

# ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม ของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม

## Factors Affecting Attitudes to Rice Mill Management Based on the Social Responsibility Principle of Rice Mill Entrepreneurs in Nakhon Pathom Province

อณัญญา กิตติถาวร<sup>1\*</sup> และ โชติมา แก้วทอง<sup>2</sup>  
Ananya Kittithaworn<sup>1\*</sup> and Chotima Kaeokrong<sup>2</sup>

<sup>1</sup>สาขารัฐศาสตร์ (ภาคพิเศษ) คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน  
<sup>1</sup>Political Science (Special Program), Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University, Kamphaengsaen Campus

<sup>2</sup>โครงการจัดตั้งภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน  
<sup>2</sup>Department of Social Sciences, Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University, Kamphaengsaen Campus

\*ติดต่อผู้เขียน ananya.kittithaworn@gmail.com

ส่งบทความ 26 พฤษภาคม 2559 | แก้ไข 7 กรกฎาคม 2559 | ตอรับ 12 กรกฎาคม 2559 | เผยแพร่ 18 เมษายน 2560

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษาทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยองค์กร และ 5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมกับทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 51 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งหาค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ .887 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=.808$ , S.D.=.145) 2) ทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.923$ , S.D.=.567) 3) ผลการทดสอบการเปรียบเทียบทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ( $t=-2.603$ ,  $p\text{-value}=.012$ ) อายุ ( $F=3.873$ ,  $p\text{-value}=.028$ ) และตำแหน่งงานในโรงสีข้าว ( $F=3.380$ ,  $p\text{-value}=.042$ ) พบว่า มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับระดับการศึกษา ( $F=1.070$ ,  $p\text{-value}=.351$ ) และประสบการณ์บริหาร ( $F=0.723$ ,  $p\text{-value}=.490$ ) พบว่า ไม่มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) ผลการทดสอบการเปรียบเทียบทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามปัจจัยส่วนองค์กร ได้แก่ กำลังการผลิต ( $F=.023$ ,  $p\text{-value}=.977$ ) และจำนวนลูกจ้าง ( $F=.366$ ,  $p\text{-value}=.695$ ) พบว่า ไม่มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ( $F=20.190$ ,  $p\text{-value}=.000$ ) พบว่า มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมกับทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม ( $r=20.190$ ,  $p\text{-value}=.595$ )

คำสำคัญ: ทัศนคติ, การดำเนินกิจการ, ความรับผิดชอบต่อสังคม

## Abstract

The purposes of this research were 1) to study knowledge about corporate social responsibility of rice mill entrepreneurs in Nakhon Pathom Province, 2) to study attitudes to rice mill management based on the social responsibility principle of rice mill entrepreneurs in Nakhon Pathom Province, 3) to compare attitudes to rice mill management based on the social responsibility principle of rice mill entrepreneurs in Nakhon Pathom Province classified by personal factors and 4) to study factors correlating with attitudes to rice mill management based on the social responsibility principle of rice mill entrepreneurs in Nakhon Pathom Province. 5) to study the relation between knowledge about corporate social responsibility and attitudes of rice mill management based on the social responsibility principle of rice mill entrepreneurs in Nakhon Pathom Province. The simple random sampling technique was used in this research. The samples consisted of 51 of rice mill entrepreneurs in Nakhon Pathom Province. The data were collected by a questionnaire with Cronbach's alpha confidence of .887. The statistics used to analyze the data in this research were percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), Pearson product moment correlation coefficient with the level of statistical significance at .05.

The results showed that 1) the entrepreneurs had knowledge about corporate social at a high level ( $\bar{X}$  = .808, S.D. = .145). 2) The attitudes to rice mill management based on the social responsibility principle of the entrepreneurs in Nakhon Pathom Province were at a high level ( $\bar{X}$  = 3.923, S.D. = .567). 3) Sex ( $t$  = -2.603,  $p$ -value = .012), age ( $F$  = 3.873,  $p$ -value = .028), position ( $F$  = 3.380,  $p$ -value = .042) and operating period ( $F$  = 20.190,  $p$ -value = .000) significantly affected attitudes to rice mill management based on the social responsibility principle of rice mill entrepreneurs in Nakhon Pathom Province. 4) production capacity ( $F$  = .023,  $p$ -value = .977) and total number of employees ( $F$  = .366,  $p$ -value = .695) did not have a significantly influence on attitudes to rice mill management based on the social responsibility principle of rice mill entrepreneurs in Nakhon Pathom Province. However, years in business ( $F$  = 20.190,  $p$ -value = .000) had a significantly influence on attitudes to rice mill management based on the social responsibility principle of rice mill entrepreneurs in Nakhon Pathom Province. 5) the relation between knowledge about corporate social responsibility and attitudes of rice mill management based on the social responsibility principle of rice mill entrepreneurs in Nakhon Pathom Province were independent ( $r$  = 20.190,  $p$ -value = .595).

