

ทุนองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนา อย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย ตามแนวคิด โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

ORGANIZATIONAL CAPITAL AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY FOR ECONOMIC SUSTAINABILITY DEVELOPMENT OF THAI INDUSTRIES BASED ON THE CONCEPT OF GREEN INDUSTRY PROJECT

วิไลวรรณ โพนศิริ*

Wilaiwan Phonsiri*

อดิลลา พงศ์ยี่หล้า**

Adilla Pongyeela**

พาชิตชนัด ศิริพานิช***

Pachitjanut Siripanich***

* นักศึกษาปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

* DBA Candidate, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

* Email: wilaiwan_phonsiri@hotmail.com

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

** Assistant Professor and PhD., College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

** Email: adilla.poa@dpu.ac.th

*** รองศาสตราจารย์ และปริญญาเอก คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

*** Associate Professor and PhD., School of Applied Statistics, National Institute of Development Administration

*** Email: siripanich52@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการส่งผลของลักษณะทั่วไปขององค์กร ทุนองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทยตามแนวคิดโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว ประชากรมีจำนวน 185 ราย คือบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรมไทยที่ได้รับการรับรองจากโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของกระทรวงอุตสาหกรรมและเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้ขนาดตัวอย่าง 125 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้คือวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแต่ละขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) การศึกษาลักษณะทั่วไปขององค์กร ได้แก่ ประเภทอุตสาหกรรม ระยะเวลา ทุนจดทะเบียน และระดับขั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียว ทุนองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กร การเรียนรู้องค์กร นวัตกรรมองค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อพนักงาน ลูกค้า เจ้าหนี้และซัพพลายเออร์ และภาครัฐ และการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจ ได้แก่ ผลผลิตภาพ การผลิต การเพิ่มขึ้นของลูกค้า ความภักดีของลูกค้า และความสามารถในการทำกำไร พบว่า มีเพียง 2 ตัวแปรที่สามารถทำนายการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจได้ ได้แก่ ทุนองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ทุนองค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคม การพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย

Abstract

The objective of this research is to study the effects of general characteristics of the organization, organizational capital, and corporate social responsibility for economic sustainability development of Thai industries based on the concept of green industry project. The population in this research was the companies or Thai industrial factories certified by the Ministry of Industry's green industry project and are listed on the Stock Exchange of Thailand (SET). The samples sizes were 125 out of 185 entrepreneurs that were selected by using a stratified sampling. The tool for data collecting was questionnaire. and Stepwise Multiple Regression Analysis which was applied to analyze data. General characteristics of the organization included types of industry, duration of operation, registered capital, and green industry development level. Organizational capital included organizational culture, organizational learning and organizational innovation. Corporate social responsibility, included employees responsibility, customers responsibility, creditors and suppliers responsibility, and government responsibility. Economic Sustainability Development included Productivity, Customer Acquisition, Customer Loyalty and Profitability. There were two variables that can predict the economic sustainability development of Thai industries; organizational capital in organizational culture and corporate social responsibility in employees responsibility effecting of economic sustainability development of Thai industries on the level of significance of 0.05.

Keywords: Organizational Capital, Corporate Social Responsibility, Economic Sustainability Development of Thai Industries

บทนำ

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของโลกเป็นไปอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดความต้องการใช้ทรัพยากรเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะประเทศไทยที่มีการดำเนินธุรกิจแบบเสรีนิยม (Capitalism) และนโยบายสนับสนุนการลงทุนภาคอุตสาหกรรมที่ชัดเจน (ปิยธิดา ตั้งตระกูลสมบัติ, 2554, น.1) ประเทศไทยได้เริ่มโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) ขึ้นโดยมุ่งเน้นการส่งเสริมให้สถานประกอบการทั่วประเทศไทยใส่ใจในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสู่การเป็น “อุตสาหกรรมสีเขียว” ใน 5 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 ความมุ่งมั่นสีเขียว (Green Commitment) ระดับที่ 2 ปฏิบัติการสีเขียว (Green Activity) ระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System) ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) และระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว (Green Network) (สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียว, 2556, น. 4-6)

จากสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตลาดมีเสถียรภาพน้อย วงจรของนวัตกรรมลดลง การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจึงเป็นเรื่องที่ยากและมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูง (Husted and Allen, 2007, p. 595) แนวทางหนึ่งที่มีความเป็นไปได้ในการสร้างความหวังให้กับองค์กรธุรกิจในการเป็นองค์กรที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันก็คือการพัฒนาองค์กรธุรกิจให้เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Markley and Davis, 2007, p. 764) ซึ่งองค์กรต้องมีทรัพยากรที่เหนือกว่าคู่แข่ง เนื่องจากทรัพยากรเป็นที่มาของความสามารถขององค์กร และความสามารถเป็นที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขัน (พยัต วุฒิรงค์, 2557, น. 39) คุณสมบัติของทรัพยากรนั้นต้องเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า (Valuable Resources) เป็นทรัพยากรที่หายาก (Rare Resources) ไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้โดยสมบูรณ์ (Imperfectly Imitable Resources) และทรัพยากรนั้นไม่สามารถหาทดแทนได้ (Non-Substitutability Resources) จึงจะเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรได้ (Barney, 1991, pp. 105-111) ทรัพยากรและความสามารถขององค์กรที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้เกิดความยั่งยืนก็คือทุนองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ติดแน่นอยู่ภายในองค์กร และทุนองค์กรนี้จะขึ้นอยู่กับระบบ แนวทาง กระบวนการ โครงสร้าง วิธีการ และกฎขององค์กร โดยที่ทุนองค์กรมีองค์ประกอบนั้นๆ เป็นเจ้าของของฐานความรู้ (Huang & Wu, 2010, p. 584)

การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดพื้นที่ทางธุรกิจใหม่ๆ การแข่งขันทางธุรกิจเริ่มทวีความเข้มข้นขึ้น ผู้บริโภคได้หันมาตระหนักถึงเรื่องของความปลอดภัยความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม ธุรกิจที่สามารถปรับแนวคิดในการบริหารธุรกิจโดยมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะมีโอกาสที่จะอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืนได้มากกว่าองค์กรที่ไม่มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจหรือไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553, น. 3-4) ในปัจจุบันนอกจากจะดำเนินงานให้อยู่ภายใต้ความถูกต้องของกฎหมายยังจะต้องให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กร การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหากมองในเชิงเศรษฐกิจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์กรควรรู้ให้ความสำคัญได้แก่ กลุ่มที่อยู่ภายในองค์กร เช่น พนักงานกลุ่มที่อยู่ภายในองค์กรในระยะใกล้องค์กร เช่น ลูกค้า คู่ค้า และกลุ่มที่อยู่ภายในระยะไกลองค์กร เช่น ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐ (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2556 น. 39; Drienikova & Sakal, 2012, p. 167; Jamali, 2008, p. 218) ในการดำเนินงานขององค์กร องค์กรจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีจริยธรรมกับผู้ที่เกี่ยวข้องในฐานะของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทั้งบุคคลภายในและภายนอกองค์กร องค์กรที่มีการนำทรัพยากรและความสามารถขององค์กรที่มีอยู่มาใช้ในการดำเนินงานแสดงให้เห็นว่า ทุนองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นมีความสำคัญต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่รอดขององค์กร และยังสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรได้อีกด้วย

ภาคอุตสาหกรรมไทยถือว่าเป็นพลังงานขับเคลื่อนที่สำคัญของเศรษฐกิจระดับประเทศที่นำมาซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนไทยทั้งชาติ ในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมไทยเมื่อพิจารณาจากดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (Manufacturing Production Index: MPI) นั้นมีอัตราการขยายตัวของการผลิตภาคอุตสาหกรรม

ร้อยละ 0.5 (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2559) เนื่องจากภาวะกดดันของเศรษฐกิจโลกการแข่งขันกันระหว่างอุตสาหกรรมภายในกับภายนอกประเทศ การปรับตัวให้ทันต่อกระแสยุคโลกาภิวัตน์ ปัญหาภาวะโลกร้อน และการขาดแคลนประชากรในวัยทำงานส่งผลกระทบต่อผู้ผลิต หน่วยงานระดับประเทศทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องรวมพลังปรับกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตให้สามารถแข่งขันกับทั่วโลกได้ (จิตดา หมายมั่น และสมบัติ ทิมทรัพย์, 2559, น.14) สำหรับการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมก่อให้เกิดประเด็นความกังวลเกี่ยวกับความเสียหายทางสิ่งแวดล้อมได้แก่ การสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติ ความเสื่อมโทรมของคุณภาพสิ่งแวดล้อมความล้มเหลวของการฟื้นฟูการบังคับใช้กฎหมาย การสูญเสียความสมดุลของระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ความขาดแคลนปัจจัยการผลิต การปนเปื้อนระบบธรรมชาติด้วยสารเคมีทางการเกษตร การเสื่อมคุณภาพน้ำและดิน รวมถึงการสูญเสียแหล่งท่องเที่ยว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553) และเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมไทยเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นจึงจำเป็นต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยขององค์กรในการดำเนินงานหลายๆ ด้านประกอบกันทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อทิศทางการพัฒนาและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยประการหนึ่งก็คือปัจจัยทางด้านทุนองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคมในภาคอุตสาหกรรมที่มีความจำเป็นต้องมีการพัฒนาไปพร้อมๆ กันเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยในอนาคต

จากความสำคัญที่กล่าวมาจึงนำมาสู่ประเด็นการวิจัยที่สำคัญคือ ทุนองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย ตามแนวคิดโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว เพื่อให้ได้ข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางการบริหารจัดการในการดำเนินงานของสถานประกอบการเพื่อให้สถานประกอบการอยู่ร่วมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืนตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการส่งผลของลักษณะทั่วไปขององค์กร ทุนองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย ตามแนวคิดโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรที่มีคุณค่าขององค์กร

