

อภิชาติ คณารัตนวงศ์ : ตัวแบบการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กร: ผลกระทบของการรับรู้  
ความไม่แน่นอนของตลาดและกฎหมายสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านการตลาด สังคม  
และสิ่งแวดล้อมขององค์กร (THE MODEL OF CORPORATE ENVIRONMENTALISM: THE  
EFFECTS OF PERCEIVED MARKET AND REGULATION UNCERTAINTIES UPON  
MARKETING, SOCIAL, AND ENVIRONMENTAL PERFORMANCE) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
หลัก : รศ. ดร. กุณฑลลี รื่นรมย์, 195 หน้า.

การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของบริษัทถูกกำหนดโดยปัจจัยภายในและปัจจัยแวดล้อมภายนอกบริษัท งานวิจัยเรื่องนี้  
นำแนวความคิดดังกล่าวมาพัฒนาและศึกษา "ตัวแบบการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กร" การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมของ  
องค์กรเป็นการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งหวังให้องค์กรมีความได้เปรียบทางธุรกิจ ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่นำมาศึกษาในงาน  
วิจัยเรื่องนี้ ได้แก่ การรับรู้ความไม่แน่นอนของตลาดและกฎหมายสิ่งแวดล้อมขององค์กร ส่วนปัจจัยภายใน ได้แก่  
ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารระดับสูงของบริษัทกับผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร ทัศนคติร่วมของผู้บริหาร  
และพนักงาน และความสามารถทางเทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้งานวิจัยศึกษาดำเนินงานด้านการตลาด  
สังคม และสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่เป็นผลจากการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กร

งานวิจัยเรื่องนี้พัฒนาตัวแบบที่ศึกษาอิทธิพลทางตรง ตัวปรับ และอิทธิพลทั้งทางตรงและตัวปรับพร้อม ๆ กันของ  
ปัจจัยภายนอกทั้งสองปัจจัย กล่าวคือ ตัวแบบอิทธิพลทางตรงศึกษาอิทธิพลทางตรงของการรับรู้ความไม่แน่นอนของตลาด  
และกฎหมายสิ่งแวดล้อมขององค์กร ตัวแบบอิทธิพลตัวปรับศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความไม่แน่นอนของตลาดและกฎหมาย  
สิ่งแวดล้อม ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กร ตัวแบบที่สามศึกษาทั้ง  
อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลตัวปรับพร้อม ๆ กัน

ข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบตัวแบบการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กรทั้ง 3 ตัวแบบ เก็บจากบริษัทผู้ผลิตใน  
อุตสาหกรรมหลักของประเทศ 4 อุตสาหกรรม คือ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมไฟฟ้า  
และอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 772 บริษัท และ  
ใช้การวิเคราะห์กลุ่มพหุด้วยโมเดลโครงสร้างเชิงสาเหตุ (Structural Equation Modeling) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โปรแกรมทาง  
สถิติที่ใช้คือ SPSS 17.0 และ LISREL 8.53

ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ความไม่แน่นอนของตลาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญ  
ทางสถิติต่อการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กร ในขณะที่ การรับรู้ความไม่แน่นอนของกฎหมายสิ่งแวดล้อมเป็นตัวปรับ  
ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความสัมพันธ์ของผู้บริหารระดับสูงกับผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกกับการตระหนักถึง  
สิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ค่าอิทธิพลของการรับรู้ความไม่แน่นอนของตลาดที่มีต่อการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กรมี  
ขนาดเล็กมาก ซึ่งอาจจะไม่มีผลในทางปฏิบัติ (Practical Significance) ทัศนคติร่วมและความสามารถทางเทคโนโลยีเพื่อ  
สิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กร ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับ  
ผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกไม่พบว่ามีอิทธิพลทางตรงต่อการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กร ผลวิจัยบ่งชี้ว่าการ  
การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทั้งในด้านการตลาด สังคม และสิ่งแวดล้อมของ  
องค์กร

สาขาวิชา : บริหารธุรกิจ

ปีการศึกษา : 2552

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก