ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม

Factors Affecting the Operations of the Corporate Social Responsibility Promotion Center in Maha Sarakham Province

เอกชัย ธงชาย[1*], วาริธ ราศรี[2] และนุจรี ใจประนบ[3]
Ekkachai Thangchay[1*], Warit Rasri[2] and Nujaree Chaipranop[3]
[1*]นักศึกษาปริญญาโท สาขาการบริหารและพัฒนาสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
[2,3]อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
[1*]Master Student in Administration and Social Development the Faculty of Humanities and Social Sciences Rajabhat Mahasarakham University
[2,3]Lecturer from the Faculty of Humanities and Social Sciences Rajabhat Mahasarakham University
*Corresponding Author Email: ekkachai.thongchai2018@gmail.com
Received: 3 August 2026 Revised: 17 August 2026 Accepted: 21 August 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม และ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ คณะกรรมการระดับจังหวัด สมาชิก ในองค์กรเครือข่ายระดับอำเภอ และประชาชนผู้มีส่วนได้เสียกับศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 366 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) และใช้วิธีสุ่มตามสัดส่วนและการสุ่มกลุ่มตัวอย่างง่ายที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.58, S.D. = 0.82) และ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการกองทุนสวัสดิการชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .936 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .936 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเท่ากับ .876

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม, ศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม, ปัจจัยที่ส่งผล

Abstract

This research consists purposes were 1. to study the level of operation of the Center for Promoting Social Responsibility of the Mahasarakham Business Sector and 2. to study the factors affecting the operation of the Mahasarakham Provincial Business Sector Social Responsibility Promotion Center. This study employed a quantitative research approach, using a questionnaire as the primary research instrument. The sample consisted of 366 participants, including members of the provincial committee, members of district-level network organizations and stakeholders associated with the Maha Sarakham Provincial Corporate Social Responsibility Promotion Center. The sample size was determined using Taro Yamane's formula (1973), with a margin of error

of 0.05. Proportional sampling and simple random sampling techniques were employed to select the participants. Data collected through the questionnaires were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean and standard deviation, as well as multiple regression analysis. The research findings revealed that 1) The overall operational performance of the Maha Sarakham Provincial Corporate Social Responsibility Promotion Center was rated at the highest level ($\bar{x}$= 4.58, S.D. = 0.82) and 2) Regarding the factors influencing the operational performance of the Maha Sarakham Provincial Corporate Social Responsibility Promotion Center, leadership, participation and information technology were found to significantly influence the success of community welfare fund management at the .05 significance level. The multiple correlation coefficient (R) was .936 and the coefficient of determination (R^2) was .876.

Keywords: Social Responsibility (SR), Corporate Social Responsibility, Factors Affecting

บทนำ

ประเทศไทย โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคมแห่งชาติได้ดำเนินการขับเคลื่อนงานด้านการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เพื่อการจัดสวัสดิการสังคม และเพื่อให้การขับเคลื่อนงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพจึงส่งเสริมให้มีการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัด (ศูนย์ CSR จังหวัด) ครบ 77 จังหวัด ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 โดยเริ่มจัดตั้งที่จังหวัดราชบุรี เป็นศูนย์แรก เพื่อเป็นศูนย์กลาง ในการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจระดับจังหวัดและเป็นกลไกในการสนับสนุน ให้ภาคีเครือข่ายองค์กรภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม และประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบูรณาการผ่านกิจกรรมที่ส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคมให้กับกลุ่มเป้าหมายอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคมแห่งชาติ, 2568)

คณะกรรมการส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคมแห่งชาติมีนโยบายให้ภาคธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยให้ทุกภาคส่วนของสังคมได้เข้ามามีบทบาทหรือมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจเกิดการทำงานเชิงบูรณาการอย่างเป็นองค์รวม เพื่อให้เกิดการพัฒนาสังคม ให้มีความสมดุลเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้โดยมุ่งหวังให้คนไทยเป็นสังคมสวัสดิการ นำไปสู่ “สังคม อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขด้วยความเสมอภาค เป็นธรรม และมีภูมิคุ้มกันการเปลี่ยนแปลง” กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคมแห่งชาติ ได้สนับสนุนให้มีการดำเนินงานจัดตั้ง ศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัด ครบทุกจังหวัด เพื่อเป็นกลไกในการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจในทุกภูมิภาค (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคมแห่งชาติ, 2568)

ศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม มีการดำเนินงานด้านกิจกรรมที่โดดเด่นและเกิดผลกระทบทางสังคมที่รูปธรรมชัดเจนต่อประชาชนในจังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ 1) ดำเนินการจัดตั้งกองทุนเพื่อสังคมจังหวัดมหาสารคาม 2) โครงการ“บ้าน CSR มหาสารคาม” จังหวัดมหาสารคาม โดยดำเนินการปรับสภาพที่อยู่อาศัยให้กับครัวเรือนเปราะบาง เริ่มดำเนินการ ปี 2565 จำนวน 4 ครอบครัว ปี 2566 จำนวน 10 ครอบครัว ปี 2567 จำนวน 14 ครอบครัว ปี 2568 จำนวน 30 ครอบครัว 3) การได้รับการรับรองศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม เป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ ตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการ จัดสวัสดิการสังคมแห่งชาติ ทะเบียนเลขที่ 6207 ลงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2566 4) การขยายผลจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ ระดับอำเภอ เป็นจังหวัดแรกของประเทศ โดยในปี 2566 มีการจัดตั้งศูนย์ CSR ระดับอำเภอขึ้น เป็นแห่งแรกของประเทศ คือ ศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจอำเภอบรบือ และศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจอำเภอนาดูน ปี 2567 คิดเป็นร้อยละ 15.38 ได้ขยายผลเพิ่มเติมอีก 4 อำเภอ คือ อำเภอนาเชือก อำเภอโกสุมพิสัย อำเภอวาปีปทุม และอำเภอพยัคฆภูมิพิสัย คิดเป็นร้อยละ

46.15 ปี 2568 จะดำเนินการขยายผลการจัดตั้งอีก 4 อำเภอ คืออำเภอแกดำ อำเภอกันทรวิชัย อำเภอกุดรัง อำเภอยางสีสุราช คิดเป็นร้อยละ 76.92 จะมีการตั้งครบทุกอำเภอในปี 2569 อีก 2 อำเภอ ได้แก่ อำเภอชื่นชม และอำเภอเชียงยืน สำหรับอำเภอเมืองมหาสารคาม เป็นชุดเดียวกับคณะกรรมการศูนย์ฯจังหวัด 5) ยกระดับทักษะการทำงานของคณะกรรมการศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม ศูนย์ฯอำเภอวาปีปทุม และศูนย์ฯ อำเภอนาดูน โดยเข้ารับการฝึกอบรม เป็นอาสาสมัครพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (อพม.) จำนวน 60 คน จาก 180 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 โดยดำเนินการเป็นจังหวัดแรกของประเทศ (ศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม, 2567)

ดังนั้น ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม เพื่อเสนอแนะเป็นแนวทางในการเสริมสร้างความสำเร็จให้กับศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดอื่น ๆ อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงาน

คือ การกำหนดกรอบวิธีการหรือกระบวนการที่ใช้ในการผลิตสินค้า หรือให้บริการ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยมุ่งเน้นที่ประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จะใช้เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน สำหรับปัจจัยที่สำคัญในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพหรือปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไว้ ดังนี้