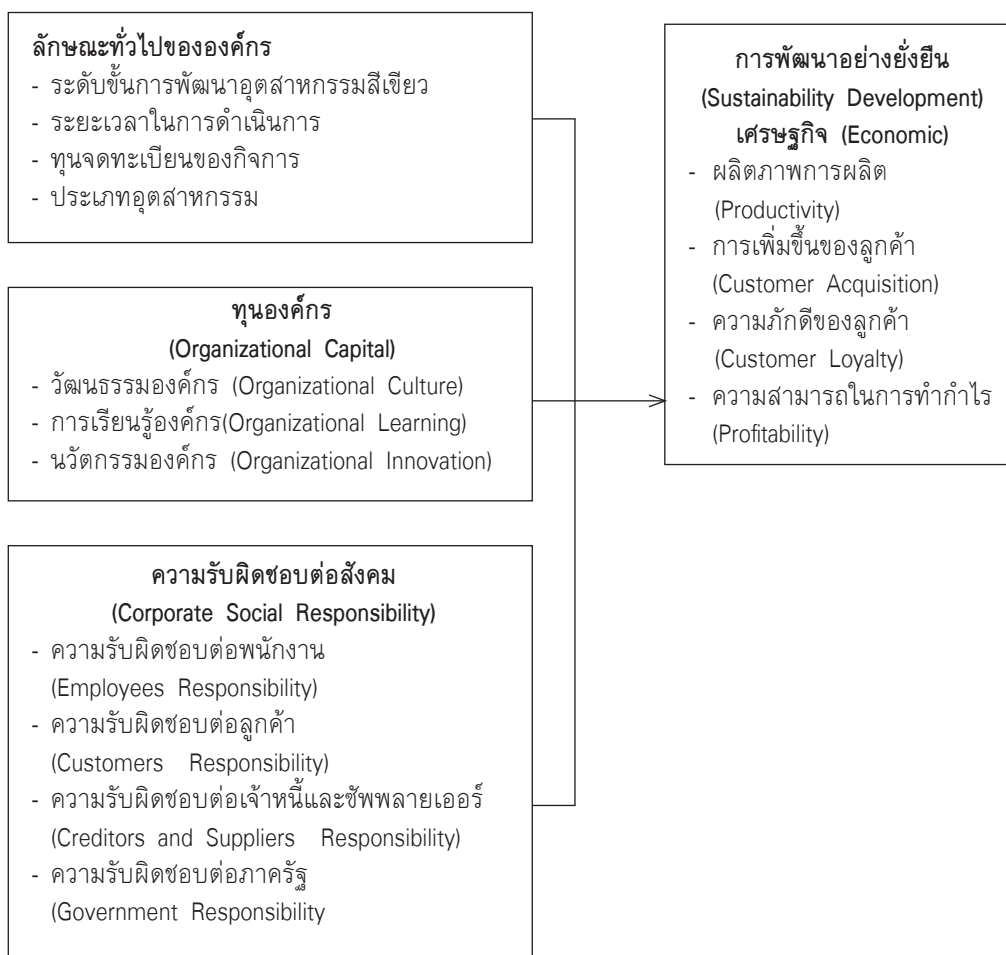
ทรัพยากรเป็นที่มาของความสามารถขององค์กร และความสามารถเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งทรัพยากรที่มีคุณค่า (Valuable Resources) หายาก (Rare Resources) ไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้โดยสมบูรณ์ (Imperfectly Imitable Resources) และไม่สามารถหาทดแทนได้ (Non-Substitutability Resources) ถือว่าเป็นคุณสมบัติของทรัพยากรที่มีคุณค่าที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร (Barney, 1991) ทุนองค์กร ประกอบด้วย วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) การเรียนรู้องค์กร (Organizational Learning) และนวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) ที่ใช้เป็นปัจจัยในการวัดความสำเร็จขององค์กร (Mirkamali & Salajeghe, 2014; Yahya, Arshad & Kamaluddin, 2015) และถือว่าเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการดำเนินงานเป็นทรัพยากรและความสามารถขององค์กรที่ทำหน้าที่เป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนให้องค์กรมีการนำกลยุทธ์ต่างๆ ไปปฏิบัติในองค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้เกิดความยั่งยืนสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ผ่านมาของ Martin-de-Castro, G., Navas-Lopez, J.E., Lopez-Saez, P. and Alama-Salazar, E. (2006) ที่ระบุว่า วัฒนธรรมองค์กร และการเรียนรู้องค์กร เป็นสิ่งที่มีคุณค่าขององค์กรและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับบริษัทได้อย่างยั่งยืนและงานวิจัยของ Sanchez-Canizares, S.M., Ayuso Munoz, M.A. and Lopez-Guzman, T. (2007) ทำการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมขององค์กรมีความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงการเชื่อมต่อกับโครงสร้างขององค์กรซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าขององค์กรอีก

แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

องค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมต้องมีการนำหลักการและนโยบายทางธุรกิจมาปฏิบัติให้ได้ยิ่งกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ มีนโยบายการดำเนินการขององค์กรเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานที่สร้างความสมดุลแก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Shen, 2015) และองค์กรยังจะต้องให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กร การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหากมองในเชิงเศรษฐกิจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์กรควรให้ความสำคัญได้แก่พนักงาน ลูกค้าผู้จัดหาปัจจัยการผลิตชุมชนภาครัฐ (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2556; Drienikova & Sakal, 2012; Jamali, 2008) สอดคล้องกับงานวิจัยของ สำเร็จ ไกยวงศ์ (2554) ที่ศึกษาแล้วพบว่า การมีความรับผิดชอบต่อพนักงานมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรและงานวิจัยของ Turker (2009) ที่ได้ทำการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างไรพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของ Social and Non-Social Stakeholders พนักงาน และลูกค้า มีอิทธิพลต่อความผูกพันขององค์กรและงานวิจัยครั้งนี้จำแนกความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 1) ความรับผิดชอบต่อพนักงาน (Employees Responsibility) 2) ความรับผิดชอบต่อลูกค้า (Customers Responsibility) 3) ความรับผิดชอบต่อเจ้าหนี้และซัพพลายเออร์ (Creditors and Suppliers Responsibility) และ 4) ความรับผิดชอบต่อภาครัฐ (Government Responsibility) ซึ่งจำแนกตามผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งบุคคลภายในและภายนอกองค์กร (Agan, Y., Kuzey, C., Acar, M. F., and Açıkgoz, A., 2014; Gupta, 2012)

