



ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลาง  
และขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนา  
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Corporate Social Responsibility (CSR) for Sustainable Development of Thailand  
Small and Medium Enterprises (SMEs) in the Southern Part under the  
Asean Economic Community (AEC) Development

หทัยชนก บุญศิริ

Hataichanok Boonsiri

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บัญชีมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Degree of Master of Accountancy

Prince of Songkla University

2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลาง  
และขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนา  
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน  
Corporate Social Responsibility (CSR) for Sustainable Development of Thailand  
Small and Medium Enterprises (SMEs) in the Southern Part under the  
Asean Economic Community (AEC) Development

หทัยชนก บุญศิริ

Hataichanok Boonsiri

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

บัญชีมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Degree of Master of Accountancy  
Prince of Songkla University

2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

**ชื่อวิทยานิพนธ์** ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด  
ย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน  
**ผู้เขียน** นางสาวหทัยชนก บุญศิริ  
**สาขาวิชา** การบัญชี

---

**อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก**

**คณะกรรมการสอบ**

.....  
(ดร.เอกฤทธิ แก้วประพันธ์)

.....ประธานกรรมการ  
(ดร.ศิรดา นวลประดิษฐ์)

.....กรรมการ  
(ดร.กุลวดี ลิ้มอุสันโน)

.....กรรมการ  
(ดร.เอกฤทธิ แก้วประพันธ์)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วีระพล ศรีชนะ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มี  
ส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ .....

(ดร.เอกฤทธิ์ แก้วประพันธ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลงชื่อ.....

(นางสาวหทัยชนก บุญศิริ)

นักศึกษา

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....

(นางสาวหทัยชนก บุญศิริ)

นักศึกษา

**ชื่อวิทยานิพนธ์** ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด  
ย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน  
**ผู้เขียน** นางสาวหทัยชนก บุญศิริ  
**สาขาวิชา** การบัญชี  
**ปีการศึกษา** 2558

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย (2) ศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย และ (3) ศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลผ่านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปยังการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยใช้ข้อมูลเชิงปริมาณดำเนินการเก็บแบบสอบถาม สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 350 ราย และใช้เทคนิคการวิเคราะห์สมการโครงสร้างในการวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัยพบว่าโมเดลอิทธิพลเชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยมีระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่แตกต่างกัน ขณะที่ระดับการรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนั้นไม่แตกต่างกัน และการนำหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมาบูรณาการร่วมกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจะช่วยนำพาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

**Thesis Title** Corporate Social Responsibility (CSR) for Sustainable Development of Thailand Small and Medium Enterprises (SMEs) in the Southern Part under the Asian Economic Community (AEC) Development

**Author** Miss. Hataichanok Boonsiri

**Major Program** Accounting

**Academic Year** 2015

### **Abstract**

The research purposes were 1) to study the recognition-levels of corporate social responsibility and of sufficient economic philosophy; 2) to study the influence of corporate social responsibility over the sustainable development; and 3) to study the influence of corporate social responsibility and the sufficient economic philosophy on the sustainable development for the small and medium size enterprises in the southern part of Thailand under the ASEAN Economic Community (AEC). This quantitative research employed the questionnaires for data collection and the multi-stage random samplings for sampling on 350 small and medium-size enterprises in the southern part of Thailand. The structural equation model was exerted to analyze the data. A causal model was valid and fitted with the empirical data. The findings exhibited the different recognition-levels of corporate social responsibility between the small and medium size enterprises whereas the recognition-levels of sufficient economy philosophy was indifferent. These findings encourage the small and medium size enterprises to integrate the corporate social responsibility with the sufficient economy philosophy so as to advance their sustainable development under the ASEAN Economic Community.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาอย่างสูงจากคณาจารย์ทุกท่านในสาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่ได้ให้คำแนะนำในหลายแขนงวิชา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์ ดร.เอกฤทธิ์ แก้วประพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ซึ่งเป็นต้นแบบทางการวิจัยที่ดี ตลอดระยะเวลาในการศึกษาผู้วิจัยได้รับความเมตตา ได้รับคำปรึกษา และคำแนะนำในการแก้ไขปัญหาข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ซึ่งล้วนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ศิริดา นวลประดิษฐ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และดร.กฤษณี ลิ้มอุสสันโน กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความกรุณากับผู้วิจัยเป็นอย่างยิ่งการให้คำปรึกษา และแนะนำแนวทางในการพัฒนางานวิจัยให้เกิดคุณค่าจนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จโดยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น อีกทั้งขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุษา คงรุ่งโชค และรองศาสตราจารย์ สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่สละเวลาอันมีค่าเพื่อช่วยตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยทุกท่าน ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการตอบกลับแบบสอบถาม ทำให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในการวิจัย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัวทุกท่าน ทั้งคุณพ่ออุดม บุญศิริ และคุณแม่ดวงแข บุญศิริ ที่เป็นต้นแบบในการดำเนินชีวิต ให้ทั้งสติ ข้อแนะนำ และกำลังที่ดีเยี่ยม ตลอดจนคอยสนับสนุนและส่งเสริมทางด้านการศึกษาจนสำเร็จการศึกษา

หทัยชนก บุญศิริ



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(5)
Abstract	(6)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
รายการตาราง	(10)
รายการภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย	5
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
สมมติฐานการวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย	6
คำนิยามเฉพาะ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม	9
แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน	17
แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	19
แนวคิดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	22
แนวคิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	24
ทฤษฎีความชอบธรรม	26
ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	27
ทฤษฎีจริยธรรมทางธุรกิจของบริษัท	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
กรอบแนวคิดในการวิจัย	43

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	45
ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย	48
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	57
ขั้นตอนการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง	59
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	64
การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไป	65
การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา	68
การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบ Pearson Correlation	73
การวิเคราะห์แบบจำลอง	76
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	87
สรุปผลการวิจัย	87
การอภิปรายผล	89
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	94
ข้อจำกัด และข้อเสนอแนะของการวิจัย	95
บรรณานุกรม	97
ภาคผนวก	105
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	106
ภาคผนวก ข รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ	115
ภาคผนวก ค ผลประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม จากผู้เชี่ยวชาญ	116
ประวัติผู้เขียน	125

## รายการตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	เกณฑ์การกำหนดขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	23
3.1	จำนวนประชากรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามจังหวัด	46
3.2	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	54
3.3	แสดงสัญลักษณ์และความหมายที่แทนตัวแปร	56
3.4	แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล	62
4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	65
4.2	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเ้ ความโต้ง ของระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ	68
4.3	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ จำแนกตามขนาดธุรกิจ	70
4.4	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเ้ ความโต้ง ของระดับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	70
4.5	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้ปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง จำแนกตามขนาดธุรกิจ	71
4.6	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเ้ ความโต้งของการพัฒนา อย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	72
4.7	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้	74
4.8	การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้าง กับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ก่อนปรับโมเดล)	78
4.9	การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้าง กับข้อมูลเชิงประจักษ์ (หลังปรับโมเดล)	80
4.10	แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงยืนยันแต่ละตัวแปรแฝง	81
4.11	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	86

## รายการภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
2.1 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคม	15
2.2 การสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม	16
2.3 ความยั่งยืนจากความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่มีต่อ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	19
2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	44
3.1 การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน	48
4.1 แบบจำลองสมการโครงสร้างก่อนปรับโมเดล	77
4.2 แบบจำลองสมการโครงสร้างหลังการปรับโมเดลให้มีความสอดคล้อง กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยการเชื่อมค่าความคลานเคลื่อน	79

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 หลายประเทศประสบกับความทุกข์ยากเป็นอย่างมาก ผลของสงครามได้เปลี่ยนแปลงการวางแนวทางการเมืองและโครงสร้างสังคมโลกไป ประเทศต่าง ๆ ได้มีการแบ่งออกเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว (Developed Countries หรือ Industrial Countries) และประเทศด้อยพัฒนา (Underdeveloped Countries) ประเทศต่างๆ มุ่งพัฒนาตนให้เป็นประเทศอุตสาหกรรม โดยเน้นความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) เป็นสำคัญ (สุภาสินี ตันติศรีสุข, 2555) แต่ละเลยการดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความไม่สมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและธรรมชาติ

จากสาเหตุดังกล่าวนับเป็นจุดเริ่มต้นของวิวัฒนาการของแนวคิดการพัฒนา (Development) ควบคู่ไปกับการดูแลสิ่งแวดล้อม (Environment) และการประชุมสหประชาชาติ เรื่องสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ (The United Nations Conference on Human Environment: UNCHE) ที่จัดขึ้นปี ค.ศ.1972 ประเทศสวีเดน เป็นการประชุมครั้งแรกด้านสิ่งแวดล้อมในระดับโลกที่นานาชาติประเทศร่วมกันวางรากฐานสำหรับการลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมของมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อม โดยผลจากการประชุมได้เสนอแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (The Concept of Sustainable Development) นำไปสู่การจัดตั้งโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environmental Programme: UNEP) ต่อมาในปี ค.ศ. 1987 แนวคิดเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ถูกนำเสนออย่างเป็นทางการผ่านเอกสาร Our Common Future โดยคณะกรรมการการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development : WCED) ส่งผลให้แนวคิดเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนเริ่มแพร่หลายไปอย่างกว้างขวาง และเมื่อมีการจัดประชุมองค์การสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน (United Nations Conference on Environment and Development: UNCED) หรือที่เรียกว่า “Earth Summit” ที่นครริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ในปี ค.ศ.1992 มีการกำหนดแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของประชาคมโลกและเสนอแนะให้ทุกประเทศวางยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนออกมา โดยต้องคำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคม นอกเหนือจากผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นการพัฒนาที่รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท Corporate Social Responsibility หรือ CSR เข้าไปด้วย

ความรับผิดชอบต่อสังคมได้รับความสนใจอย่างจริงจัง เมื่อองค์กรความร่วมมือ และพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Co-Operation and Development: OECD) ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศของกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว ได้ออกแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ (The OECD Guidelines for Multinational Enterprises) และเสนอแนะให้บริษัทข้ามชาติของประเทศสมาชิก OECD มีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท และติดต่อค้าขายเฉพาะกับคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเท่านั้น (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2550) ด้วยเหตุนี้ องค์กรธุรกิจใดที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีกระบวนการผลิตก่อให้เกิดมลภาวะที่สร้างปัญหาให้กับสิ่งแวดล้อม และดำเนินธุรกิจอย่างไม่เป็นมนุษย์ชนจะไม่สามารถติดต่อค้าขายกับวิสาหกิจที่มีถิ่นฐานอยู่ในประเทศสมาชิก OECD ด้วยแรงผลักดันและแรงกระตุ้นดังกล่าวจึงทำให้องค์กรที่ต้องการดำเนินธุรกิจข้ามชาติตกอยู่ในภาวะจำยอมต้องนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาปรับใช้กับธุรกิจ แต่อีกทางหนึ่งองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะได้รับประโยชน์หลายประการ อาทิ สามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้เพิ่มมากขึ้นและทำให้ต้นทุนทางการเงินมีแนวโน้มที่ต่ำลง เนื่องด้วยองค์กรที่มี CSR จะเป็นที่น่าสนใจและเป็นทางเลือกในการลงทุนสำหรับนักลงทุนประเภทลงทุนอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Investing: SRI) ลักษณะการลงทุนแบบ SRI มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เป็นผลให้ธุรกิจส่วนหนึ่งมีความยินดีที่จะนำ CSR มาใช้องค์กร

สำหรับ CSR ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) นั้น คือการดำเนินธุรกิจที่แสวงหากำไรอย่างไร้ความรับผิดชอบ ด้วยการสร้างความสมดุลระหว่างกำไรและความรับผิดชอบต่อสังคม เมื่อเทียบกับกิจการขนาดใหญ่ (Large Enterprises: LEs) ภาพของโครงสร้างและรูปแบบการจัดการที่ส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจรวมถึงขอบเขตการทำกิจกรรม CSR เห็นได้ชัดเจนมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก อย่างไรก็ตามในความแตกต่าง SMEs ยังมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่สูงกว่า LEs ด้านความยืดหยุ่นสูง การปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง ได้รวดเร็ว มีทักษะด้านงานฝีมือและงานบริการ และความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับลูกค้าทำให้ SMEs สามารถตอบสนองความพึงพอใจสำหรับตลาดเฉพาะเจาะจงได้รวดเร็ว (วรวิฐา สิริธมาลิก, 2556) แต่การเข้ามามีส่วนร่วมด้าน CSR ของ SMEs ยังมีข้อจำกัดด้านเวลาและทรัพยากรทางการเงินที่อาจส่งผลกระทบต่อ SMEs การสร้างความสมดุลระหว่างผลกำไรและกิจกรรม CSR จึงเป็นประเด็นสำคัญที่องค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติไว้หลากหลาย โดยเฉพาะการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ อันประกอบด้วยกรณีเหตุ

มีผล ความพอประมาณ และภูมิคุ้มกัน บนพื้นฐานของความรู้และคุณธรรมในการดำเนินงานมาใช้ เป็นกรอบกรอบกระบวนการตัดสินใจของการบริหารงานเพื่อความยั่งยืนของกิจการอย่างสมดุล

ในประเทศไทยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ระบุว่าปี พ.ศ. 2557 ผู้ประกอบการวิสาหกิจทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีจำนวนทั้งสิ้น 2.74 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 99.7 ของจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งหมด ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เพราะสามารถสร้างผลผลิตให้แก่ประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ก่อให้เกิดการจ้างงาน 10.5 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 80.3 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด ธุรกิจ SMEs ยังเป็นปัจจัยสำคัญของภาคการส่งออกของประเทศซึ่งมีมูลค่าการส่งออกรวมถึง 1,918 พันล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.2 ของมูลค่าส่งออก อีกทั้งยังเป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุนสร้างเสริมประสิทธิภาพ เป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน ช่วยเชื่อมโยงภาคการผลิตต่าง ๆ ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ ในการผลิตสินค้าทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ และช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำทางด้านเศรษฐกิจ โดยการกระจายการผลิตไปยังภูมิภาค ธุรกิจ SMEs จึงถือได้ว่าเป็นกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทยได้อย่างยั่งยืน (โชติชัย สุวรรณภรณ์, 2555)

ปลายปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยและประเทศสมาชิกของอาเซียนจะรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) อย่างสมบูรณ์ โดยประกอบด้วยประเทศสมาชิกทั้งหมด 10 ประเทศ ได้แก่ ไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ บรูไน ลาว กัมพูชา เวียดนาม และพม่า ก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกเพื่อสร้างสันติภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันนำมาซึ่งเสถียรภาพทางการเมืองและความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม และเมื่อการค้าระหว่างประเทศในโลกมีแนวโน้มกีดกันการค้ารุนแรงขึ้น ทำให้อาเซียนได้หันมามุ่งเน้นกระชับและขยายความร่วมมือด้านเศรษฐกิจการค้าระหว่างกันมากขึ้น ภายหลังจากการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียนจะเป็นตลาดและเป็นฐานการผลิตร่วมกัน โดยมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือและเงินลงทุนได้อย่างเสรี ส่งผลให้อาเซียนมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นและเป็นการยกระดับความเท่าเทียมในการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างประเทศอาเซียนได้ (กรมโรงงานส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2555) การเป็นประเทศสมาชิกในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจึงถือเป็นก้าวสำคัญของการยกระดับประเทศไทยสู่การดำเนินธุรกิจระดับสากล เพราะอาเซียนได้เปิดเสรีทางการค้ากับอีกหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่น จีน เกาหลี (อาเซียนบวก3) และญี่ปุ่น จีน เกาหลี อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ (อาเซียนบวก 6) ซึ่งยังไม่นับประเทศที่ไทยได้ทำความตกลงทางการค้าแบบเขตการค้า

เสรีหรือข้อตกลงการค้าเสรี (Free of Trade: FTA) แบบทวิภาคีด้วยอีกหลายประเทศ ด้วยเหตุนี้ทั้งภาครัฐ และเอกชน ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จึงจำเป็นต้องเร่งปรับตัว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจสู่ความเป็นสากล (นัทธมน ภูมิไชย, 2556)

ประชาคมอาเซียนเป็นความท้าทายและโอกาสใหม่ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยที่จำเป็นต้องดึงจุดแข็งของธุรกิจ SMEs ในพื้นที่ของแต่ละภูมิภาคมาทำการส่งเสริมให้สอดคล้องกับศักยภาพในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของพื้นที่นั้นๆ ทำการเชื่อมโยงเศรษฐกิจไทยกับกลุ่มความร่วมมือในประเทศสมาชิกของอาเซียน และสำหรับภาคใต้ของประเทศไทยก็ถือได้ว่าเป็นส่วนสนับสนุนที่สำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืน เนื่องจากที่ตั้งอยู่ในจุดกึ่งกลางของระหว่างเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ประเทศจีนเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและเอเชียใต้ที่มีอินเดียเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ และมีกายภาพเปิดสู่ทะเลทั้ง 2 ด้านจึงมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นประตูการค้าคมนาคมขนส่งทางทะเลเชื่อมโยงสู่ภูมิภาคต่างๆ แต่ด้วยฐานเศรษฐกิจของภาคใต้มีขนาดค่อนข้างเล็กและมีอัตราการเติบโตต่ำกว่าระดับประเทศมาโดยตลอดจึงมีบทบาทต่อเศรษฐกิจประเทศลดลงอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งฐานการผลิตพึ่งพิงด้านการเกษตรเป็นหลักและยังมีรูปแบบการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีไม่ทันสมัย ประสิทธิภาพการผลิตจึงต่ำ และมีแนวโน้มประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน รวมถึงการเกิดเป็นภาพลักษณ์ความไม่ปลอดภัยที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนและการท่องเที่ยวในพื้นที่อีกด้วย ขณะที่ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่การเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียน การเสริมสร้างความสมานฉันท์และความมั่นคงในพื้นที่จึงเป็นพื้นฐานที่จำเป็นอย่างยิ่งในการรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคคลหลายฝ่ายทั้งภาครัฐ และผู้ประกอบการ SMEs จึงต้องร่วมมือพัฒนาศักยภาพและยกระดับความสามารถด้านต่าง ๆ ของกิจการอย่างเร่งด่วน เพื่อเตรียมรองรับการเปิดตลาดการค้าเสรี ทั้งสินค้าและบริการ ในตลาดที่จะมีการแข่งขันกันมากขึ้น)

ดังนั้น เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ของประเทศไทยสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้อย่างยั่งยืน การนำเอาแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มาเป็นกลไกสำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และสิ่งแวดล้อม โดยการศึกษานี้ผู้วิจัยพยายามจะหาคำตอบของความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะนำพาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ตลอดจนความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลผ่านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปยังการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



## 1.2 คำถามการวิจัย

1. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยมีระดับการรับรู้ของความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างไร
2. การที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจะส่งผลอย่างไรต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
3. การที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงจะส่งผลอย่างไรต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคใต้ของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคใต้ของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลผ่านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปยังการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคใต้ของประเทศไทย

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ให้กับหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลรับผิดชอบทางด้านการพัฒนาและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เป็นต้น นำไปพิจารณาเพื่อกำหนดนโยบายในการสนับสนุนกิจกรรมทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
2. เป็นข้อมูลให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่สนใจในการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องไปปฏิบัติเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้กรอบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. เป็นแนวทางในการพัฒนาการนำแนวความคิดทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไปใช้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และ

4. เป็นงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

## 1.6 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคใต้ของประเทศไทยมีระดับการรับรู้ของความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สมมติฐานที่ 3 ความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไปยังการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

## 1.7 ขอบเขตการวิจัย

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ จะสำรวจระดับการรับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคใต้ของประเทศไทยกับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และศึกษากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมดังกล่าวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน และค้นหากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่สนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย โดยแหล่งข้อมูลจะมาจากแบบสอบถาม

### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย จำนวน 365,253 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558)

## ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาครั้งนี้จะดำเนินการในช่วงเวลาตั้งแต่ ตุลาคม 2557 – พฤษภาคม 2559 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### 1.8 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

#### 1. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)

หมายถึง การดำเนินกิจกรรมของบริษัทโดยการประสานการดำเนินงานทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การปฏิบัติตามกฎหมาย การเชื่อมโยงค่านิยมทางจริยธรรม และการดำเนินการด้านคุณลบนพื้นฐานของความสมัครใจ เพื่อนำไปสู่การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างเป็นปกติสุขและดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน (ธีรพร ทองชะโชค, 2556)

#### 2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs)

ตามนิยามของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) แบ่งกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2543)

##### 2.1 กิจการผลิตสินค้า หมายความว่า ความครอบคลุมถึง การผลิตที่เป็นลักษณะของการ

ประกอบการผลิตอุตสาหกรรมทุกประเภท โดยความหมายที่เป็นสากลของการผลิตก็คือการเปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรกล หรือเคมีภัณฑ์ โดยไม่คำนึงว่างานนั้นทำโดยเครื่องจักรหรือด้วยมือ ทั้งนี้กิจการผลิตสินค้าในที่นี้รวมถึงการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นการอุตสาหกรรม การผลิตที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นการประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือนด้วย

##### 2.2 กิจการบริการ หมายความว่า ความครอบคลุมถึง การศึกษา การสุขภาพ การ

บันเทิง การขนส่ง การก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ การโรงแรมและห้องพัก การภัตตาคาร การขายอาหาร การขายเครื่องดื่มของภัตตาคารและร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่งบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ การให้บริการส่วนบุคคล บริการในครัวเรือน บริการที่ให้กับธุรกิจ การซ่อมแซมทุกชนิด และการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว

##### 2.3 กิจการค้าส่งและค้าปลีก หมายความว่า การให้บริการเกี่ยวกับการค้า โดยที่การค้า

ส่ง หมายความว่า การขายสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้แก่ ผู้ค้าปลีก ผู้ใช้ในงานอุตสาหกรรม งานพาณิชย์กรรม สถาบัน ผู้ใช้ในงานวิชาชีพ และรวมทั้งการขายให้แก่ผู้ค้าส่งด้วยตนเอง ส่วนการค้าปลีก หมายความว่า การขายโดยไม่มี การเปลี่ยนรูปสินค้าทั้งสินค้าใหม่

3. การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development: SD) หมายถึง การพัฒนาที่เน้นความสมดุลของสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม สามารถตอบสนองต่อความต้องการของคนในปัจจุบันโดยไม่สร้างผลกระทบด้านลบ กับคนในอนาคต (ถัฐวิชัย ฝาแก้ว, 2555)

4. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) พัฒนามาจากการเป็น สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Association of South East Asian Nations : ASEAN) ก่อตั้งขึ้นตามปฏิญญากรุงเทพฯ (Bangkok Declaration) เมื่อ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510 โดยมีประเทศผู้ก่อตั้งแรกเริ่ม 5 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ต่อมาในปี 2527 บรูไน ก็ได้เข้าเป็นสมาชิก ตามด้วย 2538 เวียดนาม ก็เข้าร่วมเป็นสมาชิก ต่อมา 2540 ลาวและพม่า เข้าร่วม และปี พ.ศ. 2542 กัมพูชา ก็ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกลำดับที่ 10 ทำให้ปัจจุบันอาเซียนเป็นกลุ่มเศรษฐกิจภูมิภาคขนาดใหญ่ มีประชากรรวมกันเกือบ 600 ล้านคน (ที่มา <http://www.thai-aec.com> )

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จัดทำขึ้นโดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งในรูปแบบ เอกสาร หนังสือ ตำรา งานวิจัย และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งกรอบแนวคิดในการวิจัยที่เหมาะสมในการหาคำตอบสำหรับคำถามวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเนื้อหาในบทนี้จะประกอบด้วย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ SMEs ภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility)
2. แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Development)
3. แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy)
4. แนวคิดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs)
5. แนวคิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)
6. ทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory)
7. ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory)
8. ทฤษฎีจริยธรรมทางธุรกิจของบริษัท (Business Ethics Theory)
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
10. กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility)

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility : CSR) เริ่มก่อรูปแบบขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 1950 เป็นผลมาจากกิจกรรมและการดำเนินการตั้งแต่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 1800 (Carroll, 2008) ในยุคนั้นพบว่าองค์กรธุรกิจมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อให้เกิดกำไรสูงสุด สร้างความมั่งคั่ง และการเติบโตให้แก่องค์กร โดยจะปฏิบัติตามกฎหมายเฉพาะที่ระบุไว้เท่านั้น (ธีรพร ทองชะไคค, 2556) ไม่ตระหนักถึงสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ดังนั้นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการ

ดำเนินงานดังกล่าวจึงนำมาสู่ปัญหาทางสังคมหลายประการ ดังเช่น เหตุการณ์ในปี ค.ศ. 1790 ที่บริษัท อีสต์อินเดียน ในประเทศอังกฤษ ได้มีการกดขี่และใช้แรงงานทาส ทำให้ถูกคว่ำบาตรจากประชาชนด้วยการไม่ซื้อสินค้า จนท้ายที่สุดบริษัทต้องหันมาใส่ใจและให้ความสำคัญกับสวัสดิการแรงงานและสิทธิมนุษยชนมากขึ้น (Cheney, Roper และ May, 2007) และในปี ค.ศ. 1987 เกิดเหตุการณ์ที่บริษัท เนสเล่ ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม ได้ออกกิจกรรมรณรงค์ให้เด็กทารกดื่มนมเนสเล่ แทนนมแม่ ก่อให้เกิดความไม่พอใจอย่างมากต่อประชาชน จนคว่ำบาตรสินค้าของ เนสเล่ เพื่อกดดันให้องค์กรยักษ์ใหญ่อ่าง เนสเล่ เปลี่ยนนโยบายดังกล่าว จึงกล่าวได้ว่าการทำ CSR ในยุคแรกๆ นั้นไม่ได้เกิดขึ้นจากเจตนารมณ์ที่ดีขององค์กรเอง แต่เป็นเพียงกิจกรรมเพื่อสังคมของภาคธุรกิจที่เกิดขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาหรือเกิดขึ้นมาภายหลังจากที่เกิดปัญหาขึ้นแล้ว เรียกว่าเป็นการทำ CSR แบบตอบสนอง (Responsive CSR) ซึ่งต่อมา หลายบริษัทพบว่า การรอให้เกิดปัญหา ก่อนแล้วจึงค่อยหันมาใส่ใจประเด็นเหล่านี้ ไม่เป็นผลดีอีกต่อไป จึงหันมาดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแบบสร้างสรรค์ (Creative CSR) โดยการพยายามแสดงตนว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และมีความปรารถนาที่ดีที่จะทำสิ่งดีดีตอบแทนสังคมที่ตนอยู่ (Corporate Citizenship) (จารุวรรณ แก้วมะโน, 2553) แนวคิดนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่าปัจจุบันการดำเนินธุรกิจไม่เพียงมุ่งเน้นและให้ความสำคัญไปที่การสร้างความสำเร็จเติบโตและแสวงหากำไรทางธุรกิจเท่านั้น หากต้องพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรที่ “ดี” ด้วย จึงจะช่วยให้องค์กรนั้นอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

สำหรับในประเทศไทย แม้ว่า CSR จะมีการพูดถึงกันมากกว่า 10 ปี แล้วก็ตาม แต่คนส่วนใหญ่ไม่มีใครสนใจว่า CSR ที่องค์กรทั้งหลายต่างพยายามแข่งขันทำอยู่นั้นเป็น CSR แบบใด เพราะสังคมส่วนหนึ่งยังสับสนระหว่างการทำธุรกิจถูกต้องตามกฎหมายกับการทำธุรกิจด้วยคุณธรรมว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร หลายคนเข้าใจผิด คิดว่ามาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ CSR เป็นเพียงแค่การปลูกป่าหรือการบริจาคเท่านั้น แต่ความจริงแล้ว CSR นอกจากคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังหมายถึงความรวมถึงการคุ้มครองแรงงาน การยึดหลักสิทธิมนุษยชน การดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล จริยธรรม โปร่งใส และต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกด้วย องค์กรมหาชนหลายแห่งได้นำเรื่อง CSR มาเป็นประเด็นสื่อสารทางการตลาด บางองค์กรขยายผลเพื่อใช้เป็นรูปแบบการกีดกันทางการค้า ทำให้ CSR กลายเป็นเครื่องมือทางธุรกิจที่ตอบสนองประโยชน์ต่อองค์กร แทนที่จะเป็นกิจกรรมที่ตอบสนองและสร้างประโยชน์ต่อสังคม (สำนักงานพัฒนาฐานข้อมูลและตัวชี้วัดภาวะสังคม, 2556)

## 1. ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility :CSR) ในทัศนะขององค์กรและนักวิชาการต่าง ๆ นั้น แตกต่างกันไป ดังเช่น สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (World Business Council for Sustainable Envelopment, 1999) ได้ระบุความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่าเป็นความมุ่งมั่นหรือพันธะสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงานตลอดจนครอบครัวของเขาเหล่านั้น ตลอดจนมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง ซึ่งสอดคล้องกับคณะกรรมการการยุโรป (European Commission Green Paper) ที่กล่าวไว้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเป็นแนวคิดที่บริษัทจะบูรณาการ งานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกิจการของประเทศ และการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) โดยสมัครใจ เช่นเดียวกับองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization: ISO) ที่ให้ความหมายสอดคล้องกันว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจคือ การที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็น ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ประโยชน์หลัก คน ชุมชน และสังคม นอกจากนี้ ยังเป็นเรื่องของบทบาท ขององค์กรธุรกิจ ในสังคมและความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจและผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ โดยสามารถวัดผลได้ในสามมิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

