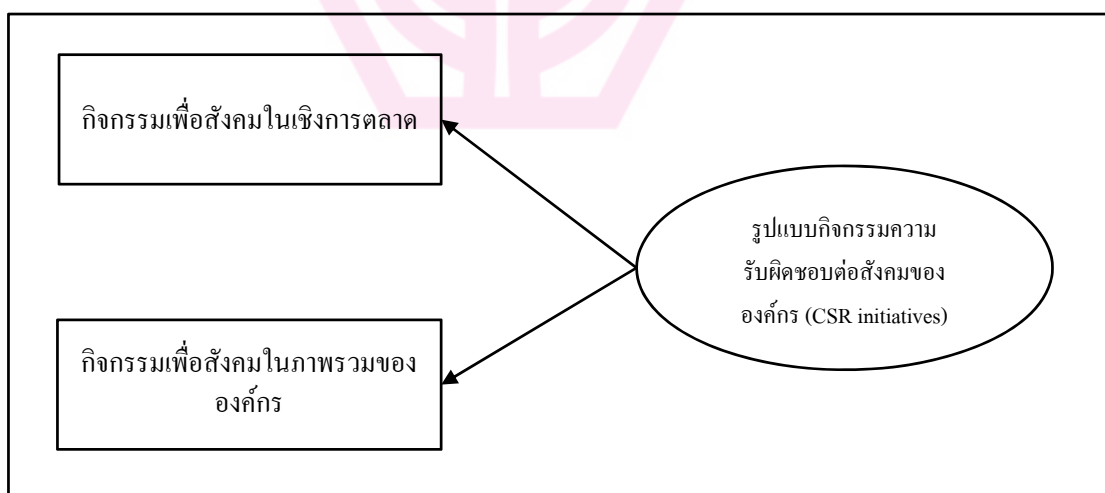
ตารางที่ 4 การสังเคราะห์หลักการ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR initiatives)

รูปแบบกิจกรรมความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	ชื่อผู้ทำวิจัย ปีที่ทำวิจัยหรือเผยแพร่																				รวม	
	2001 Bronn & Vrioni	2003 Porter & Kramer	2008 Farache, Perks, Wanderley & Filho	2008 Iduwu	2009 Giannarakis, Litinas & Theotokas	2009 Sohodol Bir, Karademirlioglu Suher & Alfinbasak	2010 J.C.D. & Kajendra	2010 Vangedal	2011 Anghel, Grigore & Rosca	2011 Lii	2011 Nrutukul	2012 Adiwijaya & Fauzan	2012 Dabbas & Al-rewashdeh	2012 Meechoobot & Ritrippant	2012 Serban, Iconaru, Macovei & Periu	2012 Zeynali & Safarnia	2551 สถาบันไทยพัฒนาฯ	2553 พงศ์รัตน์ย์ พลศรีเลิศ	2554 บุญพร ศิริทัศนะ และคณะ	2554 วรพรรณ เอื้ออากรณ์		
1. กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด	✓		✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	16
2. กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมของ องค์กร		✓				✓	✓		✓	✓		✓			✓				✓	✓		9
3. อาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือชุมชน							✓				✓									✓		3
4. การประกอบธุรกิจที่แสดงความ รับผิดชอบต่อสังคม				✓							✓		✓		✓	✓	✓		✓			6
5. การเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด										✓										✓		2
6. เป็นกระบวนการทางกลยุทธ์																	✓					1
7. กิจกรรมทางการตลาด				✓																		1
รวม	1	1	1	3	1	1	1	2	1	3	4	1	2	1	1	3	3	1	5	2		

จากการสังเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จากนักวิชาการและนักการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังตารางที่ 4 ที่แสดงออกมาในรูปแบบความถี่ จะเห็นได้ว่า กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่เป็นกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical framework) ที่ได้จากการสังเคราะห์มีจำนวนทั้งหมด 7 องค์ประกอบ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 20 เรื่อง ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์พิจารณาจากองค์ประกอบที่มีความถี่ร้อยละ 45 ของการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ในที่นี้คือความถี่ตั้งแต่ 9 เรื่องขึ้นไป) ได้องค์ประกอบตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ได้จำนวน 2 องค์ประกอบ คือ กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด และกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจากองค์กรต่างๆ ทั่วโลกยังพบความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันในเรื่องรูปแบบของกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ว่ากิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กรจะต้องสนับสนุนรูปแบบของกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาดด้วย (Niruttikul, 2011; และ Dabbas & Alrewashdeh, 2012)

ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจึงสามารถแสดงกรอบแนวคิดองค์ประกอบรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้ ดังภาพประกอบที่ 8



ภาพประกอบที่ 8 องค์ประกอบตัวชี้วัดรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

#### ตอนที่ 4 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดหลักการของข้อตกลงของโลกแห่งองค์การสหประชาชาติ (UN Global compact) (United Nations, 2012) ที่กล่าวถึงความรับผิดชอบต่อร่วมกันของทุกองค์กรว่าเกี่ยวข้องกับขอบเขตต่างๆ 3 ด้านคือ ขอบเขตทางสังคม ขอบเขตทางสิ่งแวดล้อม และขอบเขตทางเศรษฐกิจ

ขอบเขตทางสังคม หมายถึง สภาพการทำงานของพนักงาน/บุคลากร นโยบายการทำงานที่หลากหลาย การเจรจาทางสังคม การรวมตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การฝึกอบรม การกำกับดูแลกิจการ เป็นต้น ขอบเขตทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง การขนส่ง การเดินทาง อาคาร สถานที่ นโยบายการจัดซื้อ นโยบายความรับผิดชอบต่อซึ่งเกี่ยวข้องกับการลดปริมาณของก๊าซเรือนกระจก การปล่อยมลพิษ ฯลฯ และขอบเขตทางเศรษฐกิจ หมายถึง การครอบครองพื้นที่ นโยบายในการลงทุน การดำเนินธุรกิจสีเขียว การสนับสนุนให้ชุมชนมีการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ฯลฯ ซึ่งองค์กรต่างๆ ทั่วโลกจะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้หลักสากล 10 ประการใน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่

##### 1. เรื่องสิทธิมนุษยชน (Human rights) (หลักสากลประการที่ 1 – 2)

หลักสากลประการที่ 1 องค์กรจะต้องให้การสนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชนในระดับสากล ตามขอบเขตอำนาจที่เอื้ออำนวย

หลักสากลประการที่ 2 องค์กรจะต้องตรวจตราดูแลมิให้องค์กรของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน

##### 2. เรื่องมาตรฐานแรงงานสากล (Labor force) (หลักสากลประการที่ 3 – 6)

หลักสากลประการที่ 3 องค์กรจะต้องส่งเสริมสนับสนุนเสรีภาพในการเข้าร่วมหรือการเป็นสมาชิกของสหภาพและรับรองสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรอง

หลักสากลประการที่ 4 ต้องไม่กดขี่และใช้แรงงานแบบบังคับในทุกรูปแบบ

หลักสากลประการที่ 5 ต้องไม่มีการใช้แรงงานเด็กโดยสิ้นเชิง

หลักสากลประการที่ 6 ต้องขจัดความเหลื่อมล้ำ งดการเลือกปฏิบัติเรื่องการว่าจ้างแรงงาน และการประกอบอาชีพ

##### 3. เรื่องสิ่งแวดล้อม (Environment) (หลักสากลประการที่ 7 – 9)

หลักสากลประการที่ 7 องค์กรจะต้องสนับสนุนแนวทางในการป้องกัน การระแวดระวังเกี่ยวกับการดำเนินงานที่อาจจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

หลักสากลประการที่ 8 อาสาในการจัดทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ที่จะสนับสนุนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

หลักสากลประการที่ 9 ส่งเสริมการพัฒนาและเผยแพร่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

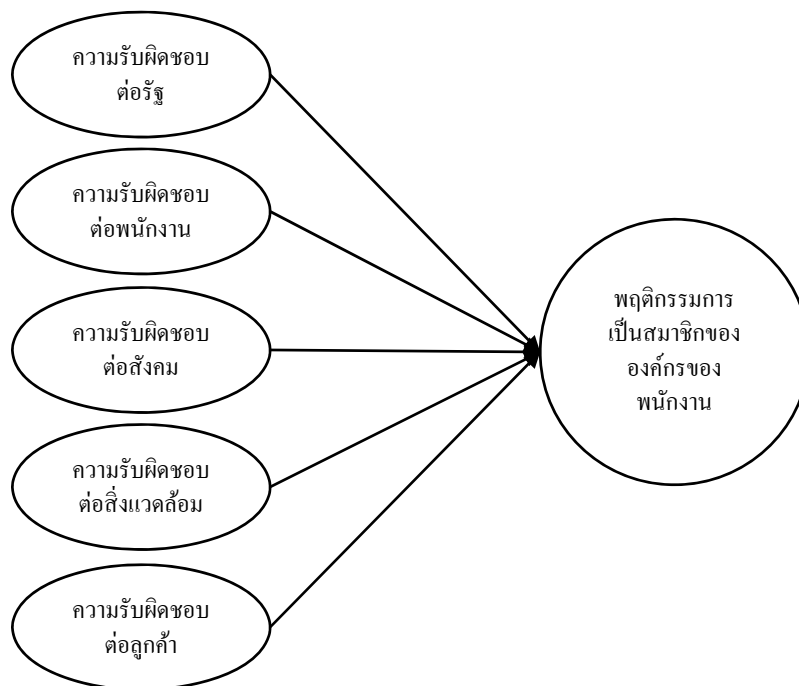
#### 4. เรื่องการต่อต้านการทุจริต (Anti - corruption) (หลักสากลประการที่ 10)

หลักสากลประการที่ 10 องค์กรจะต้องต่อต้านการทุจริต คอรัปชันในทุกรูปแบบ รวมไปถึงการคุกคาม บู่เชิญ กรร โชก และการติดสินบนในทุกรูปแบบ

ในปัจจุบันพบว่า องค์กรต่างๆ ในโลกให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมโดยใช้ข้อตกลงของโลกแห่งองค์การสหประชาชาติเป็นเกณฑ์ในการประกอบกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Cetindamar & Husoy, 2007; และ Arevalo & Aravind, 2010) อาทิ ในประเทศตุรกี (Mac & Calis, 2011) องค์กรธุรกิจจะเน้นในเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาสิ่งแวดล้อมและปัญหาของผู้บริโภค ส่วนในประเด็นการปฏิบัติด้านแรงงานส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของการปฏิบัติในภาพรวมมากกว่าปัจเจกบุคคลสำหรับองค์กรในประเทศที่เป็นสมาชิกสหภาพยุโรป (Herrmann, 2004) จะนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาใช้แทรกซึมกลยุทธ์และแกนธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับการปกป้องสิทธิมนุษยชนและให้มั่นใจว่าแรงงานมีการก่อตั้งที่มีมาตรฐาน มีการป้องกัน และมีการบังคับใช้กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมจะนำไปสู่การทำกำไรอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพผ่านสถานที่และการเก็บรักษาของแรงงานที่มีฝีมือและความมั่นคงของทรัพยากรสิ่งแวดล้อม

สำหรับประเทศไทย (พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ, 2554) พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจการเงิน การธนาคาร จะตระหนักเรื่องความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งมีหน้าที่ในการช่วยเหลือสังคมและพัฒนาสภาพแวดล้อมของชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องต่อไปนี้ คือ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

ในขณะเดียวกัน มีผู้เสนอหลักการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรด้วยรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในประเด็นที่แตกต่างออกไป (Abdullah & Rashid, 2012) กล่าวคือ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีต่อรัฐ ต่อพนักงาน ต่อสังคม ต่อสภาพแวดล้อมและต่อลูกค้าตามลำดับ ดังภาพประกอบที่ 9



**ภาพประกอบที่ 9** การดำเนินงานขององค์กรด้วยรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกขององค์กรของพนักงาน ปรับปรุงจาก Abdullah & Rashid (2012)

### การบริหารจัดการสถาบันอุดมศึกษา

การบริหารจัดการงบประมาณหรือมิติด้านเศรษฐกิจขององค์กรอุดมศึกษามีความสำคัญอย่างสูงต่อการดำเนินงานและการอยู่รอดขององค์กรในยุคโลกาภิวัตน์ จากรายงานการประชุมระดับโลกด้านการอุดมศึกษาของยูเนสโก เรื่องอุดมศึกษาในศตวรรษที่ 21 วิสัยทัศน์และการปฏิบัติ (ทบวงมหาวิทยาลัย, 2541) กล่าวถึงการจัดการและการเงินของอุดมศึกษาว่า สถาบันอุดมศึกษาต้องปรับตัวเองให้มีความยืดหยุ่น เน้นวิธีการและกระบวนการ การดำเนินงานใหม่ๆ ดำเนินงานในเชิงธุรกิจ (Entrepreneurship) มากขึ้น ตลอดจนมีการบริหารจัดการงบประมาณอย่างฉลาด นอกจากนี้ยังได้ระบุต่อไปว่า สถาบันอุดมศึกษาจำเป็นต้องบริหารการงบประมาณเชิงธุรกิจ ให้ความสนใจกับกฎระเบียบของตลาด แสวงหาแนวทางใหม่ในการจัดการงบประมาณ ซึ่งสะท้อนความต้องการของโลกและต้องมีอิสระในการใช้งบประมาณพิเศษ

ในการนี้ องค์กรศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ UNESCO ได้กล่าวถึงการจัดการและการเงิน (Management and financing) ของอุดมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ไว้ โดยระบุว่าสิ่งท้าทายการจัดการและการเงินประกอบด้วยประเด็นดังต่อไปนี้ (กองวิเทศสัมพันธ์ สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย, 2542)

1. อัตราการเพิ่มของจำนวนนักเรียนที่ต้องการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา และความต้องการที่หลากหลายของนักศึกษา

2. การจัดการการศึกษาระดับอุดมศึกษาให้เพียงพอกับความต้องการของสังคม

3. การจัดหางบประมาณสนับสนุนควรแสวงหาจากแหล่งประมาณอื่นๆ มีการจัดการงบประมาณแบบมีประสิทธิผลคุ้มค่า (cost – sharing)

4. การศึกษาเพื่อประชาธิปไตยซึ่งต้องอาศัยภาวะผู้นำ

ประเด็นที่ควรคำนึงในการจัดการและการบริหารงบประมาณสถาบันอุดมศึกษาในยุคศตวรรษที่ 21 ได้แก่

1. ความเท่าเทียมโอกาสทางการศึกษาระดับอุดมศึกษา

2. ความสมดุลระหว่างเป้าหมายของชาติกับความเป็นอิสระของมหาวิทยาลัย และกับความต้องการของปัจเจกบุคคล

3. การกำหนดสัดส่วนความรับผิดชอบด้านงบประมาณอุดมศึกษาระหว่าง รัฐ นักศึกษา และภาคอื่นๆ ของสังคม

4. การวางระบบอุดมศึกษาไว้ในระบบการศึกษาของโลก และ

5. การรักษาคุณภาพของอุดมศึกษาในมุมมองของการจัดวางระบบ

ทั้งนี้ รัฐต้องตระหนักถึงความต้องการดังกล่าวและมหาวิทยาลัยต้องปรับตนเองให้ยืดหยุ่นเน้นวิธีการและกระบวนการดำเนินงานใหม่ ดำเนินงานโดยอาศัยทักษะเชิงประกอบการ (entrepreneurship) มากขึ้น มีการบริหารการจัดงบประมาณอย่างชาญฉลาด คุณภาพการศึกษาต้องควบคู่กับความเป็นอิสระและตรวจสอบได้ มีภาวะผู้นำที่น่าเชื่อถือ แสวงหาความเป็นเลิศทางการวิจัย และขยายความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับนักศึกษาสำหรับการจัดหาเงินของอุดมศึกษานั้น สถาบันอุดมศึกษาต้องแสวงหาแหล่งงบประมาณใหม่ และปรับปรุงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่แหล่งงบประมาณจะมาจากนักศึกษา ค่าเล่าเรียน ค่าธรรมเนียมการสอบ ค่าธรรมเนียมการพักอาศัย การรับจ้างทำวิจัย ฝึกอบรมและบริการที่ปรึกษาวิชาชีพทางปัญญา การลงทุนที่ให้ผลตอบแทน การรับบริจาค ความช่วยเหลือจากต่างประเทศ และแหล่งอื่นๆ มหาวิทยาลัยต้องมีการบริหารจัดการงบประมาณ ให้ความสนใจกับกฎระเบียบของตลาด และแสวงหาแนวทางใหม่ในการจัดงบประมาณ จากรายงานที่ประชุมนี้จึงสรุปได้ว่าควรนำการตลาดไปใช้กับอุดมศึกษาเพื่อการจัดหาเงินของสถาบัน

ไพทอร์ย์ ลินลาร์ตัน (2542) ได้เสนอว่า สถาบันอุดมศึกษาต้องมีระบบการพัฒนารายได้ของสถาบัน โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่รายได้หลักจากงบประมาณของรัฐ และได้นำเสนอแนวทางการหารายได้ของสถาบัน ที่เสนอโดยผู้เชี่ยวชาญของยูเนสโก ได้แก่ การให้บริการทางวิชาการ การขายผลิตภัณฑ์ทางวิชาการ การให้เช่าอาคารสถานที่ การบริการหอพัก อาคาร และการประชุมสัมมนา ค่าโฆษณาภายในสถาบัน การขายบริการต่างๆ ภายในสถาบัน การ



นำวัสดุมาสร้างคุณค่าใหม่ งานพิธีการ การเป็นตัวกลาง บริการสื่อใหม่ การลงทุน ตามแนวทางการหารายได้ดังกล่าวนี้เป็นแนวทางที่เกี่ยวกับการตลาด และจำเป็นต้องมีหน่วยงานเฉพาะขึ้นมาเพื่อประสานงานการหารายได้ของสถาบันโดยตรง

### หลักการจัดการสถาบันอุดมศึกษาของ Knowles

Knowles (1970) ได้เสนอแนวทางการจัดการสถาบันอุดมศึกษาเป็นสองหมวดคือ การบริหารทั่วไป และการจัดการบริหารงานทางวิชาการ ซึ่งการจัดการบริหารทั่วไป ประกอบด้วย การกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับ การจัดองค์การบริหารภายในสถาบัน การวางแผนของหน่วยงาน การบริหารงานทั่วไป ความสัมพันธ์ต่อชุมชน งานบุคลากรและเจ้าหน้าที่ งานอาคารและสถานที่ การจัดทำงบประมาณและการจัดหาทุน ส่วนการจัดการบริหารงานวิชาการ ประกอบด้วย การทำระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับงานด้านวิชาการ การบริหารงานวิชาการและบริหารหลักสูตร การรับนักศึกษาเข้า ทรัพยากรการเรียนการสอน การจัดการศึกษาผู้ใหญ่ การบริหารงานอาจารย์ งานกิจการนักศึกษา งานกีฬาและพัฒนาการนิสิตนักศึกษา งานสุขภาพและอนามัย งานด้านศาสนา องค์การบริหารสัมพันธ์

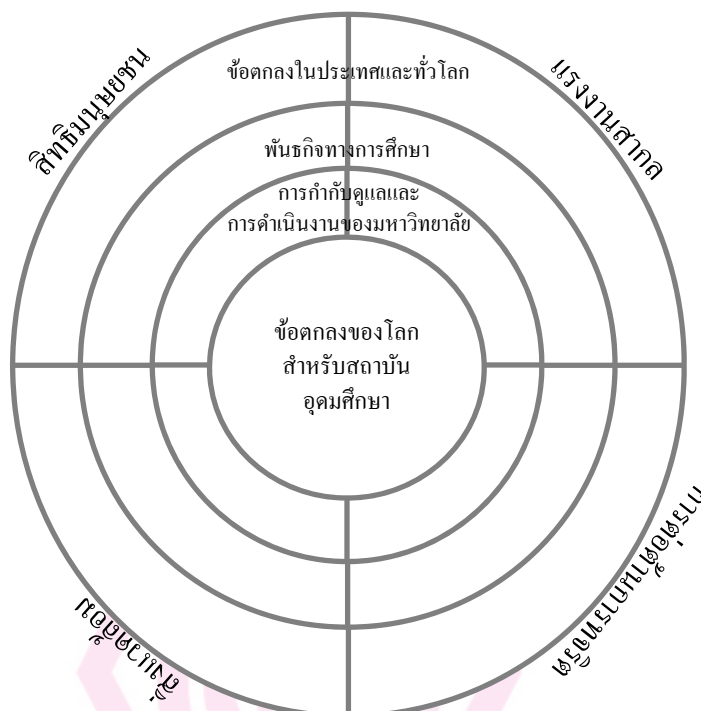
จากหลักการจัดการศึกษาของ Knowles พบว่าการตลาดต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่ตามหลักการ ได้แก่ งานด้านชุมชนสัมพันธ์ การจัดหาทุน และการรับนักศึกษาเข้าเรียน ซึ่งหมายถึงสถาบันอุดมศึกษาควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนรู้จัก เชื่อใจ และไว้วางใจตลอดจนควรโฆษณา แนะนำการศึกษา หรือส่งเสริมการตลาด เพื่อให้มีผู้มาสมัครเรียน

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดข้อตกลงของโลกแห่งองค์การสหประชาชาติสำหรับสถาบันอุดมศึกษา (United Nations Global Compact for Higher Education Institutions) (United Nations, 2012) ได้รับการกำหนดขึ้นในปี ค.ศ. 2012 เพื่อส่งเสริมการยอมรับและการดำเนินกิจการของสถาบันอุดมศึกษาจากทั่วโลกแบบองค์รวม ทั้งนี้องค์การสหประชาชาติได้สร้างและเผยแพร่เครื่องมือที่ใช้เป็นกรอบในการดำเนินกิจการของสถาบันอุดมศึกษาทั่วโลกในการแสดงความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา (Corporate Social Responsibility in Higher Education Institutions) ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกันระดับแรกของทุกองค์กรจะเกี่ยวข้องกับขอบเขตต่างๆ 3 ด้าน ได้แก่ ขอบเขตทางสังคม ขอบเขตทางสิ่งแวดล้อม และขอบเขตทางด้านเศรษฐกิจ

ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาในระดับต่อมาคือ ความรับผิดชอบต่อสังคมในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อประชาชน รวมถึงการตัดสินใจ การบริหารจัดการอย่างมีอาชีพ มีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นองค์กรที่มีจริยธรรม เพื่อเป็นการสร้างทักษะและพฤติกรรมที่ดีเพื่อช่วยพัฒนานักศึกษาในโลกอย่างยั่งยืนในอนาคต

สถาบันอุดมศึกษาจะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้หลักสากล 10 ประการ ในรูปของวงกลมที่มีอิทธิพล กล่าวคือ การกำหนดกิจกรรมในแง่ของการกำกับดูแลกิจการที่มหาวิทยาลัยพึงปฏิบัติและดำเนินงานในฐานะสถาบันอุดมศึกษาที่ครอบคลุมพันธกิจทางการศึกษาจนถึงอิทธิพลที่มีต่อสังคม สภาพแวดล้อม และเศรษฐกิจ ดังภาพประกอบที่ 10



**ภาพประกอบที่ 10** วงกลมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจการของสถาบันอุดมศึกษา (The Global Compact's ten principles with sphere of influence) ปรับปรุงจาก United Nations (2012)

แนวคิดหลักของข้อตกลงของโลกแห่งองค์การสหประชาชาติ (United Nations Global Compact) ที่นำมาประยุกต์ใช้กับสถาบันอุดมศึกษานั้นเป็นขั้นตอนการปฏิบัติที่สถาบันอุดมศึกษาใช้ในการดำเนินกิจการซึ่งครอบคลุมขอบเขตด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ โดยหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา (Corporate Social Responsibility in Higher Education Institutions) ดังกล่าวจะมีข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น ภายใต้พื้นฐานของหลักสากล 10 ประการสำหรับสถาบันอุดมศึกษา (The Ten Principles in Higher Education) ใน 4 ประเด็นหลัก ที่นำไปใช้กับองค์กรอื่นๆ ทั่วโลก ได้แก่

1. เรื่องสิทธิมนุษยชน (Human rights) (หลักสากลประการที่ 1 – 2)

หลักสากลประการที่ 1 สถาบันอุดมศึกษาจะต้องให้การสนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชนในระดับสากล ตามขอบเขตอำนาจที่เอื้ออำนวย

หลักสากลประการที่ 2 สถาบันอุดมศึกษาจะต้องตรวจตราดูแลมิให้องค์กรของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับกบฏและการละเมิดสิทธิมนุษยชน

2. เรื่องมาตรฐานแรงงานสากล (Labor force) (หลักสากลประการที่ 3 – 6)

หลักสากลประการที่ 3 สถาบันอุดมศึกษาจะต้องส่งเสริมสนับสนุนเสรีภาพในการเข้าร่วมหรือการเป็นสมาชิกของสหภาพและรับรองสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรอง

หลักสากลประการที่ 4 ต้องไม่กดขี่และใช้แรงงานแบบบังคับในทุกรูปแบบ

หลักสากลประการที่ 5 ต้องไม่มีการใช้แรงงานเด็กโดยสิ้นเชิง

หลักสากลประการที่ 6 ต้องขจัดความเหลื่อมล้ำ การเลือกปฏิบัติเรื่องการว่าจ้างแรงงาน และการประกอบอาชีพ

3. เรื่องสิ่งแวดล้อม (Environment) (หลักสากลประการที่ 7 – 9)

หลักสากลประการที่ 7 สถาบันอุดมศึกษาจะต้องสนับสนุนแนวทางในการป้องกัน การระแวดระวังเกี่ยวกับการดำเนินงานที่อาจจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

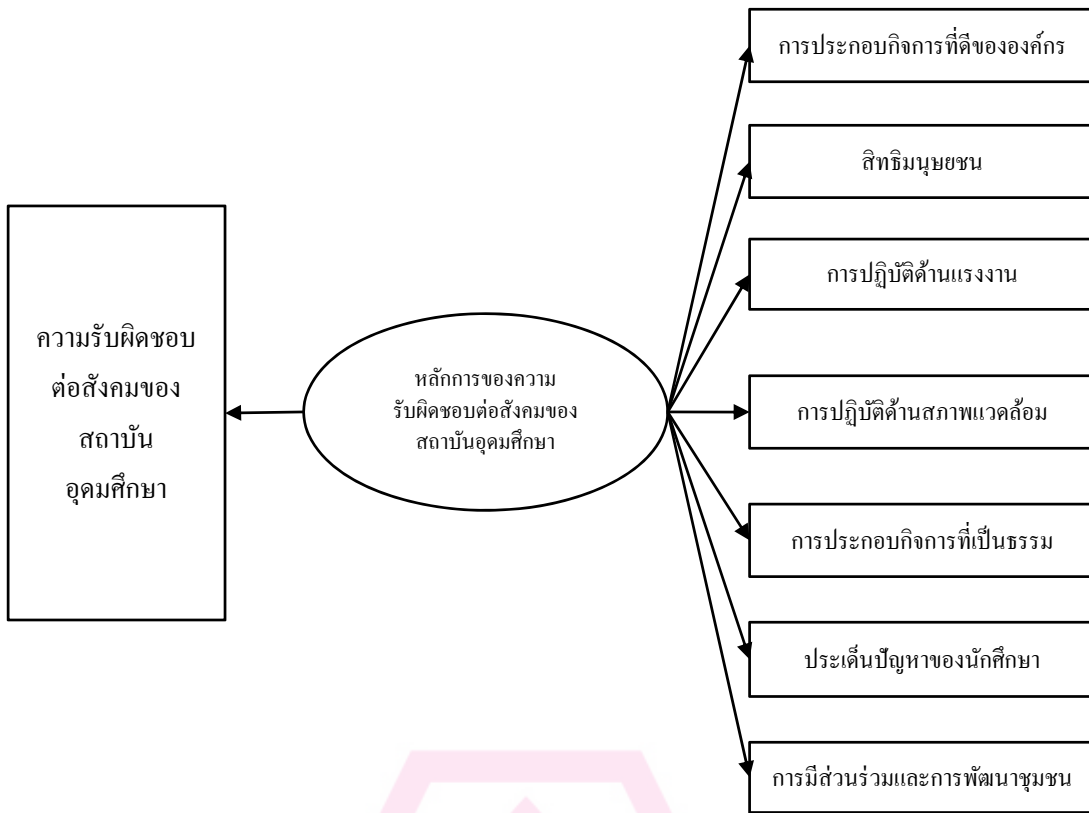
หลักสากลประการที่ 8 อาสาในการจัดทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ที่จะสนับสนุนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

หลักสากลประการที่ 9 ส่งเสริมการพัฒนาและเผยแพร่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

4. เรื่องการต่อต้านการทุจริต (Anti - corruption) (หลักสากลประการที่ 10)

หลักสากลประการที่ 10 สถาบันอุดมศึกษาจะต้องต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชันในทุก รูปแบบ รวมไปถึงการคุกคาม ขู่เข็ญ กรรโชก และการติดสินบนในทุกรูปแบบ

ในปัจจุบันพบว่าสถาบันการศึกษาทั่วโลกได้ให้ความสำคัญการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Nejati, Shafael, Salamzadeh & Yashar, 2011) โดยหลักการของความรับผิดชอบต่อสังคม จะครอบคลุมเนื้อหาด้านการประกอบกิจการที่ดีขององค์กร สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเป็นธรรม และปัญหาของผู้บริโภค (ผู้บริโภคในที่นี้ หมายถึงนิสิตนักศึกษาของมหาวิทยาลัย) ดังภาพประกอบที่ 11



**ภาพประกอบที่ 11** การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา ปรับปรุงจาก Common CSR practices of studied universities (Nejati, Shafael, Salamzadeh & Yashar, 2011)

สำหรับประเทศต่างๆ ปัจจัยของความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษานั้นจะแตกต่างกันเรื่ององค์ประกอบ ขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละประเทศเป็นหลัก (Kashyap, Mir & Mir, 2004) อาทิ ในประเทศปากีสถาน (Nadeem & Kakakhel, 2013) ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย และสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ จะให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งจะส่งผลต่อการรับรู้และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย โดยพิจารณากลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้มหาวิทยาลัยทันสมัยและมีแรงขับเคลื่อนซึ่งจุดมุ่งหมายสูงสุด คือสามารถชื่อเสียงให้เป็นที่ยอมรับได้ มหาวิทยาลัยจะต้องใส่ใจต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากขึ้น โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง นักแสดง หรือหน่วยงานต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อมหาวิทยาลัยโดยตรงหรือโดยอ้อม ถ้ามหาวิทยาลัยสามารถจัดการกับความกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ก็จะช่วยในการรักษาตำแหน่งทางตลาดของมหาวิทยาลัยและจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถวางแผนและจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมกับความกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของมหาวิทยาลัย

ในประเทศฟิลิปปินส์ (Valdez, 2012) การประกอบธุรกิจสถานศึกษาเอกชน จะเน้นความเป็นสถาบันที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลัก โดยกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ในกลยุทธ์ทางธุรกิจ สถานศึกษาแสดงจุดยืนในความจริงจังที่จะจัดทำโครงการดูแลและตอบสนองสังคมชุมชนพันธมิตรในการดำเนินการที่มีความหมายด้วยรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน ซึ่งมีผลต่อการเพิ่มภาพลักษณ์มากขึ้น สร้างความภาคภูมิใจขององค์กรจากภายใน และช่วยสร้างความนิยมให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มผลประโยชน์ และคนอื่นๆ

ในประเทศอินเดีย (Chopra & Marriya, 2013) มีการปรับโครงสร้างทางการศึกษาในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นระดับประถม ระดับมัธยม ตลอดจนระดับอุดมศึกษา เพื่อให้สอดคล้องกับธุรกิจ ในสังคมขนาดใหญ่ จะต้องคำนึงถึงผู้บริโภคคือนักศึกษาเป็นหลัก โดยการจัดอบรมและฝึกทักษะให้ได้อย่างสม่ำเสมอ โดยบทบาทของความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการศึกษาจะช่วยลดช่องว่างของทักษะด้วยการทดลอง และการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงไปพร้อมกัน และจะทำให้บุคคล บริษัท และสังคมวงกว้างได้รับประโยชน์ ซึ่งถือเป็นกระบวนการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการศึกษา

สำหรับประเทศโรมาเนีย (Burcea & Marinescu, 2011) ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาจะไม่แตกต่างไปจากความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยที่ทั้งมหาวิทยาลัยและองค์กรจะต้องตอบสนองความเป็นจริงในเรื่องของสภาพแวดล้อมและสังคม บทบาทหลักของมหาวิทยาลัยคือการให้บริการสังคม ซึ่งปัจจัยหลักของความรับผิดชอบต่อสังคมที่โดดเด่นอย่างเห็นได้ชัด คือการมีส่วนร่วมในเรื่องของการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม การติดตั้งอุปกรณ์ทำความสะอาดหรือการนำขยะกลับมาใช้ใหม่โดยไม่ผ่านกระบวนการแปรสภาพใดๆ ความซื่อสัตย์สุจริต และความมีคุณภาพ ตลอดจนการให้บริการ สร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับชุมชน

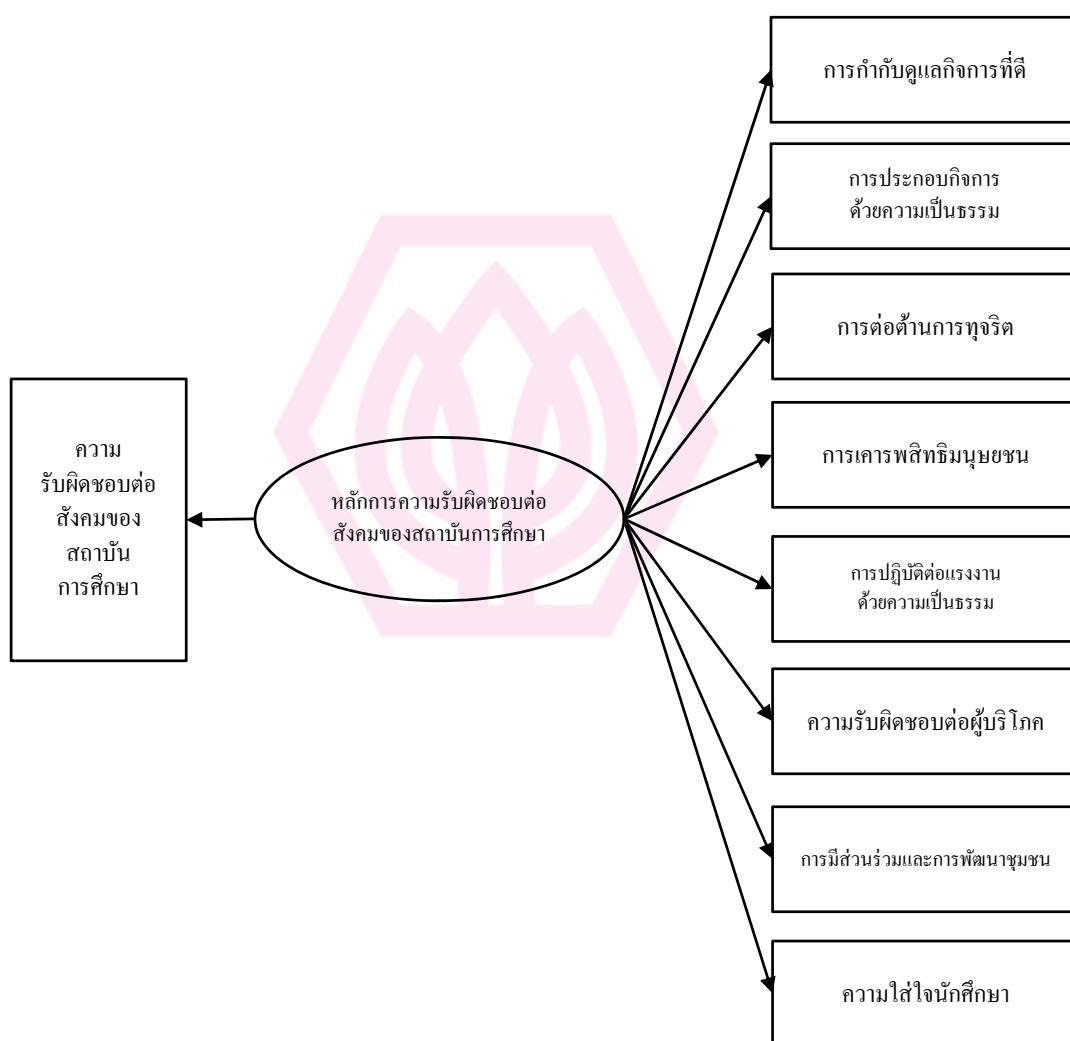
สำหรับประเทศญี่ปุ่น (Karima, Oshima & Yamamoto, 2006) มหาวิทยาลัยโตเกียว จะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเน้นให้บุคลากรและผู้บริหารศึกษาต้องมีความรู้ความเข้าใจที่เพียงพอ มีทัศนคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้ปัจจัยของความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องของ แนวคิดและความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม จริยธรรมทางสังคม และศีลธรรมของสถาบันอุดมศึกษา การบริหารทรัพยากรมนุษย์ สิทธิมนุษยชน ความปลอดภัยและสุขภาพในแวดวงการศึกษาและความกังวลต่างๆ เกี่ยวกับความปลอดภัยด้านสิ่งแวดล้อม บนพื้นฐานของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ตารางเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) และ ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (USR) (Karima, Oshima, & Yamamoto, 2006)

CSR	USR
<b>เศรษฐกิจ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับผู้มีส่วนได้เสีย</li> <li>• ดำเนินงานตามมาตรฐาน</li> <li>• การให้บริการผลิตภัณฑ์และบริการ</li> <li>• ส่งเสริมความคิดริเริ่มของผู้ประกอบการ</li> </ul>	<b>การศึกษาและวิจัย</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</li> <li>• ดำเนินงานตามมาตรฐาน</li> <li>• การให้การศึกษาและการวิจัยที่ดีที่สุด</li> <li>• ส่งเสริมวิชาการ อุดสาหกรรมการศึกษา และความคิดริเริ่มทางเศรษฐกิจ</li> </ul>
<b>สังคม</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การจัดการทรัพยากรมนุษย์</li> <li>• สุขภาพและความปลอดภัยในที่ทำงาน</li> <li>• ชุมชนท้องถิ่น</li> <li>• สิทธิมนุษยชน</li> </ul>	<b>สังคม</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การจัดการทรัพยากรมนุษย์</li> <li>• สุขภาพและความปลอดภัยในด้านการศึกษา และการวิจัย</li> <li>• ชุมชนท้องถิ่น</li> <li>• สิทธิมนุษยชน</li> </ul>
<b>สภาพแวดล้อม</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การจัดการภายในของผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ</li> <li>• การใส่ใจในสภาพแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น</li> <li>• การใส่ใจในสภาพแวดล้อมของโลก</li> </ul>	<b>สภาพแวดล้อม</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การจัดการภายในของผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ</li> <li>• การใส่ใจในสภาพแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น</li> <li>• การใส่ใจในสภาพแวดล้อมของโลก</li> </ul>

ส่วนประเทศในกลุ่มอาเซียน (ASEAN University Network, 2009) ได้กำหนดแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืนของมหาวิทยาลัยในกลุ่มอาเซียน ที่ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การเรียนการสอนการวิจัยและวิชาการ ซึ่งรวมถึงวิธีการที่มหาวิทยาลัยให้บริการวิชาการโดยใช้ความเชี่ยวชาญของบุคลากรและปรับกลยุทธ์ของการประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อการแก้ปัญหาทางสังคม การกำกับดูแลกิจการของมหาวิทยาลัย จะเน้นเกี่ยวกับการจัดการองค์กรและการบริหารงาน การมีส่วนร่วมต่อชุมชนเพื่อช่วยปรับปรุงมาตรฐานของการดำรงชีวิต ตลอดจนการจัดการกับปัญหาในท้องถิ่นและช่วยให้ผลกระทบเชิงบวกในสังคมในวงกว้าง รวมถึงการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัย

สำหรับประเทศไทย เรื่องการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการศึกษา โดยคำนึงถึงปัจจัยของความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นจะต้องประกอบด้วย (ไพฑูรย์ สินลารัตน์ และคณะ, 2554; ศุภรัตน์ รัตนमुखย์, 2554; และคณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2555) การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม การต่อต้านทุจริต การเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การจัดการสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน และความใฝ่ใจนักศึกษา ดังภาพประกอบที่ 12



ภาพประกอบที่ 12 หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการศึกษา (ปรับปรุงจาก ไพฑูรย์ สินลารัตน์ และคณะ, 2554; ศุภรัตน์ รัตนमुखย์, 2554; และคณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอน และการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2555)

ตารางที่ 6 การสังเคราะห์หลักการ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR principles)

หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	ชื่อผู้ทำวิจัย ปีที่ทำวิจัยหรือเผยแพร่													รวม ความดี			
	2004 Herrmann	2004 Kashyap, Mir & Mir	2006 Karima, Oshima & Yamamoto	2007 Cetindamar & Husoy	2010 Arevalo & Aravind	2011 Burcea & Marinescu	2011 Mac & Calis	2011 Nejadi, Shafael, Salamzadeh & Vachar	2012 Abdullah & Dashid	2012 Valdez	2013 Chopra & Marriya	n.d. AUN USR & S	2554 พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ		2554 ไพฑูรย์ ตันลารัตน์และคณะ	2554 สุภรัตน์ รัตนमुखย์	2555 คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนาตราสารฯ
1. สิทธิมนุษยชน (Human rights)	✓	✓	✓		✓			✓			✓		✓	✓	✓	✓	9
2. มาตรฐานแรงงานสากล (Labor force)			✓		✓		✓	✓	✓		✓		✓		✓	✓	9
3. สิ่งแวดล้อม (Environmental)	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓		12
4. การต่อต้านการทุจริต (Anti-corruption)					✓											✓	2
5. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		✓		✓													2
6. มาตรฐานทางจริยธรรม		✓	✓	✓		✓											4
7. การปฏิบัติตามมาตรฐาน			✓														1
8. การประหยัดพลังงานและทรัพยากร/การรีไซเคิล			✓														1
9. การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน						✓	✓	✓		✓		✓	✓		✓	✓	8
10. ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา							✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	8

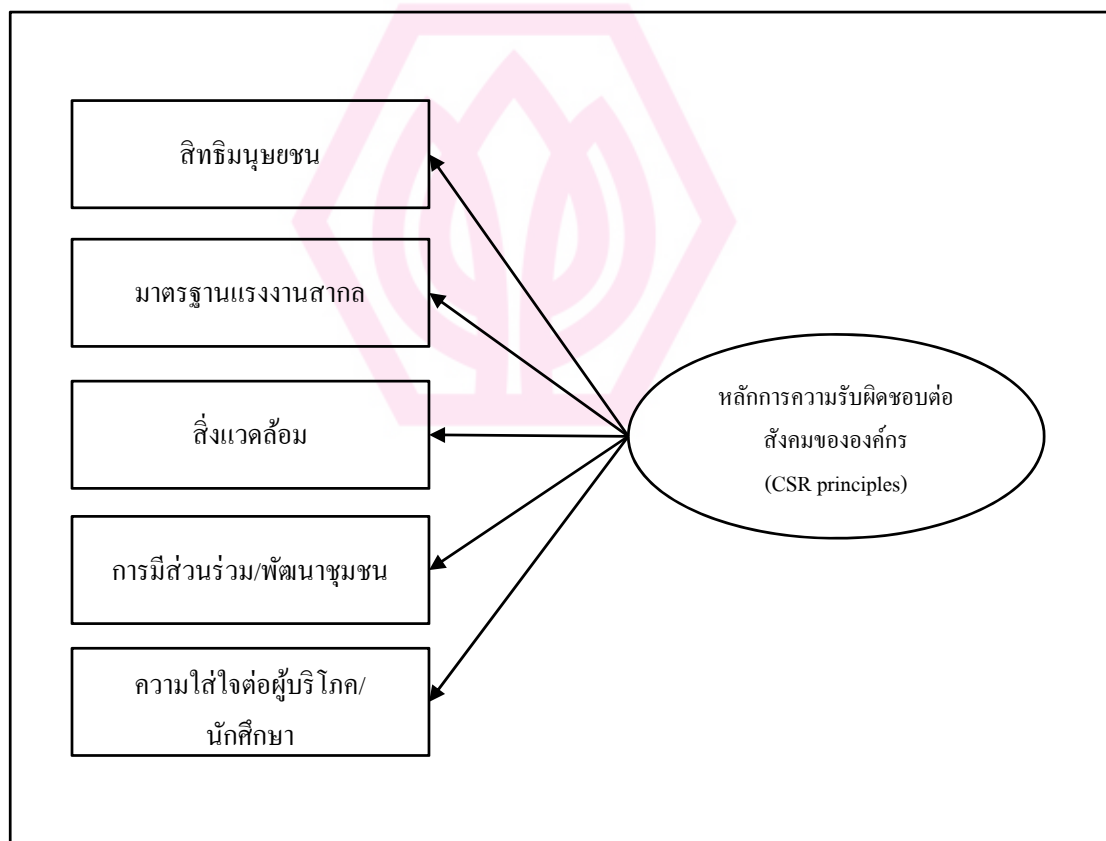


ตารางที่ 6 (ต่อ)

หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	ชื่อผู้ทำวิจัย ปีที่ทำวิจัยหรือเผยแพร่	2004	2004	2006	2007	2010	2011	2011	2011	2012	2012	2013	n.d.	2554	2554	2554	2555	รวม
		Herrmann	Kashyap, Mir & Mir	Karima, Oshima & Yamamoto	Cetindamar & Husoy	Arevalo & Aravind	Burcea & Marinescu	Mac & Calis	Nejati, Shafael, Salamzadeh & Vachar	Abdullah & Dashid	Valdez	Chopra & Marriya	AUN USR & S	พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ	ไพฑูริย์ สันถาวรตันและคณะ	สุกรีรัตน์ รัตนमुखย์	คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนาตราสารฯ	
11. การกำกับดูแลกิจการที่ดี									✓				✓	✓		✓	✓	5
12. การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม									✓					✓		✓	✓	4
13. ความรับผิดชอบต่อรัฐ										✓								1
14. ดูแลสังคมแก้ปัญหาสังคม										✓	✓		✓	✓	✓			5
15. การจัดการกับปัญหาท้องถิ่น													✓					1
16. ความรับผิดชอบต่อตนเอง															✓			1
17. ความรับผิดชอบต่อวัฒนธรรม															✓			1
		รวม	2	3	6	3	4	3	4	7	5	3	3	5	8	4	7	7

จากการสังเคราะห์ หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จากนักวิชาการและนักการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังตารางที่ 6 ที่แสดงออกมาในรูปความถี่ จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบของหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่เป็นกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical framework) ที่ได้จากการสังเคราะห์มีจำนวนทั้งหมด 17 องค์ประกอบ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 17 เรื่อง ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์พิจารณาจากองค์ประกอบที่มีความถี่ร้อยละ 45 ของการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ในที่นี้คือความถี่ตั้งแต่ 8 เรื่องขึ้นไป) ได้องค์ประกอบตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดเกี่ยวกับเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ได้จำนวน 5 องค์ประกอบ คือ สิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงานสากล สิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค/นักศึกษา

ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จึงสามารถแสดงกรอบแนวคิดองค์ประกอบหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้ ดังภาพประกอบที่ 13



ภาพประกอบที่ 13 องค์ประกอบตัวชี้วัดหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

## สรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิวัฒนาการ ทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเด็นต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้แสดงกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไว้ดังนี้ไว้ในบทที่ 1 ภาพประกอบที่ 1

ผู้วิจัยได้พัฒนาและประยุกต์แนวทางทางการศึกษาวิจัยจากแนวคิด ทฤษฎี และการวัดค่าตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศจึงสร้างเป็นกรอบแนวคิดทางการวิจัยขึ้นบนพื้นฐานของการประยุกต์ทฤษฎีและการวิจัยเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Carroll (1991) ที่กำหนดมิติความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรพึงกระทำ แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการตลาดและองค์กรยุคใหม่ด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Kotler, Hessekiel & Lee (2012) ที่ใช้ในการกำหนดรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และแนวคิดเกี่ยวข้องกับข้อตกลงของโลกแห่งองค์การสหประชาชาติสำหรับสถาบันอุดมศึกษา (United Nations Global Compact for Higher Education Institutions) (United Nations, 2012) ที่เสนอหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเป็นกรอบในการดำเนินกิจการของสถาบันอุดมศึกษาทั่วโลก ซึ่งได้ตัวแปรที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ดังนี้

1. มิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR dimensions) ซึ่งเป็นมิติของการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรพึงกระทำ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรย่อย 4 ตัว คือ

1.1 ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม (Ethical responsibility) ซึ่งเป็นเรื่องของความมีศีลธรรม ความยุติธรรม สิทธิ ผลประโยชน์ คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ซื่อสัตย์ เป็นธรรม

1.2 ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ (Economic responsibility) เน้นเรื่องการบริหารกิจการให้มีกำไร กิจการสามารถคงอยู่ได้ มีผลผลิตที่ดี น่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับ

1.3 ความรับผิดชอบต่อทางบริจาคเพื่อสังคม (Philanthropy responsibility) เป็นมิติของการเป็นพลเมืองที่ดี โดยการให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ สังคม และชุมชน

1.4 ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย (Legal responsibility) คือการดำเนินกิจการ โดยเคารพต่อกฎหมาย ภายใต้กฎระเบียบต่างๆ ที่รัฐกำหนดขึ้น

2. รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR initiatives) ซึ่งประกอบด้วย 2 ตัวแปรย่อยคือ

2.1 กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing - driven social initiatives) ประกอบด้วย การส่งเสริมประเด็นที่เป็นปัญหาทางสังคม (Cause promotion) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause - related marketing: CRM) และการตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate social marketing)

2.2 กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Corporate - driven social initiatives) ประกอบด้วย การบริจาคเพื่อการกุศลขององค์กร (Corporate philanthropy) อาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือชุมชน (Community volunteering) และการประกอบธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially responsible business practices)

3. หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR principles) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรย่อย 5 ตัว คือ

3.1 สิทธิมนุษยชน (Human rights) คือ การให้การสนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชนในระดับสากล ตามขอบเขตอำนาจที่เอื้ออำนวยและตรวจสอบดูแลมิให้องค์กรของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน

3.2 มาตรฐานแรงงานสากล (Labor force) คือ ส่งเสริมสนับสนุนเสรีภาพในการเข้าร่วมหรือการเป็นสมาชิกของสหภาพและรับรองสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรอง การไม่กดขี่และใช้แรงงานแบบบังคับในทุกรูปแบบ ต้องไม่มีการใช้แรงงานเด็กโดยสิ้นเชิง และต้องจัดความเหลื่อมล้ำ การเลือกปฏิบัติเรื่องการว่าจ้างแรงงานและการประกอบอาชีพ

3.3 สิ่งแวดล้อม (Environmental) คือ สนับสนุนแนวทางในการป้องกัน การระแวดระวังเกี่ยวกับการดำเนินงานที่อาจจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การอาสาในการจัดทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ที่จะสนับสนุนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาและเผยแพร่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3.4 การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน (Community involvement and development) คือ การให้การช่วยเหลือ การพัฒนาชุมชนในท้องถิ่น หรือร่วมมือกับองค์กรไม่แสวงผลกำไรในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้น

3.5 ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา (Consumer/Student issues) คือ การคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค การดูแลคุณภาพของสินค้าและบริการเพื่อผู้บริโภค

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Confirmatory sequential mixed-method research) เป็นการประยุกต์การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เพื่อให้ได้ข้อมูลในภาพกว้าง

#### ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยดำเนินการไปตามระเบียบวิธีวิจัยและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยไว้ 4 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดขอบข่ายเพื่อสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ขั้นตอนที่ 4 การนำเสนอ โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ซึ่งผู้วิจัยได้แสดงเป็นขั้นตอนการดำเนินการวิจัยได้ดังภาพประกอบที่ 14



ภาพประกอบที่ 14 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

## ขั้นตอนที่ 1 การสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบ ต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

เป็นขั้นตอนการจัดเตรียมการดำเนินงานตามระเบียบวิธีการวิจัย โดยการศึกษา วิเคราะห์ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการรวบรวม ข้อมูลทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เพื่อจัดทำโครงร่างการวิจัย สร้างรูปแบบความสัมพันธ์ของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตลอดจน จัดทำกรอบแนวคิดในการวิจัยความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อ สังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

## ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดขอบข่ายเพื่อสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

เป็นขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อสร้างองค์ประกอบของการแสดงความรับผิดชอบต่อ สังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ซึ่งผู้วิจัยศึกษาวิเคราะห์ กำหนดขอบข่ายเพื่อสร้างและพัฒนา เครื่องมือ โดยจัดทำแบบสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมประเด็นที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือ ผู้บริหาร ซึ่งคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้ที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อ สังคมในองค์กรของรัฐหรือเอกชน ที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา จำนวน 3 ท่าน
2. ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อ สังคมในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 4 ท่าน

### ประเด็นที่สัมภาษณ์

ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร วัตถุประสงค์ ของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ทิศทางของมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนอันได้แก่ ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม ทิศทางของรูปแบบ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อันได้แก่ กิจกรรมเพื่อสังคมเชิง การตลาด และกิจกรรมเพื่อสังคมโดยภาพรวมขององค์กร และทิศทางของหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อันได้แก่ สิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงานสากล

สิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน และความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

### **เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview) โดยการวิเคราะห์หลักการแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาทั้งในและต่างประเทศ ที่ผู้วิจัยศึกษาวิเคราะห์ กำหนดขอบข่ายเพื่อสร้างและพัฒนาเครื่องมือ โดยการจัดทำแบบสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมประเด็นที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยที่ผู้วิจัยวางแผนสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิ แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview) ด้วยการสัมภาษณ์แบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive interview)

ผู้วิจัยได้ทดสอบเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของคำถาม จากนั้นทำวิจัยนำร่อง (Pilot study) กับผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 ท่าน เพื่อปรับเปลี่ยนคำถามให้เหมาะสมและทำความเข้าใจกับกระบวนการเก็บข้อมูล

### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลักทางโทรศัพท์ จากนั้นผู้วิจัยขอหนังสือจากวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม เพื่อขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ 7 ท่าน ในการนัดพบ สัมภาษณ์ และบันทึกข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในสถานที่ที่ผู้ให้ข้อมูลหลักสะดวกที่สุด และได้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพในช่วงระหว่างเดือน มิถุนายน – กรกฎาคม พ.ศ. 2556

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารได้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสร้างประเด็นที่จะได้รับการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อนำผลที่ได้มาสร้างเป็นตัวแปรหรือข้อคำถามและนำไปพัฒนาแบบสอบถามสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ



### ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

เป็นขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนและความสัมพันธ์ของปัจจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์และเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณคือ ผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ที่ได้รับการอนุมัติจัดตั้งในนามมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 40 แห่ง ซึ่งมีจำนวนรวมของผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาสังกัดมหาวิทยาลัยเอกชนทั้งสิ้น 184,469 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2555)

##### กลุ่มตัวอย่าง

จากมหาวิทยาลัยเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) จำนวน 40 แห่ง ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-step sampling) ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

1. การสุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างโดยกำหนดคุณลักษณะของประชากรที่ต้องการศึกษาไว้ กล่าวคือ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการการอุดมศึกษามาเป็นเวลา 25 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 18 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยคริสเตียน มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยภาคกลาง มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยโยนก มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น (จิรวัดน์ รจนาวรรณ, 2537; และสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2556ก)

จากนั้นผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยเอกชนตามขนาดของมหาวิทยาลัย โดยใช้จำนวนนักศึกษาในระดับปริญญาตรีที่มีจำนวนมากที่สุด 5 อันดับแรกเป็นเกณฑ์ ดังตารางที่ 7 (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2556ข)

ตารางที่ 7 จำนวนนักศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน ประจำปีการศึกษา 2555 (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2556ข)

