

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ



ลงทะเบียนวันที่	11 ก.พ. 2552
เลขทะเบียน	099531
เลขหมู่	วพ
	HF
	5415.3
หัวเรื่อง	024ค
	กรมศอก - วิจัย

## รายงานการวิจัย

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทย  
ต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม  
(ISO 26000: Social Responsibility)

Opinions of Thai Exporters on ISO 26000 :  
Social Responsibility

โดย

นายอภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (หัวหน้าโครงการ)  
นายอุดม สายะพันธ์ (ผู้ร่วมงานวิจัย)

คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
(มิถุนายน 2551)

## กิติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง "ความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000: Social Responsibility)" คณะผู้วิจัยได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) โดยเงินงบประมาณแผ่นดิน ประจำปี 2550 และได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้แก่ คณบดีคณะบริหารธุรกิจ รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย รองคณบดีฝ่ายบริหารและวางแผน หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด และหัวหน้าสาขาวิชาธุรกิจศึกษาและสัมพันธ์ ที่ช่วยสนับสนุนให้โครงการวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ บรรลุตามเป้าหมายของโครงการ คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งไว้ ณ โอกาสนี้

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ประกอบการส่งออกไทยที่ได้ให้ความกรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาระบบมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมต่อไป นอกจากนี้ ขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่มีส่วนทำให้โครงการวิจัยนี้ประสบความสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี คณะผู้วิจัยจึงใคร่ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

คณะผู้วิจัย

## บทคัดย่อ

อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์

อุดม สายะพันธุ์

การศึกษาวิจัยเรื่อง "ความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000: Social Responsibility)" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การรับรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนแนวโน้มของผู้ประกอบการส่งออกไทยในการนำมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในองค์กร และความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจส่งออกสินค้าและบริการ จำนวน 311 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การทดสอบค่าเอฟ (F-test) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

จากการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกิจการประเภทบริษัท จำกัด เป็นกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากกว่า 20 ปี มีเงินทุนจดทะเบียนสูงกว่า 10 ล้านบาท และมีพนักงานในองค์กรน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 คน

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการกำหนดนโยบายและ/หรือดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกิจกรรมที่ดำเนินการมากที่สุด คือ สร้างความพึงพอใจและรับผิดชอบต่อลูกค้าด้วยการเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐาน รองลงมา คือ ผลิตสินค้าหรือบริการโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ถูกต้องครบถ้วนไม่หลอกลวงลูกค้า รวมถึงเปิดเผยข้อมูลปัญหาที่เกิดจากการใช้สินค้าและบริการแก่ลูกค้า การให้ผลตอบแทนและสวัสดิการแก่พนักงานทุกคนอย่างเป็นธรรมและถูกต้องตามกฎหมาย ฯลฯ แต่พบว่ากิจกรรมหรือนโยบายที่ผู้ประกอบการมีการกำหนดไว้น้อยที่สุด คือ นโยบายการรับผู้พิการเข้าทำงานกับองค์กร โดยพบว่าผู้ประกอบการเห็นด้วยอย่างยิ่งว่ามาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมจะสร้างความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ และความน่าเชื่อถือของกิจการในสายตาลูกค้า ช่วยบอกให้ทุกคนในสังคมรู้ว่ากิจการมีการทำสิ่งที่ดีและถูกต้อง และสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจแก่ผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนธุรกิจ/นักลงทุน

นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการที่มีประเภทกิจการ กลุ่มสินค้าและบริการ และจำนวนพนักงานแตกต่างกันมีความเห็นต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. ผู้ประกอบการที่มีประเภทกิจการแตกต่างกันมีแนวโน้มการนำมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. ผู้ประกอบการที่มีประเภทกิจการ เงินทุนจดทะเบียน และจำนวนพนักงาน แตกต่างกันมีความเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. ผู้ประกอบการที่มีการกำหนดนโยบายการรักษาผลประโยชน์และความซื่อสัตย์ต่อผู้ถือหุ้นหรือหุ้นส่วน การกำหนดให้ผู้ถือหุ้นหรือหุ้นส่วนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการได้รับข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงหรือการดำเนินกิจการ มีนโยบายการบริหารธุรกิจอย่างโปร่งใส (ธรรมาภิบาล) ผู้ถือหุ้นหรือหุ้นส่วนสามารถตรวจสอบได้ มีการบริหารหรือระบบป้องกันความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ การผลิตสินค้าหรือบริการโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ มีกิจกรรมด้าน

สิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อชุมชน มีการสนับสนุนช่วยเหลือสังคมหรือชุมชนด้วยกิจกรรมสาธารณประโยชน์ มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสิ่งแวดล้อม มีนโยบายหรือกิจกรรมด้านการประหยัดพลังงานโดยให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วม มีการคัดเลือกและสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ขายปัจจัยการผลิตที่มีนโยบายหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีการให้โอกาสในการฝึกอบรมและพัฒนาตนเองแก่พนักงานทุกคน มีกิจกรรมการจัดสถานที่ทำงานให้มีความปลอดภัย สนับสนุนพนักงานให้ได้รับการศึกษาระดับสูงขึ้น มีนโยบายไม่ลอกเลียนแบบหรือละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าหรือบริการของคู่แข่ง และ มีนโยบายด้านจริยธรรมการแข่งขันทางธุรกิจ มีแนวโน้มการนำมาตราฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กรแตกต่างจากผู้ประกอบการที่ไม่มีนโยบายนี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ผู้ประกอบการที่มีการกำหนดนโยบายการรักษาผลประโยชน์และความซื่อสัตย์ต่อผู้ถือหุ้นหรือหุ้นส่วน กำหนดให้ผู้ถือหุ้นหรือหุ้นส่วนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงหรือการดำเนินกิจการ มีนโยบายการบริหารธุรกิจอย่างโปร่งใส (ธรรมาภิบาล) ผู้ถือหุ้นหรือหุ้นส่วนสามารถตรวจสอบได้ มีนโยบายการบริหารหรือระบบป้องกันความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ มีกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อชุมชน สนับสนุนช่วยเหลือสังคมหรือชุมชนด้วยกิจกรรมสาธารณประโยชน์ มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสิ่งแวดล้อม มีนโยบายการยึดถือและปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม มีนโยบายหรือกิจกรรมด้านการประหยัดพลังงาน มีการคัดเลือกและสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ขายปัจจัยการผลิตที่มีนโยบายหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีนโยบายการให้โอกาสในการฝึกอบรมและพัฒนาตนเองแก่พนักงานทุกคน มีกิจกรรมการจัดสถานที่ทำงานให้มีความปลอดภัย มีนโยบายสนับสนุนพนักงานให้ได้รับการศึกษาระดับสูงขึ้น มีนโยบายการเคารพสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิมนุษยชนในความแตกต่างของเพศ เชื้อชาติ และ ศาสนาของพนักงานทุกคน มีนโยบายด้านจริยธรรมการแข่งขันทางธุรกิจ มีความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ผู้ประกอบการที่รับรู้ต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมว่าช่วยบอกให้ทุกคนในสังคมรู้ว่ากิจการมีการทำสิ่งที่ดีและถูกต้อง สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจแก่ผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนธุรกิจ/นักลงทุน ช่วยลดอุปสรรคและกฎระเบียบการค้าระหว่างประเทศในอนาคตได้ ช่วยลดช่องว่างความแตกต่างระหว่างคนในสังคม สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร ช่วยรักษาสภาพแวดล้อมต่อส่วนรวม สร้างความน่าสนใจในตัวองค์กรให้กับผู้ลงทุน ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้าของกิจการ ช่วยเพิ่มยอดขายและกำไรในทางอ้อมให้กับกิจการ ทำให้บุคคลภายนอกเห็นว่ากิจการมีส่วนในการลดปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีความสำคัญต่อการทำธุรกิจมากขึ้นในอนาคต ช่วยสร้างความสุขให้กับสังคมส่วนรวม ลดความเสี่ยงจากการทำผิดกฎหมาย และก่อให้เกิดความยั่งยืนกับองค์กรในระยะยาวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ผู้ประกอบการที่มีการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมีแนวโน้มการนำมาตราฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กร และมีความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. ความคิดเห็นต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมทุกข้อมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการนำมาตราฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กรและมีความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## Abstract

Apisit Tungkiatsilp

Udom Sayapunt

The research under the Subject of "Opinions of Thai Exporters on ISO 26000:Social Responsibility, tends to have the objective on the study of the carrying out of an activity with regard to social responsibility, recognitions and opinions on ISO 26000:Social Responsibility as well as the trends of Thai exporters on the adoptions of ISO 26000:Social Responsibility for use in the organizations and opinions relating to report preparations on social responsibility. The sampling group are 311 Thai business entrepreneurs engaged in goods and service exportations. On the data analysis, the frequency value, percentage, mean, standard deviation value, t-test, F-test and Pearson Product Moment Correlation Coefficient are used.