Keyword: attitude, management, corporate social responsibility

## ■ บทนำ

ธุรกิจโรงสีข้าวถือว่าเป็นองค์กรภาคธุรกิจองค์กรหนึ่งที่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นจำนวนมากในหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกร ชาวนา ชุมชนรอบๆ ที่ตั้งโรงสี คู่ค้า ลูกค้า ผู้บริโภค เป็นต้น ซึ่งในกระบวนการดำเนินงานของโรงสีนั้นได้สร้างผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับพื้นที่รอบๆ อย่างเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นโรงสีจึงได้มีการดำเนินมาตรการในการลดผลกระทบที่เกิดขึ้นนั้น ทั้งการดำเนินการภายในโรงสี การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตและการป้องกันมลพิษอยู่ตลอดเวลา (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2549) และที่สำคัญ คือ จะต้องดำเนินงานภายนอกโรงสี โดยเฉพาะด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโรงสีข้าว เพื่อเพิ่มผลกระทบด้านบวกต่อความมั่นใจของกลุ่มผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ที่มีความสนใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมและสังคมให้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงสีและตัวผู้ประกอบการ นอกจากนี้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโรงสีข้าวยังส่งผลกระทบในด้านดีต่อกิจการ คือ

การได้รับการยอมรับและความน่าเชื่อถือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นำไปสู่ความสามารถในการดำเนินกิจการให้บรรลุเป้าหมายและได้รับผลประโยชน์ทางธุรกิจอีกด้วย

ปัจจุบันธุรกิจโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม มีจำนวนสมาชิกอยู่ในสมาคมโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐมทั้งสิ้น 59 โรงสี (สมาคมโรงสีข้าวจังหวัดนครปฐม, 2557) ทั้งนี้ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา สมาชิกในสมาคมโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม ได้ให้ความร่วมมือกับทางหน่วยงานราชการ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของการให้ข้อมูล ด้านผลผลิต ราคา และสนับสนุนกิจกรรมในจังหวัดในโอกาสต่างๆ อาทิเช่น หอการค้าจังหวัดนครปฐม แรงงานจังหวัดนครปฐม อุตสาหกรรมจังหวัดนครปฐม รวมถึงสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานราชการให้กับสมาชิกในสมาคมรับทราบ และกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อเพื่อนสมาชิก เช่น กิจกรรมด้านความรู้ การเยี่ยมดูงานธุรกิจส่งออกของผู้ส่งออกในประเทศ การดูงาน

สีข้าวและการส่งออกข้าวของต่างประเทศ เช่น ประเทศเวียดนาม เป็นต้น งานสัมมนาต่างๆ กิจกรรมด้านการสร้างความสามัคคี งานเลี้ยงสังสรรค์ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ งานทัวร์ งานกีฬา เป็นต้น นอกจากนี้สมาคมโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม ยังมีการกำหนดให้มีการประชุมของสมาคมฯ ประจำทุกวันเสาร์ของต้นเดือน เพื่อให้มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ แก่สมาชิกสมาคม และรับทราบถึงปัญหาต่างๆ ของสมาชิก เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน กิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ สมาคมโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐมเป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการโรงสีข้าวจังหวัดนครปฐม และเป็นจุดศูนย์รวม ความพร้อมเพรียง ความสามัคคีในหมู่ผู้ประกอบการโรงสีข้าว จังหวัดนครปฐม (สมาคมโรงสีข้าว จังหวัดนครปฐม, 2557)

จากความสำคัญที่ได้กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของผู้ประกอบการโรงสีข้าว และเป็นที่มาของการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม โดยศึกษาตัวแปรต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการโรงสีข้าว ปัจจัยองค์กร ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมที่อาจจะส่งผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม เพื่อทราบถึงทัศนคติของผู้ประกอบการโรงสีข้าวเกี่ยวกับการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแก่โรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐมต่อไป

### ■ วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยองค์กร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมกับทัศนคติ

ในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม

### ■ สมมติฐานการวิจัย

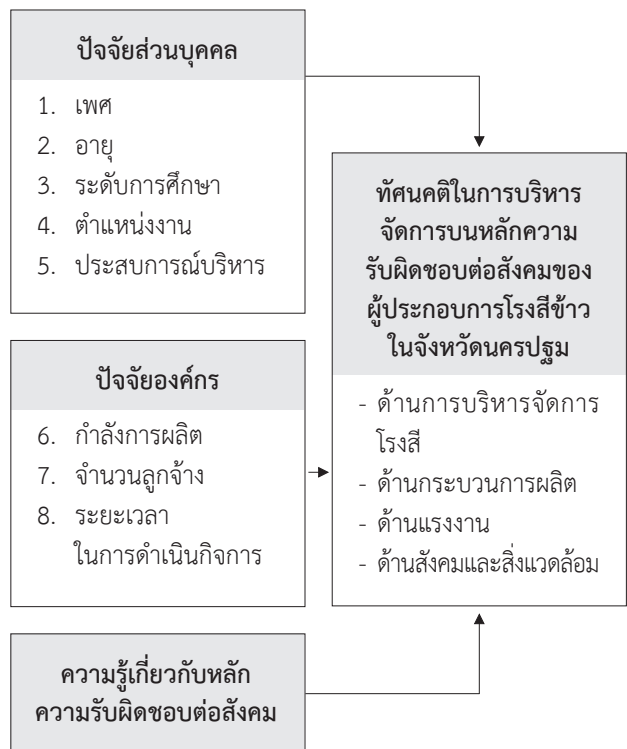
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์บริหาร ที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยองค์กร ได้แก่ กำลังการผลิต จำนวนลูกจ้างทั้งหมด และระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม

### ■ กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการวิจัย ผู้วิจัยแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ■ ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม มีขอบเขตของการศึกษาค้นคว้าดังนี้