ประเภทสถาบัน	ปีที่ 1		รวม	ปีที่ 2		รวม	ปีที่ 3		รวม	ปีที่ 4		รวม	ปีที่ 5		รวม	ปีที่ 5 ขึ้นไป		รวม	รวมทั้งสิ้น
	ชาย	หญิง		ชาย	หญิง		ชาย	หญิง		ชาย	หญิง		ชาย	หญิง		ชาย	หญิง		
มหาวิทยาลัยเอกชน	20,147	27,999	48,146	17,368	25,111	42,479	14,382	21,654	36,036	12,073	17,782	29,855	5,494	5,978	11,472	4,463	4,009	8,472	176,460
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	3,444	3,563	7,007	3,074	3,661	6,735	2,543	3,203	5,746	2,320	2,736	5,056	720	606	1,326	690	515	1,205	27,075
มหาวิทยาลัยเกริก	171	296	467	279	398	677	292	469	761	145	246	391	54	69	123	56	67	123	2,542
มหาวิทยาลัยศรีปทุม	1,993	2,538	4,531	1,943	2,766	4,709	1,605	2,375	3,980	1,099	1,278	2,377	590	420	1,010	440	201	641	17,248
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	2,063	2,722	4,785	1,271	2,060	3,331	1,158	1,821	2,979	1,000	1,613	2,613	578	724	1,302	1,024	1,062	2,086	17,096
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2,116	2,834	4,950	1,792	2,501	4,293	1,178	1,726	2,904	1,280	1,778	3,058	522	491	1,013	433	428	861	17,079
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	1,548	2,084	3,632	1,485	1,969	3,454	1,252	1,793	3,045	1,307	1,871	3,178	900	1,018	1,918	634	486	1,120	16,347
มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	1,487	2,129	3,616	1,162	1,414	2,576	790	688	1,478	378	413	791	177	56	233	69	32	101	8,795
มหาวิทยาลัยสยาม	1,372	1,620	2,992	1,289	1,550	2,839	1,070	1,309	2,379	857	1,039	1,896	320	274	594	203	147	350	11,050
มหาวิทยาลัยพายัพ	630	939	1,569	534	843	1,377	429	833	1,262	427	754	1,181	224	274	498	118	137	255	6,142
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	797	2,592	3,389	500	1,926	2,426	404	1,505	1,909	378	1,468	1,846	143	423	566	55	201	256	10,392
มหาวิทยาลัยคริสเตียน	61	615	676	44	545	589	65	530	595	50	583	633	16	291	307	7	108	115	2,915
มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล	260	631	891	11	18	29	475	1,066	1,541	193	352	545	75	122	197	53	58	111	3,314
มหาวิทยาลัยรังสิต	2,477	3,167	5,644	2,648	3,536	6,184	2,019	2,942	4,961	1,866	2,697	4,563	942	1,066	2,008	526	499	1,025	24,385
มหาวิทยาลัยภาคกลาง	-	-	-	7	16	23	-	12	12	4	8	12	2	1	3	1	-	1	51
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	1,512	2,006	3,518	832	1,267	2,099	770	1,082	1,852	537	773	1,310	130	109	239	105	49	154	9,172
มหาวิทยาลัยเนชั่น (โยนกเดิม)	120	160	280	69	123	192	28	43	71	12	30	42	7	-	7	1	3	4	596
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	96	103	199	428	518	946	304	257	561	220	143	363	94	34	128	48	16	64	2,261

จากตารางที่ 7 มหาวิทยาลัยเอกชนที่มีจำนวนนักศึกษาในระดับปริญญาตรีที่มีจำนวนมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีจำนวนนักศึกษา 27,075 คน รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยรังสิต มีจำนวนนักศึกษา 24,385 คน มหาวิทยาลัยศรีปทุม มีจำนวนนักศึกษา 17,248 คน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มีจำนวนนักศึกษา 17,096 คน และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีจำนวนนักศึกษา 17,079 คน ตามลำดับ จึงได้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนจำนวน 5 แห่ง

2. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ว่าใช้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้อัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรแบบ 20 ต่อ 1 (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) โดยที่ตัวแปรสังเกตได้มีจำนวน 11 ตัวแปร จึงควรใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 220 ตัวอย่างและจากตารางสำเร็จรูปของ ศิริชัย กาญจนวาสิ, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุโข (2551) ที่กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับศึกษาสัดส่วนของประชากร (P) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยให้มีค่าความคลาดเคลื่อน (E) ของการประมาณค่าสัดส่วนที่เกิดขึ้นได้ในระดับ .05 และเมื่อขนาดของประชากรอยู่ที่  $>100,000$  จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 400 ตัวอย่าง

3. การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งโควตา (Quota sampling) โดยแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยจำนวนแบบสอบถามในแต่ละมหาวิทยาลัย จำนวนมหาวิทยาลัยละ 80 ชุดเท่ากัน โดยแบ่งสัดส่วนออกเป็น 4 สาขาวิชาสังกัดกลุ่ม ได้แก่ คณะวิชาสังกัดกลุ่มมนุษยศาสตร์ คณะวิชาสังกัดกลุ่มสังคมศาสตร์ คณะวิชาสังกัดกลุ่มบริหารและเศรษฐศาสตร์ และคณะวิชาสังกัดกลุ่มวิทยาศาสตร์ จากนั้นเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

3.1 ผู้บริหารในระดับคณะวิชา ได้แก่ รองหัวหน้าภาค หัวหน้าภาค รองคณบดี คณบดี รองผู้อำนวยการ และผู้อำนวยการ จำนวน 20 คนต่อมหาวิทยาลัย

3.2 อาจารย์ผู้สอนในแต่ละคณะวิชา จำนวน 20 คนต่อมหาวิทยาลัย

3.3 บุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัย จำนวน 20 คนต่อมหาวิทยาลัย

3.4 นักศึกษาในแต่ละคณะวิชา จำนวน 20 คนต่อมหาวิทยาลัย

รายละเอียดดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

มหาวิทยาลัย	ผู้บริหาร	อาจารย์	บุคลากร	นักศึกษา	รวม
<b>มหาวิทยาลัยกรุงเทพ</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>80</b>
คณะวิชาสังกัดกลุ่มมนุษยศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มสังคมศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มบริหารและเศรษฐศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มสายวิทยาศาสตร์	5	5	5	5	20
<b>มหาวิทยาลัยรังสิต</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>80</b>
คณะวิชาสังกัดกลุ่มมนุษยศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มสังคมศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มบริหารและเศรษฐศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มสายวิทยาศาสตร์	5	5	5	5	20
<b>มหาวิทยาลัยศรีปทุม</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>80</b>
คณะวิชาสังกัดกลุ่มมนุษยศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มสังคมศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มบริหารและเศรษฐศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มสายวิทยาศาสตร์	5	5	5	5	20
<b>มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>80</b>
คณะวิชาสังกัดกลุ่มมนุษยศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มสังคมศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มบริหารและเศรษฐศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มสายวิทยาศาสตร์	5	5	5	5	20
<b>มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>80</b>
คณะวิชาสังกัดกลุ่มมนุษยศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มสังคมศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มบริหารและเศรษฐศาสตร์	5	5	5	5	20
คณะวิชาสังกัดกลุ่มสายวิทยาศาสตร์	5	5	5	5	20
<b>จำนวนรวมทั้งสิ้น (คน)</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>400</b>

## ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือตัวแปรที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ ดังนี้

1. มิติของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR dimensions) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรย่อย ดังนี้

- 1.1 ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม (Ethical responsibility)
- 1.2 ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ (Economic responsibility)
- 1.3 ความรับผิดชอบต่อทางบริจาคเพื่อสังคม (Philanthropy responsibility)
- 1.4 ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย (Legal responsibility)

2. รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR initiatives) ประกอบด้วย 2 ตัวแปรย่อย ดังนี้

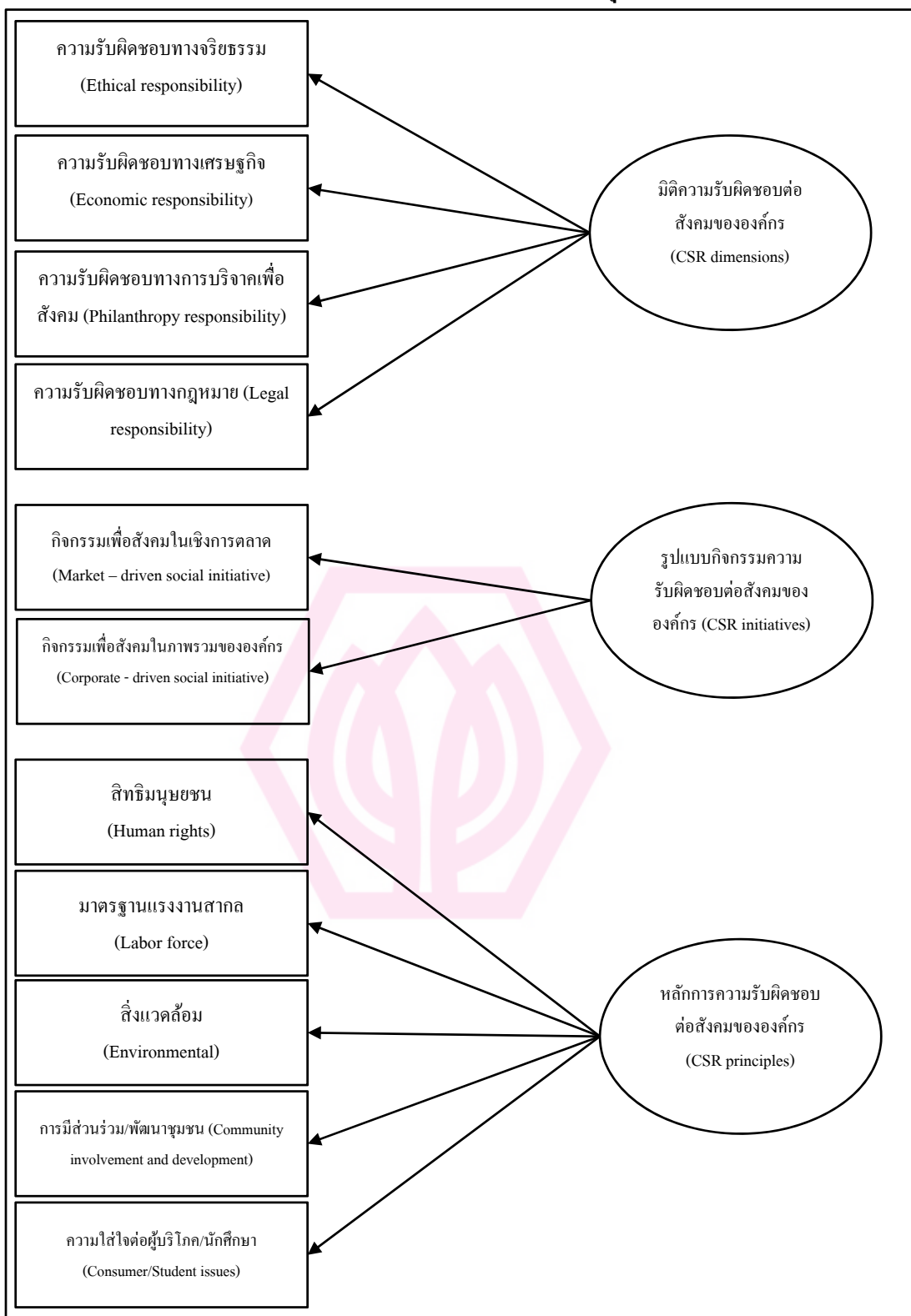
- 2.1 กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing - driven social initiatives)
- 2.2 กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Corporate - driven social initiatives)

3. หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR principles) ประกอบด้วย 5 ตัวแปรย่อย ดังนี้

- 3.1 สิทธิมนุษยชน (Human rights)
- 3.2 มาตรฐานแรงงานสากล (Labor force)
- 3.3 สิ่งแวดล้อม (Environmental)
- 3.4 การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน (Community involvement and development)
- 3.5 ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา (Consumer/Student issues)

การวิจัยครั้งนี้สามารถแสดงแผนภาพของความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษาและนำเสนอความสัมพันธ์ของปัจจัยระหว่างตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ใช้เพื่อทดสอบข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพประกอบที่ 15

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน



ภาพประกอบที่ 15 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลระหว่างตัวแปรที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

จากภาพประกอบที่ 15 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลระหว่างตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยรูปแบบการวัด (Measurement Model) 3 รูปแบบและรูปแบบโครงสร้าง (Structure Model) 1 รูปแบบ ได้แก่

1. รูปแบบการวัดตัวแปรแฝงมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร วัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรความรับผิดชอบทางจริยธรรม ตัวแปรความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจ ตัวแปรความรับผิดชอบทางการบริจาคเพื่อสังคม และตัวแปรความรับผิดชอบทางกฎหมาย โดยใช้ทฤษฎีของ Archie B. Carroll (Carroll, 1991) เป็นแนวคิดในการศึกษา การสร้างเครื่องมือ และการสนับสนุนผลการศึกษตามที่กำหนดไว้ในกรอบการวิจัยในครั้งนี้

2. รูปแบบการวัดตัวแปรแฝงรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร วัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัวแปร คือ กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด และกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร โดยใช้ทฤษฎีของ Philip Kotler, David Hessekiel & Nancy Lee (Kotler, Hessekiel & Lee, 2012) เป็นแนวคิดในการศึกษา การสร้างเครื่องมือ และการสนับสนุนผลการศึกษตามที่กำหนดไว้ในกรอบการวิจัยในครั้งนี้

3. รูปแบบการวัดตัวแปรแฝงหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร วัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรสิทธิมนุษยชน ตัวแปรมาตรฐานแรงงานสากล ตัวแปรสิ่งแวดล้อม ตัวแปรการมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน และตัวแปรความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา โดยใช้แนวคิดขององค์การสหประชาชาติ (United Nation Global Compact for Higher Education Institutions, 2012) เป็นแนวคิดในการศึกษา การสร้างเครื่องมือ และการสนับสนุนผลการศึกษตามที่กำหนดไว้ในกรอบการวิจัยในครั้งนี้

4. รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์มีพื้นฐานทางทฤษฎีและงานวิจัยในอดีตสนับสนุนว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้รับอิทธิพลจากมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของ ดังนั้นในการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างจะประกอบด้วย ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous latent variables) ได้แก่ ตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และตัวแปรหลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

## เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ

ในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามความคิดเห็น (Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยสร้างเครื่องมือสำหรับใช้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการพัฒนาและประยุกต์จากแนวคิด ทฤษฎีการวัดค่าตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ และนำข้อสรุปที่ได้จากการสังเคราะห์หลักการ แนวคิด ทฤษฎี และความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยกำหนดเป็นขอบข่ายในการวิจัยและสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นโดยใช้มาตราวัดของไลเคิร์ต (Likert rating scale) (Likert, 1932) เพื่อวัดความคิดเห็นด้านองค์ประกอบ โครงสร้าง และการดำเนินงานกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาค่าความตรง (Validity) และการทดสอบหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม เพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ ดังนี้

### 1. การทดสอบหาค่าความตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยด้วยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 9 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารการศึกษา นักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการวัดและประเมินผล พิจารณาตรวจสอบแก้ไขความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องรายข้อ IOC (Index of Item Objective Congruence) เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัด ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความครอบคลุมของแบบสอบถาม ความเหมาะสมและความชัดเจนของการใช้ภาษาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 ท่าน พบว่าผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามจำนวน 67 ข้อ ที่คำนวณค่า IOC ได้  $\geq .50$  มีจำนวน 63 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 94 แสดงว่าข้อคำถามดังกล่าวมีความสอดคล้องกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัด ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขคำถามตามประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ การปรับเรียงข้อคำถามตามลำดับความสำคัญ การแก้ไขประเด็นคำถามให้มีความชัดเจน การแก้ไขภาษาให้เป็นทางการ การตัดคำในประเด็นคำถามที่ไม่จำเป็นออก การแยกข้อคำถาม เพื่อให้ข้อคำถามมีความเหมาะสม ภาษามีความชัดเจนและครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา

### 2. การทดสอบหาค่าความเที่ยง (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่พัฒนาแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 40 คน แล้วนำแบบสอบถามกลับมาปรับปรุงคุณภาพ โดยหาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient :  $\alpha$ ) (Cronbach, 1990) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ( $\alpha$ ) ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะนับว่าข้อคำถามนั้นมีความเที่ยง (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)



ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงของ ประเด็นคำถามที่ใช้ในการวิจัย พบว่าข้อคำถามมีค่าความเที่ยงสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้และ เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยค่าความเที่ยงที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 0.70 ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ค่าความเที่ยงของประเด็นคำถามที่ใช้ในการวิจัย

แนวคิด/ทฤษฎี	ตัวแปรสังเกตได้	จำนวน คำถาม	Cronbach' s Alpha Coefficient : $\alpha$
มิตีความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กร	1. ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม	7	.908
	2. ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ	5	.761
	3. ความรับผิดชอบต่อทางการบริจาคม เพื่อสังคม	5	.807
	4. ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย	6	.886
	<b>รวม</b>	<b>23</b>	<b>.947</b>
รูปแบบกิจกรรมความ รับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กร	1. กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิง การตลาด	5	.890
	2. กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวม ขององค์กร	7	.870
	<b>รวม</b>	<b>12</b>	<b>.923</b>
หลักการความรับผิดชอบต่อ สังคมขององค์กร	1. สิทธิมนุษยชน	8	.910
	2. มาตรฐานแรงงานสากล	5	.821
	3. สิ่งแวดล้อม	6	.934
	4. การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน	5	.881
	5. ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา	7	.841
	<b>รวม</b>	<b>31</b>	<b>.961</b>
<b>รวม</b>		<b>66</b>	<b>.967</b>

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าค่าความเที่ยงของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย จากการนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach' s Alpha Coefficient :  $\alpha$ ) มีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง .761 - .934 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมกับการนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามการวิจัยได้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุมและส่งไปยังมหาวิทยาลัยเอกชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนแต่ละแห่งที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยการนำส่งให้สถาบัน/สำนักหรือศูนย์วิจัยของแต่ละมหาวิทยาลัยเอกชนเป็นผู้ดำเนินการประสานงานและเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคม – กันยายน พ.ศ. 2556

2. นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนจากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน ความสมบูรณ์ของข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อนำมาลงรหัสและดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน

### วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปดังนี้

1. การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (frequency) ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis)

โดยการวิเคราะห์ความคิดเห็นจะใช้เกณฑ์การวัดของเบสต์ (Best, 1977) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient)

3. การวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก สกัดองค์ประกอบ เพื่อลดจำนวนข้อคำถามหรือพฤติกรรมบ่งชี้ของตัวแปรสังเกตได้และสร้างตัวแปรใหม่ในรูปขององค์ประกอบร่วม โดยประเมินความเหมาะสมของข้อมูลที่ใช้ ด้วยการใช้อัตราวัดความเพียงพอของการสุ่มของ Kaiser – Meyer - Olkin (Kaiser – Meyer – Olkin measure of sampling adequacy: KMO) เพื่อพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ใช้เหมาะต่อการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบหรือไม่ โดยมีการพิจารณาจากค่าสถิติดังต่อไปนี้

การประมาณค่าสถิติความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา โดยทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการทดสอบ Bartlett (Bartlett Test of Sphericity) เพื่อเป็นการพิสูจน์ว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยหรือไม่ หากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าการทดสอบ Bartlett ของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเพียงพอสามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจตัวแปร ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle Component Factoring) ด้วยวิธีการหมุนแกนแบบแวนิแมกซ์ (Varimax) แล้วจึงเสนอผลการวิเคราะห์เรียงตามลำดับค่าน้ำหนักปัจจัย

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจสามารถตั้งสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** ตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

**สมมติฐานข้อที่ 2** ตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

**สมมติฐานข้อที่ 3** ตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) เพื่อตรวจสอบความตรงของรูปแบบการวัดตัวแปรแฝงภายนอก โดยใช้โปรแกรมสถิติคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์รูปแบบสมการโครงสร้าง (Structural equation measurement: SEM)

5. การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงเส้นโยงระหว่างตัวแปร (Path analysis) และการวิเคราะห์รูปแบบโครงสร้าง (Structural equation modeling: SEM) ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์รูปแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Measurement: SEM) โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ค่าสถิติ (สุบิน ยุระรัช, 2554) ดังนี้

วิเคราะห์ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square statistics:  $\chi^2$ ) เพื่อใช้ในการทดสอบว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าเป็นศูนย์หรือไม่ ถ้าหากค่าไค-สแควร์ มีค่าต่ำมากหรือมีค่าเข้าใกล้ศูนย์มาก แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative chi-square:  $\chi^2/df$ ) เพื่อใช้เปรียบเทียบระดับความกลมกลืนระหว่างโมเดลที่มีองศาอิสระไม่เท่ากัน โมเดลที่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยที่ควรมีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ไม่เกิน 2

ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of fit index: GFI) เป็นอัตราส่วนของผลต่างระหว่างค่าฟังก์ชันความกลมกลืนก่อนปรับและหลังปรับ ซึ่งใช้ค่าไค-สแควร์ในการเปรียบเทียบความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดล โดยดัชนีวัดความกลมกลืน GFI จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 และ 1 ถ้าหาก GFI มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่ารูปแบบโครงสร้างมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted goodness of fit index: AGFI) เมื่อนำดัชนี GFI มาปรับแก้โดยคำนึงถึงองศาอิสระ จำนวนตัวแปรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว AGFI มีคุณสมบัติการวิเคราะห์เช่นเดียวกับดัชนี GFI

หลังจากวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยต้องมีการปรับรูปแบบโมเดล (Model modification) จนกว่าจะได้ความสัมพันธ์ที่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ดีที่สุด (Best fit)

6. การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second order confirmatory factor analysis: 2<sup>nd</sup> order CFA) เพื่อยืนยันว่าองค์ประกอบที่ได้จัดเป็นองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบหลักจริง และยืนยันว่าองค์ประกอบหลักที่ได้ประกอบกันเป็นองค์ประกอบของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนโดยรวม

7. การนำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์ก่อนและหลังการปรับรูปแบบ เพื่อการทดสอบ ในกรณีที่ความสัมพันธ์ยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยต้องมีการปรับรูปแบบเพื่อให้ความสอดคล้อง โดยเพิ่มเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษาและความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนในตัวแปรสังเกตได้ จนได้ความสัมพันธ์ใหม่ที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์แล้วจึงนำผลที่ได้มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ของอิทธิพลรวม (Total effect)

**ขั้นตอนที่ 4 การนำเสนอโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน**

ขั้นตอนการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบและยืนยันองค์ประกอบของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยการวิเคราะห์หองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) จากตัวแปรย่อยทั้งหมด 66 ตัวแปร โดยการวิเคราะห์น้ำหนักหองค์ประกอบ (Factor loading) ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) และค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) โดยใช้การวิเคราะห์หองค์ประกอบหลัก (Principle component factoring) ด้วยวิธีการหมุนแกนแบบแวนริแมกซ์ (Varimax) โดยพิจารณาค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) ที่มากกว่า 1 ค่าน้ำหนักหองค์ประกอบ (Factor loading) ตั้งแต่  $\pm 0.3$  ขึ้นไป และมีตัวแปรบรรยายในองค์ประกอบตั้งแต่ 3 ตัวแปรขึ้นไป (สุวิมล ติรภานันท์, 2555)

ผู้วิจัยตรวจสอบและยืนยันองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยการนำร่ององค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) ให้ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบโดยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ รวมทั้งประโยชน์ในการนำไปใช้ เพื่อให้ได้ข้อวิพากษ์วิจารณ์และข้อสรุปอื่นๆ ที่เป็นองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

จากนั้นเป็นการรายงานผลการวิจัย การศึกษาข้อมูลในเชิงลึกเพื่อประกอบการอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ผู้วิจัยค้นพบ พร้อมข้อวิจารณ์ผลการวิจัย ตลอดจนนำเสนอการสรุปผลการวิจัย การประยุกต์ใช้ และให้ข้อเสนอแนะการวิจัย



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษามิติ/รูปแบบ/หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และ 4) เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ซึ่งผู้วิจัยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอเป็น 10 ตอนตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์และกำหนดองค์ประกอบของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหาร จำนวน 7 ท่าน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรของรัฐหรือเอกชน ที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา และผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อนำผลที่ได้มาสร้างเป็นตัวแปรหรือข้อคำถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้และความเหมาะสมขององค์ประกอบ แบ่งออกเป็น

3.1 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

3.2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) ของตัวแปรสังเกตได้

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแบบการวัดตัวแปรแฝง

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตอนที่ 7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second order confirmatory factor analysis: 2<sup>nd</sup> Order CFA) เพื่อยืนยันว่าองค์ประกอบย่อยจัดเป็นองค์ประกอบขององค์ประกอบหลัก และเพื่อยืนยันว่าองค์ประกอบหลักทั้ง 3 ด้าน คือ มิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และหลักการความ

รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ประกอบกันเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนและองค์ประกอบใดมีนัยสำคัญมากกว่าองค์ประกอบใด

ตอนที่ 8 การนำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์ก่อนและหลังการปรับรูปแบบและการทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อการทดสอบในกรณีที่ความสัมพันธ์ยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยต้องมีการปรับรูปแบบเพื่อให้มีความสอดคล้อง โดยเพิ่มเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษาและความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนในตัวแปรสังเกตได้ จนได้ความสัมพันธ์ใหม่ที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แล้วจึงนำผลที่ได้มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ของอิทธิพลรวม (Total effect)

ตอนที่ 9 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตอนที่ 10 การตรวจสอบและยืนยันองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 5 ท่าน เพื่อนำเสนอโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

#### สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้แทนค่าสถิติ

$\bar{x}$  หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)

S.D. หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

T-value หมายถึง ค่าสถิติทดสอบซึ่งมีการแจกแจงแบบ t

P-value หมายถึง ค่าสัดส่วนของความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการปฏิเสธสมมติฐานและเป็นค่าที่คำนวณได้จากข้อมูลเชิงประจักษ์ (Observed Significance Level)

$\delta$  หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนของการวัดตัวแปรสังเกตได้ภายนอก

E หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนของการวัดตัวแปรสังเกตได้ภายใน

SE หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

b หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ

B หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเป็นรายองค์ประกอบ (Standardized Solution)

$\lambda$  หมายถึง น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน

SK หมายถึง ค่าความเบ้ (Skewness)

KU หมายถึง ค่าความโค้ง (Kurtosis)

$r$  หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

CV หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (Coefficient of Variation)

$\rho_c$  หมายถึง ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability)

$\rho_v$  หมายถึง ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted)

TE หมายถึง ขนาดอิทธิพลรวม (Total Effects)

IE หมายถึง ขนาดอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects)

DE หมายถึง ขนาดอิทธิพลทางตรง (Direct Effects)

$\chi^2$  หมายถึง คำนีตรวจสอบความกลมกลืนประเภทค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square)

df หมายถึง ค่าองศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)

$R^2$  หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Coefficient of Determination)

P หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

N หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

CFI หมายถึง คำนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index)

GFI หมายถึง คำนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)

AGFI หมายถึง คำนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)

RMSEA หมายถึง คำนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation)

SRMR หมายถึง คำนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual)

### สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้แทนตัวแปรในการวิจัย

#### ตัวแปรสังเกตได้ (Observed variables)

Ethic หมายถึง ความรับผิดชอบทางจริยธรรม

Economic หมายถึง ความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจ

Philan หมายถึง ความรับผิดชอบทางการบริจาคเพื่อสังคม

Legal หมายถึง ความรับผิดชอบทางกฎหมาย

Market หมายถึง กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด

Social หมายถึง กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร

Human หมายถึง สิทธิมนุษยชน

Labor หมายถึง มาตรฐานแรงงานสากล



Environ หมายถึง สิ่งแวดล้อม

Commu หมายถึง การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน

Student หมายถึง ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา

### ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous latent variables)

Dimension หมายถึง มิตินิยมรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

Initiative หมายถึง รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา  
เอกชน

Principle หมายถึง หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

CSR in PHE หมายถึง การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน



แทน ตัวแปรแฝง (Latent variable)



แทน ตัวแปรสังเกตได้ (Observed variable)



แทน ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ตามหัวลูกศรแสดงทิศทางอิทธิพล

### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์และกำหนดองค์ประกอบของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหาร จำนวน 7 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรของรัฐหรือเอกชน ยกเว้นสถาบันอุดมศึกษา และผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในสถาบันอุดมศึกษา สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังตารางที่ 10

**ตารางที่ 10** การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ: ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรของรัฐหรือเอกชน และผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในสถาบันอุดมศึกษา

ข้อความ	ความคิดเห็นของเชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหาร
<p><b>ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในความคิดเห็นของท่านหมายถึงอะไร</b></p>	<p>ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามีสาระสำคัญดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. องค์กรในฐานะการเป็นสมาชิกของสังคม เป็นพลเมืองของโลก จะต้องไม่กระทำสิ่งที่เป็ผลกระทบบในทางลบต่อสังคม</li> <li>2. การให้คนทั้งองค์กรมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งที้องค์กรดำเนินกิจการจะส่งผลกระทบต่อสังคมทั้งดีและไม่ดี ทุกคนในมหาวิทยาลัยเอกชนจะต้องแสดงศักยภาพในการรับผิดชอบต่อสังคม</li> <li>3. การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในองค์กรและในระดับใกล้เคียงและไกล ด้วยการให้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข</li> <li>4. กิจกรรมที่องค์กรดำเนินการ ซึ่งรวมถึงการคิด การพูด และการกระทำ ซึ่งครอบคลุมถึงการวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการและการดำเนินงานขององค์กรทำให้สังคมสามารถยืนได้ด้วยตนเอง เป็นการกระทำอย่างตั้งใจและยั่งยืน</li> <li>5. เป็นบทบาทขององค์กรที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร</li> <li>6. บทบาทในการสร้างความสัมพันธ์อย่างยั่งยืน (Sustainable relationship)</li> <li>7. ต้องเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน</li> </ol>

## ตารางที่ 10 (ต่อ)

ข้อความ	ความคิดเห็นของเชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหาร
<p>ท่านคิดว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร</p>	<p>ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามีสาระสำคัญดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อยกระดับการสื่อสารขององค์กรให้คนภายนอกได้รู้จักองค์กร ให้คนภายในได้รับรู้การดำเนินงานขององค์กร</li> <li>2. เป็นวัฒนธรรมขององค์กรในการดำเนินถึงสังคม เป็นการปลูกฝังค่านิยมในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้คนในองค์กร</li> <li>3. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร</li> <li>4. เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น</li> <li>5. เป็นจิตสำนึกที่ว่าองค์กรเป็นสมาชิกหนึ่งของสังคม</li> <li>6. เพื่อผลประโยชน์ขององค์กร เช่น การลดหย่อนภาษี การมีหน้ามีตาในสังคม</li> <li>7. เป็นกระแสที่ควบคู่มากับการประชาสัมพันธ์องค์กร</li> <li>8. เป็นวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และพันธกิจขององค์กรในการสร้างวัฒนธรรมองค์กร (Corporate culture)</li> </ol>
<p>ท่านคิดว่ามีติของความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจประกอบด้วยอะไรบ้าง</p>	<p>ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามีสาระสำคัญดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพต่อสังคม เป็นกำลังที่สำคัญและมีสติปัญญาสำหรับพัฒนาสังคม</li> <li>2. มีการกำหนดค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม</li> <li>3. ต้องมีผลกำไรมาต่อยอดให้มหาวิทยาลัยเอกชนอยู่ได้ มีทุนในการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยเอกชนจะต้องยั่งยืน และสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเอง</li> <li>4. มีการอุดหนุนสินค้าในท้องถิ่นทำให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน</li> <li>5. การผลิตบัณฑิตเพื่อรับใช้สังคม ตอบสนองความต้องการของสังคม</li> </ol>

## ตารางที่ 10 (ต่อ)

ข้อความ	ความคิดเห็นของเชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหาร
ท่านคิดว่ามีติของความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในด้านความรับผิดชอบต่อกฎหมายประกอบด้วยอะไรบ้าง	<p>ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามีสาระสำคัญดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การปฏิบัติตามมาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)</li> <li>2. การไม่หาช่องทางในการหลบเลี่ยงหรือกระทำผิดกฎหมาย</li> <li>3. การปฏิบัติตามกฎ ข้อกำหนด ข้อบังคับ</li> <li>4. การปฏิบัติตามกฎหมายลิขสิทธิ์ทางปัญญา</li> <li>5. การปฏิบัติตามกฎหมายสิทธิมนุษยชน</li> <li>6. การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม</li> </ol>
ท่านคิดว่ามีติของความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในด้านความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรมประกอบด้วยอะไรบ้าง	<p>ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามีสาระสำคัญดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การปฏิบัติตนให้อยู่ในจรรยาบรรณวิชาชีพ</li> <li>2. หล่อหลอมบัณฑิตให้มีจรรยาบรรณ มีคุณธรรม จริยธรรม</li> <li>3. ส่งสัญญาณเตือนสังคมในเรื่องความอ่อนแอทางจริยธรรม</li> <li>4. การปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมในรายวิชา</li> <li>5. ความทุ่มเทของครู อาจารย์ในการปฏิบัติหน้าที่ในการสอนปลูกจิตสำนึกในการเป็นคนดี ให้คนในองค์กร</li> <li>6. คนในองค์กรทุกคนจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และใส่ใจเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร</li> </ol>

## ตารางที่ 10 (ต่อ)

ข้อความ	ความคิดเห็นของเชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหาร
ท่านคิดว่ามีติของความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในด้านความรับผิดชอบต่อทางบริจาคว่าเพื่อสังคม ประกอบด้วยอะไรบ้าง	<p>ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามีสาระสำคัญดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เน้นที่การสร้างปัญญาให้แก่สังคม</li> <li>2. มหาวิทยาลัยเอกชนจะต้องเอื้อเพื่อกำลังคนในการช่วยเหลือสังคม</li> <li>3. ในกรณีเกิดภัยพิบัติมหาวิทยาลัยเอกชนต้องให้ความช่วยเหลือแก่สังคม</li> <li>4. เป็นการบริจาคหรือการให้ความช่วยเหลือที่ทำให้สังคมสามารถยืนได้ด้วยตนเอง</li> </ol>
ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่ารูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประกอบด้วยอะไรบ้าง	<p>ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามีสาระสำคัญดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เป็นกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด โดยการคำนึงถึงประเด็นที่เป็นปัญหาของสังคมเป็นหลัก</li> <li>2. เป็นกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการส่งอาสาสมัครไปบริการสังคม/ชุมชน</li> <li>3. การให้บริการการวิจัยแก่สาธารณะในประเด็นที่เป็นปัญหาของสังคม โดยไม่คิดมูลค่าตอบแทน</li> <li>4. การจัดสัมมนาให้ความรู้แก่สังคม</li> <li>5. การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ค่านิยม ประเพณี</li> <li>6. การสนับสนุนให้อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรออกไปช่วยเหลือสังคมรอบข้าง</li> <li>7. การสนับสนุนให้อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรเป็นอาสาสมัครในการสอนหนังสือให้เด็กยากจน ด้อยโอกาส</li> <li>8. การให้การช่วยเหลือหรือการบริจาคในกรณีเกิดภัยพิบัติ</li> <li>9. การเป็นผู้ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม</li> <li>10. การให้ทุนการศึกษา หรือสนับสนุนเด็กเรียนดี</li> <li>11. การให้บริการทางการศึกษาแบบครบมิติ คือการบูรณาการวิชาการกับสังคม</li> </ol>

## ตารางที่ 10 (ต่อ)

ข้อความ	ความคิดเห็นของเชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหาร
	12. การทำกิจกรรมรณรงค์เป็นครั้งคราว เช่น การปลูกป่า การอนุรักษ์เต่าทะเล การอนุรักษ์ป่าชายเลน 13. เป็นกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด เช่น การส่งเสริมประเด็นปัญหาสังคมต่างๆ 14. เป็นกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กรเป็นการประกอบกิจการที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม
<b>ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่าหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเรื่องสิทธิมนุษยชน ประกอบด้วยอะไรบ้าง</b>	ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามีสาระสำคัญดังนี้ 1. การยอมรับความเสมอภาค ความเป็นมนุษย์ ความเป็นประชาธิปไตย ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น 2. ยอมรับในความเป็นวิชาชีพที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน 3. การไม่ก้าวก่าย ไม่เอาัดเอาเปรียบ และเคารพซึ่งกันและกัน 4. มีความเท่าเทียมกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง 5. ต้องไม่มีการเลือกปฏิบัติ 6. ต้องปฏิบัติตามกฎหมายมนุษยชน รวมถึงการเรียกร้อง 7. สิทธิในแนวทางที่ควรปฏิบัติ (Human rights and responsibility)

## ตารางที่ 10 (ต่อ)

ข้อความ	ความคิดเห็นของเชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหาร
<p>ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่าหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเรื่องมาตรฐานแรงงานสากล ประกอบด้วยอะไรบ้าง</p>	<p>ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า มีสาระสำคัญดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บุคลากรจะต้องได้รับผลประโยชน์/ค่าแรงตามภาระการทำงาน</li> <li>2. ต้องเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน</li> <li>3. ต้องไม่กดขี่และใช้ความรุนแรงกับเด็กและสตรี</li> <li>4. ให้ผลตอบแทน/สวัสดิการต้องเป็นไปตามความเหมาะสม</li> <li>5. ต้องไม่มีความเหลื่อมล้ำ ไม่เลือกปฏิบัติ</li> </ol>
<p>ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่าหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเรื่องสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยอะไรบ้าง</p>	<p>ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า มีสาระสำคัญดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สภาพแวดล้อมทางกายภาพของมหาวิทยาลัยดีมีความเหมาะสม</li> <li>2. บรรยากาศของการทำงานจะต้องสร้างสรรค์ เป็นไปในทิศทางที่ดี</li> <li>3. การส่งเสริม ดูแลในเรื่องการกำจัดขยะ การรีไซเคิลขยะ</li> <li>4. การบำบัดน้ำเสีย</li> <li>5. การอนุรักษ์พลังงานการลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง</li> <li>6. ความเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว (Green university)</li> </ol>
<p>ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่าหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเรื่องการมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน ประกอบด้วยอะไรบ้าง</p>	<p>ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า มีสาระสำคัญดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การให้ความช่วยเหลือแก่สังคมรอบข้าง โดยเฉพาะชุมชนรอบๆ มหาวิทยาลัย และชุมชนที่รู้ตัวติดกับมหาวิทยาลัยก่อน เช่น การเอื้อเพื่อสถานที่ ห้องประชุม สนามกีฬา การช่วยกำจัดขยะ การกำจัดขยะ การทำความสะอาดคลองรอบๆ มหาวิทยาลัย</li> <li>2. การให้จิตอาสาพัฒนาชุมชนในประเด็นต่างๆ เช่น ให้นักศึกษาช่วยร้านค้าชุมชนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์</li> </ol>

## ตารางที่ 10 (ต่อ)

ข้อความ	ความคิดเห็นของเชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหาร
	3. การจ้างงานโดยว่าจ้างคนในชุมชน ช่วยดึงคนในท้องถิ่นที่ขาดโอกาสให้มีงานทำ 4. การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ชุมชนในประเด็นที่ชุมชนต้องการ
ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่าหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเรื่องความใส่ใจต่อผู้บริหาร/นักศึกษา ประกอบด้วยอะไรบ้าง	ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามีสาระสำคัญดังนี้ 1. การให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยเอกชน 2. การเตรียมความพร้อมให้กับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ต้องการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน ต้องมีกระบวนการในการช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้นักศึกษาอย่างเป็นระบบ เช่น กองทุนกู้ยืม การให้บริการปรึกษาปัญหาต่างๆ 3. การสร้างวินัยให้นักศึกษา 4. ให้คุณภาพการศึกษาที่ดี อาจารย์และบุคลากรมีคุณภาพ 5. มีการประกันอุบัติเหตุรองรับ 6. มีการจัดตั้งมูลนิธิเพื่อช่วยในการให้ทุนการศึกษาต่างๆ แก่ นักศึกษาการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่บิดเบือนแก่นักศึกษาและผู้ปกครอง 7. การสร้างทักษะในการใช้ชีวิตไปพร้อมๆ กับการให้ความรู้ทางวิชาการให้กับนักศึกษา 8. บัณฑิตจะต้องมีสติปัญญา คิดได้คิดเป็น คิดเป็นทำเป็น และคิดดีทำดี 9. การปลูกฝังสติปัญญา ควบคู่ไปกับจริยธรรมและจรรยาบรรณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษามิติ/รูปแบบ/หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 1) สรุปการวิเคราะห์ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อสรุปเป็นตัวแปรและนำมาสร้างเป็นข้อความของแบบสอบถาม ซึ่งได้ตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ



สถาบันอุดมศึกษาเอกชนจำนวน 11 ตัวแปร ดังนี้ 1. ความรับผิดชอบทางจริยธรรม 2. ความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจ 3. ความรับผิดชอบทางการบริการเพื่อสังคม 4. ความรับผิดชอบทางกฎหมาย 5. กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด 6. กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร 7. สิทธิมนุษยชน 8. มาตรฐานแรงงานสากล 9. สิ่งแวดล้อม 10. การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน 11. ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากรสายสนับสนุน และนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน 5 แห่ง ซึ่งประกอบด้วย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จำนวน 400 คน โดยข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และมหาวิทยาลัยที่สังกัด

กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เป็นเพศชาย จำนวน 164 คน (ร้อยละ 41) เพศหญิง จำนวน 236 คน (ร้อยละ 59) อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 109 คน (ร้อยละ 27.3) รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 101 คน (ร้อยละ 25.3) อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 98 คน (ร้อยละ 24.5) และอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า จำนวน 37 คน (ร้อยละ 9.3) ตามลำดับ โดยที่กลุ่มตัวอย่างมีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาโท จำนวน 157 คน (ร้อยละ 39.3) รองลงมาคือปริญญาตรี จำนวน 95 คน (ร้อยละ 23.8) ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 89 คน (ร้อยละ 22.3) และปริญญาเอก จำนวน 59 คน (ร้อยละ 14.8) ตามลำดับ

ส่วนมหาวิทยาลัยที่สังกัดนั้นพบว่า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากันคือ มหาวิทยาลัยละ 80 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร จำนวน 102 คน (ร้อยละ 25.5) รองลงมาคือตำแหน่งบุคลากรและนักศึกษา มีจำนวนเท่ากันคือ 100 คน (ร้อยละ 25) และตำแหน่งอาจารย์ จำนวน 98 คน (ร้อยละ 24.5) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

			(N = 400)
	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	1. ชาย	164	41.0
	2. หญิง	236	59.0
อายุ	1. 20 ปีหรือต่ำกว่า	37	9.3
	2. 21 – 30 ปี	109	27.3
	3. 31 – 40 ปี	101	25.3
	4. 41 – 50 ปี	98	24.5
	5. 51 – 60 ปี	48	12.0
	6. 61 ปีขึ้นไป	7	1.8
การศึกษา	1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	89	22.3
	2. ปริญญาตรี	95	23.8
	3. ปริญญาโท	157	39.3
	4. ปริญญาเอก	59	14.8
มหาวิทยาลัยที่สังกัด	1. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	80	20.0
	2. มหาวิทยาลัยรังสิต	80	20.0
	3. มหาวิทยาลัยศรีปทุม	80	20.0
	4. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	80	20.0
	5. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	80	20.0
ตำแหน่ง	1. ผู้บริหาร	102	25.5
	2. อาจารย์	98	24.5
	3. บุคลากร	100	25.0
	4. นักศึกษา	100	25.0

### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

3.1 การวิเคราะห์การวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของการ  
แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ผลการวิเคราะห์การวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของการ  
แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อ  
ทางเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อทางบริการเพื่อสังคม ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย กิจกรรมเพื่อ  
สังคมในเชิงการตลาด กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร สิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน  
สากล สิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา ซึ่งประกอบด้วย  
ตัวแปรย่อยทั้งหมด 66 ตัวแปร พบว่าโดยภาพรวมตัวแปรทั้ง 66 ข้อ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) อยู่ระหว่าง 3.758  
– 4.460 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าส่วน  
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) อยู่ระหว่าง 0.648 - 0.920 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อตัวแปร  
สอดคล้องกัน โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก คือ มหาวิทยาลัยมุ่งเน้นการผลิต  
นักศึกษาที่มีคุณภาพ ( $\bar{x} = 4.460$  S.D. = 0.648) รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยมีการประกันอุบัติเหตุ  
ให้แก่นักศึกษา ( $\bar{x} = 4.425$  S.D. = 0.711) มหาวิทยาลัยมีคณาจารย์และบุคลากรที่มีคุณภาพ ( $\bar{x} =$   
4.382 S.D. = 0.669) มหาวิทยาลัยยึดถือและปฏิบัติตามกฎ ข้อกำหนด และข้อบังคับตาม  
พระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ( $\bar{x} = 4.370$  S.D. = 0.674) และมหาวิทยาลัยเน้นความ  
ถูกต้อง โดยไม่กระทำการใดๆ ที่เข้าข่ายการกระทำผิดกฎหมาย ( $\bar{x} = 4.365$  S.D. = 0.650) ตามลำดับ

ส่วนการวิเคราะห์ค่าสถิติพรรณนาลักษณะของตัวแปรสังเกตได้ พบว่าตัวแปรสังเกตได้  
ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.932 - 4.331$ ) (Best, 1977) ซึ่งค่าเฉลี่ยดังกล่าวแสดงให้เห็น  
เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีการแสดงความรับผิดชอบต่อ  
สังคมในด้านความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย ( $\bar{x} = 4.331$  S.D. = 0.576) มากที่สุด รองลงมา คือ ความ  
รับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ ( $\bar{x} = 4.278$  S.D. = 0.572) ความรับผิดชอบต่อทางบริการเพื่อสังคม ( $\bar{x} =$   
4.277 S.D. = 0.583) ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม ( $\bar{x} = 4.248$  S.D. = 0.604) สิทธิมนุษยชน ( $\bar{x} =$   
4.229 S.D. = 0.657) ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา ( $\bar{x} = 4.219$  S.D. = 0.580) กิจกรรมเพื่อสังคม  
ในภาพรวมขององค์กร ( $\bar{x} = 4.193$  S.D. = 0.575) กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด ( $\bar{x} = 4.187$   
S.D. = 0.657) มาตรฐานแรงงานสากล ( $\bar{x} = 4.108$  S.D. = 0.672) สิ่งแวดล้อม ( $\bar{x} = 4.046$  S.D. =  
0.693) การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน ( $\bar{x} = 3.932$  S.D. = 0.749) ซึ่งค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) มีค่า  
อยู่ระหว่าง 0.572 – 0.749 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีการกระจายตัวอยู่ใกล้กับค่าเฉลี่ย เนื่องจากส่วน  
เบี่ยงเบนมาตรฐานดังกล่าวมีค่าไม่เกิน 1

เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Skewness) หรือความไม่สมมาตรของการแจกแจงในภาพรวมพบว่า ค่าความเบ้ของตัวแปรมีค่าเป็นลบ แสดงว่าทุกตัวแปรมีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย ค่าเฉลี่ยของตัวแปรจึงค่อนข้างสูง โดยอยู่ในระดับมากทุกรายการ เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Kurtosis) หรือค่าความสูงของการแจกแจง พบว่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ทุกตัวแปรมีค่าความโด่งต่ำกว่าปกติ (ความโด่งมีค่าน้อยกว่า 3) แสดงว่ามีการกระจายของข้อมูลมากทำให้ข้อมูลมีการแจกแจงค่อนข้างป้านหรือโค้งน้อย แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาค่าความเบ้และค่าความโด่งพบว่าค่าความเบ้และค่าความโด่งมีความแตกต่างจากศูนย์เพียงเล็กน้อย แต่ก็จัดว่าเข้าใกล้ศูนย์ จึงถือว่าตัวแปรดังกล่าวได้มีการแจกแจงข้อมูลเป็นโค้งปกติ (Normal curve) จึงมีความเหมาะสมเพียงพอที่จะนำข้อมูลไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น รายละเอียดดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่งและค่าระดับของตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ความเบ้ (SK)	ความโด่ง (KU)	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
ความรับผิดชอบต่อจริยธรรม	4.248	0.604	-0.532	-0.210	มาก
บุคลากรมีจรรยาบรรณ	4.247	0.730	-0.692	0.307	มาก
บัณฑิตมีคุณธรรม จริยธรรม	4.295	0.666	-0.520	-0.281	มาก
การทำวิจัยและจัดสัมมนาเพื่อปลูกจิตสำนึกที่ดีให้กับสังคม	4.178	0.763	-0.652	0.175	มาก
การสอดแทรกเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมในการเรียนการสอน	4.288	0.732	-0.776	0.175	มาก
อาจารย์มีความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน	4.205	0.728	-0.453	-0.599	มาก
มีความรู้ ความเข้าใจ และใส่ใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม	4.260	0.727	-0.679	-0.016	มาก
การปลูกจิตสำนึกให้ทุกคนเป็นคนดีมีคุณธรรม	4.260	0.751	-0.753	0.071	มาก

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ความเบ้ (SK)	ความโด่ง (KU)	ระดับความ รับพิศชอบ ต่อสังคม
ความรับพิศชอบทางเศรษฐกิจ	4.278	0.572	-0.462	-0.446	มาก
การผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพ	4.460	0.648	-0.852	-0.092	มาก
การกำหนดค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม	3.995	0.826	-0.608	0.357	มาก
ความมั่นคงและราบรื่นทางการเงิน	4.265	0.775	-0.855	0.247	มาก
ความยั่งยืนและสามารถดำรงอยู่ได้ ด้วยตัวเอง	4.350	0.695	-0.687	-0.340	มาก
การผลิตบัณฑิตเพื่อให้สอดคล้องกับ ตลาดแรงงาน	4.320	0.706	-0.673	-0.261	มาก
ความรับพิศชอบทางการบริจาคเพื่อ สังคม	4.277	0.583	-0.473	-0.236	มาก
การเอื้อเพื่อกำลัคนในการช่วยเหลือ สังคมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งใน สถานการณ์ปกติและเมื่อเกิดภัย พิบัติ	4.343	0.653	-0.596	-0.139	มาก
การบริจาคหรือให้ความช่วยเหลือแก่ สังคมเพื่อให้สังคมพึ่งตนเองได้	4.308	0.685	-0.669	0.077	มาก
การสนับสนุนให้อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากร เป็นอาสาสมัคร ช่วยเหลือสังคม เช่น เป็น อาสาสมัครสอนหนังสือให้เด็ก ยากจน หรือผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น	4.130	0.815	-0.661	-0.150	มาก
การให้ความช่วยเหลือหรือบริจาคเงิน หรือสิ่งของในกรณีเกิดภัยพิบัติ	4.350	0.710	-0.960	1.057	มาก
การให้ทุนการศึกษาแก่เด็กเรียนดี และด้อยโอกาส	4.255	0.704	-0.534	-0.371	มาก

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ความเบ้ (SK)	ความโด่ง (KU)	ระดับความ รับพิศชอบ ต่อสังคม
ความรับพิศชอบทางกฎหมาย	4.331	0.576	-0.520	-0.386	มาก
การยึดถือและปฏิบัติตาม แนวทางที่ถูกต้องของ สำนักงานคณะกรรมการ การอุดมศึกษา (สกอ.)	4.345	0.694	-0.854	0.541	มาก
การเน้นความถูกต้อง โดยไม่ กระทำการใดๆ ที่เข้าข่าย การกระทำผิดกฎหมาย	4.365	0.650	-0.753	0.507	มาก
การยึดถือและปฏิบัติตามกฎ ข้อกำหนด และข้อบังคับ ตามพระราชบัญญัติ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน	4.370	0.674	-0.703	-0.186	มาก
การปฏิบัติตามกฎหมาย ทรัพย์สินทางปัญญา	4.310	0.682	-0.671	0.107	มาก
การปฏิบัติตามกฎหมายสิทธิ มนุษยชน	4.283	0.703	-0.588	-0.315	มาก
การปฏิบัติตามกฎหมาย สิ่งแวดล้อม	4.315	0.657	-0.438	-0.736	มาก
กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิง การตลาด	4.187	0.657	-0.513	-0.406	มาก
การให้บริการการวิจัยแก่ สาธารณะในประเด็นที่เป็น ปัญหาของสังคม	4.160	0.769	-0.681	0.301	มาก

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ความเบ้ (SK)	ความโด่ง (KU)	ระดับความ รับผิดชอบ ต่อสังคม
การใส่ใจปัญหาของสังคมโดย การทำวิจัยและตีพิมพ์ เผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ	4.125	0.797	-0.616	-0.166	มาก
การจัดสัมมนาให้ความรู้ใน ประเด็นที่สำคัญและ จำเป็นแก่สังคม	4.135	0.783	-0.651	0.171	มาก
การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริม ศิลปวัฒนธรรม ค่านิยม และประเพณีของชาติ อย่างต่อเนื่อง	4.295	0.714	-0.708	0.012	มาก
การมีบทบาทเป็นผู้ให้บริการ ทางวิชาการแก่สังคม	4.220	0.727	-0.500	-0.257	มาก
<b>กิจกรรมเพื่อสังคมใน ภาพรวมขององค์กร</b>	<b>4.193</b>	<b>0.575</b>	<b>-0.497</b>	<b>-0.337</b>	<b>มาก</b>
มีมูลนิธิเพื่อให้ทุนต่างๆ แก่ นักศึกษา	4.158	0.796	-0.589	-0.218	มาก
มีการประกันอุบัติเหตุให้แก่ นักศึกษา	4.425	0.711	-1.120	0.940	มาก
การสร้างบัณฑิตที่มีสติปัญญา และการกระทำที่ดีต่อ สังคม	4.280	0.747	-0.658	-0.291	มาก
การปลูกฝังจริยธรรมจรรยา เพื่อสร้างคนให้มี จรรยาบรรณ	4.245	0.785	-0.711	-0.279	มาก

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ความเบ้ (SK)	ความโด่ง (KU)	ระดับความ รับพิศชอบ ต่อสังคม
การจัดกิจกรรมการให้ความรู้ และ ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการใน การส่งบุตรหลานเข้าเรียนใน มหาวิทยาลัยเอกชน	4.095	0.865	-0.839	0.506	มาก
การจัดกิจกรรมเตรียมความ พร้อมให้กับนักเรียน มัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ต้องการ เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย เอกชน	4.080	0.800	-0.617	0.257	มาก
การทำกิจกรรมรณรงค์การ อนุรักษ์สภาพแวดล้อม เช่น การปลูกป่า การอนุรักษ์เต่า ทะเล การอนุรักษ์ป่าชายเลน เป็นต้น	4.065	0.746	-0.324	-0.529	มาก
สิทธิมนุษยชน	4.229	0.657	-0.675	0.256	มาก
มีความเสมอภาค ความเป็นมนุษย์ และความเป็นประชาธิปไตย โดยไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น	4.160	0.819	-0.798	0.571	มาก
คนทุกระดับมีคุณค่าเท่าเทียมกัน	4.120	0.820	-0.746	0.519	มาก
การไม่ก้าวท้าวและไม่เอาัดเอา เปรียบซึ่งกันและกัน	4.230	0.777	-0.844	0.699	มาก
การให้เกียรติและเคารพสิทธิซึ่ง กันและกัน	4.270	0.754	-0.668	-0.367	มาก
มีความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ	4.340	0.686	-0.696	-0.084	มาก



ตารางที่ 12 (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ความเบ้ (SK)	ความโด่ง (KU)	ระดับความ รับผิดชอบ ต่อสังคม
การไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลทุก ประเภท	4.180	0.848	-1.046	1.314	มาก
การปฏิบัติตามหลักกฎหมาย มนุษยชน	4.300	0.701	-0.711	0.136	มาก
การสนับสนุนเรื่องสิทธิและ หน้าที่ของบุคคล	4.265	0.715	-0.769	0.702	มาก
<b>มาตรฐานแรงงานสากล</b>	<b>4.108</b>	<b>0.672</b>	<b>-0.788</b>	<b>0.898</b>	<b>มาก</b>
การให้ความเป็นธรรมเรื่อง ผลประโยชน์และค่าแรง	4.030	0.917	-0.980	1.027	มาก
การเคารพและปฏิบัติตาม กฎหมายแรงงาน	4.220	0.764	-0.938	1.418	มาก
การไม่กดขี่และใช้ความรุนแรง ต่อเด็กและสตรี	4.355	0.675	-0.618	-0.477	มาก
การให้ผลตอบแทนที่เหมาะสม ในด้านต่างๆ	3.913	0.855	-0.725	0.696	มาก
การไม่มีความเหลื่อมล้ำ และการ เลือกปฏิบัติ	4.023	0.818	-0.815	1.177	มาก
สิ่งแวดล้อม	<b>4.046</b>	<b>0.693</b>	<b>-0.599</b>	<b>0.269</b>	<b>มาก</b>
มีสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ ดีและเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม	4.195	0.783	-1.081	1.955	มาก
การดูแลและกำจัดขยะแบบรี ไซเคิล	4.010	0.813	-0.636	0.356	มาก
มีระบบการบำบัดน้ำเสีย	3.955	0.818	-0.441	-0.325	มาก
การอนุรักษ์พลังงาน	4.058	0.813	-0.612	0.064	มาก

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ความเบ้ (SK)	ความโด่ง (KU)	ระดับความ รับผิดชอบ ต่อสังคม
การลดการใช้วัสดุสิ้นเปลืองที่เป็น รูปธรรม	4.010	0.807	-0.535	-0.144	มาก
ความเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว (Green University)	4.053	0.878	-0.905	0.955	มาก
การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน	3.932	0.749	-0.541	0.080	มาก
การให้ความช่วยเหลือแก่สังคมรอบ ข้างโดยเฉพาะชุมชนรอบๆ มหาวิทยาลัย เช่น การเอื้อเพื่อ สถานที่ ห้องประชุม สนามกีฬา การช่วยกำจัดขยะ การกำจัดขยะ การทำความสะอาดลำคลอง รอบๆ มหาวิทยาลัย เป็นต้น	4.080	0.831	-0.730	0.355	มาก
การมีจิตอาสาพัฒนาชุมชนใน ประเด็นต่างๆ เช่น ให้นักศึกษา ช่วยร้านค้าชุมชนในการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น	4.023	0.854	-0.675	0.163	มาก
การอุดหนุนสินค้าในท้องถิ่นทำให้ เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน	3.820	0.905	-0.533	0.139	มาก
การจ้างงานโดยว่าจ้างคนในชุมชน หรือช่วยให้คนในท้องถิ่นมีงาน ทำ	3.758	0.920	-0.472	0.061	มาก
การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ ชุมชนในประเด็นที่ชุมชน ต้องการ เช่น การออกค่ายสอน หนังสือ การสนับสนุนโครงการ ต่อต้านยาเสพติด เป็นต้น	3.978	0.842	-0.515	0.052	มาก