Result of the research can be concluded that most of the entrepreneurs responding to the questions are engaged in the business in the category of limited companies in the group of foods and beverages with business tenures of over 20 years, registered capital higher than 10 million Baht and having staffs in the organization of either less than or equivalent to 50 persons.

Most of the entrepreneurs stipulate policies and/or carry out the activities on social responsibilities and the activities carried out most are; firstly, the creations of customers' satisfactions and responsibilities to customers by offering goods and services with quality and standard and, secondly, are the products or services by taking into account the safety of the customers when using such goods or services, giving the customers the accurate and full information on the products or services without deceiving them including the disclosures of information on the problems arising out of the use of the goods or services to customers, the giving of remunerations and welfares to all staffs on the ground of righteousness and in compliance with the relevant law, etc. Notwithstanding the foregoing, the activity least carried out is the policy to employ handicapped persons to work with the companies. Nevertheless, all entrepreneurs are pretty much of the views that ISO 26000:Social Responsibility has built up confidences, satisfactions and reliability of the businesses in the customers' points of view and assist in telling all people in the societies that the businesses have done good and proper things and build up confidences in the shareholders/business partners/investors.

In addition, the result on the hypothetical test can be concluded as follows:

1. Entrepreneurs having different category of business, goods and service group and the number of staffs are different in the opinions on ISO 26000:Social Responsibility with statistical significance at the level of .05.

2. Entrepreneurs having different category of business have trends on the adoption of ISO 26000:Social Responsibility for different use in the organizations with the statistical significance at the level of .05.

3. Entrepreneurs having the different category of business, registered capitals and the number of staffs are different in the opinions on the preparations of the reports on ISO 26000:Social Responsibility with statistical significance at the level of .05.

4. Entrepreneurs stipulating policies on maintaining benefits for and honesty to shareholders or business partners, stipulating requirements enabling the shareholders or business partners to have equal rights in receiving data or information relating to the changes or business operations, having transparent business management policy (corporate governance) where it can be checked by shareholders or business partners, having risk management or system on the prevention of risk in the carrying out of business, goods or service productions by taking into account the customers' safety in using such goods or services, having environmental activities relating to the responsibilities to the communities, providing social or community supports with the public interest activities, having activities in relation to the environmental conservations, having policies or activities on the aspect of energy conservations by allowing the participations of the staffs, choosing and placing orders for the purchases of raw materials from the sellers of manufacturing factors having the policies or activities towards social and environmental responsibilities, having policies on providing opportunities on training and self-developments for all staffs, having the activities to make working places the safe places for working, enhancing staffs to receive higher educations, having policies of non-imitation or infringement on goods copyrights or services or business rivals and policies on the aspect of business competition ethics, have trends to adopt ISO 26000:Social Responsibility for use with the organizations differently from the entrepreneurs having none of these policies with the statistical significance at the level of .05.

5. Entrepreneurs stipulating policies on maintaining benefits for and honesty to shareholders or business partners, stipulating requirements enabling the shareholders or business partners to have equal rights in receiving data or information relating to the changes or business operations, having transparent business management policy (corporate governance) where it can be checked by shareholders or business partners, having risk management or system on the prevention of risk in the carrying out of business, having environmental activities relating to the responsibilities to the communities, having policies on adhering to and complying with the law relating to environmental conservations, policies or activities on the aspect of energy conservations, choosing and placing orders for the purchases of raw materials from sellers of production factors having policies or activities towards social and community responsibilities, having policies on providing opportunities on training and self-developments for all staffs, having the activities to make working places the safe places for working, enhancing staffs to receive higher educations, having policies on the aspect of personal rights and human rights irrespective of the difference in sex, races and

religions of all staffs and policies on the aspect of business competition ethics, are different in the opinions on the preparations of the reports on social responsibility, with the statistical significance at the level of .05.

6. The entrepreneurs differently recognizing ISO 26000:Social Responsibility, are different in the opinions towards ISO 26000:Social Responsibility, as that the Standard provides assistance in telling everyone in the society to have the knowledge that the activities account for the doing of good and correct things, build up confidence and trust in the shareholders/business partners/investors, help reduce international trade obstacles and regulations in the future, help reduce the different gaps among people in the society, create competitive advantages of the organizations, help maintain environmental conditions for the public in general, build up interest on the companies to attract investors, help the companies on the encouragements of the customers to buy goods of the business, help increase total sales and profits indirectly for the business making outside people to be of the views that the businesses play the roles on contributing the reductions of social and environmental problems, thus, resulting in the social responsibilities to be more vital in the carrying out of businesses in the future, help increase happiness to the overall societies, reduce risk in the commissions of offences against the laws and create different long term sustainability to the organizations with the statistical significance at the level of .05.