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงสีข้าว แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ด้วย

### ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม จำนวนทั้งสิ้น 59 ราย (สมาคมโรงสีข้าวจังหวัดนครปฐม, 2557)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 51 ราย ซึ่งได้จากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane's (Taro Yamane, 1967, อ้างใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2551) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling)

### ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม มีขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการโรงสีข้าว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์บริหาร ปัจจัยองค์กร ได้แก่ กำลังการผลิต จำนวนลูกจ้าง และระยะเวลาในการดำเนินการ ปัจจัยความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม
2. ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว ในจังหวัดนครปฐม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารโรงสี ด้านกระบวนการผลิต ด้านแรงงาน ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (กิตติวัฒน์ ธชีพันธ์, 2556)

### ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ โรงสีข้าว ในจังหวัดนครปฐม

### ขอบเขตด้านระยะเวลา

เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559

## ■ วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaires) เป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อให้การศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ซึ่งแบบสอบถามจะครอบคลุมในส่วนต่างๆ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยองค์กรของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม และทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม เพื่อให้การศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์จึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละส่วน โดยนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการโรงสีข้าว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์บริหาร วิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย
2. ปัจจัยองค์กร ได้แก่ กำลังการผลิต จำนวนลูกจ้าง และระยะเวลาในการดำเนินการ วิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย
3. ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม วิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. ทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว วิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวจำแนกตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยองค์กร สำหรับการเปรียบเทียบในกรณีที่ตัวแปรอิสระมี 2 กลุ่ม ใช้สถิติ *t-test* ในกรณีที่ตัวแปรอิสระมีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one way analysis of variance) และสถิติ *F-test* กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมกับทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว วิเคราะห์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์และทิศทางของความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีมาตรวัดแบบอันตรภาค (interval scale) กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้อง และทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

1. นำแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการประยุกต์จากแนวคิด ทฤษฎีตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร. โชติมา แก้วทอง และผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ ดร. กนกรัตน์ ยศไกร เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของคำถามในแต่ละข้อ ว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาคั้งนี้หรือไม่ และหลังจากนั้นก็นำมาแก้ไขปรับปรุงเพื่อดำเนินการขั้นต่อไป

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (try out) กับผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 30 คน จากนั้นนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของมาตรวัดแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบัก (Cronbach, 1970) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .887

#### ■ ผลการวิจัย

##### ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการโรงสีข้าว

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศชาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 58.82 และเพศหญิง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 41.18

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 47-57 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 35.29 รองลงมาคือ ช่วงอายุต่ำกว่า 47 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และช่วงอายุ 57 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 31.37 โดยมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 50.10 ปี มีอายุน้อยที่สุด 26 ปี และมีอายุมากที่สุด 70 ปี ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาในระดับ ปวช./ปวส./ปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 49.02 รองลงมาคือ ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า/มัธยมศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65

ตำแหน่งงานในโรงสีข้าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารที่เป็นญาติกับเจ้าของโรงสี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 45.10 รองลงมาคือ ผู้บริหารและเป็นเจ้าของโรงสีเพียงผู้เดียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 29.41 และผู้บริหารและมีหุ้นส่วนในโรงสี หรือ ไม่มีหุ้นส่วนในโรงสี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 25.49

ประสบการณ์การบริหารกิจการโรงสีข้าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์บริหารกิจการโรงสีข้าวอยู่ในช่วง 15-26 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมาคือ 26 ปีขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และน้อยกว่า 15 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็น 29.41 โดยพบว่ามีค่าเฉลี่ยประสบการณ์การบริหารกิจการโรงสีข้าว เท่ากับ 20.82 ปี มีประสบการณ์การบริหารกิจการโรงสีข้าวน้อยที่สุดคือ 1 ปี และมีประสบการณ์การบริหารกิจการโรงสีข้าวมากที่สุด 40 ปี ของในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

##### ข้อมูลปัจจัยองค์กรของผู้ประกอบการโรงสีข้าว

กำลังการผลิตข้าวของโรงสี พบว่า กลุ่มตัวอย่างโรงสีส่วนใหญ่มีกำลังการผลิตข้าว 250-400 ตันต่อวัน จำนวน 26 โรง คิดเป็นร้อยละ 50.98 รองลงมาคือ มีกำลังการผลิตข้าว 400 ตันต่อวันขึ้นไปจำนวน 13 โรง คิดเป็นร้อยละ 25.49 และน้อยที่สุด คือ มีกำลังการผลิตข้าวน้อยกว่า 250 ตันต่อวัน จำนวน 12 โรง คิดเป็นร้อยละ 23.53 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างมีกำลังการผลิตข้าวเฉลี่ย 332.16 ตันต่อวัน กลุ่มตัวอย่างมีกำลังการผลิตข้าวน้อยที่สุด 40 ตันต่อวัน และกลุ่มตัวอย่างมีกำลังการผลิตข้าวมากที่สุด 800 ตันต่อวัน

ลูกจ้างทั้งหมดในโรงสีข้าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลูกจ้างในโรงสีข้าวทั้งหมด 17-25 คนต่อโรง จำนวน 23 โรง คิดเป็นร้อยละ 45.10 รองลงมาคือ มีลูกจ้างในโรงสีข้าวทั้งหมดน้อยกว่า 17 คนต่อโรง จำนวน 14 โรง คิดเป็นร้อยละ 27.45 และมีลูกจ้างในโรงสีข้าว 25 คนต่อโรงขึ้นไป จำนวน 14 โรง คิดเป็นร้อยละ 27.45 โดยกลุ่มตัวอย่างมีลูกจ้างในโรงสีข้าว