สำหรับประเทศไทยองค์กรที่มีบทบาทสนับสนุนการดำเนินงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท และนักวิชาการหลายท่าน แสดงทัศนะต่อการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องกัน ดังเช่นคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ หมายถึง การดำเนินธุรกิจภายใต้จริยธรรมและการกำกับที่ดีควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน หรือเรียกว่า เชื่อมทิศธุรกิจเพื่อสังคม ช่วยบอกพิทักษ์การดำเนินงานที่มีเป้าหมายทางธุรกิจควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับคณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐาน การเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการเป็นการประกอบกิจการด้วยความดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาล

เป็นเครื่องกำกับการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เป็นไปด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใสและยุติธรรม มีความตระหนักถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยพร้อมจะแก้ไขเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว กับการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาบูรณาการให้เกิดการดำเนินกิจการเป็นการสร้างความสำเร็จและประโยชน์สุข อีกทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทุกเวทีการค้า ซึ่งจะเป็นผลดีต่อความยั่งยืนของกิจการ ผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง เช่นเดียวกับพิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ (2551) กล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ว่าเป็นการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกลด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กรในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข ซึ่งตามความหมายที่แท้จริงของความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ที่การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญของการสร้างคุณค่าให้แก่สังคม และผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ มิใช่การดำเนินกิจการโดยเน้นเรื่องการสร้างผลกำไรเป็นเป้าหมายสูงสุดเพื่อตอบสนองความต้องการของเจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้นเพียงอย่างเดียว

## 2 ระดับของความรับผิดชอบต่อสังคม

แครร์รอล (1991) ได้พัฒนาแนวความคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยนำเสนอแบบจำลองปิรามิดของความรับผิดชอบต่อสังคม (The Pyramid of Corporate Social Responsibility) ได้แบ่งระดับของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็น 4 ระดับดังนี้ (Carroll, A.B., 1991 อ้างถึงใน ชีรพร ทองชะโงก, 2556)

**2.1 ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility)** การดำเนินธุรกิจให้เกิดกำไรสูงสุด เพื่อตอบสนองความรับผิดชอบต่อการลงทุนของธุรกิจของผู้ก่อตั้งองค์กร ซึ่งองค์กรธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ โดยการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับกำไรสุทธิต่อหุ้นสูงสุดให้ผลกำไรมากที่สุดเท่าที่ทำได้ เน้นการรักษาตำแหน่งการได้เปรียบในการแข่งขัน ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพในระดับสูงอย่างสม่ำเสมอ

**2.2 ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย (Legal Responsibility)** การดำเนินธุรกิจ เน้นการตอบสนองต่อกฎหมาย ถือเป็นบทบาทที่เหมาะสมในการทำธุรกิจ ต้องปฏิบัติตามกรอบกฎหมายและข้อบังคับที่รัฐกำหนด ซึ่งกฎระเบียบพื้นฐานที่ธุรกิจต้องปฏิบัติตามนั้นมีทั้งจากรัฐบาลกลางและรัฐท้องถิ่น เป็นพลเมืองผู้ปฏิบัติตามกฎหมาย ถือได้ว่าประสบความสำเร็จจากการตอบสนองภาระผูกพันทางกฎหมาย การผลิตสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับความสามารถตอบสนองความต้องการทางกฎหมาย



**2.3 ความรับผิดชอบด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility)** การดำเนินธุรกิจตามหลักจริยธรรม เนื่องจากองค์กรมีภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้อง ยุติธรรม ตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียหรือคนในสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรมจึงรวมเอามาตรฐาน บรรทัดฐาน ความคาดหวังที่สะท้อนถึงความกังวลของลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น และชุมชน พิจารณาถึงความยุติธรรม ความเที่ยงธรรมหรือการปกป้องสิทธิทางศีลธรรมของผู้มีส่วนได้เสีย และสามารถแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานการปฏิบัติที่สูงกว่าที่กฎหมายต้องการว่าเป็นเพียงระเบียบหรือข้อบังคับ

**2.4 ความรับผิดชอบด้านมนุษยชน (Philanthropic Responsibility)** การดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อสิทธิมนุษยชนเป็นการยกระดับคุณค่าความเป็นมนุษย์ โดยการคืนประโยชน์กลับสู่สังคมในฐานะที่เป็นพลเมืองบริษัทที่ดีในสังคม การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสวัสดิการของมนุษย์ เช่น การสนับสนุนเงิน/สิ่งของ/แรงงานแก่สังคม การมีส่วนร่วมกิจกรรมช่วยเหลือสังคมรอบ ๆ องค์กร การให้ทุนการศึกษา และจัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนในสังคมให้ดียิ่งขึ้น

สรุปได้ว่าแบบจำลองปิรามิดความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 4 ด้าน เริ่มต้นด้วยการสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจอันเป็นความรับผิดชอบต่อทำสิ่งที่สนับสนุนด้านอื่น ๆ ขณะเดียวกันนั้น องค์กรธุรกิจถูกคาดหวังว่าจะปฏิบัติตามความรับผิดชอบต่อสังคมที่กฎหมายกำหนดที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายถัดไปเป็นความรับผิดชอบต่อจริยธรรม โดยต้องมีภาระหน้าที่ที่ต้องกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง เป็นธรรมและไม่เป็นภัยอันตรายแก่ใคร สุดท้ายความรับผิดชอบต่อสังคมการกุศล องค์กรธุรกิจถูกคาดหวังว่าเป็นพลเมืองบริษัทที่ดี โดยการมีส่วนร่วมในการคืนประโยชน์กลับสู่สังคม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้คนในสังคม

### 3. รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถทำได้หลายรูปแบบ ทั้งนี้ Phillip Kotler และ Nancy Lee (2005) ได้จำแนกรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ (Kotler, Philip & Lee, Nancy, 2005 อ้างถึงใน พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2550)

**3.1 การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion)** เป็นการจัดหาเงินทุน วัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยของประเด็นปัญหาทางสังคมนั้น ตลอดจนการสนับสนุนการระดมทุน การมีส่วนร่วม หรือการค้นหาอาสาสมัครเพื่อการดังกล่าว องค์กรธุรกิจอาจริเริ่มการบริหารงานส่งเสริมด้วยตนเอง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใด หรือหลาย ๆ องค์กร

### 3.2 การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing)

เป็นการอุดหนุนหรือบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์แก่สาเหตุจำเพาะหนึ่งๆ ซึ่งมักมีช่วงเวลาที่จำกัดแน่นอน ดำเนินการแบบจำเพาะผลิตภัณฑ์ หรือให้แก่การกุศลที่ระบุให้เท่านั้น สำหรับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมรูปแบบนี้ องค์กรธุรกิจมักร่วมมือกับองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไร เพื่อสร้างสัมพันธภาพในประโยชน์ร่วมกันด้วยวิธีเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ เพื่อนำรายได้ไปสนับสนุนกิจกรรมการกุศลนั้นๆ ในขณะเดียวกันองค์กรยังใช้กิจกรรมเพื่อเปิดโอกาสให้แก่ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการกุศลผ่านทางซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอื่นใดเพิ่มเติม

### 3.3 การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) เป็น

การสนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาวะ ความแตกต่างสำคัญระหว่างการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาทางสังคม โดยจะเน้นที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior Change) เป็นหลัก ในขณะที่มุ่งแก้ไขปัญหาคือเน้นที่การสร้างตระหนักรู้ (Awareness) รวมถึงการสนับสนุนทรัพยากรด้านทุนและด้านอาสาสมัครเพื่อสาเหตุด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อม

### 3.4 การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็น

การช่วยเหลือการกุศลไปที่สาเหตุโดยตรง ในรูปของการบริจาคเงินหรือวัสดุสิ่งของ กิจกรรมการบริจาคเป็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มักพบเห็นในแทบทุกองค์กร

### 3.5 การอาสาสมัครเพื่อชุมชน (Community Volunteering) เป็น

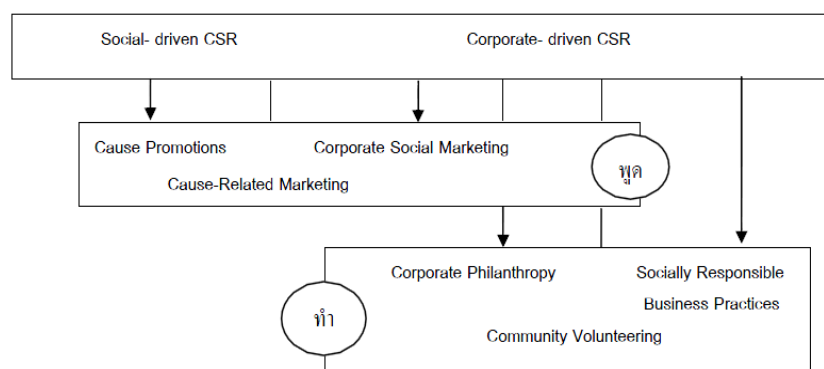
การสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงานหรือลูกค้าให้ร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ และเพื่อตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรให้ความสนใจหรือห่วงใย องค์กรธุรกิจอาจเป็นผู้ดำเนินการเองโดยลำพัง หรือเข้าร่วมกับองค์กรหนึ่งองค์กรใดและองค์กรอาจเป็นผู้กำหนดกิจกรรมอาสาสมัครนั้นๆ หรือให้พนักงานเป็นผู้คัดเลือกกิจกรรมแล้วนำเสนอต่อองค์กร เพื่อพิจารณาให้สนับสนุน

### 3.6 การประกอบธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็น

การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ ทั้งที่ในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหา หรือในเชิงร่วมกันแก้ไขปัญหา เพื่อการยกระดับสุขภาวะของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่องค์กรธุรกิจสามารถดำเนินการเอง หรือเลือกที่จะร่วมมือกับพันธมิตรภายนอก

จากการพิจารณากิจกรรม CSR ทั้ง 6 ชนิด จะพบว่า กิจกรรม 3 ประเภทแรก คือ การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาทางสังคม และการตลาดมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม จะเกี่ยวข้อง กับพฤติกรรม การพูด หรือ การสื่อสารการตลาด ที่เป็นการดำเนินกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรภายนอกองค์กรเป็นหลัก (Social-Driven CSR) ส่วน กิจกรรม 3 ประเภทหลัง ได้แก่ การบริจาคเพื่อการกุศล การอาสาช่วยเพื่อชุมชน และการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมนั้น เกี่ยว ข้องกับพฤติกรรม การลงมือทำ ที่เป็นการดำเนิน กิจกรรม โดยใช้ทรัพยากรภายในองค์กรเป็นหลัก (Corporate-Driven CSR) ดังภาพประกอบ 2.1 (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2550)

ภาพประกอบ 2.1 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคม



ในส่วนที่เป็น Corporate-Driven CSR เมื่อพิจารณาโดยยึดที่ตัวกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process) เป็นหลัก จะสามารถจำแนกกิจกรรมออกเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมจำพวกที่อยู่ในกระบวนการทางธุรกิจ (CSR in Process) กับความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่นอกกระบวนการทางธุรกิจ หรือที่เกิดขึ้นภายหลังโดยแยกต่างหากจากกระบวนการทางธุรกิจ (CSR after Process) (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2550)

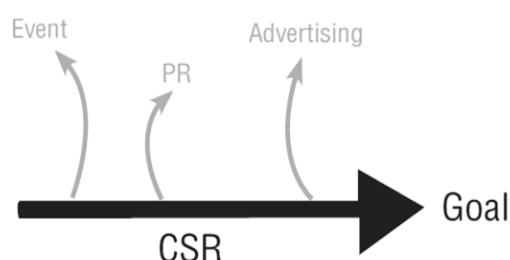
#### 4. การสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ไม่ได้กระทำแต่กิจกรรมเพียงอย่างเดียว Peter Jones และคณะ (Jones, Comfort and Hillier, 2008) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมในบริษัทผู้จำหน่ายอาหารประเทศอังกฤษ พบว่าสามารถนำการสื่อสาร CSR มาใช้ในการให้ข้อมูลกับลูกค้าเกี่ยวกับทั้งสินค้าแบบจำเพาะและสินค้าทั่วไป เพื่อแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจต่อสังคมและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ตราของบริษัทได้เป็นอย่างดี โครงการ CSR จึงเป็นเสมือนเครื่องมือสื่อสารชนิดหนึ่งที่สามารถ

นำมาใช้เป็นกระจกสะท้อนให้เห็นว่าองค์กรใดที่มีการตื่นตัวให้ความสำคัญต่อสภาพปัญหาของชุมชนและสังคม (Jones, Comfort and Hillier, 2008) เมื่อองค์กรเลือกประเด็นที่เป็นเอกลักษณ์ชัดเจนได้แล้ว ก็นำประเด็นดังกล่าวไปสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เช่น การโฆษณา การจัดกิจกรรมทางการตลาด การทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ รายงานประจำปี หรือจดหมายข่าว ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความสอดคล้องกับบริบทขององค์กรและช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เป็นเป้าหมายอย่างไรก็ดี กิจกรรมการสื่อสารทั้งหมดต้องคงไว้ซึ่งสาระของประเด็นที่เป็นเอกลักษณ์นั้นเหมือนกัน (สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน, 2556) เพียงกิจกรรมทางสังคมเท่านั้น การสร้างเอกลักษณ์ที่ดีขององค์กรในสายตาลูกค้า ผู้บริโภค ผู้ให้บริการและผู้มีส่วนได้เสียก็ส่งผลดีกับองค์กรที่จะช่วยให้การดำเนินกิจกรรม CSR เกิดความเด่นชัดมากขึ้น และได้รับความสนใจมากกว่า

#### ภาพประกอบ 2.2 การสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม

CSR substance first, branding second



ที่มา: Kellie A. McElhane. Just Good Business: The Strategic Guide to Aligning Corporate Responsibility and Brand (2008)

อย่างไรก็ตามการสื่อสาร CSR นั้นผู้สื่อสารต้องใช้อย่างระมัดระวัง และต้องแน่ใจว่าสิ่งที่กำลังจะสื่อสารเป็นสิ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียต้องการทราบ เนื่องจากการสื่อสารมีผลต่อการสร้างทัศนคติและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้มีส่วนได้เสียต่อองค์กร เพราะการมุ่งเน้นสื่อสาร CSR มากไปจะทำให้ผู้บริโภค คิดว่าพยายามปกปิดข้อเท็จจริงบางอย่าง และไม่เกิดความโปร่งใส ดังนั้น สิ่งที่สื่อสารออกไปนั้นควรตั้งอยู่บนฐานความเป็นไปได้ ความมีอยู่จริง และความโปร่งใสตรงไปตรงมาปราศจากวาระซ่อนเร้น สื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบในประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจด้วยวิธีการสื่อสารแบบที่เหมาะสม (สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน, 2556)

## แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Development: SD)

การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development: SD) นั้น เป็นคำที่ใช้กันมากในการพัฒนาประเทศมีการให้คำนิยามแตกต่างกันไปตามการแปลความของประเทศต่าง ๆ และได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลายทัศนะคำนิยามที่ได้อ้างอิงบ่อยครั้งได้แก่ คณะกรรมาธิการโลกในเรื่องสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development: WCED) ได้ให้นิยามของการพัฒนาอย่างยั่งยืนไว้ดังนี้ **“รูปแบบของการพัฒนาที่สนองความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำให้คนรุ่นต่อไปในอนาคต ต้องประนีประนอมยอมลดทอนความสามารถในการที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง”** ในทำนองเดียวกับหนังสือ Global Ecology Handbook (Corson, 1990) ได้ระบุความหมายของคำว่าพัฒนาที่ยั่งยืนว่าเป็นนโยบายที่สนองความต้องการของคนในปัจจุบันโดยไม่ทำลายทรัพยากรซึ่งต้องใช้อินอนาคต

สำหรับประเทศไทยมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้รวมทั้งการให้คำนิยามของ พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต) ได้ให้คำจำกัดความในแบบฉบับที่เข้าใจได้ง่ายขึ้น ดังนี้ “การพัฒนาอย่างยั่งยืน มีลักษณะที่เป็นบูรณาการ (Integration) คือทำให้เกิดเป็นองค์รวม หมายความว่า องค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันครบองค์ (Holistic) และมีลักษณะอีกอย่างหนึ่ง คือ มีดุลยภาพ (Balance) หรือพูดอีกนัยหนึ่ง คือ การทำให้กิจกรรมมนุษย์สอดคล้องกับเกณฑ์ของธรรมชาติ” (พระธรรมปิฎก, 2539)

ราชบัณฑิตยสถานได้กล่าวถึงความหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืนนี้ ประกอบด้วยแนวคิดอย่างน้อย 3 ประการดังนี้

**ความต้องการของมนุษย์** : การพัฒนาอย่างยั่งยืนคำนึงถึงแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ ซึ่งอาจเป็นความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิต และความต้องการที่จะมีมาตรฐานที่ดีกว่าเดิม

**ขีดจำกัดของสิ่งแวดล้อม** : ระบบสภาพแวดล้อมมีขีดจำกัดในการให้ทรัพยากร และมีขีดจำกัดในการรองรับของเสีย

**ความยุติธรรมในสังคมทั้งระหว่างชนรุ่นเดียวกันกับชนรุ่นต่อไป** : ความยั่งยืนนั้นไม่อาจมั่นคงอยู่ได้หากปราศจากนโยบายการพัฒนาที่คำนึงถึงปัจจัยทางสังคมและทางวัฒนธรรมเข้ามาพิจารณาด้วยจึงต้องคำนึงถึงหลักการความยุติธรรมระหว่างชนรุ่นปัจจุบันกับชนรุ่นต่อไป และหลักการความยุติธรรมระหว่างชนรุ่นเดียวกัน

นอกจากนี้ นายแพทย์ประเวศ วะสี ได้กล่าวไว้ใน ยุทธศาสตร์ชุมชนท้องถิ่น ยุทธศาสตร์ชาติเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี พ.ศ. 2555 ว่า การพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนและวิกฤตการณ์ต่างๆ เกิดจากการพัฒนาแบบแยกส่วน เช่น การพัฒนาแต่เศรษฐกิจ แยกส่วนจากสังคม และสิ่งแวดล้อม ทำให้สังคมและสิ่งแวดล้อมเกิดวิกฤติตามมา ก็ส่งผลกลับไปยังเศรษฐกิจ เพราะทุกอย่างเชื่อมโยงกัน นั่นคือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ต้องบูรณาการเข้ามาสู่วัตถุประสงค์เดียวกัน นั่นคือ เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสมดุลระหว่างคนกับคน และระหว่างคนกับสิ่งแวดล้อม

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้จัดทำนิยามและตัวชี้วัดการพัฒนาอย่างยั่งยืนไว้อย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม ในคู่มือการจัดทำตัวชี้วัดการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย (2547) ว่า เป็นการพัฒนาที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลใน 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาทุกด้านมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน

**มิติทางเศรษฐกิจ** หมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพอย่างต่อเนื่องในระยะยาว และเป็นการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพ การพัฒนาทางเศรษฐกิจจะต้องเป็นไปอย่างสมดุลและเอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีความสามารถในการแข่งขัน และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจนั้นจะต้องมาจากกระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีสะอาด ลดปริมาณของเสีย ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและไม่สร้างมลพิษที่จะกลายมาเป็นต้นทุนทางการผลิตระยะต่อไป

**มิติทางสังคม** หมายถึง การพัฒนาคนและสังคมให้เชื่อมโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุล โดยพัฒนาคนให้มีผลิตภาพสูงขึ้น ปรับตัวรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง มีจิตสำนึกและวิถีชีวิตที่เกื้อกูลต่อธรรมชาติ มีสิทธิและโอกาสที่จะได้รับการจัดสรรทรัพยากรและผลประโยชน์จากการพัฒนา และคุ้มครองอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม พึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นคง มีระบบการจัดการทางสังคมที่สร้างการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย รวมทั้งมีการนำทุนทางสังคมที่มีอยู่หลากหลายมาใช้อย่างเหมาะสม

**มิติทางสิ่งแวดล้อม** หมายถึง การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในขอบเขตที่คงไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพ และสามารถพลิกฟื้นให้กลับคืนสู่สภาพใกล้เคียงกับสภาพเดิมให้มากที่สุด เพื่อให้คนรุ่นหลังได้มีโอกาสและมีปัจจัยในการดำรงชีพ ซึ่งจะต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มุ่งจัดการให้เกิดสมดุลระหว่างการใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างเกื้อกูล รวมถึงการชะลอการใช้ และการนำเทคโนโลยีสะอาดมาใช้ให้มากที่สุด

ภาพประกอบ 2.3 ความยั่งยืนจากความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



ที่มา : สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute: CSRI) แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (2555)

จากภาพประกอบ 2.3 การสร้างความยั่งยืนจากความรับผิดชอบต่อสังคม ต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นวิถีทางสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริง โดยทุกมิติต้องสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องและบูรณาการร่วมกันจนเกิดความสมดุล

### แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy)

แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตและยึดถือปฏิบัติตนโดยเน้นย้ำแนวทางการพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความไม่ประมาท และยึดหลักความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ตลอดจนใช้ความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ จนเมื่อเกิดวิกฤติภายหลังได้ทรงเน้นย้ำแนวทางการป้องกันให้รอดพ้นและสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงยั่งยืน ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ (จุมพล วิเชียรศิลป์, 2550)

หลักคิดและแนวปฏิบัติดังกล่าวมีคุณค่ายิ่งต่อแนวคิดและการประพฤติปฏิบัติของคนไทยในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคธุรกิจสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจึงเป็นการ

บริหารจัดการที่มีความสมดุลในทุกมิติทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม สามารถนำไปใช้เป็นแนวปฏิบัติในการกำหนดเป็นนโยบายการบริหารองค์กรของภาคธุรกิจได้เป็นอย่างดี ซึ่งปัจจุบันในการบริหารธุรกิจได้นำเอาแนวความคิดรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ แต่ยังไม่เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล เนื่องจากยังขาดจิตวิญญาณในการขับเคลื่อนธุรกิจคือ การนำความรู้และคุณธรรมมาเป็นหลักค้ำจุนในการตัดสินใจ จึงเป็นเรื่องที่ดีหากภาคธุรกิจนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาผนวกพร้อมกับความรับผิดชอบต่อสังคม (อาชวี เตาลานนท์, 2555) มาเป็นกรอบกรอบการปฏิบัติอีกชั้นหนึ่ง เพื่อมุ่งเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็ง ความสมดุล ความมั่นคง และความยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยการปฏิบัตินี้จะต้องตั้งอยู่บนฐานทางสายกลาง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันต่อความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกกิจการ ตลอดจนนำความรู้และคุณธรรมเป็นหลักค้ำจุนในการบริหารธุรกิจ อันจะเป็นผลดีต่อผู้มีส่วนได้เสียในการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และนำไปสู่ความยั่งยืนของกิจการในที่สุด

การปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม หากผู้บริหารนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวทาง หรือเครื่องมือในการกำกับปฏิบัติแล้ว จะทำให้เป็นประโยชน์ทั้งต่อกิจการ ชุมชน สังคม การฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสูงสุดการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจะเป็นไปในลักษณะดังนี้ (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2555)

**ความพอประมาณ** ความไม่โลภจนเกินขอบเขต ดำเนินกิจการอย่างค่อยเป็นค่อยไป เป็นขั้นตอน ไม่รีบร้อนโดยหวังให้เกิดผลอย่างรวดเร็วไม่ประมาท คำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ ผู้ถือหุ้นที่เหมาะสม โดยผลกำไรที่ได้ไม่เกิดจากการเบียดเบียนสังคม รวมทั้งคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพไม่ฟุ่มเฟือย นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรหันมาใส่ใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นควบคู่กันไป โดยเฉพาะการดูแลแรงงาน ลูกจ้าง พนักงาน ลูกค้า ผู้บริโภค ตลอดจนให้ความช่วยเหลือฟื้นฟูชุมชนใกล้เคียงหรือสังคมรอบข้าง

**ความมีเหตุมีผล** กิจการควรปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความสมัครใจ และเข้าใจถึงผลลัพธ์ในทางบวก ที่จะได้รับกลับมาอย่างถ่องแท้ไม่ใช่เพราะการเรียกร้องจากสังคม โดยวางแผนดำเนินงานไปพร้อมกับการปฏิบัติอย่างรอบคอบ ระมัดระวัง และมีเหตุมีผล นอกจากนี้ การบริหารจัดการควรเป็นไปอย่างเป็นระบบ มีการควบคุมดูแลให้การปฏิบัติ



ต่างๆ เป็นไปอย่างสมเหตุสมผลและเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม โดยนอกจากการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องแล้ว ควรปฏิบัติเหนือกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ด้วย

**การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี** การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีของกิจการ ต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็ง มั่นคง สมดุล และยั่งยืนให้ทั้งกิจการเอง ชุมชน และสังคมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทำให้เกิดประโยชน์และนำไปสู่การพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้ เช่น การกำกับดูแลกิจการที่ดี มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้

การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดียังครอบคลุมการให้ความเท่าเทียมเป็นธรรม รับผิดชอบต่อลูกค้า ผู้บริโภค พนักงาน แรงงาน/ลูกจ้าง รวมทั้งการผลิต และการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัยต่อสุขภาพของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค การสร้างนวัตกรรมเพื่อมูลค่าเพิ่ม การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า มีประสิทธิภาพ และประหยัด การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรมที่เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี 5 ประการ ได้แก่ 1.ความพอดีด้านจิตใจ 2.ความพอดีด้านเศรษฐกิจ 3.ความพอดีด้านการจัดการทรัพยากร 4.ความพอดีด้านการบริหารความรู้ 5.ความพอดีด้านสังคม และรวมถึงการส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาไทย เพื่อกระตุ้นให้พนักงานนำความรู้ความสามารถมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการสร้างนวัตกรรมสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความเติบโตของกิจการอย่างยั่งยืนควบคู่กับความเจริญเติบโตของสังคมโดยรวม

**ความรู้** กิจการควรใช้ แสวงหาและพัฒนาความรู้ใหม่ๆ หรือหลักวิชาการไปพร้อมกับการปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการและการดำเนินกิจการที่ถูกต้อง มีคุณธรรมและคุ้มค่าไม่สิ้นเปลือง เช่น นำหลักวิชาการ ความรู้ และเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ค้นพบมาวิเคราะห์สภาพเป็นจริงของกิจการ ไม่ว่าจะในด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ พื้นที่ สังคมและวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งสิ่งแวดล้อมอย่างเชื่อมโยงกัน เพื่อจะได้ปฏิบัติตามแนวทางที่สอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน ชุมชน และสังคม

**คุณธรรม** คุณธรรมสำหรับกิจการไม่ใช่คุณธรรมต่อลูกค้าและคู่ค้าเท่านั้น แต่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด จึงควรส่งเสริมพนักงานและสังคมที่เกี่ยวข้องทุกระดับให้พัฒนาคุณธรรมเพื่อเป็นคนที่มีความประพฤติดี ส่งเสริมให้ยึดมั่นความสงบสุขสันติ ยุติการเบียดเบียน เอาเปรียบทำความดี ทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต อดทน ประนีประนอมและปลุกจิตสำนึกความมีเมตตา มีจิตอาสาเพื่อส่วนรวม เห็นความสำคัญของการบำเพ็ญประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น พร้อมให้ความช่วยเหลือ โดยไม่หวังผลตอบแทน แบ่งปันแก่ผู้ด้อยโอกาสกว่า เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

เกือบดอง ปรองดอง เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม ไม่โลภ ไม่คดโกงทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งจะส่งผลให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างรู้จักสามัคคีและมีความสุข (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2555)

### **แนวคิดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs)**

คำนิยามสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) นั้นแปรเปลี่ยนไปตามยุคสมัย และมาตรฐานของแต่ละประเทศ โดยทั่วไปแล้วหมายถึง ธุรกิจขนาดเล็กที่ก่อตั้งโดยบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลจำนวนไม่กี่คน ดำเนินการโดยอิสระ มีสินทรัพย์ค่อนข้างจำกัด มีพนักงานจำนวนน้อย (จตุพร สังฆวรรณ, 2553) สำหรับในประเทศไทย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความหมายตามที่ปรากฏในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ว่า กิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ และกิจการค้าส่งและค้าปลีก หรือกิจการอื่นตามที่รัฐมนตรีประกาศ

**กิจการผลิตสินค้า** หมายความว่า ครอบคลุมถึง การผลิตที่เป็นลักษณะของการประกอบการอุตสาหกรรมทุกประเภท โดยความหมายที่เป็นสากลของการผลิตก็คือ การเปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรกล หรือเคมีภัณฑ์ โดยไม่คำนึงว่างานนั้นทำโดยเครื่องจักรหรือด้วยมือ ทั้งนี้กิจการผลิตสินค้าในที่นี้รวมถึงการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นการอุตสาหกรรมการผลิตที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นการประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือนด้วย