Becker and Neuhauser (1975) ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพขององค์การ (Model of Organization Efficiency) โดยอธิบายว่า การประเมินประสิทธิภาพขององค์การไม่ควรพิจารณาเฉพาะปัจจัยนำเข้า ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ วัสดุ และอุปกรณ์ ตลอดจนผลผลิตที่องค์การสามารถดำเนินการได้เท่านั้น แต่ควรคำนึงถึงลักษณะขององค์การในฐานะระบบเปิดซึ่งมีปฏิสัมพันธ์และได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมภายนอกด้วย ทั้งนี้ แนวคิดดังกล่าวสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้ 1) ลักษณะของสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานหากองค์การดำเนินงานอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีความซับซ้อนไม่มากมีความแน่นอน และสามารถกำหนดแนวทางหรือขั้นตอนการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจน ย่อมเอื้อต่อการบรรลุประสิทธิภาพขององค์การมากกว่าองค์การที่ต้องดำเนินงานภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีความซับซ้อนสูงและเปลี่ยนแปลงหรือมีความไม่แน่นอนอยู่เสมอ 2) ความชัดเจนของกฎ ระเบียบ และแนวทางการปฏิบัติงาน การกำหนดขั้นตอนและระเบียบในการปฏิบัติงานที่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม ช่วยให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมาย รวมทั้งทำให้ผลการดำเนินงานสามารถตรวจสอบและประเมินได้ ส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์การ 3) ผลการปฏิบัติงานที่สามารถสังเกตและประเมินได้ ผลการดำเนินงานที่ปรากฏอย่างชัดเจนและสามารถวัดหรือประเมินผลได้ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับประสิทธิภาพขององค์การ กล่าวคือ เมื่อองค์การสามารถแสดงผลการปฏิบัติงานให้เห็นเป็นรูปธรรมได้มากขึ้น ย่อมสะท้อนถึงระดับประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น 4) ความสัมพันธ์ระหว่างระเบียบปฏิบัติงานกับผลการดำเนินงาน เมื่อพิจารณาความชัดเจนของระเบียบหรือแนวทางการปฏิบัติงานร่วมกับผลการดำเนินงานที่สามารถสังเกตและประเมินได้ จะพบว่าปัจจัยทั้งสองมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพขององค์การในระดับที่มากกว่าการพิจารณาปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเพียงลำพัง เนื่องจากการมีระเบียบและขั้นตอนที่ชัดเจนช่วยสนับสนุนให้การ

ปฏิบัติงานเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม และผลดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นหลักฐานในการสะท้อนประสิทธิภาพขององค์การได้

สมยศ นาวีการ (2549) ได้เสนอปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานขององค์กร ได้แก่ 1) กลยุทธ์ (Strategy) เกี่ยวกับการกำหนดเป็นภารกิจการพิจารณาจุดแข็งและจุดอ่อนในองค์กร โอกาส และอุปสรรคภายนอกองค์กรเป็นแผนปฏิบัติการที่อธิบายถึงการจัดสรรทรัพยากรและกิจกรรมให้เหมาะสมช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมายโดยเฉพาะการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน 2) โครงสร้าง (Structure) โครงสร้างขององค์กรที่เหมาะสมจะช่วยในการปฏิบัติงาน 3) ระบบ (System) ระบบขององค์กรจะทำให้บรรลุเป้าหมาย 4) แบบ (Style) แบบของการบริหารเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร 5) บุคลากร (Staff) 6) ความสามารถ (Skill) และ 7) ค่านิยมร่วมของคนในองค์กร (Shared value)

ดังนั้น จากการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า การดำเนินงาน (Operation) คือ แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดกรอบ วิธีการ หรือกระบวนการในการผลิตสินค้าและการให้บริการ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นทั้งในด้าน ประสิทธิภาพ (Efficiency) ซึ่งหมายถึงการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า และ ประสิทธิผล (Effectiveness) คือการบรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้

2. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง กระบวนการสื่อสารเปิดในลักษณะสองทางระหว่างบุคคล กลุ่มคน หรือชุมชน ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานพัฒนาทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเป็นการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ กำหนดเป้าหมาย จัดสรรทรัพยากร ตลอดจนปฏิบัติตามแผนงานและติดตามประเมินผลด้วยความเต็มใจ

สมบัติ นามบุรี (2562) ได้ระบุว่า การมีส่วนร่วมคือการเปิดโอกาสให้ทุกคนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในทุกขั้นตอนเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันของสังคม

นิพนธ์ สุขีนัง, ไพศาล ปันแดน และบรรเจิด ปานเงิน (2568) ได้สังเคราะห์องค์ประกอบของกระบวนการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (Implementation) 3) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) และ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)

ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม และพรรณทิพย์ เพชรมาก (2551) ยังได้แบ่งลักษณะการมีส่วนร่วมออกเป็น 6 รูปแบบ ตั้งแต่ระดับพื้นฐานจนถึงระดับสูงสุด ได้แก่ การรับรู้ข่าวสาร การปรึกษาหารือ การประชุมรับฟังความคิดเห็น การประชาพิจารณ์ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และการใช้กลไกทางกฎหมายเพื่อปกป้องสิทธิในด้านประเภทและปัจจัยที่ขับเคลื่อนการมีส่วนร่วม แนวคิดการมีส่วนร่วมสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ การมีส่วนร่วมที่แท้จริง (Genuine Participation) ซึ่งเปิดโอกาสให้ประชาชนร่วมดำเนินการตั้งแต่เริ่มต้นจนจบโครงการ กับการมีส่วนร่วมที่ไม่แท้จริง (No Genuine Participation) ซึ่งเป็นการเข้าร่วมเพียงบางขั้นตอนหรือปฏิบัติตามแผนงานที่ถูกกำหนดไว้แล้ว

