

ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความไว้วางใจของพนักงาน ในบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย

Socially Responsible Leadership Influencing on Employee's Trust at Sustainable
Development Companies in Thailand

พรชัย ศักदानวัฒน์วงศ์¹

Pornchai Sakdanuwatwong¹

Received 29 ต.ค 2562 & Retrieved 19 พ.ย 2562

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและความไว้วางใจในองค์กรของพนักงานในบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย และ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลระหว่างภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและความไว้วางใจในองค์กรของพนักงานในบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานจำนวน 400 คน จากบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนในประเทศไทย สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนได้แก่แบบโควตาและแบบสะดวก ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และตัวแบบสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า ระดับภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และความไว้วางใจของพนักงานในองค์กรที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์สูง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทุกคู่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยสำคัญ จากตัวแบบสมการโครงสร้าง ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญและมีค่าความแปรปรวนที่ถูกทำนายโดยภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับสูงมาก นอกจากนั้นภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความไว้วางใจของพนักงานในองค์กรผ่านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าความแปรปรวนที่ถูกทำนายโดยภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง สุดท้ายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจของพนักงานในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลจากการทดสอบพบว่าแบบจำลองตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ความไว้วางใจในองค์กร และบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
e-mail: pornchai_108@yahoo.com, pornchai.sa@kmitl.ac.th

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the relationship between socially responsible leadership, corporate social responsibility and organizational trust and 2) to study the influence between socially responsible leadership, corporate social responsibility and organizational trust. Sample was employee in the sustainable development companies in Thailand. Multi stage sampling technique was applied including quota and convenience sampling respectively, and completely sample size was 400. Using techniques of descriptive statistics, the data collected were analyzed in terms of mean and standard deviation. In addition, Pearson's product moment correlation coefficient method and structural equation modeling technique were also employed.

The results found that the level of socially responsible leadership, corporate social responsibility and organizational trust were high in every factors. The correlation coefficient among latent variable had a significant level at every pair of variables. From structural equation modeling, socially responsible leadership had direct effect on corporate social responsibility with significantly and had a high level of variance predicted by socially responsible leadership. Moreover, socially responsible leadership had indirect effect on organizational trust as mediated by corporate social responsibility with significantly and had moderate level of variance predicted by socially responsible leadership. Finally, corporate social responsibility had direct effect on organizational trust with significantly. The final result found that the theoretical model is consistent with empirical data.

Keywords: Socially Responsible Leadership, Corporate Social Responsibility, Organizational Trust, and Sustainable Development Company

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจทั่วโลกต่างต้องเร่งปรับตัวเพื่อความอยู่รอดอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ การมีแผนและนโยบายทางธุรกิจภายใต้หลักบรรษัทภิบาล และความสามารถในการจัดการความเสี่ยง ตลอดจนการมีเงินทุนและผลกำไรอย่างเหมาะสมเพียงพอ เพื่อใช้ขยายกิจการและตอบแทนผู้ถือหุ้น ควบคู่กับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (พิริยาภรณ์ อันทอง และศุภกร เอกชัยไพบูลย์, 2559) ซึ่งเป็นการดำเนินงานภายใต้เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) (United Nations, 2018) ที่ประเทศสมาชิกทั่วโลกต่างต้องยึดถือปฏิบัติ

เพื่อให้เป้าหมายดังกล่าวบรรลุผล การขับเคลื่อนขององค์กรสู่ความยั่งยืนจึงกลายเป็นประเด็นสำคัญที่ประเทศสมาชิกทั่วโลกภายใต้การขับเคลื่อนของภาคธุรกิจ ต้องมีการบูรณาการเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เข้าไปในกระบวนการดำเนินงาน ส่งผลให้ความรับผิดชอบต่อสังคมเกิดเป็นกระแสหลักที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางและพัฒนาต่อยอดไปสู่การทำธุรกิจอย่างยั่งยืน (พิริยาภรณ์ อันทอง และศุภกร เอกชัยไพบูลย์, 2559)

สำหรับในประเทศไทย ภาคธุรกิจส่วนหนึ่งมีความพร้อมมุ่งสู่การเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน ที่ให้ความสำคัญกับผลกำไรควบคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมภายใต้หลักบรรษัทภิบาล (Environmental, Social, Governance : ESG) บริษัทต่าง ๆ เหล่านี้ได้ผ่านเกณฑ์ประเมินดัชนีชี้วัดความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability

Indices: DJSI) ซึ่งเป็นดัชนีหลักทรัพย์ที่ใช้ประเมินประสิทธิผลทางธุรกิจของบริษัทชั้นนำระดับโลกในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม หรือ ESG ตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ โดยในปี พ.ศ. 2559 มีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทยจำนวน 5 บริษัท ได้รับคัดเลือกเข้าเป็นสมาชิกดัชนีแห่งความยั่งยืนของดาวนิโจนส์ในกลุ่ม DJSI World ประกอบด้วย บมจ. 1) กลีกรไทย 2) ปตท. 3) ปตท.สำรวจ และผลิตปิโตรเลียม 4) ทีทีที โกลบอล เคมิคอล และ 5) ปูนซิเมนต์ไทย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2559) ซึ่งทุกบริษัทล้วนใช้แนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเป็นพื้นฐานมุ่งสู่ความยั่งยืนแท้ทั้งสิ้น

ความสำเร็จของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเพื่อความยั่งยืนในทางปฏิบัติ เป็นผลมาจากความร่วมมือระหว่างองค์กร ผู้บริหาร พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียที่ร่วมกันพิจารณาลดความเสี่ยงและลดผลกระทบจากกระบวนการดำเนินธุรกิจ โดยได้ร่วมกันกำหนดปัญหาและหาแนวทางป้องกันแก้ไข ข้อมูลจากศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยระบุว่า หัวใจสำคัญแห่งความยั่งยืนของธุรกิจเกิดขึ้นจากหลายปัจจัย แต่หนึ่งในนั้นเกิดจากตัวพนักงาน (พิริยาภรณ์ อันทอง และศุภกร เอกชัยไพบุลย์, 2559) ซึ่งเป็นผู้คอยรับนโยบายและขับเคลื่อนออกมาในรูปของกิจกรรมแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน ดังนั้นการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างเหมาะสมเป็นธรรม การพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพของพนักงานแต่ละคนอย่างเท่าเทียม ฯลฯ ล้วนแต่เป็นความรับผิดชอบต่อองค์กรที่มีผลต่อการสร้างแรงจูงใจและความมั่นใจ นำไปสู่ความพึงพอใจและความไว้วางใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร ส่งผลให้พนักงานสร้างสรรค์ผลงานอย่างเต็มความรู้ความสามารถอย่างรับผิดชอบ อันจะนำไปสู่ความสามารถเชิงการแข่งขัน ซึ่งผลลัพธ์ในท้ายที่สุดก็จะเกิดการพัฒนายั่งยืน พบว่าส่วนหนึ่งของความไว้วางใจของพนักงานเกิดขึ้นจากการที่พนักงานรับรู้และสังเกตพฤติกรรมด้านคุณธรรมแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมจากผู้บริหารระดับสูง ซึ่งปรากฏออกมาในรูปภาวะผู้นำที่รับใช้ (Sendjaya et al., 2008; Sendjaya and Pekerti, 2010) หรือภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม เพื่อชี้แนะและสร้างอิทธิพลเหนือองค์กร พนักงาน ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียให้เข้ามาร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยน และร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ประเด็นปัญหาร่วมกันภายใต้กิจกรรมแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม