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ความเบ้ (SK)	ความโด่ง (KU)	ระดับความ รับผิดชอบ ต่อสังคม
ความใส่ใจต่อผู้บริโภคนักศึกษา	4.219	0.580	-0.565	0.018	มาก
มีกระบวนการช่วยแก้ไขปัญหา ต่างๆ ให้นักศึกษาอย่างเป็น ระบบ เช่น การให้บริการ คำปรึกษาปัญหาต่างๆ การ ให้บริการกองทุนกู้ยืม เป็น ต้น	4.248	0.740	-0.655	-0.160	มาก
การสร้างวินัยให้นักศึกษา	3.900	0.971	-0.658	0.065	มาก
มีกระบวนการเรียนการสอนที่มี คุณภาพ	4.258	0.740	-0.750	0.376	มาก
มีคณาจารย์และบุคลากรที่มี คุณภาพ	4.382	0.669	-0.978	1.524	มาก
มีการสอดแทรกการสร้างทักษะ การใช้ชีวิตให้กับนักศึกษาไป พร้อมๆ กับการให้ความรู้ทาง วิชาการ	4.283	0.744	-0.986	1.576	มาก
เน้นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและไม่ บิดเบือนแก่นักศึกษาและ ผู้ปกครอง	4.210	0.726	-0.423	-0.739	มาก
มีการเรียนการสอนที่นำไป ประยุกต์ใช้กับชีวิตได้จริง	4.253	0.693	-0.655	0.307	มาก

### 3.2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) ระหว่างตัวแปรสังเกตได้เพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น คือ ตัวแปรต้องมีความสัมพันธ์กัน โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Kaiser – Mayer – Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO และค่าสถิติ Bartlett's of test of sphericity ถ้ามีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์ห่อัจประกอบได้ (ยูทช ไกยวรรณ, 2556)

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 13 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้จำนวน 11 ตัวแปร พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 55 คู่ ซึ่งเป็นตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีความสัมพันธ์กัน และความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในทางบวก มีขนาดของความสัมพันธ์หรือสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง 0.445 - 0.844 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดตัวแปรแฝงตัวเดียวกัน พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ตัวแปรสังเกตได้ที่มีระดับความสัมพันธ์กันสูงมาก ( $r > 0.8$ ) จำนวน 1 คู่ คือ มาตรฐานแรงงานสากล (Labor) กับสิทธิมนุษยชน (Human) ( $r = 0.849$ ) ตัวแปรสังเกตได้ที่มีระดับความสัมพันธ์กันสูง ( $0.6 < r < 0.8$ ) จำนวน 12 คู่ และตัวแปรสังเกตได้ที่มีระดับความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ( $0.4 < r < 0.6$ ) จำนวน 4 คู่ ซึ่งตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันน้อยที่สุด คือ สิ่งแวดล้อม (Environ) กับสิทธิมนุษยชน (Human) ( $r = 0.445$ )

ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดตัวแปรแฝงต่างกัน พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีระดับความสัมพันธ์กันสูงมาก ( $r > 0.8$ ) จำนวน 4 คู่ตัวแปรสังเกตได้ที่มีระดับความสัมพันธ์กันสูง ( $0.6 < r < 0.8$ ) จำนวน 37 คู่ และตัวแปรสังเกตได้ที่มีระดับความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ( $0.4 < r < 0.6$ ) จำนวน 12 คู่ ซึ่งคู่ตัวแปรสังเกตได้ที่มีความสัมพันธ์กันสูงมากที่สุด คือ มาตรฐานแรงงานสากล (Labor) กับสิทธิมนุษยชน (Human) ( $r = 0.849$ ) และคู่ตัวแปรสังเกตได้ที่มีความสัมพันธ์กันน้อยมากที่สุด คือ สิ่งแวดล้อม (Environ) กับสิทธิมนุษยชน (Human) ( $r = 0.445$ ) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่มีความสัมพันธ์กันและอยู่บนองค์ประกอบร่วมกันจึงมีความเหมาะสมเพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ในทิศทางเดียวกัน เมื่อพิจารณาค่าสถิติ Bartlett's of test of sphericity พบว่า มีค่าเท่ากับ 4329.306,  $df = 55$ ,  $p = 0.000$  แสดงว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity matrix) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างเพียงพอที่จะ

นำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าสถิติ Kaiser – Mayer – Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 ( $KMO = 0.934$ ) ซึ่งถือว่าดัชนีที่มีค่า KMO ตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไปมีความเหมาะสมที่จะนำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) ได้ดีมาก (สุภมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชณีกุล ภิญ โยธยานุวัฒน์, 2552) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กันมาก เหมาะสมในการนำไปใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป รายละเอียดดังตารางที่ 13



ตารางที่ 13 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social	Human	Labor	Environ	Commu	Student
<b>Ethic</b>	1										
<b>Economic</b>	0.673**	1									
<b>Philan</b>	0.683**	0.578**	1								
<b>Legal</b>	0.718**	0.602**	0.736**	1							
<b>Market</b>	0.687**	0.575**	0.775**	0.662**	1						
<b>Social</b>	0.802**	0.691**	0.695**	0.708**	0.711**	1					
<b>Human</b>	0.831**	0.637**	0.673**	0.706**	0.673**	0.724**	1				
<b>Labor</b>	0.736**	0.589**	0.694**	0.701**	0.687**	0.695**	0.849**	1			
<b>Environ</b>	0.499**	0.464**	0.554**	0.503**	0.610**	0.547**	0.445**	0.465**	1		
<b>Commu</b>	0.617**	0.450**	0.666**	0.549**	0.742**	0.660**	0.602**	0.652**	0.682**	1	
<b>Student</b>	0.841**	0.780**	0.694**	0.739**	0.679**	0.844**	0.795**	0.746**	0.518**	0.629**	1

Bartlett's Test of Sphericity Chi-Square = 4329.306, df = 55, p = .000, KMO = .934

\*\*P < .01

#### ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 2) จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) ของตัวแปรสังเกตได้ โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle component factoring) ด้วยวิธีการหมุนแกนแบบเวริแมกซ์ (Varimax) แล้วจึงเสนอผลการวิเคราะห์เรียงตามลำดับค่าน้ำหนักปัจจัย ซึ่งเกณฑ์ในการกำหนดองค์ประกอบผู้วิจัยได้กำหนดองค์ประกอบที่ต้องการเอาไว้ล่วงหน้า (สุภมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชนิกุล ภิญญวัฒน์, 2552 และยุทธ ไกรวรรณ, 2556)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อหาค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) ของตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR dimensions) รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR initiatives) และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR principles) สามารถแสดงผลได้ดังนี้

##### 1. มิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (CSR dimensions: Dimension)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ และสามารถจัดเรียงลำดับข้อคำถามขององค์ประกอบตามค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม (Ethical responsibility: Ethic) ประกอบด้วยตัวแปร 7 ตัวหรือข้อคำถาม จำนวน 7 ข้อคือ การปลูกจิตสำนึกให้ทุกคนเป็นคนดีมีคุณธรรม การสอดแทรกเรื่องคุณธรรม และจริยธรรมในการเรียนการสอน บัณฑิตมีคุณธรรม จริยธรรม บุคลากรมีจรรยาบรรณ คนในองค์กรมีความรู้ ความเข้าใจ และใส่ใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม อาจารย์มีความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน และการทำวิจัยและจัดสัมมนาเพื่อปลูกจิตสำนึกที่ดีให้กับสังคม โดยมีความแปรปรวนร่วมร้อยละ 68.974 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.781 – 0.871 (รายละเอียดดังตารางที่ 14)

องค์ประกอบที่ 2 ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย (Legal responsibility: Legal) ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัวหรือข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ คือ การปฏิบัติตามกฎหมายสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา การเน้นความถูกต้อง โดยไม่กระทำการใดๆ ที่เข้าข่ายการกระทำผิดกฎหมาย การยึดถือและปฏิบัติตามกฎ ข้อกำหนด และข้อบังคับตามพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม และการยึดถือและปฏิบัติตามแนวทางที่ถูกต้องของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) โดยที่ตัวแปรมิติความ

รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีความแปรปรวนร่วมร้อยละ 72.538 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.795 – 0.893 (รายละเอียดดังตารางที่ 15)

องค์ประกอบที่ 3 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Philanthropy responsibility: Philan) ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัวหรือข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือบริจาคเงินหรือสิ่งของในกรณีเกิดภัยพิบัติ การสนับสนุนให้อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากร เป็นอาสาสมัครช่วยเหลือสังคม เช่น เป็นอาสาสมัครสอนหนังสือให้เด็กยากจน หรือผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น การบริจาคหรือให้ความช่วยเหลือแก่สังคมเพื่อให้สังคมพึ่งตนเองได้ การเอื้อเฟื้อกำลังคนในการช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในสถานการณ์ปกติและเมื่อเกิดภัยพิบัติ และการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กเรียนดี และด้อยโอกาส โดยมีความแปรปรวนร่วมร้อยละ 66.751 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.786 – 0.833 (รายละเอียดดังตารางที่ 16)

องค์ประกอบที่ 4 ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ (Economic responsibility: Economic) ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัวหรือข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อคือ ความมั่นคงและราบรื่นทางการเงิน ความยั่งยืนและองค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเอง การผลิตบัณฑิตเพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน การกำหนดค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม และการผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพ โดยมีความแปรปรวนร่วมร้อยละ 61.231 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.747 – 0.817 (รายละเอียดดังตารางที่ 17)

จากผลการตรวจสอบข้อมูลพบว่า ค่าสถิติ Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO มีค่าเท่ากับ .957 ซึ่งมีค่ามากกว่า .80 แสดงว่าตัวแปรแต่ละตัวสามารถทำนายได้ด้วยตัวแปรอื่นหรือข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบได้มากและค่าสถิติ Bartlett's test of sphericity มีค่าเท่ากับ 6540.756 ที่ระดับนัยสำคัญ .000 แสดงว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ข้อสังเกตที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลบนพื้นฐานบริบทของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พบว่า ตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีองค์ประกอบจำนวน 4 องค์ประกอบซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิดของ Carroll (1991) คือ องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม (Ethical responsibility: Ethic) องค์ประกอบที่ 2 ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย (Legal responsibility: Legal) องค์ประกอบที่ 3 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Philanthropy responsibility: Philan) และองค์ประกอบที่ 4 ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ (Economic responsibility: Economic) รายละเอียดดังตารางที่ 18



ตารางที่ 14 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) ขององค์ประกอบที่ 1 ของตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
<b>ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม</b>		
การปลูกจิตสำนึกให้ทุกคนเป็นคนดีมีคุณธรรม	.871	.760
การสอดแทรกเรื่องคุณธรรม และจริยธรรมในการ เรียนการสอน	.859	.738
บัณฑิตมีคุณธรรม จริยธรรม	.852	.728
บุคลากรมีจรรยาบรรณ	.830	.689
คนในองค์กรมีความรู้ ความเข้าใจ และใส่ใจเรื่องความ รับผิดชอบต่อสังคม	.827	.685
อาจารย์มีความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน	.789	.622
การทำวิจัยและจัดสัมมนาเพื่อปลูกจิตสำนึกที่ดีให้กับ สังคม	.781	.608
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalue) = 4.828		
ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 68.974		

ตารางที่ 15 แสดงการวิเคราะห์ห้องศ์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA)  
 องค์กรประกอบที่ 2 ของตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์กรประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
<b>ความรับผิดชอบทางกฎหมาย</b>		
การปฏิบัติตามกฎหมายสิทธิมนุษยชน	.893	.798
การปฏิบัติตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา	.875	.766
การเน้นความถูกต้อง โดยไม่กระทำการใดๆ ที่เข้าข่าย การกระทำผิดกฎหมาย	.862	.744
การยึดถือและปฏิบัติตามกฎ ข้อกำหนด และข้อบังคับ ตามพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน	.846	.716
การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม	.835	.698
การยึดถือและปฏิบัติตามแนวทางที่ถูกต้องของ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)	.795	.630
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalue) = 4.352		
ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 72.538		

ตารางที่ 16 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA)  
องค์ประกอบที่ 3 ของตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
ความรับผิดชอบทางการบริจาคเพื่อสังคม		
การให้ความช่วยเหลือหรือบริจาคเงินหรือสิ่งของใน กรณีเกิดภัยพิบัติ	.833	.693
การสนับสนุนให้อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากร เป็น อาสาสมัครช่วยเหลือสังคม เช่น เป็นอาสาสมัคร สอนหนังสือให้เด็กยากจน หรือผู้ด้อยโอกาส เป็น ต้น	.830	.684
การบริจาคหรือให้ความช่วยเหลือแก่สังคมเพื่อให้ สังคมพึ่งตนเองได้	.819	.674
การเอื้อเพื่อกำลังคนในการช่วยเหลือสังคมอย่าง สม่ำเสมอ ทั้งในสถานการณ์ปกติและเมื่อเกิดภัย พิบัติ	.816	.670
การให้ทุนการศึกษาแก่เด็กเรียนดี และด้อยโอกาส	.786	.617
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalue) = 3.338		
ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 66.751		

ตารางที่ 17 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) ขององค์ประกอบที่ 4 ของตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ		
ความมั่นคงและราบรื่นทางการเงิน	.817	.669
ความยั่งยืนและองค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเอง	.794	.633
การผลิตบัณฑิตเพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน	.789	.626
การกำหนดค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม	.764	.570
การผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพ	.747	.560

ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalue) = 3.068

ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 61.231

ตารางที่ 18 แสดงลำดับองค์ประกอบตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีค่าน้ำหนักจากมากไปหาน้อย

ตัวแปร	จำนวนตัวแปร/ข้อคำถาม	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม	7	.887	.788
ความรับผิดชอบต่อทางธุรกิจเพื่อสังคม	5	.845	.715
ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย	6	.834	.695
ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ	5	.767	.589

ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalue) = 2.998

ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 74.934

Bartlett's Test of Sphericity Chi-Square = 6540.756, df = 253, p = .000, KMO = .957

## 2. รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR initiatives: Initiative)

ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงสำรวจตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร แบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบ และสามารถจัดเรียงลำดับข้อคำถามขององค์ประกอบตามค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Corporate - driven social initiatives: Social) ประกอบด้วยตัวแปร 7 ตัวหรือข้อคำถาม จำนวน 7 ข้อ คือ การปลูกฝังจริยธรรมจรรยาเพื่อสร้างคนให้มีจรรยาบรรณ การสร้างบัณฑิตที่มีสติปัญญาและการกระทำที่ดีต่อสังคม การจัดกิจกรรมการให้ความรู้ และความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยเอกชน มีมูลนิธิเพื่อให้ทุนต่างๆ แก่นักศึกษา มีการประกันอุบัติเหตุแก่นักศึกษา การจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้กับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ต้องการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน และการทำกิจกรรมรณรงค์การอนุรักษ์สภาพแวดล้อม เช่น การปลูกป่า การอนุรักษ์เต่าทะเล การอนุรักษ์ป่าชายเลน เป็นต้น โดยมีความแปรปรวนร่วมร้อยละ 55.067 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.620 – 0.862 (รายละเอียดดังตารางที่ 19)

องค์ประกอบที่ 2 กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing - driven social initiatives: Market) ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัวหรือข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อคือ การใส่ใจปัญหาของสังคม โดยการทำวิจัยและตีพิมพ์เผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ การจัดสัมมนาให้ความรู้ในประเด็นที่สำคัญและจำเป็นแก่สังคม การมีบทบาทเป็นผู้ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม การให้บริการการวิจัยแก่สาธารณะในประเด็นที่เป็นปัญหาของสังคม และการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ค่านิยม และประเพณีของชาติอย่าง โดยมีความแปรปรวนร่วมร้อยละ 75.103 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.826 – 0.892 (รายละเอียดดังตารางที่ 20)

จากผลการตรวจสอบข้อมูลพบว่า ค่าสถิติ Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO มีค่าเท่ากับ .925 ซึ่งมีค่ามากกว่า .80 แสดงว่าตัวแปรแต่ละตัวสามารถทำนายได้ด้วยตัวแปรอื่นหรือข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบดีมากและค่าสถิติ Bartlett's test of sphericity มีค่าเท่ากับ 2965.224 ที่ระดับนัยสำคัญ .000 แสดงว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบได้

ข้อสังเกตที่ได้จากการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบ (Factor analysis) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลบนพื้นฐานบริบทของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พบว่า ตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีองค์ประกอบจำนวน 2 องค์ประกอบซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิดของ Kotler, Hessekiel, & Lee (2012) คือ องค์ประกอบที่ 1 กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Corporate - driven social initiatives: Social) และ

องค์ประกอบที่ 2 กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing - driven social initiatives: Market)  
รายละเอียดดังตารางที่ 21

ตารางที่ 19 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA)  
องค์ประกอบที่ 1 ของตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ  
สถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
<b>กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร</b>		
การปลูกฝังจริยธรรมจรรยาเพื่อสร้างคนให้มีจรรยาบรรณ	.862	.750
การสร้างบัณฑิตที่มีสติปัญญาและการกระทำที่ดีต่อสังคม	.823	.686
การจัดกิจกรรมการให้ความรู้และความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการ ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยเอกชน	.766	.582
มีมูลนิธิเพื่อให้ทุนต่างๆแก่นักศึกษา	.731	.535
มีการประกันอุบัติเหตุให้แก่นักศึกษา	.710	.509
การจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้กับนักเรียน มัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ต้องการเข้าศึกษาต่อใน มหาวิทยาลัยเอกชน	.651	.415
การทำกิจกรรมรณรงค์การอนุรักษ์สภาพแวดล้อม เช่น การ ปลูกป่า การอนุรักษ์เต่าทะเล การอนุรักษ์ป่าชายเลน เป็นต้น	.620	.378
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalue) = 3.855		
ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 55.067		

ตารางที่ 20 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 2 ของตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด		
การใส่ใจปัญหาของสังคม โดยการทำวิจัยและตีพิมพ์ เผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ	.892	.795
การจัดตั้งมณาให้ความรู้ในประเด็นที่สำคัญและจำเป็น แก่สังคม	.882	.777
การมีบทบาทเป็นผู้ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม	.871	.759
การให้บริการการวิจัยแก่สาธารณะในประเด็นที่เป็น ปัญหาของสังคม	.861	.740
การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ค่านิยม และ ประเพณีของชาติอย่างต่อเนื่อง	.826	.683

ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalue) = 3.755

ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 75.103

ตารางที่ 21 แสดงลำดับองค์ประกอบตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีค่าน้ำหนักจากมากไปหาน้อย

ตัวแปร	จำนวนตัว แปร/ข้อคำถาม	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมของ องค์กร	7	.884	.782
กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด	5	.850	.722

ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalue) = 3.340

ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 65.061

Bartlett's Test of Sphericity Chi-Square = 2965.227 df = 66, p = .000, KMO = .925

### 3. หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR principles: Principle)

ผลการวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงสำรวจตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ และสามารถจัดเรียงลำดับข้อคำถามขององค์ประกอบตามค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา (Consumer/Student issues: Student) ประกอบด้วยตัวแปร 7 ตัวหรือข้อคำถาม จำนวน 7 ข้อ คือ กระบวนการเรียนการสอนมีคุณภาพ การสอดแทรกการสร้างทักษะการใช้ชีวิตให้กับนักศึกษาไปพร้อมๆ กับการให้ความรู้ทางวิชาการ คณาจารย์และบุคลากรมีคุณภาพ มีการสร้างวินัยให้นักศึกษา การให้ข้อมูลที่ต้องการและไม่บิดเบือนแก่นักศึกษาและผู้ปกครอง มีกระบวนการช่วยเหลือปัญหาต่างๆ ให้นักศึกษาอย่างเป็นระบบ เช่น การให้บริการคำปรึกษาปัญหาต่างๆ การให้บริการกองทุนกู้ยืม เป็นต้น และการเรียนการสอนสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตได้จริง โดยมีความแปรปรวนร่วมร้อยละ 59.185 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.666 – 0.873 (รายละเอียดดังตารางที่ 22)

องค์ประกอบที่ 2 สิทธิมนุษยชน (Human rights: Human) ประกอบด้วยตัวแปร 8 ตัวหรือข้อคำถาม จำนวน 8 ข้อคือ การให้เกียรติและเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน ไม่ก้าวร้าวและไม่เอาัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน การสนับสนุนเรื่องสิทธิและหน้าที่ของบุคคล มีความเสมอภาค ความเป็นมนุษย์ และความเป็นประชาธิปไตย โดยไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น คนทุกระดับมีคุณค่าเท่าเทียมกัน การไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลทุกประเภท การปฏิบัติตามหลักกฎหมายมนุษยชน และมีความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ โดยมีความแปรปรวนร่วมร้อยละ 72.270 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.762 – 0.844 (รายละเอียดดังตารางที่ 23)

องค์ประกอบที่ 3 มาตรฐานแรงงานสากล (Labor force: Labor) ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัวหรือข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ คือ การเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน ความเป็นธรรมเรื่องผลประโยชน์และค่าแรง การไม่สนับสนุนความเหลื่อมล้ำ และการเลือกปฏิบัติ การให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมในด้านต่างๆ และการไม่กดขี่และใช้ความรุนแรงต่อเด็กและสตรี โดยมีความแปรปรวนร่วมร้อยละ 69.291 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.728 – 0.878 (รายละเอียดดังตารางที่ 24)

องค์ประกอบที่ 4 การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน (Community involvement and development: Commu) ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัวหรือข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ คือ การอุดหนุนสินค้าในท้องถิ่นทำให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน การมีจิตอาสาพัฒนาชุมชนในประเด็นต่างๆ เช่น ให้นักศึกษาช่วยร้านค้าชุมชนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ชุมชนในประเด็นที่ชุมชนต้องการ เช่น การออกค่ายสอนหนังสือ การสนับสนุนโครงการต่อต้านยาเสพติด เป็นต้น การจ้างงานโดยว่าจ้างคนในชุมชน หรือช่วยให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ และการให้ความช่วยเหลือแก่สังคมรอบข้างโดยเฉพาะชุมชนรอบๆ มหาวิทยาลัย เช่น การเอื้อเฟื้อสถานที่ ห้อง



ประชุม สนามกีฬา การช่วยกำจัดขยะ การกำจัดขยะ การทำความสะอาดลำคลองรอบๆ มหาวิทยาลัย เป็นต้น โดยมีความแปรปรวนร่วมร้อยละ 74.021 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.831 – 0.886 (รายละเอียดดังตารางที่ 25)

องค์ประกอบที่ 5 สิ่งแวดล้อม (Environmental: Environ) ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัวหรือข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ คือ การอนุรักษ์พลังงาน การลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง มีระบบการบำบัดน้ำเสีย การดูแลและกำจัดขยะแบบรีไซเคิล ความเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว (Green University) และมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีความแปรปรวนร่วมร้อยละ 71.619 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.748 – 0.914 (รายละเอียดดังตารางที่ 26)

จากผลการตรวจสอบข้อมูลพบว่า ค่าสถิติ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO มีค่าเท่ากับ .960 ซึ่งมีค่ามากกว่า .80 แสดงว่าตัวแปรแต่ละตัวสามารถทำนายได้ด้วยตัวแปรอื่นหรือข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดีมากและค่าสถิติ Bartlett's test of sphericity มีค่าเท่ากับ 10448.523 ที่ระดับนัยสำคัญ .000 แสดงว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ข้อสังเกตที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลบนพื้นฐานบริบทของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พบว่า ตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีองค์ประกอบจำนวน 5 องค์ประกอบซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิดขององค์การสหประชาชาติ (United Nations, 2012) คือ องค์ประกอบที่ 1 ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา (Consumer/Student issues: Student) องค์ประกอบที่ 2 สิทธิมนุษยชน (Human rights: Human) องค์ประกอบที่ 3 มาตรฐานแรงงานสากล (Labor force: Labor) องค์ประกอบที่ 4 การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน (Community involvement and development: Commu) และองค์ประกอบที่ 5 สิ่งแวดล้อม (Environmental: Environ) รายละเอียดดังตารางที่ 27

ตารางที่ 22 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 1 ของตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
<b>ความใส่ใจต่อผู้บริโภคนักศึกษา</b>		
กระบวนการเรียนการสอนมีคุณภาพ	.873	.766
การสอดแทรกการสร้างทักษะการใช้ชีวิตให้กับ นักศึกษาไปพร้อมๆ กับการให้ความรู้ทางวิชาการ	.810	.657
คณาจารย์และบุคลากรมีคุณภาพ	.791	.632
มีการสร้างวินัยให้นักศึกษา	.770	.585
การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและไม่บิดเบือนแก่นักศึกษาและ ผู้ปกครอง	.743	.553
มีกระบวนการช่วยแก้ไขปัญหาด้านต่างๆ ให้นักศึกษาอย่าง เป็นระบบ เช่น การให้บริการคำปรึกษาปัญหาด้านต่างๆ การให้บริการกองทุนกู้ยืม เป็นต้น	.714	.507
การเรียนการสอนสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตได้ จริง	.666	.443
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalue) = 4.143		
ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 59.185		

ตารางที่ 23 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 2 ของตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
<b>สิทธิมนุษยชน</b>		
การให้เกียรติและเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน	.844	.768
ไม่ก้าวท้าวและไม่เอาัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน	.869	.759
การสนับสนุนเรื่องสิทธิและหน้าที่ของบุคคล	.866	.762
มีความเสมอภาค ความเป็นมนุษย์ และความเป็น ประชาธิปไตย โดยไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น	.864	.744
คนทุกระดับมีคุณค่าเท่าเทียมกัน	.864	.742
การไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลทุกประเภท	.849	.720
การปฏิบัติตามหลักกฎหมายมนุษยชน	.843	.714
มีความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ	.762	.581
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigen value) = 5.782		
ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 72.270		

ตารางที่ 24 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 3 ของตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
<b>มาตรฐานแรงงานสากล</b>		
การเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน	.878	.771
มีความเป็นธรรมเรื่องผลประโยชน์และค่าแรง	.877	.767
การไม่สนับสนุนความเหลื่อมล้ำ และการเลือกปฏิบัติ	.864	.747
การให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมในด้านต่างๆ	.807	.646
การไม่กดขี่และใช้ความรุนแรงต่อเด็กและสตรี	.728	.534
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigen value) = 3.465		
ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 69.291		

ตารางที่ 25 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 4 ของตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา เอกชน

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
<b>การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน</b>		
การอุดหนุนสินค้าในท้องถิ่นทำให้เกิดเศรษฐกิจ หมุนเวียน	.886	.784
การมีจิตอาสาพัฒนาชุมชนในประเด็นต่างๆ เช่น ให้ นักศึกษาช่วยร้านค้าชุมชนในการออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ เป็นต้น	.870	.759
การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ชุมชนในประเด็นที่ ชุมชนต้องการ เช่น การออกค่ายสอนหนังสือ การ สนับสนุนโครงการต่อต้านยาเสพติด เป็นต้น	.864	.747
การจ้างงานโดยว่าจ้างคนในชุมชน หรือช่วยให้คนใน ท้องถิ่นมีงานทำ	.850	.720
การให้ความช่วยเหลือแก่สังคมรอบข้างโดยเฉพาะ ชุมชนรอบๆ มหาวิทยาลัย เช่น การเอื้อเฟื้อสถานที่ ห้องประชุม สนามกีฬา การช่วยกำจัดขยะ การกำจัด ขยะ การทำความสะอาดลำคลองรอบๆ มหาวิทยาลัย เป็นต้น	.831	.691
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigen value) = 3.701		
ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 74.021		

ตารางที่ 26 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 5 ของตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
สิ่งแวดล้อม		
การอนุรักษ์พลังงาน	.914	.832
การลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง	.895	.803
มีระบบการบำบัดน้ำเสีย	.893	.791
การดูแลและกำจัดขยะแบบรีไซเคิล	.818	.659
ความเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว (Green University)	.795	.658
มีสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดีและเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม	.748	.554
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigen value) = 4.297		
ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 71.619		

ตารางที่ 27 แสดงลำดับองค์ประกอบตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีค่าน้ำหนักจากมากไปหาน้อย

ตัวแปร	จำนวนตัวแปร/ข้อคำถาม	น้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
ความใส่ใจต่อผู้บริโภคนักศึกษา	7	.906	.821
สิทธิมนุษยชน	8	.872	.760
มาตรฐานแรงงานสากล	5	.857	.734
การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน	5	.785	.617
สิ่งแวดล้อม	6	.671	.451

ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigen value) = 3.803

ร้อยละของความแปรปรวนร่วม (% of Variance) = 68.602

Bartlett's Test of Sphericity Chi-Square = 10448.523, df = 465, p = .000, KMO = .960

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนข้างต้น โดยใช้หลักการแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามที่ผู้วิจัยศึกษาทบทวนวรรณกรรม ประกอบเข้ากับหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจที่ได้ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านจำนวนปัจจัยที่มีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อลดจำนวนตัวแปรหรือข้อคำถาม ตลอดจนการจัดเรียงคำถามเพื่อความสะดวกในการจัดการกับข้อมูล

#### ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบทฤษฎี เพื่อสำรวจและระบุองค์ประกอบ และเพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างตัวแปรใหม่ (สุภมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชนิภา ภิญโญภาณุวัฒน์, 2554)

เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรสาเหตุในงานวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ด้วยโปรแกรมสถิติคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์รูปแบบสมการโครงสร้าง (Structural equation measurement: SEM) โดยแสดงผลการวิเคราะห์ค่าเมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ ค่า R-Square ค่าเมทริกซ์สัมประสิทธิ์

คะแนนองค์ประกอบ ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability:  $\rho_c$ ) ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted:  $\rho_v$ ) และค่าสถิติความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโครงสร้าง รายละเอียดดังตารางที่ 28





ตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันชั้นของมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปร	เมตริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ												R <sup>2</sup>	
	Dimension				Initiative				Principle					
	b	B	SE	T	b	B	SE	T	b	B	SE	T		
Ethic	0.89	0.88	0.040	22.15*										0.78
Economic	0.74	0.74	0.044	16.69*										0.54
Philan	0.79	0.79	0.043	18.52*										0.62
Legal	0.82	0.82	0.042	19.64*										0.67
Market					0.79	0.80	0.042	18.72*						0.63
Social					0.88	0.88	0.041	21.83*						0.78
Human									0.85	0.85	0.041	20.53*		0.72
Labor									0.83	0.83	0.041	20.10*		0.69
Environ									0.58	0.58	0.04	12.44*		0.34
Commu									0.72	0.72	0.045	16.22*		0.52
Student									0.89	0.90	0.040	22.54*		0.80
$\rho_c$		0.8824				0.8271				0.8864				
$\rho_v$		0.6093				0.7103				0.6106				

$\chi^2 = 44.52$  (P = 0.0066), df = 24,  $\chi^2/df = 1.865$ , CFI = 1.00, GFI = 0.98, AGFI = 0.95, RMSEA = 0.046, SRM = 0.016

\*มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, \*\*มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานและค่าสถิติ T ของน้ำหนักองค์ประกอบ แสดงให้เห็นว่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่าที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ในแบบจำลองแตกต่างจากศูนย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่า R-square ( $R^2$ ) คือค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ซึ่งเป็นค่าที่ได้รับจากสมการถดถอยที่มีองค์ประกอบเป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรสังเกตได้เป็นตัวแปรตาม ดังนั้นค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์จึงเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบรวม ซึ่งก็คือค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยง (ความเที่ยง) ของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวในการวัดตัวแปรแฝง และค่านี้ควรมากกว่า 0.50 จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรความรับผิดชอบต่อสังคมทางจริยธรรม (Ethic) มีความเที่ยงในการวัดองค์ประกอบมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Dimension) มากที่สุด โดยค่า  $R^2$  ของตัวแปรสังเกตได้ขององค์ประกอบมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.54 – 0.78 ส่วนตัวแปรกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Social) ความเที่ยงในการวัดองค์ประกอบองค์ประกอบรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Initiative) มากที่สุด โดยที่ค่า  $R^2$  ของตัวแปรสังเกตได้ขององค์ประกอบรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.63 – 0.78 และตัวแปรความใส่ใจต่อผู้บริโภคนักศึกษา (Student) มีความเที่ยงในการวัดองค์ประกอบหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มากที่สุด โดยค่า  $R^2$  ของตัวแปรสังเกตได้ขององค์ประกอบหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.34 – 0.80 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการพยากรณ์องค์ประกอบมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สามารถอธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบรวมได้ ร้อยละ 54 – 78 ตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการพยากรณ์องค์ประกอบรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สามารถอธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบรวมได้ ร้อยละ 63 – 78 ส่วนตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการพยากรณ์องค์ประกอบหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนนั้น สามารถอธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบรวมได้ ร้อยละ 34 – 80

ส่วนดัชนีตรวจสอบความตรงของรูปแบบที่แสดงให้เห็นว่ารูปแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ค่า Chi-square statistics ( $\chi^2$ ) ควรมีค่าเข้าใกล้ศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative chi-square:  $\chi^2/df$ ) เพื่อใช้เปรียบเทียบระดับความกลมกลืนระหว่างโมเดลที่มีองศาอิสระไม่เท่ากัน โมเดลที่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยที่ควรมีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ไม่เกิน 2 ค่า RMSEA ควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 ค่า GFI ค่า AGFI และค่า CFI ควรมีค่าเข้าใกล้ 1 (สุวิมล ติรกันันท์, 2555) ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 17

แสดงให้เห็นว่าค่า  $\chi^2 = 44.52$  ( $P = 0.0066$ ) ค่า  $df = 24$  ค่า  $\chi^2/df = 1.865$  ค่า  $CFI = 1.00$  ค่า  $GFI = 0.98$  ค่า  $AGFI = 0.95$  และค่า  $RMSEA = 0.046$  ผลการวิเคราะห์ที่ได้แสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบพบว่ามีความเป็นบวกทั้งหมด มีขนาดตั้งแต่ 0.58 – 0.79 และแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกตัว เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบเป็นรายองค์ประกอบพบรายละเอียดดังต่อไปนี้

องค์ประกอบมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Dimension) มีตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ ตัวแปรความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม (Ethic) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (B) เท่ากับ 0.89 และมีความแปรผันร่วมกับองค์ประกอบมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Dimension) ร้อยละ 78 ตัวแปรความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย (Legal) ) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (B) เท่ากับ 0.82 และมีความแปรผันร่วมกับองค์ประกอบมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Dimension) ร้อยละ 67 ตัวแปรการบริจาคเพื่อสังคม (Philan) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (B) เท่ากับ 0.79 และมีความแปรผันร่วมกับองค์ประกอบมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Dimension) ร้อยละ 63 และตัวแปรความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ (Economic) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (B) เท่ากับ 0.74 และมีความแปรผันร่วมกับองค์ประกอบมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Dimension) ร้อยละ 67

องค์ประกอบรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Initiative) มีตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ ตัวแปรกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Social) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (B) เท่ากับ 0.88 และมีความแปรผันร่วมกับองค์ประกอบรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Initiative) ร้อยละ 78 ส่วนตัวแปรกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Market) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (B) เท่ากับ 0.80 และมีความแปรผันร่วมกับองค์ประกอบรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Initiative) ร้อยละ 63

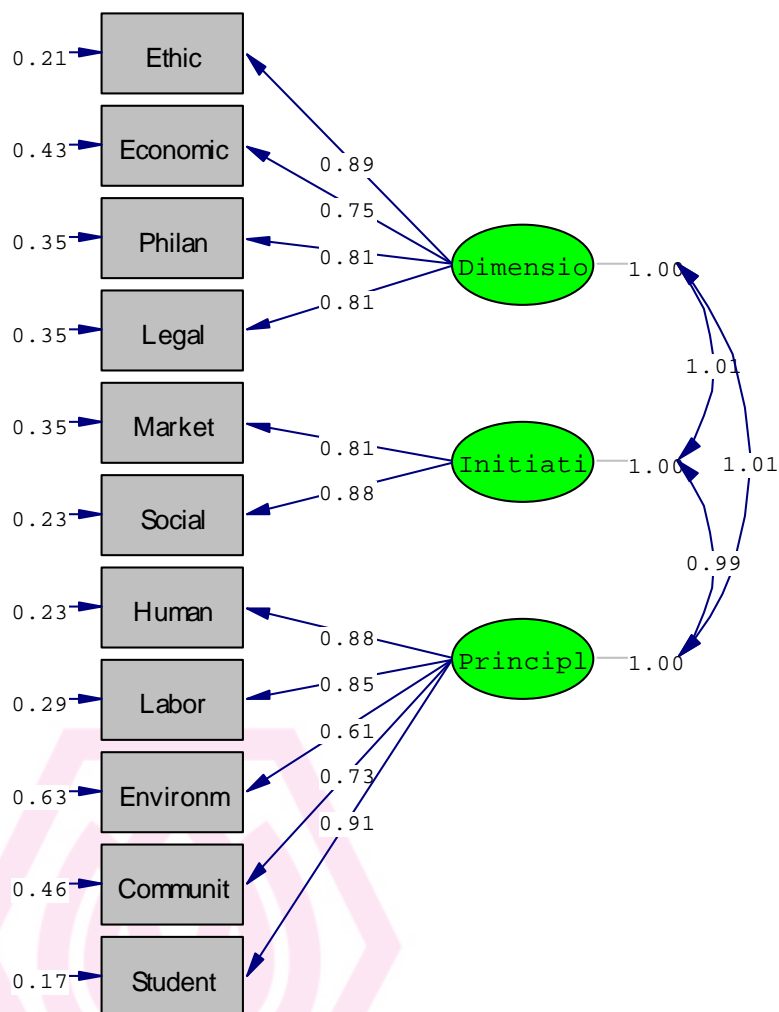
องค์ประกอบหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Principle) ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ ตัวแปรความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา (Student) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (B) เท่ากับ 0.90 และมีความแปรผันร่วมกับองค์ประกอบหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Principle) ร้อยละ 80 ตัวแปรสิทธิมนุษยชน (Human) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (B) เท่ากับ 0.85 และมีความแปรผันร่วมกับองค์ประกอบหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Principle) ร้อยละ 72 ตัวแปรมาตรฐานแรงงานสากล (Labor) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (B) เท่ากับ 0.83 และมีความแปรผันร่วมกับองค์ประกอบหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Principle) ร้อยละ 69 ตัวแปรการมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน (Commu) มีน้ำหนักองค์ประกอบ

มาตรฐาน (B) เท่ากับ 0.72 และมีความแปรผันร่วมกับองค์ประกอบหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Principle) ร้อยละ 52 และตัวแปรสิ่งแวดล้อม (Environ) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (B) เท่ากับ 0.58 และมีความแปรผันร่วมกับองค์ประกอบหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Principle) ร้อยละ 34

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังพบว่า องค์ประกอบมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Dimension) องค์ประกอบรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Initiative) และองค์ประกอบหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Principle) มีค่าความเที่ยงสูง ( $\rho_c > 0.60$ ) และองค์ประกอบส่วนใหญ่อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรในองค์ประกอบได้สูง ( $\rho_v > 0.50$ ) เช่นกัน โดยที่องค์ประกอบมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีค่า  $\rho_c = 0.8824$  และ ค่า  $\rho_v = 0.6093$  องค์ประกอบรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีค่า  $\rho_c = 0.8271$  และ ค่า  $\rho_v = 0.7103$  และองค์ประกอบหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีค่า  $\rho_c = 0.8864$  และ ค่า  $\rho_v = 0.6106$  ตามลำดับ

#### **ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 3) ผู้วิจัยได้วิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยใช้โปรแกรมสถิติคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์รูปแบบสมการ โครงสร้าง (Structural equation measurement: SEM) ผลการวิเคราะห์พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์ของโมเดลยังไม่สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าวิเคราะห์ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square statistics:  $\chi^2$ ) เท่ากับ 622.98 ที่องศาอิสระ (Degree of freedom: df) เท่ากับ 41 ค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.00000 ค่า RMSEA (Root mean square error if approximation) เท่ากับ 0.19 ค่า SRMR เท่ากับ 0.056 ค่า GFI (Goodness of fit index) เท่ากับ 0.78 ค่า AGFI (Adjusted goodness of fit index) เท่ากับ 0.64 รายละเอียดดังภาพที่ 16



Chi-Square=622.98, df=41, P-value=0.00000, RMSEA=0.189

ภาพประกอบที่ 16 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ก่อนปรับรูปแบบ (ผลการวิเคราะห์ครั้งที่ 1)

ตารางที่ 29 ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง ความ  
 รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
$\chi^2/df$	< 2.00	15.946	ไม่ผ่านเกณฑ์
CFI	$\geq 0.95$	0.95	ผ่านเกณฑ์
GFI	$\geq 0.95$	0.78	ไม่ผ่านเกณฑ์
AGFI	$\geq 0.90$	0.64	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.19	ไม่ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.05	0.056	ไม่ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่าโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง  
 ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ระหว่างมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของ  
 สถาบันอุดมศึกษาเอกชน รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน  
 และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมาจาก  
 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ยังไม่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณา  
 จากค่าสถิติที่คำนวณได้ คือ ค่า  $\chi^2 = 622.98$ ,  $df = 41$ ,  $p\text{-value} = 0.00000$ ,  $CFI = 0.95$ ,  $GFI = 0.78$ ,  
 $AGFI = 0.64$ ,  $SRMR = 0.056$  และ  $RMSEA = 0.19$  ซึ่งค่าสถิติบางตัวยังไม่ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด  
 ไว้ (สุภมาส อังสุโชติ สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชณีกุล ภิญ โยธยานุวัฒน์, 2554) ผู้วิจัยจึงได้  
 ดำเนินการปรับโมเดล (Model modification) โดยพิจารณาจากคำแนะนำในการปรับค่าพารามิเตอร์  
 ในโมเดลด้วยค่าดัชนีปรับโมเดล (Model modification indices: MI) จากนั้นปรับค่าพารามิเตอร์โดย  
 การยินยอมให้ผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้จนกระทั่งค่าดัชนี  
 ความกลมกลืนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยรายละเอียดของการปรับแก้โมเดล  
 เพื่อให้มีความสอดคล้องกลมกลืน (Model fit) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถนำเสนอผลได้ดัง  
 ตารางที่ 30

ตารางที่ 30 ผลการปรับโมเดลในการวิเคราะห์ความสอดคล้องกลมกลืนของความสัมพันธ์กับข้อมูลเชิงประจักษ์

ครั้งที่	คู่ความสัมพันธ์ของ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ทำการปรับ	$\chi^2$	df	p-value	RMSEA
1	Commu กับ Environ	509.91	40	0.00000	0.172
2	Labor กับ Human	417.43	39	0.00000	0.156
3	Market กับ Philan	309.28	38	0.00000	0.134
4	Student กับ Economic	275.29	37	0.00000	0.127
5	Human กับ Ethic	228.46	36	0.00000	0.116
6	Commu กับ Market	200.24	35	0.00000	0.109
7	Environ กับ Market	173.56	34	0.00000	0.101
8	Legaal กับ Philan	148.51	33	0.00000	0.094
9	Commu กับ Economic	126.50	32	0.00000	0.086
10	Commu กับ Philan	102.75	31	0.00000	0.076
11	Environ กับ Philan	87.36	30	0.00000	0.069
12	Commu กับ Labor	80.43	29	0.00000	0.067
13	Commu กับ Legal	70.81	28	0.00001	0.062
14	Student กับ Social	63.31	27	0.00010	0.058
15	Student กับ Ethic	59.70	26	0.00018	0.057
16	Student กับ Human	50.30	25	0.00196	0.050
17	Social กับ Economic	44.52	24	0.00663	0.046

จากตารางที่ 30 ในการปรับ โมเดลครั้งที่ 1 ระหว่าง Commu กับ Environ ที่สัมพันธ์กัน พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น กล่าวคือ ค่า  $\chi^2$  ลดลงจาก 622.98 เป็น 509.91 และค่า RMSEA ลดลงจาก 0.172 เป็น 0.156 แสดงให้เห็นว่าการปรับแก้โมเดลเพื่อให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยวิธีการดังกล่าวได้ผลค่อนข้างดีและไม่เป็นการแก้ไขแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยด้วย เพราะเป็นการปรับที่ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของตัวแปรเชิงประจักษ์ ไม่ได้เปลี่ยนทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแบบจำลอง โดยผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวม หลังจากที่ถูกวิจัยได้ดำเนินการปรับ โมเดลเพื่อให้ได้โมเดลที่มีความสอดคล้องกลมกลืน (Model fit) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าดัชนีความกลมกลืนดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรักชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยรวมหลังจากการปรับแก้โมเดล

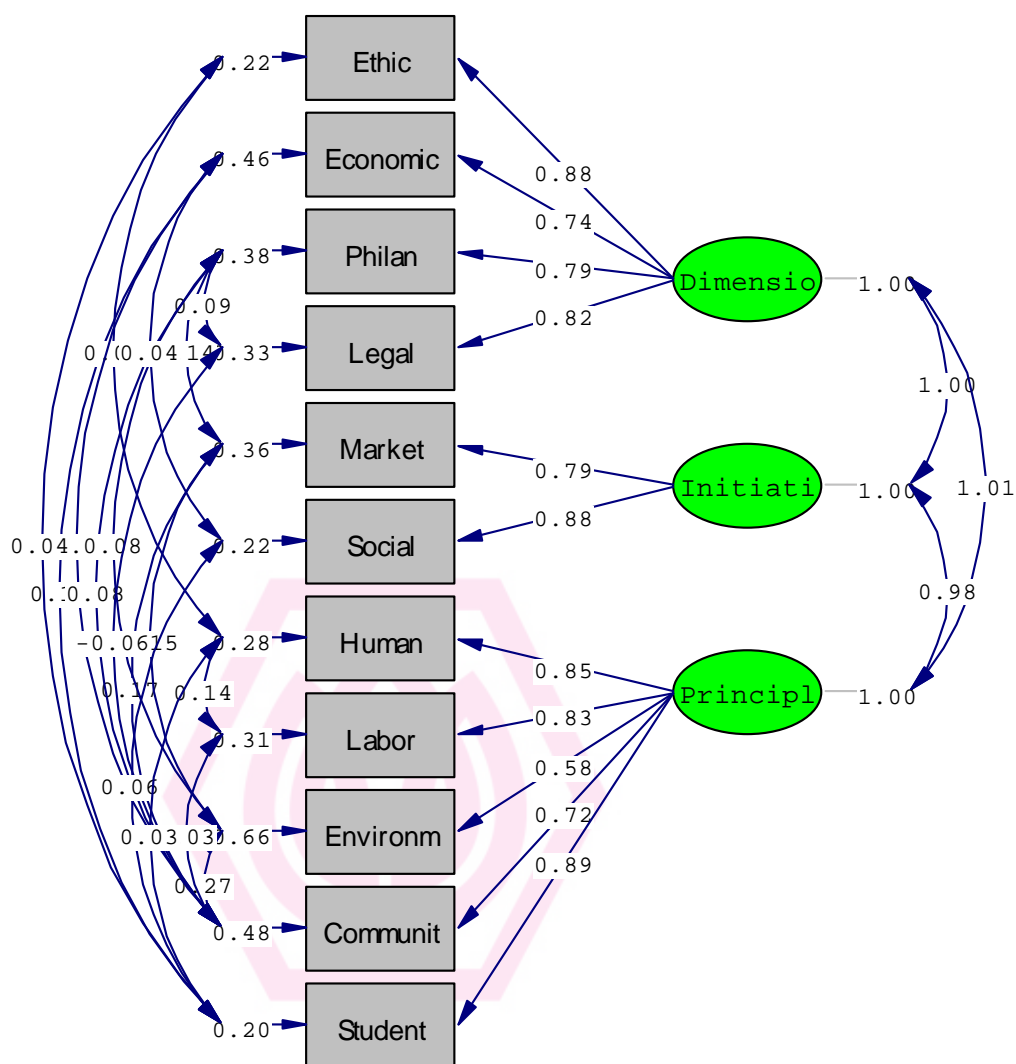
ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
$\chi^2/df$	< 2.00	1.865	ผ่านเกณฑ์
CFI	$\geq 0.95$	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	$\geq 0.95$	0.98	ผ่านเกณฑ์
AGFI	$\geq 0.90$	0.95	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.046	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.05	0.016	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 31 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับทุกดัชนี คือ ค่า  $\chi^2/df = 1.865$ , CFI = 1.00, GFI = 0.98, AGFI = 0.95, RMSEA = 0.046 และ SRMR = 0.016 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1. ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2/df$ ) มีค่าเท่ากับ 1.865 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากค่าไค-สแควร์สัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 2.00
2. ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (Comparative fit index: CFI) มีค่าเท่ากับ 1.00 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์เนื่องจากค่า CFI มีค่ามากกว่า 0.95
3. ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (Absolute fit index) ที่ผู้วิจัยได้นำมาพิจารณา คือ ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of fit index: GFI) มีค่าเท่ากับ 0.98 และค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (Adjusted goodness of fit index: AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.95 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากค่า GFI และค่า AGFI มีค่าระหว่าง 0 – 1 และมีค่ามากกว่า 0.90
4. ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root mean square of approximation: RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.046 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากค่า RMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือมีค่าระหว่าง 0.05 ถึง 0.08
5. ดัชนีวัดความสอดคล้องในรูปความคลาดเคลื่อน คือ ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Standardized root mean square residual: SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.016



แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากค่า SRMR มีค่าน้อยกว่า 0.05 รายละเอียดดังภาพประกอบที่ 17



Chi-Square=44.52, df=24, P-value=0.00663, RMSEA=0.046

ภาพประกอบที่ 17 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน หลังปรับรูปแบบ (ผลการวิเคราะห์ครั้งที่ 17)

**ตอนที่ 7 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second order confirmatory factor analysis: 2<sup>nd</sup> Order CFA)**

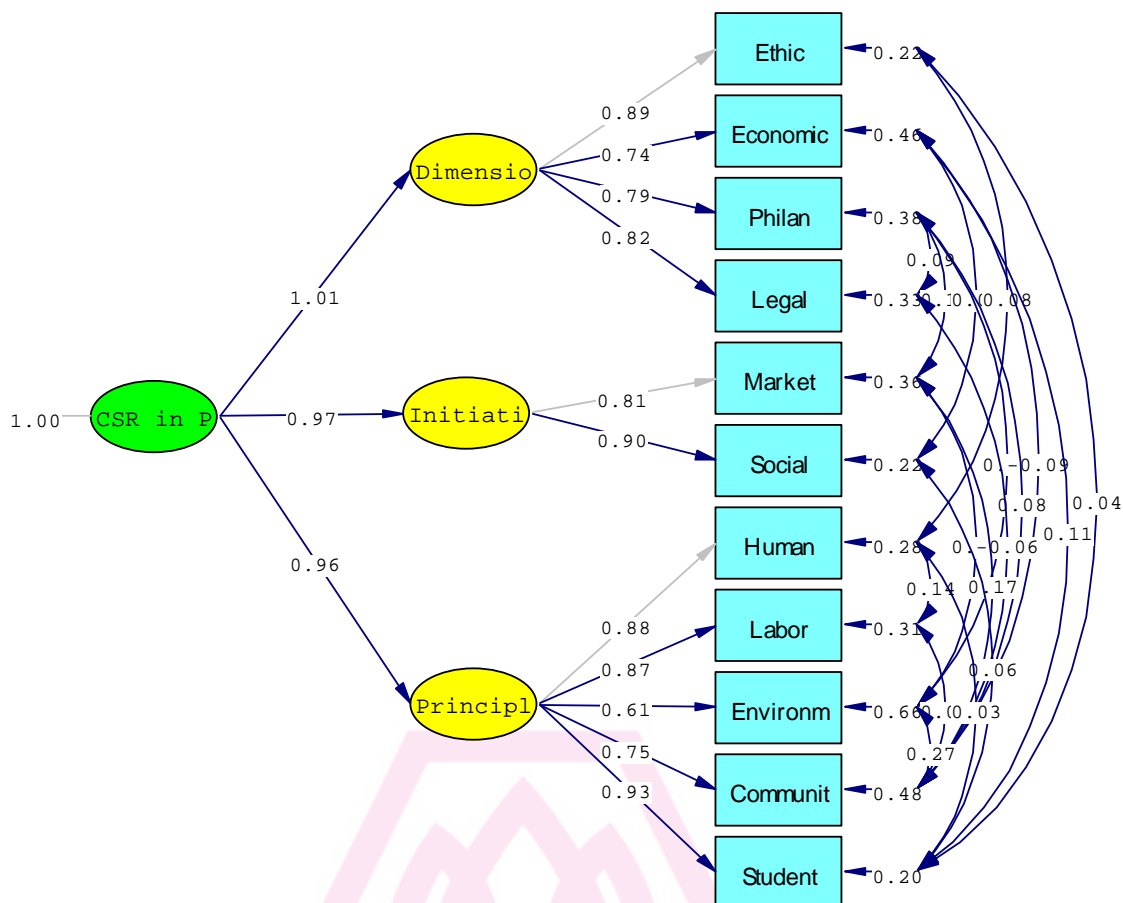
ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second order confirmatory factor analysis: 2<sup>nd</sup> Order CFA) เพื่อยืนยันว่าองค์ประกอบย่อยจัดเป็นองค์ประกอบขององค์ประกอบหลัก และเพื่อยืนยันว่าองค์ประกอบหลักทั้ง 3 ด้านประกอบกันเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนและองค์ประกอบใดมีนัยสำคัญมากกว่าองค์ประกอบใด

ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second order confirmatory factor analysis: 2<sup>nd</sup> Order CFA) ครั้งแรก ได้ค่า  $\chi^2 = 622.98$ ,  $df = 41$ ,  $p\text{-value} = 0.00000$ ,  $CFI = 0.95$ ,  $GFI = 0.78$ ,  $AGFI = 0.64$ ,  $SRMR = 0.056$  และ  $RMSEA = 0.19$  แสดงว่าโมเดลยังไม่สอดคล้องกลมกลืน กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงปรับ โมเดลโดยการลากเส้นความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อน 17 คู่ จนได้ค่า  $\chi^2 = 44.52$ ,  $df = 24$ ,  $p\text{-value} = 0.00663$ ,  $CFI = 1.00$ ,  $GFI = 0.98$ ,  $AGFI = 0.95$ ,  $RMSEA = 0.046$  และ  $SRMR = 0.016$  ดังรายละเอียดในตารางที่ 32 ภาพประกอบที่ 18



ตารางที่ 32 ผลการปรับโมเดลในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ผลการวิเคราะห์ครั้งที่	การปรับเส้นความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อน	Goodness of fit statistics				
		$\chi^2$	df	p-value	$\chi^2/df$	RMSEA
1	Commu กับ Environ	509.91	40	0.00000	12.747	0.172
2	Labor กับ Human	417.43	39	0.00000	10.703	0.156
3	Market กับ Philan	309.28	38	0.00000	8.138	0.134
4	Student กับ Economic	275.29	37	0.00000	7.440	0.127
5	Human กับ Ethic	228.46	36	0.00000	6.346	0.116
6	Commu กับ Market	200.24	35	0.00000	5.721	0.109
7	Environ กับ Market	173.56	34	0.00000	5.104	0.101
8	Legaal กับ Philan	148.51	33	0.00000	4.500	0.094
9	Commu กับ Economic	126.50	32	0.00000	3.953	0.086
10	Commu กับ Philan	102.75	31	0.00000	3.314	0.076
11	Environ กับ Philan	87.36	30	0.00000	2.912	0.069
12	Commu กับ Labor	80.43	29	0.00000	2.773	0.067
13	Commu กับ Legal	70.81	28	0.00001	2.528	0.062
14	Student กับ Social	63.31	27	0.00010	2.344	0.058
15	Student กับ Ethic	59.70	26	0.00018	2.296	0.057
16	Student กับ Human	50.30	25	0.00196	2.012	0.050
17	Social กับ Economic	44.52	24	0.00663	1.855	0.046



Chi-Square=44.52, df=24, P-value=0.00663, RMSEA=0.046

ภาพประกอบที่ 18 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน หลังปรับรูปแบบ (ผลการวิเคราะห์ครั้งที่ 17)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second order confirmatory factor analysis: 2<sup>nd</sup> Order CFA) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีความสอดคล้องกลมกลืนอย่างสูงกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนนั้น จะสามารถอธิบายได้ด้วยมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Dimension) (มีค่าเท่ากับ 1.01) มากกว่ารูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Initiative) (มีค่าเท่ากับ 0.97) และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Principle) (มีค่าเท่ากับ 0.96) ตามลำดับ ดังตารางที่ 33

ตารางที่ 33 เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปรแฝง	Dimension	Initiative	Principle	CSR in PHE
Dimension	0.96			
Initiative	0.98	0.96		
Principle	0.96	0.93	0.93	
CSR in PHE	1.01	0.97	0.96	1.00

### ตอนที่ 8 การนำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์ก่อนและหลังการปรับรูปแบบ และการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

#### การนำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์ก่อนและหลังการปรับรูปแบบ

การนำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์ก่อนและหลังการปรับรูปแบบ เพื่อการทดสอบ ในกรณีที่ความสัมพันธ์ยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยต้องมีการปรับรูปแบบเพื่อให้มีความสอดคล้อง โดยเพิ่มเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษาและความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนในตัวแปรสังเกตได้ จนได้ความสัมพันธ์ใหม่ที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แล้วจึงนำผลที่ได้มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ของอิทธิพลรวม (Total effect)

ผู้วิจัยวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เพื่อตอบคำถามการวิจัย โดยผู้วิจัยนำเสนอผลของอิทธิพลทางตรง (Direct Effects: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE) และอิทธิพลรวม (Total Effects: TE)

จากการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์พบว่าโมเดลยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 622.98 ที่องศาอิสระ(df) เท่ากับ 41 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) เท่ากับ 0.00000 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.78 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.64 ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.189 ภายหลังจากการปรับโมเดล พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพประกอบที่ 19 แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และตารางที่ 34 แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลในโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

การทดสอบความสอดคล้องโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน กับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) มีค่าเท่ากับ 44.52 องศาอิสระ (df) เท่ากับ 24 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) เท่ากับ 0.00663 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.98 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.95 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.046 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งรายละเอียดดังกล่าวผู้วิจัยได้กล่าวแล้วในส่วนผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

#### การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานข้อที่ 1** ตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผลของเส้นทางอิทธิพลสามารถอธิบายถึงมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนได้ดีในโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนพบว่ามีความสอดคล้องกันดีระหว่างกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Dimension) พบว่าตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Dimension) ได้รับอิทธิพลโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อจัดเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปร พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมทางจริยธรรม (Ethic) มีค่าเท่ากับ 0.89 มีความสำคัญต่อมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Dimension) มากที่สุด รองลงมาคือ ความรับผิดชอบต่อสังคมทางกฎหมาย (Legal) มีค่าเท่ากับ 0.82 ความรับผิดชอบต่อสังคมทางธุรกิจเพื่อสังคม (Philan) มีค่าเท่ากับ 0.79 และความรับผิดชอบต่อสังคมทางเศรษฐกิจ (Economic) มีค่าเท่ากับ 0.74 ตามลำดับ

**สมมติฐานข้อที่ 2** ตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผลของเส้นทางอิทธิพลสามารถอธิบายถึงรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนได้ดีในโมเดลความสัมพันธ์ของ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนพบว่ามีความสอดคล้องกันดีระหว่างกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Initiative) พบว่าตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Initiative) ได้รับอิทธิพลโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Initiative) พบว่าตัวแปรที่ส่งผลต่อรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Initiative) ได้รับอิทธิพลโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อจัดเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปร พบว่ากิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Social) มีค่าเท่ากับ 0.90 มีความสำคัญต่อรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Initiative) มากที่สุด รองลงมาคือกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Market) มีค่าเท่ากับ 0.81

**สมมติฐานข้อที่ 3** ตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนใน โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผลของเส้นทางอิทธิพลสามารถอธิบายถึงหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนได้ดีใน โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนพบว่ามีความสอดคล้องกันดีระหว่างกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Principle) พบว่าตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Principle) ได้รับอิทธิพลโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สำหรับอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Principle) พบว่าตัวแปรที่ส่งผลต่อหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Principle) ได้รับอิทธิพลโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อจัดเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปร พบว่าความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา (Student) มีค่าเท่ากับ 0.93 มีความสำคัญต่อหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Principle) มากที่สุด รองลงมาคือ สิทธิมนุษยชน (Human) มีค่าเท่ากับ 0.88 มาตรฐานแรงงานสากล (Labor) มีค่าเท่ากับ 0.87 การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน (Commu) มีค่าเท่ากับ 0.75 และสิ่งแวดล้อม (Environ) มีค่าเท่ากับ 0.61 ตามลำดับ

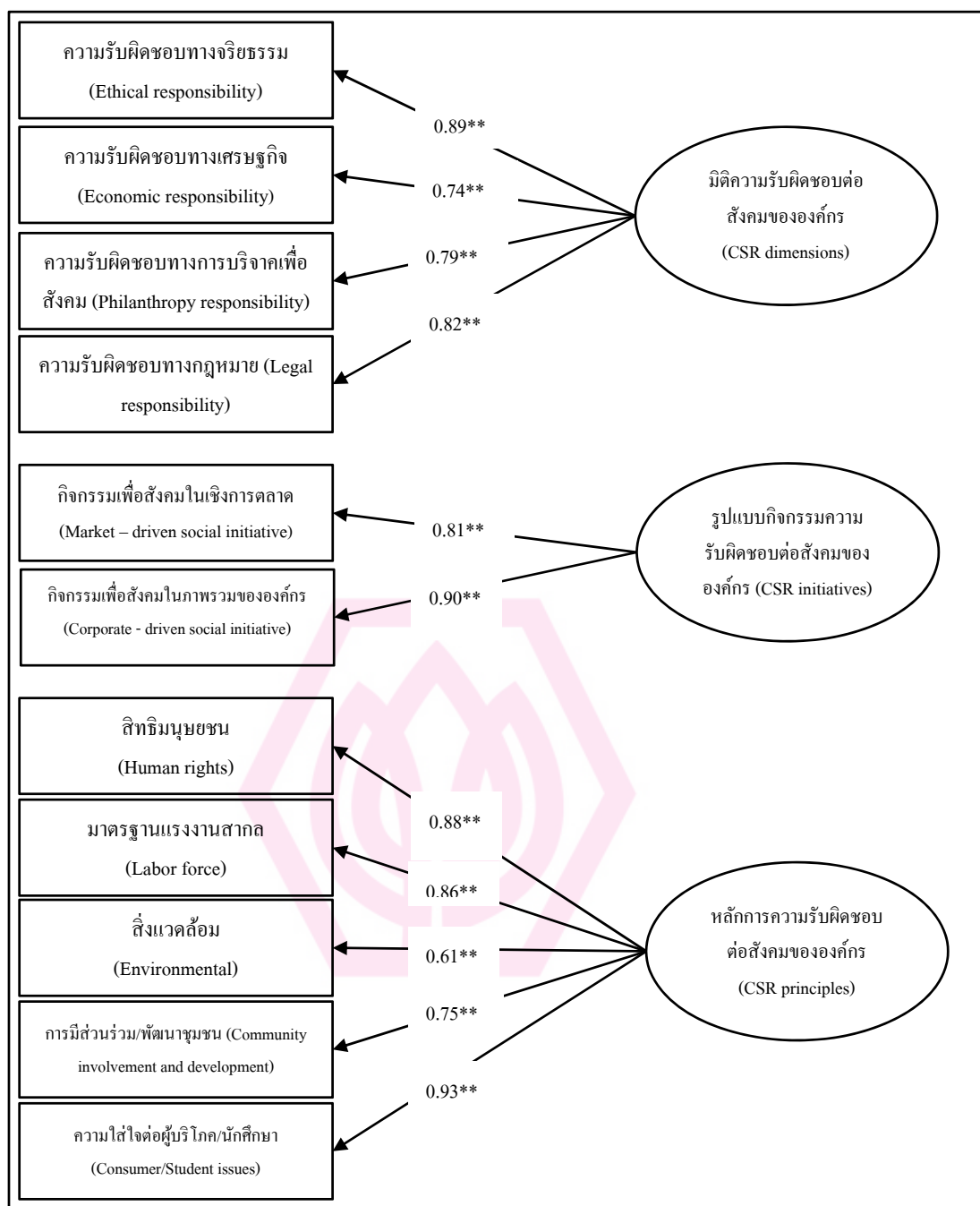
ส่วนอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (CSR in P.H.E.) พบว่าตัวแปรที่ส่งผลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (CSR in P.H.E.) ได้รับอิทธิพลโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อจัดเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปร พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมทางจริยธรรม (Ethic) มีค่าเท่ากับ 0.90 มีความสำคัญต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (CSR in P.H.E.) มากที่สุด รองลงมาคือ ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา (Student) มีค่าเท่ากับ 0.89 กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Social) มีค่าเท่ากับ 0.87 สิทธิมนุษยชน (Human) มาตรฐานแรงงานสากล (Labor) และความรับผิดชอบต่อกฎหมาย (Legal) มีค่าเท่ากับ 0.83 ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการบริจาคม (Philan) มีค่าเท่ากับ 0.80 กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Market) มีค่าเท่ากับ 0.79 ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ (Economic) มีค่าเท่ากับ 0.75 การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน (Commu) มีค่าเท่ากับ 0.72 และสิ่งแวดล้อม (Environ) มีค่าเท่ากับ 0.58 ตามลำดับ

รายละเอียดดังภาพประกอบที่ 19 ตารางที่ 34 และ 35





การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน



$\chi^2 = 44.52$ ,  $df = 24$ ,  $p\text{-value} = 0.00663$ ,  $CFI = 1.00$ ,  $GFI = 0.98$ ,  $AGFI = 0.95$ ,  $RMSEA = 0.046$

และ  $SRMR = 0.016$

\* $P < .05$  และ \*\* $P < .01$

ภาพประกอบที่ 19 แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตารางที่ 34 แสดงการวิเคราะห์หัตถิพลใน โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง  
ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตัวแปรผล	Dimension			Initiative			Principle			CSR in P.H.E.		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
ความรับผิดชอบต่อสังคม	0.89**	-	0.89**	-	-	-	-	-	-	0.90**	-	0.90**
ทางจริยธรรม	(0.04)		(0.04)							(0.04)		(0.04)
ความรับผิดชอบต่อสังคม	0.74**	-	0.74**	-	-	-	-	-	-	0.75**	-	0.75**
ทางเศรษฐกิจ	(0.04)		(0.04)							(0.04)		(0.04)
ความรับผิดชอบต่อสังคม	0.79**	-	0.79**	-	-	-	-	-	-	0.80**	-	0.80**
ทางการบริการ	(0.04)		(0.04)							(0.04)		(0.04)
เพื่อสังคม												
ความรับผิดชอบต่อสังคม	0.82**	-	0.82**	-	-	-	-	-	-	0.83**	-	0.83**
ทางกฎหมาย	(0.04)		(0.04)							(0.04)		(0.04)
กิจกรรมเพื่อสังคม	-	-	-	0.81**	-	0.81**	-	-	-	0.79**	-	0.79**
ในเชิงการตลาด				(0.04)		(0.04)				(0.04)		(0.04)
กิจกรรมเพื่อสังคม	-	-	-	0.90**	-	0.90**	-	-	-	0.87**	-	0.87**
ในภาพรวมของ				(0.04)		(0.04)				(0.04)		(0.04)
องค์กร												
สิทธิมนุษยชน	-	-	-	-	-	-	0.88**	-	0.88**	0.83**	-	0.83**
							(0.03)		(0.03)	(0.04)		(0.04)
มาตรฐานแรงงาน	-	-	-	-	-	-	0.87**	-	0.87**	0.83**	-	0.83**
สากล							(0.03)		(0.03)	(0.04)		(0.04)
สิ่งแวดล้อม	-	-	-	-	-	-	0.61**	-	0.61**	0.58**	-	0.58**
							(0.05)		(0.05)	(0.05)		(0.05)
การมีส่วนร่วม/ พัฒนาชุมชน	-	-	-	-	-	-	0.75**	-	0.75**	0.72**	-	0.72**
							(0.05)		(0.05)	(0.04)		(0.04)
ความใส่ใจต่อ	-	-	-	-	-	-	0.93**	-	0.93**	0.89**	-	0.89**
ผู้บริโภค/ นักศึกษา							(0.04)		(0.04)	(0.04)		(0.04)

$\chi^2 = 44.52$ ,  $df = 24$ ,  $p\text{-value} = 0.00663$ ,  $CFI = 1.00$ ,  $GFI = 0.98$ ,  $AGFI = 0.95$ ,  $RMSEA = 0.046$

และ  $SRMR = 0.016$

\*\*  $P < .01$

ตารางที่ 35 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
1	ตัวแปร มิติน ความรับ ผิดชอบ ต่อ สังกค มของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนใน โมเดลความ สัมพันธ์ของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง ความรับ ผิดชอบ ต่อ สังกค มของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีความ สอดคล้อง กับ ข้อมูลเชิงประจักษ์	ยอมรับ สมมติฐาน
2	ตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับ ผิดชอบ ต่อ สังกค มของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนใน โมเดลความ สัมพันธ์ของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง ความรับ ผิดชอบ ต่อ สังกค มของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีความ สอดคล้อง กับ ข้อมูลเชิงประจักษ์	ยอมรับ สมมติฐาน
3	ตัวแปร หลักการความรับ ผิดชอบ ต่อ สังกค มของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนใน โมเดลความ สัมพันธ์ของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง ความรับ ผิดชอบ ต่อ สังกค มของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีความ สอดคล้อง กับ ข้อมูลเชิงประจักษ์	ยอมรับ สมมติฐาน

ตอนที่ 9 การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง ความรับ ผิดชอบ ต่อ สังกค มของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาโมเดลความ สัมพันธ์ของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง ความรับ ผิดชอบ ต่อ สังกค มของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน (วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 4) จากผล การวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง ความรับ ผิดชอบ ต่อ สังกค มของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน พบว่า โมเดลความ สัมพันธ์ของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง ความรับ ผิดชอบ ต่อ สังกค มของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีความ สอดคล้อง กับ ข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงให้ เห็นว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการแสดง ความรับ ผิดชอบ ต่อ สังกค มของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน ซึ่ง ประกอบด้วยตัวแปรย่อยทั้งหมด 66 ตัวแปร เป็นองค์ประกอบที่ สอดคล้องกับการ ทบทวน วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้า ผู้วิจัยจึง ได้วิเคราะห์องค์ประกอบ เชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) โดยการสกัดปัจจัยจากตัวแปรย่อยทั้งหมด 66 ตัวแปร เพื่อหา

องค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle component analysis) ด้วยวิธีการหมุนแกนแบบแวนริแมกซ์ (Varimax) การพิจารณาค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) ที่มากกว่า 1 การวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ตั้งแต่  $\pm 0.3$  ขึ้นไป ค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) และในแต่ละองค์ประกอบจะต้องมีตัวแปรบรรยายตั้งแต่ 3 ตัวแปรขึ้นไป (สุวิมล ตีรกานันท์, 2555) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่เป็นไปตามเกณฑ์มีจำนวน 7 องค์ประกอบ 62 ตัวแปรย่อย มีค่าความแปรปรวนรวมร้อยละ 66.763 และผู้วิจัยกำหนดชื่อองค์ประกอบใหม่ (รายละเอียดดังตารางที่ 36 และภาพประกอบที่ 20) ได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบต่ออาจารย์/บุคลากร/นักศึกษา อธิบายได้ด้วยตัวแปรย่อยจำนวน 13 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .506 - .750 ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) เท่ากับ 31.526 และค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) เท่ากับ 47.767 (รายละเอียดดังตารางที่ 37 และภาพประกอบที่ 21)

องค์ประกอบที่ 2 คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณ อธิบายได้ด้วยตัวแปรย่อยจำนวน 15 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .370 - .676 ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) เท่ากับ 3.956 และค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) เท่ากับ 5.994 (รายละเอียดดังตารางที่ 38 และภาพประกอบที่ 22)

องค์ประกอบที่ 3 การปฏิบัติตามกฎหมาย อธิบายได้ด้วยตัวแปรย่อยจำนวน 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .572 - .736 ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) เท่ากับ 2.445 และค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) เท่ากับ 3.705 (รายละเอียดดังตารางที่ 39 และภาพประกอบที่ 23)

องค์ประกอบที่ 4 การดูแลสิ่งแวดล้อม อธิบายได้ด้วยตัวแปรย่อยจำนวน 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .553 - .863 ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) เท่ากับ 1.970 และค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) เท่ากับ 2.985 (รายละเอียดดังตารางที่ 40 และภาพประกอบที่ 24)

องค์ประกอบที่ 5 การมีส่วนร่วม/การพัฒนาชุมชน อธิบายได้ด้วยตัวแปรย่อยจำนวน 7 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .490 - .672 ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) เท่ากับ 1.575 และค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) เท่ากับ 2.386 (รายละเอียดดังตารางที่ 41 และภาพประกอบที่ 25)

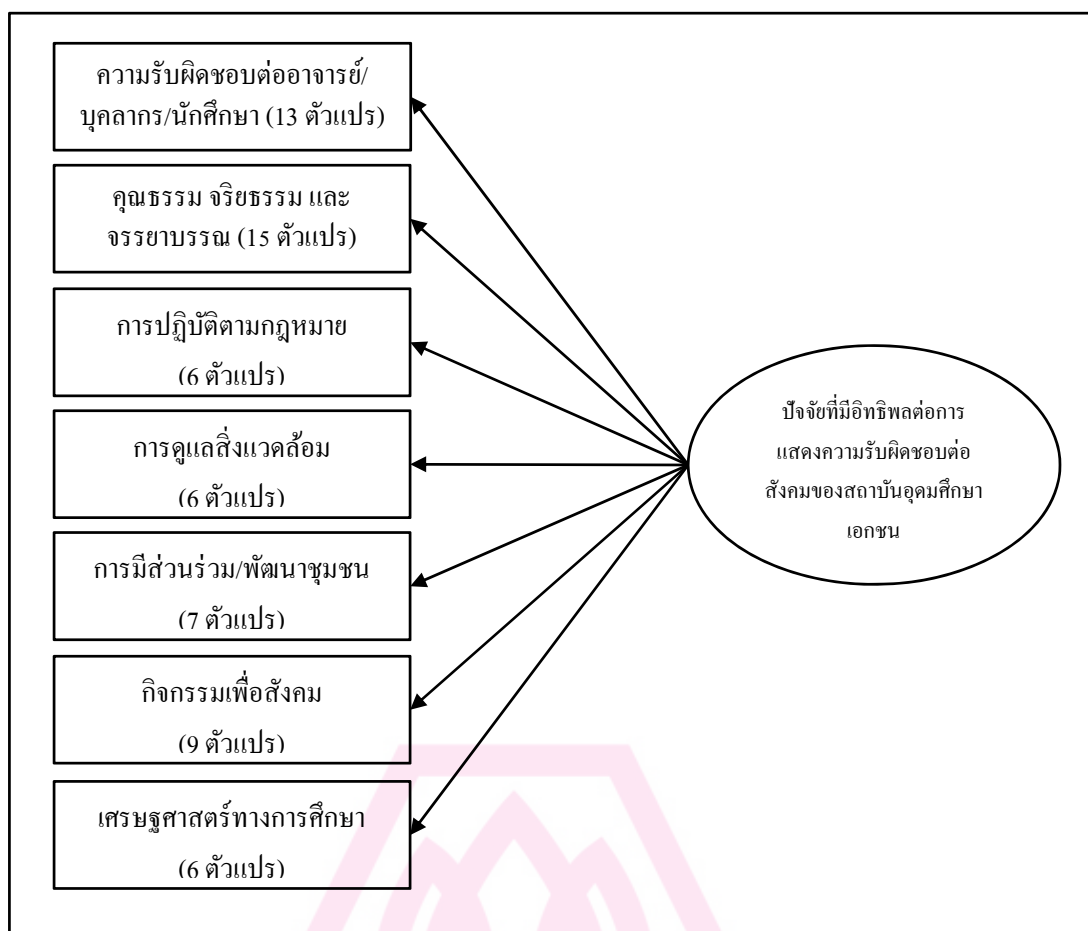
องค์ประกอบที่ 6 กิจกรรมเพื่อสังคม อธิบายได้ด้วยตัวแปรย่อยจำนวน 9 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .434 - .657 ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) เท่ากับ

1.432 และค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) เท่ากับ 2.169 (รายละเอียดดังตารางที่ 42 และภาพประกอบที่ 26)

องค์ประกอบที่ 7 เศรษฐศาสตร์ทางการศึกษา อธิบายได้ด้วยตัวแปรย่อยจำนวน 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .457 - .736 ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) เท่ากับ 1.159 และค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) เท่ากับ 1.757 (รายละเอียดดังตารางที่ 43 และภาพประกอบที่ 27)

ตารางที่ 36 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

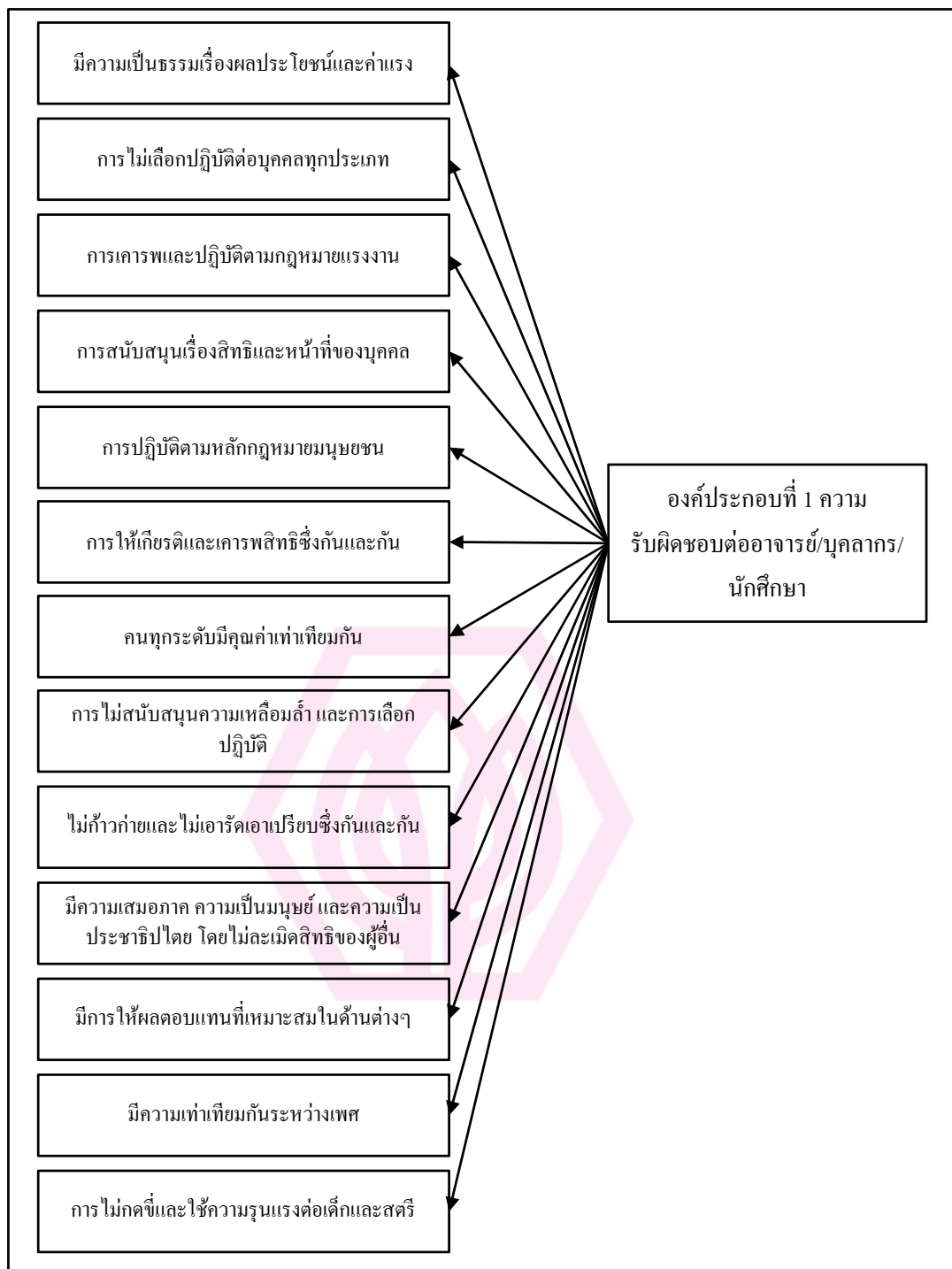
องค์ประกอบ	จำนวนตัวแปรย่อย ในองค์ประกอบที่มี ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ ตั้งแต่ $\pm 0.3$ ขึ้นไป	Total	% of Variance	Cumulative %
ความรับผิดชอบต่ออาจารย์/ บุคลากร/นักศึกษา	13	31.526	47.767	47.767
คุณธรรม จริยธรรมและ จรรยาบรรณ	15	3.956	5.994	53.761
การปฏิบัติตามกฎหมาย	6	2.445	3.705	57.466
การดูแลสิ่งแวดล้อม	6	1.970	2.985	60.451
การมีส่วนร่วม/การพัฒนาชุมชน	7	1.575	2.386	62.837
กิจกรรมเพื่อสังคม	9	1.432	2.169	65.006
เศรษฐศาสตร์ทางการศึกษา	6	1.159	1.757	66.763



ภาพประกอบที่ 20 โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ตารางที่ 37 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA)  
องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบต่ออาจารย์/บุคลากร/นักศึกษา

	ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
33	มีความเป็นธรรมเรื่องผลประโยชน์และ ค่าแรง	.750	.785
30	การไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลทุกประเภท	.747	.759
34	การเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน	.705	.774
32	การสนับสนุนเรื่องสิทธิและหน้าที่ของ บุคคล	.676	.770
31	การปฏิบัติตามหลักกฎหมายมนุษยชน	.657	.722
28	การให้เกียรติและเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน	.649	.746
26	คนทุกระดับมีคุณค่าเท่าเทียมกัน	.625	.754
37	การไม่สนับสนุนความเหลื่อมล้ำ และการ เลือกปฏิบัติ	.620	.743
27	ไม่ก้าวท้าวและไม่เอาัดเอาเปรียบซึ่งกัน และกัน	.593	.729
25	มีความเสมอภาค ความเป็นมนุษย์ และ ความเป็นประชาธิปไตย โดยไม่ละเมิด สิทธิของผู้อื่น	.546	.766
36	มีการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมในด้าน ต่างๆ	.535	.601
29	มีความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ	.512	.626
35	การไม่กดขี่และใช้ความรุนแรงต่อเด็กและ สตรี	.506	.631
ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) = 31.526			
ค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) = 47.767			

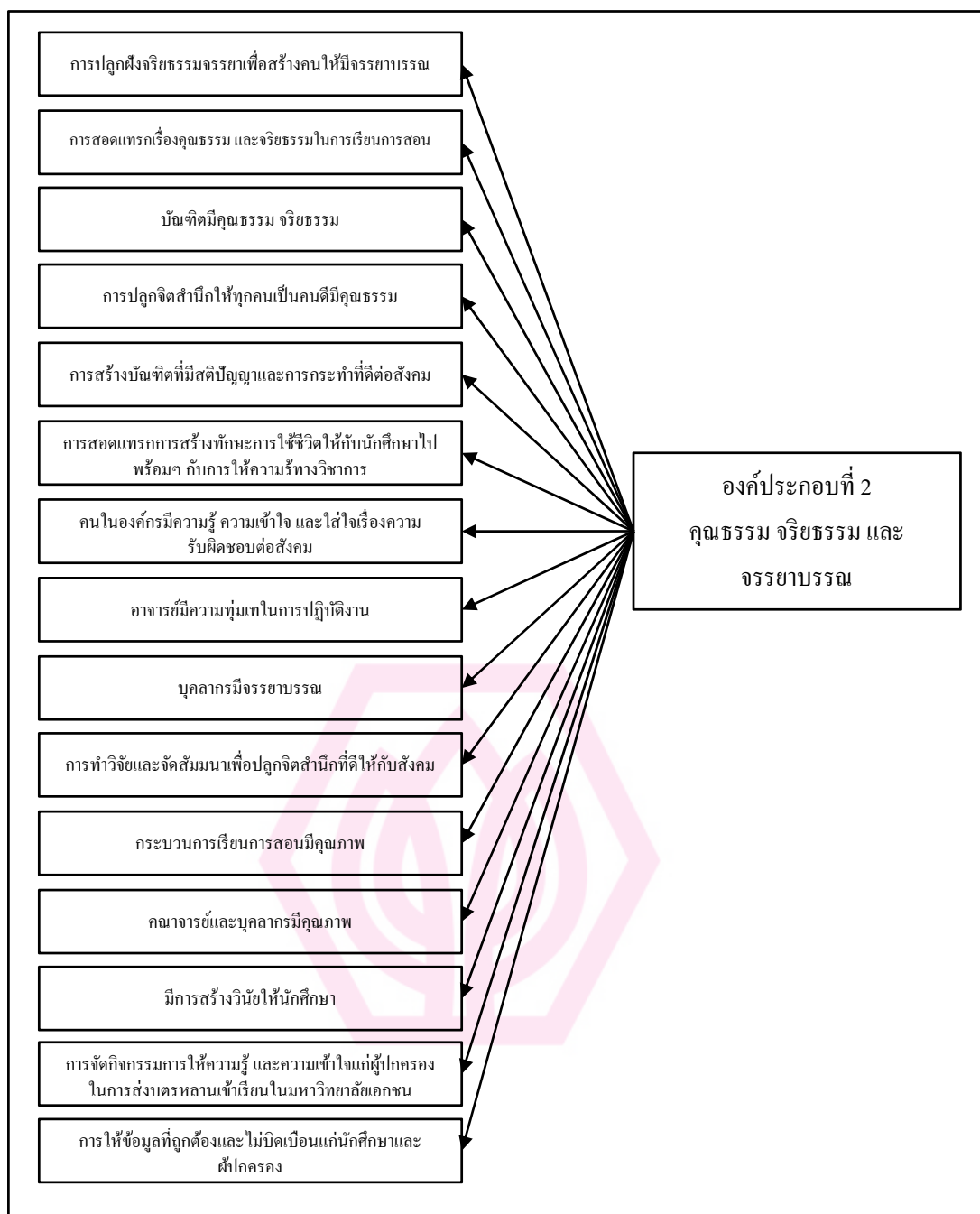


ภาพประกอบที่ 21 องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบต่ออาจารย์/บุคลากร/นักศึกษา (13 ตัวแปร)



ตารางที่ 38 แสดงการวิเคราะห์ห้องศ์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA)  
องค์ประกอบที่ 2 คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณ

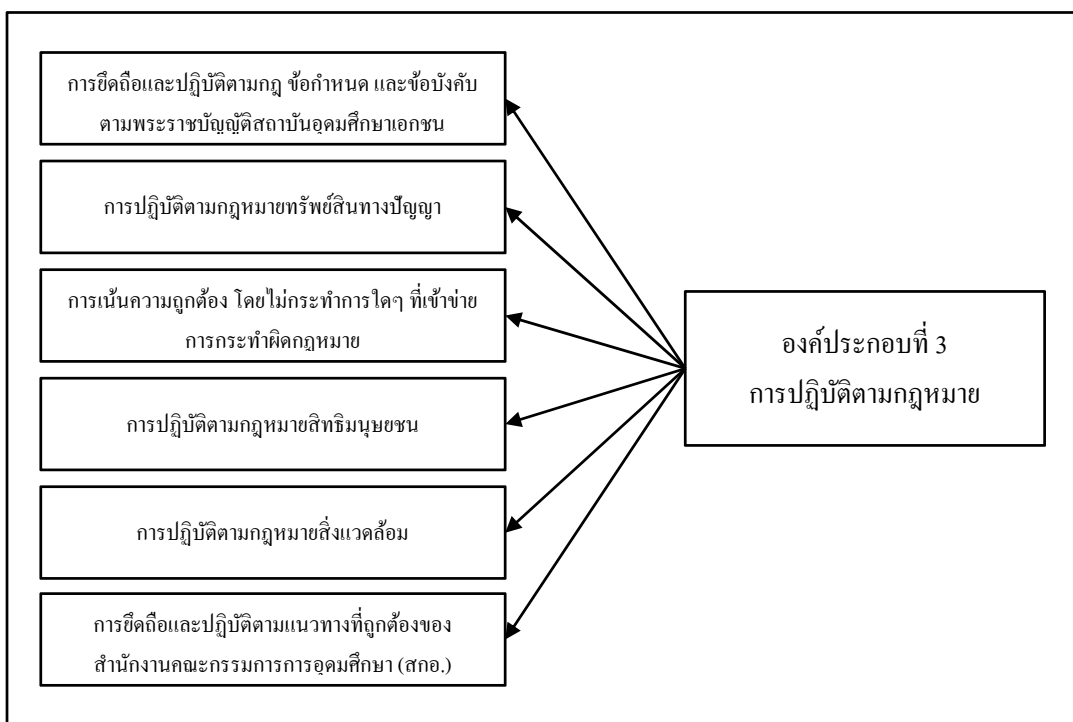
	ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
14	การปลูกฝังจริยธรรมจรรยาเพื่อสร้างคนให้มี จรรยาบรรณ	.678	.779
21	การสอดแทรกเรื่องคุณธรรม และจริยธรรมใน การเรียนการสอน	.674	.719
19	บัณฑิตมีคุณธรรม จริยธรรม	.638	.721
23	การปลูกจิตสำนึกให้ทุกคนเป็นคนดีมีคุณธรรม	.637	.738
13	การสร้างบัณฑิตที่มีสติปัญญาและการกระทำที่ดี ต่อสังคม	.623	.718
12	การสอดแทรกการสร้างทักษะการใช้ชีวิตให้กับ นักศึกษาไปพร้อมๆ กับการให้ความรู้ทาง วิชาการ	.588	.712
24	คนในองค์กรมีความรู้ ความเข้าใจ และใส่ใจเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคม	.576	.695
22	อาจารย์มีความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน	.556	.589
18	บุคลากรมีจรรยาบรรณ	.537	.667
20	การทำวิจัยและจัดสัมมนาเพื่อปลูกจิตสำนึกที่ดี ให้กับสังคม	.529	.609
8	กระบวนการเรียนการสอนมีคุณภาพ	.494	.737
9	คณาจารย์และบุคลากรมีคุณภาพ	.466	.636
7	มีการสร้างวินัยให้นักศึกษา	.436	.671
15	การจัดกิจกรรมการให้ความรู้ และความเข้าใจแก่ ผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนใน มหาวิทยาลัยเอกชน	.414	.578
17	การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและไม่บิดเบือนแก่นักศึกษา และผู้ปกครอง	.370	.655
ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) = 3.956			
ค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) = 5.994			



ภาพประกอบที่ 22 องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 2 คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ (15 ตัวแปร)

ตารางที่ 39 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA)  
องค์ประกอบที่ 3 การปฏิบัติตามกฎหมาย

ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
40 การยึดถือและปฏิบัติตามกฎ ข้อกำหนด และข้อบังคับตาม พระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษา เอกชน	.736	.743
41 การปฏิบัติตามกฎหมายทรัพย์สิน ทางปัญญา	.699	.731
39 การเน้นความถูกต้อง โดยไม่กระทำ การใดๆ ที่เข้าข่ายการกระทำผิด กฎหมาย	.688	.746
42 การปฏิบัติตามกฎหมายสิทธิ มนุษยชน	.662	.745
43 การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม	.611	.711
38 การยึดถือและปฏิบัติตามแนวทางที่ ถูกต้องของสำนักงาน คณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)	.572	.635
ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) = 2.445		
ค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) = 3.705		



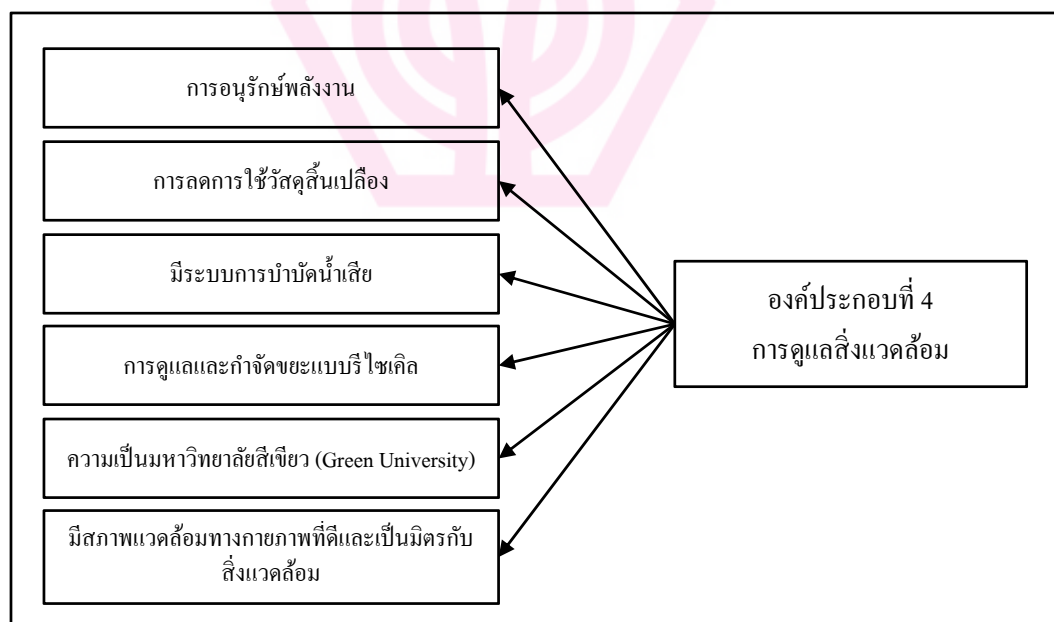
ภาพประกอบที่ 23 องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 3 การปฏิบัติตามกฎหมาย (6 ตัวแปร)

ตารางที่ 40 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA)  
องค์ประกอบที่ 4 การดูแลสิ่งแวดล้อม

ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
14 การอนุรักษ์พลังงาน	.863	.853
65 การลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง	.831	.824
63 มีระบบการบำบัดน้ำเสีย	.813	.821
62 การดูแลและกำจัดขยะแบบรีไซเคิล	.718	.675
66 ความเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว (Green University)	.717	.670
61 มีสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	.553	.635

ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) = 1.970

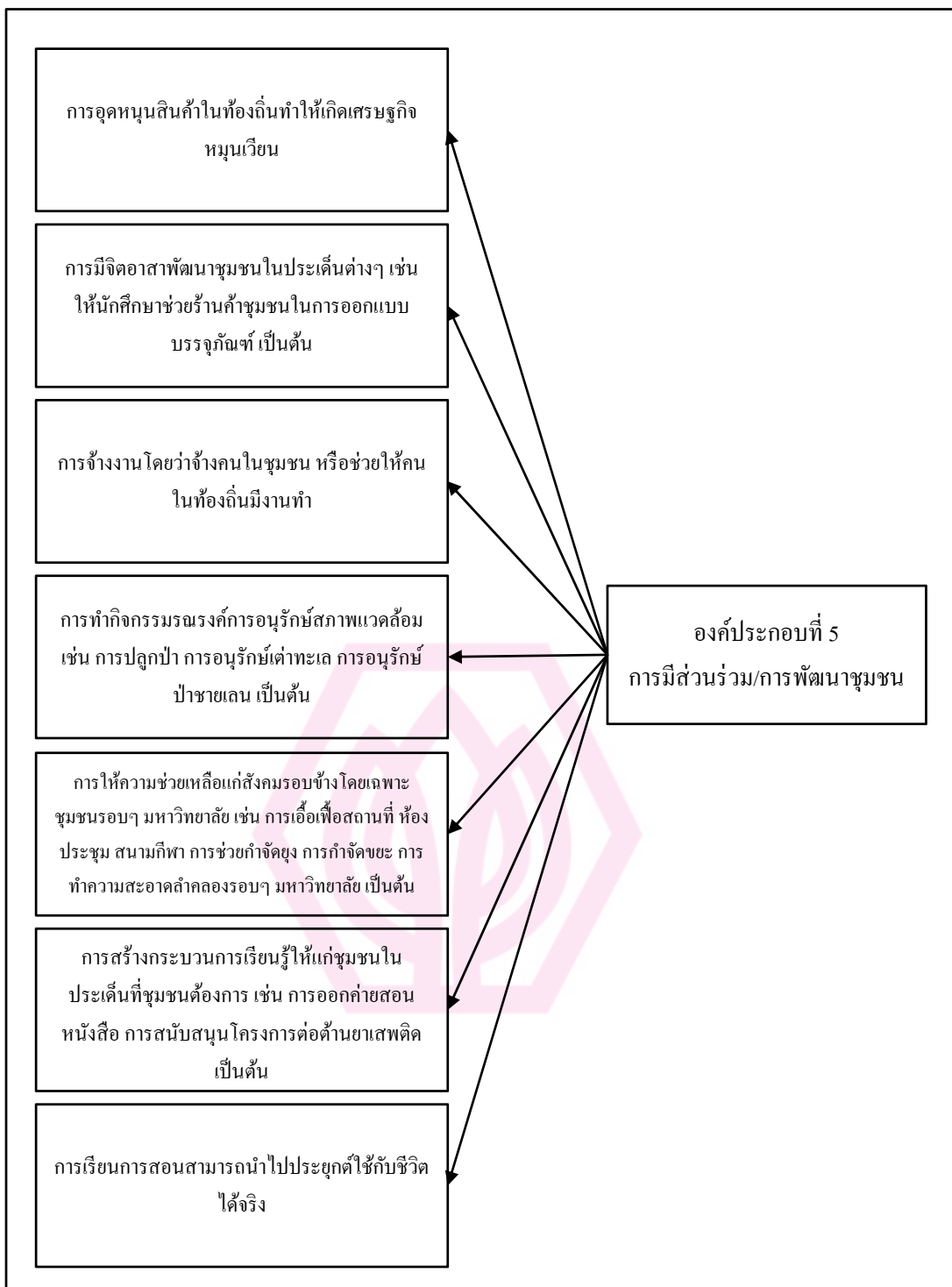
ค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) = 2.985



ภาพประกอบที่ 24 องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 4 การดูแลสิ่งแวดล้อม (6 ตัวแปร)

ตารางที่ 41 แสดงการวิเคราะห์ห้องศ์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA)  
องค์ประกอบที่ 5 การมีส่วนร่วม/การพัฒนาชุมชน

	ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
58	การอุดหนุนสินค้าในท้องถิ่นทำให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน	.672	.759
57	การมีจิตอาสาพัฒนาชุมชนในประเด็นต่างๆ เช่น ให้นักศึกษาช่วยร้านค้าชุมชนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น	.670	.732
59	การจ้างงานโดยว่าจ้างคนในชุมชน หรือช่วยให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ	.665	.728
55	การทำกิจกรรมรณรงค์การอนุรักษ์สภาพแวดล้อม เช่น การปลูกป่า การอนุรักษ์เต่าทะเล การอนุรักษ์ป่าชายเลน เป็นต้น	.631	.737
56	การให้ความช่วยเหลือแก่สังคมรอบข้าง โดยเฉพาะชุมชนรอบๆ มหาวิทยาลัย เช่น การเอื้อเฟื้อสถานที่ ห้องประชุม สนามกีฬา การช่วยกำจัดขยะ การกำจัดขยะ การทำความสะอาดลำคลองรอบๆ มหาวิทยาลัย เป็นต้น	.609	.686
60	การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ชุมชนในประเด็นที่ชุมชนต้องการ เช่น การออกค่ายสอนหนังสือ การสนับสนุนโครงการต่อต้านยาเสพติด เป็นต้น	.541	.706
54	การเรียนการสอนสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตได้จริง	.490	.631
ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) = 1.575			
ค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) = 2.386			

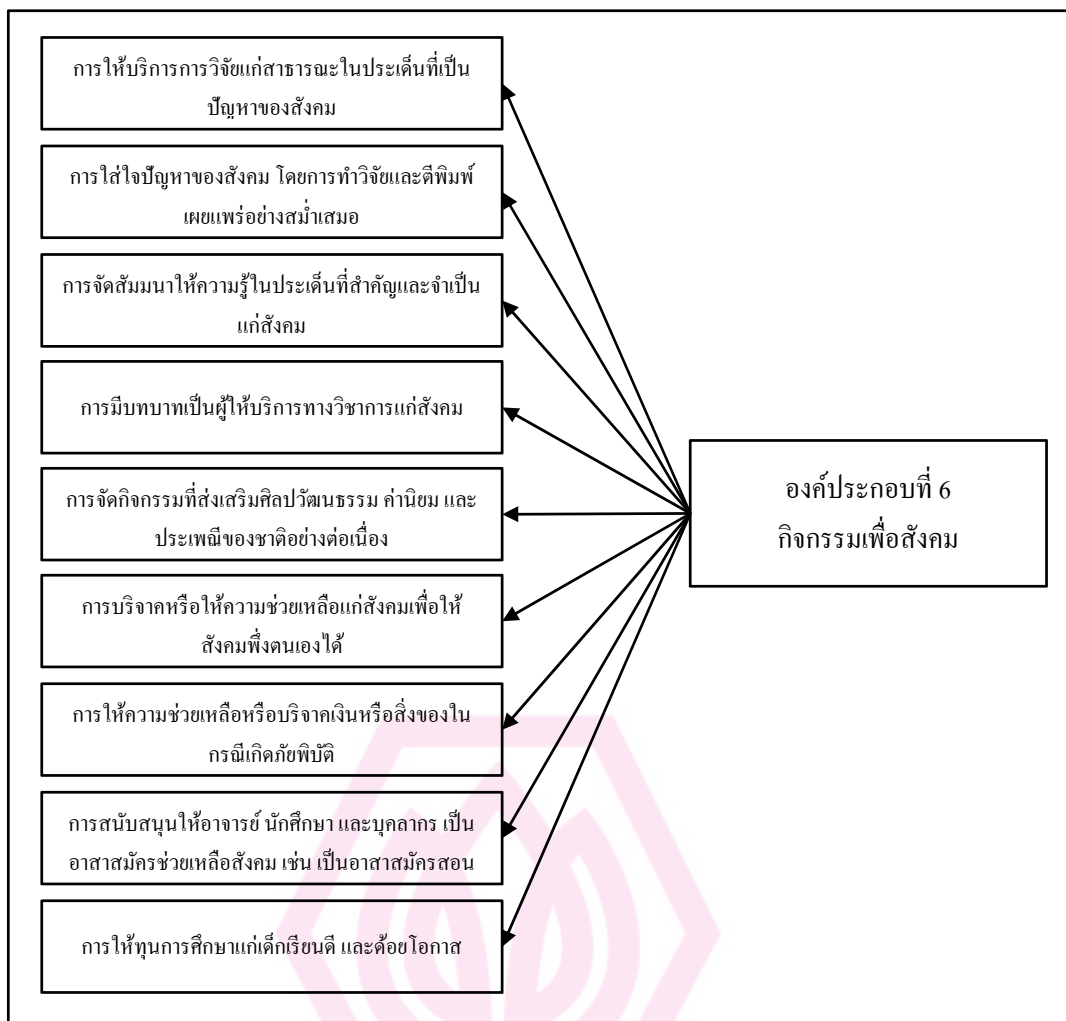


ภาพประกอบที่ 25 องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความ  
รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 5 การมีส่วนร่วม/การ  
พัฒนาชุมชน (7 ตัวแปร)

ตารางที่ 42 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) องค์ประกอบที่ 6 กิจกรรมเพื่อสังคม

ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
49 การให้บริการการวิจัยแก่สาธารณะใน ประเด็นที่เป็นปัญหาของสังคม	.657	.739
50 การใส่ใจปัญหาของสังคม โดยการทำวิจัย และตีพิมพ์เผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ	.657	.756
51 การจัดสัมมนาให้ความรู้ในประเด็นที่ สำคัญและจำเป็นแก่สังคม	.641	.753
53 การมีบทบาทเป็นผู้ให้บริการทางวิชาการ แก่สังคม	.594	.722
52 การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ค่านิยม และประเพณีของชาติอย่าง ต่อเนื่อง	.522	.667
45 การบริจาคหรือให้ความช่วยเหลือแก่สังคม เพื่อให้สังคมพึ่งตนเองได้	.510	.632
47 การให้ความช่วยเหลือหรือบริจาคเงินหรือ สิ่งของในกรณีเกิดภัยพิบัติ	.496	.629
46 การสนับสนุนให้อาจารย์ นักศึกษา และ บุคลากร เป็นอาสาสมัครช่วยเหลือ สังคม เช่น เป็นอาสาสมัครสอนหนังสือ ให้เด็กยากจน หรือผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น	.445	.641
48 การให้ทุนการศึกษาแก่เด็กเรียนดี และด้อย โอกาส	.434	.634
ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) = 1.432		
ค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) = 2.169		

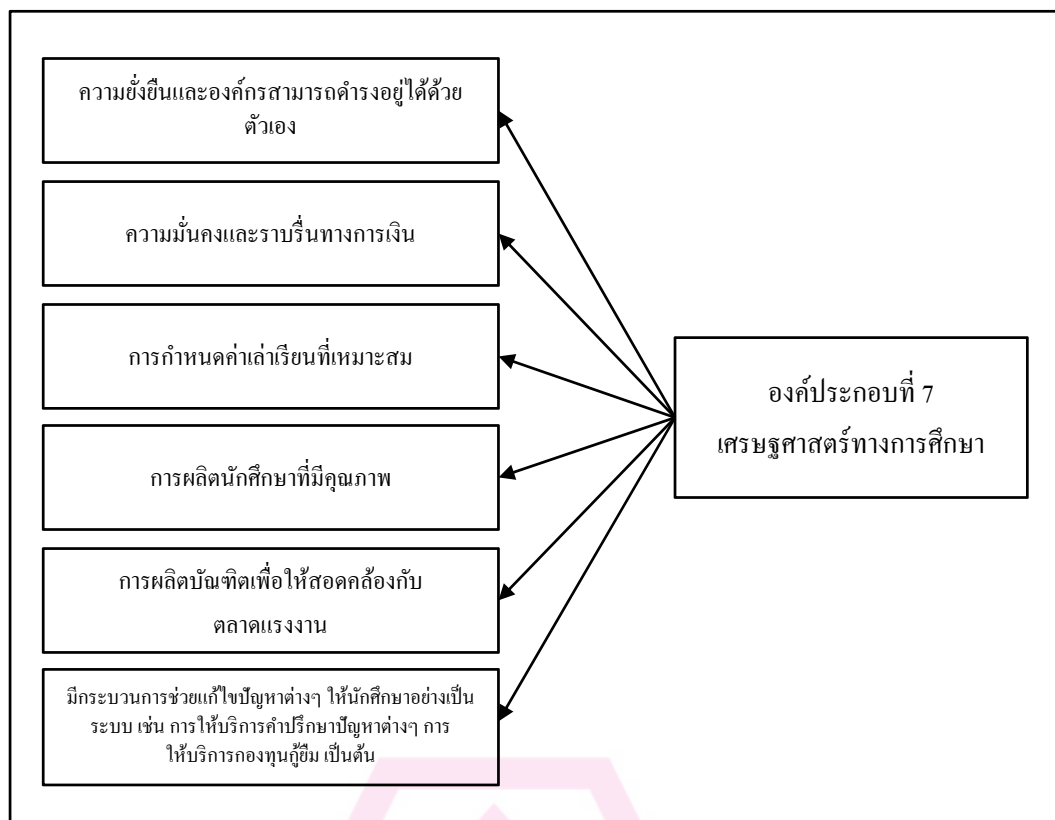




ภาพประกอบที่ 26 องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 6 กิจกรรมเพื่อสังคม (9 ตัวแปร)

ตารางที่ 43 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA)  
องค์ประกอบที่ 7 เศรษฐศาสตร์ทางการศึกษา

	ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าการร่วม (Communalities)
4	ความยั่งยืนและองค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ ด้วยตัวเอง	.736	.723
3	ความมั่นคงและرابรื่นทางการเงิน	.733	.719
2	การกำหนดค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม	.557	.548
1	การผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพ	.528	.601
5	การผลิตบัณฑิตเพื่อให้สอดคล้องกับ ตลาดแรงงาน	.509	.648
6	มีกระบวนการช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้ นักศึกษาอย่างเป็นระบบ เช่น การ ให้บริการคำปรึกษาปัญหาต่างๆ การ ให้บริการกองทุนกู้ยืม เป็นต้น	.457	.625
ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) = 1.159			
ค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) = 1.757			



**ภาพประกอบที่ 27** องค์ประกอบของโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบที่ 7 เศรษฐศาสตร์ทางการศึกษา (6 ตัวแปร)

**ตอนที่ 10** การตรวจสอบและยืนยันองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบและยืนยันองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สามารถสรุปสาระสำคัญของปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (7 Factors of Corporate Social Responsibility in Private Higher Education Institutions: 7 Factors of CSR in PHE) ได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบต่ออาจารย์/บุคลากร/นักศึกษา (Faculty/Staff/Student concerns) หมายถึงการให้การสนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชนในระดับสากล ตามขอบเขตอำนาจที่เอื้ออำนวยและตรวจตราดูแลมิให้องค์กรของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน ส่งเสริมสนับสนุนเสรีภาพในการเข้าร่วมหรือการเป็นสมาชิกของสหภาพและรับรองสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรอง การไม่กดขี่และใช้แรงงานแบบบังคับในทุกรูปแบบ ต้องไม่มีการใช้แรงงานเด็กโดยสิ้นเชิง และต้องขจัดความเหลื่อมล้ำ งดการเลือกปฏิบัติเรื่องการว่าจ้าง

แรงงานและการประกอบอาชีพ ประกอบด้วย ความเป็นธรรมเรื่องผลประโยชน์และค่าแรง การไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลทุกประเภท การเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน การสนับสนุนเรื่องสิทธิและหน้าที่ของบุคคล การปฏิบัติตามหลักกฎหมายมนุษยชน การให้เกียรติและเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน คนทุกระดับมีคุณค่าเท่าเทียมกัน การไม่สนับสนุนความเหลื่อมล้ำและการเลือกปฏิบัติไม่ก้ำก๋ายและไม่เอารัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน มีความเสมอภาค ความเป็นมนุษย์ และความเป็นประชาธิปไตย โดยไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น การให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมในด้านต่างๆ มีความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ และการไม่กดขี่และใช้ความรุนแรงต่อเด็กและสตรี

องค์ประกอบที่ 2 คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณ (Morality and Ethics) หมายถึง ความมีศีลธรรม ความยุติธรรม สิทธิ ผลประโยชน์ คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ชื่อสัตย์ เป็นธรรม ประกอบด้วย การปลูกฝังจริยธรรมจรรยาบรรณเพื่อสร้างคนให้มีจรรยาบรรณ การสอดแทรกเรื่องคุณธรรม และจริยธรรมในการเรียนการสอน บัณฑิตมีคุณธรรม จริยธรรม การปลูกจิตสำนึกให้ทุกคนเป็นคนดีมีคุณธรรม การสร้างบัณฑิตที่มีสติปัญญาและการกระทำที่ดีต่อสังคม การสอดแทรกการสร้างทักษะการใช้ชีวิตให้กับนักศึกษาไปพร้อมๆ กับการให้ความรู้ทางวิชาการ คนในองค์กรมีความรู้ ความเข้าใจ และใส่ใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม อาจารย์มีความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน บุคลากรมีจรรยาบรรณ มีการทวิจ้ยและจัดสัมมนาเพื่อปลูกจิตสำนึกที่ดีให้กับสังคม กระบวนการเรียนการสอนมีคุณภาพ คณาจารย์และบุคลากรมีคุณภาพ มีการสร้างวินัยให้นักศึกษา การจัดกิจกรรมการให้ความรู้ และความเข้าใจแก่ผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในมหาวิทยาลัย เอกชน และการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและไม่บิดเบือนแก่นักศึกษาและผู้ปกครอง

องค์ประกอบที่ 3 การปฏิบัติตามกฎหมาย (Legal concerns) หมายถึงการดำเนินกิจการโดยเคารพต่อกฎหมาย ภายใต้กฎระเบียบต่างๆ ที่รัฐกำหนดขึ้น ประกอบด้วย การยึดถือและปฏิบัติตามกฎ ข้อกำหนด และข้อบังคับตามพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน การปฏิบัติตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา การเน้นความถูกต้อง โดยไม่กระทำการใดๆ ที่เข้าข่ายการกระทำผิดกฎหมาย การปฏิบัติตามกฎหมายสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม และการยึดถือและปฏิบัติตามแนวทางที่ถูกต้องของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

องค์ประกอบที่ 4 การดูแลสิ่งแวดล้อม (Environmental concerns) หมายถึงการสนับสนุนแนวทางในการป้องกัน การระแวดระวังเกี่ยวกับการดำเนินงานที่อาจจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การอาสาในการจัดทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ที่จะสนับสนุนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาและเผยแพร่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การอนุรักษ์พลังงาน การลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง มีระบบการบำบัดน้ำเสีย การดูแลและกำจัดขยะแบบรีไซเคิล ความเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว (Green University) และมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

องค์ประกอบที่ 5 การมีส่วนร่วม/การพัฒนาชุมชน (Community involvement/development practices) หมายถึงการให้การช่วยเหลือ การพัฒนาชุมชนในท้องถิ่น หรือร่วมมือกับองค์กรไม่แสวงผลกำไรในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้น ประกอบด้วย การอุดหนุนสินค้าในท้องถิ่นทำให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน การมีจิตอาสาพัฒนาชุมชนในประเด็นต่างๆ เช่น ให้นักศึกษาช่วยร้านค้าชุมชนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น การจ้างงานโดยว่าจ้างคนในชุมชน หรือช่วยให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ การทำกิจกรรมรณรงค์การอนุรักษ์สภาพแวดล้อม เช่น การปลูกป่า การอนุรักษ์เต่าทะเล การอนุรักษ์ป่าชายเลน เป็นต้น การให้ความช่วยเหลือแก่สังคมรอบข้างโดยเฉพาะชุมชนรอบๆ มหาวิทยาลัย เช่น การเอื้อเฟื้อสถานที่ ห้องประชุม สนามกีฬา การช่วยกำจัดขยะ การกำจัดขยะ การทำความสะอาดลำคลองรอบๆ มหาวิทยาลัย เป็นต้น การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ชุมชนในประเด็นที่ชุมชนต้องการ เช่น การออกค่ายสอนหนังสือ การสนับสนุนโครงการต่อต้านยาเสพติด เป็นต้น และการเรียนการสอนสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตได้จริง