จินตนา สุจจานันท์ (2549) ได้อธิบายว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมประกอบด้วยปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยผลักดันจากผู้นำ ปัจจัยรางวัลตอบแทน และปัจจัยภายในตัวบุคคล เช่น ความคาดหวังในประโยชน์ส่วนรวมและความตระหนักในพันธะหน้าที่ยิ่งไปกว่านั้น ในบริบทของการบริหารองค์กรและการพัฒนาคุณภาพ

ขวัญจิรา จำปา, จิรายุ แสงปิมปา และจิณณวัตร ปะโคทัง (2569) ได้ต่อยอดแนวคิดการมีส่วนร่วมไปสู่การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement) ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ ความโปร่งใส การตรวจสอบได้ และเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ (Accountability for Results) อันนำไปสู่การพัฒนาองค์กรและสังคมอย่างยั่งยืน

3. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ (CSR)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) มีวิวัฒนาการจากการตระหนักรู้ด้านจริยธรรมของนักอุตสาหกรรมในอดีตมาสู่การสร้าง "สัญญาทางสังคม" (Social Contract) ระหว่างภาคธุรกิจกับสังคม และขยายขอบเขตเป็นการจัดการผลกระทบที่องค์กรมีต่อผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสาธารณชนโดยรวมอย่างโปร่งใส (สันติ กระแจะจันทร์, 2569)

นอกจากนี้ CSR ยังสามารถจำแนกออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบทางจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจ (สันติ กระแจะจันทร์, 2569)

โดยการดำเนิน CSR อย่างเป็นระบบจะช่วยยกระดับชื่อเสียงของแบรนด์ สร้างความภักดีในกลุ่มลูกค้า ดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถ และสร้างความสมดุลระหว่างผลประกอบการทางการเงินกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคม (สันติ กระแจะจันทร์, 2569; กรณ์ กังสดารพร, 2569)

การประยุกต์ใช้ CSR ในบริบทการดำเนินงาน ภาวะผู้นำ และการพัฒนาที่ยั่งยืน พบว่ารูปแบบการดำเนินงานมีความแตกต่างกันตามขนาดขององค์กร โดยในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การดำเนิน CSR มักมีลักษณะเป็นการปฏิบัติที่ฝังตัวอยู่ในบริบทพื้นที่ (Context-Embedded CSR) ขับเคลื่อนอย่างไม่เป็นทางการ ยืดหยุ่นตามสถานการณ์ และพึ่งพาการตัดสินใจของผู้บริหารเป็นหลักเนื่องจากข้อจำกัดด้านทรัพยากร (กรณ์ กังสดารพร, 2569) อีกทั้ง ยิ่งไปกว่านั้น การผนวก CSR เข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์องค์กรยังเป็นสะพานเชื่อมโยงกิจกรรมทางธุรกิจเข้ากับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ โดยเฉพาะการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำ เพื่อนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่กับความยั่งยืนของสังคมในระยะยาว (สันติ กระแจะจันทร์, 2569; กรณ์ กังสดารพร, 2569)

4. แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

พชรพล สร้อยทอง, อรุณ รักธรรม, สมพร เฟื่องจันทร์ และสุเทพ เชาวลิต (2564) ได้สังเคราะห์องค์ประกอบของภาวะผู้นำออกเป็น 5 ด้านสำคัญ ได้แก่ ผู้นำ (Leader) ผู้ตาม (Follower) สถานการณ์ (Situation) การโน้มน้าว (Influencing) และเป้าหมายขององค์การ (Organization Goals) ซึ่งผู้นำที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มีทักษะการบริหารจัดการที่ดี มีความรู้ด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เน้นการทำงานเป็นทีม และมีทักษะในการสื่อสารโน้มน้าวใจ

พระมหาสุพล อระมูล และคณะ (2565) ได้อธิบายถึงภาวะผู้นำที่แท้จริง (Authentic Leadership) ว่าเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการรับรู้และตระหนักรู้ในตนเอง (Self-awareness) มีความมั่นคงในค่านิยม ยึดมั่นในความซื่อสัตย์ ความเสียสละ ความยุติธรรม และการปฏิบัติงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีจริยธรรม ในสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความผันผวนสูง การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และการปรับตัวตามบริบทเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อความรอดและการเติบโตขององค์การ