แนวคิดเกี่ยวกับการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรแบบสมดุลเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การดำเนินธุรกิจที่สร้างความสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมของกิจการที่มีบรรษัทภิบาลเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียโดยไม่จำกัดขอบเขตเฉพาะส่วนที่เป็นผลกระทบโดยตรงจากการดำเนินงานของกิจการแต่จะขยายบทบาทในการสนับสนุนเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน นั่นคือ การพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร (มัทนชัย สุทธิพันธุ์, 2556) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Stevanović, T., & Randelović, M. P. (2012) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนซึ่งถูกมองว่าเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทในเชิงบวกของธุรกิจร่วมสมัย รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรและความสามารถในการระยะยาวทั้งประเด็นการพัฒนาอย่างยั่งยืนและผลประกอบการในระยะสั้น นอกจากนี้การวัดผลการดำเนินงานยังเป็นภาพสะท้อนของความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้เป็นอย่างดี (Jain, 2014) และในงานวิจัยครั้งนี้เลือกใช้แนวคิดพื้นฐานของดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุลของมุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) ตัวชี้วัดที่ใช้คือ ความสามารถในการทำกำไร มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) ตัวชี้วัดที่ใช้คือการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition) ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) และมุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Perspective) ตัวชี้วัดที่ใช้คือผลผลิตภาพการผลิต (Productivity) เป็นต้น (Bose & Thomas, 2007; Elbanna et al., 2015; Kaplan & Norton, 1992; Shafiee et al., 2014; Shen et al., 2015;)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจตัวอย่าง (Sample Survey) ประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีจำนวน 185 ราย คือบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรมไทยที่ได้รับการรับรองจากโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของกระทรวงอุตสาหกรรมและเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยมีรายชื่อในฐานข้อมูลออนไลน์ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554) ใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 125 บริษัทโดยแบ่งตามระดับขั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียว 5 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 ความมุ่งมั่นสีเขียว (Green Commitment) จำนวน 23 ราย ระดับที่ 2 ปฏิบัติการสีเขียว (Green Activity) จำนวน 26 ราย ระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System) จำนวน 70 ราย ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) จำนวน 4 ราย และระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว (Green Network) จำนวน 2 ราย และใช้วิธีการจัดสรรขนาดตัวอย่างตามชั้นภูมิด้วยวิธีการจัดสรรเป็นสัดส่วนกับขนาดชั้นภูมิ (Proportional-to-Size Allocation) เพื่อให้ตัวอย่างครอบคลุมบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรมไทยครบทุกระดับขั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียวทั้ง 5 ระดับ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดเพื่อจำกัดประเด็นคำตอบให้อยู่ในขอบเขตของการศึกษาโดยใช้ระดับคะแนน (Rating Scale) 1-5 จากการตรวจสอบความน่าเชื่อถือหรือความเที่ยง

(Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเที่ยงของแบบสอบถามที่ถือว่ายอมรับได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Kline, 2011) พบว่า ตัวแปรทุนองค์กรมีค่าเท่ากับ 0.899 ตัวแปรความรับผิดชอบต่อสังคมมีค่าเท่ากับ 0.854 ตัวแปรผลการดำเนินงานมีค่าเท่ากับ 0.774 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแต่ละขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ซึ่งเป็นเทคนิคทางสถิติเพื่อค้นหาตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม โดยเป็นการวิเคราะห์ในกรณีที่ตัวแปรอิสระมีตั้งแต่สองตัวขึ้นไป และผลการวิเคราะห์จะทำให้ทราบว่าตัวแปรอิสระใดที่ส่งผลและไม่ส่งผล และยังทราบขนาดอิทธิพลโดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน นอกจากนี้ผลที่ได้ยังสามารถนำไปสร้างสมการทำนายได้ (Regression Equation) โดยตัวแบบสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติครั้งนี้ คือ

$$\begin{aligned} \text{SUSTAIN} = & \alpha + \beta_1 \text{ CULTURE} + \beta_2 \text{ LEARN} + \beta_3 \text{ INNOV} + \beta_4 \text{ EMPLOYEE} + \beta_5 \text{ CUSTOMER} \\ & + \beta_6 \text{ SUPPLIER} + \beta_7 \text{ GOVERN} + \beta_8 \text{ SECTOR1} + \beta_9 \text{ SECTOR2} + \beta_{10} \text{ SECTOR3} \\ & + \beta_{11} \text{ SECTOR4} + \beta_{12} \text{ SECTOR5} + \beta_{13} \text{ SECTOR6} + \beta_{14} \text{ SECTOR7} + \beta_{15} \text{ TIME1} \\ & + \beta_{16} \text{ TIME2} + \beta_{17} \text{ TIME3} + \beta_{18} \text{ CAP1} + \beta_{19} \text{ CAP2} + \beta_{20} \text{ CAP3} + \beta_{21} \text{ LEVEL1} \\ & + \beta_{22} \text{ LEVEL2} + \beta_{23} \text{ LEVEL3} + \beta_{24} \text{ LEVEL4} + e \end{aligned}$$