อย่างไรก็ตาม จากรายงานความยั่งยืนของ บมจ.ปูนซิเมนต์ไทยพบว่า แม้ว่าบริษัทจะผ่านเกณฑ์มาตรฐาน DJSI ด้านความยั่งยืน แต่ประเด็นทางด้านสังคมกลับได้คะแนนประเมินไม่สูงนัก (รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทมหาชน จำกัด ปูนซิเมนต์ไทย, 2559) ส่วนหนึ่งอาจเกิดจากพนักงานมีความไว้วางใจในระดับที่ไม่เหมาะสม ซึ่งอาจเกิดจากจากผู้บริหารไม่สามารถแสดงภาวะผู้นำที่เหมาะสม ส่งผลให้องค์กรขาดความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเพียงพอ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ยังไม่พบงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดที่เกี่ยวข้องดังกล่าว

การทำให้ความยั่งยืนขององค์กรเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและบรรลุเป้าหมายแห่งการพัฒนา ธุรกิจจำเป็นต้องเพิ่มความไว้วางใจให้เกิดขึ้นกับพนักงาน ด้วยการแสดงภาวะผู้นำของผู้บริหารและการเพิ่มความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และความไว้วางใจของพนักงานในบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และความไว้วางใจในองค์กรของพนักงานในบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลระหว่างภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและความไว้วางใจในองค์กรของพนักงานในบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบความสัมพันธ์และอิทธิพลระหว่างภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและความไว้วางใจในองค์กรของพนักงานในบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. นำผลที่ได้ไปกำหนดแนวทางการเพิ่มความไว้วางใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรให้สอดคล้องกับมูลเหตุแห่งปัจจัยด้านภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมและความไว้วางใจในองค์กร

สมมติฐานการวิจัย

H1: ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจในองค์กรของพนักงาน

H2: ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจในองค์กรของพนักงาน

H3: ความไว้วางใจในองค์กรของพนักงานมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในองค์กรของพนักงาน

ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม: เป็นการศึกษาแนวคิดภายใต้ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) ซึ่งหมายถึง ปรากฏการณ์เชิงจริยธรรมและเชิงความสัมพันธ์ในกระบวนการทางสังคมระหว่างผู้นำกับผู้ได้รับผลกระทบ ตลอดจนการคำนึงถึงเป้าหมายและวิสัยทัศน์เชิงความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย (Maak and Pless, 2006) ขณะที่ Voegtlin (2011) ให้ความหมายว่าหมายถึง กระบวนการที่ผู้นำตระหนักถึงปัญหาทางศีลธรรมโดยพิจารณาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นตามมาในทุกขั้นตอนของการตัดสินใจ ภายใต้การอภิปรายและสนทนาร่วมกัน และการใช้อิทธิพลร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการแก้ปัญหา

ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมตั้งอยู่บนความสัมพันธ์ของหลักการขับเคลื่อนทางจริยธรรมและพื้นฐานค่านิยมในการเชื่อมโยงผู้นำและผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านการแบ่งปันและการกำหนดเป้าหมายแห่งความรับผิดชอบร่วมกัน โดยผู้นำและผู้มีส่วนได้เสียต่างต้องการยกระดับความผูกพัน แรงจูงใจ รวมถึงค่านิยมแห่งความยั่งยืนระหว่างกันให้สูงขึ้น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างรับผิดชอบในทางบวก (Maak and Pless, 2009) อย่างไรก็ตามการมุ่งให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น ผู้นำต้องมีพลังและไม่รู้สึกรอคอยใจเมื่อพบกับอุปสรรค โดยผู้นำต้องสามารถระบุและแยกแยะความแตกต่างระหว่างการเปลี่ยนแปลงสังคมด้านบวกและด้านลบได้เป็นอย่างดี โดยเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงทางบวกจะนำมาซึ่งการพัฒนาและแนวทางใหม่ที่เป็นประโยชน์แก่องค์กร ค่านิยมดังกล่าวปรากฏอยู่ในตัวแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของ Wagner (2006) ซึ่งประกอบด้วย ค่านิยมระดับบุคคล ระดับกลุ่มและระดับชุมชน/สังคม ที่ร่วมกันผลักดันให้เกิดค่านิยมระดับมุ่งการเปลี่ยนแปลงสังคมในทางที่ดีขึ้น ซึ่งสะท้อนภาวะผู้นำแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม (Waldman, 2007)

Voegtlin, Patzer and Scherer (2012) ได้นำเสนอตัวแบบผลลัพธ์ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบ ซึ่งมีผลให้เกิดผลลัพธ์ 3 ระดับ ทั้งระดับมหภาค, มัชยภาค และจุลภาค โดยในระดับมหภาคพบว่ามีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย และระดับมัชยภาคพบว่ามีอิทธิพลต่อคุณลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จึงเป็นที่มาของสมมติฐานการวิจัย H1 และ H2 ดังที่กล่าวมา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะศึกษาผ่านแนวคิดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมของ Waldman (2007) และ Dugan (2006) ซึ่งพรชัย ศักดานุวัฒน์วงศ์และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2558) ได้นำมาพัฒนาเครื่องมือวัดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบ

ขอต่อสังคมที่มีข้อคำถาม 12 ข้อ 3 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 1) ค่านิยมและพฤติกรรมแห่งความรับผิดชอบเชิงวิสัยทัศน์ (5 ข้อ) 2) การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามอย่างเท่าเทียม (3 ข้อ) และ 3) การมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง (4 ข้อ)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร: Melé (2008) ได้ศึกษาและสังเคราะห์ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมว่าประกอบด้วย 4 ทฤษฎีที่สำคัญ ได้แก่ 1) ทฤษฎีคุณค่าของผู้ถือหุ้น (Shareholder Value Theory) 2) ทฤษฎีการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Performance: CSP) 3) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) และ 4) ทฤษฎีองค์กรธุรกิจในฐานะพลเมือง (Corporate Citizenship Theory) ซึ่งคณะกรรมการธิการกลุ่มประชาคมยุโรป (2001) ให้ความหมายไว้ว่าหมายถึง แนวคิดของผู้ประกอบการที่ผสานความห่วงใยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียภายใต้การปฏิบัติโดยความสมัครใจ ขณะที่ Carroll (1991) ได้นำเสนอตัวแบบปิรามิดความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้น ซึ่งนักวิชาการส่วนใหญ่ต่างก็ให้การยอมรับประกอบด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม 1) ระดับเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึง การที่องค์กรต้องมีกำไรเพื่อความอยู่รอด 2) ระดับกฎหมาย ซึ่งหมายถึง การที่องค์กรต้องเชื่อฟังและปฏิบัติตามกฎหมายเพราะเป็นเงื่อนไขของสังคมที่ระบุถึงสิ่งถูกผิด 3) ระดับจริยธรรม ซึ่งหมายถึง การที่องค์กรต้องมีจริยธรรม ภายใต้ข้อกำหนดที่ว่าจะต้องทำในสิ่งที่ถูกต้อง ยุติธรรม และเป็นธรรม และ 4) ระดับมนุษยธรรม ซึ่งหมายถึง การที่องค์กรเสียสละโดยไม่หวังผลตอบแทน โดยการเป็นบรรษัทพลเมืองที่ดีที่คอยช่วยเหลือและใช้ทรัพยากรคืนแก่ชุมชน และปรับปรุงคุณภาพชีวิตในด้านต่างๆ ให้ดีขึ้น

สำหรับผลของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรพบว่าส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กร (Maignan and Ferrell 2001) ยกระดับสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และส่งผลต่อความไว้วางใจในองค์กรของพนักงาน (Hansen et al., 2011; Tourigny et al., 2017) ซึ่งสอดคล้องกับ Gond et al. (2010) ที่นำเสนอตัวแบบบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อพนักงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดผลข้ามระดับ ทั้งระดับมหภาค มัชยภาคและจุลภาค ด้านการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมและความไว้วางใจในองค์กร จึงเป็นที่มาของสมมติฐานการวิจัย H3 ดังที่กล่าวมา

การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาผ่านแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ Carroll (1991) โดยใช้เครื่องมือวัดการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมที่พัฒนาขึ้นโดย Maignan and Ferrell (2001) บนพื้นฐานแนวคิดของ Carroll (1979) ที่มีข้อคำถาม 18 ข้อ 4 องค์ประกอบ ประกอบด้วยการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคม 1) ด้านเศรษฐกิจ (4 ข้อ) 2) ด้านกฎหมาย (4 ข้อ) 3) ด้านจริยธรรม (5 ข้อ) และ 4) ด้านมนุษยธรรม (5 ข้อ)

ความไว้วางใจของพนักงานในองค์กร: แนวคิดความไว้วางใจอยู่ภายใต้ศาสตร์สหสาขาวิชาซึ่งประกอบด้วย วิทยาศาสตร์องค์กร (Organizational Science), สังคมวิทยา (Sociology) และจิตวิทยา (Psychology) (Rousseau et al., 1998) โดย Robbins (2005) ให้ความหมายว่าหมายถึง ความคาดหวังทางบวกต่อผู้อื่น ที่ปรากฏออกมาในรูปการพูด การกระทำ หรือการตัดสินใจกระทำตามสมควรแล้วแต่โอกาส ขณะที่ Mayer, Davis and Schoorman (1995) ให้ความหมายว่าหมายถึง ความตั้งใจกระทำต่อบุคคลอื่นบนพื้นฐานความคาดหวังด้านบวกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล ภายใต้เงื่อนไขความเสี่ยงและการพึ่งพาอาศัยกัน

Shaw (1997) นำเสนอปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในองค์กรจำนวน 3 ปัจจัย ประกอบด้วยความไว้วางใจในองค์กรด้าน 1) ความสำเร็จในผลงาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับผลงานของบุคคล บุคคลใดก็ตามที่ไม่มีความสามารถในการทำงานให้สำเร็จ จะส่งผลให้ขาดความไว้วางใจ 2) ความตรงไปตรงมา ซึ่งเป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับความซื่อสัตย์ จริงใจและจริงใจในการพูดและกระทำอย่างสม่ำเสมอตรงไปตรงมา ความไม่ชัดเจนโปร่งใส ความคลุมเครือ และการไม่รักษาคำพูด จะทำให้รู้สึกว่าคุณค่าที่เราต้องมอบความไว้วางใจไว้ความสามารถ หรือมีเจตนาแอบแฝงที่ไม่บริสุทธิ์ใจ และ 3) การแสดงความดูแลเอาใจใส่ ซึ่งเป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับการเอาใจใส่ของบุคคล

หรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวัง ปกติบุคคลจะให้ความไว้วางใจบุคคลซึ่งเข้าใจในปัญหา ห่วงใย และไม่กระทำการสิ่งที่จะก่อให้เกิดความขัดแย้ง

สำหรับผลของความไว้วางใจ Nyhan and Marlowe (1997) นำเสนอว่าส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กร ขณะเดียวกันยังพบว่ามีความสัมพันธ์กับผลงานทั้งระดับบุคคลและระดับองค์กร (Shrkie, 2009)