บุญประไพ พวงมาลา, อรรถพร วรรณทอง และชวนคิด มะเสนะ (2568) ชี้ให้เห็นว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ในยุคโลกพลิกผัน (VUCA World) จะต้องส่งเสริมบรรยากาศการทำงานที่ยืดหยุ่น เปิดรับนวัตกรรมและความคิดใหม่ ๆ กระตุ้นการกล้าคิดนอกกรอบ การใช้เทคโนโลยีและข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data/AI) ในการบริหารจัดการ ตลอดจนการสร้างแรงจูงใจและการทำงานเป็นทีมเพื่อรับมือกับความผันผวนและความไม่แน่นอน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย ได้แก่ ประกอบด้วย

1.1 ประชากร ได้แก่ คณะกรรมการระดับจังหวัด สมาชิกในองค์กรเครือข่ายระดับอำเภอและประชาชนผู้มีส่วนได้เสียกับศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 4,210 คน (ศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม, 2569)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ คณะกรรมการระดับจังหวัด สมาชิกในองค์กรเครือข่ายระดับอำเภอ และประชาชนผู้มีส่วนได้เสียกับศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 366 คน โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane Taro, 1973) และดำเนินการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยปรับกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนเต็มจึงเพิ่มเป็น 366 คน และทำการสุ่มตัวอย่างจากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างและใช้วิธีสุ่มอย่างง่ายด้วยการจับฉลาก (Simpel Random Sampling)

ขั้นตอนที่ 1 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตามระดับชั้น (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งกลุ่มประชากรออกตามประเภทของสมาชิกแล้วสุ่มตัวอย่างจากทุกระดับชั้น จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย (Sample Random Sampling) โดยการจับฉลาก

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยใช้การคำนวณหาสัดส่วน (Proportional Random Sampling) ของประชาชนในแต่ละหมู่บ้าน โดยใช้วิธีเทียบบัญญัติไตรยางศ์

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างกลุ่มประชากรตัวอย่างอย่างง่าย (Sample Random Sampling) โดยทำสลากรายชื่อของประเภทสมาชิกทั้งหมด นำรายชื่อของประชากรใส่ลงในกล่อง ภาชนะ แล้วทำการจับสลากแต่ละภาชนะให้ได้จำนวนตามกลุ่มตัวอย่าง โดยจับสลากขึ้นมาแล้วทำการบันทึกรายชื่อที่ถูกเลือก จากนั้นใส่รายชื่อนั้นลงไปอีกครั้งเพื่อให้กลุ่มตัวอย่าง ทุกหน่วยมีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน หากจับถูกรายชื่อเดิมก็ใส่ลงภาชนะเดิมจนกว่าจะได้จำนวนตัวอย่าง ตามที่ระบุไว้

2. เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามการวิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยข้อคำถามได้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามปลายปิดเป็นประเภทสอบถามรายการ (Check List) เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับระดับการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิด เพื่อสอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ ของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม

อีกทั้ง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับข้อคำถาม โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item–Objective Congruence: IOC) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.67–1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และตรวจสอบความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach (1951, p.274; อ้างในบุญชม ศรีสะอาด, 2558) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.914

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 366 คน โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane Taro, 1973) และดำเนินการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยปรับกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนเต็มจึงเพิ่มเป็น 366 คน และทำการสุ่มตัวอย่างจากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างและใช้วิธีสุ่มอย่างง่ายด้วยการจับฉลาก (Simpel Random Sampling)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติทางการวิจัยเพื่อหาค่าความแปรปรวนหรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวหรือการทดสอบค่า (F-test)

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการเปรียบเทียบโดยการทดสอบค่าที (t- test) และการทดสอบ ค่าเอฟ (F- test)