องค์ประกอบที่ 6 กิจกรรมเพื่อสังคม (Social initiatives) หมายถึงการส่งเสริมประเด็นที่เป็นปัญหาทางสังคม การบริจาคเพื่อการกุศลขององค์กร อาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือชุมชน และการประกอบธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย การให้บริการการวิจัยแก่สาธารณะในประเด็นที่เป็นปัญหาของสังคม การใส่ใจปัญหาของสังคม โดยการทวิจจัยและตีพิมพ์เผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ การจัดสัมมนาให้ความรู้ในประเด็นที่สำคัญและจำเป็นแก่สังคม การมีบทบาทเป็นผู้ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ค่านิยม และประเพณีของชาติอย่างต่อเนื่อง การบริจาคหรือให้ความช่วยเหลือแก่สังคมเพื่อให้สังคมพึ่งตนเองได้ การให้ความช่วยเหลือหรือบริจาคเงินหรือสิ่งของในกรณีเกิดภัยพิบัติ การสนับสนุนให้อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากร เป็นอาสาสมัครช่วยเหลือสังคม เช่น เป็นอาสาสมัครสอนหนังสือให้เด็กยากจน หรือผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น และการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กเรียนดี และด้อยโอกาส

องค์ประกอบที่ 7 เศรษฐศาสตร์ทางการศึกษา (Economics of education) หมายถึงความสัมพันธ์ของเศรษฐกิจกับระบบการศึกษา ผลของระบบการศึกษาที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ ผลของระบบเศรษฐกิจที่มีต่อระบบการศึกษา ความมั่นคงทางการเงินของสถาบันการศึกษา เน้นเรื่องการบริหารกิจการให้มีกำไร กิจการสามารถคงอยู่ได้ การลงทุนและความคุ้มค่าทางการศึกษา ฐานะทางการเงินของผู้เรียน มีผลผลิตที่ดี น่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับ ประกอบด้วย ความยั่งยืนและองค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเอง ความมั่นคงและราบรื่นทางการเงิน การกำหนดค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม การผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพ การผลิตบัณฑิตเพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน และมีกระบวนการช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้นักศึกษาอย่างเป็นระบบ เช่น การให้บริการคำปรึกษาปัญหาต่างๆ การให้บริการกองทุนกู้ยืม เป็นต้น

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามิติ/รูปแบบ/หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และเพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยมีคำถามของการวิจัยดังนี้คือ

1. สถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีแนวทางการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ และมีมิติ/รูปแบบและหลักการอย่างไร
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนประกอบด้วยอะไรบ้าง
3. ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเป็นอย่างไร เป็นไปในทิศทางใด และมีปัจจัยใดที่เกี่ยวข้องและเกี่ยวข้องกันในระดับใด

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Confirmatory sequential mixed-method research) เป็นการประยุกต์การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก เพื่อนำมาสร้างองค์ประกอบของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรของรัฐหรือเอกชน ที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 4 ท่าน โดยนำผลการสัมภาษณ์มาสร้างเป็นตัวแปร ข้อคำถาม และพัฒนาแบบสอบถามสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยด้วยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 9 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหาร การศึกษา นักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการศึกษาและประเมินผล พิจารณาตรวจสอบแก้ไขความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องรายข้อ IOC (Index of Item Objective Congruence) เพื่อหาค่าดัชนี ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัดจากนั้นผู้วิจัยได้ตรวจสอบและยืนยันองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยการนำร่าง

องค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา เอกชนที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) ให้ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบโดยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ รวมทั้ง ประโยชน์ในการนำไปใช้ เพื่อให้ได้ข้อวิพากษ์วิจารณ์และข้อสรุปอื่นๆ ที่เป็นองค์ประกอบของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงปริมาณคือ ผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร และ นักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการ อุดมศึกษา (สกอ.) ที่ได้รับการอนุมัติจัดตั้งในนามมหาวิทยาลัยเอกชนจำนวน 40 แห่ง ซึ่งมีจำนวน รวมของผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาสังกัดมหาวิทยาลัยเอกชนทั้งสิ้น 184,469 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2555) เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษารู ปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัย ที่วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติขั้นสูง และมีรูปแบบความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์การวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM) โดยใช้อัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรแบบ 20 ต่อ 1 (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) โดยที่ตัวแปรสังเกตได้มีจำนวน 11 ตัวแปร จึงควรวางขนาดกลุ่มตัวอย่าง ไม่ต่ำกว่า 220 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) และได้ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ตัวแปรที่ศึกษาเป็นตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประกอบด้วยปัจจัยด้านมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ปัจจัย ด้านรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และปัจจัยด้านหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นแบบ สัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview) และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามความคิดเห็น (Questionnaires) เป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับของ ไลเคิร์ต (Likert rating scale) (Likert, 1932)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป มี 8 ขั้นตอนคือ

1. การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (frequency) ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis)
2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ เพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient)

3. การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) ใช้วิธีการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบหลัก สก้ดองค้ประกอบ เพื่อลดจ้ำนวนข้อค้ถามหรือพฤติกรรมบ่งชี้ของตัวแปรสังเกตได้และสร้างตัวแปรใหม่ในรูปขององค้ประกอบร้วม ได้แก่ ค้ค่า Kaiser – Meyer – Olkin (Kaiser – Meyer – Olkin measure of sampling adequacy: KMO) และค้ค่าสถิติความสัมพันธ์ระหว้างตัวแปรด้ว้การทดสอบ Bartlett (Bartlett Test of Sphericity) โดยใช้ในการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบหลัก (Principle Component Factoring) ด้ว้วิธีการหมุนแกนแบบแวร้แมกซ์ (Varimax) แล้วจึงเสนอผล การวิเคราะห์เรียงตามล้ดับค้่าน้้าหนักบ้จ้จ้ย

4. การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) เพื่อตรวจสอบ ความตรงของรูปแบบการวัดตัวแปรแฝงภายนอก โดยใช้โปรแกรมสถิติคอมพิวเตอร์สร้างรูปใน การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบสมการโครงสร้าง (Structural equation measurement: SEM)

5. การวิเคราะห์เส้นทางการความสัมพันธ์เชิงเส้นโยงระหว้างตัวแปร (Path analysis) และ การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling: SEM) โดยพิจารณาจากการ วิเคราะห์ค้ค่าสถิติ ไค-สแควร์ (Chi-square statistics:  $\chi^2$ ) ค้ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (Relative chi-square:  $\chi^2/df$ ) ค้ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of fit index: GFI) ค้ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน ที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted goodness of fit index: AGFI) หลังจ้ากวิเคราะห์ห้องค้ประกอบความสัมพันธ์เชิง เส้นระหว้างตัวแปร ผู้วิจัยต้องปรับรูปแบบโมเดล (Model modification) จนได้ความสัมพันธ์ที่มี ความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ดีที่สุด (Best fit)

6. การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second order confirmatory factor analysis: 2<sup>nd</sup> order CFA) เพื่อยืนยันว่าองค้ประกอบที่ได้จัดเป็นองค้ประกอบย่อยขององค้ประกอบ หลักจริง และยืนยันว่าองค้ประกอบหลักที่ได้ประกอบกันเป็นองค้ประกอบของการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังค้มของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนโดยรวม

7. การน้าเสนอรูปแบบความสัมพันธ์และการน้าเสนอรูปแบบความสัมพันธ์ที่ปรับ รูปแบบแล้วเพื่อการทดสอบ เมื่อความสัมพันธ์ยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงปรับ รูปแบบเพื่อให้มีความสอดคล้อง โดยเพิ่มเส้นทางการสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษาและ ความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนในตัวแปรสังเกตได้ จนได้ความสัมพันธ์ใหม่ที่มีความ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แล้วจึงน้าผลที่ได้มาค้ำนวนค้่าสัมประสิทธิ์ของอิทธิพลรวม (Total effect)

8. การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบของบ้จ้จ้ยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อ สังค้มของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) จ้ากตัวแปรย่อยทั้งหมด 66 ตัวแปร โดยการวิเคราะห์น้้าหนักองค้ประกอบ (Factor loading) ค้ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) และค้ค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of variance) โดยใช้ในการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบหลัก (Principle component factoring) ด้ว้วิธีการหมุน



แกนแบบแวนิแมกซ์ (Varimax) โดยพิจารณาค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) ที่มากกว่า 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ตั้งแต่ + 0.3 ขึ้นไป และมีตัวแปรบรรยายในองค์ประกอบตั้งแต่ 3 ตัวแปรขึ้นไป (สุวิมล ติรกานันท์, 2555)

### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สามารถสรุปได้ 3 ประเด็น ได้แก่ 1) มิติ/รูปแบบ/หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และ 3) ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### มิติ/รูปแบบ/หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิ สามารถสรุปตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของมิติ/รูปแบบ/หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ได้จำนวน 11 ตัวแปร ดังนี้ 1) ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม 2) ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ 3) ความรับผิดชอบต่อทางการศึกษาเพื่อสังคม 4) ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย 5) กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด 6) กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร 7) สิทธิมนุษยชน 8) มาตรฐานแรงงานสากล 9) สิ่งแวดล้อม 10) การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน 11) ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา

#### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว คือตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก ด้วยวิธีการหมุนแกนแบบแวนิแมกซ์ แล้ววิเคราะห์เรียงตามลำดับค่าน้ำหนักปัจจัย และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว มีรายละเอียดดังนี้

ตัวแปรมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม ประกอบด้วยตัวแปร 7 ตัว คือ การปลูกจิตสำนึกให้ทุกคนเป็นคนดีมีคุณธรรม การสอดแทรกเรื่องคุณธรรม และจริยธรรมในการเรียนการสอน บัณฑิตมีคุณธรรม จริยธรรม บุคลากรมีจรรยาบรรณ คนในองค์กรมีความรู้ ความเข้าใจ และ

ใส่ใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม อาจารย์มีความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน และการทำวิจัยและจัดสัมมนาเพื่อปลูกจิตสำนึกที่ดีให้กับสังคม

องค์ประกอบที่ 2 ความรับผิดชอบทางการบริจาคเพื่อสังคม ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัว คือ การให้ความช่วยเหลือหรือบริจาคเงินหรือสิ่งของในกรณีเกิดภัยพิบัติ การสนับสนุนให้อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากร เป็นอาสาสมัครช่วยเหลือสังคม เช่น เป็นอาสาสมัครสอนหนังสือให้เด็กยากจน หรือผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น การบริจาคหรือให้ความช่วยเหลือแก่สังคมเพื่อให้สังคมพึ่งตนเองได้ การเอื้อเฟื้อกำลังคนในการช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในสถานการณ์ปกติและเมื่อเกิดภัยพิบัติ และการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กเรียนดี และด้อยโอกาส

องค์ประกอบที่ 3 ความรับผิดชอบทางกฎหมาย ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัว คือ การปฏิบัติตามกฎหมายสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา การเน้นความถูกต้อง โดยไม่กระทำการใดๆ ที่เข้าข่ายการกระทำผิดกฎหมาย การยึดถือและปฏิบัติตามกฎ ข้อกำหนด และข้อบังคับตามพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม และการยึดถือและปฏิบัติตามแนวทางที่ถูกต้องของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

องค์ประกอบที่ 4 ความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัว คือ ความมั่นคงและราบรื่นทางการเงิน ความยั่งยืนและองค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเอง การผลิตบัณฑิตเพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน การกำหนดค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม และการผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบของมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา มีตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ ตัวแปรความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม รองลงมาคือความรับผิดชอบต่อกฎหมาย การบริจาคเพื่อสังคม และความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ ตามลำดับ

ตัวแปรรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร ประกอบด้วยตัวแปร 7 ตัว คือ การปลูกฝังจริยธรรมจรรยาเพื่อสร้างคนให้มีจรรยาบรรณ การสร้างบัณฑิตที่มีสติปัญญาและการกระทำที่ดีต่อสังคม การจัดกิจกรรมการให้ความรู้ และความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการในองค์กร หลานเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยเอกชน มีมูลนิธิเพื่อให้อุปการะแก่เด็กยากจน มีการประกันอุบัติเหตุแก่นักศึกษา การจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้กับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ต้องการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน และการทำกิจกรรมรณรงค์การอนุรักษ์สภาพแวดล้อม เช่น การปลูกป่า การอนุรักษ์เต่าทะเล การอนุรักษ์ป่าชายเลน เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 2 กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัว คือ การใส่ใจปัญหาของสังคม โดยการทำวิจัยและตีพิมพ์เผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ การจัดสัมมนาให้ความรู้

ในประเด็นที่สำคัญและจำเป็นแก่สังคม การมีบทบาทเป็นผู้ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม การให้บริการการวิจัยแก่สาธารณะในประเด็นที่เป็นปัญหาของสังคม และการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ค่านิยม และประเพณีของชาติอย่างต่อเนื่อง

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยี่นัย พบว่าองค์ประกอบของรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ ตัวแปรกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร รองลงมาคือ ตัวแปรกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด

ตัวแปรหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ความใส่ใจต่อผู้บริโภคนักศึกษา ประกอบด้วยตัวแปร 7 ตัว คือ กระบวนการเรียนการสอนมีคุณภาพ การสอดแทรกการสร้างทักษะการใช้ชีวิตให้กับนักศึกษาไปพร้อมๆ กับการให้ความรู้ทางวิชาการ คณาจารย์และบุคลากรมีคุณภาพ มีการสร้างวินัยให้นักศึกษา การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและไม่บิดเบือนแก่นักศึกษาและผู้ปกครอง มีกระบวนการช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าว ให้นักศึกษาอย่างเป็นระบบ เช่น การให้บริการคำปรึกษาปัญหาดังกล่าว การให้บริการกองทุนกู้ยืม เป็นต้น และการเรียนการสอนสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตได้จริง

องค์ประกอบที่ 2 สิทธิมนุษยชน ประกอบด้วยตัวแปร 8 ตัว คือ การให้เกียรติและเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน ไม่ก้าวท้าวและไม่เอาัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน การสนับสนุนเรื่องสิทธิและหน้าที่ของบุคคล มีความเสมอภาค ความเป็นมนุษย์ และความเป็นประชาธิปไตย โดยไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น คนทุกระดับมีคุณค่าเท่าเทียมกัน การไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลทุกประเภท การปฏิบัติตามหลักกฎหมายมนุษยชน และมีความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ

องค์ประกอบที่ 3 มาตรฐานแรงงานสากล ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัว คือ การเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน ความเป็นธรรมเรื่องผลประโยชน์และค่าแรง การไม่สนับสนุนความเหลื่อมล้ำและการเลือกปฏิบัติ การให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมในด้านต่างๆ และการไม่กดขี่และใช้ความรุนแรงต่อเด็กและสตรี

องค์ประกอบที่ 4 การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัว คือ การอุดหนุนสินค้าในท้องถิ่นทำให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน การมีจิตอาสาพัฒนาชุมชนในประเด็นต่างๆ เช่น ให้นักศึกษาช่วยร้านค้าชุมชนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ชุมชนในประเด็นที่ชุมชนต้องการ เช่น การออกค่ายสอนหนังสือ การสนับสนุนโครงการต่อต้านยาเสพติด เป็นต้น การจ้างงานโดยว่าจ้างคนในชุมชน หรือช่วยให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ และการให้ความช่วยเหลือแก่สังคมรอบข้างโดยเฉพาะชุมชนรอบๆ มหาวิทยาลัย เช่น การเอื้อเฟื้อสถานที่ ห้องประชุม สนามกีฬา การช่วยกำจัดขยะ การกำจัดขยะ การทำความสะอาดลำคลองรอบๆ มหาวิทยาลัย เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 5 สิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัว คือ การอนุรักษ์พลังงาน การลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง มีระบบการบำบัดน้ำเสีย การดูแลและกำจัดขยะแบบรีไซเคิล ความเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว (Green University) และมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบของหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ ตัวแปรความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา รองลงมา คือ สิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงานสากล การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน และสิ่งแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังพบว่า องค์ประกอบมิติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร องค์ประกอบรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และองค์ประกอบหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีค่าความเที่ยงสูง และองค์ประกอบส่วนใหญ่อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรในองค์ประกอบได้สูง เช่นกัน

ส่วนการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผลการวิเคราะห์โมเดลครั้งแรกพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์ของโมเดลยังไม่สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังการปรับโมเดลพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับทุกดัชนี ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง เพื่อยืนยันว่าองค์ประกอบย่อยจัดเป็นองค์ประกอบขององค์ประกอบหลัก และเพื่อยืนยันว่าองค์ประกอบหลักทั้ง 3 ด้านประกอบกันเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนและองค์ประกอบใดมีนัยสำคัญมากกว่าองค์ประกอบใด หลังการปรับโมเดล พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยที่การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนนั้น จะสามารถอธิบายได้ด้วยมิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มากกว่ารูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามลำดับ

### **ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน**

ผู้วิจัยวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พบว่าผลของเส้นทางอิทธิพลสามารถอธิบายได้ดีถึงมิติความ

รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และจากโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พบว่ามีความสอดคล้องกันดีระหว่างกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาถึงลำดับความสำคัญของเส้นทางอิทธิพลที่มีต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมทางจริยธรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมากที่สุด รองลงมา คือ ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย สิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงานสากล ความรับผิดชอบต่อทางบริการเพื่อสังคม กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน และสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

จากนั้นผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) โดยการสกัดปัจจัยจากตัวแปรย่อยทั้งหมด 66 ตัวแปร เพื่อหาองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า องค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่เป็นไปตามเกณฑ์มีจำนวน 7 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบต่ออาจารย์/บุคลากร/นักศึกษา (Faculty/Staff/Student concerns) องค์ประกอบที่ 2 คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ (Morality and Ethics) องค์ประกอบที่ 3 การปฏิบัติตามกฎหมาย (Legal concerns) องค์ประกอบที่ 4 การดูแลสิ่งแวดล้อม (Environmental concerns) องค์ประกอบที่ 5 การมีส่วนร่วม/การพัฒนาชุมชน (Community involvement/development practices) องค์ประกอบที่ 6 กิจกรรมเพื่อสังคม (Social initiatives) และองค์ประกอบที่ 7 เศรษฐศาสตร์ทางการศึกษา (Economics of education) โดยได้รับการตรวจสอบและยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในสถาบันอุดมศึกษา

### อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน จากผลการวิจัยพบว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประกอบด้วย 1) มิติความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน 2) รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และ 3) หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ซึ่งผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลเป็นประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

### มิตีความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

มิตีความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อทางธุรกิจ และรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสังคม และความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ ซึ่งผลการวิจัยด้านมิตีความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษานั้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดปีรามิตีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Carroll (1991) ว่าองค์กรควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติต่างๆ 4 มิติ อันได้แก่ ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อทางธุรกิจเพื่อสังคม ในขณะที่ผลการวิจัยมีความแตกต่างจากแนวคิดดั้งเดิมของ Carroll ในเรื่องของการเรียงลำดับความสำคัญของมิติทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อทางธุรกิจเพื่อสังคม และความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ ความแตกต่างดังกล่าวอาจเนื่องมาจากลักษณะองค์กร สังคม ช่วงเวลา หรือการบริหารจัดการองค์กรในประเทศที่มีความแตกต่างกันย่อมมีกระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ได้แก่ ความแตกต่างด้านการรับรู้เกี่ยวกับความสำคัญของจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมในการบรรลุประสิทธิผลองค์กร วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม กฎหมายและการเมือง บรรยากาศจริยธรรมองค์กร คุณลักษณะทางประชากร และคุณลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยจะก่อให้เกิดความขัดแย้งในผลประโยชน์ และมีการแข่งขันกันในการเรียกร้องผลประโยชน์เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนการหาจุดร่วมที่เหมาะสมในเรื่องมิตีความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของบุคคล ชุมชน และสังคม (Buchholts & Carroll, 2008; Singhapakdi, Karande, & Vitell, 2001; Kashyap, Mir, & Mir, 2004; Jamali & Mirshak, 2007; และ Mostovicz, Kakabadse & Kakabadse, 2009)

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยด้านมิตีความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในงานวิจัยครั้งนี้ ยังมีความเกี่ยวข้องกับผลการศึกษาจากต่างประเทศ (Buenviaje, 2013; และ Sharma & Kiran, 2011) ที่พบว่า การประกอบกิจการ โดยการแสดงความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรมเป็นหลัก เป็นภาระหน้าที่ที่ต้องทำในสิ่งที่ถูกต้อง ยุติธรรม จะนำมาซึ่งความพอใจแก่ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสำคัญ ตลอดจนการประกอบกิจการ โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย การบริจาคเพื่อการกุศล และความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งสำคัญรองลงมาตามลำดับ เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้บริโภค สำหรับสถานศึกษาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้บริหารต้องมุ่งเน้นไปที่การแนะนำความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะที่เป็นผู้จัดตั้งหลักสูตรในการสอน โดยต้องให้ความสำคัญเรื่องความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อทางธุรกิจเพื่อสังคม และความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ ซึ่งความแตกต่างเกี่ยวกับการปฏิบัติความรับผิดชอบต่อ

สังคมขององค์กรอื่นๆ ทั่วโลกและการบริหารหลักสูตรการศึกษาแสดงให้เห็นถึงค่านิยมและความใส่ใจของควมรับผิดชอบต่อสังคมในทางปฏิบัติที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะสะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจการศึกษาให้ความสำคัญกับพฤติกรรมทางจริยธรรมและความพยายามในการทำการกุศลที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในการบริหารจัดการอย่างใดอย่างหนึ่งมากขึ้น ดังนั้น จึงเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมของประกอบกิจการการศึกษาที่ ต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมของธุรกิจมากขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้น สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ได้ส่งเสริมบทบาทสถาบันอุดมศึกษาให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม และร่วมเป็นแกนหลักในกระบวนการสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีนโยบายการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการประกอบกิจการการอุดมศึกษา ให้เกิดการยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสร้างชื่อเสียง ตลอดจนภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคม เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ประสบผลสำเร็จในการประกอบกิจการที่ได้รับความเชื่อถือ ความไว้วางใจ เป็นที่ยอมรับของสังคม และเป็นองค์กรที่เติบโตอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2554; ปรัชญา เวสารัชช, 2546; และกัญญรัตน์ หงส์วรนนท์, 2555)

#### รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร และกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, Hessekiel & Lee (2012) ที่กล่าวว่า กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กรจะต้องประกอบด้วย การบริจาคเพื่อการกุศลขององค์กร อาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือชุมชน และการประกอบธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากประเด็นหลักๆ 2 ประเด็น คือ ความต้องการในการปฏิบัติตัวเป็นบรรษัทพลเมืองที่ดี (Good Corporate Citizen) และการบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นหรือที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการประกอบกิจการทางธุรกิจขององค์กร โดยองค์กรโดยส่วนใหญ่จะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการทำกิจกรรมเพื่อสังคมด้วยกลยุทธ์การบริจาคเพื่อการกุศล และกำหนดบทบาทขององค์กรในฐานะผู้สนับสนุนการแก้ไขปัญหาสังคม โดยกิจกรรมการบริจาคเพื่อการกุศลขององค์กรจะทำให้บริบททางการแข่งขัน (competitive context) ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อเป้าหมายทางสังคมและเป้าหมายทางธุรกิจขององค์กรนั้น ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในระยะยาว ซึ่งกิจกรรมการบริจาคเพื่อการกุศลขององค์กรนี้ไม่ใช่เป็นเพียงแค่การบริจาคเงินเท่านั้น แต่ต้องช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต คุณภาพการศึกษา ของชุมชนและคนในท้องถิ่นให้ดีขึ้นด้วย เพื่อให้ตลาดในท้องถิ่นขยายตัว อันจะส่งผลต่อการลดการทุจริตของธุรกิจในท้องถิ่นได้อีกด้วย ทั้งยังช่วยให้กิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรมีประสิทธิผลดีขึ้น โดยเข้าไปมีส่วนร่วม และแก้ไข ปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน และต่อเนื่อง และมุ่งมั่นที่จะทำให้บริษัทเติบโตไปพร้อมกันกับการพัฒนา

คุณภาพชีวิตของสังคม เพื่อนำไปสู่การเป็นสังคมที่ยั่งยืน (Porter & Kramer , 2003 และ 2006; Smith, 2003; วรพรรณ เอื้ออาภรณ์, 2554; สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, ออนไลน์, 2551 มกราคม; และบุญพร ศิริรัตนะ, ประภาภรณ์ พวงเนียม, พิริยะ แก้ววิเศษ, อรุณกมล สุขอเนก และ พิทักษ์ ศิริวงศ์, 2011)

### หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความใส่ใจต่อผู้บริโภคนักศึกษา สิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงานสากล การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน และสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลการวิจัยในประเด็นนี้สอดคล้องกับแนวคิดหลักการของข้อตกลงของโลกแห่งองค์การสหประชาชาติ (UN Global compact) (United Nations, 2012) ที่กล่าวว่าความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกันของทุกองค์กรว่าเกี่ยวข้องกับขอบเขตต่างๆ 3 ด้านคือ ขอบเขตทางสังคม ขอบเขตทางสิ่งแวดล้อม และขอบเขตทางเศรษฐกิจ ซึ่งขอบเขตทางสังคม หมายถึง สภาพการทำงานของพนักงาน/บุคลากร นโยบายการทำงานที่หลากหลาย การเจรจาทางสังคม การรวมตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การฝึกอบรม การกำกับดูแลกิจการ เป็นต้น ขอบเขตทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง การขนส่ง การเดินทาง อาคาร สถานที่ นโยบายการจัดซื้อ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับการลดปริมาณของก๊าซเรือนกระจก การปล่อยมลพิษ ฯลฯ และขอบเขตทางเศรษฐกิจ หมายถึง การครอบครองพื้นที่ นโยบายในการลงทุน การดำเนินธุรกิจสีเขียว การสนับสนุนให้ชุมชนมีการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับนักวิจัยท่านอื่นๆ (Nejati, Shafael, Salamzadeh & Yashar, 2011; Burcea & Marinescu, 2011; และ Karima, Oshima & Yamamoto, 2006) ที่พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาจะไม่แตกต่างไปจาก ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยหลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมจะครอบคลุมเนื้อหาด้านการประกอบกิจการที่ดีขององค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ สิทธิมนุษยชน ความปลอดภัยและสุขภาพการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม การติดตั้งอุปกรณ์ทำความสะอาดหรือการนำขยะกลับมาใช้ใหม่โดยไม่ผ่านกระบวนการแปรสภาพใดๆ การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเป็นธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต จริยธรรมทางสังคมศีลธรรม ความมีคุณภาพ การให้บริการ สร้างความสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมกับชุมชน และการคำนึงถึงปัญหาของนิสิตนักศึกษาของมหาวิทยาลัย บนพื้นฐานของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

จากผลการวิจัยในด้านมิติ/รูปแบบ/และหลักการการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผู้วิจัยได้สกัดองค์ประกอบเพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยผลจากการสกัดองค์ประกอบพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา



เอกชนจะครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ อันได้แก่ ความรับผิดชอบต่ออาจารย์/บุคลากร/นักศึกษาเป็นประเด็นแรก เพราะเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ซึ่งถือว่าเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อภายในองค์กรก่อนที่จะแสดงความรับผิดชอบต่อภายนอกองค์กร โดยเน้นในเรื่องของสิทธิมนุษยชนและแรงงานเป็นหลัก ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจะมีการบริหารทรัพยากรอย่างเพียงพอ มีผลประโยชน์จากการจ้างงาน มีค่าตอบแทนที่เหมาะสม การเรียนรู้และพัฒนาบุคลากร

ปัจจัยประการต่อมา คือการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้อาจารย์/บุคลากร/นักศึกษา มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ การปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่างๆ ของรัฐ ตลอดจนการดูแลสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มจากการรักษาสภาพแวดล้อมภายใน เช่น การประหยัดพลังงาน การกำจัดขยะ ฯลฯ จากนั้นจึงเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถช่วยเหลือตนเองได้ รวมไปถึงการทำกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้ความสำคัญและใส่ใจในประเด็นต่างๆ ที่เป็นปัญหาของสังคม การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมอันดีงาม การบริจาคเพื่อช่วยเหลือสังคมในกรณีต่างๆ เป็นต้น

ปัจจัยประการสุดท้าย คือ เศรษฐศาสตร์ทางการศึกษา ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ประการหนึ่ง เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาเอกชนต้องมีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อให้องค์กรดำรงอยู่ได้ มีความมั่นคงและราบรื่นทางการเงิน มีการให้ข้อมูลที่เพียงพอในด้านต่างๆ ของสถาบัน อีกทั้งการวางแผนในเรื่องทรัพยากรทางการเงินของนักศึกษาทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงค่าใช้จ่ายในการศึกษาที่เหมาะสมด้วย หากสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไม่สามารถสร้างความรับผิดชอบต่อประเด็นที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจหรือมีผลกระทบต่อความสามารถหล่อเลี้ยงสถาบันให้อยู่รอดได้ ก็จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและของโลกด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับประกาศกระทรวงศึกษาธิการเรื่อง มาตรฐานสถาบันอุดมศึกษา ว่าจะต้องประกอบด้วยมาตรฐาน 2 ด้านคือ 1) มาตรฐานด้านศักยภาพและความพร้อมในการจัดการศึกษา ประกอบด้วยมาตรฐานย่อยคือ ด้านกายภาพ ด้านวิชาการ ด้านการเงิน และด้านการบริหารจัดการ และ 2) มาตรฐานด้านการดำเนินงานตามภารกิจของสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วยมาตรฐานย่อยคือ ด้านการผลิตบัณฑิต ด้านการวิจัย ด้านการให้บริการทางวิชาการแก่สังคม และด้านการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม (ศูนย์สร้างเสริมสุขภาวะองค์กร, 2553; สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2552; และกระทรวงศึกษาธิการ, 2551, 12 พฤศจิกายน)

ผลการวิจัยในครั้งนี้นี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของนักวิจัยท่านอื่นๆ (Nejati, Shafaei, Salamzadeh, & Daraei, 2011; รัชยา ภักดีจิตต์, 2555; และสุทธิศักดิ์ ไกรสรสุทธาสิณี, 2556) ที่ได้ทำการศึกษาพันธกิจและวิสัยทัศน์ของสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ของโลก โดยพบว่ากรณีที่น่าสนใจมากที่สุดในการดำเนินกิจการของสถาบันอุดมศึกษา คือการระบุนความต้องการและเป้าหมายของ

สถาบันอุดมศึกษาในเรื่องของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และร่วมกันแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นของโลก โดยยึดหลักของคำว่าพลเมืองโลกเป็นสำคัญ สถาบันอุดมศึกษาต่างๆ จึงดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจังตลอดมา โดยให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องสิทธิมนุษยชนและแรงงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปัญหาของนักศึกษา การรักษาสິงแวดล้อม ความยุติธรรม และการปฏิบัติตามกฎระเบียบต่างๆ ความมีจริยธรรม จรรยาบรรณ และการแสดงความโปร่งใส กล่าวคือ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษานั้นเป็นการบูรณาการเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้สถาบันอุดมศึกษามีแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนสืบไป ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปสาระสำคัญและอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัยได้ดังนี้

### **ปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประกอบด้วย**

องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบต่ออาจารย์/บุคลากร/นักศึกษา (Faculty/Staff/Student concerns) หมายถึงการให้การสนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชนในระดับสากลตามขอบเขตอำนาจที่เอื้ออำนวยและตรวจตราดูแลมิให้องค์กรของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน ส่งเสริมสนับสนุนเสรีภาพในการเข้าร่วมหรือการเป็นสมาชิกของสหภาพและรับรองสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรอง การไม่กดขี่และใช้แรงงานแบบบังคับในทุกรูปแบบ ต้องไม่มีการใช้แรงงานเด็กโดยสิ้นเชิง และต้องขจัดความเหลื่อมล้ำ งดการเลือกปฏิบัติเรื่องการว่าจ้างแรงงานและการประกอบอาชีพ ประกอบด้วย ความเป็นธรรมเรื่องผลประโยชน์และค่าแรง การไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลทุกประเภท การเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน การสนับสนุนเรื่องสิทธิและหน้าที่ของบุคคล การปฏิบัติตามหลักกฎหมายมนุษยชน การให้เกียรติและเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน คนทุกระดับมีคุณค่าเท่าเทียมกัน การไม่สนับสนุนความเหลื่อมล้ำ และการเลือกปฏิบัติไม่ก้ำก๋ายและไม่เอาัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน มีความเสมอภาค ความเป็นมนุษย์ และความเป็นประชาธิปไตย โดยไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น การให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมในด้านต่างๆ มีความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ และการไม่กดขี่และใช้ความรุนแรงต่อเด็กและสตรี

ทั้งนี้ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนจะต้องให้ความสำคัญและมีบทบาทร่วมแก้ไขปัญหาสิทธิมนุษยชนด้านการศึกษาของกลุ่มเด็กและเยาวชน และปัญหาสิทธิมนุษยชนของกลุ่มบุคคลที่เสี่ยงต่อการถูกละเมิดสิทธิมนุษยชนที่ถูกเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรม ตลอดจนส่งเสริม ปกป้อง และคุ้มครองสิทธิมนุษยชนอย่างรวดเร็วและทั่วถึง เพราะสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ และมีองค์ความรู้และฐานข้อมูลในชุมชนท้องถิ่นอย่างลึกและครบถ้วน สามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนวาระการพัฒนาที่ยั่งยืนฉบับใหม่ขององค์การสหประชาชาติที่กล่าวว่า ในปี ค.ศ. 2015 จะเป็นยุคแห่งการเปลี่ยนผ่านเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (Millennium Development Goals: MDGs) ไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ในเรื่องของสิทธิมนุษยชน (Human rights) ความเสมอ

ภาค (Equality) และความยั่งยืน (Sustainability) โดยเน้นสิทธิพื้นฐานที่ทุกคนควรได้รับอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็นสิทธิต่ออิสรภาพ สันติสุข ระบบสาธารณสุข และความสุข ซึ่งถือเป็นสิทธิขั้นพื้นฐาน และสิทธิเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เช่น สิทธิในการทำงาน สิทธิทางการศึกษา และความมั่นคงทางสังคม (สถาบันไทยพัฒนา, 2556; สถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2556; และวรรณภา ประยุกต์วงศ์ และปรีญา ประยุกต์วงศ์, 2554)

อีกทั้งในปัจจุบัน ปัญหาเรื่องแรงงานเป็นเรื่องสำคัญมาก การที่องค์กรจะประกอบกิจการต่างๆ ที่ต้องเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ชุมชน สังคมในท้องถิ่น รวมไปถึงระดับนานาชาติ ความเข้มงวดในเรื่องมาตรฐานแรงงานสากลที่มีการกำหนดสิทธิของแรงงานที่จะต้องได้รับการทำงานเป็นเรื่องจำเป็นและสำคัญเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นค่าตอบแทน ความปลอดภัยในการทำงาน ตลอดจนสวัสดิการต่างๆ จนบางครั้งบางปัญหาที่กลับกลายเป็นการละเมิดประเด็นทางสิทธิมนุษยชนไปด้วย ดังนั้น การบริหารงานบุคคลของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจึงถูกกำหนดให้อยู่ภายใต้กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน และกฎหมายว่าด้วยแรงงานสัมพันธ์ ทั้งนี้ ผู้ปฏิบัติงานของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนต้องได้รับผลประโยชน์ตอบแทนไม่น้อยกว่าที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน นั่นคือ คณาจารย์ พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน จะได้รับการคุ้มครองและได้รับผลประโยชน์ตอบแทนไม่น้อยไปกว่าผู้ที่ทำงานรับเงินเดือนจากบริษัทเอกชนทั่วไป (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553; กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน, 2553; และพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. ๒๕๔๖ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐, 2550, 29 ธันวาคม)

องค์ประกอบที่ 2 คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณ (Morality and Ethics) หมายถึง ความมีศีลธรรม ความยุติธรรม สิทธิ ผลประโยชน์ คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ชื่อสัตย์ เป็นธรรม ประกอบด้วย การปลูกฝังจริยธรรมจรรยาบรรณเพื่อสร้างคนให้มีจรรยาบรรณ การสอดแทรกเรื่องคุณธรรม และจริยธรรมในการเรียนการสอน บัณฑิตมีคุณธรรม จริยธรรม การปลูกจิตสำนึกให้ทุกคนเป็นคนดีมีคุณธรรม การสร้างบัณฑิตที่มีสติปัญญาและการกระทำที่ดีต่อสังคม การสอดแทรกการสร้างทักษะการใช้ชีวิตให้กับนักศึกษาไปพร้อมๆ กับการให้ความรู้ทางวิชาการ คนในองค์กรมีความรู้ ความเข้าใจ และใส่ใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม อาจารย์มีความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน บุคลากรมีจรรยาบรรณ การทำวิจัยและจัดสัมมนาเพื่อปลูกจิตสำนึกที่ดีให้กับสังคม กระบวนการเรียนการสอนมีคุณภาพ คณาจารย์และบุคลากรมีคุณภาพ มีการสร้างวินัยให้นักศึกษา การจัดกิจกรรมการให้ความรู้ และความเข้าใจแก่ผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยเอกชน และการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและไม่บิดเบือนแก่นักศึกษาและผู้ปกครอง ผลการวิจัยในประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของนักวิจัยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศหลายท่านที่พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นภาระหน้าที่ที่องค์กรจะต้องกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง ยุติธรรม ซึ่งจริยธรรมทางวิชาการเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญของความ

รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา การดำเนินกิจการจะต้องเป็นไปตามหลักคุณธรรม จริยธรรม จรรยา โดยเน้นจรรยาบรรณทางธุรกิจให้มากยิ่งขึ้น การให้ความสำคัญต่อหลักสูตรการสอน โดยเน้นในเรื่องความใส่ใจในพฤติกรรมทางจริยธรรม ความโปร่งใส ไม่ทุจริต มีการดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนที่ยึดมั่นในความถูกต้อง ดีงาม มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ (Buenviaje, 2013; Rahim, Jalaludin & Tajuddin, 2011; Sharma & Kiran, 2011; และ จอย กล่อมทองศรี, 2555) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรูปแบบการดำเนินกิจการการอุดมศึกษาในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก การให้ความสำคัญกับการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน คือการประกอบกิจการที่มีได้มุ่งแต่เพียงเฉพาะผลกำไรในระยะสั้นเท่านั้น แต่ต้องให้ความสำคัญกับการเติบโตที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรมจึงถือเป็นความประพฤติกและแนวทางการปฏิบัติที่เกิดขึ้น เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคคลให้เป็นคนเก่งและคนดี มีคุณธรรมจริยธรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งส่วนตัว ส่วนรวม และประเทศชาติสืบไป (ศิลปพร ศรีจันเพชร, 2552; ประทีป มากมิตร, 2550; และนฤมล โอสถานุเคราะห์, 2549)

องค์ประกอบที่ 3 การปฏิบัติตามกฎหมาย (Legal concerns) หมายถึงการดำเนินกิจการโดยเคารพต่อกฎหมาย ภายใต้กฎระเบียบต่างๆ ที่รัฐกำหนดขึ้น ประกอบด้วย การยึดถือและปฏิบัติตามกฎ ข้อกำหนด และข้อบังคับตามพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน การปฏิบัติตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา การเน้นความถูกต้อง โดยไม่กระทำการใดๆ ที่เข้าข่ายการกระทำผิดกฎหมาย การปฏิบัติตามกฎหมายสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม และการยึดถือและปฏิบัติตามแนวทางที่ถูกต้องของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ผลการวิจัยในประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของนักวิจัยหลายท่านที่กล่าวว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อกฎหมายขององค์กรจะก่อให้เกิดการรับรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ชุมชน และสังคม จะให้ความสำคัญกับองค์กรที่มีการประกอบกิจการที่สอดคล้องกับกฎและข้อบังคับต่างๆ ในฐานะของการเป็นพลเมืองที่ดี (Tan & Komaran, 2006; และ Atan & Halim, 2011) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการบริหารงานสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจะต้องดำเนินกิจการภายใต้พระราชบัญญัติอุดมศึกษาเอกชน มีการดำเนินงานด้านวิชาการภายใต้การควบคุมของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) เป็นหลัก โดยที่สถาบันอุดมศึกษาเอกชน จะมีเสรีภาพในทางวิชาการ และเสรีภาพในการบริหารจัดการงานในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนของตนอย่างเต็มที่ โดยสภามหาวิทยาลัยเป็นผู้ให้ความเห็นชอบหรืออนุมัติแทนสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ภายใต้กฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และมีบทกำหนดโทษทางอาญาแก่สถาบันอุดมศึกษาเอกชน และบุคลากรทางการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่กระทำความผิด อีกทั้งการกำกับดูแลกิจการโดยให้แน่ใจว่ามีการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด โดยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาด้านกฎหมายที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าและความ

น่าเชื่อถือให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เป็นอย่างดี (Martin, 2003; ฌรงค์ อยู่ถนอม, 2554; และนพดล ปกรณ์นิมิตติ, 2554)

องค์ประกอบที่ 4 การดูแลสิ่งแวดล้อม (Environmental concerns) หมายถึงการสนับสนุนแนวทางในการป้องกัน การระแวดระวังเกี่ยวกับการดำเนินงานที่อาจจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การอาสาในการจัดทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ที่จะสนับสนุนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาและเผยแพร่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยตัวแปรย่อย 6 ตัวแปร คือ การอนุรักษ์พลังงาน การลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง มีระบบการบำบัดน้ำเสีย การดูแลและกำจัดขยะแบบรีไซเคิล ความเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว (Green University) และมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้การให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะทรัพยากรน้ำ การใช้พลังงาน รวมถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาจเกิดจากการตระหนักว่าทรัพยากรเหล่านี้เป็นต้นทุนสำคัญของการพัฒนาประเทศให้เติบโตอย่างยั่งยืน จึงเป็นสิ่งที่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนจะต้องมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสูงสุด (สถาบันไทยพัฒนา, 2555; และ โกลด์วอเตอร์, 2554)

องค์ประกอบที่ 5 การมีส่วนร่วม/การพัฒนาชุมชน (Community involvement/development practices) หมายถึงการให้การช่วยเหลือ การพัฒนาชุมชนในท้องถิ่น หรือร่วมมือกับองค์กรไม่แสวงผลกำไร ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้น ประกอบด้วย การอุดหนุนสินค้าในท้องถิ่นทำให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน การมีจิตอาสาพัฒนาชุมชนในประเด็นต่างๆ เช่น ให้นักศึกษาช่วยร้านค้าชุมชนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น การจ้างงานโดยว่าจ้างคนในชุมชน หรือช่วยให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ การทำกิจกรรมรณรงค์การอนุรักษ์สภาพแวดล้อม เช่น การปลูกป่า การอนุรักษ์เต่าทะเล การอนุรักษ์ป่าชายเลน เป็นต้น การให้ความช่วยเหลือแก่สังคมรอบข้าง โดยเฉพาะชุมชนรอบๆ มหาวิทยาลัย เช่น การเอื้อเฟื้อสถานที่ ห้องประชุม สนามกีฬา การช่วยกำจัดขยะ การกำจัดขยะ การทำความสะอาดคลองรอบๆ มหาวิทยาลัย เป็นต้น การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ชุมชนในประเด็นที่ชุมชนต้องการ เช่น การออกค่ายสอนหนังสือ การสนับสนุนโครงการต่อต้านยาเสพติด เป็นต้น และการเรียนการสอนสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตได้จริง

ปัญหาประการหนึ่ง เช่น ชุมชนที่ตั้งอยู่เดิมในพื้นที่ที่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนเข้าไปสร้างอาคารสถานที่ตั้ง อาจคิดขวางหรือสิทธิในการเข้าถึงหรือใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เดิมในบริเวณนั้นๆ ได้ และผลกระทบที่มีต่อชุมชนนั้นอาจจะเป็นไปในทางบวกหรือลบก็ได้ ดังนั้น การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชนโดยรอบและบริเวณใกล้เคียงสถานที่ตั้งของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่อาจทำให้เศรษฐกิจภายในชุมชนดีขึ้น ชาวบ้านมีงานทำมากขึ้น หรือตลาดในชุมชนเติบโตขึ้นได้เช่นกัน (สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุทธาสนี, 2556)

องค์ประกอบที่ 6 กิจกรรมเพื่อสังคม (Social initiatives) หมายถึงการส่งเสริมประเด็นที่เป็นปัญหาทางสังคม การบริจาคเพื่อการกุศลขององค์กร อาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือชุมชน และการประกอบธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย การให้บริการการวิจัยแก่สาธารณะ ในประเด็นที่เป็นปัญหาของสังคม การใส่ใจปัญหาของสังคม โดยการทำวิจัยและตีพิมพ์เผยแพร่ อย่างสม่ำเสมอ การจัดสัมมนาให้ความรู้ในประเด็นที่สำคัญและจำเป็นแก่สังคม การมีบทบาทเป็นผู้ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ค่านิยม และประเพณีของชาติอย่างต่อเนื่อง การบริจาคหรือให้ความช่วยเหลือแก่สังคมเพื่อให้สังคมพึ่งตนเองได้ การให้ความช่วยเหลือหรือบริจาคเงินหรือสิ่งของในกรณีเกิดภัยพิบัติ การสนับสนุนให้อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากร เป็นอาสาสมัครช่วยเหลือสังคม เช่น เป็นอาสาสมัครสอนหนังสือให้เด็กยากจน หรือผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น และการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กเรียนดี และด้อยโอกาส

จะเห็นได้ว่ากิจกรรมเพื่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนนั้น จะปรากฏในรูปของการให้บริการความรู้และการวิจัยในประเด็นที่เป็นปัญหาของสังคมมากกว่าการทำการตลาดในเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากพันธกิจหลักของสถาบันอุดมศึกษาที่จะต้องรับใช้สังคมทั้งในด้านการสร้างองค์ความรู้ การผลิตกำลังคนของชาติ การบริการวิชาการและการร่วมแก้ปัญหาวิกฤตของชาติ เป็นหลัก ยกตัวอย่างเช่นการบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในการร่วมดำเนินโครงการวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ที่จะเกิดประโยชน์เผยแพร่ไปยังคณาจารย์ นักศึกษา วงการวิชาการ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนชุมชน ระหว่างสถาบันการศึกษา 5 แห่ง ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์ กับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในการทำวิจัยหรือผลงานสร้างสรรค์เพื่อรองรับประชาคมอาเซียนและให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2554; และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2555)

ผลการวิจัยในประเด็นนี้ยังเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับนักวิจัยทั้งในและต่างประเทศ (Kotler, Hessekiel & Lee, 2012; Niruttikul, 2011; Serban, Iconaru, Macovei & Perju, 2012; Iduwu, 2008; Dabbas & Al-rewashdeh, 2012; บุญพร ศิริรัตน์, ประภาภรณ์ พวงเนียม, พิริยะ แก้ววิเศษ, อรุณกมล สุขอนเนก และ พิทักษ์ ศิริวงศ์, 2011; และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2554) ที่พบว่า กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาดจะต้องประกอบด้วย การส่งเสริมประเด็นที่เป็นปัญหาทางสังคม การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม และการตลาดเพื่อสังคมขององค์กร เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และห่วงใยต่อประเด็นที่เป็นปัญหาของสังคม โดยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษาที่ไม่ได้แสวงหากำไร ซึ่งควรเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing - driven social initiatives) โดยเฉพาะกิจกรรมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคมและการประกอบกิจการสถาบันอุดมศึกษาที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

โดยมุ่งประเด็นไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร นักศึกษา และคู่แข่ง ทั้งนี้ ยังมีการค้นพบประเด็นที่สอดคล้องกันในเรื่องรูปแบบของกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ว่ากิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร (Corporate - driven social initiatives) ต้องสนับสนุนรูปแบบของกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด (Marketing - driven social initiatives) ในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอีกด้วย

อีกทั้งผลการวิจัยในประเด็นนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนักวิจัยท่านอื่นๆ ที่พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะต้องเป็นเรื่องของการบริจาคเพื่อสังคมเป็นหลัก โดยไม่เกี่ยวข้องกับการเสียผลประโยชน์ทางธุรกิจและการลดลงของผลกำไรทั้งสิ้น โดยที่การมอบทุนการศึกษาแก่เยาวชนเรียนดีแต่ขาดทุนทรัพย์จนสำเร็จระดับปริญญาตรี เป็นสิ่งที่นักเรียนและผู้ปกครองพึงประสงค์มากที่สุดในการเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Duarte & Rahman, 2010; และวรรณิ งามขจรกุลกิจ, 2552) ทั้งนี้อาจเกิดจากเหตุผลที่ว่าองค์กรต่างๆ ต้องการที่จะเติมเต็มให้สังคม โดยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทางธุรกิจเพื่อสังคม และยึดมั่นในการทำดีด้วยการทำความดี (doing well by doing good) ทั้งนี้ การบริจาคเพื่อสังคมจะช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายในการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มต่างๆ อีกทั้งเป็นการสนับสนุนช่วยเหลือหน่วยงานราชการ หน่วยงานสังคมสงเคราะห์ และหน่วยงานด้านการศึกษาอื่นๆ และสามารถทำให้สมาชิกขององค์กรได้แสดงความเอื้ออาทรต่อเพื่อนมนุษย์ ด้วยการบริจาคเงิน สิ่งของ หรือสินค้า ตลอดจนการให้ทุนการศึกษาหรือบริจาคให้กับผู้ด้อยโอกาสในสังคม เป็นต้น (Buchholts & Carroll, 2008; Porter & Kramer, 2003; Simpson & Taylor, 2013; และรพีพรรณ นัศตรเลิศยศ, 2556)

องค์ประกอบที่ 7 เศรษฐศาสตร์ทางการศึกษา (Economics of education) หมายถึง ความสัมพันธ์ของเศรษฐกิจกับระบบการศึกษา ผลของระบบการศึกษาที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ ผลของระบบเศรษฐกิจที่มีต่อระบบการศึกษา ความมั่นคงทางการเงินของสถาบันการศึกษา เน้นเรื่องการบริหารกิจการให้มีกำไร กิจการสามารถคงอยู่ได้ การลงทุนและความคุ้มค่าทางการศึกษา ฐานะทางการเงินของผู้เรียน มีผลผลิตที่ดี น่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับ ประกอบด้วย ความยั่งยืนและองค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเอง ความมั่นคงและราบรื่นทางการเงิน การกำหนดค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม การผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพ การผลิตบัณฑิตเพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน และมีกระบวนการช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้นักศึกษาอย่างเป็นระบบ เช่น การให้บริการคำปรึกษาปัญหาต่างๆ การให้บริการกองทุนกู้ยืม เป็นต้น

ผลการวิจัยในประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยต่างๆ ทั่วโลก (Carroll & Shabana, 2010; และ Yusuf, Troena, Sudarma & Ashar, 2013) ที่พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมทางเศรษฐกิจจะต้องมุ่งสร้างผลผลิต ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการตามความต้องการของสังคมและตอบแทนกลับมาในรูปแบบของรายได้ เน้นเรื่องสถานะทางการเงินขององค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้และมีผลกำไรคืนกลับไปยังผู้ประกอบการ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากการที่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนเป็นองค์กรที่

ต้องหารายได้ด้วยตนเองโดยไม่มีเงินสนับสนุนจากรัฐ จึงต้องมีการบริหารงบประมาณอย่างเหมาะสม เพราะต้องคำนึงถึงความสามารถในการลงทุนในระยะยาว ซึ่งเป็นการดำเนินกิจการการอุดมศึกษาภายใต้ทรัพยากรที่ต้องลงทุนด้วยตนเอง เพื่อการพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณภาพ และให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนนั้นอยู่รอดได้ อีกทั้งการศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับอุดมศึกษาที่ถูกแปรสภาพให้กลายเป็นสินค้าในยุคโลกาภิวัตน์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมหาวิทยาลัยที่จะต้องปรับเปลี่ยนตนเอง โดยการแสดงความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจเพื่อให้สถาบันอยู่ได้ และเป็นที่ยอมรับของสังคม (ณรงค์ อยู่ถนอม, 2554; และดร.ศุภศักดิ์ ตติยะลาภะ, 2554)

### ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในครั้งนี้ มีข้อจำกัดของการวิจัยดังนี้

1. การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาเอกชนขนาดใหญ่ เนื่องจากมีระบบการบริหารจัดการและคณะวิชา ที่ครอบคลุมและหลากหลาย ดังนั้นการขยายผลหรือการนำผลการวิจัยไปใช้จะต้องคำนึงถึงข้อจำกัดดังกล่าว เพราะผลการวิจัยอาจครอบคลุมเพียงสถาบันที่มีขนาดใกล้เคียงกันเท่านั้น

2. การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ทำให้การขยายผลไปยังสถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ เช่น สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ สถาบันอุดมศึกษาในกำกับรัฐ สถาบันอุดมศึกษาของรัฐไม่จำกัดรับ สถาบันอุดมศึกษาประเภทมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล สถาบันอุดมศึกษาประเภทมหาวิทยาลัยราชภัฏ และสถาบันอุดมศึกษาประเภทวิทยาลัยเอกชน จึงควรเป็นไปอย่างระมัดระวังและคำนึงถึงข้อจำกัดดังกล่าว เนื่องจากระบบการจัดการกิจการอุดมศึกษาในสถาบันแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน

3. การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เนื่องจากผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในที่รับรู้ถึงรายละเอียดของข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมากที่สุด ตรงกับสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา และเหมาะสมที่สุดในการให้ข้อมูล จึงอาจทำให้การขยายผลครอบคลุมเพียงกลุ่มประชากรที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในเท่านั้น ดังนั้นการนำผลการวิจัยไปใช้จึงควรเป็นไปอย่างระมัดระวังและคำนึงถึงข้อจำกัดดังกล่าว

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ใน



ด้านการบริหารในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตลอดจนข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ส่งเสริมให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนนำปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไปเป็นข้อมูล และเครื่องมือในการวางแผน กลยุทธ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนให้สอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย 1) ความรับผิดชอบต่ออาจารย์/บุคลากร/นักศึกษา 2) คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ 3) การปฏิบัติตามกฎหมาย 4) การดูแลสิ่งแวดล้อม 5) การมีส่วนร่วม/การพัฒนาชุมชน 6) กิจกรรมเพื่อสังคม และ 7) เศรษฐศาสตร์ทางการศึกษา โดยการประกอบกิจการด้วยความดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นไปด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และยุติธรรม มีความตระหนักถึงผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยพร้อมจะแก้ไขเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว ให้เกิดการดำเนินกิจการเป็นการสร้างความสำเร็จและประโยชน์สุข อีกทั้งช่วยยกระดับความน่าเชื่อถือของสถาบัน ซึ่งจะเป็ผลดีทั้งต่อความยั่งยืนของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง (คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐาน การเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2555)

2. ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และสถาบันอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ได้แก่ 1) ความรับผิดชอบต่ออาจารย์/บุคลากร/นักศึกษา 2) คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ 3) การปฏิบัติตามกฎหมาย 4) การดูแลสิ่งแวดล้อม 5) การมีส่วนร่วม/การพัฒนาชุมชน 6) กิจกรรมเพื่อสังคม และ 7) เศรษฐศาสตร์ทางการศึกษา ไปเชื่อมโยงกับแผนการสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของสถาบัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันและประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

3. ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และสถาบันอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำกรอบแนวทางปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ไปสร้างองค์กรที่มีวัฒนธรรมที่รับผิดชอบต่อสังคม ปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องเหมาะสมต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553ก; และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2555)

4. หน่วยงานต้นสังกัดที่เกี่ยวข้องกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชนโดยตรงควรส่งเสริมและสนับสนุนให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยนำปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ได้จาก

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปประกอบการจัดทำ ซึ่งการประเมินและการรายงานผลการดำเนินงาน ความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้จะเป็นประโยชน์ต่อฝ่ายบริหารในการวางแผน พัฒนาต่อไปแล้ว ยังช่วยให้เกิดความโปร่งใส สร้างความน่าเชื่อถือต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นอย่างดี อันจะส่งผลให้การประกอบกิจการสถาบันอุดมศึกษาเอกชนนั้นมีประสิทธิภาพและนำไปสู่ การเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป (สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุทธาสนี, 2556; และสถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะ ชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และณัฐศิริ บุญชวน, 2555)

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยที่ต้องการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนขนาดใหญ่เท่านั้น ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาวิจัยในกลุ่มตัวอย่างสถาบันอุดมศึกษาเอกชนขนาดกลาง และขนาดเล็ก เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นมาตรฐานในการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยที่ต้องการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่จัดตั้งในนาม มหาวิทยาลัยและมีจำนวนนักศึกษามากที่สุด 5 แห่งเท่านั้น ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไปจึงควร ศึกษาวิจัยในกลุ่มตัวอย่างสถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ เช่น สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ สถาบันอุดมศึกษา ในกำกับรัฐ สถาบันอุดมศึกษารัฐไม่จำกัดรับ สถาบันอุดมศึกษาประเภทมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชวมงคล สถาบันอุดมศึกษาประเภทมหาวิทยาลัยราชภัฏ และสถาบันอุดมศึกษาประเภทวิทยาลัย เอกชน อันจะนำมาซึ่งมาตรฐานของสถาบันอุดมศึกษาในอนาคต

3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ต้องการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียภายในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อันได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาเท่านั้น ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาวิจัยในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก สถาบันอุดมศึกษาเอกชน เช่น ชุมชน สังคม ฯลฯ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่จะนำไปสู่การพัฒนา ชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืนสืบไป

4. ควรศึกษาวิจัยถึงการวัดผลจากการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีต่อ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางในการทบทวน แก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงานด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามบริบทของสถาบันอุดมศึกษาในอนาคต

## บรรณานุกรม

- กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน. (2553). **ข้อกำหนดมาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจไทย มรท. ๘๐๐๑ – ๒๕๕๓**. กรุงเทพฯ: กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2548, 25 พฤษภาคม). **เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. ๒๕๔๘ ราชกิจจานุเบกษา**. เล่มที่ 122 (ตอนพิเศษ 39ง), หน้า 15.
- \_\_\_\_\_. (2550, 29 ธันวาคม). **พระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. ๒๕๕๖ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. ๒๕๕๐**. เล่ม 124 (ตอนที่ 101 ก), หน้า 1 - 41. ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 120 ตอน 107 ก.
- \_\_\_\_\_. (2551, 12 พฤศจิกายน). **ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องมาตรฐานสถาบันอุดมศึกษา**. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- กัญญรัตน์ หงส์วรรณท์. (2555). การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม: กลยุทธ์และโอกาสขององค์กรธุรกิจประเทศกำลังพัฒนาในสังคมพลวัต. **วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต**, 6(2), หน้า 83 – 112.
- กองวิเทศสัมพันธ์ สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย. (2542). **ปฏิญญาโลกว่าด้วยการอุดมศึกษา: สาระและการดำเนินงาน**. กรุงเทพมหานคร: ทบวงมหาวิทยาลัย. หน้า 111.
- โกศล ดีศีลธรรม. (2554). **องค์กรทำดีเพื่อสังคม**. กรุงเทพฯ: นำอักษรการพิมพ์.
- คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐาน การเรียนการสอนและการวิจัย ด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย. (2555). **แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ**. กรุงเทพฯ: สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- คอตเลอร์, ฟิลิป. (2551). **บรรษัทภิบาล (ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร)**. แปลจากเรื่อง Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause (รมณียฉัตร แก้วกิริยา, ม.ร.ว., แปล). กรุงเทพฯ: ยูนิเวอร์แซล พับลิชิ่ง.
- จอย กล่อมทองศรี. (2555). **การพัฒนาตัวบ่งชี้ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาไทยตามหลักธรรมาภิบาล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา อุดมศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรวัดน์ รจนาวรรณ. (2537). **10 สุดยอดมหาวิทยาลัยเอกชน**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วรรณสาส์น.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ณรงค์ อยู่ถ่อนอม. (2554). นโยบายการบริหารงานด้านการสนับสนุนการศึกษา. การอบรมเรื่อง หลักการบริหารสถาบันอุดมศึกษา, 4 กรกฎาคม 2554, กรุงเทพฯ: เอกสารประกอบการ อบรม.
- ณัฐคนัย พงศ์สถาพร. (2555). ความรับผิดชอบต่อสังคม และ คุณค่าตราสินค้า ที่มีผลต่อ พฤติกรรมการซื้อกองทุนรวม LTF ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรสาคร. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๒ เรื่องนวัตกรรมกับการ วิจัยและพัฒนาแบบสหวิทยาการ, 31 พฤษภาคม 2555, กรุงเทพฯ: เอกสารการประชุม.
- ณิชววรรณ วิชัยดิษฐ, ไพบุลย์ ผจงวงศ์ และศศิวิมล มีอำพล. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนใน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 2, หน้า 1 – 15. วารสารการประชุม.
- ดร.ศกดิ์ ตติยะลาภะ. (2554). มหาวิทยาลัยไทยในยุคทุนนิยม โลกาภิวัตน์: จุดปรับเปลี่ยน กระบวนทัศน์มหาวิทยาลัยไทยบนความท้าทาย. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 1(2), หน้า 17 – 27.
- ทบวงมหาวิทยาลัย. (2541). **อุดมศึกษาในศตวรรษที่ 21: วิสัยทัศน์และการปฏิบัติ.** กรุงเทพมหานคร, (เอกสารอัคราเสนา).
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสรล สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ : ภาควิชาวิจัย การศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤมล โอสธานุเคราะห์. (2549). แนวทางการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมของนิสิตนักศึกษาใน สถาบันอุดมศึกษา ตามพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. วิทยาลัย ป้องกันราชอาณาจักร.
- นพดล ปกรณ์นิมิตดี. (2554). ความรับผิดชอบทางอาญาของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน คณาจารย์และ เจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546. วารสารบทบัญญัติ, 66 ตอน 1 มีนาคม 2553. หน้า 124 – 135.
- นวพรรณ อิ่มดวง. (2555). กลยุทธ์การบริหารสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ สถาบันอุดมศึกษา. วารสารบัณฑิตศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. หน้า 1 – 9.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

บริษัทภิบาลแห่งชาติ. (2547, 1 พฤศจิกายน). Corporate governance roundtable.