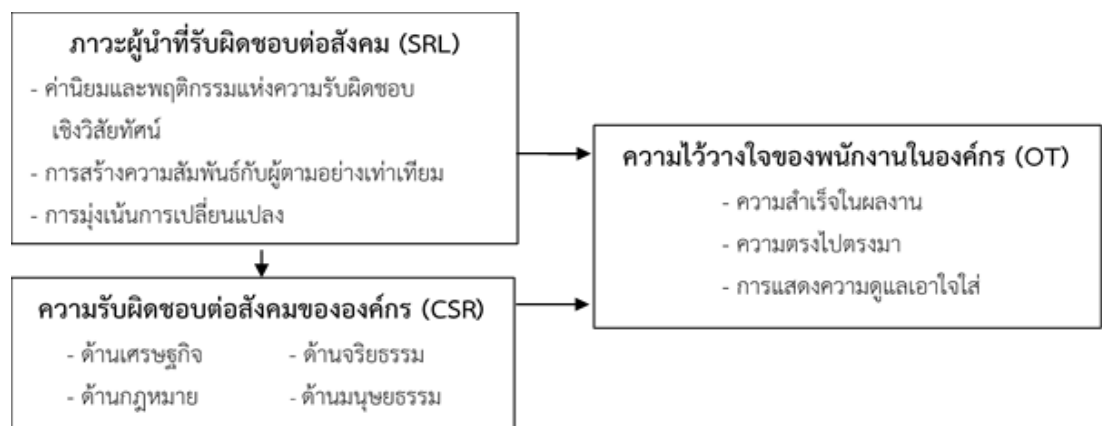
การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาผ่านแนวคิดความไว้วางใจในองค์กรของ Shaw (1997) โดยใช้เครื่องมือวัดความไว้วางใจในองค์กรของวรรณาท สามารถ (2557) บนพื้นฐานแนวคิดของ Shaw (1997) ซึ่งมีข้อคำถาม 18 ข้อ 3 องค์ประกอบ ประกอบด้วยความไว้วางใจในองค์กร 1) ด้านความสำเร็จในผลงาน (6 ข้อ) 2) ด้านความตรงไปตรงมา (6 ข้อ) และ 3) ด้านการแสดงความดูแลเอาใจใส่ (6 ข้อ)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Voegtlin, Patzer, and Scherer (2012) และ Gond et al. (2010) นำเสนองานวิจัยชื่อ Responsible Leadership in Global Business: A new approach to leadership and its multi-level outcomes และ Corporate social responsibility influence on employees ตามลำดับ ซึ่งผลที่ได้จากงานวิจัยทั้งสองพบว่ามี ความสอดคล้องกัน คือ ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียและ พนักงาน และการรับรู้หรือคุณลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร, ขณะที่ Hansen et al. (2011) และ Tourigny, Han, Baba and Pan (2017) นำเสนองานวิจัยชื่อ Corporate Social Responsibility and the Benefits of Employee Trust: A Cross-Disciplinary Perspective และ Ethical leadership and corporate social responsibility in China: A multilevel study of their effects on trust and organizational citizenship behavior ซึ่งผลที่ได้จากงานวิจัยทั้งสองพบว่ามี ความสอดคล้องกัน คือ การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมมีผล ต่อความไว้วางใจในองค์กรของพนักงาน ขณะที่พรชัย คักตานวิวัฒน์วงศ์ (2558) นำเสนองานวิจัยชื่อ ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมและประสิทธิผลขององค์การในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานในบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ได้รับคัดเลือกเข้าเป็นสมาชิกดัชนีแห่งความยั่งยืน Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) ในกลุ่ม DJSI World ประจำปี 2559



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จำนวน 5 บริษัท ได้แก่ บมจ. 1) กสิกรไทย 2) ปตท.3) ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม 4) พีทีที โกลบอล เคมิคอล และ 5) ปูนซิเมนต์ไทย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2559) ซึ่งมีพนักงานรวมทั้งสิ้น 116,543 คน (รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของธนาคารกสิกรไทย, 2559) (รายงานความยั่งยืนของบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน), 2559) (รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน), 2559)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างคำนวณตามสูตรของ Cochran (1963) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ทำการปรับแก้เมื่อจำนวนประชากรมีจำนวนจำกัด โดยได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการอย่างน้อย 383 คน อย่างไรก็ตามการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ 400 คน ทำสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนประกอบด้วยการสุ่มแบบโควตาและแบบสะดวก โดยกำหนดโควตาบริษัทละ 80 คน

การเก็บข้อมูล ช่วงระหว่างเดือนมกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2561 ที่สำนักงานใหญ่ของแต่ละบริษัท

เครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถามลักษณะช่วงมาตร 6 ระดับ โดย Chomeya (2010) แนะนำว่าการศึกษาด้านการรับรู้และทัศนคติซึ่งเป็นตัวแปรทางด้านจิตวิทยา มาตราวัดควรมีลักษณะเป็นแบบช่วงมาตร 6 ระดับ ซึ่งน่าเชื่อถือและลดความเบี่ยงเบนจากการตอบ โดยไม่สามารถเลือกตอบค่าตรงกลางและต้องใช้ความคิดไตร่ตรองก่อนจะเลือกคำตอบใดคำตอบหนึ่ง มี 4 ส่วน: ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วยเพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์ทำงาน ส่วนที่ 2 การรับรู้ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมซึ่งเป็นเครื่องมือของพรชัย ศักดานุวัฒน์วงศ์และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2558) บนพื้นฐานแนวคิดของ Waldman (2007) และ Dugan (2006) ที่มีข้อความ 12 ข้อ จำนวน 3 องค์ประกอบ ส่วนที่ 3 การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรซึ่งเป็นเครื่องมือของ Maignan and Ferrell (2001) บนพื้นฐานแนวคิดของ Carroll (1979) ที่มีข้อความ 18 ข้อ จำนวน 3 องค์ประกอบ และส่วนที่ 4 ความไว้วางใจในองค์กรของพนักงานซึ่งเป็นเครื่องมือของวรนาท สามารถ (2557) บนพื้นฐานแนวคิดของ Shaw (1997) ที่มีข้อความ 18 ข้อ จำนวน 3 องค์ประกอบ

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่น ความตรงเชิงเนื้อหาตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) พบว่าข้อความทุกข้อมีค่า IOC = 1.00 ซึ่ง > 0.50 แสดงว่าตัวบ่งชี้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและเนื้อหาที่มุ่งวัด ขณะที่ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือตรวจสอบจากสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค โดยการทดสอบกับตัวอย่างจำนวน 30 ราย ซึ่งควรจะ ≥ 0.7 จึงจะถือว่ามีความเชื่อมั่นและยอมรับได้ (Nunnally, 1978) พบว่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟาของทุกองค์ประกอบและทุกตัวแปรมีค่าระหว่าง 0.70-0.95 ซึ่ง ≥ 0.7 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นดังแสดงในตารางที่ 1

การตรวจสอบไค้กปกติ ตรวจสอบด้วยด้วยความเบ้และความโด่ง (Tabachnick and Fidell, 2007) ตามเกณฑ์ + 3.00 (Kline, 2005) พบว่าข้อมูลในทุกแนวคิดมีความเบ้ระหว่าง -0.96 ถึง -0.53 และความโด่งระหว่าง 0.06 ถึง 1.40 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่พอจะสรุปได้ว่า ข้อมูลไม่ได้เบี่ยงเบนไปจากไค้กปกติ

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลทางประชากรศาสตร์วิเคราะห์ด้วยสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับข้อมูลระดับของตัวแปรวิเคราะห์ด้วยสถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สำหรับตัวแบบมาตรวัดวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยัน และตัวแบบสมการโครงสร้าง วิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยพิจารณาดัชนีความเหมาะสมได้แก่ $X^2 / df < 5.00$, RMSEA < 0.08, GFI > 0.90, CFI > 0.90, NNFI > 0.90 และ 90 % CI for RMSEA คือ left boundary of CI < 0.10 (Hooper et al., 2008) ค่าน้ำหนักมาตรฐานควร > 0.30 และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Hair et al., 1998) ตรวจสอบความตรงเชิงคู่เข้าจากค่า t-value ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Holmes-Smith, 2001) และทดสอบความน่าเชื่อถือทางโครงสร้างโดยพิจารณาค่า CR > 0.6 และ AVE > 0.5 (Fornell and Larcker, 1981)