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยตามตารางที่ 1-2 ดังนี้

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม

ข้อ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1	ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ	4.64	0.78	มากที่สุด
2	ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม	4.64	0.87	มากที่สุด
3	ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร	4.62	0.80	มากที่สุด
4	ปัจจัยด้านบุคลากร	4.52	0.85	มากที่สุด
5	ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	4.48	0.81	มาก
โดยรวม		**4.58**	**0.82**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.58, S.D. = 0.82) เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ($\bar{x}$ = 4.64, S.D. = 0.78) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{x}$ = 4.64, S.D. = 0.87) ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร ($\bar{x}$ = 4.62, S.D. = 0.80) ปัจจัยด้านบุคลากร ($\bar{x}$ = 4.52, S.D. = 0.85) และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{x}$ = 4.48, S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม

ข้อ	การดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1	ด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจ	4.48	0.82	มาก
2	ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ	4.50	0.81	มาก
3	ด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม	4.54	0.77	มากที่สุด
4	ด้านการได้รับการยอมรับจากชุมชน	4.54	0.75	มากที่สุด
โดยรวม		**4.52**	**0.79**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด ($\bar{x}$ = 4.52, S.D. = 0.79) เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ($\bar{x}$ = 4.54, S.D. = 0.77) ด้านการได้รับการยอมรับจากชุมชน ($\bar{x}$ = 4.54, S.D. = 0.75) ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ($\bar{x}$ = 4.50, S.D. = 0.81) และด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจ ($\bar{x}$ = 4.48, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม

ตัวแปร		B	S.E.	Beta	t	Sig.
a ค่าคงที่ (Constant)		.365	.090	-	4.047	.000*
1	ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ (X_1)	.517	.042	.524	12.201	.000*
2	ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม (X_2)	.245	.063	.275	3.891	.000*
3	ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร (X_3)	-.076	.067	-.080	-1.134	.258
4	ปัจจัยด้านบุคลากร (X_4)	.072	.063	.080	1.133	.258
5	ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (X_5)	.164	.044	.077	3.723	.000*

R = .936, R2 = .876

หมายเหตุ. * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม โดยวิธีการเลือกตัวแปรโดยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน (Stepwise Regression) ดังนี้

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปรร่วมกันมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม (Y) ในระดับสูงทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .936

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปรสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม (Y) ได้ร้อยละ 87.60 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R^2) เท่ากับ .876

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิเคราะห์พบว่า มีตัวแปรที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของ ภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ตัวแปร โดยเรียงลำดับอิทธิพลจากมากไปน้อยตามค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) ได้แก่ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ (X1) (β = .524) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม (X2) (β = .275) และ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (X5) (β = .077) ตามลำดับ

ดังนั้น เมื่อพิจารณาค่าคงที่ (Constant) เท่ากับ .365 และค่าน้ำหนักของตัวพยากรณ์ทั้งในรูปคะแนนดิบ (B) และคะแนนมาตรฐาน (β) สามารถนำมาสร้างสมการถดถอยเพื่อพยากรณ์การดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคามได้ ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Y}$ = 0.365 + 0.517(X1) + 0.245(X2) + 0.164(X5)

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน

$\hat{Z}$ = 0.527(Z1) + 0.275(Z2) + 0.077(Z5)

โดย $\hat{Y}$ และ $\hat{Z}$ หมายถึง การดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม ทั้งนี้ ตัวแปรอิสระที่ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร (X3) และปัจจัยด้านบุคลากร (X4)

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.58, S.D. = 0.82) เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ($\bar{x}$ = 4.64, S.D. = 0.78) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{x}$ = 4.64, S.D. = 0.87) ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร ($\bar{x}$ = 4.62, S.D. = 0.80) ปัจจัยด้านบุคลากร ($\bar{x}$ = 4.52, S.D. = 0.85) และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{x}$ = 4.48, S.D. = 0.81) ตามลำดับ อีกทั้ง การดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด ($\bar{x}$ = 4.52, S.D. = 0.79) เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ($\bar{x}$ = 4.54, S.D. = 0.77) ด้านการได้รับการยอมรับจากชุมชน ($\bar{x}$ = 4.54, S.D. = 0.75) ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ($\bar{x}$ = 4.50, S.D. = 0.81) และด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจ ($\bar{x}$ = 4.48, S.D. = 0.82) ตามลำดับ สอดคล้องกับสมยศ นาวีการ (2549) ได้เสนอปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานขององค์กร ได้แก่ 1) กลยุทธ์ (Strategy) เกี่ยวกับการกำหนดเป็นภารกิจการพิจารณาจุดแข็งและจุดอ่อนในองค์กร โอกาส และอุปสรรคภายนอกองค์กรเป็นแผนปฏิบัติการที่อธิบายถึงการจัดสรรทรัพยากรและกิจกรรมให้เหมาะสมช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมายโดยเฉพาะการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน 2) โครงสร้าง (Structure) โครงสร้างขององค์กรที่เหมาะสมจะช่วยในการปฏิบัติงาน 3) ระบบ (System) ระบบขององค์กรจะทำให้บรรลุเป้าหมาย 4) แบบ (Style) แบบของการบริหารเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร 5) บุคลากร (Staff) 6) ความสามารถ (Skill) และ 7) ค่านิยมร่วมของคนในองค์กร (Shared value)