**กิจการการบริการ** หมายความว่า ครอบคลุมถึง การศึกษา การสุขภาพ การบันเทิง การขนส่ง การก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ การโรงแรมและที่พัก การภัตตาคาร การขายอาหาร การขายเครื่องดื่มของภัตตาคารและร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่งบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ การให้บริการส่วนบุคคล บริการในครัวเรือน บริการที่ให้กับธุรกิจ การซ่อมแซมทุกชนิด และการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

**กิจการค้าส่งและค้าปลีก** หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับการค้า โดยที่การค้าส่ง หมายถึง การขายสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้แก่ ผู้ค้าปลีก ผู้ใช้ในงานอุตสาหกรรม งานพาณิชย์กรรม สถาบัน ผู้ใช้ในงานวิชาชีพ และรวมทั้งการขายให้แก่ผู้ค้าส่งด้วยตนเอง ส่วนการค้าปลีก หมายถึง การขายโดยไม่มีการเปลี่ยนรูปสินค้าทั้งสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้กับประชาชนทั่วไป เพื่อการบริโภคหรือการใช้ประโยชน์เฉพาะส่วนบุคคลในครัวเรือน การค้าในที่นี้ความหมายรวมถึง การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนการซื้อขาย สถาบันบริการน้ำมัน และสหกรณ์ผู้บริโภค

## 1. เกณฑ์การกำหนดขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เกณฑ์การกำหนดขนาดของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ในแต่ละประเทศ จะมีกฎเกณฑ์ในการแบ่งที่แตกต่างกัน แต่สำหรับประเทศไทยโดยทั่วไปจะนำจำนวนการจ้างงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวรหรือทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วตามจำนวนที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงเป็น เกณฑ์พิจารณา ดังนี้

ตาราง 2.1 เกณฑ์การกำหนดขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การจำแนก กิจการ	กิจการขนาดกลาง: Medium (M)		กิจการขนาดเล็ก: Small (S)	
	มูลค่าทรัพย์สิน (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)	มูลค่าทรัพย์สิน (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)
1. การผลิต	ไม่เกิน 200	ไม่เกิน 200	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50
2. การบริการ	ไม่เกิน 200	ไม่เกิน 200	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50
3. การค้า				
▪ ค้าส่ง	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 25
▪ ค้าปลีก	ไม่เกิน 60	ไม่เกิน 30	ไม่เกิน 30	ไม่เกิน 15

## 2. รูปแบบการดำเนินวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำหรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถจัดรูปแบบของกิจการได้ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 และตามประมวลรัษฎากร ได้ดังนี้

**2.1 กิจการเจ้าของคนเดียว** เป็นกิจการที่ดำเนินงานโดยบุคคลคนเดียวเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด โดยไม่จดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด

**2.2 คณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล** เป็นธุรกิจที่ดำเนินงานด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยตกลงทำกิจกรรมร่วมกัน มีวัตถุประสงค์ที่จะแบ่งปันผลกำไรตามอัตราส่วนที่ตกลงกัน หรือแต่ละคนที่ได้ลงทุนในกิจการ

**2.3 ห้างหุ้นส่วนสามัญที่มีใช้นิติบุคคล** เป็นกิจการที่มีผู้ดำเนินการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยตกลงทำกิจกรรมร่วมกัน มีวัตถุประสงค์ที่จะแบ่งปันผลกำไรตามอัตราส่วนที่ตกลงกัน หรือแต่ละคนที่ได้ลงทุนในกิจการ

**2.4 ห้างหุ้นส่วนสามัญที่จดทะเบียนนิติบุคคล** เป็นกิจการที่มีผู้ดำเนินการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงด้วยวาจา หรือลายลักษณ์อักษรในการลงทุนร่วมกัน ดำเนินกิจการโดยมี

วัตถุประสงค์จะแบ่ง กำไร และขาดทุนที่เกิดขึ้นจากกิจการนั้น ๆ ผู้เป็นหุ้นส่วนต้องมียอย่างน้อย 2 คน และถือสัญชาติไทย

**2.5 ห้างหุ้นส่วนจำกัด** เกิดจากการจดทะเบียน ประกอบด้วย หุ้นส่วน 2 ประเภท คือ หุ้นส่วนจำกัดความรับผิด คือ หุ้นส่วนที่จำกัดความรับผิดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนเองตกลงจะนำมาลงทุน นอกเหนือจากนั้นไม่ต้องรับผิด และไม่สามารถลงทุนด้วยแรงงานในกิจการได้ ประเภทที่ 2 หุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิด คือ หุ้นส่วนที่ รับผิดในหนี้สินของห้างหุ้นส่วน โดยไม่จำกัดจำนวน

**2.6 บริษัทจำกัด** บุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้นรับผิดในหนี้ต่าง ๆ ไม่เกินจำนวนเงินที่ผู้ถือหุ้นแต่ละคนลงทุน และต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

**2.7 วิสาหกิจชุมชน** กิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวประกอบกิจการดังกล่าว เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน โดยมีการยื่นขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 กับกรมส่งเสริมการเกษตร

### แนวคิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) พัฒนามาจากการเป็นสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Association of South East Asian Nations : ASEAN) ก่อตั้งขึ้นตามปฏิญญากรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510 มีประเทศสมาชิกรวม 10 ประเทศ แบ่งเป็นสมาชิกอาเซียนเดิม 6 ประเทศ (ASEAN-6) ได้แก่ บรูไน ดารุสซาลาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย และสมาชิกอาเซียนใหม่ 4 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนามหรือกลุ่ม CLMV (Cambodia, Laos, Myanmar, Vietnam) ก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกเพื่อสร้างสันติภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันนำมาซึ่งเสถียรภาพทางการเมืองและความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม และเมื่อการค้าระหว่างประเทศในโลกมีแนวโน้มกีดกันการค้ารุนแรงขึ้น ทำให้อาเซียนได้หันมามุ่งเน้นกระชับและขยายความร่วมมือด้านเศรษฐกิจการค้าระหว่างกันมากขึ้น แต่ก็ยังคงไว้ซึ่งวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ คือ 1. ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมในภูมิภาค 2. รักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในภูมิภาคและ 3. ใช้เป็นเวทีแก้ไข

ปัญหาความขัดแย้งภายในภูมิภาค (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม “ถนนสู่อีซีเอซี เพื่อ SMEs ไทย”, 2555)

ประชาคมอาเซียนถือกำเนิดจากปฏิญญา Declaration of ASEAN Concord II หรือ Bali Concord II ระบุให้มีการจัดตั้งประชาคมอาเซียนในปี 2563 แต่ต่อมาได้ตกลงที่จะเลื่อนระยะเวลาจัดตั้งเป็นปี 2558 โดยมีกฎบัตรอาเซียน (ASEAN Charter) เป็นพื้นฐานทางกฎหมายร่วมกันที่จะต้องปฏิบัติตาม อันเป็นกรอบกระบวนการปฏิรูปอาเซียนเพื่อปรับสภาพนิติบุคคลและจัดโครงสร้างองค์กรใหม่เพื่อการเป็นประชาคมอาเซียน โดยมุ่งเน้นการสร้างนิติฐานะทางกฎหมายและมีพันธะสัญญาต่อกันในเวทีระหว่างประเทศของอาเซียน ซึ่งประกอบด้วย 3 ประชาคมย่อย ซึ่งเปรียบเสมือน 3 เสาหลัก โดยเสาหลักแรก คือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) มุ่งให้มีการรวมตัวทางเศรษฐกิจ อำนวยความสะดวกในการติดต่อค้าขายระหว่างกัน อันจะทำให้อาเซียนมีความเจริญมั่งคั่ง เพื่อความอยู่ดีกินดีของประชาชน เสาหลักที่สองในการค้าประชาคมอาเซียน คือประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Security Community: ASC) มุ่งให้ประเทศสมาชิกอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข เสริมสร้างความมั่นคงและมีระบบแก้ไขความขัดแย้งระหว่างกันที่ดี มีเสถียรภาพอย่างรอบด้าน และมีความร่วมมือเพื่อรับมือกับภัยคุกคามความมั่นคงทุกรูปแบบ เพื่อให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่มั่นคงและปลอดภัย และเสาหลักที่สาม คือประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community: ASCC) มุ่งให้ประชาชนอาเซียนอยู่ร่วมกันภายใต้สังคมที่เอื้ออาทร มีความร่วมมือแก้ไขปัญหาค่าความยากจน เสริมสร้างความเสมอภาค รวมถึงการปราบปรามอาชญากรรมข้ามชาติ การป้องกันและจัดการกับภัยพิบัติธรรมชาติ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การสาธารณสุข การส่งเสริมความเข้าใจระหว่างประชาชนทุกระดับ การเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของกันและกัน

การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเป็นทางการภายในสิ้นปี พ.ศ. 2558 เป็นทิศทางและพัฒนาการที่สำคัญของอาเซียน โดยเฉพาะการรวมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ที่มีเป้าหมายที่สำคัญ คือ มุ่งไปสู่การมีตลาดและฐานการผลิตเดียวกันและมีการเคลื่อนย้ายสินค้าบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ทั้งนี้ ชาติสมาชิกอาเซียนได้ร่วมกันจัดทำแผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community Blueprint) ซึ่งเป็นแผนงานบูรณาการการดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ 4 ด้าน คือ (กฤตชญาภักดิ์ อุณเฑาะว์, 2554)

1. การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว (Single Market and Production Base) โดยจะมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานมีฝีมืออย่างเสรี รวมทั้งการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีมากขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมการรวมกลุ่มสาขาสำคัญของอาเซียนให้เป็นรูปธรรม โดยได้กำหนดเป้าหมายเวลาที่จะค่อยๆ ลด หรือยกเลิกอุปสรรคระหว่างกันเป็นระยะ ทั้งนี้ กำหนดเป้าหมายให้ลดภาษีสินค้าเป็นร้อยละ 0 และลดหรือเลิกมาตรการที่มีใช้ภาษี

2. การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน โดยให้ความสำคัญกับประเด็นนโยบายที่จะช่วยส่งเสริมการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ เช่น นโยบายการแข่งขัน การคุ้มครองผู้บริโภค สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ นโยบายภาษี และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การเงิน การขนส่ง เทคโนโลยีสารสนเทศ และพลังงาน)

3. การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค โดยส่งเสริมให้มีการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และการเสริมสร้างขีดความสามารถผ่านโครงการต่างๆ เช่น ขอรริเริ่มเพื่อการรวมตัวของอาเซียน (Initiative for ASEAN Integration: IAI) เป็นต้น เพื่อลดช่องว่างของการพัฒนาทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน

4. การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก เน้นการปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจของอาเซียนกับประเทศภายนอกภูมิภาค เพื่อให้อาเซียนมีทำที่ร่วมกันอย่างชัดเจน เช่น การจัดทำเขตการค้าเสรีของอาเซียนกับประเทศคู่เจรจาต่างๆ เป็นต้น รวมทั้งส่งเสริมการสร้างเครือข่ายในด้านการผลิตจำหน่ายภายในภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก

### ทฤษฎีความชอบธรรมหรือทฤษฎีชอบด้วยกฎหมาย (Legitimacy Theory)

ทฤษฎีความชอบธรรมหรือทฤษฎีชอบด้วยกฎหมายมีรากฐานมาจากแนวความคิดที่ว่า องค์กรมีสัญญาหรือข้อตกลงกับสังคมและต้องบรรลุสัญญาและข้อตกลงนั้นด้วยวิธีการที่ชอบด้วยกฎหมาย ซึ่งสัญญาเหล่านั้นจะนำไปเป็นพื้นฐานของสังคมที่จะให้บริษัทต้องปฏิบัติเพื่อยกระดับสวัสดิการทั้งหมดในสังคม ผลของการบรรลุสัญญาจะทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรและสังคม

Lindblom (1994) กล่าวว่า องค์กรจะดำรงอยู่ในสังคมได้ก็ต่อเมื่อ องค์กรมีระบบค่านิยมสอดคล้องกับค่านิยมของสังคมนั้นๆ หรือถ้าหากไม่สอดคล้องกับสังคมองค์กรนั้นก็จะถูกสังคมคุกคามได้

Cormier and Gordon (2001) กล่าวว่า องค์กรนั้นมีสัญญาหรือข้อตกลงกับสังคม ซึ่งองค์กรต้องดำเนินการให้สำเร็จโดยวิธีการที่ชอบด้วยกฎหมาย อันจะนำมาซึ่งความสอดคล้องและความเข้าใจกันระหว่างองค์กรและสังคม นอกจากนี้ ทฤษฎีดังกล่าวยังได้มีการ

ชี้แนะในสิ่งที่องค์กรสามารถปฏิบัติเพื่อให้การกระทำกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรนั้นชอบด้วยกฎหมาย หรือเป็นการรักษาไว้ซึ่งความถูกต้องตามกฎหมาย ได้แก่

1. องค์กรต้องปรับผลลัพธ์ ใ้เป้าหมาย และวิธีการในการปฏิบัติให้สอดคล้องตามข้อกำหนด
2. องค์กรต้องมีการติดตามข่าวสารในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสังคม เพื่อให้วิธีการปฏิบัติ ผลที่จะได้รับ และมูลค่าขององค์กรสอดคล้องตามข้อกำหนดของกฎหมาย
3. องค์กรต้องพยายามสื่อสารและแสดงให้สังคมได้เห็นถึงสัญลักษณ์ คุณค่า หรือประเพณีขององค์กรที่ถูกต้องตามกฎหมาย

ทฤษฎีนี้จึงเป็นการเน้นการทำความเข้าใจกับผู้มีส่วนได้เสียในพฤติกรรมขององค์กรทางด้านบวกมากกว่าด้านลบและการปฏิบัติตามกฎหมายก็เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งองค์กรอาจนำเสนอรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อใช้ในการอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขององค์กร และความเป็นไปได้ที่ผู้มีส่วนได้เสียจะได้รับประโยชน์เพิ่มสูงขึ้น ในลักษณะเดียวกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมที่สามารถใช้อธิบายสิ่งที่องค์กรพยายามจะทำและการพยายามปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายอย่างต่อเนื่องขององค์กรให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้าใจ (โกวิท อธิวัฒน์กุล, 2556)

ดังนั้น องค์กรที่ต้องการอยู่รอดต่อไปในสังคม ก็จะพยายามเปิดเผยข้อมูลต่างๆ ในการดำเนินกิจการให้สังคมรับรู้ว่าองค์กรได้ดำเนินการอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อพิสูจน์ให้สังคมเห็นว่าองค์กรเป็นพลเมืองที่ดีและจะเป็นหลักประกันว่าองค์กรสามารถดำรงอยู่ในสังคมได้ (Guthrie and Parker, 1989)

### ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory)

ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถูกนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่างๆ มากขึ้น ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ถือเป็นตัวแทนของมนุษย์หรือบุคคล ซึ่งมีอิทธิพลต่อกิจกรรมที่สำคัญขององค์กร และมีความเป็นไปได้ว่าองค์กรหนึ่งๆ จะมีผู้มีส่วนได้เสียจำนวนมาก อันประกอบไปด้วย พนักงาน ชุมชน สังคม รัฐบาล ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่งชั้น กลุ่มอุตสาหกรรม รัฐบาลท้องถิ่น หรือรัฐบาลต่างประเทศ (Cormeier and Gordon, 2001)

แนวคิดตามทฤษฎีนี้ได้มีการพัฒนาทฤษฎีเพื่อนำไปวางแผนและปรับโครงสร้างในการกำหนดนโยบายขององค์กรที่สร้างผลกระทบให้เกิดกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับองค์กร

โดยองค์กรมีภาระรับผิดชอบที่จะต้องคำนึงและตอบสนองความต้องการให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย หรืออีกนัยหนึ่ง แนวคิดนี้เป็นเรื่องของการจัดการผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Management) ขององค์กรที่พิจารณาถึงความต้องการ (Need) ความสนใจ (Interest) และผลกระทบ (Effect) ที่เกิดขึ้นจากนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร โดยการวางแผนและการกำหนดโครงสร้างนโยบายธุรกิจตามแนวคิดผู้มีส่วนได้เสียจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาและการประเมินการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ในการสนับสนุนให้บริษัทดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ในอนาคต พฤติกรรมที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียได้มีการนำมาพิจารณาในการวางแผนพัฒนา กลยุทธ์ภายใต้การบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้มีความเหมาะสมมากที่สุด นั่นคือ ผู้บริหารจะดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมเมื่อเขาคาดการณ์ว่ากิจการของเขาจะได้รับประโยชน์ ในระยะยาว ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการจึงเป็นการเชื่อมโยงกับเป้าหมายทางธุรกิจ ซึ่ง การจัดการกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไปพร้อมๆ กับการตอบสนองผลประโยชน์ของธุรกิจ และผลประโยชน์ของกิจการ

ดังนั้นองค์กรจึงพยายามแสดงให้ผู้มีส่วนได้เสียเห็นถึงความรับผิดชอบต่อและ ภาระหน้าที่ที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและมีการเปิดเผยเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย เพราะการที่องค์กรจะสามารถดำรงอยู่ มีความเจริญก้าวหน้า หรือ ล้มสลายไป ถือเป็นความชอบธรรมของผู้ที่มีส่วนได้เสียขององค์กรซึ่งเป็นผู้กำหนดนั่นเอง (Freeman, Wicks and Parmar, 2004)

### **ทฤษฎีจริยธรรมทางธุรกิจของบริษัท (Business Ethics Theory)**

จริยธรรมทางธุรกิจของบริษัทเป็นการนำหลักจริยธรรมมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างถูกต้องเหมาะสมอยู่ในแนวทางของศีลธรรม หรือหลักและ มาตรฐานทางศีลธรรมที่ชี้นำพฤติกรรมในโลกธุรกิจ เพื่อการตัดสินใจของแต่ละบุคคลภายใน องค์กร ภายใต้ข้อขัดแย้งระหว่างวัตถุประสงค์และค่านิยมที่ถูกต้องตามจริยธรรม (อิติภพ ชยธวัช, 2547) โดยจริยธรรมทางธุรกิจของบริษัทจะเกี่ยวพันถึงทฤษฎีปทัสสถาน หรือ Norm Theory ซึ่ง หมายถึงการที่ผู้นำของบริษัทที่เป็นผู้รับผิดชอบในการใช้ศีลธรรม (Moral) เป็นเครื่องมือตัดสินใจ ในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ของบริษัทหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การมีผู้นำที่มีศีลธรรม (Moral leadership) กำหนดแนวทางการปฏิบัติขององค์กรตามความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้เสีย แต่ยังคงคำนึงถึงคุณค่าทางจริยธรรมอื่นๆ เช่น ความเสมอภาค เสรีภาพและความเป็นธรรม (อนุวัต สงสม, 2555)



Post Lawrence and Weber (2002) กล่าวว่า จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics) เป็นการนำหลักจริยธรรมมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างถูกต้อง เหมาะสม อยู่ในแนวทางของศีลธรรมที่ชี้นำพฤติกรรมในโลกธุรกิจ เพื่อการตัดสินใจของแต่ละบุคคลภายในองค์กร ภายใต้ข้อขัดแย้งระหว่างวัตถุประสงค์ขององค์กรและค่านิยมที่ถูกต้องตามจริยธรรม

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2555) กล่าวว่า จริยธรรมทางธุรกิจสัมพันธ์กับประเด็นศีลธรรมและทางเลือกของบุคคลในสิ่งดี เลว ผิดถูก ในการดำเนินธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมกับธุรกิจเป็นสิ่งที่ซับซ้อน เนื่องจากความเชื่อ วัฒนธรรม ค่านิยม ที่หลากหลายของผู้ที่มีส่วนได้เสียหรือสังคมในวงการต่าง ๆ

โดยสรุปแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของคน ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อทั้งต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยทุกมิติต้องสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง และบูรณาการร่วมกันอย่างสมดุล ตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง ความมั่นคงและความยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศกับการก้าวเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ภายใต้เงื่อนไขในการดำเนินธุรกิจของบริษัทต้องตรงตามความคาดหวังของสังคม ตามทฤษฎีความชอบธรรม และคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดแก่ผู้มีส่วนได้เสีย แต่ยังคงคำนึงถึงคุณค่าทางจริยธรรมมากกว่าข้อกำหนดของบริษัทหรือตามความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ตามทฤษฎีจริยธรรมทางธุรกิจของบริษัท ในการรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัทที่ต้องมีศีลธรรมเป็นเครื่องมือเพื่อให้เกิดคุณค่าทางจริยธรรม

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และด้านประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน งานวิจัยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ประกอบด้วย หลักการของความรับผิดชอบต่อสังคม และการนำเอาความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติใช้ในธุรกิจ

### 1.1 หลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเบื้องต้นธุรกิจต้องทำความเข้าใจถึงแนวคิด บทบาทของธุรกิจในความรับผิดชอบต่อสังคมว่าควรจะดำเนินการไปในทิศทางใด และอยู่ส่วนไหนขององค์กร (อนันตชัย ยูรประถม, 2550) โดย Luetkenhorst (2004) พบว่า วิชาศึกษขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศที่กำลังพัฒนา และประเทศที่ผลิตเพื่อการส่งออกจำเป็นต้องมีเครื่องมือในการตรวจสอบ และรายงานประสิทธิภาพของ CSR อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้มีความจำเป็นต้องเพิ่มระดับการทำ CSR ของแต่ละบริษัท อีกทั้งต้องให้ความสำคัญของการส่งเสริมการทำ CSR โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมขององค์กรธุรกิจในเรื่องการส่งเสริมให้ธุรกิจตระหนักถึงความสำคัญของ CSR เพื่อความยั่งยืน รวมทั้งการคิดหามาตรการที่รอบคอบเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและขับเคลื่อนการปฏิบัติในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น โดยต้องจัดการทั้งในด้านอุปทานและอุปสงค์ การเพิ่มแรงจูงใจ ในการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ขณะที่กัญญารัตน์ ชินะวานิชผล (2551) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์กิจการและผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ควรมีการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลยุทธ์กิจการ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อที่จะส่งผลให้กิจการมีชื่อเสียงที่ดีและมีผลประกอบการอยู่ในระดับดีได้ นอกจากนี้รัฐบาลควรสนับสนุนด้านการเงินสำหรับกิจการที่มีการจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ลดหย่อนภาษี สนับสนุนเงินทุนในการซื้อเครื่องจักร หรือปรับปรุงระบบโรงงานเพื่อลดการทำลายสภาพแวดล้อม ให้ความรู้ และจัดตั้งหน่วยงานที่ปรึกษา ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ และนิพนธ์ สุขสบาย (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา กล่าวว่า การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ประสิทธิภาพในการทำงานก็มีส่วนสำคัญ เนื่องจากการที่ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ทำงานในการดำเนินธุรกิจมายาวนาน จะเห็นความสำคัญของการทำ CSR มาก อีกทั้งยังมีความรู้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับวิธีการดำเนินกิจกรรมด้าน CSR มากกว่าผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อย

เช่นเดียวกับ Russo and Tencati (2009) ศึกษากลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ของบริษัทขนาดย่อย ขนาดเล็ก ขนาดกลางและบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศอิตาลี พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขาดแคลนเครื่องมืออย่างเป็นทางการ เช่น แนวปฏิบัติ รายงาน และมาตรฐานด้านสังคมและจริยธรรม เป็นต้น เมื่อเปรียบเทียบยุทธศาสตร์ทางด้าน CSR ของบริษัทขนาดย่อย ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ในประเทศอิตาลี พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ได้ใช้ศัพท์ทางด้าน CSR ที่เป็นทางการอย่างที่ใช้ในบริษัทขนาดใหญ่ แต่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้ยุทธศาสตร์ด้าน CSR ที่ไม่เป็นทางการในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมงานวิจัยนี้พบว่ายุทธศาสตร์ CSR ที่เป็นทางการดูเหมือนเป็นลักษณะของบริษัทขนาดใหญ่ ในขณะที่ยุทธศาสตร์ด้าน CSR ที่ไม่เป็นทางการมีบทบาทสำคัญในบริษัทขนาดย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง และพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้ CSR โดยมีความคาดหวังในระดับพื้นฐานเพื่อรักษาความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจในอนาคตไว้ให้ได้ ในขณะที่บริษัทขนาดใหญ่ไม่ค่อยพยายามจะรวมยุทธศาสตร์ทางด้าน CSR เข้ากับระบบการบริหารจัดการ

ขณะเดียวกัน พรพิมล เอื้ออนันต์ (2553) ศึกษาพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย 5 รูปแบบได้แก่ การทำบุญสุนทาน การอาสาสมัครเพื่อชุมชน การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม และการดำเนินธุรกิจแบบพอเพียง โดย 2 รูปแบบหลังเป็นรูปแบบที่แบบเต็มในประเทศไทย ในประเด็นเรื่องการกำกับดูแลกิจการ การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นท่า การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับที่มาก ขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ในการศึกษาวิจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนั้น พบว่า การสนับสนุนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจและประโยชน์จากความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมีอิทธิพลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามหลักสากล ในขณะที่การสนับสนุนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ และความรู้ในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมีอิทธิพลในทางบวกต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจแบบสังคมไทย ในทั้งสองกรณีนี้การสนับสนุนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมีอิทธิพลสูงกว่าปัจจัยอื่น ๆ

นอกจากนี้ในการศึกษาของ มนตรี พิธิยะกุล และบุญทวรรณ วิงวอน (2555) ซึ่งศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคม ความสามารถองค์กร ความมีชื่อเสียงองค์กรและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ความสามารถขององค์กรมีอิทธิพลต่อชื่อเสียงขององค์กรเป็นอย่างมาก ขณะที่ชื่อเสียงองค์กรรับหน้าที่ถ่ายทอดอิทธิพลของความสามารถขององค์กรต่อไปยังความรับผิดชอบต่อสังคมและผลปฏิบัติงานทั่วไปขององค์กรได้ค่อนข้างสูง โดยที่อิทธิพลของความสามารถขององค์กรจะถ่ายทอดอิทธิพลผ่านความมีชื่อเสียงขององค์กรไปยังความรับผิดชอบต่อสังคมและถ่ายทอดอิทธิพลผ่านความมีชื่อเสียงขององค์กรไปยังผลดำเนินงานขององค์กร

อย่างไรก็ตาม Inyang (2013) ศึกษาการกำหนดบทบาทการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า วรรณกรรมส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมจะมุ่งเน้นและให้ความสำคัญถึงภาระหน้าที่ทางสังคมขององค์กรขนาดใหญ่ น้อยมากที่จะเข้าใจถึงบทบาทการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แต่ที่ผ่านมามีความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศได้เริ่มที่จะเปลี่ยนทิศทางของงานวิจัยที่กำลังขยายตัวขึ้น แสดงให้เห็นถึงความชัดเจนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถึงแรงจูงใจจากการขับเคลื่อน 2 ด้านทั้งจากภายในและภายนอก และมีอิทธิพลในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตามมิติของการพัฒนาชุมชน ความคิดริเริ่มของพนักงาน การคุ้มครองผู้บริโภค และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและห่วงโซ่อุปทาน แม้ว่าองค์กรจะได้รับประโยชน์จากการทำ CSR อาทิ ความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกับชุมชน, ความจงรักภักดีของพนักงาน และความพึงพอใจของการเจริญเติบโตและผลกำไร แต่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งข้อจำกัดของทรัพยากร และการขาดการฝึกอบรมและหน่วยงานที่ให้บริการสนับสนุน และเพื่อที่จะเอาชนะข้อจำกัดที่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องเผชิญมีบทความวิจัยมากมายได้แนะนำโปรแกรมการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs โดยมุ่งเน้นเครื่องมือและมาตรฐานเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน และการแทรกแซงของรัฐบาลถึงกลยุทธ์ในการสร้างแรงจูงใจและการบริการที่สนับสนุนก่อให้เกิดประสิทธิภาพ

## 1.2 การนำเอาความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติใช้ในธุรกิจ

ความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นหน้าที่หนึ่งของบริษัทในฐานะพลเมืองของสังคม เป็นสิ่งที่องค์กรต้องปฏิบัติเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ในสังคมไม่

ว่าจะเป็นทรัพยากรมนุษย์หรือธรรมชาติเป็นความรับผิดชอบที่จะต้องตอบสนองต่อความคาดหวังจากสังคมนั้น (อนันตชัย ยูรประถม, 2550)

การนำเอาความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติใช้ในธุรกิจ Luken and Stares (2005) ศึกษาเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติที่จะตอบสนองต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดเล็กในประเทศกำลังพัฒนา ได้แก่ อินเดีย ปากีสถาน ศรีลังกา และไทย ที่เป็นประเทศผู้ผลิตสินค้าเพื่อส่งออกที่ต้องเผชิญกับภาวะกลิ่นไม่เข้าคายนี้ออก และไม่ทราบถึงวิธีการที่จะรับมือกับแรงกดดันในด้านความต้องการผลิตภัณฑ์ที่สะอาด ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มาจากห่วงโซ่อุปทานจากประเทศคู่ค้า พบว่า แรงกดดันจากห่วงโซ่อุปทานสามารถเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจส่งออกในประเทศกำลังพัฒนาที่จะปรับปรุงสมรรถนะในด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมและเกิดประโยชน์กับบริษัทในด้านการลดของเสียและการใช้พลังงาน ลดต้นทุน รักษาสิ่งแวดล้อมปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ซึ่งเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยการบูรณาการตามหลัก Triple Bottom Line (TBL) กับเครื่องมือในการดำเนินงานของบริษัท นอกจากนี้การแก้ปัญหาประเด็นดังกล่าวยังสามารถช่วยทำให้เกิดความยั่งยืน ด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อม