ทั้งหมดเฉลี่ย 22.29 คนต่อโรง กลุ่มตัวอย่างมีลูกจ้างในโรงสีข้าวทั้งหมดน้อยที่สุด 5 คนต่อโรง และกลุ่มตัวอย่างมีลูกจ้างในโรงสีข้าวทั้งหมดมากที่สุด 50 คนต่อโรง

ลูกจ้างที่เป็นคนไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลูกจ้างที่เป็นคนไทย 5-8 คนต่อโรง จำนวน 21 โรง คิดเป็นร้อยละ 41.18 รองลงมาคือ มีลูกจ้างที่เป็นคนไทย 8 คนต่อโรงขึ้นไป จำนวน 16 โรง คิดเป็นร้อยละ 31.37 และน้อยที่สุด คือ มีลูกจ้างที่เป็นไทยน้อยกว่า 5 คนต่อโรง จำนวน 14 โรง คิดเป็นร้อยละ 27.45 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างมีลูกจ้างที่เป็นคนไทยเฉลี่ย 7.57 คนต่อโรง กลุ่มตัวอย่างมีลูกจ้างที่เป็นไทยน้อยที่สุด คือ ไม่มีลูกจ้างที่เป็นคนไทย และกลุ่มตัวอย่างมีลูกจ้างที่เป็นไทยมากที่สุด 28 คนต่อโรง

ลูกจ้างที่เป็นคนต่างด้าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลูกจ้างที่เป็นคนต่างด้าว 10-17 คนต่อโรง จำนวน 25 โรง คิดเป็นร้อยละ 49.02 รองลงมาคือ มีลูกจ้างที่เป็นคนต่างด้าว 17 คนต่อโรงขึ้นไป จำนวน 16 โรง คิดเป็นร้อยละ 31.37 และน้อยที่สุด คือ มีลูกจ้างที่เป็นคนต่างด้าวน้อยกว่า 10 คนต่อโรง จำนวน 10 โรง คิดเป็นร้อยละ 19.61 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างมีลูกจ้างที่เป็นคนต่างด้าวเฉลี่ย 14.53 คนต่อโรง กลุ่มตัวอย่างมีลูกจ้างที่เป็นคนต่างด้าวน้อยที่สุด คือ ไม่มีลูกจ้างที่เป็นคนต่างด้าว และกลุ่มตัวอย่างมีลูกจ้างที่เป็นคนต่างด้าวมากที่สุด 40 คนต่อโรง

ระยะเวลาดำเนินงานของโรงสีข้าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างโรงสีข้าวส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 20-34 ปี จำนวน 21 โรง คิดเป็นร้อยละ 41.18 รองลงมาคือ มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 34 ปีขึ้นไป จำนวน 17 โรง คิดเป็นร้อยละ 33.33 และน้อยที่สุด คือ มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 13 โรง คิดเป็นร้อยละ 25.49 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการดำเนินงานเฉลี่ย 27.57 ปี กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยที่สุด คือ 2 ปี และกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการดำเนินงานมากที่สุด 62 ปี

#### *ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว*

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการโรงสีข้าวมีความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=808$ ,  $S.D.=145$ ) เมื่อพิจารณาแยกรายละเอียดพบว่า ในข้อประเด็นความรู้เรื่องการสร้าง ความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจ คู่ค้า และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย สามารถทำได้โดยการกำกับดูแลกิจการให้มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 98.04 มีความรู้อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=980$ ,

$S.D.=140$ ) รองลงมาคือ ข้อประเด็น เรื่องการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การสร้างความเจริญก้าวหน้าต่อกิจการควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตลูกจ้าง สังคม และชุมชน และข้อประเด็น เรื่องการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น ลูกค้า คู่ค้า และผู้ถือหุ้น เป็นต้น โดยทั้งสองข้อประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 96.08 มีความรู้อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=961$ ,  $S.D.=196$ ) แต่ในขณะที่เดียวกันในข้อประเด็นความรู้ เรื่องการที่พบว่าสินค้าที่ผลิตออกจำหน่ายนั้นไม่ได้มาตรฐานตามที่ตั้งไว้ ธุรกิจควรใช้วิธีการจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม เพื่อให้สินค้านั้นขายได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังช่วยลดการขาดทุน กลุ่มตัวอย่างยังมีความรู้ความเข้าใจผิด คิดเป็นร้อยละ 58.82 ซึ่งมีคะแนนอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ( $\bar{X}=588$ ,  $S.D.=497$ )

#### *ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว ในจังหวัดนครปฐม*

ทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว ในจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการโรงสี ด้านกระบวนการผลิตด้านแรงงาน และด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม มีทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.923$ ,  $S.D.=.567$ ) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า