การตีความความเข้มแข็งของค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรในตระกูล R ตีความว่า R หมายถึงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ (r), ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง (ρ) และ ค่าสัมประสิทธิ์ γ และ β ซึ่งค่า R มีความสัมพันธ์ต่ำ ปานกลาง สูง และสูงมาก เมื่อเท่ากับ 0.10-0.35, 0.36-0.50, 0.51-0.69, 0.70+ ตามลำดับ ส่วน R2 มีอำนาจการอธิบายและทำนายต่ำ ปานกลาง สูงและสูงมาก เมื่อเท่ากับ 0.01-0.12, 0.13-0.25, 0.26-0.48 และ 0.49+ ตามลำดับ (Leech,Barrett and Morgan, 2005) สำหรับเกณฑ์การพิจารณาระดับ 1.00-2.67 = ต่ำ, 2.68-4.35 = ปานกลาง และ 4.36-6.00 = สูง ดัดแปลงจากวิเชียร เกตุสิงห์ (2538) และสุมิตตา สว่างทุกซ์และปาริชาติ ทาโน (2558)

ข้อมูลค่าเฉลี่ยตัวแปรและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และสัมประสิทธิ์كرونบาตแอลฟา (N = 400)

ตัวย่อ	องค์ประกอบ / ตัวแปร	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ	α (N = 30)
SRL01	ค่านิยมและพฤติกรรมแห่งความรับผิดชอบเชิงวิสัยทัศน์	4.66	0.85	สูง	2	.91
SRL02	การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามอย่างเท่าเทียม	4.52	0.91	สูง	3	0.88
SRL03	การมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง	4.81	0.91	สูง	1	0.93
SRL	ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม	4.66	0.81	สูง	(1)	0.95
CSR01	ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ	4.54	0.80	สูง	4	0.70
CSR02	ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย	4.71	0.84	สูง	1	0.82
CSR03	ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม	4.70	0.83	สูง	2	0.79
CSR04	ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านมนุษยธรรม	4.65	0.90	สูง	3	0.88
CSR	ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	4.65	0.72	สูง	(3)	0.92
OT01	ความสำเร็จในผลงาน	4.64	0.74	สูง	2	0.78
OT02	ความตรงไปตรงมา	4.53	0.76	สูง	3	0.70
OT03	การแสดงความดูแลเอาใจใส่	4.79	0.77	สูง	1	0.76
OT	ความไว้วางใจของพนักงานในองค์กร	4.65	0.61	สูง	(2)	0.84

หมายเหตุ: ระดับ 1.00-2.67 = ต่ำ, 2.68 – 4.35 = ปานกลาง, 4.36 – 6.00 = สูง

ผลการวิจัย

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศหญิง (ร้อยละ 58.8) สำเร็จปริญญาตรี (ร้อยละ 64.5) ตำแหน่งพนักงาน (ร้อยละ 55.0) อายุเฉลี่ย 35.56 ปี (SD = + 8.70) และประสบการณ์ทำงานเฉลี่ย 11.56 ปี (SD = + 8.38)

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรรวมและตัวแปรประกอบทุกองค์ประกอบอยู่ในระดับสูง โดยตัวแปรรวม ความรับผิดชอบต่อสังคมมีระดับมากที่สุด ตามด้วยความไว้วางใจในองค์กรและภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีค่าระหว่าง 4.65-4.66 สำหรับตัวแปรประกอบในตัวแปรรวมภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม องค์ประกอบการมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงมีระดับมากที่สุด ตามด้วยค่านิยมและพฤติกรรมแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงวิสัยทัศน์และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามอย่างเท่าเทียม ซึ่งมีค่าระหว่าง 4.52-4.81 ตัวแปรประกอบในตัวแปรรวมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร องค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมายมีระดับมากที่สุด ตามด้วยด้านจริยธรรม ด้านมนุษยธรรมและด้านเศรษฐกิจ ซึ่งมีค่าระหว่าง 4.54-4.71 และตัวแปรประกอบในตัวแปรรวมความไว้วางใจในองค์กร องค์ประกอบการแสดงความคิดเห็นใส่มีระดับมากที่สุด ตามด้วยความสำเร็จในผลงานและความตรงไปตรงมา ซึ่งมีค่าระหว่าง 4.53-4.79

ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

ตาราง 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	SRL	CSR	OT
SRL	1.000		
CSR	0.773**	1.000	
OT	0.496**	0.626**	1.000

หมายเหตุ: N = 400, * = $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตาราง 2 พบว่า ตัวแปรแฝงทุกคู่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง SRL กับ CSR มีค่า 0.77 ซึ่งหมายถึงสัมพันธ์กันระดับสูงมาก, SRL กับ OT มีค่า 0.49 ซึ่งหมายถึงสัมพันธ์กันระดับปานกลาง และCSR กับ OT มีค่า 0.62 ซึ่งหมายถึงสัมพันธ์กันระดับปานกลาง และจากตาราง 3 พบว่าตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม (SRL01-SRL03) กับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR01-CSR04) มีค่า 0.37-0.73 ซึ่งสัมพันธ์กันระดับปานกลางถึงสูงมาก, ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม (SRL01-SRL03) กับความไว้วางใจในองค์กร (OT01-OT03) มีค่า 0.24-0.39 ซึ่งสัมพันธ์กันระดับต่ำถึงปานกลาง และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR01-CSR04) กับความไว้วางใจในองค์กร (OT01-OT03) มีค่า 0.27-0.46 ซึ่งสัมพันธ์กันระดับต่ำถึงปานกลาง

จากตาราง 4 พบว่าตัวชี้วัดประกอบทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t > 2.576$) โดยมีค่าน้ำหนักมาตรฐานระหว่าง 0.58-0.89 ซึ่ง > 0.3 นั้นหมายถึง การมีความตรงเชิงลู่เข้า แสดงให้เห็นว่าตัวชี้วัดประกอบแต่ละตัวสามารถวัดตัวแปรแฝงของตนได้ดีเท่าเทียมกัน และตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่า CR ระหว่าง 0.74-0.89 ซึ่ง > 0.6 และค่า AVE ระหว่าง 0.50-0.73 ซึ่ง > 0.5 นั้นหมายถึง การมีความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง แสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงมี

ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างตัวสังเกตได้

ตาราง 3 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

	SRL01	SRL02	SRL03	CSR01	CSR02	CSR03	CSR04	OT01	OT02	OT03
SRL01	1.000									
SRL02	0.736**	1.000								
SRL03	0.717**	0.756**	1.000							
CSR01	0.374**	0.416**	0.391**	1.000						
CSR02	0.586**	0.604**	0.593**	0.532**	1.000					
CSR03	0.566**	0.559**	0.539**	0.479**	0.781**	1.000				
CSR04	0.590**	0.577**	0.596**	0.480**	0.756**	0.742**	1.000			
OT01	0.305**	0.273**	0.240**	0.273**	0.337**	0.345**	0.358**	1.000		
OT02	0.259**	0.261**	0.330**	0.368**	0.359**	0.371**	0.326**	0.350**	1.000	
OT03	0.347**	0.333**	0.397**	0.373**	0.466**	0.463**	0.430**	0.501**	0.571**	1.000

หมายเหตุ: N = 400, * p < 0.05, **p < 0.01

ตาราง 4 การตรวจสอบความตรงเชิงลู่เข้าและความน่าเชื่อถือทางโครงสร้างตัวแบบมาตรวัด

ตัวแปรแฝง	ตัวชี้วัดประกอบ	น้ำหนัก มาตรฐาน	t-value	CR	AVE
SRL	SRL01	0.841	20.129**	0.8936	0.7369
	SRL02	0.875	21.358**		
	SRL03	0.859	20.777**		
CSR	CSR01	0.582	12.316**	0.8803	0.6533
	CSR02	0.896	22.471**		
	CSR03	0.864	21.197**		
	CSR04	0.851	20.708**		
OT	OT0	0.582	11.432**	0.7464	0.5021
	1OT02	0.656	13.120**		
	OT03	0.859	17.677**		

หมายเหตุ: N = 400, * = p < 0.05, ** = p < 0.01, CR = Composite Reliability, AVE = Average Variance Extract

ตาราง 5 สัมประสิทธิ์อิทธิพลโดยรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม

ตัวแปรเหตุ	SRL			CSR			R ²
ตัวแปรผล	DE	IE	TE	DE	IE	TE	
CSR	0.773**	-	0.773**				0.598
OT	0.029	0.467**	0.496**	0.604**	-	0.604**	0.246

หมายเหตุ: N = 400, * p < 0.05, ** p < 0.001

ความเชื่อถือได้สูง

ข้อมูลตัวแบบสมการโครงสร้าง

ผลการวิเคราะห์ที่ตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพ 2 และตาราง 5 พบว่าภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม (SRL) มีอิทธิพลทางตรงต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (DE = 0.773, p < 0.01) ระดับสูงมาก และมีค่าความแปรปรวนที่ถูกทำนายโดยภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม (SRL) ร้อยละ 59.8 (R² = 0.598) ระดับสูงมาก

ขณะที่ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม (SRL) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจในองค์กร (OT) อย่างมีนัยสำคัญ แต่กลับมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความไว้วางใจในองค์กร (OT) ผ่านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (IE = 0.467, p < 0.01) และมีค่าความแปรปรวนที่ถูกทำนายโดยภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม (SRL) ร้อยละ 24.6 (R² = 0.246) ระดับปานกลาง โดยมีสัมประสิทธิ์อิทธิพลโดยรวม = 0.496 ซึ่งหมายความว่า ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม (SRL) มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในองค์กรโดยรวมระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

นอกจากนั้นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) มีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจในองค์กร (OT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (DE = 0.604, p < 0.01) ระดับสูง โดยพบค่าดัชนีความเหมาะสม $\chi^2 / df < 1.62$, RMSEA < 0.038, GFI = 0.975, CFI = 0.995, NNFI = 0.994 และ 90% CI for RMSEA = 0.015 ขณะที่สมมติฐานที่ 1 และ 3 ได้รับการยอมรับ ส่วนสมมติฐานที่ 2 ได้รับการปฏิเสธ

อภิปรายผล

ภายใต้สมมติฐานที่ 1: ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมที่สะท้อนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามอย่างเท่าเทียม การมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงและค่านิยมและพฤติกรรมแห่งความรับผิดชอบต่อเชิงวิสัยทัศน์ของผู้ตามลำดับค่าน้ำหนัก มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรทุกด้านตามลำดับค่าน้ำหนักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรม ด้านมนุษยธรรม และด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากผู้นำแสดงภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบการตรวจสอบพฤติกรรมและการตัดสินใจตนเองและผู้มีส่วนได้เสียตามหลักศีลธรรม พิจารณาผู้มีส่วนได้เสียในทุกขั้นตอนการตัดสินใจ เผยแพร่วิสัยทัศน์ที่ร่วมสร้างกับผู้ตาม สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ตาม รวมถึงการแสดงออกถึงพลังและการเปิดรับแนวทางใหม่ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในการทำงาน และสามารถระบุความแตกต่างของการเปลี่ยนแปลงสังคมด้านบวกและด้านลบได้เป็นอย่างดี ในรูปนโยบายและแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรทั้งด้านกฎหมายที่สะท้อนความพยายามปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมความหลากหลายด้านอายุ เพศและเชื้อชาติ และการมีนโยบายที่เหมาะสมเป็นธรรมแก่พนักงานทุกคนอย่าง

เท่าเทียม ด้านจริยธรรมที่สะท้อนการกำหนดจรรยาบรรณธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร ความยุติธรรมต่อเพื่อนร่วมงานและหุ้นส่วนธุรกิจ การปกป้องผู้เปิดเผยการกระทำผิดและการจัดหาข้อมูลอย่างครบถ้วนถูกต้องแก่ลูกค้า ด้านมนุษยธรรมที่สะท้อนการสนับสนุนให้พนักงานได้ศึกษาต่อ การมีนโยบายที่ยืดหยุ่น การบริจาคอย่างเพียงพอ การลดการใช้พลังงานและวัสดุเหลือใช้ และการเป็นพันธมิตรกับชุมชนท้องถิ่น แต่ก็ไม่ได้ละเลยด้านเศรษฐกิจที่สะท้อนถึง การมุ่งเน้นกำไรสูงสุด การมุ่งลดค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน การดูแลผลผลิตพนักงานอย่างใกล้ชิดและการกำหนดกลยุทธ์ระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรชัย ศักดานุวัฒน์วงศ์ (2558) และ Voegtlin, Patzer and Scherer (2012) ที่ว่า ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ภายใต้สมมติฐานข้อที่ 2: ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความไว้วางใจในองค์กรของพนักงาน แต่พบอิทธิพลทางอ้อมผ่านความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากพนักงานรับรู้ถึงผู้บริหารระดับสูงสุดที่แสดงภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมในรูปการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนโดยการมีพฤติกรรมแห่งความไว้วางใจองค์กร ซึ่งไม่ได้เป็นการรับรู้โดยตรงจากตัวผู้บริหาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวทางการศึกษาของ Voegtlin, Patzer and Scherer (2012) ที่เสนอว่า ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของผู้มีส่วนได้เสียซึ่งรวมถึงพนักงาน