7. The entrepreneurs differently recognizing ISO 26000:Social Responsibility, have different trends on the adoption of ISO 26000:Social Responsibility, for use with the organization and that the opinions towards the report preparations on social responsibilities are different with the statistical significance at the level of .05.

8. The opinions towards ISO 26000:Social Responsibility on all clauses have the relationships with the trends in adopting ISO 26000:Social Responsibility for use with the organizations and that the opinions towards the report preparations on social responsibilities are different with the statistical significance at the level of .05.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญ และที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย.....	2
ขอบเขตของโครงการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์.....	4
กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	6
คำนิยามศัพท์.....	6
2 การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง.....	7
ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร.....	7
ความเป็นมาและความสำคัญของมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม... ..	8
หลักการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร.....	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	12
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	12
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	14
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	17
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	17
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	19
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	19
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	19



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	103
สังเขปวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการวิจัย.....	103
สรุปผลการวิจัย.....	106
อภิปรายผล.....	116
ข้อเสนอแนะ.....	124
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	125
บรรณานุกรม.....	126
ภาคผนวก.....	128
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	129
ประวัติผู้วิจัย.....	133

## สารบัญญัตราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในแต่ละกลุ่มสินค้าและบริการส่งออก..... 13
2	เกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยประเภทอัตรภาคชั้น..... 16
3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการส่งออกไทย..... 20
4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม..... 23
5	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม..... 28
6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลการรับรู้ของผู้ประกอบการส่งออกไทยเกี่ยวกับมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม..... 30
7	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลแนวโน้มการนำมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กรและความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม..... 31
8	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามประเภทกิจการ..... 32
9	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ประเภทกิจการกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมว่าสามารถตั้งราคาสินค้า/บริการได้สูงหากมี ISO 26000..... 33
10	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ประเภทกิจการกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมว่าก่อให้เกิดความยั่งยืนกับองค์กรในระยะยาว..... 34
11	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ..... 35
12	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามกลุ่มสินค้าและบริการ..... 37
13	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กลุ่มสินค้าและบริการกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมว่าสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจแก่ผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนธุรกิจ/นักลงทุน..... 39

## สารบัญดาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กลุ่มสินค้าและบริการกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะมีความสำคัญต่อการทำธุรกิจมากขึ้นในอนาคต.....	47
15	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน.....	54
16	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามจำนวนพนักงาน.....	56
17	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่จำนวนพนักงานกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมว่าลดความขัดแย้งต่อระหว่างกิจการกับสังคมและชุมชน.....	57
18	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่จำนวนพนักงานกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมลดช่องว่างความแตกต่างระหว่างคนในสังคมได้.....	59
19	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่จำนวนพนักงานกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมว่าช่วยรักษาสภาพแวดล้อมต่อส่วนรวมได้.....	60
20	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่จำนวนพนักงานกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมว่าช่วยเพิ่มยอดขายและกำไรในทางอ้อมให้กับกิจการ.....	61
21	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่จำนวนพนักงานกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกไทยต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมว่าก่อให้เกิดความยั่งยืนกับองค์กรในระยะยาว.....	63
22	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวโน้มการนำมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กร จำแนกตามประเภทกิจการ.....	64
23	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ประเภทกิจการกับแนวโน้มการนำมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กร.....	65
24	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวโน้มการนำมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กร จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ.....	66
25	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวโน้มการนำมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กร จำแนกตามกลุ่มสินค้าและบริการ.....	67

## สารบัญญัตราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
26	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวโน้มการนำมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กร จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน.....	68
27	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวโน้มการนำมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กร จำแนกตามจำนวนพนักงาน.....	68
28	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามประเภทกิจการ.....	69
29	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ประเภทกิจการกับความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม.....	70
30	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ.....	71
31	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกกลุ่มสินค้าและบริการ.....	72
32	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน.....	72
33	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่เงินทุนจดทะเบียนกับความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม.....	73
34	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามจำนวนพนักงาน.....	74
35	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่จำนวนพนักงานกับความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม.....	75
36	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวโน้มการนำมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กร จำแนกตามการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม.....	77
37	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม.....	84
38	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามการรับรู้.....	90
39	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวโน้มการนำมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กร จำแนกตามการรับรู้.....	95

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
40	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามการรับรู้.....	96
41	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นกับแนวโน้มการนำมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้กับองค์กร.....	97
42	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมกับความคิดเห็นต่อการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม.....	100

# สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่

หน้า

1 กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย.....

5