โดยที่ SUSTAIN คือ การพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย

a

คือ ค่าคงที่

คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

β_1 CULTURE	คือ ทุนองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กร
β_2 LEARN	คือ ทุนองค์กรด้านการเรียนรู้องค์กร
β_3 INNOV	คือ ทุนองค์กรด้านนวัตกรรมองค์กร
β_4 EMPLOYEE	คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน
β_5 CUSTOMER	คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า
β_6 SUPPLIER	คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อเจ้าหนี้และซัพพลายเออร์
β_7 GOVERN	คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อภาครัฐ
β_8 SECTOR1	คือ ประเภทอุตสาหกรรมอาหารเครื่องดื่ม
β_9 SECTOR2	คือ ประเภทอุตสาหกรรมเหล็ก
β_{10} SECTOR3	คือ ประเภทอุตสาหกรรมพลังงานและสาธารณูปโภค
β_{11} SECTOR4	คือ ประเภทอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง
β_{12} SECTOR5	คือ ประเภทอุตสาหกรรมธุรกิจการเกษตร
β_{13} SECTOR6	คือ ประเภทอุตสาหกรรมยานยนต์
β_{14} SECTOR7	คือ ประเภทอุตสาหกรรมแฟชั่น
β_{15} TIME1	คือ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการไม่เกิน 10 ปี
β_{16} TIME2	คือ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 11 – 20 ปี
β_{17} TIME3	คือ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 21 – 30 ปี
β_{18} CAP1	คือ ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 300,000,000 บาท
β_{19} CAP2	คือ ทุนจดทะเบียน 300,000,001 – 700,000,000 บาท
β_{20} CAP3	คือ ทุนจดทะเบียน 700,000,001 – 1,100,000,000 บาท
β_{21} LEVEL1	คือ ระดับขั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 1 ความมุ่งมั่นสีเขียว
β_{22} LEVEL2	คือ ระดับขั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 2 ปฏิบัติการสีเขียว
β_{23} LEVEL3	คือ ระดับขั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 3 ระบบสีเขียว
β_{24} LEVEL4	คือ ระดับขั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์การส่งผลของลักษณะทั่วไปขององค์กร ได้แก่ ประเภทอุตสาหกรรม ระยะเวลาในการดำเนินการ ทุนจดทะเบียน และระดับขั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียว ทุนองค์กร ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการเรียนรู้องค์กร และด้านนวัตกรรมองค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน ด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า ด้านความรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่ และด้านความรับผิดชอบต่อภาครัฐที่มีต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย ตามแนวคิดโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแต่ละขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ซึ่งเป็นเทคนิคทางสถิติเพื่อค้นหาตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม โดยเป็นการวิเคราะห์ที่ในกรณีที่ตัวแปรอิสระมีตั้งแต่สองตัวขึ้นไป และผลการวิเคราะห์จะทำให้ทราบว่าตัวแปรอิสระใดที่ส่งผลและไม่ส่งผล และยังทราบขนาดอิทธิพลโดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน นอกจากนี้ผลที่ได้ยังสามารถนำไปสร้างสมการทำนายได้ (Regression Equation) โดยผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแต่ละขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เมื่อมีการเพิ่มปัจจัยทีละตัว พบว่า ในการวัดระดับทุนองค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคม และผลการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจ กิจกรรมมีทุนองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 กิจกรรมมีความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และกิจกรรมมีผลการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจในภาพรวมมีระดับผลการดำเนินงานดีขึ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ทุนองค์กร	4.07	0.517	สูง
ความรับผิดชอบต่อสังคม	4.50	0.263	สูงมาก
ผลการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจ	3.64	0.468	ดีขึ้น

ตัวแปรของลักษณะทั่วไปขององค์กร ได้แก่ ประเภทอุตสาหกรรม ระยะเวลาในการดำเนินการ ทุนจดทะเบียน และระดับขั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียว ทุนองค์กร ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการเรียนรู้องค์กร ด้านนวัตกรรมองค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน ด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า ด้านความรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่ และด้านความรับผิดชอบต่อภาครัฐ พบว่ามีเพียง 2 ตัวแปรที่สามารถทำนายการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย ได้แก่ ทุนองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สัมพัทธ์การถดถอยพหุคูณ ตัวแปรลักษณะทั่วไปขององค์กร ทุนองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย แสดงเฉพาะตัวแปรที่ถูกเลือกเข้าตัวแบบสมการ

ทุนองค์กร	β	SE _{β}	t	p-value
ค่าคงตัว	1.455	0.418	3.478	0.001
ทุนองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กร	0.262	0.094	2.672	0.009**
ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน	0.231	0.115	2.358	0.020*
R = 0.435; R ² = 0.189; Adjusted R ² = 0.176; F = 14.223				

หมายเหตุ * มีระดับนัยสำคัญ 0.05 ** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

ส่วนประเภทอุตสาหกรรม ระยะเวลาในการดำเนินการทุนจดทะเบียน และระดับขั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียว ทุนองค์กรด้านการเรียนรู้องค์กร ทุนองค์กรด้านนวัตกรรมองค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่ และ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อภาครัฐไม่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมการพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย โดยนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวทำนายมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย ในรูปคะแนนคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Score)

เมื่อ SUSTAIN = 1.455 + 0.262 (CULTURE) + 0.231 (EMPLOYEE)
 CULTURE แทน การพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย
 EMPLOYEE แทน ทุนองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กร
 แทน ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน

ซึ่งสามารถอธิบายความหมายของสมการได้ว่า

การพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย = 1.455 + 0.262 (ทุนองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กร) + 0.231 (ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.435

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์ (R²) = 0.189

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R²) = 0.176

จะเห็นว่าเมื่อนำตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัวแปรเข้าสู่สมการพยากรณ์แล้ว ก็จะได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.435 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R²) = 0.176 หรือสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 17.6

สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทยโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ทุนองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน ซึ่งหมายความว่า ทุนองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทยโดยรวม ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวอธิบายได้ว่า หากไม่พิจารณาทุนองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน จะพบว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทยขององค์กรจะมีค่าอยู่ที่ระดับ 1.455

หากมีการเปลี่ยนแปลงทุนองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กรเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้การพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทยโดยรวมเพิ่มขึ้น 0.262 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานมีค่าคงที่

หากมีการเปลี่ยนแปลงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้การพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทยโดยรวมเพิ่มขึ้น 0.231 หน่วย ทั้งนี้ เมื่อกำหนดให้ทุนองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กรมีค่าคงที่

จากผลการวิเคราะห์การส่งผลของทุนองค์กรที่มีต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของ อุตสาหกรรมไทยในภาพรวม พบว่า ทุนองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิง เศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะวัฒนธรรมองค์กร เป็นวิถีชีวิตที่คนในองค์กรยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมา ซึ่งจะกลายเป็นนิสัยและความเคยชิน และกลายเป็น ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีประเพณีปฏิบัติ ความเชื่อ ซึ่งมีผลทำให้การดำเนินงานขององค์กรก้าวหน้า และได้รับความเชื่อถือจากสังคม จากข้อดีของวัฒนธรรมองค์กรนี้เองจึงทำให้องค์กรเกือบทุกประเภท จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำวัฒนธรรมองค์กรมาใช้ในการบริหารและแก้ไขปัญหาองค์กรอย่างถูกวิธีเพื่อ ให้ได้รับความเชื่อถือ ภาพพจน์ที่ดี อันนำมาซึ่งชื่อเสียง เกียรติยศและความก้าวหน้าในระยะยาวของ องค์กรสอดคล้องกับการศึกษาของ Sanchez-Canizares et al. (2007) ที่ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมองค์กรและ ทุนทางปัญญา: รูปแบบใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อตรวจสอบการเชื่อมต่อระหว่างแนวความคิด ของวัฒนธรรมองค์กรและทุนทางปัญญาที่จะช่วยให้ข้อเสนอของรูปแบบในการวัดทุนทางปัญญา พบว่า ความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรมจะเห็นภายในองค์กรใน 2 ระดับ คือ 1) วัฒนธรรมขององค์กรมี ความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงการเชื่อมต่อกับโครงสร้างขององค์กร (ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนองค์กร ทุนความสัมพันธ์ ทุนทางสังคม และทุนทางเทคโนโลยี) ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญขององค์กร และ 2) วัฒนธรรมแห่งชาติ (National Culture) ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความแตกต่างในการบริหารจัดการ ความรู้และทุนทางปัญญาของบริษัทที่ตั้งอยู่ในประเทศที่แตกต่างกันตามลักษณะเฉพาะที่กำหนดวัฒนธรรม ของบริษัท

นอกจากนี้ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับ Martin-de-Castro et al. (2006) ได้ทำการศึกษาทุน องค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของทุน องค์กรหรือทุนของบริษัท ประกอบด้วย วัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างองค์กร และการเรียนรู้องค์กรที่ สามารถเป็นแหล่งของความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้พยายามที่ประเมินทุนองค์กร จากมุมมองของทรัพยากร ผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมองค์กร และการเรียนรู้องค์กร เป็นสิ่งที่มี คุณค่าขององค์กรและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับบริษัทได้อย่างยั่งยืนองค์กรใดที่มี ฐานทรัพยากรที่เป็นหนึ่งเดียวที่มีความแตกต่างจากองค์กรอื่นๆ และเป็นฐานทรัพยากรที่ประกอบไปด้วย ลิขสิทธิ์ที่เป็นความรู้ ความสามารถหรือทุนทางปัญญา องค์กรนั้นย่อมมีความได้เปรียบองค์กรอื่น โดย วัฒนธรรมองค์กรนั้นเป็นความตระหนักและการยึดถือปฏิบัติร่วมกันเกี่ยวกับพันธกิจ วิสัยทัศน์ และคุณค่า ต่างๆ เพื่อนำกลยุทธ์ขององค์กรไปปฏิบัติ (Kaplan & Norton, 2004, p. 13) และยังรวมถึงค่านิยมร่วม บรรทัดฐาน ความเชื่อ และข้อตกลงร่วมกันซึ่งรวมกันหรือผสมผสานกันแล้วทำหน้าที่ในการหล่อหลอม ทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กรให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์และ การสร้างนวัตกรรมเพื่อให้องค์กรเกิดเสถียรภาพมีความมั่นคง (สำเริง ไกยวงศ์, 2554, น.101) ซึ่งองค์กร ใดที่มีค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อบุคลากรในองค์กรจะทำให้บุคลากรเกิดความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติ ภารกิจต่อองค์กรและมีการพัฒนาการดำเนินงานขององค์กรในอนาคต (Malmelin, 2007, p. 304) และ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Daniel R. Denison (1990) ที่ศึกษาวัฒนธรรมองค์กรและประสิทธิผลของ องค์กร พบว่า วัฒนธรรมองค์กรจะส่งผลต่อประสิทธิผล (Effectiveness) ขององค์กรเป็นอย่างมากจึงทำให้ ทุนองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย

และผลการวิจัยยังพบประเด็นการส่งผลของความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะพนักงานเป็นผู้ขับเคลื่อนในการดำเนินธุรกิจให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามทิศทาง นโยบายหรือแผนกลยุทธ์ขององค์กรกำหนด องค์กรจึงให้ความสำคัญกับพนักงาน โดยใช้หลักคุณธรรมและมนุษยธรรมอย่างเท่าเทียมกันต่อพนักงานทุกคนในองค์กรมิใช่แค่ความสัมพันธ์ในลักษณะการจ้างต่างตอบแทนเท่านั้น เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและสำคัญอย่างยิ่งขององค์กร การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม เป็นการสร้างสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้เกิดขึ้นกับพนักงาน ก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่จะทำให้อุตสาหกรรมประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของธุรกิจที่ได้ตั้งไว้ สอดคล้องกับการวิจัยของ Turker (2009) ที่ได้ทำการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างไร พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานและลูกค้า มีอิทธิพลต่อความผูกพันขององค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำเร็จ ไกยวงศ์ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจให้อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การมีความรับผิดชอบต่อพนักงานมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไร

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า ทูนอนค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กรส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย จากข้อค้นพบนี้ทำให้เล็งเห็นถึงความสำคัญของวัฒนธรรมองค์กรว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าขององค์กรและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรได้อย่างยั่งยืน การกำหนดวัฒนธรรมองค์กรอย่างชัดเจนเพื่อให้พนักงานยอมรับและปฏิบัติตามด้วยวิธีการต่างๆ เช่น เป็นต้นแบบหรือตัวอย่างแก่พนักงาน (Role Model) สื่อสารเน้นย้ำทุกครั้งที่มีโอกาสให้พนักงานในองค์กรเข้าใจและปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร องค์กรนำกลยุทธ์ขององค์กรไปปฏิบัติรวมถึงการสร้างความร่วมมือและความสามัคคีของสมาชิกในองค์กรในการดำเนินงานทุกด้านของการประกอบกิจกรรม ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้องค์กรเกิดเสถียรภาพมีความมั่นคง อาทิสันับสนุนโครงการและกิจกรรมที่เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรสร้างโปรแกรมให้คำแนะนำข้อเสนอนแนะและความคิดเห็นเรื่องวัฒนธรรมองค์กรเพื่อเป็นข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) แก่พนักงานที่ปฏิบัติและไม่ปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร การปฐมนิเทศและฝึกอบรมพนักงาน ให้รางวัลแก่พนักงานดีเด่นจัดงานฉลองและพิธีการต่างๆเมื่อทำงานสำเร็จ เพื่อสร้างค่านิยมและแนวทางการทำงานแก่องค์กรจนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กรหรือวิธีการทำงานที่พนักงานใช้เป็นแนวทางสำหรับดำเนินงาน ดังนั้นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทย จึงควรปลูกฝังค่านิยมให้กับพนักงานโดยมุ่งเน้นให้ยึดลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้เพราะลูกค้าจะช่วยสะท้อนถึงความต้องการสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในอนาคตตลอดจนข้อมูลที่เป็นประโยชน์อื่นๆ อีกด้วย ความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นค่านิยมที่เป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจและเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่สำคัญยิ่ง ดังนั้นการมุ่งเน้นที่ลูกค้าและการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าตลอดจนการเอาใจต่อลูกค้าในโอกาสที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่องค์กรควรกระทำเพราะจะสามารถนำไปสู่การประกอบการที่ดีขึ้นขององค์กรต่อไปในอนาคต

จากประเด็นการศึกษาที่พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทย อาจเนื่องจากพนักงานเป็นผู้ขับเคลื่อนในการดำเนินธุรกิจให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามทิศทางที่ผู้นำขององค์กรกำหนด องค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับพนักงาน มีการส่งเสริมพัฒนาทักษะด้านต่างๆให้กับพนักงานเพื่อการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น รวมทั้งดูแลสวัสดิการต่างๆ เพื่อให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี ดังนั้นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทย จึงควรมีสวัสดิการของพนักงานทุกระดับในองค์กร เช่น การเพิ่มอัตราค่าจ้าง การเพิ่มสวัสดิการอื่นๆ ให้การเอาใจใส่เอื้ออาทรแทบทุกด้านในชีวิตของพนักงาน มองพนักงานในลักษณะเป็นองค์รวม (Holistic) คือ ไม่มองเพียงแค่การเป็นพนักงาน แต่จะดูแลถึงชีวิตครอบครัวของ

พนักงาน งานอดิเรก ความเชื่อ หรือการนับถือศาสนา ความหวัง ความวิตกกังวล และแรงบันดาลใจของพนักงานด้วย ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถเพิ่มความเชี่ยวชาญแก่พนักงาน สนับสนุนให้พนักงานประพฤติตนเป็นพลเมืองดีและสร้างประโยชน์ให้กับสังคม มีการคงอยู่หรือเพิ่มเงินรางวัลประจำปีเพื่อช่วยให้พนักงานนั้นมีทัศนคติที่ดีในการทำงานเป็นการเพิ่มขวัญและกำลังใจในการทำงาน ก็จะทำให้องค์กรสามารถรักษานักงานไว้ได้ให้คงอยู่กับองค์กรตลอดไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของทุนองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทยที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมไทยที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
2. ควรศึกษาควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับทุนองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างมูลค่าเพิ่ม (S-Curve) และกลุ่มอุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve)