ภายใต้สมมติฐานข้อที่ 3: ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่สะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรม ด้านมนุษยธรรม และด้านเศรษฐกิจตามลำดับค่าน้ำหนัก มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความไว้วางใจในองค์กรของพนักงานทุกด้านตามลำดับค่าน้ำหนักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งด้านการแสดงความดูแลเอาใจใส่ ด้านความตรงไปตรงมา และด้านความสำเร็จในผลงาน เนื่องจากเมื่อพนักงานรับรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคม พนักงานงานจะแลกเปลี่ยนกับองค์กรภายใต้พฤติกรรมการแลกเปลี่ยนทางสังคมในรูปของพฤติกรรมการไว้วางใจองค์กรทั้งด้านการแสดงความดูแลเอาใจใส่ที่สะท้อนว่าพนักงานช่วยเหลือกันเมื่อเกิดปัญหาโดยปราศจากผลประโยชน์แอบแฝง ห่วงใยกันทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว ให้กำลังใจกันด้วยความจริงใจ ให้คำปรึกษาเมื่อต้องการและพูดปลอบโยนกันเมื่อเกิดความทุกข์ ด้านความตรงไปตรงมาที่สะท้อนว่าพนักงานเปิดเผยผลงานของตนเอง ยึดมั่นและทำตามสัญญา ซื่อสัตย์ในการทำงาน ชัดเจนในกระบวนการทำงาน ทำตามข้อตกลง และปฏิบัติตนด้วยความโปร่งใสตรวจสอบได้ และด้านความสำเร็จในงานที่สะท้อนว่าพนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในงานที่ได้รับมอบหมาย มีความสามารถปฏิบัติงานให้สำเร็จ เอื้อเพื่อแบ่งปันทรัพยากรเพื่อการบรรลุเป้าหมาย รับผิดชอบต่อและให้ความร่วมมือในการทำงาน และมุ่งมั่นทำงานให้บรรลุเป้าหมาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Hansen et al. (2011) และ Tourigny, Han, Baba and Pan (2017) ที่พบว่า การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความไว้วางใจในองค์กร

สำหรับอำนาจการอธิบายพบว่าค่าความแปรปรวนของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ถูกทำนายโดยภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมร้อยละ 59.8 ($R^2 = 0.598$) ซึ่งหมายถึงสามารถอธิบายได้ในระดับสูงมาก ขณะที่ค่าความแปรปรวนของความไว้วางใจในองค์กรที่ถูกทำนายโดยภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรร้อยละ 24.6 ($R^2 = 0.246$) ซึ่งสามารถอธิบายได้ในระดับปานกลาง

สรุปผลการวิจัย

ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมของผู้นำมีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในองค์กรของพนักงาน และภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในองค์กรของพนักงานผ่านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทางการบริหาร

ผู้บริหารระดับสูงสุดในบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ควรสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามอย่างเท่าเทียม มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง และแสดงออกถึงค่านิยมและพฤติกรรมแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงวิสัยทัศน์ตามลำดับ โดยหมั่นตรวจสอบพฤติกรรมและการตัดสินใจตนเองและผู้มีส่วนได้เสียตามหลักศีลธรรม พิจารณาผู้มีส่วนได้เสียทุกขั้นตอน การตัดสินใจ สร้างและเผยแพร่วิสัยทัศน์ที่ร่วมสร้าง รักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ตาม และแสดงออกถึงพลังและการเปิดรับแนวทางสร้างสรรค์ใหม่ในการทำงาน และควรสามารถระบุความแตกต่างของการเปลี่ยนแปลงสังคมด้านบวกและด้านลบได้เป็นอย่างดี

บริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย สามารถนำผลที่ได้ไปใช้เพิ่มความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรม ด้านมนุษยธรรม และด้านเศรษฐกิจตามลำดับ โดยเฉพาะด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรมและด้านมนุษยธรรม ซึ่งมีค่าน้ำหนักมาตรฐานอยู่ในระดับสูงมาก ภายใต้ด้านกฎหมาย บริษัทต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างไม่มีข้อยกเว้น ส่งเสริมให้พนักงานมีความหลากหลายด้านอายุ เพศและเชื้อชาติ และกำหนดนโยบายที่เหมาะสมเป็นธรรมแก่พนักงานอย่างเท่าเทียม ภายใต้ด้านจริยธรรม บริษัทต้องกำหนดจรรยาบรรณธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร สร้างความยุติธรรมอย่างเป็นรูปธรรมต่อเพื่อนร่วมงานและหุ้นส่วนธุรกิจ ปกป้องผู้เปิดเผยการกระทำผิด และจัดหาข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้องแก่ลูกค้า และด้านมนุษยธรรม บริษัทควรสนับสนุนให้พนักงานศึกษาต่อ กำหนดนโยบายที่ยืดหยุ่นต่อพนักงาน บริจาคอย่างเพียงพอ ลดการใช้พลังงานและวัสดุเหลือใช้ และเป็นพันธมิตรกับชุมชน ขณะเดียวกันนำผลที่ได้ไปใช้เพิ่มพฤติกรรมแห่งความไว้วางใจในองค์กรของพนักงานตามลำดับ ทั้งด้านการแสดงความดูแลเอาใจใส่ ด้านความตรงไปตรงมาและด้านความสำเร็จในงาน โดยเฉพาะด้านการแสดงความดูแลเอาใจใส่ซึ่งมีค่าน้ำหนักมาตรฐานอยู่ในระดับสูงมากในลักษณะพฤติกรรมช่วยเหลือกันเมื่อเกิดปัญหาโดยปราศจากผลประโยชน์แอบแฝง ห่วงใยกันทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว ให้กำลังใจกันด้วยความจริงใจ ให้คำปรึกษาที่ดีต่อกันเมื่อต้องการ และปลอดภัยกันเมื่อเกิดความทุกข์

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

ครั้งต่อไปควรศึกษากับพนักงานนอกบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และควรทำวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์พนักงานในบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนในประเด็นด้านภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความไว้วางใจของพนักงาน