1) ด้านการบริหารจัดการโรงสี มีทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.021$ ,  $S.D.=.494$ ) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ กิจการโรงสีข้าวควรให้ความสำคัญสำหรับคู่ค้า และชานา โดยการกำหนดราคาซื้อข้าวเปลือกที่ยุติธรรม ไม่เอารัดเอาเปรียบ ( $\bar{X}=4.451$ ,  $S.D.=.577$ ) รองลงมาคือ กิจการโรงสีข้าวควรมีการชำระภาษี เช่น ภาษีเงินได้ ภาษีโรงเรือน ภาษีบำรุงท้องถิ่น เป็นต้น ตามอัตราที่กฎหมายกำหนด ( $\bar{X}=4.373$ ,  $S.D.=.720$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ กิจการโรงสีข้าวควรใช้ระบบคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดเก็บฐานข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตและการดำเนินงาน เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ( $\bar{X}=3.176$ ,  $S.D.=1.352$ )

2) ด้านกระบวนการผลิต มีทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.176$ ,  $S.D.=.644$ ) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ กิจการโรงสีข้าวควรปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ และตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความ

ปลอดภัย เช่น หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) ระบบจัดการคุณภาพด้านความปลอดภัย (HACCP) เป็นต้น เพื่อให้ข้าวที่ได้จากกระบวนการผลิตมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ( $\bar{X}=4.216$ , S.D.=.730) รองลงมาคือ กิจกรรมโรงสีข้าวควรใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำใหม่ และนำกลับมาใช้ซ้ำให้ได้มากที่สุด เช่น กระจอบป่าน ถุงใส่ข้าวขนาดใหญ่ (ถุงจัมโบ้) เป็นต้น ( $\bar{X}=4.157$ , S.D.=.784) กิจกรรมโรงสีข้าวควรบรรจุให้พนักงานลดการใช้พลังงานและใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุดมากที่สุด เช่น การปิดก๊อกน้ำเมื่อใช้เสร็จ การปิดสวิตซ์ไฟฟ้าเมื่อไม่ได้ใช้งาน การใช้น้ำ ไฟฟ้าอย่างประหยัด เป็นต้น ( $\bar{X}=4.157$ , S.D.=.758)

3) ด้านแรงงาน มีทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.796$ , S.D.=.839) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กิจกรรมโรงสีข้าวควรปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด เช่น การไม่ใช้แรงงานเด็ก การไม่ใช้แรงงานหญิงที่ตั้งครรภ์ในการทำงานที่เป็นอันตรายตามกฎหมายแรงงาน เป็นต้น ( $\bar{X}=4.118$ , S.D.=.993) รองลงมาคือ กิจกรรมโรงสีข้าวควรจ่ายค่าจ้าง ค่าล่วงเวลาในการทำงานอย่างเป็นธรรมและตรงต่อเวลา ( $\bar{X}=4.098$ , S.D.=.878) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ กิจกรรมโรงสีข้าวควรส่งเสริมให้ลูกจ้างมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกับกิจการ เช่น การร่วมกันบริจาคสิ่งของให้โรงเรียน การทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ในรูปแบบการขุดลอกคูคลอง

ในบริเวณที่ตั้งของกิจการ เป็นต้น ( $\bar{X}=3.373$ , S.D.=1.038)

4) ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม มีทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.737$ , S.D.=.810) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กิจกรรมโรงสีข้าวควรวางแผนจัดการกำจัดของเสียในกระบวนการสีข้าว เช่น แกลบ โดยนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิง ( $\bar{X}=3.941$ , S.D.=.925) และกิจกรรมโรงสีข้าวควรวางแผนจัดการกำจัดของเสียในกระบวนการสีข้าว เช่น แกลบ แกลบผสมฝุ่นละออง โดยนำไปจำหน่ายตามความต้องการของลูกค้า ( $\bar{X}=3.941$ , S.D.=.858) รองลงมาคือ กิจกรรมโรงสีข้าวควรมีระบบจัดการกับขยะมูลฝอยอย่างถูกสุขลักษณะ ไม่ส่งกลิ่นเหม็นรบกวนชุมชนรอบๆ กิจการ ( $\bar{X}=3.863$ , S.D.=1.114) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ กิจกรรมโรงสีข้าว ควรมีส่วนในการส่งเสริมการศึกษาในท้องถิ่น โดยการสมทบทุนสร้างอาคารเรียน ห้องสมุด หรือบริจาคทุนการศึกษาและอุปกรณ์การเรียน เป็นต้น ( $\bar{X}=3.471$ , S.D.=1.065)

*ผลการทดสอบสมมติฐาน*

การศึกษาเรื่องทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว ในจังหวัดนครปฐม ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ค่าสถิติ	p-value	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
			เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<i>สมมติฐานที่ 1</i> ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์บริหาร ที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม				
สมมติฐานที่ 1.1 เพศ	$t=-2.603^*$	$p=.012$	✓	
สมมติฐานที่ 1.2 อายุ	$F=3.873^*$	$p=.028$	✓	
สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษา	$F=1.070$	$p=.351$		✓
สมมติฐานที่ 1.4 ตำแหน่งงานในโรงสีข้าว	$F=3.380^*$	$p=.042$	✓	
สมมติฐานที่ 1.5 ประสบการณ์บริหาร	$F=.723$	$p=.490$		✓

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

สมมติฐาน	ค่าสถิติ	p-value	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
			เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<i>สมมติฐานที่ 2</i> ปัจจัยองค์กร ได้แก่ กำลังการผลิต จำนวนลูกจ้างทั้งหมด และระยะเวลาในการดำเนินงาน ที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม				
สมมติฐานที่ 2.1 กำลังการผลิต	F=.023	p=.977		✓
สมมติฐานที่ 2.2 จำนวนลูกจ้าง	F=.366	p=.695		✓
สมมติฐานที่ 2.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน	F=20.190*	p=.000	✓	
<i>สมมติฐานที่ 3</i> ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานหลักความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม				
	r=.076	p=.595		✓