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ได้แก่ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ (β = .527) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม (β = .275) และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (β = .077) ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า การดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจำเป็นต้องอาศัยผู้นำที่มีศักยภาพ สามารถขับเคลื่อนองค์กร สร้างความร่วมมือจากภาคีเครือข่าย และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ จึงจะทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิผล ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยได้นำเสนอไว้ ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำเป็นตัวแปรที่ส่งผลสูงสุด ต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ จังหวัดมหาสารคาม ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากผู้นำเป็นกลไกสำคัญในการกำหนดทิศทาง วิสัยทัศน์ การสร้างแรงจูงใจ และการประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วน หากผู้นำมีความรู้ ความสามารถ และตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมจะช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างรวดเร็วและบรรลุเป้าหมาย สอดคล้องกับพระมหาสุพล อระมูล และคณะ (2565) ที่ระบุว่าแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารประกอบด้วย 5 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านจินตนาการ ด้านความยืดหยุ่น ด้านวิสัยทัศน์ ด้านแรงจูงใจ และด้านความไว้วางใจซึ่งการบูรณาการคุณลักษณะเหล่านี้ ร่วมกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้นำและผู้ร่วมงาน จะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และผลักดันให้องค์การประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมเป็นตัวแปรลำดับที่สอง ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ฯ แสดงให้เห็นว่า การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และเครือข่ายชุมชน หากทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการวางแผน ดำเนินงาน และประเมินผล จะทำให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับนิพนธ์ สุขีนัง, ไพศาล ปันแดน

และบรรเจิด ปานเงิน (2568) ได้สังเคราะห์องค์ประกอบของกระบวนการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (Implementation) 3) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) และ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)

2.3 ด้านเทคโนโลยี พบว่า การดำเนินงานของศูนย์ CSR ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย การพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีของบุคลากร การจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ การใช้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร และการใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างศักยภาพภายในองค์กร ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเทคโนโลยีเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรในยุคดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับกรณ์ กังสดารพร (2569) และสันติ กระแจะจันทร์ (2569) ที่กล่าวว่า แนวคิดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Leadership) จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในฐานะกระบวนการเชิงความสัมพันธ์ ที่ผู้นำทำหน้าที่สร้างสมดุลระหว่างเป้าหมายทางธุรกิจกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผ่านการสื่อสารโดยตรง การสร้างความไว้วางใจ และการสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value) เพื่อลดความขัดแย้งและสร้างความชอบธรรมทางสังคม ยิ่งไปกว่านั้น การผนวก CSR เข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์องค์กรยังเป็นสะพานเชื่อมโยงกิจกรรมทางธุรกิจเข้ากับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ โดยเฉพาะการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำ เพื่อนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่กับความยั่งยืนของสังคมในระยะยาว

ข้อค้นพบทางวิชาการ หรือองค์ความรู้ใหม่

การวิจัยครั้งนี้ มีข้อค้นพบหรือองค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม โดยพบว่า ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วม และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม โดยเรียกว่า LPT Model (Leadership–Participation–Technology Model) ซึ่งเป็นรูปแบบการดำเนินงานที่ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ภาวะผู้นำ (Leadership) การมีส่วนร่วม (Participation) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology) โดยทั้ง 3 องค์ประกอบมีความสัมพันธ์และทำงานเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ดังนี้

1. ภาวะผู้นำ (Leadership) ทำหน้าที่กำหนดวิสัยทัศน์ สร้างแรงจูงใจ และขับเคลื่อนเครือข่ายความร่วมมือ
2. การมีส่วนร่วม (Participation) ส่งเสริมการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินงาน และร่วมประเมินผลของทุกภาคส่วน
3. เทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology) สนับสนุนการจัดเก็บข้อมูล การติดตามผล การประเมินผล และการตัดสินใจของผู้บริหารผ่านฐานข้อมูลและระบบดิจิทัล