เอกสารอ้างอิง

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2559). New Release ฉบับที่ 77/2559.
- พรชัย คักดานุวัฒน์วงศ์. (2558). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมและประสิทธิภาพขององค์การในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรชัย คักดานุวัฒน์วงศ์และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2558). การพัฒนาเครื่องมือวัดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม. วารสารสมาคมนักวิจัย, 20(3), 111-125.
- พิริยาภรณ์ อันทอง และ ศุภกร เอกชัยไพบูลย์. (2559). Checklist พิชิตธุรกิจยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาความรู้รับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน. (2559). บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน), บริษัทธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน).
- วรรณาท สามารถ. (2557). บุพปัจจัยและความแตกต่างของความเชื่อถือว่าวางใจในทีมและความผูกพันต่อองค์การระหว่าง พนักงานในทีมดั้งเดิมและทีมเสมือนจริง: กรณีศึกษา อุตสาหกรรมสายการบิน. วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา, 8(2): 45-56.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). ค่าเฉลี่ยและการแปลความหมาย: เรื่องง่าย ๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้. ข่าวสารวิจัยทางการศึกษา, 18 (3): 8 - 11.
- สมิตตา สว่างทุกซ์ และ ปารีชาติ ทาโน. (2558). การศึกษาการตระหนักรู้ในพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศกับพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของนักเรียนวัยรุ่น. วารสารเกื้อการุณย์, 22(2). 41-56.

References

- Carroll, A. B. 1979. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, 4(4): 497-505.
- _____. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4): 39-48.
- Chomeya, Rungson. (2010). Quality of psychology test between likert scale 5 and 6 points. *Journal of Social Sciences*, 6(3): 399-403.
- Cochran, W. G. 1963. *Sampling techniques*, (2nd ed.). New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Dugan, J. P. (2006). *SRLS-Rev 2: The second revision of SRLS*. College park: National Clearinghouse for Leadership Programs.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 10(1), 39-50.
- Gond, J-P., El-Akremi, A., Igalens, J., & Swaen, V. (2010). Corporate social responsibility influence on employees. In J. Moon (Ed.). *ICCSR Research Paper Series No.54-2010*. (pp. 1-45). Nottingham: Cambridge University Press.
- Hansen, S. D., Dunford, B. B., Boss, A. D., Boss, R. W., & Angermeier, I. (2011). Corporate social responsibility and the benefit of employee trust: a cross-disciplinary perspective." *Journal of Business Ethics*, 102 (1): 29-45.

- Hair, J.F. Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis*. (5th ed.), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Holmes-Smith, P. (2001). *Introduction to structural equation modelling using LISREL*. Perth, ACS-PRI-Winter training program.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Journal of Business Research Methods*, 6(1): 53–60.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling*. (2nd ed.). NY: Guilford Press.
- Leech, N. L., Barrett, K. C., & Morgan, G. A. (2005). *SPSS for intermediate statistics use and interpretation*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Maak, T., & Pless, N. M. (2006). *Responsible Leadership*. New York: Routledge.
- Maak, T., & Pless, N. M. (2009). Business leaders as citizens of the world. Advancing humanism On a global scale. *Journal of Business Ethics*, 88(3), 537-550.
- Maignan, I. and O. C. Ferrell. 2001. Antecedents and benefits of corporate citizenship: An investigation of French businesses. *Journal of Business Research*, 51(1): 37-51.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20: 709 –734.
- Melé (2008). Corporate Social Responsibility Theories. In A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel (eds.). *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press.
- Nyhan, R. C., & Marlowe, H. A. (1997). Development and psychometric properties of the organizational trust inventory. *Evaluation Review*, 21(5):614-635.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Robbins, S. P. (2005). *Essentials of Organizational behavior*. (8th ed). New Jersey. Pearson Prentice Hall.
- Rousseau, D. M. et al. (1998). Not so different after all: a cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23(3):393–404.
- Sendjaya, S., Sarros, J.C., & Santora, J.C. (2008). Defining and measuring servant leadership behavior in Organizations. *Journal of Management Studies*, 45(2):402-24.
- Sendjaya, S., & Pekerti, A. (2010). Servant leadership as antecedent of trust in organizations. *Evaluation Leadership & Organization Development Journal*, 31(7):643-663.
- Shaw, F.B. (1997). *Trust in balance*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics*. (5th ed.). New York: Allyn and Bacon.
- Tourigny, L., Han, J., Baba, V. V., & Pan, P. (2017). Ethical leadership and corporate social responsibility in China: A multilevel study of their effects on trust and organizational citizenship behavior. *Journal of Business Ethics*, <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3745-6>.

- United Nations. (2018). Sustainable development goals (Online). <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>, March 22, 2019.
- Voegtlin, C. (2011). Development of a scale measuring discursive responsible leadership. *Journal of Business Ethics*, 98 (S1): 57-73.
- Voegtlin, C., Patzer, M., & Scherer, A. G. (2012). Responsible leadership in global business: A new approach to leadership and its multi-level outcomes. *Journal of Business Ethics*, 105(1): 1-16.
- Waldman, D. A. (2007). Best practices in leading at strategic level: A social responsibility perspective. In J. A. Conger & E. R. Ronald E (Eds.). *The practice of leadership: Developing the next generation of leaders* (pp. 224-243). San Francisco: Jossey Bass.
- Wagner, W. (2006). The social change model of leadership: A brief overview. *Concept & Connections*, 15(1), 1-19.

Translated Thai References

- Katesing, W. (1995). Mean and interpretation: Simple things that sometimes can be missed.. *Journal of Educational Research*, 18(3): 8 - 11.
- Sakdanuwatwong, P. (2015). Causal relationship between socially responsible leadership and organizational effectiveness in the stock exchange of Thailand. Thesis Doctor of Philosophy, Faculty of Business Administration. Kasetsart University. (in Thai).
- Sakdanuwatwong, P., & Nonthanathorn, P. (2015). Development of a scale measuring socially responsible leadership. *Journal of the Association of Researchers*, 20(3), 111-125. (in Thai).
- Samart, W. (2014). Antecedents and Differences between Trust in Team and Organization Engagement between Employees Working in Traditional Team and Virtual Team: A Case Study of companies in Aviation Industry. *Journal of Industrial Education*, 8(2), 46-56. (in Thai).
- Sawangtook, S., & Thanon, P. (2015). The Study of the Awareness of Sexual Risk Behaviors and Sexual Risk Behaviors of Adolescent Students. *Kuakarun Journal of Nursing*, 22(2). 41-56. (in Thai).
- Sustainability Report. (2016). SCG., Kbank and PTT (in Thai).
- The Stock Exchange of Thailand. (2016). New Release, Volume 77/2016. (in Thai)
- Unthong, P. & Ekachaiphaibul, S. (2016). Checklist Sustainable Organization. Bangkok: SR Center. (in Thai)