หมายเหตุ: \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

■ **อภิปรายผล**

จากการวิจัยในครั้งนี้ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบจากผลการศึกษาซึ่งสามารถนำมาเป็นข้อวิจารณ์โดยจำแนกตามตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานในโรงสีข้าว และประสบการณ์บริหารงาน และจำแนกตามปัจจัยองค์กร ได้แก่ กำลังการผลิต จำนวนลูกจ้างทั้งหมด ระยะเวลาในการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การเปรียบเทียบจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานในโรงสีข้าว และประสบการณ์บริหาร กับทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และตำแหน่งงานในโรงสีข้าว มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งอธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐมที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ (p=.012) โดยพบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศหญิง (X=4.157, S.D.=.556) มีทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลัก

ความรับผิดชอบต่อสังคม มากกว่าผู้ประกอบการที่มีเพศชาย (X=3.759, S.D.=.524) ในแต่ละด้านมีผล คือ ในด้านการบริหารจัดการโรงสี ด้านกระบวนการผลิต และด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (p=.027, .011 และ .023 ตามลำดับ) แต่มีทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านแรงงานไม่แตกต่างกัน (p=.085) ซึ่งผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เพศหญิงจะมีบทบาทในการเป็นผู้ดูแล เอาใจใส่ให้ความสำคัญกับปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น มีความละเอียดถี่ถ้วนมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ecofeminism หรือ แนวคิดสตรีนิยมสายนิเวศ (ทศพร อิฐงาม, 2555) ที่เชื่อว่าด้วยบทบาทของผู้หญิงที่อยู่ในสถานะเดียวกันกับธรรมชาติที่ถูกกรูกรานจากทุนนิยม ทำให้ผู้หญิงมีความเข้าอกเข้าใจธรรมชาติ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ชาย มีบทบาทเด่นชัดในความอ่อนไหวต่อการกระทำที่ทำลายสิ่งแวดล้อม (กุนนที พุ่มสงวน, 2557) ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีเพศหญิงจึงมีทัศนคติต่อการบริหารจัดการโรงสีข้าวอย่างคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอย่างมาก ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีเพศชาย อีกทั้งการที่ผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีเพศหญิงจะมีความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ รอบข้าง (sense of connectedness) เป็นผู้มีความละเอียดถี่ถ้วน เป็น



ผู้มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ จึงทำให้มีทัศนคติต่อการบริหารจัดการโรงสีข้าวในด้านการบริหารจัดการโรงสี ด้านกระบวนการผลิตที่ละเอียดรอบคอบ และแตกต่างไปจากผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีเพศชายอย่างเห็นได้ชัด

ในขณะที่อายุก็มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเห็นได้ว่าผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีอายุมากกว่า 57 ปีขึ้นไป มีทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม แตกต่างจากผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีช่วงอายุระหว่าง 47-57 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=-3.873$ ) โดยจะเห็นว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 57 ปีขึ้นไป มีระดับทัศนคติน้อยกว่า ผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีอายุในช่วง 47-57 ปี อาจจะเนื่องมาจากกลุ่มผู้ประกอบการที่มีอายุมาก จะไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการโรงสีข้าวไปจากวิธีการดั้งเดิม รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มผู้ประกอบการที่มีอายุมากที่มีต่อสิ่งต่างๆ เช่น เทคนิควิธีการบริหารจัดการแบบใหม่ตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัครนันท์ ชัยธัมมะปกรณ์ (2556) ที่ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ที่พบว่า อายุที่ต่างกันของผู้บริหารและพนักงานของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่ต่างกันมีผลให้มีการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่าจะมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า เนื่องจากกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่านั้นตระหนักถึงสภาพปัญหาทางสังคมในปัจจุบัน และมีความกระตือรือร้นในการที่จะทำกิจกรรมเพื่อสังคมมากกว่า อีกทั้งผลการศึกษาคั้งนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมของ Rogers (1995) กล่าวว่าปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้บุคคลมีการยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกัน คือ ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล โดยเฉพาะ อายุ ซึ่งจะเห็นว่าผู้ที่มีอายุมากกว่านั้นจะมีการยอมรับนวัตกรรมใหม่ๆ ได้น้อย เนื่องจากมีความยึดติดกับทัศนคติหรือความเชื่อเดิมๆ ของตนอยู่มาก และยากที่จะเปลี่ยนแปลง อีกทั้งลักษณะตำแหน่งงานในโรงสีข้าวก็มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมโดยภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเห็นได้ว่าผู้ประกอบการโรงสีที่มีตำแหน่งงานผู้บริหารและมีหุ้นส่วนในโรงสีหรือไม่มีหุ้นส่วนในโรงสี มีทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีตำแหน่งงานอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีตำแหน่งงานผู้บริหารและ

มีหุ้นส่วนในโรงสีหรือไม่มีหุ้นส่วนในโรงสีให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม อีกทั้งผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ประกอบการโรงสีข้าวกลุ่มนี้หลังจากที่ทำการวิเคราะห์เพิ่มแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงถึงร้อยละ 69.23 ซึ่งสอดคล้องกับผลของการเปรียบเทียบผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตามเพศ ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศหญิง มีทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าผู้ประกอบการที่มีเพศชาย