องค์ประกอบทั้งสามทำงานเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การยอมรับจากชุมชน และการขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อสังคมได้

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ควรศึกษารูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำสู่การเปลี่ยนแปลงของการจัดการศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ

1.2 ควรศึกษารูปแบบการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ

1.3 ควรศึกษารูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาผู้นำที่สามารถขับเคลื่อนเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 ควรศึกษารูปแบบการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายในการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ เพื่อพัฒนากลไกความร่วมมือที่เข้มแข็งและยั่งยืนระหว่างทุกภาคส่วน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษารูปแบบการบริหารจัดการข้อมูลและการบูรณาการฐานข้อมูลระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคม เพื่อสนับสนุนการวางแผน การจัดสรรทรัพยากร และการให้ความช่วยเหลือกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ลดความซ้ำซ้อน และเพิ่มความแม่นยำในการดำเนินงาน

2.2 ควรศึกษาการพัฒนาระบบดิจิทัลหรือแพลตฟอร์มกลางสำหรับการบริหารจัดการศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการสื่อสาร การติดตามผล การประเมินผล และการให้บริการประชาชนผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.3 ควรศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบริหารเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคม รวมถึงบทบาทของผู้ประสานงานเครือข่าย (Focal Point) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ

2.4 ควรศึกษารูปแบบการจัดตั้งและการบริหารกองทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ เพื่อพัฒนากลไกทางการเงินที่มีความคล่องตัว โปร่งใส และสามารถสนับสนุนการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กรณ์ กังสดารพร. (2569). ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนิน CSR ของ SMEs ภาคการผลิตในจังหวัดสมุทรสาคร: การวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 10*(1), 71–81.

ขวัญจิรา จำปา, จิรายุ แสงปิมปา และจิณณวัตร ปะโคทัง. (2569). การเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ในการประกันคุณภาพภายนอกของสถานศึกษา. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 10*(6), 162–177.

จินตนา สุจจานันท์. (2549). *การศึกษาและการพัฒนาชุมชน.* มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นิพนธ์ สุขีนัง, ไพศาล ปันแดน และบรรเจิด ปานเงิน. (2568). แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม. *วารสารสิ่งแวดล้อมศึกษา, 16*(2), 29–33.

บุญประไพ พวงมาลา, อรรถพร วรรณทอง และชวนคิด มะเสนะ. (2568). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา ในยุคโลกพลิกผัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 4. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, 7*(2), 350–376.

พชรพล สร้อยทอง, อรุณ รักธรรม, สมพร เฟื่องจันทร์ และสุเทพ เชาวลิต. (2564). ภาวะผู้นำและความสำเร็จขององค์การ: กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 7*(3), 29–45.

พระมหาสุพล อระมูล และคณะ. (2565). ภาวะผู้นำกับการปฏิบัติงานของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 3. *วารสารครุทรรศน์ (Online) มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2*(2), 23–34.

ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม และพรรณทิพย์ เพชรมาก. (2551). *การบริหารสังคมศาสตร์แห่งศตวรรษเพื่อสังคมไทยและสังคมโลก.* สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน.

สมบัติ นามบุรี. (2562). ทฤษฎีการมีส่วนร่วมในงานรัฐประศาสนศาสตร์. *วารสารวิจัยวิชาการ, 2*(1), 183–197.

สานิตย์ หนูนิล. (2561). การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร. *วารสารนักบริหาร, 38*(1), 18–32.

ศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม. (2567). *รายงานผลการดำเนินงานประจำปี. มหาสารคาม:* ศูนย์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจังหวัดมหาสารคาม.

สมยศ นาวีการ. (2549). *การบริหารและพฤติกรรมองค์การ.* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.

สันติ กระแจะจันทร์. (2569). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 4*(4), 664–683.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคมแห่งชาติ. (2568). *รายงานผลการดำเนินงานสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคมแห่งชาติ.* กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

Becker, S. W., & Neuhauser, D. (1975). *The efficient organization.* Elsevier Scientific Publishing Company.

Taro Yamane. (1973). *Statistic: An introductory and Analysis.* (2th ed.). New York: Harpar and row.