ขณะที่ Welford and Frost (2006) ศึกษาภาพรวมของการปฏิบัติ CSR ในภูมิภาคเอเชีย จากการประเมินคุณประโยชน์ของจรรยาบรรณเรื่องแรงงานและสิทธิของผู้ใช้แรงงาน ทบทวนประโยชน์ของความรับผิดชอบต่อสังคมในห่วงโซ่อุปทานและอุปสรรค สำหรับบริษัทที่ต้องการนำเอา CSR มาใช้ ทั้งนี้พบความชัดเจนว่า บริษัทใหญ่ๆเริ่มหันมาพิจารณาเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบหรือสินค้าจากบริษัทที่มีความสามารถในการทำความเข้าใจความต้องการของธุรกิจ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดใหญ่และมีจำนวนน้อย เนื่องจากบริษัทเหล่านั้นต้องการทำธุรกิจกับบริษัทหุ้นส่วนที่สามารถทำ CSR ได้ดีด้วย โดยเฉพาะเรื่องมาตรฐานแรงงานและสิทธิของผู้ใช้แรงงานการนำความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมาใช้มีข้อได้เปรียบหลายข้อ และในขณะเดียวกันก็จะทำให้เกิดอุปสรรคสำหรับบริษัทเล็กๆ ผู้ประกอบการหลายคนที่ไม่สามารถใน งานวิจัยกล่าวว่าภายใน 5 ปี บริษัทส่งออกในเอเชียหลายบริษัทจะถูกขับออกจากธุรกิจ เมื่อผู้ซื้อหันมาให้ความสนใจกับบริษัทที่ใหญ่กว่าที่สามารถทุ่มเทเวลาและทรัพยากรในการทำ CSR ได้ สำหรับบริษัทใหญ่ๆแล้วก็จะใช้ความสำเร็จในการทำ CSR มาใช้เป็นการยืนยันภาพพจน์ว่าบริษัทมีหลักการที่ดีที่เหมาะสมแล้ว ซึ่งจะเป็นที่ดึงดูดผู้ซื้อที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ส่วน SME ที่ประสบอุปสรรคในการทำ CSR หรือไม่สนใจที่จะทำ CSR ก็จะถูกตัดออกโดยผู้ซื้อรายใหญ่ทำให้พวกเขาต้องลงไปแข่งขันกับบริษัทที่มีมาตรฐานทาง CSR ที่ต่ำกว่าหรือไม่ก็ถูกขับออกจากธุรกิจ การขยายของวงจรรอบาพวันนี้เห็นได้ชัดคือ CSR มักจะทำได้ในบริษัทขนาด

ใหญ่ไม่กี่บริษัทซึ่งมียอดขายเป็นร้อยล้านดอลลาร์ต่อปี ขณะที่บริษัทขนาดเล็กจำนวนมากจะพบว่าตัวเองตกอยู่ในตลาดที่ต้องไปแข่งขันด้านอื่นเช่น เรื่องราคาและการขนส่ง

สอดคล้องกับ Perrini, Russo and Tencati (2007) ศึกษาโครงสร้างกลยุทธ์ CSR ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศ พบว่า ขนาดของธุรกิจสามารถอธิบายและเปรียบเทียบถึงความแตกต่างของจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม และการนำยุทธศาสตร์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติ โดยบริษัทขนาดใหญ่มักจะสนใจในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม การจ้างงาน ชุมชนท้องถิ่น และยุทธศาสตร์การควบคุมและการรายงาน ในขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กสนใจในเรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมที่ส่งผลถึงห่วงโซ่อุปทานมากกว่า

อย่างไรก็ตามในการศึกษาของ Taliouris (2013) ซึ่งศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายสาธารณะในสหภาพยุโรป (European Union: EU) และกรีซ เกี่ยวกับประเด็นปัญหาสำคัญสำหรับการออกแบบนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเทศสมาชิก EU และกรีซ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ไม่ได้รับการเข้าถึงหลักการปฏิบัติด้าน CSR และขั้นตอนการดำเนินงานในลักษณะการบริหารจัดการที่แน่ชัด เช่นเดียวกับองค์กรขนาดใหญ่ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรขนาดใหญ่จะมีความแตกต่างกันกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยผู้ประกอบการ SMEs มีการดำเนินการด้าน CSR อย่างไม่เป็นทางการ ไม่มีทิศทางและดำเนินการกิจกรรม CSR อย่างง่าย ๆ ดังนั้นการริเริ่มพัฒนากลยุทธ์ด้าน CSR ใน SMEs จึงเป็นขั้นตอนสำคัญในสหภาพยุโรป ซึ่งจำเป็นสำหรับการกำหนดนโยบายเชิงกลยุทธ์ที่มีลักษณะที่ถาวรในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปและกรีซ

สำหรับในประเทศไทย ธัญมัย เจียรกุล (2555) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับการพัฒนาความยั่งยืน โดยแสดงความคิดเห็นว่า ธุรกิจต้องมีการดำเนินด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร อันจะช่วยให้ธุรกิจมีความยั่งยืน ซึ่งต้องเป็นการดำเนินการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับสังคม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ในลักษณะที่ทำอย่างจริงจัง มิใช่กิจกรรมสร้างภาพลักษณ์เพียงอย่างเดียว หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ เป็นการย้ายจุดเน้นจาก single bottom line ที่เน้นเรื่องผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและการเงิน ไปเป็น triple bottom line ที่เน้นเรื่องของการสร้างผลตอบแทนทางสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับเป้าหมายเรื่องผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะวิเคราะห์ได้จากกิจกรรมทั้ง 6 ชนิดกิจกรรมของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่สามารถแบ่งกิจกรรมทั้งหมดออกเป็นเน้น “พูด” และ เน้น “ทำ” และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือ CSR ที่องค์กรธุรกิจควรทำเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับ

ธุรกิจของตนคือกิจกรรมที่เน้น “ทำ” และทำอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาได้จากตัวอย่างการดำเนินกิจกรรม CSR ของธุรกิจในประเทศไทย คือ บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด พบว่า ทุกองค์กรหันมาตระหนักถึงความยั่งยืน ความต่อเนื่องในการทำกิจกรรม ไม่สวมบทบาทใจดีมีแต่ให้เหมือนที่ผ่านมา โดยเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่ที่เป็นผู้นำทางธุรกิจ และมีการบริหารจัดการ ที่ดีในเรื่องผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจอยู่แล้วนั้น ยังต้องให้ความสนใจอย่างยิ่งในการดำเนิน กิจกรรม CSR ที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างจริงจังไม่เพียงเพื่อการสร้างภาพลักษณ์แก่ องค์กรเท่านั้น ดังนั้น แนวความคิดและหลักปฏิบัติ ด้าน CSR ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือที่เป็นรูปธรรม อย่างหนึ่งสำหรับองค์กรที่เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ของธุรกิจ

จากการทบทวนวรรณกรรม จึงสามารถสรุปสมมติฐาน การวิจัยเพื่อเป็นข้อเสนอ ความสัมพันธ์เชิง แนวคิด และทฤษฎี เพื่อนำไปสู่การพิสูจน์เชิงประจักษ์ได้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคใต้ของประเทศไทยมีระดับการรับรู้ของความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** ความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ส่วนที่ 2. ด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย การนำเอาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์กับธุรกิจ และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

### 2.1 การนำเอาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์กับธุรกิจ

การประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจสามารถทำได้โดยไม่ขัดกับหลักการของการแสวงหากำไรทางธุรกิจ เพียงแต่การได้มาซึ่งกำไรต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น หรือแสวงหาผลกำไรจนเกินควรจากการเบียดเบียนประโยชน์ของสังคมโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะก่อให้เกิดวิกฤตตามมา ตลอดจนให้คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในธุรกิจอย่างประหยัดและอย่างมีคุณภาพ แนวคิดเศรษฐกิจแบบพอเพียงจึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมกับประเทศกำลังพัฒนา และประเทศที่พัฒนาตามกระแสวัฒนธรรมตะวันออก (เอเชีย) และแอฟริกาซึ่งเน้นเรื่องความร่ำรวยทาง จิตใจ การสร้างความสุขทางใจ ความมีจิตวิญญาณที่เห็นอกเห็นใจ เอื้อเฟื้อ การให้ เสียสละ การแบ่งปันมากกว่าการสร้างความสุขจาก

การเอา/การกอบโกย/การบริโภคนิยม ซึ่งตรงข้ามกับระบบเศรษฐกิจ แบบทุนนิยมของกระแสวัฒนธรรม ตะวันตก ของกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว (จุมพล วิเชียรศิลป์, 2550)

สันติ บางอ้อ (2542) กล่าวถึงการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจประเภทอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการผสมผสานเข้ากับกระบวนการบริหารจัดการทั้งในด้านการผลิต การแปรรูปและการตลาด เพื่อให้ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต มีการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสามารถสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและเศรษฐกิจภายในประเทศภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้อย่างยั่งยืน ในขณะเดียวกันบทบาทของภาครัฐ ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นจะต้องมีการปรับแนวทางและมาตรการสนับสนุนให้สอดคล้องกับกลุ่มของธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ที่จะประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยการสนับสนุนการสร้างระบบคุ้มกันความไม่ยั่งยืนของธุรกิจ เช่น การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ การสนับสนุนโครงการพื้นฐาน เป็นต้น ในขณะที่องค์กรเอกชนก็สามารถมีบทบาทในการสนับสนุนการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมได้ เช่น การเป็นตัวกลางในการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ขวสารเพื่อการตัดสินใจ เป็นต้น และที่สำคัญ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นหัวใจหลักของการบริหารจัดการธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นจะต้องมีแนวความคิดที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จึงจะสามารถนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเองให้เกิดความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหมายถึงความยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว

ในขณะที่ อภิชาติ พันธเสน และคณะ (2546) ศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านวิกฤตการณ์ในปี พ.ศ.2540 มาได้อย่างประสบความสำเร็จ จากอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย 6 อุตสาหกรรมด้วยกันได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมไม้ กระดาษ และสิ่งพิมพ์ อุตสาหกรรมยางและพลาสติก อุตสาหกรรมโลหะและอโลหะ อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์การขนส่งของไทยพบว่าองค์กรธุรกิจเหล่านี้ดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และทำได้ดีเป็นพิเศษในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจปี พ.ศ.2540 กล่าวคือธุรกิจเหล่านี้

- 1) ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม นั่นคือ เทคโนโลยีที่ราคาไม่แพง แต่ถูกหลักวิชาการ
- 2) มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ



- 3) ไม่โลภเกินไปและไม่เน้นกำไรระยะสั้น
- 4) ชื่อสัตย์สุจริตในการประกอบการ ไม่เอาัดเอาเปรียบผู้บริโภคและไม่เอาัดเอาเปรียบแรงงาน หรือลูกค้า ตลอดจนไม่เอาัดเอาเปรียบผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
- 5) เน้นการกระจายความเสี่ยงจากการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และ/หรือ มีความสามารถในการปรับเปลี่ยนผลผลิตได้ง่าย
- 6) เน้นการบริหารความเสี่ยงต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งไม่ก่อหนี้เงินเกินขีดความสามารถในการบริหารจัดการ
- 7) เน้นการตอบสนองตลาดภายในท้องถิ่น ภูมิภาค ตลาดภายในและตลาดต่างประเทศตามลำดับเป็นหลัก

เช่นเดียวกับ บุญเลี้ยง หน่ยโคกสูง (2551) ศึกษาการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมนี้มากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพการผลิต ส่วนปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมนี้น้อยที่สุดและในการประยุกต์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยการนำเอาความพอประมาณ ความมีเหตุผล ความมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว และภายใต้สองเงื่อนไข คือความรู้และคุณธรรมมาใช้ พบว่าอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มขนาดย่อม มีระดับความพอเพียงมาก โดยเฉพาะความมีเหตุผล ส่วนอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มขนาดกลางและขนาดใหญ่ มีระดับความพอเพียงปานกลาง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มขนาดใหญ่พบว่าขาดความมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว

ขณะที่ ปิยะฉัตร โยธารินทร์ (2554) ศึกษาผลกระทบของการประกอบกิจการตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงไปปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งแยกตามรายด้านได้แก่ ด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านการมีภูมิคุ้มกันที่ดีด้านการมีความรู้และด้านการมีคุณธรรมอยู่ในระดับมาก เมื่อศึกษาผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกาฬสินธุ์พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีผลการดำเนินงานในระดับมาก ซึ่งแยกตามรายด้าน ได้แก่ ด้านทุนสิ่งแวดล้อม ด้านทุนกายภาพ ด้านทุนมนุษย์และด้านทุนสังคมมีผลการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก เมื่อศึกษาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีประเภทกิจการระยะเวลาดำเนินงานความรู้เศรษฐกิจพอเพียงแตกต่างกัน พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีประเภทกิจการแตกต่างกันมีผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่

แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า การประกอบกิจการตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงควรให้ความสำคัญและนำข้อสังเกตที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการพัฒนา เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายและประสบผลสำเร็จในการดำเนินงาน สร้างความเจริญก้าวหน้าและความมั่นคงถาวรให้กับองค์กรและประเทศชาติได้อย่างยั่งยืนต่อไป

## 2.2 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การแสวงหาแนวทางหรือหลักคิดใหม่เพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กรธุรกิจเริ่มมีการพูดถึงกันมากขึ้นเพื่อเป็นแนวทางสำหรับองค์กรธุรกิจใช้ทดแทนแนวคิดการบริหารตามแนวตะวันตกแบบเดิม จุดเน้นหลักจะเปลี่ยนไปจากการสร้างผลกำไรและผลตอบแทนระยะสั้นเป็นการคำนึงถึงความอยู่รอดอย่างยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อให้สามารถที่จะตอบสนองผลตอบแทนในระยะยาวอย่างสมดุลและยั่งยืนได้ (ณดา จันทรสม, 2555)