ขณะเดียวกัน พบว่า ระดับการศึกษาและประสบการณ์บริหารไม่มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐมในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งอธิบายได้ว่าผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีระดับการศึกษา และประสบการณ์บริหารที่แตกต่างกัน แต่ได้รับการทบทวนให้ความรู้ที่เหมือนกัน จึงส่งผลทำให้การทำงานอย่างเป็นระบบ และทำให้ผู้ประกอบการโรงสีข้าวมีทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมเหมือนกัน สอดคล้องกับ วาสนา ประवालพฤษ์ (2524) กล่าวถึง ลักษณะของทัศนคติที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ บุคคลจะมีทัศนคติในเรื่องเดียวกันเหมือนกันหรือแตกต่างกันได้ด้วยสาเหตุหลายประการ เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และสังคม ภาวะปัญญา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร รัตนชาย (2545) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาทัศนคติที่มีต่อหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง (GMP) และต่อปัจจัยการผลิตของการปฏิบัติงานในการลดข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์ตามหลัก GMP และสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษาและประสบการณ์ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อทัศนคติ

การเปรียบเทียบจำแนกตามปัจจัยองค์กร ได้แก่ กำลังการผลิต จำนวนลูกจ้าง และระยะเวลาในการดำเนินกิจการ กับทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยองค์กร ได้แก่ กำลังการผลิต และจำนวนลูกจ้าง ไม่มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจัยกำลังการผลิต และจำนวนลูกจ้างของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม มีจำนวนไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้จึงทำให้มีทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการจัดรูปแบบของกิจกรรม และวิธีการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมยังถูกจำกัด และต้องกระทำโดยขึ้น

อยู่กับนโยบายของผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีตำแหน่งบริหารที่สำคัญในโรงสีข้าวเท่านั้น ขณะเดียวกัน พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า ตัวแปรระยะเวลาในการดำเนินกิจการ และตัวแปรทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอธิบายได้ว่าปัจจัยระยะเวลาในการดำเนินกิจการ มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการโรงสีข้าว และส่งผลต่อการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างเห็นได้ชัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไช่มุก ตะวันนา (2555) ศึกษาเรื่องการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามมาตรฐาน ISO 26000 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อจำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจมีระดับความสอดคล้องในการดำเนินกิจกรรม CSR ตามมาตรฐาน ISO 26000 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยบริษัทที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสอดคล้องในการดำเนินงานด้าน CSR น้อยกว่าบริษัทที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 11-20 ปี, 21-30 ปี, 31-40 ปี, 41-50 ปี, และ 50 ปีขึ้นไป สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมกับทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว ที่พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ( $p\text{-value} = .595, r = .076$ ) ทั้งที่ผู้ประกอบการเองมีความรู้ในระดับมาก ( $\bar{X} = .808, S.D. = .145$ ) และทัศนคติอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.923, S.D. = .567$ ) ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้ไม่เป็นไปตามทฤษฎี KAP (Rogers, 1978, อ้างถึงใน ศิริวรรณ ว่องวีรวิฑูมิ และ บุณชกร ศิริกิจจาจร, 2553) ที่กล่าวไว้ว่า ความรู้ (knowledge) มีผลต่อทัศนคติ (attitude) และนำไปสู่การปฏิบัติ (practice) แต่ทั้งนี้จากแนวคิดของ Rogers, (1978, อ้างถึงใน อรรถพรณ ปิลันธน์โอวาท, 2542) ที่อธิบายไว้ว่า ความรู้ อาจจะไม่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรม การปฏิบัติเสมอไป เพราะเกิดจากช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ ที่แม้จะมีความรู้ที่สูงแต่เมื่อมีปัญหาในขั้นตอนของการยอมรับต่อสิ่งเร้าหรือนวัตกรรมนั้นๆ อาจจะทำให้การเกิดทัศนคติ และการปฏิบัติไม่เป็นไปทิศทางเดียวกัน หรือการเกิดทัศนคติ การปฏิบัตินั้นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้อยู่

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยมีข้อข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะซึ่งสามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากการที่ผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีทั้งระดับความรู้และระดับของทัศนคติอยู่ในระดับสูง แต่ผลการทดสอบความสัมพันธ์ปรากฏว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน นั้นแสดงถึงการวิจัยครั้งนี้ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน และทฤษฎี KAP ที่กล่าวถึงความรู้ (knowledge) มีผลต่อทัศนคติ (attitude) และนำไปสู่การปฏิบัติ (practice) ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าควรมีการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม หรือให้ความสำคัญต่อการเข้าร่วมกิจกรรมการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมน้อย ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ เพิ่มมากขึ้น และเพิ่มช่องทางเปิดโอกาสให้ได้แสดงความคิดเห็นเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวให้เป็นไปให้ทิศทางเดียวกันต่อไป