บรรณานุกรม

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2554). *อุตสาหกรรมสีเขียว*. สืบค้น 2 เมษายน 2559, จาก <http://green.industry.go.th/>
- จิตดา หมายมั่น และสมบัติ ทิมทรัพย์. (2559). Industry 4.0 อนาคตของอุตสาหกรรมไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 10(1), 14-28.
- ปิยธิดา ตั้งตระกูลสมบัติ. (2554). *การปรับตัวของอุตสาหกรรมไทยสู่โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว*. สืบค้น 1 กรกฎาคม 2558, จาก <http://www.freightmaxad.com/magazine/?p=3669>
- พยัต วุฒิรงค์. (2557). *การจัดการนวัตกรรม: ทรัพยากร องค์การแห่งการเรียนรู้ และนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: วี. พรินท์ (1991).
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2553). *การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร: การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน* (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี: บริษัท ไอทีซี พรีเมียร์ จำกัด.
- มันชัย สุทธิพันธุ์. (2556). ทางออกของธุรกิจไทยสู่หนทางแห่งการพัฒนาอย่างยั่งยืน. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 36(137), 38-50.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2556). *ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความยั่งยืนขององค์กร* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไอคอนพรินต์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). *ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11* (พ.ศ. 2555-2559). กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียว. (2556). *คู่มืออุตสาหกรรมสีเขียวสำหรับผู้ประกอบการ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2559). *ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เดือนธันวาคม 2559*. กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม.
- สำเร็จ ไกยวงศ์. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจให้อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (ดุสิตนิพนธ์ ปริญญาการจัดการดุสิตบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Agan, Y., Kuzey, C., Acar, M. F., & Açıkoğlu, A. (2014). The Relationships Between Corporate Social Responsibility, Environmental Supplier Development, and Firm Performance. *Journal of Cleaner Production*, 1-10.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bose, S. & Thomas, K. (2007). Applying the balanced scorecard for better performance of intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 8(4), 653-665.
- Denison Daniel, R. (1990). *Corporate culture and organizational effectiveness*. New York: John Wiley.
- Drieniková, K & Sakl, P. (2012). Respecting Stakeholders and Their Engagement to Decision Making – The Way of Successful Corporate Social Responsibility Strategy. *Management and Quality*, 16, 165-173.
- Elbanna, S., Eid, R., & Kamel, H. (2015). Measuring hotel performance using the balanced scorecard: A theoretical construct development and its empirical validation. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 105-114.
- Gupta, N. (2012). Corporate Social Responsibility In Textile Industry. *Golden Research Thoughts*, 2(4), 1-8.
- Huang, Y. C. & Wu, Y. C. (2010). Intellectual Capital and Knowledge Productivity: The Taiwan Biotech Industry. *Management Decision*, 48(4), 580 – 599.

- Husted, B. W., & Allen, D. B. (2007). Strategic Corporate Social Responsibility and Value Creation Among Large Firms - Lessons from the Spanish Experience. *Long Range Planning*, 40(6), 594 – 610.
- Jain, A. (2014). The Concept of Triple Bottom Line Reporting and India's Perspective. *Indian Journal of Applied Research*, 4(5), 128-130.
- Jamali, D. (2008). A Stakeholder Approach to Corporate Social Responsibility: A Fresh Perspective into Theory and Practice. *Journal of Business Ethics*, 82, 213–231
- Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (1992). *The Balance Scorecard: Measures that Drive Performance*. Harvard Business Review. 12, 71-79.
- Kaplan, R. & Norton, D. (2004). *The strategy map: guide to aligning intangible assets*. Strategy and Leadership, 32(5), 10-17.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. (3rded.). New York, NY: The Guilford Press.
- Malmelin, N. (2007). Communication Capital: Modelling Corporate Communications as an Organizational Asset. *Corporate Communications: An International Journal*, 12(3), 298-310.
- Markley, M. J., & Davis, L. (2007). Exploring Future Competitive Advantage Through Sustainable Supply Chains. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 37(9), 763 – 774.
- Martin-de-Castro, G., Navas-Lopez, J.E., Lopez-Saez, P. & Alama-Salazar, E. (2006). Organizational Capital as Competitive Advantage of the Firm. *Journal of Intellectual Capital*, 7(3), 324-337.
- Mirkamali, K. S., & Salajeghe, S. (2014). Measuring the Relationship between Intellectual Capital and Project Managers Competency Model in the Project Oriented Organizations. *Research in Business and Management*, 1(2), 55-80.
- Sanchez-Canizares, S.M., Ayuso Munoz, M.A. & Lopez-Guzman, T.(2007). Organizational culture and intellectual capital: a new model. *Journal of Intellectual Capital*, 8(3), 409-430.
- Shafiee, M., Lotfi, F. H., & Saleh, H. (2014). Supply chain performance evaluation with data envelopment analysis and balanced scorecard approach. *Applied Mathematical Modelling*, 38, 5092-5112.
- Shen, L., Govindan, K., & Shankar, M. (2015). Evaluation of Barriers of Corporate Social Responsibility Using an Analytical Hierarchy Process under a Fuzzy Environment—A Textile Case. *Sustainability*, 7, 3493-3514.
- Shen, Y. C., Chen, P. S. & Wang, C. H. (2015). A study of enterprise resource planning (ERP) system performance measurement using the quantitative balanced scorecard approach. *Computers in Industry*, 2691, 1-13.
- Stevanović, T., & Randelović, M. P. (2012). Sustainability Balanced Scorecard and Eco-Efficiency Analysis. *Economics and Organization*, 9(2), 257 – 270.
- Turker, D. (2009). How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment. *Journal of Business Ethics*, 89, 189–204.
- Yahya, N.A., Arshad, R. & Kamaluddin, A. (2015). Green Intellectual Capital Resources as Drivers of Firms' Competitive Advantage. *Intellectual Capital and Knowledge Management and Organizational Learning*, 327-335.