**GlobalReporting Initiative (GRI) – Voluntary reporting guidelines towards good governance.** กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, เอกสารสรุปสาระสำคัญจากการเสวนา.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

บุญพร ศิริรัตน์, ประภาภรณ์ พวงเนียม, พิริยะ แก้วพิเศษ, อรุณกมล สุขอนเนก และ พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2011). การให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ไอเอสเอส จำกัด. วารสาร **Veridian E-Journal กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร**, 4 (2), หน้า 210 – 220.

ประทีป มากมิตร. (2550). **จริยธรรมของผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.** วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ภาควิชาการบริหารการศึกษามบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ประสงค์ ประสงค์เพชร. (2555, 12 กันยายน). **ISO 26000 ข้อเสนอแนะด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Guidance on social responsibility).** กรุงเทพฯ: สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.), เอกสารประกอบการอบรม.

ปรัชญา เวสารัชช์. (2546). ความเป็นอิสระของมหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยในกำกับ, ใน **มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ.** บรรณาธิการโดย ประภัสสร จงพิพัฒนสุข. หน้า 1 – 24. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย.

พงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศ. (2553, มกราคม – เมษายน). องค์ประกอบการรณรงค์การตลาดเชิงรุกที่มีผลต่อความตั้งใจสนับสนุนของผู้บริโภคไทย. **วารสารสมาคมนักวิจัย**, 15 (1), ไม่ปรากฏเลขหน้า.

พระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. ๒๕๔๖ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐. (2550, 29 ธันวาคม). **ราชกิจจานุเบกษา.** เล่ม 120 ตอน 107ก, วันที่ 30 ตุลาคม 2546 และ เล่ม 124 ตอน 101ก, วันที่ 29 ธันวาคม 2550. หน้า 1 – 41.

พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. ๒๕๑๑. (2554, 14 กุมภาพันธ์). **ราชกิจจานุเบกษา.** เล่ม 128 (ตอนพิเศษ 18ง). หน้า 1 – 133.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ. (2554). การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์  
ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน).  
**Veridian e-journal กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร**, 4 (2),  
หน้า 190 – 209.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2553ก). การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การสร้างข้อ  
ได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ชิงค์ บิซเนส บั๊คส์.
- \_\_\_\_\_. (2553ข). ทักษะคิดและการรับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ  
ชุมชนมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วารสารการประชุมทางวิชาการของ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจ, 48, หน้า 41 – 49.
- \_\_\_\_\_. (2554). CSR@AC: บทบาทเชิงกลยุทธ์ของซีเอสอาร์ในประชาคมอาเซียน  
(CSR@AC: Strategic roles of CSR in ASEAN community). วารสารร่วมพฤษ  
มหาวิทยาลัยเกริก, 29(2), หน้า 24 – 52.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2555, 7 มิถุนายน). **CSR กับ SD เหมือนหรือต่างกัน** (ออนไลน์). เข้าถึง  
ได้จาก: [http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/ceo-blogs/pipat/  
20120607/455567/CSR-กับ-SD-เหมือนหรือต่างกัน.html](http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/ceo-blogs/pipat/20120607/455567/CSR-กับ-SD-เหมือนหรือต่างกัน.html). (2555, 4 พฤศจิกายน).
- ไพฑูรย์ สีนลรัตน์. (2542). การบริหารจัดการอุดมศึกษา: หลักและแนวทางตามแนวทางปฏิรูป.  
รายงานเสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. กรุงเทพมหานคร: คณะครุ  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพฑูรย์ สีนลรัตน์ และคณะ. (2554). **CCPR กรอบคิดใหม่ทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มอง CSR ผ่านสายตาฟิลิป คอตเลอร์. (2548, 4 กรกฎาคม). CSR in Movement. **ประชาชาติธุรกิจ**  
, 29(3702), หน้า 56
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ผู้ผลิต. (2554). การบรรยายพิเศษเรื่องมหาวิทยาลัยไทยกับความรับผิดชอบต่อ  
ต่อสังคม โดย นายมีชัย ฤชุพันธ์. แถบเสียง. กรุงเทพฯ: การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2556). การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- รัชชา ภัคคีจิตต์. (2555). **ธรรมาภิบาลเพื่อการบริหารภาครัฐและเอกชน**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ราชบัณฑิตยสถาน. (2555). พจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.
- รพีพรรณ ฉัตรลิขยศ. (2556). CSR: กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร. *นักบริหาร*, 33(2), หน้า 3 – 9.
- ลักษณ์ สตะเวทิน. (2554, มกราคม – มีนาคม). งานประชาสัมพันธ์กับการสร้างชื่อเสียงขององค์กร. *นักบริหาร*, 31(1), หน้า 191 - 197.
- วรพรรณ เอื้ออาภรณ์. (2554). การดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณา ประยุกต์วงศ์ และปรีณา ประยุกต์วงศ์. (2554). เป้าหมายของกำไร: คุณค่าแห่งความร่วมมือ (คู่มือกลยุทธ์ CSR บนกระบวนทัศน์ใหม่). กรุงเทพฯ: เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (The NETWORK).
- วรรณิ งามขจรกุลกิจ. (2552). การศึกษารูปแบบและลักษณะของพันธกิจความรับผิดชอบต่อสังคมที่พึงประสงค์ เพื่อสนับสนุนแบรนด์สถาบันอุดมศึกษาเอกชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วารภรณ์ สีหนาท. (2555). การเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาเพื่อสร้างความเป็นพลเมือง. *จดหมายข่าวสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา*, 3(138), หน้า 1 – 2.
- วัลลภา เณลิมวงศาเวช. (2555). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอุดมศึกษา. *นักบริหาร*, 32(4), หน้า 116 – 122.
- วანი ศิวหอม. (2554). คุณภาพมาตรฐานการศึกษาของไทย. อุบลราชธานี: กลุ่มส่งเสริมการจัดการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัชฌมศึกษา เขต 29. แผ่นประชาสัมพันธ์.
- วิทยา ชีวรุโณทัย. (2554). **CSR Mission possible** พันธะธุรกิจ ภารกิจองค์กรไทย. กรุงเทพฯ: แบรินด์เอจบุ๊ก.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2553, ธันวาคม). โรงงานสีเขียว: การบริจาคเป็นเพียงจุดเริ่มต้นของ CSR. *TPA news*, 2010 (168), หน้า 26.
- ศิลปพร ศรีจันเพชร. (2552). จริยธรรมทางธุรกิจกับบรรษัทภิบาล. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 32(123), หน้า 1 – 6.
- ศิริชัย กาญจนวาสิ, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุโข. (2551). การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย, พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

ศิริชัย กาญจนวาสี. (2554). การวิเคราะห์พหุระดับ, พิมพ์ครั้งที่ 5 (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม).

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภรัตน์ รัตนमुखย์. (2554, 4 เมษายน). การบริหารสถานศึกษาอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

(Managing SR school). ปทุมธานี: สำนักบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, เอกสารประกอบการสัมมนา.

ศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. (ม.ป.ป.). กรอบความร่วมมือต่างประเทศ: องค์การ

เพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

[http://www.mfa.go.th/business/th/cooperation/252/16519-องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา-\(OE.html](http://www.mfa.go.th/business/th/cooperation/252/16519-องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา-(OE.html). (2555, 2 พฤศจิกายน).

ศูนย์สร้างเสริมสุขภาพองค์กร. (2553). CSR ในองค์กร ก้าวหน้าอย่างมีความสุขด้วย Happy

Workplace. กรุงเทพฯ: สองขาตรีเอชเอ็น.

สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2551, มกราคม).

จำพวกของซีเอสอาร์ (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://thaicsr.blogspot.com/2008/01/blog-post\\_6965.html](http://thaicsr.blogspot.com/2008/01/blog-post_6965.html). (2556, 13 เมษายน).

\_\_\_\_\_. (2555, กรกฎาคม). ซีเอสอาร์ กับ ข้อตกลงโลก 10 ประการ (ออนไลน์).

เข้าถึงได้จาก: <http://thaicsr.blogspot.com/2006/05/10.html>. (2556, 13 เมษายน).

\_\_\_\_\_. (2555, พฤศจิกายน). ซีเอสอาร์คืออะไร (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

[http://thaicsr.blogspot.com/2012/01/blog-post\\_30.html](http://thaicsr.blogspot.com/2012/01/blog-post_30.html). (2555, 5 กันยายน).

\_\_\_\_\_. (2556). ข่าวประชาสัมพันธ์ (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://thaicsr.blogspot.com/>. (2556, 13 เมษายน).

สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และณัฐศิริ บุญชวน.

(2555). แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

สถาบันไทยพัฒนา. (2555). CSR Thailand: 50 good practices in 2012. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยพัฒนา.

\_\_\_\_\_. (2556). 6 ทิศทาง CSR & Sustainability ปี 2556: Sustainability

development 2.0. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยพัฒนา.



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.). (2553, 22 กันยายน). การสัมมนาหัวข้อ ISO 26000  
เส้นทางองค์กรแห่งความยั่งยืน. กรุงเทพฯ: MASCI, แผ่นพับ.
- สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.). (ม.ป.ป.). ส่งเสริมสุขภาวะองค์กรและชุมชนด้วย  
มาตรฐาน ISO 26000. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ  
(สสส.) และ สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.).
- สถาบันอิสรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย. (2556). 4 สถาบันอุดมศึกษาเหนือลงนาม  
ปกป้องสิทธิมนุษยชน (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.isranews.org/2012/การทำผิดของเอกชน/310-2011-12-13-04-11-13/19086-4-สถาบันอุดมศึกษาเหนือลงนามปกป้องสิทธิมนุษยชน.html> (2556, 13 พฤศจิกายน).
- สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.). (2012). มหาวิทยาลัย: จำนวน 39  
มหาวิทยาลัย เรียงตามปีที่เปิดเป็นสมาชิก (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.apheit.org/2012-06-23-09-46-06>. (2556, 4 มิถุนายน).
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2555). แนวทางการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร.  
กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2549). รายงานประจำปี ๒๕๔๙. กรุงเทพฯ: สำนักงาน  
คณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- \_\_\_\_\_. (2552). มหาวิทยาลัยกับความรับผิดชอบต่อสังคม (ออนไลน์). เข้าถึงได้  
จาก: [http://www.mua.go.th/data\\_pr/data\\_sumate\\_52/Retreat\\_4.pdf](http://www.mua.go.th/data_pr/data_sumate_52/Retreat_4.pdf). (2555, 4  
พฤศจิกายน).
- \_\_\_\_\_. (2554). แนวทางการส่งเสริมอุดมศึกษาร่วมสร้างประเทศไทยน่าอยู่. การ  
สัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เรื่อง การพัฒนาวิชาการสายรับใช้สังคม, 29 มิถุนายน, 2554.  
เอกสารประกอบการสัมมนา.
- \_\_\_\_\_. (2552). มหาวิทยาลัยกับความรับผิดชอบต่อสังคม (ออนไลน์). เข้าถึงได้  
จาก: [http://www.mua.go.th/data\\_pr/data\\_sumate\\_52/Retreat\\_4.pdf](http://www.mua.go.th/data_pr/data_sumate_52/Retreat_4.pdf). (2555, 4  
พฤศจิกายน).
- \_\_\_\_\_. (2555). สถิติอุดมศึกษา (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.info.mua.go.th/information/index.php>. (2556, 18 เมษายน).
- \_\_\_\_\_. (2556ก). รายชื่อมหาวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการ  
อุดมศึกษา (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก: <http://www.mua.go.th/>. (2556, 7 เมษายน).

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- \_\_\_\_\_ . (2556ข). จำนวนนักศึกษาทั้งหมด ปีการศึกษา 2555 ของมหาวิทยาลัยใน  
สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.info.mua.go.th/information/index.php>. (2556, 5 มิถุนายน).
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2555). **บันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่าง  
สถาบันการศึกษา 5 แห่งกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ:  
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ.
- สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุชาลณี. (2556). **ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม**. สมุทรสาคร: แปลน  
พรีนซ์ตั้ง.
- สุบิน บุรุษราช. (2554). **สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางบริหารการศึกษา**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย  
ศรีปทุม. เอกสารประกอบการสอน.
- สุภมาส อังสุโชติ สมถวิล วิจิตวรรณา และรัชนีกุล ภิญ โญษภาณุวัฒน์. (2554). **สถิติวิเคราะห์สำหรับ  
การวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม Lisrel, พิมพ์  
ครั้งที่ 3 (ฉบับปรับปรุง)**. กรุงเทพฯ: เจริญดีมีนคองการพิมพ์.
- สุวิมล ตีรกานันท์. (2555). **การวิเคราะห์ตัวแปรพหุในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 2**.  
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

## BIBLIOGRAPHY

- Abdullah, M.H. & Rashid, N.R. (2012). The implementation of corporate social responsibility (CSR) programs and its impact on employee organizational citizenship behavior. **International journal of business and commerce**, 2(12), pp. 67 – 75.
- Adiwijaya, K. & Fauzan, R. (2012). Cause - related marketing: The influence of cause - brand fit, Firm Motives and attribute altruistic to customer inference and loyalty and moderation effect of consumer values. **International conference on economics marketing and management**, 28(2012), pp. 49 – 54.
- Anghel, L.D., Grigore, G.F. & Rosca, M. (2011). Cause-related marketing, part of corporate social responsibility and its influence upon consumers' attitude. **Amfiteatru economic**, XIII(29), pp. 72 – 84.
- Arevalo, J.A. & Aravind, D. (2010). The impact of the crisis on corporate responsibility: the case of UN global compact participants in the USA. **Corporate governance**, 10(4), pp. 406 – 420.
- Arlı, D.L. & Lasmono, H.K. (2010). Consumers' perspective of corporate social responsibility in a developing country. **International Journal of Consumer Studies**, 34(1), pp. 46 – 51.
- Asia – Europe foundation. (2011). **Universities and their social responsibilities**. Singapore: ASEF.
- Asean University Network. (2009). **AUN USR & S university social responsibility & sustainability: A collection of good practice**. Bangkok: Asean University Network (AUN).
- Atan, R. & Halim, N.A. (2011). **Corporate social responsibility : The perception of Muslim consumer**. Qatar: 8<sup>th</sup> International Conference on Islamic Economics and Finance, Conference Paper.
- Best, J.W. (1977). **Research in education**, 3<sup>rd</sup> ed. New Jersey: Prentice – Hall Inc.
- Birch, D. (2003). Corporate social responsibility: Some key theoretical issues and concepts for new ways of doing business. **Journal of new business ideas and trends**, 1(1), pp. 1 – 19.

## BIBLIOGRAPHY (continued)

- Bowen, H.R. (1953). **Social responsibilities of the businessman**. New York: Harper & Row.
- Bronn, P.S. & Vrioni, A.B. (2001). Corporate social responsibility and cause-related marketing: An overview. **International journal of advertising**, 20, pp. 207 – 222.
- Brown, H.S., De Jong, M., & Lessidrenska, T. (2007). **The rise of the Global Reporting Initiative (GRI) as a case of institutional entrepreneurship**. United States of America: Harvard University and John F. Kennedy School of Government.
- Brusvang, K. (2012). **Philip Morris USA inc. & corporate social responsibility - going up into to flames?.** Research report. Denmark: University of Aarhus.
- Buchholtz, A.K. & Carroll, A.B. (2008). **Business and Society: Ethics and stakeholder management, International edition** (8<sup>th</sup> ed.). Canada: South-Western Cengage Learning.
- Buenviaje, M.G. (2013). Practices of managing corporate social responsibility: Based from the best food service establishments. **E-international scientific research journal**, 5(1), pp. 52 – 60.
- Burcea, M. & Marinescu, P. (2011). Students' perception on corporate social responsibility at the academic level case study: The faculty of administration and business, university of Bucharest. **Amfiteatru Economic**, VXIII(9), pp. 209 – 220.
- Carroll, A.B. (1991). **The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organization stakeholders**. Business Horizons.
- \_\_\_\_\_. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. **Business & Society**, 38(3), pp. 268 – 295.
- Carroll, A.B. & Buchholtz, A.K. (2009). **Business and Society: Ethics and stakeholder management** (7<sup>th</sup> ed.). OH: South-Western Cengage Learning.
- Carroll, A.B. & Shabana, K.M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. **International journal of management reviews**, (2010), pp. 85 -105.
- Cetindamar, D. & Husoy, K. (2007). Corporate social responsibility practices and environmentally responsible behavior: The case of the United Nations global compact. **Journal of business ethics**, 2007(76), pp. 163 – 176)

## BIBLIOGRAPHY (continued)

- Chavoshbashi, F. (2011). Factors affecting promotion social responsibility. **European journal of scientific research**, 62(1), pp. 56 – 69.
- Chopra, A. & Marriya, S. (2013). Corporate social responsibility and education in India. **Issues and Ideas in Education**, 1, pp. 13–22.
- Commission of the European Communities. (2001). **Green paper: Promoting a European framework for corporate social responsibility**. Brussels: Commission. Conference papers.
- Cronbach, L.J. (1990). **Essentials of psychological testing**, (5th ed.). New York: Harper & Row Publishers.
- Dabbas, M. & Al-rewashdeh, S.T. (2012). The effect of corporate social responsibility on profitability of the industrial companies in Jordan. **Canadian social science**, 8(3), pp. 32 – 37.
- Dahan, G.S., & Senol, I. (2012). Corporate social responsibility in higher education institutions: Istanbul Bilgi university case. **American international journal of contemporary research**, 2(3), pp. 95 – 103.
- D'Amato, A., Henderson, S., & Florence, S. (2009). **Corporate social responsibility and sustainability business: A guide to leadership tasks and functions**. Greensboro, North Carolina: Center for Creative Leadership.
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities?. **California management review**, 2, pp. 70 – 76.
- Danish Business Authority. (No date). **Business-driven corporate social responsibility in Danish companies**. Denmark: Danish Business Authority under the Ministry of Business and Growth, Business Manual.
- Duarte, F.P. & Rahman, S. (2010). Perceptions of corporate social responsibility by Bangladeshi Managers: an exploratory study, **International review of business research papers**, 6(5), pp. 119 – 136.
- Dusuki, A.W. & Yusof, T.F. (2008). The pyramid of corporate social responsibility model: Empirical evidence from Malaysian stakeholder perspectives. **Malaysian accounting review**, 7(2), pp. 29 – 54.

## BIBLIOGRAPHY (continued)

- Ebner, D. & Baungartner, R.J. (2008). **The relationship between sustainable development and corporate social responsibility.** Corporate responsibility research conference 2006, 4 – 5 September, Dublin: Conference paper.
- Farache, F., Perks, K. J., Wanderley, L.S. & Filho, J.M. (2008). Cause related marketing: Consumers' perceptions and benefits for profit and non-profit organizations. **Brazilian administration review**, 5(3), pp. 210 – 224.
- Freeman, R.E., Harrison, J.S., Wicks, A.C., Parmar, B.L., & Colle, S. (2010). **Stakeholder theory: The state of the art.** New York: Cambridge University Press.
- Freeman, R. E., Velamuri, S. R. & Moriaty, B. (2006). **Company stakeholder responsibility: A new approach to CSR.** Virginia: Business Roundtable Institute for Corporate Ethics.
- Garriga, E. & Mele, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. **Journal of Business Ethics**, 53, pp. 51 – 71.
- Giannarakis, G., Litinas, N. & Theotokas, I. (2009). Characteristics of corporate social responsibility indicators. **International journal of social and human sciences**, 2009(3), pp. 670 – 679.
- Global Reporting Initiative. (n.d.). **Sustainability reporting guidelines version 3.1.** Netherlands: Global Reporting Initiative.
- Herrmann, K.K. (2004). Corporate social responsibility and sustainable development: the European union initiative as a case study. **Indiana journal of global legal studies**, 11(2) 6, pp. 205 – 232.
- Holme, R. & Watts, P. (2000, January). **Corporate social responsibility: Making good business sense.** Switzerland: World Business Council for Sustainable Development.
- Iduwu, S.O. (2008). An empirical study of what institutions of higher education in the UK consider to be their corporate social responsibility. **WIT transactions on ecology and the environment: Environmental economics and investment assessment II**, 108, pp. 263 – 273.
- ISO Central Secretariat. (2008). **ISO and social responsibility.** Switzerland: International Organization for Standardization, Leaflet.

## BIBLIOGRAPHY (continued)

- Jamali, D. (2007). The case for strategic corporate social responsibility in developing country. **Business and society review**, 112(1), pp. 1 – 27.
- Jamali, D. & Mirshak, R. (2007). Corporate social responsibility (CSR): Theory and practice in a developing country context. **Journal of business Ethics**, 2007(72), pp. 243 – 262.
- Johnston, A. (2007). **Higher education for sustainable development**. Final report of international action research project, seconded to the OECD from Forum for the Future, in October 2006 – March 2007.
- Kakabadse, N.K., Rozuel, C. & Lee-Davies, L. (2005). Corporate social responsibility and stakeholder approach: a conceptual review. **Int. J. business governance and ethics**, 1(4), pp. 277 – 302.
- Kanji, G.K. & Chopra, P.K. (2010). Corporate social responsibility in a global economy. **Total quality management**, 21(2), pp. 119 – 143.
- Karima, R., Oshima, Y. & Yamamoto, K. (2006). Identification of subjects for social responsibility education at universities and the present activity at the university of Tokyo. **Environmental sciences**, 13(6), pp. 327 – 337.
- Kashyap, R., Mir, R. & Mir, A. (2004). Corporate social responsibility: A call for multidisciplinary inquiry. **Journal of business & economics research**, 2(7). pp. 51-58.
- Knowles, A.S. (1970). **Handbook of college and university administration**. The United State of America: McGraw-Hill.
- Kotler, P., Hessekiel, D. & Lee, N.R. (2012). **Good works! Marketing and corporate initiatives that build a better world and the bottom line**. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Lee, N.R. (2005). **Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause**. New Jersey: John Wiley & Sons.
- KPMG India Private Limited. (2008). **Corporate social responsibility –Towards a sustainable future: A white paper**. India: KPMG.

## BIBLIOGRAPHY (continued)

- Lii, Y. (2011). The effect of Corporate Social Responsibility (CSR) initiatives on consumers' identification with companies. **African journal of business management**, 5(5), pp. 1642 – 1649.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. **Archives of psychology**, 19, pp. 44 – 53.
- Mac, S.D. & Calis, S. (2011). Labour practices in the content of corporate social responsibility: An evaluation on automotive manufacturer companies' websites. **International journal of business and management studies**, 3(2), pp. 317 – 331.
- Martin, R.L. (2003). **The virtue matrix: Calculating the return on corporate responsibility**. Harvard business review on corporate responsibility. United State of America: Harvard business school publishing corporation.
- Matin, Y.A., Thaghafian, H., Esapour, K., Alavi, M.A. & Farhoodi, A. (2011). A study of the relationship between corporate social responsibility and firm financial performance. **Australian journal of basic and applied science**, 5(12), pp. 668 – 674.
- McDonald, F. & Liebenberg, J. (2006). The perceptions of employees in a private higher education institution towards corporate social responsibility. **Journal of human resource management**, 4(1), pp. 27 – 35.
- Meechoobot, K. & Rittippant, N. (2012). **The effects of corporate social responsibility activity and its influential factors**. 1<sup>st</sup> Mae Fah Luang university international conference 2012, Chiang Rai: Conference Paper.
- Meha, S.R. (2011). Corporate social responsibility (CSR) and universities: Towards an integrative approach. **International journal of social science and humanity**, 1(4), pp. 300 – 304).
- Mostovicz, I., Kakabadse, N. & Kakabadse, A. (2009). CSR: the role of leadership in driving ethical outcomes. **Corporate governance**, 9(4), pp. 448 – 460.
- Nadeem, A. & Kakakhel, S.J. (2013). An investigation into corporate social responsibility (CSR) of public sector universities in KPK. **Abasyn journal of social sciences**, 5(2), pp. 14 – 27.



## BIBLIOGRAPHY (continued)

- Nejati, M., Shafael, A., Salamzadeh, Y., & Daraei, M. (2011). Corporate social responsibility and universities: A study of top 10 universities' websites. **African journal of business management**, 5(2), pp. 440 – 447.
- Niruttikul, N. (2011). **The impact of corporate social responsibility (CSR) attributes on consumer attitude towards corporate image and purchase intention**. Doctor of philosophy' s dissertation of business administration, Graduate school, Ramkhamhaeng university.
- Organization for Economic Co-Operation and Development. (2008). **OECD guidelines for multinational enterprises**. France: OECD Publishing.
- Pirnea, I.C., Olaru, M., & Moisa, C. (2011). Relationship between corporate social responsibility and social sustainability. **Economy transdisciplinarity cognition**, XIV(1), pp. 36 – 43.
- Pollsrilert, P. (2010). **The component of cause related marketing campaign affecting on Thai consumer patronage intention**. Doctoral dissertation of business administration. The graduate studies of business administration in marketing program, Siam University.
- Porter, M.E., & Kramer, M.R. (2003). **The competitive advantage of corporate philanthropy**. Harvard business review on corporate responsibility. United State of America: Harvard business school publishing corporation.
- \_\_\_\_\_. (2006). **Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility**. Harvard business review: HBR.ORG.
- Rahim, R.A., Jalaludin, F.W. & Tajuddin, K. (2011). The importance of corporate social responsibility on consumer behavior in Malaysia. **Asian academy of management journal**, 16(1), pp. 119 – 139.
- Sebhatu, S.P. (2010). **Corporate social responsibility for sustainable service dominant logic**. Dissertation, Faculty of Economic Sciences, Communication and IT CTF - Service Research Center, Karlstad University Studies.
- Serban, C., Iconaru, C., Macovei, O. I. & Perju, A. (2012). Modeling Romanian consumers' behavior case study: Cause-related marketing campaigns. **Research journal of recent sciences**, 1(10), pp. 27 – 32.

## BIBLIOGRAPHY (continued)

- Sharma, A. & Kiran, R. (2011). Corporate Social Responsibility and Management Education: Changing Perception and Perspectives. **Global journal of management and business research**, 11(6), pp. 56 – 67.
- Shawyun, T., Al-Karni, A., Al-Shehri, M. & Al-Hamali, R. (n.d.). **From CSR to USR: A strategic USR management framework**. Academic research, King Saud University, Kingdom of Saudi Arabia.
- Simpson, J. & Taylor, J. (2013). **Corporate governance, ethics and CSR**. United Kingdom: Kogan page limited.
- Singhapakdi, A., Karande, K., Rao, C.P. & Vitell, Scott J. (2001). How important are ethics and social responsibility? A multinational study of marketing professionals. **European journal of marketing**, 35(1/2), pp. 133 - 152.
- Smith, C. (2003). **The new corporate philanthropy**. Harvard business review on corporate responsibility. United State of America: Harvard business school publishing corporation.
- Social Accountability International. (2008). **International standard: Social Accountability 8000**. New York: SAI.
- Sohodol Bir, C., Karademirlidag Suher, I. & Altinbasak, I. (2009). Corporate social responsibility orientation and employer attractiveness. **Journal of Yasar university**, 4(15), pp. 2303 - 2326.
- Schwartz, M.S. & Carroll, A.B. (2003). Corporate social responsibility: a three approach. **Business ethics quarterly**, 13(4), pp. 503 – 530.
- Tan, G. & Komaran, R. (2006). **Perception of corporate social responsibility: An empirical study in Singapore**. The Thirteenth Annual International Conference on Advances in Management, Singapore: Conference Paper.
- Tschopp, D., Wells, S. & Barney, D. (n.d.). The institutional promotion of corporate social responsibility reporting. **Journal of academic and business ethics**, pp. 1 – 18.
- United Nations. (2012, June 20 – 22). **From Rio to Rio +20: Progress and challenges since the 1992 Earth Summit**. Rio de Janeiro: United Nations Conference on Sustainable Development, Fact Sheet.

## BIBLIOGRAPHY (continued)

- United Nations. (2012, June). **A practical guide to the United Nations global compact for higher education institutions: Implementing the global compact principles and communicating on progress.** New York: UN Global Compact Office.
- United Nations. (2012, January). **After the signature: A guide to engagement in the United Nations global compact.** New York: UN Global Compact Office.
- United Nations. (2009, 5 – 8 July). **2009 World conference on higher education: The new dynamics of higher education and research for societal change and development.** Paris: UNESCO, Conference papers.
- Valdez, N.C. (2012). **Corporate social responsibility practices among private school organizations: The Philippine experience.** The 2012 international conference on business and management, 6 – 7 September 2012. Phuket – Thailand: Conference paper.
- Vangedal, S. (2010). **Corporate social responsibility: A comparative analysis of Denmark and U.S.A.** Master's degree thesis. Institute of English, Aarhus School of Business, Aarhus University.
- Visser, W. (2006). Revisiting Carroll's CSR Pyramid: An African Perspective. **Corporate citizenship in developing countries**, (in E.R. Pedersen and M. Huniche (eds.)). Copenhagen: Copenhagen Business School Press, pp. 29 – 56.
- Wang, L. (2011). **Factors affecting perceptions of corporate social responsibility implementation: an emphasis on values.** Dissertations Forestales, Department of Forest Sciences, Faculty of Agriculture and Forestry University of Helsinki.
- World Business Council for Sustainable Development. (2002). **The business case for sustainable development: Making a difference toward the Johannesburg summit 2002 and beyond.** Switzerland: WBCSD.
- Yusuf, M., Troena, E.A., Sudarma, M. & Ashar, K. (2013). Strategy formulation and CSR implementation on company performance (study at industrial area Makassar). **IOSR Journal of business and management**, 8(2), pp. 31 – 37.
- Zeynali, S. & Safarnia, H. (2012). Consumer's response to cause-related marketing: Empirical evidence from Iran. **Middle - east journal of scientific research**, 12(7), pp. 1012 – 1016.

**BIBLIOGRAPHY (continued)**

Zhou, S., Quan, X. & Jiang, W. (2012). Corporate social responsibility and sustainable development in China: Literature review and case analysis. **Journal of Supply Chain and Operations Management**, 10(1), pp. 54 – 65.



## ภาคผนวก



**ภาคผนวก ก.**



### รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการตอบแบบสัมภาษณ์การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรของรัฐหรือเอกชน ยกเว้นสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์
2. ดวงรัตน์ มหาวานิช หัวหน้างานฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)
3. สร้อยฟ้า โอสุคนธ์ทิพย์ ผู้สื่อข่าวและผู้ดำเนินรายการ Business smart รายการ Energy update และรายการ Spring news สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ (NBT) และผู้บริหาร บริษัท DC Consultants and Marketing Communications จำกัด

ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 4 ท่าน ได้แก่

1. ดร.จรรยา พุคยาภรณ์ รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยศรีปทุม
2. ดร.พีรยา หาญพงศ์พันธุ์ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ ผู้อำนวยการศูนย์ผู้นำธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. ดร.เลิศชัย สุธรรมานนท์ ผู้อำนวยการสำนักอธิการบดีและรักษาการผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ภาคผนวก ๓.





## แนวทางในการดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

แนวทางในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น ได้มีหน่วยงานต่างๆ ระดับโลก ระบุข้อกำหนดในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไว้ และองค์กรต่างๆ ทั่วโลกได้ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการ ดังนี้

### 1. ข้อตกลงของโลกแห่งองค์การสหประชาชาติ (The United Nations Global Compact – UN Global Compact) (United Nations, 2012 January, pp. 1 – 39)

ข้อตกลงของโลกแห่งองค์การสหประชาชาติ (United Nations Global Compact) เป็นความคิดที่ริเริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1999 โดยนายโคฟี อันนัน (Kofi Annan) ซึ่งเรียกร้องให้องค์กรธุรกิจแสดงความเป็นพลเมืองดีของโลก (Good global citizenship) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการสนับสนุนองค์กรธุรกิจทั่วโลกให้ดำเนินธุรกิจแบบยั่งยืนโดยสมัครใจ ภายใต้ความเชื่อมั่นที่ว่าแนวทางการดำเนินธุรกิจแบบยั่งยืนรากลึกในหลักการสากลจะทำให้มีเสถียรภาพมากขึ้น และสามารถรวมตลาดโลกเข้าด้วยกัน เพื่อช่วยกันสร้างสังคมที่เจริญรุ่งเรือง จึงได้มีการทำข้อตกลงร่วมกันจากบรรษัทพลเมือง และองค์กรต่างๆ (ซึ่งในปัจจุบันมีบริษัทระดับโลกกว่า 6,000 บริษัท จาก 135 ประเทศ และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรอีกกว่า 2,300 องค์กร ที่เป็นสมาชิก) ในปี ค.ศ. 2000 ภายใต้หลักสากล 10 ประการ (The Ten Principles of the UN Global Compact) ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหลัก 4 ประเด็นใหญ่ ได้แก่

#### เรื่องสิทธิมนุษยชน (Human Rights)

หลักสากลประการที่ 1 องค์กรธุรกิจจะต้องให้การสนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชนในระดับสากล ตามขอบเขตอำนาจที่เอื้ออำนวย

หลักสากลประการที่ 2 องค์กรธุรกิจจะต้องตรวจตราดูแลมิให้องค์กรธุรกิจของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน

#### เรื่องมาตรฐานแรงงานสากล (Labor Force)

หลักสากลประการที่ 3 องค์กรธุรกิจจะต้องส่งเสริมสนับสนุนเสรีภาพในการเข้าร่วมหรือการเป็นสมาชิกของสหภาพและรับรองสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรอง

หลักสากลประการที่ 4 ต้องไม่กดขี่และใช้แรงงานแบบบังคับในทุกรูปแบบ

หลักสากลประการที่ 5 ต้องไม่มีการใช้แรงงานเด็กโดยสิ้นเชิง

หลักสากลประการที่ 6 ต้องขจัดความเหลื่อมล้ำ งดการเลือกปฏิบัติเรื่องการว่าจ้างแรงงาน และการประกอบอาชีพ

#### เรื่องสิ่งแวดล้อม (Environment)

หลักสากลประการที่ 7 องค์กรธุรกิจ จะต้องสนับสนุนแนวทางในการป้องกัน การระแวดระวังเกี่ยวกับการดำเนินงานที่อาจจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

หลักสากลประการที่ 8 อาสาในการจัดทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ที่จะสนับสนุนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

หลักสากลประการที่ 9 ส่งเสริมการพัฒนาและเผยแพร่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

### เรื่องการต่อต้านการทุจริต (Anti-Corruption)

หลักสากลประการที่ 10 องค์กรธุรกิจจะต้องต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชันทุกรูปแบบ รวมไปถึงการคุกคาม ชู่เชื้อ กรรโชก และการติดสินบนทุกรูปแบบ

นับตั้งแต่ที่มีการประกาศข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2543 ได้มีหน่วยงานต่างๆ เข้าร่วมแล้วกว่า 8,000 แห่ง โดยในจำนวนนี้เป็นองค์กรธุรกิจกว่า 7,700 ราย จากกว่า 130 ประเทศทั่วโลก สำหรับในประเทศไทย มีองค์กรธุรกิจจำนวน 28 แห่ง (ในจำนวนนี้ 9 แห่งไม่ได้ส่งรายงานตามที่กำหนด) ได้เข้าร่วมในข้อตกลงดังกล่าว ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในบริบทของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติคือ การปรับแนวการดำเนินงานของธุรกิจโดยยึดหลัก 10 ประการนี้ เป็นรากฐาน และค่านิยมขององค์กร ทั้งนี้ การเข้าร่วมในข้อตกลงจะเป็นไปโดยสมัครใจ และไม่มีข้อผูกพันทางกฎหมายแต่อย่างใด (สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, ออนไลน์, 2555)

**2. รายงานสากลที่ว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Global Reporting Initiative – GRI) (Global Reporting Initiative, n.d., pp. 1 – 195)**

The Global Reporting Initiative (GRI) เป็นองค์กรอิสระที่ก่อตั้งโดยเครือข่ายเซเรส (Ceres) มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่เมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ มีวัตถุประสงค์ที่จะช่วยให้องค์กรต่างๆ มีแนวทางแสดงความโปร่งใสในการดำเนินงาน และใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยให้ข้อเสนอแนะการจัดทำรายงานการดำเนินงานขององค์กรใน 3 มิติ คือ 1. ด้านเศรษฐกิจ ผลผลิตและบริการ (Economics) 2. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) และ 3. ด้านสังคม (Social) องค์กรต่างๆ ที่สนใจและเห็นประโยชน์สามารถนำแนวทางดังกล่าวไปใช้ได้ตามความสมัครใจ (บรรษัทภิบาลแห่งชาติ, เอกสารสรุปสาระสำคัญจากการเสวนา, 2547, สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และณัฐศิริ บุญชวน, 2555, หน้า 52) นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1999 การจัดทำรายงานสากลที่ว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้แผ่ขยายไปอย่างรวดเร็วและองค์กรชั้นนำของโลกได้ใช้เป็นแนวทางในการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Brown, De Jong & Lessidrenska, 2007) ซึ่ง GRI เป็นองค์กรที่เป็นเครือข่ายที่บุกเบิกการพัฒนารายงานความยั่งยืนที่ใช้มากที่สุดในโลก โดยมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงและประยุกต์ใช้ทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง

มาตรฐานของ GRI เป็นการรายงานองค์กรในภาพรวม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลักใหญ่ๆ ได้แก่

**ประเด็นที่ 1** ข้อมูลของบริษัท/องค์กร ประกอบด้วย 4 หัวข้อ คือ

1. กลยุทธ์และการวิเคราะห์การบริหารงาน
2. โครงสร้างของบริษัท
3. บัญชีหรือตัวแปรในการทำรายงาน
4. การปกครองดูแลสัญญาและข้อตกลงของบริษัท

**ประเด็นที่ 2** วิธีการบริหารจัดการของบริษัท ประกอบด้วย 6 หัวข้อ คือ

1. สภาพการตลาดและเศรษฐกิจ
2. การบริหารพลังงานที่ใช้
3. การว่าจ้างและแรงงาน
4. การพัฒนาบุคลากร
5. การอยู่ร่วมกับชุมชนและสังคม
6. การประชาสัมพันธ์องค์กร สินค้าและบริการ

**ประเด็นที่ 3** ตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจการของบริษัท ประกอบด้วย 6 หัวข้อ คือ

1. สภาพเศรษฐกิจ ตลาด และผลกระทบ
2. ผลกระทบและการจัดการสิ่งแวดล้อม
3. การบริหารพัฒนาแรงงานและความปลอดภัย
4. การว่าจ้าง บริหารคน ในเชิงสิทธิมนุษยชน
5. การอยู่ร่วม และปฏิบัติต่อสังคม
6. ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ

โดยในปี 2556 นี้ สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (ออนไลน์, 2556 กรกฎาคม) ได้รับการรับรองจากองค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (Global Reporting Initiative: GRI) ให้เป็นตัวแทนในการฝึกอบรม (GRI Certified Training Partner) สำหรับประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

**3. มาตรฐานการรับผิดชอบต่อสังคมนานาชาติ (Social Accountability International – SAI) (Social Accountability International, 2008, pp. 2 – 10)**

Social Accountability 8000 หรือ SA8000 คือ มาตรฐานสากลว่าด้วยเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อสิทธิผู้ใช้แรงงาน และ/หรือลูกจ้าง เป็นบรรทัดฐานสิทธิมนุษยชนและกฎหมายแรงงานแห่งชาติที่ถูกกำหนดขึ้น ในการปกป้องและเพิ่มขีดความสามารถของแรงงานเพื่อใช้ในการตรวจสอบสภาพการทำงานในสถานประกอบการ เพื่อทำให้มั่นใจว่าสินค้าและบริการนั้น ถูกผลิตขึ้นมาบนพื้นฐานของการเคารพในหลักจริยธรรมและสิทธิมนุษยชนด้านแรงงาน SA8000 เป็นระบบมาตรฐานสากลที่ให้ความสำคัญกับสิทธิขั้นพื้นฐานของแรงงาน อันเนื่องมาจากการจัดการด้านคุณภาพและการประกันคุณภาพ และ ISO 14000 ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ซึ่ง SA8000 นี้เป็นระบบมาตรฐานสากลที่ใช้ได้กับธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิต หรือการบริการทุกประเภท โดย

ไม่คำนึงถึงขนาดของบริษัท ลักษณะทางภูมิศาสตร์ สถานที่ เทคโนโลยีในการผลิต และความซับซ้อนขององค์กร และเป็นมาตรฐานความรับผิดชอบทางสังคมต่อสิทธิผู้ใช้แรงงาน และ/หรือ ลูกจ้าง ที่เกิดขึ้นด้วยสมัครใจ ไม่มีการบังคับ การนำไปใช้ถือเป็นเอกลักษณ์ของหน่วยงานที่กำกับดูแลหรือรัฐบาลในประเทศนั้นๆ

โดยที่สาระสำคัญของระบบมาตรฐาน SA8000 มี ดังนี้

1. การใช้แรงงานเด็ก (Child labour) จะต้องไม่ประกอบกิจการ หรือสนับสนุนการใช้แรงงานเด็ก บริษัทอาจจะว่าจ้างแรงงานเด็กได้ภายใต้กฎหมายทางการศึกษาภาคบังคับ โดยให้ทำงานเฉพาะนอกเวลาเรียน ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่กระทบต่อเวลาเรียน และไม่ให้มีการว่าจ้างแรงงานเด็กเกิน 10 ชั่วโมงต่อวัน ในบางกรณีที่แรงงานเด็กจะต้องทำงานมากกว่า 8 ชั่วโมงต่อวัน จะต้องไม่ว่าจ้างแรงงานเด็กนั้นๆ ในเวลากลางคืน

2. การบังคับการใช้แรงงาน (Forced and compulsory labour) จะต้องไม่ประกอบกิจการ หรือสนับสนุนการใช้บังคับแรงงาน และจะต้องจ่ายค่าตอบแทนตามกำหนดและข้อตกลง ตลอดจนยื่นเอกสารประจำตัวของแรงงานตามการจ้างงาน จะต้องไม่ให้การสนับสนุนในการค้ามนุษย์ในทุกรูปแบบ

3. สุขลักษณะและความปลอดภัย (Health and safety) จะต้องสร้างระบบในการตรวจสอบและรักษาความปลอดภัย เพื่อหลีกเลี่ยง หรือตอบสนองต่อภัยคุกคามที่อาจเกิดกับสุขภาพและความปลอดภัยของบุคลากร และต้องจัดให้มีอุปกรณ์ในการป้องกันภัยส่วนบุคคล ในกรณีที่ไ้ได้รับบาดเจ็บเกี่ยวข้องกับงาน จัดให้มีการปฐมพยาบาล และการช่วยเหลือคนงาน ตลอดจนการติดตามผลการรักษาของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

4. สิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและเจรจาต่อรองในรูปแบบของการรวมกลุ่ม (Freedom of association and right to collective bargaining) ทุกคนมีสิทธิในอิสรภาพแห่งความคิดเห็นและการแสดงออก ทั้งนี้สิทธินี้รวมถึงอิสรภาพที่จะถือเอาความเห็นโดยปราศจากการแทรกแซง

5. การกีดกันหรือการแบ่งแยก (Discrimination) จะต้องไม่กีดกัน ไม่มีการแบ่งแยกในการจ้าง ค่าตอบแทน แรงงาน การฝึกอบรม การเลื่อนตำแหน่ง การสิ้นสุดการทำงาน การเกษียณ โดยใช้เกณฑ์ในเรื่อง เพศ เชื้อชาติ วรรณะ ศาสนา ทูพพลภาพ การเป็นสมาชิกหรือรู้จักคนในองค์กร ใดๆ และห้ามมีการลวนลามทางเพศ

6. กฎระเบียบวินัย (Disciplinary practices) บริษัทจะปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างให้เกียรติ มีศักดิ์ศรี และความเคารพ บริษัทจะต้องไม่มีส่วนร่วมในการลงโทษทางร่างกายจิตใจหรือการข่มขู่ทางกายภาพหรือการละเมิดด้วยวาจา ต้องไม่มีรุนแรงในบริษัทและดำรงไว้ซึ่งความมีมนุษยธรรม

7. ชั่วโมงการทำงาน (Working hours) จะต้องไม่เกิน 48 ชั่วโมงใน 1 สัปดาห์ และจะต้องมีวันพักผ่อน 1 วัน ในทุกๆ 7 วัน ในส่วนของการทำงานล่วงเวลาไม่ควรเกิน 12 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ และต้องได้รับค่าตอบแทนมากกว่าอัตราปกติ โดยการทำงานล่วงเวลาทั้งหมดจะต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ

8. ค่าตอบแทนแรงงาน (Remuneration) ค่าจ้างแรงงานจะต้องเป็นอัตราขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด หรือเป็นไปตามมาตรฐานของอุตสาหกรรม

9. ระบบการบริหารจัดการ (Management systems) ซึ่งแบ่งออกเป็นนโยบาย การวางแผนและการดำเนินงาน การควบคุมของผู้จัดจำหน่าย ผู้รับเหมาช่วง และผู้จัดจำหน่าย ตัวแทนฝ่ายบริหาร ตัวแทนพนักงาน การทบทวนการบริหาร การให้ความสำคัญกับปัญหาและหาทางแก้ไข การสื่อสารกับชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนการตรวจสอบการทำงาน

#### 4. องค์กรมาตรฐานสากลระหว่างประเทศ (International Organization for Standardization – ISO 26000)

องค์กรมาตรฐานสากลระหว่างประเทศ (International Organization for Standardization – ISO) ใช้เวลาในการรวบรวมความคิด ข้อเสนอแนะ เหตุผล วิธีการ แนวทาง และขอบเขตของเนื้อหาที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนาน 10 ปี เพื่อใช้เป็นมาตรฐานการแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบของสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืนทางธุรกิจ ISO ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ครอบคลุมตั้งแต่ต้นทางของความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนการทำความเข้าใจถึงความคาดหวังของสังคมต่อองค์กร โดยมีพื้นฐานอยู่ที่การปฏิบัติตามกฎหมายและวัฒนธรรมของสังคมที่องค์กรดำเนินการอยู่ รวมถึงการให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่จะมีผลหรือได้รับผลจากการดำเนินงานขององค์กร จะช่วยเป็นกระจุกตะกอนให้องค์กรเห็นประเด็นที่ควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งที่สำคัญคือ ความรับผิดชอบต่อสังคมนี้ จะต้องสามารถดำเนินงานได้ทั่วทั้งองค์กรและบูรณาการไปกับกระบวนการดำเนินงานปกติ โดยผลลัพธ์ที่เกิดจากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของสังคมส่วนรวม (สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.), ม.ป.ป., หน้า 2) โดยที่มาตรฐาน ISO 26000 จะเป็นมาตรฐานในแนวทางการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับองค์กรทุกประเภท ทั้งองค์กรมหาชนและองค์กรเอกชน ทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา มาตรฐาน ISO 26000 จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กร ในการที่จะริเริ่มการปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีที่สุดในโลก สำหรับประเทศไทยได้มีราชกิจจานุเบกษา (พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. ๒๕๑๑, 2554, 14 กุมภาพันธ์) ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ ๔๒๗๒ (พ.ศ. ๒๕๕๓) ออกตามความในพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ.

๒๕๑๑ เรื่อง กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแนวทางการรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแนวทางการรับผิดชอบต่อสังคม มาตรฐานเลขที่ มอก. 26000 – 2553 ภายใต้หลักการในการกำหนดทิศทาง 7 หลักการ (7 Principles) ที่องค์กรพึงปฏิบัติ (ISO Central Secretariat, 2008, pp. 3 – 6, ISO Central Secretariat, 2008, pp. 1 – 8, ประสงค์ ประยงค์ เพชร, 2555, 12 กันยายน, เอกสารประกอบการอบรม, และสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.), อ่างแล้ว) มีดังนี้

1. หลักการปฏิบัติตามกฎหมาย (Principle of legal compliance) องค์กรจะต้องมีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชาติและระดับสากลทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ

2. หลักการเคารพต่อแนวปฏิบัติระดับชาติหรือระดับสากล (Principle of respect for authoritative inter-government agreements or internationally recognized instruments) รวมถึงสนธิสัญญาสากล คำสั่ง ประกาศ ข้อตกลง มติ และข้อชี้้นำต่างๆ ซึ่งได้รับการรับรองจากองค์กรสากลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นๆ

3. หลักการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Principle of recognition of stakeholders and concerns) องค์กรควรตระหนักถึงสิทธิและผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมขององค์กร เช่น นโยบาย ข้อเสนอ หรือการตัดสินใจต่างๆ ก็ตามที่จะส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4. หลักของการแสดงรับผิดชอบต่อที่สามารถตรวจสอบได้ (Principle of accountability) ในการดำเนินงานใดๆ ก็ตามขององค์กรต้องสามารถตรวจสอบได้จากภายนอก

5. หลักการความโปร่งใส (Principle of transparency) องค์กรควรเปิดเผยข้อมูลต่างๆ ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง

6. หลักการความเคารพในสิทธิมนุษยชน (Principle of respect of fundamental Human Right) องค์กรควรดำเนินนโยบายและดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน

7. หลักการความเคารพในความหลากหลาย (Principle of respect for diversity) องค์กรควรว่าจ้างพนักงานโดยไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ สีผิว ความเชื่อ อายุ เพศ

มาตรฐาน ISO 26000 ได้กำหนดองค์ประกอบหลักในการบริหารองค์กรอย่างมีความรับผิดชอบต่อไว้ 7 ประเด็นหลัก (7 Core subjects) ดังนี้

1. มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Organization governance) กล่าวคือ องค์กรควรกำหนดหน้าที่ให้คณะกรรมการฝ่ายจัดการ ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถสอดส่องดูแลผลงานและการปฏิบัติงานขององค์กรได้ เพื่อแสดงถึงความโปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบ และสามารถชี้แจงให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับทราบถึงผลการปฏิบัติงานได้

2. คำนำถึงสิทธิมนุษยชน (Human rights) ซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดยสิทธิดังกล่าวควรครอบคลุมถึงสิทธิความเป็นพลเมือง สิทธิทางการเมือง สิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และสิทธิตามกฎหมายระหว่างประเทศด้วย

3. ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor practices) องค์กรต้องตระหนักว่าแรงงานไม่ใช่สินค้า ดังนั้นแรงงานจึงไม่ควรถูกปฏิบัติเสมือนเป็นปัจจัยการผลิต

4. การดูแลสิ่งแวดล้อม (Environment) องค์กรต้องคำนึงถึงหลักการป้องกันปัญหามลพิษ การบริโภคอย่างยั่งยืน (Sustainable consumption) และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินการผลิตและบริการ

5. การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม (Fair operating practices) องค์กรต่างๆ ควรแข่งขันกันอย่างเป็นธรรมและเปิดกว้าง ซึ่งจะช่วยให้ส่งเสริมประสิทธิภาพในการลดต้นทุนสินค้าและบริการ นวัตกรรม การพัฒนาสินค้าหรือกระบวนการใหม่ๆ รวมถึงจะช่วยขยายการเติบโตทางเศรษฐกิจและมาตรฐานการครองชีพในระยะยาว

6. ใส่ใจต่อผู้บริโภค (Consumer issues) องค์กรต้องเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลในการใช้สินค้าและบริการอย่างเหมาะสม ทั้งยังต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้งานและสุขภาพของผู้บริโภค นอกจากนี้เมื่อพบว่าสินค้าไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด องค์กรต้องมีกลไกในการเรียกคืนสินค้า ต้องให้ความสำคัญกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค และถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัดอีกด้วย

7. การแบ่งปันและมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและชุมชน (Contribution to the community and society) องค์กรต้องมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนในการพัฒนา ศึกษาและเข้าใจวัฒนธรรม ชุมชน ว่าจ้าง พัฒนาทักษะคนในชุมชน พัฒนาและให้การเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ช่วยสร้างรายได้ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชน เสริมสร้างสุขภาพที่ดีของคนในชุมชน และให้การลงทุนในสังคม เพื่อการศึกษา อบรม สนับสนุนประเพณี และการก่อสร้างโรงงานในชุมชน

**5. องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development – OECD)** (Organization for Economic Co - Operation and Development, 2008, pp. 3 – 57 และศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจระหว่างประเทศ, ออนไลน์, ม.ป.ป.)

องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co - Operation and Development - OECD) พัฒนามาจากองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจภาคพื้นยุโรป จัดตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1961 เป็นองค์กรที่เป็นศูนย์รวมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลในประเทศต่างๆ ในระบอบประชาธิปไตยกว่า 30 ประเทศ เพื่อรับมือกับความท้าทายทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมของโลกาภิวัตน์ OECD ยังมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจกับประเทศ ที่ไม่ใช่สมาชิกอีกกว่า 100 ประเทศที่เป็นไปโดยความสมัครใจต่อการ

ประกอบการของบริษัทข้ามชาติ ที่มีใช้ข้อบังคับหรือเครื่องมือในการกีดกันทางการค้า ถือเป็นข้อตกลงร่วมกันของรัฐบาลในกลุ่มประเทศ OECD และกลุ่มประเทศนอก OECD อื่นๆ

OECD เป็นองค์กรที่พยายามทำความเข้าใจและช่วยรัฐบาลในการตอบสนองต่อการพัฒนาใหม่ และขจัดความกังวลเรื่องการกำกับดูแลกิจการ การให้ข้อมูลทางเศรษฐกิจ และความท้าทายในเรื่องของประชากรผู้สูงอายุ เพื่อการปฏิบัติงานที่ดี และทำงานเพื่อประสานงานทั้งในประเทศและนโยบายต่างประเทศ โดยทำหน้าที่รวบรวมข้อมูล ติดตามแนวโน้ม วิเคราะห์และทำนายการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างประเทศสมาชิก นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่วิจัยการเปลี่ยนแปลงทางสังคม แบบแผนทางการค้า สิ่งแวดล้อม เกษตรกรรม เทคโนโลยี ภาษี และอื่นๆ

OECD ใช้คลังข้อมูลที่มีอยู่ในการช่วยรัฐบาลสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและขจัดความยากจน โดยคำนึงถึงผลกระทบที่ความเจริญด้านเศรษฐกิจและสังคมมีต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งกลไกหลักในการทำงานของ OECD คือ การติดตามประเมินสถานการณ์ของทั้งประเทศสมาชิกและประเทศอื่นๆ อย่างใกล้ชิด รวมถึงการประเมินแนวโน้มการพัฒนาทางเศรษฐกิจในระยะสั้นและระยะกลางอย่างสม่ำเสมอ ฝ่ายเลขานุการ OECD จะ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นให้คณะกรรมการเป็นผู้คิดแนวนโยบายจากข้อมูลที่ได้รับ และให้คณะมนตรีเป็นผู้ตัดสินใจ เพื่อให้คำแนะนำแก่รัฐบาล มีการตรวจสอบกันและกันระหว่างประเทศสมาชิก (Peer Review) ในบางกรณี การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน OECD ใน ระดับกรรมการก็พัฒนาไปสู่การเจรจาข้อกำหนดต่างๆ ในระดับระหว่างประเทศต่างๆ ทั้งในรูปแบบของความตกลงระหว่างประเทศ ร่างความตกลงฉบับมาตรฐาน รวมไปถึงแนวปฏิบัติต่างๆ ซึ่งประเทศสมาชิกสามารถนำมาใช้ได้ตามความสมัครใจ นอกจากนั้นแล้ว การจัดทำสิ่งตีพิมพ์ต่างๆ ของ OECD ถือเป็นกลไกหลักในการเผยแพร่ผลการศึกษาวิจัยของ OECD สู่นานาชาติ โดยมีทั้งการวิเคราะห์แนวโน้มประจำปี และข้อมูลด้านสถิติเชิงเปรียบเทียบต่างๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความเชื่อมั่นระหว่างตัวกิจการและภาคสังคมเพื่อเสริมสร้างบรรยากาศการลงทุนจากต่างประเทศและการขยายบทบาทการเข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน



**ภาคผนวก ข.**



## การวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องรายข้อ (Index of Item Objective Congruence: IOC)

โดยผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ด้วยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 9 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนี ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัด ดังนี้

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ

IOC = ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence)

R = คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยมีการกำหนดคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญให้ดังนี้

ความสอดคล้อง +1 หมายถึงคำถามนั้นมีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้

ความสอดคล้อง 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นมีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้

ความสอดคล้อง -1 หมายถึง คำถามนั้นไม่มีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้

เกณฑ์การแปลความหมายมีดังนี้

ค่า IOC  $\geq$  .50 หมายความว่าคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า IOC  $<$  .50 หมายความว่าคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

สำหรับการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของตัวแปรของการวิจัยที่ต้องการวัด ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 ท่าน ดังนี้

1. ศาสตราจารย์ พลโท ดร.สมชาย วิรุฬหผล ผู้ทรงคุณวุฒิกองทัพกระดัด 10 ประธานหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยคริสเตียน วุฒิกการศึกษา เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ Master of Arts (Economics) Western Illinois University และ Ph.D. (Economics) State University of New York

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา มีศิลป์วิทย์ ผู้ทรงคุณวุฒิระดับ 8 ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วุฒิกการศึกษา บริหารธุรกิจบัณฑิต (การ

โฆษณาและการประชาสัมพันธ์) นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การโฆษณา) และ Ed.D. (Administrative and Policy Studies)

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พพร มหาสินไพศาล ผู้ทรงคุณวุฒิระดับ 8 ผู้ช่วยคณบดี คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วุฒิการศึกษา วารสารศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยม อันดับสอง) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4. ดร.ฐิติกุล ไชยวรรณ คณบดี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ วุฒิการศึกษา วิทยาศาสตร์บัณฑิต (เกษตรศาสตร์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ และ Doctor of Business Administration (International Business) Charles Sturt University, Australia

5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนา เชื้อววิทย์การ ผู้ทรงคุณวุฒิระดับ 8 อาจารย์ประจำคณะ นิเทศศาสตร์ เคยดำรงตำแหน่งผู้ช่วยอธิการบดี มหาวิทยาลัยธนเรศวร วุฒิการศึกษา ศิลปศาสตรบัณฑิต และนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6. ดร.พิมพ์อุไร ลิมปพัทธ์ กรรมการผู้จัดการบริษัท ดีเอกเตอร์พิมพ์ แอนด์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด วุฒิการศึกษา ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ M. A. in English, Arizona State University, U.S.A. และ Interdisciplinary Ph. D. in Communication, Arizona State University, U.S.A.

7. ดร.สาธิตา สกุรัตน์กุลชัย รองประธานสาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วุฒิการศึกษา วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สถิติ) มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (สถิติประยุกต์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต (การวัดและประเมินผลการศึกษา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8. ดร.สิรินธร สิ้นจินดาวงศ์ ผู้อำนวยการ ศูนย์สนับสนุนและพัฒนากาเรียนการสอน มหาวิทยาลัยศรีปทุม วุฒิการศึกษา ครุศาสตรบัณฑิต (วิทยาศาสตร์ทั่วไป) การศึกษามหาบัณฑิต (การวัดผลการศึกษา) ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต (การวัดและประเมินผลการศึกษา)

9. ดร.นรพล จินันท์เดช รองคณบดีฝ่ายคุณภาพการศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง วุฒิการศึกษา เศรษฐศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย M.S. (Business Administration) University of Illinois at Urbana-Champaign, M.S. (Finance) University of Colorado at Denver และ D.B.A. (International Management) Nova Southeastern University

ตารางที่ 44 ผลการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องรายชื่อ (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ

ตัวชี้วัด (Index)	รหัส	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ									ผลรวม	IOC	ผล	
			คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	คนที่ 8	คนที่ 9				
EC: ความ รับผิดชอบทาง เศรษฐกิจ (Economic responsibility)	EC1	มหาวิทยาลัยของท่านมีการผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพต่อสังคม เป็นกำลังที่สำคัญและมีสติปัญญาสำหรับพัฒนาสังคม	-1	0	+1	+1	0	+1	+1	+1	+1	0	4	0.44	ไม่ สอดคล้อง
	EC2	มหาวิทยาลัยของท่านมีการกำหนดค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม	0	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	8	0.87	สอดคล้อง
	EC3	มหาวิทยาลัยของท่านมีผลกำไรมาต่อยอดให้ดำเนินงานต่อไปได้ โดยมีทุนในการบริหารจัดการอย่างเพียงพอ	+1	0	+1	+1	+1	0	+1	+1	+1	+1	7	0.78	สอดคล้อง
	EC4	มหาวิทยาลัยของท่านมีความยั่งยืน และสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตนเอง	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	EC5	มหาวิทยาลัยของท่านมีการอุดหนุนสินค้าในท้องถิ่นทำให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน	+1	+1	+1	+1	+1	0	+1	0	0	0	6	0.67	สอดคล้อง
	EC6	มหาวิทยาลัยของท่านมีการผลิตบัณฑิตเพื่อรับใช้สังคมและตอบสนองความต้องการของสังคม	-1	+1	+1	+1	0	+1	+1	+1	+1	0	5	0.56	สอดคล้อง

ตารางที่ 44 (ต่อ)

ตัวชี้วัด (Index)	รหัส	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ									ผลรวม	IOC	ผล
			คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	คนที่ 8	คนที่ 9			
LE: ความ รับผิดชอบทาง กฎหมาย (Legal responsibility)	LE1	มหาวิทยาลัยของท่านมีการปฏิบัติตามมาตรฐานของ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)	+1	+1	+1	+1	+1	0	+1	+1	+1	8	0.87	สอดคล้อง
	LE2	มหาวิทยาลัยของท่านจะไม่หาช่องทางหลบเลี่ยงหรือ กระทำผิดกฎหมาย	0	+1	0	+1	+1	+1	+1	+1	+1	7	0.78	สอดคล้อง
	LE3	มหาวิทยาลัยของท่านมีการปฏิบัติตามกฎ ข้อกำหนด ข้อบังคับตามพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	LE4	มหาวิทยาลัยของท่านมีการปฏิบัติตามกฎหมายลิขสิทธิ์ ทางปัญญา	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	LE5	มหาวิทยาลัยของท่านมีการปฏิบัติตามกฎหมายสิทธิ มนุษยชน	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	LE6	มหาวิทยาลัยของท่านมีการปฏิบัติตามกฎหมาย สิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง

ตารางที่ 44 (ต่อ)

ตัวชี้วัด (Index)	รหัส	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ									ผลรวม	IOC	ผล	
			คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	คนที่ 8	คนที่ 9				
ET: ความรับผิดชอบทางจริยธรรม (Ethical responsibility)	ET1	บุคลากรในมหาวิทยาลัยของท่านมีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	ET2	มหาวิทยาลัยของท่านหล่อหลอมบัณฑิตให้มีจรรยาบรรณคุณธรรม และจริยธรรม	+1	+1	-1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	7	0.78	สอดคล้อง
	ET3	มหาวิทยาลัยของท่านมีกระบวนการส่งสัญญาณเตือนสังคม (เช่น การจัดสัมมนา หรือการทำวิจัย) เมื่อเห็นว่สังคมมีความอ่อนแอทางจริยธรรมในประเด็นต่างๆ	+1	+1	+1	+1	+1	0	+1	+1	+1	+1	8	0.87	สอดคล้อง
	ET4	มหาวิทยาลัยของท่านมีการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมในรายวิชาต่างๆ	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	ET5	อาจารย์ในมหาวิทยาลัยของท่านปฏิบัติหน้าที่ในการสอนอย่างทุ่มเท	+1	+1	+1	0	+1	0	+1	+1	+1	+1	7	0.78	สอดคล้อง
	ET6	มหาวิทยาลัยของท่านปลูกจิตสำนึกในการเป็นคนดีให้กับบุคลากรในมหาวิทยาลัย	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง

ตารางที่ 44 (ต่อ)

ตัวชี้วัด (Index)	รหัส	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ									ผลรวม	IOC	ผล
			คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	คนที่ 8	คนที่ 9			
	ET7	บุคลากรทุกคนในมหาวิทยาลัยของท่านมีความรู้ ความเข้าใจ และความใส่ใจเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	-1	+1	+1	+1	+1	+1	0	+1	+1	6	0.67	สอดคล้อง
PH: ความรับผิดชอบต่อ ทางการบริจาคเพื่อสังคม (Philanthropy responsibility)	PH1	มหาวิทยาลัยของท่านเน้นการสร้างปัญญาให้แก่สังคม	+1	+1	0	+1	0	0	+1	0	0	4	0.44	ไม่สอดคล้อง
	PH2	มหาวิทยาลัยของท่านเอื้อเพื่อกำลังคนในการช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในสถานการณ์ปกติและเมื่อเกิดภัยพิบัติ	+1	+1	0	+1	+1	+1	+1	+1	+1	8	0.87	สอดคล้อง
	PH3	มหาวิทยาลัยของท่านมีการบริจาคหรือให้ความช่วยเหลือแก่สังคมที่ ทำให้สังคมสามารถยืนได้ด้วยตนเอง	+1	+1	0	+1	0	+1	+1	+1	+1	7	0.78	สอดคล้อง
IN: รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR initiatives)	IN1	มหาวิทยาลัยของท่านให้บริการการวิจัยแก่สาธารณะในประเด็นที่เป็นปัญหาของสังคม โดยไม่คิดมูลค่าตอบแทน	+1	+1	+1	+1	+1	0	+1	+1	+1	8	0.87	สอดคล้อง
	IN2	มหาวิทยาลัยของท่านมีการจัดสัมมนาให้ความรู้แก่สังคม	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	IN3	มหาวิทยาลัยของท่านมีการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ค่านิยม ประเพณี	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง

ตารางที่ 44 (ต่อ)

ตัวชี้วัด (Index)	รหัส	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ									ผลรวม	IOC	ผล
			คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	คนที่ 8	คนที่ 9			
	IN4	มหาวิทยาลัยของท่านสนับสนุนให้อาจารย์ นักศึกษาและบุคลากร เป็นอาสาสมัครช่วยเหลือสังคม เช่น เป็นอาสาสมัครสอนหนังสือให้เด็กยากจน หรือผู้ด้อยโอกาส	+1	+1	+1	+1	+1	+1	0	0	+1	7	0.78	สอดคล้อง
	IN5	มหาวิทยาลัยของท่านให้ความช่วยเหลือหรือบริจาคเงินหรือสิ่งของในกรณีเกิดภัยพิบัติ	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	IN6	มหาวิทยาลัยของท่านเป็นผู้ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม	+1	+1	+1	0	+1	+1	+1	+1	+1	8	0.87	สอดคล้อง
	IN7	มหาวิทยาลัยของท่านให้ทุนการศึกษา หรือทุนสนับสนุนเด็กเรียนดี	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	IN8	มหาวิทยาลัยของท่านให้บริการทางการศึกษาแบบครบมิติ คือ การบูรณาการวิชาการกับสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	0	+1	+1	0	7	0.78	สอดคล้อง
	IN9	มหาวิทยาลัยของท่านทำกิจกรรมรณรงค์เป็นครั้งคราว เช่น การปลูกป่า การอนุรักษ์เต่าทะเล การอนุรักษ์ป่าชายเลน	+1	+1	+1	0	+1	+1	0	+1	+1	7	0.78	สอดคล้อง



ตารางที่ 44 (ต่อ)

ตัวชี้วัด (Index)	รหัส	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ									ผลรวม	IOC	ผล	
			คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	คนที่ 8	คนที่ 9				
HU: สิทธิมนุษยชน (Human rights)	HU1	มหาวิทยาลัยของท่านยอมรับความเสมอภาค ความเป็นมนุษย์ ความเป็นประชาธิปไตย และไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น	+1	0	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	8	0.87	สอดคล้อง
	HU2	มหาวิทยาลัยของท่านยอมรับว่าบุคลากรทุกระดับมีคุณค่าเท่าเทียมกัน	+1	+1	+1	0	+1	0	+1	+1	+1	+1	7	0.78	สอดคล้อง
	HU3	มหาวิทยาลัยของท่านไม่ก้าวท้าวและไม่เอาัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน	0	0	0	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	6	0.67	สอดคล้อง
	HU4	มหาวิทยาลัยของท่านให้เกียรติและเคารพสิทธิของบุคลากรของมหาวิทยาลัย	+1	+1	0	+1	+1	0	+1	+1	+1	+1	7	0.78	สอดคล้อง
	HU5	มหาวิทยาลัยของท่านมีความเท่าเทียมกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง	+1	+1	0	0	+1	+1	+1	+1	+1	+1	7	0.78	สอดคล้อง
	HU6	มหาวิทยาลัยของท่านไม่มีการเลือกปฏิบัติ	+1	+1	0	+1	+1	+1	0	0	+1	+1	6	0.67	สอดคล้อง
	HU7	มหาวิทยาลัยของท่านปฏิบัติตามกฎหมายมนุษยชน	+1	+1	+1	+1	+1	0	+1	0	+1	+1	7	0.78	สอดคล้อง
	HU8	มหาวิทยาลัยของท่านส่งเสริมการทำหน้าที่ของบุคลากรให้เหมาะสมตามสิทธิที่ได้รับ	+1	+1	+1	+1	+1	0	+1	+1	0	+1	7	0.78	สอดคล้อง

ตารางที่ 44 (ต่อ)

ตัวชี้วัด (Index)	รหัส	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ									ผลรวม	IOC	ผล
			คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	คนที่ 8	คนที่ 9			
LA: มาตรฐาน แรงงานสากล (Labor force)	LA1	บุคลากรในมหาวิทยาลัยของท่านได้รับผลประโยชน์/ ค่าแรงตามภาระงาน	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	LA2	มหาวิทยาลัยของท่านเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย แรงงาน	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	LA3	มหาวิทยาลัยของท่านไม่มีการกดขี่และใช้ความรุนแรงกับ เด็กและสตรี	+1	0	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	8	0.87	สอดคล้อง
	LA4	มหาวิทยาลัยของท่านให้ผลตอบแทน/สวัสดิการที่ เหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	LA5	มหาวิทยาลัยของท่านไม่มีความเหลื่อมล้ำ และไม่เลือก ปฏิบัติ	-1	0	+1	0	+1	+1	0	0	0	2	0.22	ไม่ สอดคล้อง

ตารางที่ 44 (ต่อ)

ตัวชี้วัด (Index)	รหัส	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ									ผลรวม	IOC	ผล
			คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	คนที่ 8	คนที่ 9			
EN: สิ่งแวดล้อม (Environmental)	EN1	มหาวิทยาลัยของท่านมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดีและเหมาะสม	+1	0	+1	0	+1	+1	+1	0	+1	6	0.67	สอดคล้อง
	EN2	มหาวิทยาลัยของท่านมีบรรยากาศของการทำงานที่สร้างสรรค์ และเป็นไปในทิศทางที่ดี	+1	0	+1	-1	+1	0	+1	+1	-1	3	0.33	ไม่ สอดคล้อง
	EN3	มหาวิทยาลัยของท่านส่งเสริมดูแลเรื่องการค้าจัดขยะ/ การรีไซเคิลขยะ	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	EN4	มหาวิทยาลัยของท่านมีระบบการบำบัดน้ำเสีย	+1	+1	+1	0	+1	+1	+1	+1	+1	8	0.87	สอดคล้อง
	EN5	มหาวิทยาลัยของท่านมีการอนุรักษ์พลังงาน	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	EN6	มหาวิทยาลัยของท่านมีการลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	EN7	มหาวิทยาลัยของท่านมีความเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว (Green university)	+1	+1	+1	+1	0	+1	+1	0	+1	8	0.87	สอดคล้อง

ตารางที่ 44 (ต่อ)

ตัวชี้วัด (Index)	รหัส	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ									ผลรวม	IOC	ผล	
			คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	คนที่ 8	คนที่ 9				
CO: การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน (Community involvement and development)	CO1	มหาวิทยาลัยของท่านให้ความช่วยเหลือแก่สังคมรอบข้าง โดยเฉพาะชุมชนรอบๆ มหาวิทยาลัย และชุมชนที่รั้วติดกับมหาวิทยาลัยเช่น การเอื้อเฟื้อสถานที่ ห้องประชุม สนามกีฬา การช่วยกำจัดขยะ การกำจัดขยะ การทำความสะอาดคาลองรอบๆ มหาวิทยาลัย	+1	0	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	8	0.87	สอดคล้อง
	CO2	มหาวิทยาลัยของท่านสนับสนุนการมีจิตอาสาพัฒนาชุมชนในประเด็นต่างๆ เช่น ให้นักศึกษาช่วยร้านค้าชุมชนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	CO3	มหาวิทยาลัยของท่านมีการจ้างงานโดยว่าจ้างคนในชุมชน หรือช่วยดึงคนในท้องถิ่นที่ขาดโอกาสให้มีงานทำ	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	CO4	มหาวิทยาลัยของท่านมีการสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ชุมชนในประเด็นที่ชุมชนต้องการ	+1	+1	+1	-1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	7	0.78	สอดคล้อง

ตารางที่ 44 (ต่อ)

ตัวชี้วัด (Index)	รหัส	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ									ผลรวม	IOC	ผล
			คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	คนที่ 8	คนที่ 9			
ST: ความใส่ใจ ต่อผู้บริโภค/ นักศึกษา (Consumer/ Student issues)	ST1	มหาวิทยาลัยของท่านให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้ปกครอง ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยเอกชน	0	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	8	0.89	สอดคล้อง
	ST2	มหาวิทยาลัยของท่านมีการเตรียมความพร้อมให้กับ นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ต้องการเข้าศึกษาต่อใน มหาวิทยาลัยเอกชน	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	ST3	มหาวิทยาลัยของท่านมีกระบวนการช่วยแก้ไขปัญหา ต่างๆ ให้นักศึกษาอย่างเป็นระบบ เช่น กองทุนกู้ยืม การ ให้บริการปรึกษาปัญหาต่างๆ	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	ST4	มหาวิทยาลัยของท่านมีการสร้างวินัยให้นักศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	ST5	มหาวิทยาลัยของท่านให้การศึกษามีคุณภาพ	+1	+1	+1	-1	0	+1	+1	+1	+1	6	0.67	สอดคล้อง
	ST6	มหาวิทยาลัยของท่านมีอาจารย์และบุคลากรที่มีคุณภาพ	+1	0	+1	-1	+1	+1	+1	+1	+1	6	0.67	สอดคล้อง
	ST7	มหาวิทยาลัยของท่านมีการประกันอุบัติเหตุให้แก่ นักศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	ST8	มหาวิทยาลัยของท่านจัดตั้งมูลนิธิเพื่อให้นักศึกษา ต่างๆ แก่ นักศึกษา	+1	+1	+1	0	+1	+1	+1	+1	+1	8	0.89	สอดคล้อง

ตารางที่ 44 (ต่อ)

ตัวชี้วัด (Index)	รหัส	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ									ผลรวม	IOC	ผล
			คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	คนที่ 8	คนที่ 9			
	ST9	มหาวิทยาลัยของท่านให้ข้อมูลที่ถูกต้องและไม่บิดเบือนแก่นักศึกษาและผู้ปกครอง	+1	0	+1	0	+1	0	+1	+1	+1	6	0.67	สอดคล้อง
	ST10	มหาวิทยาลัยของท่านสร้างทักษะในการใช้ชีวิตให้นักศึกษาไปพร้อมๆ กับการให้ความรู้ทางวิชาการ	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง
	ST11	มหาวิทยาลัยของท่านมีบัณฑิตที่มีสติปัญญา คิดได้คิดเป็น คิดเป็นทำเป็น และคิดดีทำดี	+1	0	+1	0	+1	0	+1	+1	+1	6	0.67	สอดคล้อง
	ST12	มหาวิทยาลัยของท่านปลูกฝังสติปัญญา ควบคู่ไปกับจริยธรรมและจรรยาบรรณ	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	9	1.00	สอดคล้อง

ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความครอบคลุมของแบบสอบถาม ความเหมาะสมและความชัดเจนของการใช้ภาษาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 ท่าน พบว่าผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามจำนวน 67 ข้อ ที่คำนวณค่า IOC ได้  $\geq .50$  มีจำนวน 63 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 94 แสดงว่าข้อคำถามดังกล่าวมีความสอดคล้องกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัด ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขคำถามตามประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ การปรับเรียงข้อคำถามตามลำดับความสำคัญ การแก้ไขประเด็นคำถามให้มีความชัดเจน การแก้ไขภาษาให้เป็นทางการ การตัดคำในประเด็นคำถามที่ไม่จำเป็นออก เพื่อให้ข้อคำถามมีความเหมาะสม ภาษามีความชัดเจนและครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา



ภาคผนวก ค.





การตรวจสอบและยืนยันองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม  
ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ ผู้ทรงคุณวุฒิระดับ 9 อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด (มหาชน)
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวพร หวังพิพัฒน์วงศ์ ผู้ทรงคุณวุฒิระดับ 8 คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และประธานสภาคณะผู้บริหารบัณฑิตศึกษาแห่งประเทศไทย (สคบท.)
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพียงจันทร์ จริงจิต ผู้ทรงคุณวุฒิระดับ 8 รองคณบดีฝ่ายวิชาการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต
4. ดร.วนิดา พลเดช อาจารย์ประจำวิทยาลัยศึกษาศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น กรุงเทพมหานคร และวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์
5. ดร.ปริยา รินรัตนากร ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี



การตรวจสอบองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ  
สถาบันอุดมศึกษาเอกชน

แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วยคำถามดังต่อไปนี้

วันที่สัมภาษณ์.....เวลา.....

1. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ.....นามสกุล.....

วุฒิการศึกษา.....

ตำแหน่ง.....

หน่วยงาน.....

ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ระยะเวลา  
..... ปี

2. ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่าองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนดังต่อไปนี้ ควรเป็นไปในทิศทางใด

**องค์ประกอบที่ 1 สิทธิมนุษยชนและมาตรฐานแรงงานสากล**

การให้การสนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชนในระดับสากล ตามขอบเขตอำนาจที่เอื้ออำนวยและตรวจตราดูแลมิให้องค์กรของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน ส่งเสริมสนับสนุนเสรีภาพในการเข้าร่วมหรือการเป็นสมาชิกของสหภาพและรับรองสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรอง การไม่กดขี่และใช้แรงงานแบบบังคับในทุกรูปแบบ ต้องไม่มีการใช้แรงงานเด็กโดยสิ้นเชิง และต้องขจัดความเหลื่อมล้ำ งดการเลือกปฏิบัติเรื่องการว่าจ้างแรงงานและการประกอบอาชีพ

**องค์ประกอบที่ 2 คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณ**

เป็นเรื่องของความมีศีลธรรม ความยุติธรรม สิทธิ ผลประโยชน์ คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ชื่อสัตย์ เป็นธรรม

**องค์ประกอบที่ 3 การปฏิบัติตามกฎหมาย**

คือการดำเนินกิจการโดยเคารพต่อกฎหมาย ภายใต้กฎระเบียบต่างๆ ที่รัฐกำหนดขึ้น

**องค์ประกอบที่ 4 การดูแลสิ่งแวดล้อม**

สนับสนุนแนวทางในการป้องกัน การระแวดระวังเกี่ยวกับการดำเนินงานที่อาจจะส่งผลกระทบต่อหรือทำลายสิ่งแวดล้อม การอาสาในการจัดทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ที่จะสนับสนุนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาและเผยแพร่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

### องค์ประกอบที่ 5 การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน

การให้การช่วยเหลือ การพัฒนาชุมชนในท้องถิ่น หรือร่วมมือกับองค์กรไม่แสวงผลกำไร ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้น

### องค์ประกอบที่ 6 กิจกรรมเพื่อสังคม

เป็นการส่งเสริมประเด็นที่เป็นปัญหาทางสังคม การบริจาคเพื่อการกุศลขององค์กร อาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือชุมชน และการประกอบธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

### องค์ประกอบที่ 7 เศรษฐศาสตร์ทางการศึกษา

เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของเศรษฐกิจกับระบบการศึกษา ผลของระบบ การศึกษาที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ ผลของระบบเศรษฐกิจที่มีต่อระบบการศึกษา การลงทุนและความ คุ่มค่าทางการศึกษา ฐานะทางการเงินของผู้เรียน ความมั่นคงทางการเงินของสถาบันการศึกษา เน้น เรื่องการบริหารกิจการให้มีกำไร กิจการสามารถคงอยู่ได้ มีผลผลิตที่ดี น่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ทรงคุณวุฒิ



ภาคผนวก ง.



## เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยเชิงคุณภาพ

### แบบสอบถาม

แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา เพื่อเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์เรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน THE RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS ประกอบด้วยคำถามดังต่อไปนี้

วันที่สัมภาษณ์.....เวลา.....

#### 1. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ.....นามสกุล.....

วุฒิการศึกษา.....

ตำแหน่ง.....

หน่วยงาน.....

ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ระยะเวลา.....ปี

2. ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในความคิดเห็นของท่านหมายถึงอะไร

3. ท่านคิดว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร

4. ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่ามิติของความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อันได้แก่

4.1 ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วยอะไรบ้าง

4.2 ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย ประกอบด้วยอะไรบ้าง

4.3 ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม ประกอบด้วยอะไรบ้าง

4.4 ความรับผิดชอบต่อทางการบริจาคเพื่อสังคม ประกอบด้วยอะไรบ้าง

5. ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่ารูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประกอบด้วยอะไรบ้าง

5.1 กิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงการตลาด ประกอบด้วยอะไรบ้าง

5.2 กิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมขององค์กร ประกอบด้วยอะไรบ้าง

6. ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่าหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษา เอกชน อันได้แก่

- 6.1 สิทธิมนุษยชน ประกอบด้วยอะไรบ้าง
- 6.2 มาตรฐานแรงงานสากล ประกอบด้วยอะไรบ้าง
- 6.3 สิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยอะไรบ้าง
- 6.4 การมีส่วนร่วม/พัฒนาชุมชน ประกอบด้วยอะไรบ้าง
- 6.5 ความใส่ใจต่อผู้บริโภค/นักศึกษา ประกอบด้วยอะไรบ้าง

7. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)



**ภาคผนวก จ.**



## แบบสอบถาม

### คำชี้แจง

1. การวิจัยครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยข้อมูลที่ได้รับจากท่านนับเป็นประโยชน์และมีคุณค่าทางวิชาการอย่างยิ่งที่จะทำให้ทราบข้อเท็จจริงที่ว่าด้วยมิติ รูปแบบ และหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนและผลการศึกษสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการแสดงควมรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนและสถาบันอื่นที่เกี่ยวข้องและใช้เป็นแนวทางในการบริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชนให้ยั่งยืน

2. เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในมหาวิทยาลัยเอกชนในตำแหน่งผู้บริหาร ได้แก่ รองหัวหน้าภาค หัวหน้าภาค รองคณบดี คณบดี รองผู้อำนวยการ และผู้อำนวยการ อาจารย์ผู้สอนในแต่ละคณะวิชา บุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัย และนักศึกษาในแต่ละคณะวิชาเป็นผู้ตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง

3. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน จำนวน 7 หน้า ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลสภาพความเป็นจริงของการแสดงควมรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)

4. การแสดงควมรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (Corporate Social Responsibility in Private Higher Education Institutions) หมายถึง การดำเนินกิจการของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเป็นการประกอบกิจการสถาบันอุดมศึกษาเอกชนภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดี เพื่อพัฒนาสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนให้ยั่งยืน ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพในการดำรงชีวิตของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

5. ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับ โดยไม่มีการใช้ข้อมูลใดๆ ที่เปิดเผยเกี่ยวกับหน่วยงานของท่านในการรายงานข้อมูล และไม่มีกรให้ข้อมูลดังกล่าวกับบุคคลภายนอกที่ไม่ได้รับอนุญาตจากท่าน

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามทุกข้ออย่างครบถ้วน สมบูรณ์มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

นางสาววัลลภา เกลิมวงศาเวช

นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

โทร. 081-816-6442, 092-265-6442 E-mail: [wallapa.c@gmail.com](mailto:wallapa.c@gmail.com)



ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย     2. หญิง

2. อายุ

1. 20 ปี หรือต่ำกว่า  
 2. 21 – 30 ปี  
 3. 31 – 40 ปี  
 4. 41 – 50 ปี  
 5. 51 – 60 ปี  
 6. 61 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี  
 2. ปริญญาตรี  
 3. ปริญญาโท  
 4. ปริญญาเอก

4. มหาวิทยาลัยที่สังกัด

1. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
 2. มหาวิทยาลัยรังสิต  
 3. มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
 4. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
 5. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

5. ตำแหน่งในมหาวิทยาลัย

1. ผู้บริหารประจำคณะวิชาหรือส่วนงานต่างๆ  
 2. อาจารย์ประจำคณะวิชา  
 3. บุคลากรสายสนับสนุน  
 4. นักศึกษา  
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามสภาพความเป็นจริง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อสภาพความเป็นจริงของมหาวิทยาลัยของท่านมากที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด  
 4 หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงมาก  
 3 หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงปานกลาง  
 2 หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงน้อย  
 1 หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงน้อยที่สุด

ข้อความ		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	มหาวิทยาลัยของท่านมุ่งเน้นการผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพ					
2.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการกำหนดค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม					
3.	มหาวิทยาลัยของท่านแสดงให้เห็นว่ามีความมั่นคงและราบรื่นทางการเงิน					
4.	มหาวิทยาลัยของท่านมีความยั่งยืนและสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเอง					
5.	มหาวิทยาลัยของท่านมุ่งผลิตบัณฑิตเพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน					
6.	มหาวิทยาลัยของท่านมีกระบวนการช่วยเหลือปัญหาต่างๆ ให้นักศึกษาอย่างเป็นระบบ เช่น การให้บริการคำปรึกษาปัญหาต่างๆ การให้บริการกองทุนกู้ยืม เป็นต้น					
7.	มหาวิทยาลัยของท่านเน้นการสร้างวินัยให้นักศึกษา					
8.	มหาวิทยาลัยของท่านมีกระบวนการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ					
9.	มหาวิทยาลัยของท่านมีคณาจารย์และบุคลากรที่มีคุณภาพ					
10.	มหาวิทยาลัยของท่านมีมูลนิธิเพื่อให้ทุนต่างๆ แก่นักศึกษา					
11.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการประกันอุบัติเหตุให้นักศึกษา					
12.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการสอดแทรกการสร้างทักษะการใช้ชีวิตให้กับนักศึกษาไปพร้อมๆ กับการให้ความรู้ทางวิชาการ					
13.	มหาวิทยาลัยของท่านมุ่งเน้นการสร้างบัณฑิตที่มีสติปัญญาและการกระทำที่ดีต่อสังคม					
14.	มหาวิทยาลัยของท่านปลูกฝังจริยธรรมจรรยาเพื่อสร้างคนให้มีจรรยาบรรณ					
15.	มหาวิทยาลัยของท่านจัดกิจกรรมการให้ความรู้ และความเข้าใจแก่ผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยเอกชน					

ข้อคำถาม		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
16.	มหาวิทยาลัยของท่านจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้กับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ต้องการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน					
17.	มหาวิทยาลัยของท่านเน้นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและไม่บิดเบือนแก่นักศึกษาและผู้ปกครอง					
18.	บุคลากรในมหาวิทยาลัยของท่านเป็นผู้มีจรรยาบรรณ					
19.	มหาวิทยาลัยของท่านหล่อหลอมบัณฑิตให้มีคุณธรรม จริยธรรม					
20.	มหาวิทยาลัยของท่านทำวิจัยและจัดสัมมนาอย่างสม่ำเสมอเพื่อปลูกจิตสำนึกที่ดีให้กับสังคม					
21.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการสอดแทรกเรื่องคุณธรรม และจริยธรรมในการเรียนการสอน ให้กับนักศึกษา					
22.	อาจารย์ในมหาวิทยาลัยของท่านแสดงให้เห็นถึงความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน					
23.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการปลูกจิตสำนึกให้ทุกคนเป็นคนดีมีคุณธรรม					
24.	มหาวิทยาลัยของท่านมักแสดงให้เห็นว่ามีความรู้ ความเข้าใจ และใส่ใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม					
25.	มหาวิทยาลัยของท่านแสดงให้เห็นถึงความเสมอภาค ความเป็นมนุษย์ และความเป็นประชาธิปไตย โดยไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น					
26.	มหาวิทยาลัยของท่านแสดงให้เห็นว่าคนทุกระดับมีคุณค่าเท่าเทียมกัน					
27.	มหาวิทยาลัยของท่านไม่สนับสนุนการก้าวท้าวและเอารัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน					
28.	มหาวิทยาลัยของท่านให้ความสำคัญเรื่องการให้เกียรติและเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน					
29.	มหาวิทยาลัยของท่านให้ความสำคัญเรื่องความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ					
30.	มหาวิทยาลัยของท่านไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลทุกประเภท					
31.	โดยทั่วไปมหาวิทยาลัยของท่านปฏิบัติตามหลักกฎหมายมนุษยชน					
32.	มหาวิทยาลัยของท่านสนับสนุนเรื่องสิทธิและหน้าที่ของบุคคล					
33.	มหาวิทยาลัยของท่านให้ความสำคัญเรื่องผลประโยชน์และค่าแรง					
34.	มหาวิทยาลัยของท่านเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน					
35.	มหาวิทยาลัยของท่านสนับสนุนไม่ให้มีการกดขี่และใช้ความรุนแรงต่อเด็กและสตรี					

ข้อคำถาม		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
36.	มหาวิทยาลัยของท่านมีชื่อเสียงที่ดีในเรื่องการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมในด้านต่างๆ					
37.	มหาวิทยาลัยของท่านไม่สนับสนุนความเหลื่อมล้ำ และการเลือกปฏิบัติ					
38.	มหาวิทยาลัยของท่านยึดถือและปฏิบัติตามแนวทางที่ถูกต้องของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)					
39.	มหาวิทยาลัยของท่านเน้นความถูกต้อง โดยไม่กระทำการใดๆ ที่เข้าข่ายการกระทำผิดกฎหมาย					
40.	มหาวิทยาลัยของท่านยึดถือและปฏิบัติตามกฎ ข้อกำหนด และข้อบังคับตามพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน					
41.	มหาวิทยาลัยของท่านสนับสนุนการปฏิบัติตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา					
42.	มหาวิทยาลัยของท่านสนับสนุนการปฏิบัติตามกฎหมายสิทธิมนุษยชน					
43.	มหาวิทยาลัยของท่านสนับสนุนการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม					
44.	มหาวิทยาลัยของท่านเอื้อเพื่อกำลังคนในการช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในสถานการณ์ปกติและเมื่อเกิดภัยพิบัติ					
45.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการบริจาคหรือให้ความช่วยเหลือแก่สังคม เพื่อให้สังคมพึ่งตนเองได้					
46.	มหาวิทยาลัยของท่านสนับสนุนให้อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากร เป็นอาสาสมัครช่วยเหลือสังคม เช่น เป็นอาสาสมัครสอนหนังสือให้เด็กยากจน หรือผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น					
47.	มหาวิทยาลัยของท่านให้ความช่วยเหลือหรือบริจาคเงินหรือสิ่งของในกรณีเกิดภัยพิบัติ					
48.	มหาวิทยาลัยของท่านให้ทุนการศึกษาแก่เด็กเร่ร่อน และด้อยโอกาส					
49.	มหาวิทยาลัยของท่านให้บริการการวิจัยแก่สาธารณะในประเด็นที่เป็นปัญหาของสังคม					
50.	มหาวิทยาลัยของท่านใส่ใจปัญหาของสังคม โดยการทําวิจัยและตีพิมพ์เผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ					
51.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการจัดสัมมนาให้ความรู้ในประเด็นที่สำคัญและจำเป็นแก่สังคม					
52.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ค่านิยม และประเพณีของชาติอย่างต่อเนื่อง					

ข้อคำถาม		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
53.	มหาวิทยาลัยของท่านมีบทบาทเป็นผู้ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม					
54.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการเรียนการสอนที่นำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตได้จริง					
55.	มหาวิทยาลัยของท่านทำกิจกรรมรณรงค์การอนุรักษ์สภาพแวดล้อม เช่น การปลูกป่า การอนุรักษ์เต่าทะเล การอนุรักษ์ป่าชายเลน เป็นต้น					
56.	มหาวิทยาลัยของท่านให้ความช่วยเหลือแก่สังคมรอบข้าง โดยเฉพาะชุมชนรอบๆ มหาวิทยาลัย เช่น การเอื้อเฟื้อสถานที่ ห้องประชุม สนามกีฬา การช่วยกำจัดขยะ การกำจัดขยะ การทำความสะอาดลำคลองรอบๆ มหาวิทยาลัย เป็นต้น					
57.	มหาวิทยาลัยของท่านสนับสนุนการมีจิตอาสาพัฒนาชุมชนในประเด็นต่างๆ เช่น ให้นักศึกษาช่วยร้านค้าชุมชนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น					
58.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการลดหนี้สินค้าในท้องถิ่นทำให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน					
59.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการจ้างงานโดยว่าจ้างคนในชุมชน หรือช่วยใ้คนในท้องถิ่นมีงานทำ					
60.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ชุมชนในประเด็นที่ชุมชนต้องการ เช่น การออกค่ายสอนหนังสือ การสนับสนุนโครงการต่อต้านยาเสพติด เป็นต้น					
61.	มหาวิทยาลัยของท่านมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
62.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการดูแลและกำจัดขยะแบบรีไซเคิล					
63.	มหาวิทยาลัยของท่านมีระบบการบำบัดน้ำเสียที่เป็นรูปธรรม					
64.	มหาวิทยาลัยของท่านมีการอนุรักษ์พลังงานที่เป็นรูปธรรม					
65.	มหาวิทยาลัยของท่านลดการใช้วัสดุสิ้นเปลืองที่เป็นรูปธรรม					
66.	มหาวิทยาลัยของท่านเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว (Green University)					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม  
มา ณ โอกาสนี้

หมายเหตุ:

หากท่านมีความประสงค์จะขอรับรายงานสรุปผลเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ กรุณากรอกรายละเอียดด้านล่างให้ชัดเจน หรือแจ้งความประสงค์มายัง E-mail: [wallapa.c@gmail.com](mailto:wallapa.c@gmail.com) ซึ่งหลังจากวิทยานิพนธ์ได้รับการอนุมัติปริญญาบัตรแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการจัดส่งรายงานสรุปผลการศึกษาวิจัยให้ท่านต่อไป



ชื่อ.....

ที่อยู่.....

โทรศัพท์.....

E-mail.....



**ภาคผนวก ฉ.**





มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

ที่ วบจ. 0116/พิเศษ

15 มิถุนายน 2556

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ข้อมูลหลัก

เรียน ดร.จรรยา พุคยาภรณ์

ด้วย นางสาววัลลภา เถลิมวงศาเวช นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม กำลังศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”( THE RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS ) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา ED 799 วิทยานิพนธ์ โดยมี ดร.วราภรณ์ ไทยมา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์นิพนธ์หลัก และ รศ.ดร.รศขงพร โกมลเสวิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์นิพนธ์ร่วม ในการนี้ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ ใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ข้อมูลหลัก ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

*อภิชัย อธิวัฒน์*

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คุ้ม)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ



บางเขน : 61 ถนนพหลโยธิน แขวงสามยุค เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900  
วิทยาเขตชลบุรี : 79 ถนนบางนา-ตราด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000  
วิทยาเขตบางนา : 979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตบางนา กรุงเทพฯ 10400

BANGKHEN : 61 Phaholyothin Rd, Jatujak, Bangkok Thailand 10900  
CHONBURI CAMPUS : 79 Bangna-Trad Rd, Klongtamru, Muang, Chonburi Thailand 20000  
PHAYATHAI CAMPUS : 979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd, Payathai, Bangkok Thailand 10400

โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721 www.spu.ac.th  
โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590 www.east.spu.ac.th  
โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185 www.spu.ac.th

Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721  
Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590  
Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185





มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

ที่ วบจ. 0116/พิเศษ

21 มิถุนายน 2556

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ข้อมูลหลัก

เรียน คร.พีรยา หาญพงศ์พันธุ์

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ด้วย นางสาววัลลภา เฉลิมวงศาเวช นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม กำลังศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”( THE RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS ) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา ED 799 วิทยานิพนธ์ โดยมี คร.วรารักษ์ ไทยมา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์นิพนธ์หลัก และ รศ.ดร.รศขงพร โกมลเสวิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์นิพนธ์ร่วม ในกรณีนี้ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ ไคร์ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ข้อมูลหลัก ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

*วิจิต ฐิตินันท์*

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต ฐิตินันท์)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ



บางเขน	61 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721	www.spu.ac.th
วิทยาเขตชลบุรี	79 ถนนบางนา-ตราด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000	โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590	www.east.spu.ac.th
วิทยาเขตรามัญไถ่	979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400	โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185	www.spu.ac.th
BANGKHEN	61 Phaholyothin Rd, Jatujak, Bangkok Thailand 10900	Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721	
CHONBURI CAMPUS	79 Bangna-Trad Rd, Klonglamru, Muang Chonburi Thailand 20000	Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590	
PHAYATHAI CAMPUS	979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd, Payathai, Bangkok Thailand 10400	Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185	



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

ที่ วบจ. 0116/พิเศษ

21 มิถุนายน 2556

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ข้อมูลหลัก  
เรียน คุณสร้อยฟ้า โอสถคุณธิพิทย์  
ผู้สื่อข่าวและผู้ดำเนินรายการสายซีเอสอาร์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยกรมประชาสัมพันธ์ NBT

ด้วย นางสาววัลลภา เฉลิมวงศาเวช นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม กำลังศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”( THE RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS ) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา ED 799 วิทยานิพนธ์ โดยมี ดร.วราภรณ์ ไทยมา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์นิพนธ์หลัก และ รศ.ดร.รศขงพร โกมลเสวิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์นิพนธ์ร่วม ในการนี้ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ โคร้ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ข้อมูลหลัก ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต อ่อน)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ



บางเขน	: 61 ถนนพหลโยธิน แขวงสามยุค เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721	www.spu.ac.th
วิทยาเขตชลบุรี	: 79 ถนนนาขยา-ตราด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000	โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590	www.east.spu.ac.th
วิทยาเขตมวกะพลา	: 979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400	โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185	www.spu.ac.th
BANGKHEN	: 61 Phaholyothin Rd., Jatujak, Bangkok Thailand 10900	Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721	
CHONBURI CAMPUS	: 79 Bangna-Trad Rd, Klonglamru, Muang, Chonburi Thailand 20000	Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590	
PHAYATHAI CAMPUS	: 979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd., Payathai, Bangkok Thailand 10400	Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185	



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

ที่ ว.จ. 0116/พิเศษ

21 มิถุนายน 2556

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ข้อมูลหลัก  
เรียน คุณดวงรัตน์ มหาวานิช  
หัวหน้างานฝ่ายประชาสัมพันธ์ สถาบันวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ด้วย นางสาววัลลภา เฉลิมวงศาเวช นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม กำลังศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็นของคณาจารย์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”( THE RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS ) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา ED 799 วิทยานิพนธ์ โดยมี คร.วราภรณ์ ไทยมา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์นิพนธ์หลัก และ รศ.ดร.รชขพร โกมลเสวิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์นิพนธ์ร่วม ในกรณีนี้ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ ใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ข้อมูลหลัก ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

*วิจิต ภู่อ้น*

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต ภู่อ้น)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ



บางเขน	61 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721	www.spu.ac.th
วิทยาเขตชลบุรี	79 ถนนบางนา-ตราด อ่าวกอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000	โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590	www.east.spu.ac.th
วิทยาเขตพระยาภิบาล	979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400	โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185	www.spu.ac.th
BANGKOK	61 Phaholyothin Rd, Jatujak, Bangkok Thailand 10900	Tel 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax 0-2561-1721	
CHONBURI CAMPUS	79 Bangna-Trad Rd, Klongtamru, Muang, Chonburi Thailand 20000	Tel 0-3874-3690-703 Fax 0-3827-6590	
PHAYATHAI CAMPUS	979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd, Payathai, Bangkok Thailand 10400	Tel 0-2298-0181-3 Fax 0-2298-0185	



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

ที่ วทบ. 0116/พิเศษ

15 มิถุนายน 2556

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ข้อมูลหลัก

เรียน ดร.เลิศชัย สุธรรมานนท์ ผู้อำนวยการสำนักอธิการบดี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ด้วย นางสาววัลลภา เกลิมวงศาเวช นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม กำลังศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”( THE RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS ) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา ED 799 วิทยานิพนธ์ โดยมี ดร.วราภรณ์ ไทยมา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์นิพนธ์หลัก และ รศ.ดร.รศขงพร โกมลเสวิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์นิพนธ์ร่วม ในการนี้ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ ไคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ข้อมูลหลัก ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิจิต คุ้มตัน)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ



บางเขน : 61 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900  
วิทยาเขตชลบุรี : 79 ถนนบางนา-ตราด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000  
วิทยาเขตนนทบุรี : 979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400  
BANGKHEN : 61 Phaholyothin Rd, Jatujak, Bangkok Thailand 10900  
CHONBURI CAMPUS : 79 Bangna-Trad Rd, Klonglamru, Muang, Chonburi Thailand 20000  
PHAYATHAI CAMPUS : 979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd, Payathai, Bangkok Thailand 10400

โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721 www.spu.ac.th  
โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590 www.east.spu.ac.th  
โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185 www.spu.ac.th  
Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721  
Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590  
Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185

ภาคผนวก ช.





มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

ที่ วบจ. 0116/พิเศษ

26 กรกฎาคม 2556

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย  
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา มีศิลป์ภักย์ ( ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต)

สิ่งที่ส่งมาด้วย	1. โครงร่างวิทยานิพนธ์	จำนวน 1 เล่ม
	2. แบบประเมินเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาววัลลภา เฉลิมวงศาเวช นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม กำลังศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”(THE RELATIONSHIP OF CAUSAL FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา ED799 วิทยานิพนธ์ โดยมี ดร.วราภรณ์ ไทยมา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และรองศาสตราจารย์ ดร.รชงพร โกมลเสวิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ในการนี้ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ ใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบและพิจารณาความถูกต้องของคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน จึ่งขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

วิจิต



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต อนุรัตน์)  
คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

บางเขน : 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900  
วิทยาเขตชลบุรี : 79 ถนนบางนา-ตราด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000  
วิทยาเขตธนบุรี : 979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน แขวงบางนาใหญ่ กรุงเทพฯ 10400

BANGKHEN : 2410/2 Phaholyothin Rd, Jatujak, Bangkok Thailand 10900  
CHONBURI CAMPUS : 79 Bangna-Trad Rd, Klongtamru, Muang, Chonburi Thailand 20000  
PHAYATHAI CAMPUS : 979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd, Payathai, Bangkok Thailand 10400

โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721 www.spu.ac.th  
โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590 www.east.spu.ac.th  
โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185 www.spu.ac.th

Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721  
Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590  
Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

ที่ วบจ. 0116/พิเศษ

26 กรกฎาคม 2556

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย  
เรียน ดร.นรพล จินันท์เดช (รองคณบดีฝ่ายคุณภาพการศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง)

สิ่งที่ส่งมาด้วย	1. โครงร่างวิทยานิพนธ์	จำนวน 1 เล่ม
	2. แบบประเมินเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาววัลลภา เณลิมวงศาเวช นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม กำลังศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชน"(THE RELATIONSHIP OF CAUSAL FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา ED799 วิทยานิพนธ์ โดยมี ดร.วราภรณ์ ไทยมา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และรองศาสตราจารย์ ดร.รศชงพร โกมลเสวิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ในการนี้ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ ไคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบและพิจารณาความถูกต้องของคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

*วิจิต*

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต ใสอิน)  
คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ



บางเขน : 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900  
วิทยาเขตชลบุรี : 79 ถนนบางนา-ตราด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000  
วิทยาเขตกำแพงแก้ว : 979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400  
BANGKHEU : 2410/2 Phaholyothin Rd. Jatujak, Bangkok Thailand 10900  
CHONBURI CAMPUS : 79 Bangna-Trad Rd. Klongtamru, Muang, Chonburi Thailand 20000  
PHAYATHAI CAMPUS : 979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd. Payathai, Bangkok Thailand 10400

โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721 www.spu.ac.th  
โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590 www.east.spu.ac.th  
โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185 www.spu.ac.th  
Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721  
Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590  
Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

ที่ วบจ. 0116/พิเศษ

26 กรกฎาคม 2556

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ศาสตราจารย์ พลโท ดร.สมชาย วิรุฬหกุล

ประธานสาขาวิชาการภาครัฐและเอกชน หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยคริสเตียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 เล่ม  
2. แบบประเมินเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาววัลลภา เฉลิมวงศาเวช นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม กำลังศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”(THE RELATIONSHIP OF CAUSAL FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา ED799 วิทยานิพนธ์ โดยมี ดร.วาทกรณ์ ไทยมา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และรองศาสตราจารย์ ดร.รชชงพร โกมลเสวิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ในการนี้ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ ใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบและพิจารณาความถูกต้องของคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต อุ๋อมน)  
คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ



บางเขน : 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงสามยุค กรุงเทพมหานคร 10900  
วิทยาเขตชลบุรี : 79 ถนนบางนา-ตราด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000  
วิทยาเขตพญาไท : 979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400  
BANGKHEN : 2410/2 Phaholyothin Rd, Jatujak, Bangkok Thailand 10900  
CHONBURI CAMPUS : 79 Bangna-Trad Rd, Klongtamru, Muang, Chonburi Thailand 20000  
PHAYATHAI CAMPUS : 979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd, Payathai, Bangkok Thailand 10400

โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721 www.spu.ac.th  
โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590 www.east.spu.ac.th  
โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185 www.spu.ac.th  
Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721  
Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590  
Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185





มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

ที่ วบจ. 0116/พิเศษ

26 กรกฎาคม 2556

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย  
เรียน ดร.ฐติกุล ไชยวรรณ (คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ)

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 เล่ม  
2. แบบประเมินเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาววัลลภา เฉลิมวงศาเวช นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม กำลังศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”(THE RELATIONSHIP OF CAUSAL FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา ED799 วิทยานิพนธ์ โดยมี ดร.วราภรณ์ ไทยมา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และรองศาสตราจารย์ ดร.รศขงพร โกมลเสวิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ในการนี้วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ ไคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบและพิจารณาความถูกต้องของคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

วิมล ฐติกุล



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิมล ฐติกุล)  
คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

บางเขน : 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900  
วิทยาเขตสุพรรณบุรี : 79 ถนนนางงาม-ตราด อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 20000  
วิทยาเขตพระยาภิบาล : 979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตพระยาภิบาล กรุงเทพฯ 10400  
BANGKHEN : 2410/2 Phaholyothin Rd, Jatujak, Bangkok Thailand 10900  
CHONBURI CAMPUS : 79 Bangna-Trad Rd, Klongtammru, Muang, Chonburi Thailand 20000  
PHAYATHAI CAMPUS : 979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd, Payathai, Bangkok Thailand 10400

โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721 www.spu.ac.th  
โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590 www.east.spu.ac.th  
โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185 www.spu.ac.th  
Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721  
Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590  
Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

ที่ วบจ. 0116/พิเศษ

26 กรกฎาคม 2556

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย  
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กาญจนา เขียววิทย์กาล (ผู้ช่วยอธิการบดี มหาวิทยาลัยนเรศวร)

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 เล่ม  
2. แบบประเมินเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาววัลลภา เถลิมวงศาเวช นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม กำลังศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”(THE RELATIONSHIP OF CAUSAL FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา ED799 วิทยานิพนธ์ โดยมี ดร.วราภรณ์ ไทยมา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และรองศาสตราจารย์ ดร.รชชงพร โกมลเสวิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ในการนี้วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ ใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบและพิจารณาความถูกต้องของคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต อุอน)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

บางเขน : 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900  
วิทยาเขตชลบุรี : 79 ถนนบางนา-ตราด อ่ามอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000  
วิทยาเขตพญาไท : 979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400  
BANGKHEN : 2410/2 Phaholyothin Rd, Jatujak, Bangkok Thailand 10900  
CHONBURI CAMPUS : 79 Bangna-Trad Rd, Klongtamu, Muang, Chonburi Thailand 20000  
PHAYATHAI CAMPUS : 979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd, Payathai, Bangkok Thailand 10400

โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721 www.spu.ac.th  
โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590 www.east.spu.ac.th  
โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185 www.spu.ac.th

Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721  
Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590  
Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185

**ภาคผนวก ซ.**





มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

17 สิงหาคม 2556

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถาม

เรียน ท่านอธิการบดี มหาวิทยาลัยรังสิต

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถาม เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”

ด้วยนางสาววัลลภา เฉลิมวงศาเวช รหัสนักศึกษา 54560095 หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต กลุ่มวิชาการบริหาร การศึกษา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” “A RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS” โดย แบบสอบถามดังกล่าวได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักคือ ดร.วรภรณ์ ไทยมา และ อาจารย์ที่ ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมคือ รองศาสตราจารย์.ดร.รชงพร โกมลเสวิน เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

เพื่อให้วิทยานิพนธ์ดังกล่าวเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถามเรื่อง “ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” จำนวน 80 ชุด โดยแบ่งออกเป็นผู้บริหาร 20 ชุด อาจารย์ 20 ชุด บุคลากร 20 ชุด และ นักศึกษา 20 ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

วิจิต ภู่อัน



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต ภู่อัน)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

โทร. 0-2579-1111 ต่อ 3017

บางเขน : 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900  
วิทยาเขตแฉะบุรี : 79 ถนนบางนา-ตราด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000  
วิทยาเขตพญาไท : 979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721 www.spu.ac.th  
โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590 www.east.spu.ac.th  
โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185 www.spu.ac.th

BANGKHEN : 2410/2 Phaholyothin Rd. Jatujak, Bangkok Thailand 10900  
CHONBURI CAMPUS : 79 Bangna-Trad Rd. Klonglamru, Muang, Chonburi Thailand 20000  
PHAYATHAI CAMPUS : 979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd. Payathai, Bangkok Thailand 10400

Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721  
Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590  
Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

17 สิงหาคม 2556

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถาม

เรียน ท่านอธิการบดี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถาม เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”

ด้วยนางสาววัลลภา เถลิ้มวงศาเวช รหัสนักศึกษา 54560095 หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต กลุ่มวิชาการบริหาร การศึกษา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” “A RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS โดย แบบสอบถามดังกล่าวได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักคือ ดร.วราภรณ์ ไทยมา และ อาจารย์ที่ ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมคือ รองศาสตราจารย์.ดร.รชงพร โกมลเสวิน เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

เพื่อให้วิทยานิพนธ์ดังกล่าวเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถามเรื่อง “ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” จำนวน 80 ชุด โดยแบ่งออกเป็นผู้บริหาร 20 ชุด อาจารย์ 20 ชุด บุคลากร 20 ชุด และ นักศึกษา 20 ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

วิจิต ภู่อิน



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต ภู่อิน)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

บางเขน โทร. 0-2579-1111 ต่อ 3017  
วิทยาเขตชลบุรี : 2410/2 Phaholyothin Rd. Jatujak, Bangkok Thailand 10900  
วิทยาเขตภูเก็ต : 79 ถนนนางมา-ตราด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000  
วิทยาเขตภูเก็ต : 979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400  
BANGKHEN : 2410/2 Phaholyothin Rd. Jatujak, Bangkok Thailand 10900  
CHONBURI CAMPUS : 79 Bangna-Trad Rd. Klongtamru, Muang, Chonburi Thailand 20000  
PHAYATHAI CAMPUS : 979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd. Payathai, Bangkok Thailand 10400

โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721 www.spu.ac.th  
โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590 www.east.spu.ac.th  
โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185 www.spu.ac.th  
Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721  
Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590  
Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

17 สิงหาคม 2556

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถาม

เรียน ท่านอธิการบดี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถาม เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”

ด้วยนางสาววิไลลา เถลิงวงศาเวช รหัสนักศึกษา 54560095 หลักสูตรปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต กลุ่มวิชาการบริหาร การศึกษา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” “A RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS โดย แบบสอบถามดังกล่าวได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักคือ ดร.วรภรณ์ ไทยมา และ อาจารย์ที่ ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมคือ รองศาสตราจารย์.ดร.รชงพร โกมลเสวิน เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

เพื่อให้วิทยานิพนธ์ดังกล่าวเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถามเรื่อง “ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” จำนวน 80 ชุด โดยแบ่งออกเป็นผู้บริหาร 20 ชุด อาจารย์ 20 ชุด บุคลากร 20 ชุด และ นักศึกษา 20 ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต อุทัย)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

โทร. 0-2579-1111 ต่อ 3017

บางเขน	: 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721	www.spu.ac.th
วิทยาเขตอยุธยา	: 79 ถนนบางนา-ตราด อำเภอเมือง จังหวัดอยุธยา 20000	โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590	www.east.spu.ac.th
วิทยาเขตธนบุรี	: 979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400	โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185	www.spu.ac.th
BANGKHEN	: 2410/2 Phaholyothin Rd. Jatujak, Bangkok Thailand 10900	Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721	
CHONBURI CAMPUS	: 79 Bangna-Trad Rd, Klongtamru, Muang, Chonburi Thailand 20000	Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590	
PHAYATHAI CAMPUS	: 979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd. Payathai, Bangkok Thailand 10400	Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185	



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

17 สิงหาคม 2556

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถาม

เรียน ท่านอธิการบดี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถาม เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”

ด้วยนางสาววัลลภา เกลิมวงศาเวช รหัสนักศึกษา 54560095 หลักสูตรปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต กลุ่มวิชาการบริหาร การศึกษา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” “A RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS” โดย แบบสอบถามดังกล่าวได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักคือ ดร.วราภรณ์ ไทยมา และ อาจารย์ที่ ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมคือ รองศาสตราจารย์.ดร.รศขงพร โกมลเสวิน เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

เพื่อให้วิทยานิพนธ์ดังกล่าวเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถามเรื่อง “ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” จำนวน 80 ชุด โดยแบ่งออกเป็นผู้บริหาร 20 ชุด อาจารย์ 20 ชุด บุคลากร 20 ชุด และ นักศึกษา 20 ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิตต์ ฐิตินันท์)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
โทร. 0-2579-1111 ต่อ 3017

บางเขน : 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900  
วิทยาเขตชลบุรี : 79 ถนนบางนา-ตราด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000  
วิทยาเขตมวกะพลา : 979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตมวกะพลา กรุงเทพฯ 10400  
BANGKHEN : 2410/2 Phaholyothin Rd. Jatujak, Bangkok Thailand 10900  
CHONBURI CAMPUS : 79 Bangna-Trad Rd. Klongtamru, Muang, Chonburi Thailand 20000  
PHAYATHAI CAMPUS : 979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd, Payathai, Bangkok Thailand 10400

โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721 www.spu.ac.th  
โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590 www.east.spu.ac.th  
โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185 www.spu.ac.th  
Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721  
Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590  
Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Sripatum University

17 สิงหาคม 2556

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถาม

เรียน ท่านอธิการบดี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถาม เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”

ด้วยนางสาววัลลภา เฉลิมวงษาเวช รหัสนักศึกษา 54560095 หลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต กลุ่มวิชาการบริหาร การศึกษา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” “A RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS โดย แบบสอบถามดังกล่าวได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักคือ ดร.วราภรณ์ ไทยมา และ อาจารย์ที่ ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมคือ รองศาสตราจารย์.ดร.รชงพร โกมลเสวิน เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

เพื่อให้วิทยานิพนธ์ดังกล่าวเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถามเรื่อง “ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” จำนวน 80 ชุด โดยแบ่งออกเป็นผู้บริหาร 20 ชุด อาจารย์ 20 ชุด บุคลากร 20 ชุด และ นักศึกษา 20 ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

*วิจิต อู่อ้น*



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต อู่อ้น)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

โทร. 0-2579-1111 ต่อ 3017

บางเขน : 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900  
วิทยาเขตชลบุรี : 79 ถนนบางนา-ตราด อ่าเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000  
วิทยาเขตพระยาโก : 979 SM Tower ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

BANGKHEN : 2410/2 Phaholyothin Rd. Jatujak, Bangkok Thailand 10900  
CHONBURI CAMPUS : 79 Bangna-Trad Rd, Klongtamru, Muang, Chonburi Thailand 20000  
PHAYATHAI CAMPUS : 979 SM Tower, Floor 17, Phaholyothin Rd, Payathai, Bangkok Thailand 10400

โทร. 0-2579-1111, 0-2561-2222 โทรสาร 0-2561-1721  
โทร. 0-3874-3690-703 โทรสาร 0-3827-6590  
โทร. 0-2298-0181-3 โทรสาร 0-2298-0185

www.spu.ac.th  
www.east.spu.ac.th  
www.spu.ac.th

Tel. 0-2579-1111, 0-2561-2222 Fax. 0-2561-1721  
Tel. 0-3874-3690-703 Fax. 0-3827-6590  
Tel. 0-2298-0181-3 Fax. 0-2298-0185



**ภาคผนวก ฉ.**



DATE: 10/14/2013

TIME: 10:39

P R E L I S 2.72

BY

Karl G. Jöreskog &amp; Dag Sörbom

This program is published exclusively by  
Scientific Software International, Inc.