2. ในด้านกระบวนการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการโรงสีข้าวเห็นด้วยกับการยกระดับเครื่องจักร เพื่อที่จะทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น การเกิดมลภาวะจากกระบวนการผลิตลดน้อยลง และทำให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนลดน้อยลงด้วยเช่นกัน จะเห็นได้ว่าเป็นข้อคิดเห็นที่ดี เป็นความคิดเห็นในทิศทางเดียวกันของผู้ประกอบการโรงสีข้าว เพื่อที่จะดำเนินธุรกิจบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ข้อท้าทายของผู้วิจัยที่จะแสดงความเห็น ก็คือ จะทำอย่างไรเพื่อที่จะทำให้ผู้ประกอบการทั้งหลายเห็นพ้องและดำเนินการตามทั้งหมด ซึ่งผู้วิจัยใคร่เสนอแนะว่า หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนอาจจะใช้รูปแบบการส่งเสริม หรือจูงใจด้วยการออกใบประกาศเกียรติคุณแก่กิจการที่มีผลการดำเนินกิจการเพื่อสังคมดีเด่น เพื่อเป็นมาตรการจูงใจอย่างหนึ่งให้ดำเนินการด้านกระบวนการผลิตบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม

3. ในด้านการจ้างงานในโรงสี พบว่า มีการจ้างแรงงานต่างด้าวมากกว่าแรงงานในท้องถิ่น เนื่องจากงานในโรงสีข้าวส่วนใหญ่เป็นงานที่ต้องใช้แรงงานหนัก ใช้ความอดทน แต่ค่าแรงที่ได้นั้นไม่สูงนัก เนื่องจากจ้างในอัตราค่าแรงขั้นต่ำเป็นส่วนใหญ่ จึงไม่ค่อยได้รับความสนใจจากแรงงานไทย ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นเรื่องที่หน่วยงานราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และโรงสีข้าวจำเป็นต้อง

ต้องร่วมมือกันในการแก้ปัญหาเหล่านี้ โดยอาจกำหนดค่าแรงที่เหมาะสมให้แก่ลูกจ้างในกิจการโรงสีข้าว รวมไปถึงการจัดสวัสดิการต่างๆ เพื่อเป็นการจูงใจและเปิดช่องทางให้แรงงานในพื้นที่สามารถเข้ามาทำงานในโรงสีข้าวมากขึ้น เป็นการส่งเสริมการมีงานทำและเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจของชุมชนให้ดีขึ้นอีกด้วย

4. ผู้ประกอบการโรงสีข้าวควรให้ความสนใจ และตระหนักถึงปัญหา และผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมให้เพิ่มมากขึ้น เช่น ปัญหาเรื่องเสียง ฝุ่นละออง น้ำเสีย เป็นต้น และรับฟังข้อเสนอแนะ หรือข้อเรียกร้องต่างๆ จากชุมชนเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขปัญหา นอกจากนี้ผู้ประกอบการโรงสีข้าวควรทำกิจกรรมเพื่อสังคมให้ครอบคลุมในทุกๆ ด้านให้มากที่สุด เช่น การกำกับดูแลกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม การมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและคู่ค้า การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และ การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างเต็มที่ เพื่อจะสามารถอยู่ร่วมกันได้แบบพึ่งพาซึ่งกันและกัน และสร้างความยั่งยืนให้สังคม

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการทำวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐมเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยเห็นว่าควรศึกษาผู้ประกอบการโรงสีข้าวในจังหวัดอื่นๆ เพื่อนำมาใช้เปรียบเทียบกับผลการศึกษานี้ ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ เช่น ลูกจ้าง คู่ค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกิจการโรงสีข้าว ซึ่งอาจจะมีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคม และนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างทัศนคติในแง่มุมอื่นที่นอกเหนือจากด้านการบริหารจัดการโรงสี ด้านกระบวนการผลิต ด้านแรงงาน ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการบนหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวต่อไป

#### ■ เอกสารอ้างอิง

กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2549). *หลักปฏิบัติเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด (การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการป้องกันมลพิษ*. ม.ป.ท.

กิติวัฒน์ ธัชพันธ์. (2556). *กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครปฐม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

กุนที พุ่มสงวน. (2557). *การเสริมสร้างพลังอำนาจทางสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก.

ไข่มุก ตะวันนา. (2555). *การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามมาตรฐาน ISO 26000 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ทศพร อิฐงาม. (2555). *บทบาทสตรีกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสฮาร์วาร์ดดี.

วาสนา ประवालพฤกษ์. (2524). ทัศนคติในแง่ของจิตวิทยา. *วารสารการวัดผลการศึกษา*, 3(2), 1-6.

ศิริวรรณ ว่องวีระวุฒิ, และ บุญทริก ศิริกิจจาจร. (2553). ทัศนคติและพฤติกรรมในการจัดการทางการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษาปริญญาตรี คณะบริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. *BU ACADEMIC REVIEW* 9, ฉบับพิเศษ, 55-63.

สมาคมโรงสีข้าวจังหวัดนครปฐม. (2557). *รายชื่อโรงสีในจังหวัดนครปฐม*. ม.ป.พ.

สุภาพร รัตนชาย. (2545). การศึกษาทัศนคติที่มีต่อหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง (GMP) และต่อปัจจัยการผลิตของการปฏิบัติงานในการลดข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์ตามหลัก GMP: กรณีศึกษาพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทไทยเฮลตี้จำกัด (สารนิพนธ์วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม). สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, กรุงเทพฯ.

อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2542). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัครนันท์ ชัยธัมมะปกรณ์. (2556). *การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.)* (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological test* (5th ed.). New York: Harper Collins.

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations* (4th ed.). New York: The Free Press.