7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100

Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005

Use of this program is subject to the terms specified in the

Universal Copyright Convention.

Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file M:\@Research Results\_full\17102556\CSR in  
PHE.PR2:

!PRELIS SYNTAX: Can be edited

SY='M:\@Research Results\_full\17102556\CSR in PHE.PSF'

SE 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11

OU MA=KM SM= XT

Total Sample Size = 400

## Univariate Summary Statistics for Continuous Variables

Variable Freq.	Mean	St. Dev.	T-Value	Skewness	Kurtosis	Minimum	Freq.	Maximum
--	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
80 Ethic	4.248	0.604	140.644	-0.531	-0.212	2.290	1	5.000
79 Economic	4.278	0.572	149.684	-0.462	-0.446	2.400	1	5.000
89 Philan	4.277	0.583	146.674	-0.473	-0.236	2.200	1	5.000
106 Legal	4.331	0.576	150.402	-0.520	-0.384	2.500	1	5.000
86 Market	4.187	0.657	127.420	-0.513	-0.406	2.200	1	5.000
38 Social	4.192	0.576	145.678	-0.498	-0.335	2.140	1	5.000
87 Human	4.229	0.657	128.709	-0.675	0.255	1.710	1	5.000
58 Labor	4.108	0.672	122.197	-0.788	0.898	1.600	3	5.000
61 Environm	4.045	0.693	116.707	-0.599	0.269	1.600	1	5.000
52 Communit	3.931	0.749	104.998	-0.541	0.080	1.000	1	5.000
45 Student	4.219	0.580	145.511	-0.563	0.015	2.140	1	5.000

## Test of Univariate Normality for Continuous Variables

Variable	Skewness		Kurtosis		Skewness and Kurtosis	
	Z-Score	P-Value	Z-Score	P-Value	Chi-Square	P-Value
Ethic	-4.151	0.000	-0.874	0.382	17.991	0.000
Economic	-3.655	0.000	-2.280	0.023	18.557	0.000
Philan	-3.737	0.000	-1.004	0.315	14.970	0.001
Legal	-4.073	0.000	-1.868	0.062	20.078	0.000
Market	-4.024	0.000	-2.005	0.045	20.214	0.000
Social	-3.913	0.000	-1.564	0.118	17.755	0.000
Human	-5.120	0.000	1.070	0.285	27.361	0.000
Labor	-5.822	0.000	2.799	0.005	41.729	0.000
Environm	-4.619	0.000	1.115	0.265	22.573	0.000
Communit	-4.218	0.000	0.438	0.662	17.982	0.000

Student -4.371 0.000 0.177 0.859 19.140 0.000

Relative Multivariate Kurtosis = 1.388

Test of Multivariate Normality for Continuous Variables

Skewness			Kurtosis			Skewness and Kurtosis	
Value	Z-Score	P-Value	Value	Z-Score	P-Value	Chi-Square	P-Value
19.369	23.446	0.000	198.472	15.903	0.000	802.651	0.000

Histograms for Continuous Variables

#### Ethic

Frequency	Percentage	Lower Class Limit
3	0.8	2.290
4	1.0	2.561
7	1.8	2.832
21	5.3	3.103
27	6.8	3.374
47	11.8	3.645
82	20.5	3.916
55	13.8	4.187
50	12.5	4.458
104	26.0	4.729

#### Economic

Frequency	Percentage	Lower Class Limit
2	0.5	2.400
3	0.8	2.660
7	1.8	2.920
22	5.5	3.180
27	6.8	3.440
44	11.0	3.700
96	24.0	3.960
34	8.5	4.220
45	11.3	4.480
120	30.0	4.740

#### Philan

Frequency	Percentage	Lower Class Limit
2	0.5	2.200
2	0.5	2.480
7	1.8	2.760
7	1.8	3.040
46	11.5	3.320
28	7.0	3.600
80	20.0	3.880
70	17.5	4.160
29	7.3	4.440
129	32.3	4.720

#### Legal

Frequency	Percentage	Lower Class Limit
2	0.5	2.500
3	0.8	2.750
15	3.8	3.000
7	1.8	3.250
28	7.0	3.500
18	4.5	3.750
117	29.3	4.000
23	5.8	4.250
53	13.3	4.500
134	33.5	4.750

#### Market

Frequency	Percentage	Lower Class Limit
3	0.8	2.200
3	0.8	2.480
28	7.0	2.760
12	3.0	3.040
37	9.3	3.320
17	4.3	3.600
91	22.8	3.880
66	16.5	4.160
23	5.8	4.440

120	30.0	4.720
Social		
Frequency	Percentage	Lower Class Limit
1	0.3	2.140
2	0.5	2.426
3	0.8	2.712
22	5.5	2.998
25	6.3	3.284
39	9.8	3.570
107	26.8	3.856
34	8.5	4.142
91	22.8	4.428
76	19.0	4.714

Human		
Frequency	Percentage	Lower Class Limit
3	0.8	1.710
1	0.3	2.039
2	0.5	2.368
16	4.0	2.697
16	4.0	3.026
33	8.3	3.355
113	28.3	3.684
36	9.0	4.013
38	9.5	4.342
142	35.5	4.671

Labor		
Frequency	Percentage	Lower Class Limit
3	0.8	1.600
5	1.3	1.940
3	0.8	2.280
8	2.0	2.620
25	6.3	2.960
46	11.5	3.300
40	10.0	3.640
113	28.3	3.980
66	16.5	4.320
91	22.8	4.660

Environm		
Frequency	Percentage	Lower Class Limit
2	0.5	1.600
7	1.8	1.940
6	1.5	2.280
7	1.8	2.620
42	10.5	2.960
36	9.0	3.300
27	6.8	3.640
141	35.3	3.980
44	11.0	4.320
88	22.0	4.660

Communit		
Frequency	Percentage	Lower Class Limit
1	0.3	1.000
1	0.3	1.400
10	2.5	1.800
16	4.0	2.200
30	7.5	2.600
48	12.0	3.000
65	16.3	3.400
98	24.5	3.800
66	16.5	4.200
65	16.3	4.600

Student		
Frequency	Percentage	Lower Class Limit
2	0.5	2.140
4	1.0	2.426
2	0.5	2.712
12	3.0	2.998
22	5.5	3.284
48	12.0	3.570
112	28.0	3.856
26	6.5	4.142

82	20.5	4.428
90	22.5	4.714

## Correlation Matrix

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Ethic	1.000					
Economic	0.673	1.000				
Philan	0.682	0.578	1.000			
Legal	0.718	0.602	0.736	1.000		
Market	0.687	0.575	0.775	0.662	1.000	
Social	0.802	0.691	0.695	0.708	0.711	1.000
Human	0.831	0.637	0.673	0.705	0.673	0.724
Labor	0.736	0.589	0.694	0.701	0.687	0.695
Environm	0.499	0.464	0.554	0.503	0.610	0.547
Communit	0.617	0.450	0.666	0.549	0.742	0.660
Student	0.842	0.780	0.694	0.739	0.679	0.844

## Correlation Matrix

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Human	1.000				
Labor	0.849	1.000			
Environm	0.445	0.465	1.000		
Communit	0.602	0.652	0.682	1.000	
Student	0.795	0.746	0.517	0.629	1.000

## Means

Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
4.248	4.278	4.277	4.331	4.187	4.192

## Means

Human	Labor	Environm	Communit	Student
4.229	4.108	4.045	3.931	4.219

## Standard Deviations

Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
0.604	0.572	0.583	0.576	0.657	0.576

## Standard Deviations

Human	Labor	Environm	Communit	Student
0.657	0.672	0.693	0.749	0.580

The Problem used 16408 Bytes (= 0.0% of available workspace)  
DATE: 10/14/2013  
TIME: 11:54

L I S R E L 8.72

BY

Karl G. J"reskog &amp; Dag S"rbom

This program is published exclusively by  
Scientific Software International, Inc.  
7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100  
Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005

Use of this program is subject to the terms specified in the  
Universal Copyright Convention.

Website: www.ssicentral.com

TI CSR Path

Covariance Matrix

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Ethic	1.00					
Economic	0.67	1.00				
Philan	0.68	0.58	1.00			
Legal	0.72	0.60	0.74	1.00		
Market	0.69	0.57	0.78	0.66	1.00	
Social	0.80	0.69	0.70	0.71	0.71	1.00
Human	0.83	0.64	0.67	0.71	0.67	0.72
Labor	0.74	0.59	0.69	0.70	0.69	0.70
Environm	0.50	0.46	0.55	0.50	0.61	0.55
Communit	0.62	0.45	0.67	0.55	0.74	0.66
Student	0.84	0.78	0.69	0.74	0.68	0.84

## Covariance Matrix

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Human	1.00				
Labor	0.85	1.00			
Environm	0.44	0.47	1.00		
Communit	0.60	0.65	0.68	1.00	
Student	0.80	0.75	0.52	0.63	1.00

TI CSR Path

Number of Iterations = 7

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

## Measurement Equations

Ethic = 0.88*Dimensio, Errorvar.= 0.22 , R <sup>2</sup> = 0.78 (0.040) (0.021) 22.15 10.49
Economic = 0.74*Dimensio, Errorvar.= 0.46 , R <sup>2</sup> = 0.54 (0.044) (0.036) 16.69 12.71
Philan = 0.79*Dimensio, Errorvar.= 0.38 , R <sup>2</sup> = 0.62 (0.043) (0.030) 18.52 12.57
Legal = 0.82*Dimensio, Errorvar.= 0.33 , R <sup>2</sup> = 0.67 (0.042) (0.027) 19.64 12.12
Market = 0.79*Initiati, Errorvar.= 0.36 , R <sup>2</sup> = 0.63 (0.042) (0.030) 18.72 12.03
Social = 0.88*Initiati, Errorvar.= 0.22 , R <sup>2</sup> = 0.78 (0.041) (0.024) 21.83 8.98
Human = 0.85*Principi, Errorvar.= 0.28 , R <sup>2</sup> = 0.72 (0.041) (0.025) 20.53 11.45
Labor = 0.83*Principi, Errorvar.= 0.31 , R <sup>2</sup> = 0.69 (0.041) (0.026) 20.10 11.69
Environm = 0.58*Principi, Errorvar.= 0.66 , R <sup>2</sup> = 0.34 (0.047) (0.048) 12.44 13.56
Communit = 0.72*Principi, Errorvar.= 0.48 , R <sup>2</sup> = 0.52 (0.045) (0.037) 16.22 12.81
Student = 0.89*Principi, Errorvar.= 0.20 , R <sup>2</sup> = 0.80 (0.040) (0.021) 22.54 9.50

Error Covariance for Legal and Philan = 0.086  
 (0.020)  
 4.40

Error Covariance for Market and Philan = 0.14  
 (0.022)  
 6.39

Error Covariance for Social and Economic = 0.043  
 (0.021)  
 2.07

Error Covariance for Human and Ethic = 0.079  
 (0.015)  
 5.30

Error Covariance for Labor and Human = 0.14  
 (0.019)  
 7.52

Error Covariance for Environm and Philan = 0.084  
 (0.026)  
 3.19

Error Covariance for Environm and Market = 0.15  
 (0.028)  
 5.21

Error Covariance for Communit and Economic = -0.09  
 (0.019)  
 -4.65

Error Covariance for Communit and Philan = 0.084  
 (0.024)  
 3.48

Error Covariance for Communit and Legal = -0.06  
 (0.018)  
 -3.38

Error Covariance for Communit and Market = 0.17  
 (0.026)  
 6.50

Error Covariance for Communit and Labor = 0.034  
 (0.015)  
 2.23

Error Covariance for Communit and Environm = 0.27  
 (0.033)  
 8.04

Error Covariance for Student and Ethic = 0.037  
 (0.014)  
 2.58

Error Covariance for Student and Economic = 0.11  
 (0.020)  
 5.33

Error Covariance for Student and Social = 0.065  
 (0.016)  
 4.00

Error Covariance for Student and Human = 0.032  
 (0.012)  
 2.73

## Correlation Matrix of Independent Variables

	Dimensio -----	Initiati -----	Principl -----
Dimensio	1.00		
Initiati	1.00 (0.01) 87.17	1.00	

```

Principl      1.01      0.98      1.00
              (0.01)     (0.01)
              108.95    84.62

```

W\_A\_R\_N\_I\_N\_G: is not positive definite

LX was written to file fort.11

PH was written to file fort.12

TD was written to file fort.13

#### Goodness of Fit Statistics

```

Degrees of Freedom = 24
Minimum Fit Function Chi-Square = 45.55 (P = 0.0050)
Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 44.52 (P = 0.0066)
Chi-Square Difference with 1 Degree of Freedom = 5.78 (P = 0.016)
Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 20.52
90 Percent Confidence Interval for NCP = (5.55 ; 43.30)

```

```

Minimum Fit Function Value = 0.11
Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.051
90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.014 ; 0.11)
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.046
90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.024 ; 0.067)
P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.59

```

```

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.32
90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.28 ; 0.38)
ECVI for Saturated Model = 0.33
ECVI for Independence Model = 24.79

```

```

Chi-Square for Independence Model with 55 Degrees of Freedom = 9869.80
Independence AIC = 9891.80
Model AIC = 128.52
Saturated AIC = 132.00
Independence CAIC = 9946.71
Model CAIC = 338.16
Saturated CAIC = 461.44

```

```

Normed Fit Index (NFI) = 1.00
Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.99
Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.43
Comparative Fit Index (CFI) = 1.00
Incremental Fit Index (IFI) = 1.00
Relative Fit Index (RFI) = 0.99

```

Critical N (CN) = 377.45

```

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.016
Standardized RMR = 0.016
Goodness of Fit Index (GFI) = 0.98
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.95
Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.36

```

TI CSR Path

#### Fitted Covariance Matrix

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Ethic	1.00					
Economic	0.65	1.00				
Philan	0.70	0.58	1.00			
Legal	0.72	0.60	0.73	1.00		
Market	0.71	0.59	0.77	0.65	1.00	
Social	0.78	0.70	0.70	0.73	0.70	1.00
Human	0.83	0.63	0.67	0.70	0.66	0.74
Labor	0.74	0.62	0.66	0.69	0.65	0.72
Environm	0.52	0.43	0.55	0.48	0.60	0.51
Communit	0.64	0.45	0.66	0.54	0.73	0.63
Student	0.83	0.77	0.71	0.74	0.70	0.84



Fitted Covariance Matrix

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Human	1.00				
Labor	0.85	1.00			
Environm	0.50	0.49	1.00		
Communit	0.61	0.64	0.69	1.00	
Student	0.79	0.74	0.52	0.65	1.00

Fitted Residuals

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Ethic	0.00					
Economic	0.02	0.00				
Philan	-0.01	0.00	0.00			
Legal	-0.01	0.00	0.00	0.00		
Market	-0.02	-0.01	0.01	0.01	0.00	
Social	0.02	-0.01	0.00	-0.02	0.01	0.00
Human	0.00	0.01	0.00	0.01	0.01	-0.01
Labor	-0.01	-0.03	0.03	0.01	0.04	-0.03
Environm	-0.02	0.03	0.01	0.02	0.01	0.04
Communit	-0.03	0.00	0.01	0.01	0.01	0.03
Student	0.01	0.01	-0.02	0.00	-0.02	0.00

Fitted Residuals

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Human	0.00				
Labor	0.00	0.00			
Environm	-0.05	-0.02	0.00		
Communit	-0.01	0.02	-0.01	0.00	
Student	0.01	0.00	-0.01	-0.02	0.00

Summary Statistics for Fitted Residuals

Smallest Fitted Residual = -0.05  
 Median Fitted Residual = 0.00  
 Largest Fitted Residual = 0.04

Stemleaf Plot

```

- 5|0
- 4|
- 3|
- 2|988220
- 1|88863330
- 0|9666533221100000
0|11111123345566678888899
1|13368
2|13
3|01368
    
```

Standardized Residuals

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Ethic	-0.45					
Economic	1.94	0.14				
Philan	-1.36	-0.09	1.42			
Legal	-0.69	-0.05	0.87	-1.67		
Market	-1.88	-0.74	1.34	0.64	2.52	
Social	2.96	-1.61	-0.28	-1.89	1.29	-0.79
Human	-0.63	0.64	0.07	0.53	0.85	-1.47
Labor	-0.66	-1.96	2.47	1.09	2.55	-3.01
Environm	-1.50	1.20	1.26	1.01	3.11	2.29
Communit	-2.51	0.05	1.75	1.40	1.57	2.48
Student	2.71	2.01	-1.87	0.06	-2.24	1.28

Standardized Residuals

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Human	0.05				

Labor	0.31	0.91			
Environm	-2.76	-1.11	1.27		
Communit	-0.74	1.41	-1.22	-0.33	
Student	1.33	0.10	-0.40	-1.71	2.73

Summary Statistics for Standardized Residuals

Smallest Standardized Residual = -3.01  
 Median Standardized Residual = 0.12  
 Largest Standardized Residual = 3.11

Stemleaf Plot

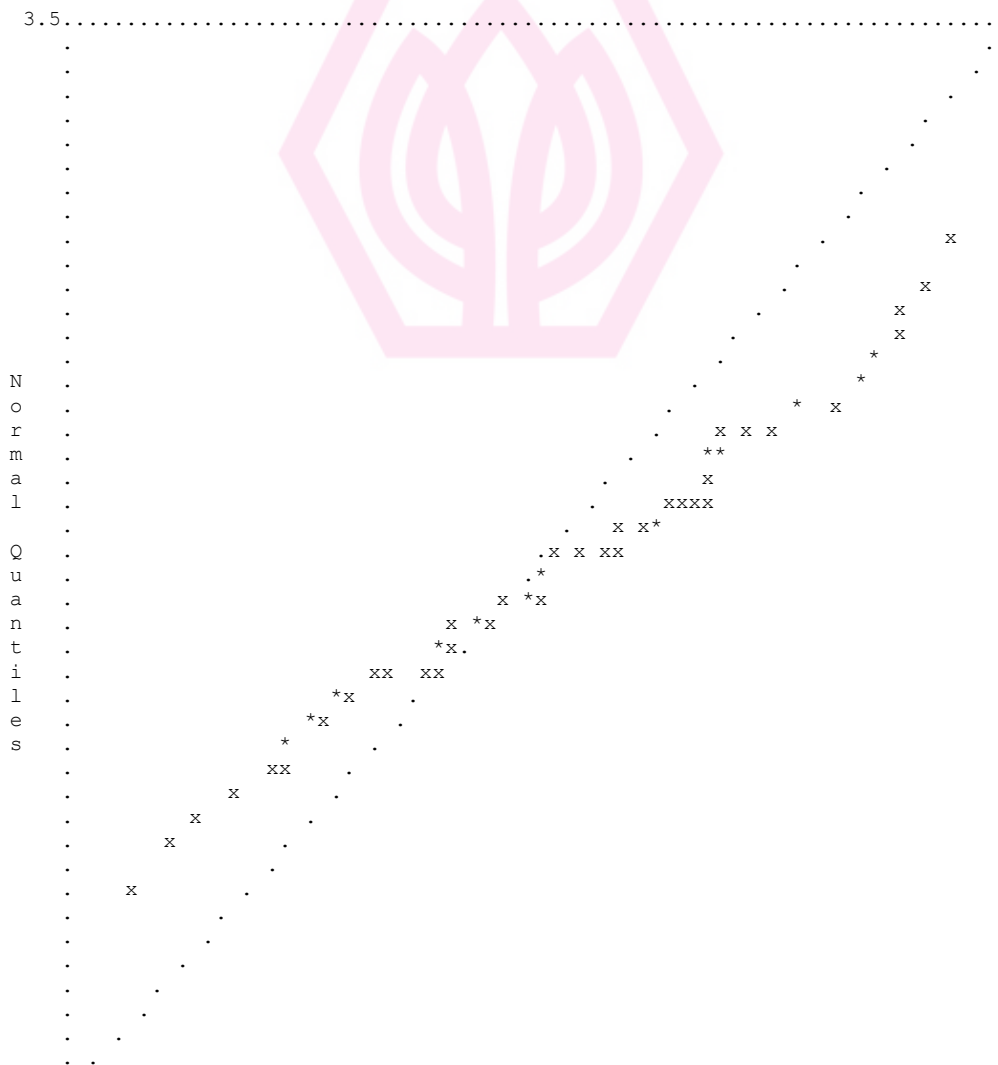
```

- 3|0
- 2|8520
- 1|99977655421
- 0|877776443311
  0|1111113566899
  1|012333333444679
  2|03555677
  3|01
    
```

Largest Negative Standardized Residuals  
 Residual for Labor and Social -3.01  
 Residual for Environm and Human -2.76  
 Largest Positive Standardized Residuals  
 Residual for Social and Ethic 2.96  
 Residual for Environm and Market 3.11  
 Residual for Student and Ethic 2.71  
 Residual for Student and Student 2.73

TI CSR Path

Qplot of Standardized Residuals



-3.5.....  
 -3.5 Standardized Residuals 3.5

TI CSR Path

Factor Scores Regressions

KSI

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Dimensio	0.16	0.04	0.02	0.14	0.10	0.20
Initiati	0.25	0.08	0.05	0.16	0.10	0.24
Principl	0.23	0.08	0.07	0.16	0.04	0.14

KSI

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Dimensio	0.06	0.14	0.00	0.07	0.17
Initiati	0.01	0.12	-0.01	0.06	0.05
Principl	0.03	0.14	0.00	0.09	0.14

TI CSR Path

Standardized Solution

LAMBDA-X

	Dimensio	Initiati	Principl
Ethic	0.88	- -	- -
Economic	0.74	- -	- -
Philan	0.79	- -	- -
Legal	0.82	- -	- -
Market	- -	0.79	- -
Social	- -	0.88	- -
Human	- -	- -	0.85
Labor	- -	- -	0.83
Environm	- -	- -	0.58
Communit	- -	- -	0.72
Student	- -	- -	0.89

PHI

	Dimensio	Initiati	Principl
Dimensio	1.00		
Initiati	1.00	1.00	
Principl	1.01	0.98	1.00

TI CSR Path

Completely Standardized Solution

LAMBDA-X

	Dimensio	Initiati	Principl
Ethic	0.88	- -	- -
Economic	0.74	- -	- -
Philan	0.79	- -	- -
Legal	0.82	- -	- -
Market	- -	0.80	- -
Social	- -	0.88	- -
Human	- -	- -	0.85
Labor	- -	- -	0.83
Environm	- -	- -	0.58
Communit	- -	- -	0.72
Student	- -	- -	0.90

PHI

Dimensio	Initiati	Principl
----------	----------	----------

Dimensio	1.00			
Initiati	1.00	1.00		
Principl	1.01	0.98	1.00	

## THETA-DELTA

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Ethic	0.22					
Economic	- -	0.46				
Philan	- -	- -	0.38			
Legal	- -	- -	0.09	0.33		
Market	- -	- -	0.14	- -	0.37	
Social	- -	0.04	- -	- -	- -	0.22
Human	0.08	- -	- -	- -	- -	- -
Labor	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Environm	- -	- -	0.08	- -	0.15	- -
Communit	- -	-0.09	0.08	-0.06	0.17	- -
Student	0.04	0.11	- -	- -	- -	0.06

## THETA-DELTA

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
	-----	-----	-----	-----	-----
Human	0.28				
Labor	0.14	0.31			
Environm	- -	- -	0.66		
Communit	- -	0.03	0.27	0.48	
Student	0.03	- -	- -	- -	0.20



DATE: 10/15/2013  
TIME: 22:45

P R E L I S 2.72

BY

Karl G. Joreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by  
Scientific Software International, Inc.  
7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100  
Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.  
Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140  
Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005  
Use of this program is subject to the terms specified in the  
Universal Copyright Convention.  
Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file M:\@Research  
Results\_full\17102556\Second.PR2:

!PRELIS SYNTAX: Can be edited  
SY='M:\@Research Results\_full\17102556\Second.PSF'

SE 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11  
OU MA=KM SM= XT

Total Sample Size = 400

Univariate Summary Statistics for Continuous Variables

Variable	Mean	St. Dev.	T-Value	Skewness	Kurtosis	Minimum	Freq.	Maximum
Ethic	4.248	0.604	140.644	-0.531	-0.212	2.290	1	5.000
Economic	4.278	0.572	149.684	-0.462	-0.446	2.400	1	5.000
Philan	4.277	0.583	146.674	-0.473	-0.236	2.200	1	5.000
Legal	4.331	0.576	150.402	-0.520	-0.384	2.500	1	5.000
Market	4.187	0.657	127.420	-0.513	-0.406	2.200	1	5.000
Social	4.192	0.576	145.678	-0.498	-0.335	2.140	1	5.000
Human	4.229	0.657	128.709	-0.675	0.255	1.710	1	5.000
Labor	4.108	0.672	122.197	-0.788	0.898	1.600	3	5.000
Environm	4.045	0.693	116.707	-0.599	0.269	1.600	1	5.000
Communit	3.931	0.749	104.998	-0.541	0.080	1.000	1	5.000
Student	4.219	0.580	145.511	-0.563	0.015	2.140	1	5.000

Test of Univariate Normality for Continuous Variables

Variable	Skewness		Kurtosis		Skewness and Kurtosis	
	Z-Score	P-Value	Z-Score	P-Value	Chi-Square	P-Value
Ethic	-4.151	0.000	-0.874	0.382	17.991	0.000
Economic	-3.655	0.000	-2.280	0.023	18.557	0.000
Philan	-3.737	0.000	-1.004	0.315	14.970	0.001
Legal	-4.073	0.000	-1.868	0.062	20.078	0.000
Market	-4.024	0.000	-2.005	0.045	20.214	0.000
Social	-3.913	0.000	-1.564	0.118	17.755	0.000
Human	-5.120	0.000	1.070	0.285	27.361	0.000
Labor	-5.822	0.000	2.799	0.005	41.729	0.000

Environm	-4.619	0.000	1.115	0.265	22.573	0.000
Communit	-4.218	0.000	0.438	0.662	17.982	0.000
Student	-4.371	0.000	0.177	0.859	19.140	0.000

Relative Multivariate Kurtosis = 1.388

Test of Multivariate Normality for Continuous Variables

Skewness			Kurtosis			Skewness and Kurtosis	
Value	Z-Score	P-Value	Value	Z-Score	P-Value	Chi-Square	P-Value
19.369	23.446	0.000	198.472	15.903	0.000	802.651	0.000

Histograms for Continuous Variables

#### Ethic

Frequency	Percentage	Lower Class Limit
3	0.8	2.290
4	1.0	2.561
7	1.8	2.832
21	5.3	3.103
27	6.8	3.374
47	11.8	3.645
82	20.5	3.916
55	13.8	4.187
50	12.5	4.458
104	26.0	4.729

#### Economic

Frequency	Percentage	Lower Class Limit
2	0.5	2.400
3	0.8	2.660
7	1.8	2.920
22	5.5	3.180
27	6.8	3.440
44	11.0	3.700
96	24.0	3.960
34	8.5	4.220
45	11.3	4.480
120	30.0	4.740

#### Philan

Frequency	Percentage	Lower Class Limit
2	0.5	2.200
2	0.5	2.480
7	1.8	2.760
7	1.8	3.040
46	11.5	3.320
28	7.0	3.600
80	20.0	3.880
70	17.5	4.160
29	7.3	4.440
129	32.3	4.720

#### Legal

Frequency	Percentage	Lower Class Limit
2	0.5	2.500
3	0.8	2.750
15	3.8	3.000
7	1.8	3.250
28	7.0	3.500
18	4.5	3.750
117	29.3	4.000
23	5.8	4.250
53	13.3	4.500
134	33.5	4.750

#### Market

Frequency	Percentage	Lower Class Limit
3	0.8	2.200
3	0.8	2.480
28	7.0	2.760
12	3.0	3.040
37	9.3	3.320
17	4.3	3.600
91	22.8	3.880

66	16.5	4.160
23	5.8	4.440
120	30.0	4.720
Social		
Frequency	Percentage	Lower Class Limit
1	0.3	2.140
2	0.5	2.426
3	0.8	2.712
22	5.5	2.998
25	6.3	3.284
39	9.8	3.570
107	26.8	3.856
34	8.5	4.142
91	22.8	4.428
76	19.0	4.714
Human		
Frequency	Percentage	Lower Class Limit
3	0.8	1.710
1	0.3	2.039
2	0.5	2.368
16	4.0	2.697
16	4.0	3.026
33	8.3	3.355
113	28.3	3.684
36	9.0	4.013
38	9.5	4.342
142	35.5	4.671
Labor		
Frequency	Percentage	Lower Class Limit
3	0.8	1.600
5	1.3	1.940
3	0.8	2.280
8	2.0	2.620
25	6.3	2.960
46	11.5	3.300
40	10.0	3.640
113	28.3	3.980
66	16.5	4.320
91	22.8	4.660
Environm		
Frequency	Percentage	Lower Class Limit
2	0.5	1.600
7	1.8	1.940
6	1.5	2.280
7	1.8	2.620
42	10.5	2.960
36	9.0	3.300
27	6.8	3.640
141	35.3	3.980
44	11.0	4.320
88	22.0	4.660
Communit		
Frequency	Percentage	Lower Class Limit
1	0.3	1.000
1	0.3	1.400
10	2.5	1.800
16	4.0	2.200
30	7.5	2.600
48	12.0	3.000
65	16.3	3.400
98	24.5	3.800
66	16.5	4.200
65	16.3	4.600
Student		
Frequency	Percentage	Lower Class Limit
2	0.5	2.140
4	1.0	2.426
2	0.5	2.712
12	3.0	2.998
22	5.5	3.284
48	12.0	3.570

112	28.0	3.856
26	6.5	4.142
82	20.5	4.428
90	22.5	4.714

Correlation Matrix

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Ethic	1.000					
Economic	0.673	1.000				
Philan	0.682	0.578	1.000			
Legal	0.718	0.602	0.736	1.000		
Market	0.687	0.575	0.775	0.662	1.000	
Social	0.802	0.691	0.695	0.708	0.711	1.000
Human	0.831	0.637	0.673	0.705	0.673	0.724
Labor	0.736	0.589	0.694	0.701	0.687	0.695
Environm	0.499	0.464	0.554	0.503	0.610	0.547
Communit	0.617	0.450	0.666	0.549	0.742	0.660
Student	0.842	0.780	0.694	0.739	0.679	0.844

Correlation Matrix

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Human	1.000				
Labor	0.849	1.000			
Environm	0.445	0.465	1.000		
Communit	0.602	0.652	0.682	1.000	
Student	0.795	0.746	0.517	0.629	1.000

Means

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
	4.248	4.278	4.277	4.331	4.187	4.192

Means

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
	4.229	4.108	4.045	3.931	4.219

Standard Deviations

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
	0.604	0.572	0.583	0.576	0.657	0.576

Standard Deviations

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
	0.657	0.672	0.693	0.749	0.580

The Problem used 16408 Bytes (= 0.0% of available workspace)  
 DATE: 10/19/2013  
 TIME: 13:11



L I S R E L 8.72

BY

Karl G. J'reskog &amp; Dag S'rbom

This program is published exclusively by  
 Scientific Software International, Inc.  
 7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100  
 Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.  
 Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140  
 Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005  
 Use of this program is subject to the terms specified in the  
 Universal Copyright Convention.  
 Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file M:\@Research  
 Results\_full\17102556\csr2ORDER\_Cfa.LPJ:

```

TI
!DA NI=11 NO=400 MA=CM
SY='M:\@Research Results_full\17102556\Second.dsf' NG=1
MO NY=11 NK=1 NE=3 BE=FU GA=FI PS=SY TE=SY
LE
Dimensio Initiati Principi
LK
'CSR in P'
FR LY(2,1) LY(3,1) LY(4,1) LY(6,2) LY(8,3) LY(9,3) LY(10,3) LY(11,3) GA(1,1)
FR GA(2,1) GA(3,1) TE(4,3) TE(5,3) TE(6,2) TE(7,1) TE(8,7) TE(9,3) TE(9,5)
FR TE(10,2) TE(10,3) TE(10,4) TE(10,5) TE(10,8) TE(10,9) TE(11,1) TE(11,2) TE(11,6)
FR TE(11,7)
VA 0.89 LY(1,1)
VA 0.81 LY(5,2)
VA 0.88 LY(7,3)
PD
OU AM PC EF FS SC AD=OFF LY=csr2ORDER_Cfa.lys BE=csr2ORDER_Cfa.bes
GA=csr2ORDER_Cfa.gas C
PH=csr2ORDER_Cfa.phs PS=csr2ORDER_Cfa.pss TE=csr2ORDER_Cfa.tes MA=csr2ORDER_Cfa.mas C
SI=csr2ORDER_Cfa.sis SV=csr2ORDER_Cfa.svs TV=csr2ORDER_Cfa.tvts

```

TI

```

Number of Input Variables 11
Number of Y - Variables 11
Number of X - Variables 0
Number of ETA - Variables 3
Number of KSI - Variables 1
Number of Observations 400

```

MA was written to file M:\@Research Results\_full\17102556\csr2ORDER\_Cfa.mas

TI

## Covariance Matrix

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Ethic	1.00					
Economic	0.67	1.00				
Philan	0.68	0.58	1.00			
Legal	0.72	0.60	0.74	1.00		
Market	0.69	0.57	0.78	0.66	1.00	
Social	0.80	0.69	0.70	0.71	0.71	1.00
Human	0.83	0.64	0.67	0.71	0.67	0.72
Labor	0.74	0.59	0.69	0.70	0.69	0.70
Environm	0.50	0.46	0.55	0.50	0.61	0.55
Communit	0.62	0.45	0.67	0.55	0.74	0.66
Student	0.84	0.78	0.69	0.74	0.68	0.84

## Covariance Matrix

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Human	1.00				
Labor	0.85	1.00			
Environm	0.44	0.47	1.00		

Communit	0.60	0.65	0.68	1.00	
Student	0.80	0.75	0.52	0.63	1.00

TI

Parameter Specifications

LAMBDA-Y

	Dimensio	Initiati	Principl
Ethic	0	0	0
Economic	1	0	0
Philan	2	0	0
Legal	3	0	0
Market	0	0	0
Social	0	4	0
Human	0	0	0
Labor	0	0	5
Environm	0	0	6
Communit	0	0	7
Student	0	0	8

GAMMA

CSR in P

Dimensio	9
Initiati	10
Principl	11

PSI

Dimensio	Initiati	Principl
12	13	14

THETA-EPS

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Ethic	15					
Economic	0	16				
Philan	0	0	17			
Legal	0	0	18	19		
Market	0	0	20	0	21	
Social	0	22	0	0	0	23
Human	24	0	0	0	0	0
Labor	0	0	0	0	0	0
Environm	0	0	28	0	29	0
Communit	0	31	32	33	34	0
Student	38	39	0	0	0	40

THETA-EPS

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Human	25				
Labor	26	27			
Environm	0	0	30		
Communit	0	35	36	37	
Student	41	0	0	0	42

TI

Number of Iterations = 41

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

LAMBDA-Y

	Dimensio	Initiati	Principl
Ethic	0.89	- -	- -

Economic	0.74 (0.04) 17.81	- -	- -
Philan	0.79 (0.04) 20.23	- -	- -
Legal	0.82 (0.04) 21.74	- -	- -
Market	- -	0.81	- -
Social	- -	0.90 (0.04) 20.36	- -
Human	- -	- -	0.88
Labor	- -	- -	0.87 (0.03) 28.75
Environm	- -	- -	0.61 (0.05) 12.58
Communit	- -	- -	0.75 (0.05) 16.49
Student	- -	- -	0.93 (0.04) 24.99

GAMMA

	CSR in P
Dimensio	1.01 (0.04) 22.53
Initiati	0.97 (0.05) 18.49
Principl	0.96 (0.05) 20.44

Covariance Matrix of ETA and KSI

	Dimensio	Initiati	Principl	CSR in P
Dimensio	0.99			
Initiati	0.98	0.96		
Principl	0.96	0.93	0.93	
CSR in P	1.01	0.97	0.96	1.00

PHI

CSR in P
1.00

PSI

Note: This matrix is diagonal.

Dimensio	Initiati	Principl
-0.03	0.02	0.01

(0.01) (0.02) (0.01)  
 -1.98 1.06 0.78

Squared Multiple Correlations for Structural Equations

Dimensio	Initiati	Principl
1.03	0.98	0.99

Squared Multiple Correlations for Reduced Form

Dimensio	Initiati	Principl
1.03	0.98	0.99

THETA-EPS

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Ethic	0.22 (0.02) 10.49					
Economic	- -	0.46 (0.04) 12.71				
Philan	- -	- -	0.38 (0.03) 12.57			
Legal	- -	- -	0.09 (0.02) 4.40	0.33 (0.03) 12.12		
Market	- -	- -	0.14 (0.02) 6.39	- -	0.36 (0.03) 12.03	
Social	- -	0.04 (0.02) 2.07	- -	- -	- -	0.22 (0.02) 8.98
Human	0.08 (0.01) 5.30	- -	- -	- -	- -	- -
Labor	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Environm	- -	- -	0.08 (0.03) 3.19	- -	0.15 (0.03) 5.21	- -
Communit	- -	-0.09 (0.02) -4.65	0.08 (0.02) 3.48	-0.06 (0.02) -3.38	0.17 (0.03) 6.50	- -
Student	0.04 (0.01) 2.58	0.11 (0.02) 5.33	- -	- -	- -	0.06 (0.02) 4.00

THETA-EPS

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Human	0.28 (0.02) 11.45				
Labor	0.14 (0.02) 7.52	0.31 (0.03) 11.69			
Environm	- -	- -	0.66 (0.05)		

			13.56		
Communit	--	0.03 (0.02) 2.23	0.27 (0.03) 8.04	0.48 (0.04) 12.81	
Student	0.03 (0.01) 2.73	--	--	--	0.20 (0.02) 9.50

## Squared Multiple Correlations for Y - Variables

Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
-----	-----	-----	-----	-----	-----
0.78	0.54	0.62	0.67	0.63	0.78

## Squared Multiple Correlations for Y - Variables

Human	Labor	Environm	Communit	Student
-----	-----	-----	-----	-----
0.72	0.69	0.34	0.52	0.80

## Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 24  
 Minimum Fit Function Chi-Square = 45.55 (P = 0.0050)  
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 44.52 (P = 0.0066)  
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 20.52  
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (5.55 ; 43.30)

Minimum Fit Function Value = 0.11  
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.051  
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.014 ; 0.11)  
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.046  
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.024 ; 0.067)  
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.59

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.32  
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.28 ; 0.38)  
 ECVI for Saturated Model = 0.33  
 ECVI for Independence Model = 24.79

Chi-Square for Independence Model with 55 Degrees of Freedom = 9869.80  
 Independence AIC = 9891.80  
 Model AIC = 128.52  
 Saturated AIC = 132.00  
 Independence CAIC = 9946.71  
 Model CAIC = 338.16  
 Saturated CAIC = 461.44

Normed Fit Index (NFI) = 1.00  
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.99  
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.43  
 Comparative Fit Index (CFI) = 1.00  
 Incremental Fit Index (IFI) = 1.00  
 Relative Fit Index (RFI) = 0.99

Critical N (CN) = 377.45

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.016  
 Standardized RMR = 0.016  
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.98  
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.95  
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.36

TI

## Modification Indices and Expected Change

## Modification Indices for LAMBDA-Y

Dimensio	Initiati	Principl
-----	-----	-----
Ethic	--	1.78
		1.18

Economic	- -	0.20	1.01
Philan	- -	0.08	0.17
Legal	- -	1.95	0.05
Market	2.13	- -	2.13
Social	2.13	- -	2.13
Human	0.09	0.03	- -
Labor	0.01	1.65	- -
Environm	0.35	3.08	- -
Communit	2.79	1.61	- -
Student	0.11	1.25	- -

## Expected Change for LAMBDA-Y

	Dimensio	Initiati	Principl
	-----	-----	-----
Ethic	- -	1.18	-1.05
Economic	- -	0.35	0.93
Philan	- -	0.14	0.30
Legal	- -	-0.72	-0.15
Market	0.89	- -	2.13
Social	-0.99	- -	-2.37
Human	-0.15	0.09	- -
Labor	-0.06	-0.66	- -
Environm	-0.44	1.14	- -
Communit	1.25	0.74	- -
Student	-0.24	-0.81	- -

## Standardized Expected Change for LAMBDA-Y

	Dimensio	Initiati	Principl
	-----	-----	-----
Ethic	- -	1.16	-1.01
Economic	- -	0.35	0.89
Philan	- -	0.14	0.29
Legal	- -	-0.71	-0.14
Market	0.88	- -	2.05
Social	-0.98	- -	-2.28
Human	-0.15	0.09	- -
Labor	-0.06	-0.65	- -
Environm	-0.43	1.11	- -
Communit	1.24	0.73	- -
Student	-0.24	-0.79	- -

## Completely Standardized Expected Change for LAMBDA-Y

	Dimensio	Initiati	Principl
	-----	-----	-----
Ethic	- -	1.16	-1.01
Economic	- -	0.35	0.89
Philan	- -	0.14	0.29
Legal	- -	-0.71	-0.14
Market	0.88	- -	2.06
Social	-0.98	- -	-2.28
Human	-0.15	0.09	- -
Labor	-0.06	-0.65	- -
Environm	-0.43	1.11	- -
Communit	1.24	0.73	- -
Student	-0.24	-0.79	- -

No Non-Zero Modification Indices for BETA

No Non-Zero Modification Indices for GAMMA

No Non-Zero Modification Indices for PHI

No Non-Zero Modification Indices for PSI

## Modification Indices for THETA-EPS

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Ethic	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Economic	0.51	- -	- -	- -	- -	- -
Philan	0.04	0.15	- -	- -	- -	- -
Legal	0.85	0.02	- -	- -	- -	- -
Market	1.25	0.64	- -	0.09	- -	- -
Social	7.33	- -	0.04	1.27	- -	- -

Human	- -	1.47	0.61	0.25	0.71	0.74
Labor	0.59	4.93	2.01	0.13	1.80	4.49
Environm	0.22	1.42	- -	0.65	- -	1.09
Communit	1.25	- -	- -	- -	- -	2.89
Student	- -	- -	0.39	0.38	0.70	- -

## Modification Indices for THETA-EPS

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Human	- -				
Labor	- -	- -			
Environm	4.09	0.38	- -		
Communit	0.84	- -	- -	- -	
Student	- -	5.20	0.00	1.12	- -

## Expected Change for THETA-EPS

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Ethic	- -					
Economic	0.01	- -				
Philan	0.00	0.01	- -			
Legal	-0.01	0.00	- -	- -		
Market	-0.02	-0.02	- -	0.01	- -	
Social	0.04	- -	0.00	-0.02	- -	- -
Human	- -	0.02	-0.01	0.01	0.01	-0.01
Labor	-0.01	-0.04	0.02	0.01	0.02	-0.03
Environm	0.01	0.03	- -	0.02	- -	0.02
Communit	-0.02	- -	- -	- -	- -	0.03
Student	- -	- -	-0.01	0.01	-0.01	- -

## Expected Change for THETA-EPS

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Human	- -				
Labor	- -	- -			
Environm	-0.03	-0.01	- -		
Communit	0.01	- -	- -	- -	
Student	- -	0.04	0.00	-0.01	- -

## Completely Standardized Expected Change for THETA-EPS

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Ethic	- -					
Economic	0.01	- -				
Philan	0.00	0.01	- -			
Legal	-0.01	0.00	- -	- -		
Market	-0.02	-0.02	- -	0.01	- -	
Social	0.04	- -	0.00	-0.02	- -	- -
Human	- -	0.02	-0.01	0.01	0.01	-0.01
Labor	-0.01	-0.04	0.02	0.01	0.02	-0.03
Environm	0.01	0.03	- -	0.02	- -	0.02
Communit	-0.02	- -	- -	- -	- -	0.03
Student	- -	- -	-0.01	0.01	-0.01	- -

## Completely Standardized Expected Change for THETA-EPS

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Human	- -				
Labor	- -	- -			
Environm	-0.03	-0.01	- -		
Communit	0.01	- -	- -	- -	
Student	- -	0.04	0.00	-0.01	- -

Maximum Modification Index is 7.33 for Element ( 6, 1) of THETA-EPS

TI

Factor Scores Regressions

ETA

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Dimensio	0.16	0.04	0.02	0.14	0.10	0.20
Initiati	0.25	0.08	0.05	0.16	0.10	0.23
Principl	0.23	0.08	0.06	0.16	0.04	0.14

## ETA

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Dimensio	0.06	0.14	0.00	0.07	0.17
Initiati	0.01	0.12	-0.01	0.06	0.05
Principl	0.03	0.14	0.00	0.09	0.13

TI

## Standardized Solution

## LAMBDA-Y

	Dimensio	Initiati	Principl
Ethic	0.88	- -	- -
Economic	0.74	- -	- -
Philan	0.79	- -	- -
Legal	0.82	- -	- -
Market	- -	0.79	- -
Social	- -	0.88	- -
Human	- -	- -	0.85
Labor	- -	- -	0.83
Environm	- -	- -	0.58
Communit	- -	- -	0.72
Student	- -	- -	0.89

## GAMMA

## CSR in P

Dimensio	1.01
Initiati	0.99
Principl	0.99

## Correlation Matrix of ETA and KSI

	Dimensio	Initiati	Principl	CSR in P
Dimensio	1.00			
Initiati	1.00	1.00		
Principl	1.01	0.98	1.00	
CSR in P	1.01	0.99	0.99	1.00

## PSI

Note: This matrix is diagonal.

Dimensio	Initiati	Principl
-0.03	0.02	0.01

TI

## Completely Standardized Solution

## LAMBDA-Y

	Dimensio	Initiati	Principl
Ethic	0.88	- -	- -
Economic	0.74	- -	- -
Philan	0.79	- -	- -
Legal	0.82	- -	- -
Market	- -	0.80	- -
Social	- -	0.88	- -
Human	- -	- -	0.85
Labor	- -	- -	0.83
Environm	- -	- -	0.58
Communit	- -	- -	0.72
Student	- -	- -	0.90



## GAMMA

	CSR in P
Dimensio	1.01
Initiati	0.99
Principl	0.99

## Correlation Matrix of ETA and KSI

	Dimensio	Initiati	Principl	CSR in P
Dimensio	1.00			
Initiati	1.00	1.00		
Principl	1.01	0.98	1.00	
CSR in P	1.01	0.99	0.99	1.00

## PSI

Note: This matrix is diagonal.

	Dimensio	Initiati	Principl
	-0.03	0.02	0.01

## THETA-EPS

	Ethic	Economic	Philan	Legal	Market	Social
Ethic	0.22					
Economic	- -	0.46				
Philan	- -	- -	0.38			
Legal	- -	- -	0.09	0.33		
Market	- -	- -	0.14	- -	0.37	
Social	- -	0.04	- -	- -	- -	0.22
Human	0.08	- -	- -	- -	- -	- -
Labor	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Environm	- -	- -	0.08	- -	0.15	- -
Communit	- -	-0.09	0.08	-0.06	0.17	- -
Student	0.04	0.11	- -	- -	- -	0.06

## THETA-EPS

	Human	Labor	Environm	Communit	Student
Human	0.28				
Labor	0.14	0.31			
Environm	- -	- -	0.66		
Communit	- -	0.03	0.27	0.48	
Student	0.03	- -	- -	- -	0.20

## TI

## Total and Indirect Effects

## Total Effects of X on ETA

	CSR in P
Dimensio	1.01 (0.04) 22.53
Initiati	0.97 (0.05) 18.49
Principl	0.96 (0.05) 20.44

BETA\*BETA' is not Pos. Def., Stability Index cannot be Computed

## Total Effects of ETA on Y

Dimensio	Initiati	Principl
----------	----------	----------

Ethic	----- 0.89	----- - -	----- - -
Economic	0.74 (0.04) 17.81	- -	- -
Philan	0.79 (0.04) 20.23	- -	- -
Legal	0.82 (0.04) 21.74	- -	- -
Market	- -	0.81	- -
Social	- -	0.90 (0.04) 20.36	- -
Human	- -	- -	0.88
Labor	- -	- -	0.87 (0.03) 28.75
Environm	- -	- -	0.61 (0.05) 12.58
Communit	- -	- -	0.75 (0.05) 16.49
Student	- -	- -	0.93 (0.04) 24.99
Total Effects of X on Y			
	CSR in P -----		
Ethic	0.90 (0.04) 22.53		
Economic	0.75 (0.04) 16.78		
Philan	0.80 (0.04) 18.78		
Legal	0.83 (0.04) 19.92		
Market	0.79 (0.04) 18.49		
Social	0.87 (0.04) 21.74		
Human	0.84 (0.04) 20.44		
Labor	0.83 (0.04) 20.00		
Environm	0.58		

	(0.05)
	12.39
Communit	0.72
	(0.04)
	16.10
Student	0.89
	(0.04)
	22.14

TI

Standardized Total and Indirect Effects  
Standardized Total Effects of X on ETA

	CSR in P
	-----
Dimensio	1.01
Initiati	0.99
Principl	0.99

Standardized Total Effects of ETA on Y

	Dimensio	Initiati	Principl
	-----	-----	-----
Ethic	0.88	- -	- -
Economic	0.74	- -	- -
Philan	0.79	- -	- -
Legal	0.82	- -	- -
Market	- -	0.79	- -
Social	- -	0.88	- -
Human	- -	- -	0.85
Labor	- -	- -	0.83
Environm	- -	- -	0.58
Communit	- -	- -	0.72
Student	- -	- -	0.89

Completely Standardized Total Effects of ETA on Y

	Dimensio	Initiati	Principl
	-----	-----	-----
Ethic	0.88	- -	- -
Economic	0.74	- -	- -
Philan	0.79	- -	- -
Legal	0.82	- -	- -
Market	- -	0.80	- -
Social	- -	0.88	- -
Human	- -	- -	0.85
Labor	- -	- -	0.83
Environm	- -	- -	0.58
Communit	- -	- -	0.72
Student	- -	- -	0.90

Standardized Total Effects of X on Y

	CSR in P
	-----
Ethic	0.90
Economic	0.75
Philan	0.80
Legal	0.83
Market	0.79
Social	0.87
Human	0.84
Labor	0.83
Environm	0.58
Communit	0.72
Student	0.89

Completely Standardized Total Effects of X on Y

	CSR in P
	-----
Ethic	0.90
Economic	0.75
Philan	0.80

Legal	0.83
Market	0.79
Social	0.87
Human	0.84
Labor	0.83
Environm	0.58
Communit	0.72
Student	0.89

Time used: 0.016 Seconds



ประวัติผู้วิจัย



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	วัลลภา เกลิมวงศาเวช
วัน เดือน ปีเกิด	5 กรกฎาคม 2515
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2540 ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน) เกียรตินิยมเหรียญทอง มหาวิทยาลัยกรุงเทพ พ.ศ. 2538 ปริญญาโทเศรษฐศาสตรบัณฑิต (การประชาสัมพันธ์) เกียรตินิยมอันดับสอง มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผลงานทางวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์	บทความเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กรอุดมศึกษา”
ประสบการณ์ในการทำงาน	Communication Planning Manager บริษัท ยูนิเวอร์แซล แมคแคน (ประเทศไทย) จำกัด Media Planner บริษัท มายด์แชร์ (ประเทศไทย) จำกัด Media Planner บริษัท บีบีดีโอ (ประเทศไทย) จำกัด
ตำแหน่งหน้าที่ในปัจจุบัน	Executive Training Director/Researcher และ Assistant to Dr. Pimurai Limpapath บริษัท ด็อกเตอร์พิมพ์ แอนด์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด อาจารย์พิเศษ ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัย กรุงเทพ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	766 ถนนเทศบาลนิตมิตรเหนือ แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900