สมพงษ์ วรรณนุช (2551) กล่าวถึงหลักเศรษฐกิจพอเพียงว่าสามารถนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนโดยเน้นถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนต้องเริ่มต้นจากภายในและเกิดจากปัจจัยภายในซึ่งเป็นไปตามแนวทางของหลักเศรษฐกิจพอเพียง ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจภายในครัวเรือน ชุมชน ภายในประเทศเป็นหลักและให้วิสาหกิจชุมชนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างรากฐานมั่นคงทางเศรษฐกิจโดยการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเอง ให้ความสำคัญกับการผลิตและการบริโภคภายในชุมชน ภายในประเทศลดขั้นตอนการตลาดและการเงินทำให้วางแผนการผลิตได้พอเหมาะใช้หลักพอประมาณไม่ทำให้มีการผลิตมากเกินไปจนเหลือใช้เป็นการสิ้นเปลืองทรัพยากรธรรมชาติมีระบบการจัดการอย่างมีเหตุผลและสร้างภูมิคุ้มกันโดยการพัฒนาเริ่มจากภายในให้มีความเข้มแข็งไม่พึ่งพาจากภายนอก การแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพเกิดจากการใช้ปัจจัยภายในเป็นกลไกขับเคลื่อนเนื่องจากเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ นอกจากนั้นยังต้องสร้างจิตสำนึกให้มีคุณธรรม ให้เห็นประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญคำนึงสิ่งแวดล้อมและเพิ่มความรู้เน้นการลงทุนที่จะพัฒนากระบวนการเรียนรู้เพื่อสร้างองค์ความรู้ให้แก่ชุมชนมากขึ้นเป็นแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

เช่นเดียวกับ สุขสวรรค์ กันตะบุตร (2553) ได้ทำการศึกษาขององค์กรธุรกิจที่ยั่งยืนแห่งโลกตะวันตก เช่นธุรกิจห้างสรรพสินค้า Nordstrom ธุรกิจผลิตรถยนต์ BMW และ ธุรกิจธนาคาร HSBC พบว่ากิจกรรมทางธุรกิจขององค์กรเหล่านี้สามารถอธิบายอย่างมีนัยสำคัญได้ด้วยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเช่นกันกล่าวคือแนวทางในการดำเนินธุรกิจแรกขององค์กรธุรกิจที่ยั่งยืนแห่งโลกตะวันตกคือ การที่ผู้นำขององค์กร(CEO) ไม่ค่อยแสดงตนว่าเป็นผู้นำเดี่ยว การตัดสินใจในการ

ดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้นำหรือผู้จัดการเท่านั้น การตัดสินใจเกิดขึ้นจากบุคลากรในหลายระดับด้วยกัน ซึ่งมีเหตุผล เนื่องจากว่าสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันมีความสลับซับซ้อนมาก และต้องการความรู้ความสามารถที่หลากหลายในการตอบรับต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ เพราะการตัดสินใจทุกอย่างที่เกิดจากผู้นำองค์กรหรือทีมผู้บริหารแต่เพียงฝ่ายเดียวย่อมมีความเสี่ยงสูง เพราะอาจผิดพลาดได้ง่าย การตัดสินใจแบบองค์กรที่ยั่งยืนทางตะวันตกเหล่านี้ก็สอดคล้องกับหลักแห่งการสร้างภูมิคุ้มกันและเงื่อนไขความรู้ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนั่นเอง นอกเหนือจากนี้แล้วการที่ผู้นำองค์กรไม่แสดงตัวก็ถือว่าสอดคล้องกับหลักคุณธรรมเช่นกันเพราะแท้จริงแล้วความสำเร็จขององค์กรไม่ได้เกิดจากบุคคลเพียงบุคคลเดียว แต่เกิดจากพนักงานทุกคน

ขณะที่ อดา จันทรสม (2555) ศึกษาธุรกิจกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงพบว่า การบริหารธุรกิจในยุคปัจจุบันต้องเผชิญทั้งปัจจัยเสี่ยงทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น การสร้าง “ความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ (Corporate Sustainability)” เป็นกระบวนการที่ได้รับความสนใจและมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นสำหรับการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจสมัยใหม่ การประยุกต์ใช้หลัก ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นหลักคิดเพื่อการตัดสินใจสำหรับองค์กรธุรกิจ ที่จะนำไปสู่ความสมดุลและยั่งยืนได้ เนื่องจากการยึดหลักความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในการตัดสินใจจะทำให้ธุรกิจมีการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นควบคู่กันไป ไม่ใช่มองเพียงผลประโยชน์เท่านั้น การมีหลักยึดดังกล่าวจำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการตัดสินใจในการบริหารจัดการของผู้บริหาร กรรมการบริษัท และผู้ถือหุ้นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดการยอมรับและขับเคลื่อนองค์กรไปในทิศทางสู่ความเป็น “ธุรกิจที่ยั่งยืน” ได้ในที่สุด

นอกจากนี้ มัทนชัย สุทธิพันธ์ (2556) ศึกษาทางออกของธุรกิจไทยสู่หนทางแห่งการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีบทบาทอย่างมากกับธุรกิจไทยในปัจจุบัน แต่การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกิจการในประเทศไทย ยังเป็นเพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจเพื่อประโยชน์ทางการแข่งขันเท่านั้น นอกจากนี้ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับข้อมูลทางการเงินเหมือนการประเมินประสิทธิภาพของธุรกิจในอดีต ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนของกิจการได้ ทำให้แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพของธุรกิจผ่านทั้งข้อมูลทางการเงินและไม่เป็นการเงินได้รับความสนใจในปัจจุบัน นั่นคือการปฏิบัติตามหลักไตรกัปปิยะ ซึ่งหลักปฏิบัติดังกล่าวได้ให้ความสำคัญกับ 3

ประเด็นหลัก คือ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของกิจการ อย่างไรก็ตามถึงแม้หลายกิจการพยายามนำหลักไตรภพมาใช้วัดผลการดำเนินงานของกิจการ แต่ไม่สามารถนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากธุรกิจยังคงมองการปฏิบัติดังกล่าวเพื่อตนเองไม่ใช่ทำเพื่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างแท้จริง แต่ถ้าธุรกิจผนวกการปฏิบัติตามหลักไตรภพกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ คือ กิจการต้องยึดหลักทางสายกลาง มีความพอประมาณ มีเหตุผลและมีภูมิคุ้มกัน ใน 2 เงื่อนไข คือความรู้และคุณธรรม จากการรวมกันของ 2 หลักนี้จะทำให้ธุรกิจไทยอยู่บนเส้นทางของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในการศึกษาของ Kantabutra (2014) ที่ได้ศึกษาการชี้วัดความยั่งยืนขององค์กรตามแนวทางการวิเคราะห์แบบไทย ให้ความเห็นว่า ค่านิยมร่วมเกี่ยวกับความเพียรและภูมิคุ้มกันมีความสำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นตัวแปรที่ทำให้ความสามารถสองในสามประการแห่งองค์กรยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงดีขึ้น กล่าวคือค่านิยมร่วมเรื่องความเพียรสามารถพยากรณ์ความสามารถที่ดีขึ้นแห่งองค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง การฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมและการสร้างประโยชน์สุข ในขณะที่ค่านิยมร่วมเรื่องการพัฒนาภูมิสังคมสามารถพยากรณ์ความสามารถที่ดีขึ้นแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข การให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งและการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ส่วนค่านิยมร่วมเรื่องความพอประมาณมีส่วนสำคัญโดยตรงที่ทำให้ความสามารถในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมแห่งองค์กรดีขึ้น และค่านิยมเรื่องการแบ่งปันเป็นตัวแปรที่สำคัญโดยตรงกับความสามารถทั้งสามประการแห่งองค์กรยั่งยืนแห่งองค์กรตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นจริงได้

จากการทบทวนวรรณกรรม จึงสามารถสรุปสมมติฐาน การวิจัยเพื่อเป็นข้อเสนอความสัมพันธ์เชิงแนวคิด และทฤษฎี เพื่อนำไปสู่การพิสูจน์เชิงประจักษ์ได้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 3** ความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไปยังการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ส่วนที่ 3. ด้านประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กล่าวถึงบริบทของการเปิดเสรีทางการค้าในภูมิภาคอาเซียน และสหภาพยุโรป (Free Trade Agreement: FTA)

### 3.1 บริบทของการเปิดเสรีทางการค้าในภูมิภาคอาเซียน และสหภาพยุโรป (Free Trade Agreement: FTA)

ในการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ส่งผลให้อาเซียนจะต้องมีการบริหารจัดการร่วมกัน การพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของอาเซียนจึงถูกกำหนด โดยเงื่อนไขของกิจกรรมทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง สิ่งแวดล้อมที่สมดุลและตั้งอยู่บนพื้นฐานความยุติธรรม การมีเสรี ความยืดหยุ่นและการมีประสิทธิภาพ ภายใต้จุดยืนและมาตรฐานเดียวกัน โดยสะท้อนความต่างของสมาชิกอาเซียนแต่ละประเทศด้วย ซึ่ง Wu (2008) ศึกษาเกี่ยวกับไต้หวันและประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในบริบทของนโยบายเศรษฐกิจเขตการค้าเสรีภายในภูมิภาคอาเซียน พบว่า ผลกระทบในนโยบายเศรษฐกิจ รูปแบบการค้า การลงทุน จากการรวมตัวกันเป็นตลาดเดียวกันนั้นส่งผลทำให้มีการยืดหยุ่นทางการค้ามากขึ้น เพื่อให้ไต้หวันสามารถที่จะยังคงบทบาททางเศรษฐกิจได้ ซึ่งจากการได้รวมตัวเป็นตลาดเดียวกันจะส่งผลดี ทั้งแก่อเซียน จีน ไต้หวัน แต่การที่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีการริบเร่งในการขยายตัวมากเกินไปก็จะทำให้อาเซียนนั้นมีช่องว่างทางการค้ามากขึ้น เพราะแต่ละประเทศก็มีความแตกต่างของแต่ละนโยบาย การเชื่อมโยงทางการค้าการคมนาคมของอาเซียนจะทำให้ไต้หวันได้รับผลประโยชน์ค่อนข้างมาก ดังนั้นจึงควรใช้จุดนี้เป็นตัวกลางในการพัฒนาเศรษฐกิจของไต้หวันเพื่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจมากขึ้น

ขณะที่ นิธินันท์ วิเศษสุวรรณ และคณะ (2551) ศึกษาการเข้าสู่ตลาดจากการเปิดเสรีทางการค้าสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรณีศึกษา FTA อาเซียน – สหภาพยุโรป เป็นการศึกษาด้านเชิงคุณภาพ โดยเน้นประเทศเป้าหมายสำคัญสามประเทศ คือ สหพันธ์รัฐเยอรมนี สาธารณรัฐเช็ก และโปแลนด์ สามารถสรุปผลการศึกษารับเป็นช่องทางการเข้าสู่ตลาดสหภาพยุโรปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยไว้ 5 ระดับ คือ 1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ เพื่อกระจายสู่ระดับบนและตั้งราคาสูงได้ 2. ยกระดับกระบวนการผลิตให้ได้ตามมาตรฐานสากล 3. การกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค 4. การหาพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบของสหภาพเป็นอย่างดี 5. ลงทุนในยุโรปเปิดโรงงาน/กิจการในสหภาพยุโรป ซึ่งต้องมีการวางแผนและศึกษากฎระเบียบต่าง ๆ เป็นอย่างดีก่อนการลงทุน กล่าวโดยสรุป คือ การจะเข้าสู่ตลาดสหภาพยุโรปให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีการทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการทั้งจากภาครัฐและเอกชน และต้องมีการศึกษาข้อมูลในตลาดนั้นให้เข้าใจอย่างท่องแท้ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ในการเจรจาจัดทำข้อตกลงฉบับนี้รัฐบาลไทยควรเน้นให้มีการคำนึงถึงความแตกต่างของระดับการพัฒนา และความพร้อมของกฎหมายภายใน รวมไปถึงระยะในการปรับตัวที่เหมาะสม และมาตรการรองรับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นด้วย และต้องพึงพิจารณาด้วยเสมอว่า ผู้ใดได้ประโยชน์ที่แท้จริง ซึ่งอาจเป็น SMEs ของไทย หรือบริษัท

ข้ามชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากการเจรจาของไทยเน้นการเปิดเสรีเฉพาะรายการสินค้าไทยที่มีการส่งออกไปสหภาพยุโรปในปริมาณมาก สินค้าเหล่านั้นอาจผลิตโดยบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ที่เข้ามาใช้ไทยเป็นฐานการผลิต แต่การเจรจาที่ให้ความสนใจกับห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของการผลิต จะทำให้โอกาสที่ผู้ประกอบการ SMEs ได้รับประโยชน์ในด้านการสร้างงาน สร้างผลผลิตในประเทศ และสร้างรายได้เพิ่มขึ้นได้

อีกทั้งในการศึกษาของ ธนพัฒน์ เล็กเกียรติกิจ (2553) ซึ่งศึกษาปัจจัยในความสำเร็จและพัฒนาการของสหภาพยุโรปในการบูรณาการความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยเปรียบเทียบกรณีศึกษาของอาเซียน พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของสหภาพยุโรป คือ การก่อตั้งองค์การเหนือรัฐ การวางโครงสร้างองค์กรหลัก และการวางระบบกฎหมาย อย่างเป็นทางการชัดเจน กล่าวคือมีองค์การที่จัดตั้งขึ้นจะต้องมีสภาพเป็นองค์การระหว่างประเทศเหนือรัฐ (Supra-National International Organization) ที่มีอำนาจในการตัดสินใจแทนรัฐสมาชิกภายในขอบอำนาจขององค์การและมีผลผูกพันรัฐสมาชิก ในขณะที่โครงสร้างการทำงานของอาเซียนนั้นเป็นแบบ Intergovernmental Method ซึ่งรัฐแต่ละรัฐมีฐานะเท่าเทียมกันและทรงไว้ซึ่งอำนาจอธิปไตย การตัดสินใจและการขับเคลื่อนองค์กรของอาเซียนจึงเป็นไปได้ช้า ดังนั้น หากอาเซียนต้องการจะพัฒนาองค์การให้ได้รวดเร็ว อาเซียนจะต้องเริ่มจากการตัดเงื่อนไขของความเท่าเทียมกันของรัฐสมาชิก และพัฒนาองค์การให้เป็นองค์การที่จัดตั้งขึ้นจะต้องมีสภาพเป็นองค์การระหว่างประเทศเหนือรัฐ (Supra-National International Organization) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดระบบกฎหมาย การกำหนดโครงสร้างขององค์กรหลัก และมาตรการต่างๆ ที่มีผลบังคับได้จริง จึงจะสามารถบูรณาการความร่วมมือระหว่างประเทศได้อย่างรวดเร็วและเป็นรูปธรรมมากขึ้น

ขณะเดียวกัน รสสุคนธ์ ชันคำกาศ (2556) ศึกษาการจัดการกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม ภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ จาก 4 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1.หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวน 11 คน 2.ผู้ประกอบการธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม จำนวน 12 คน 3.ประชาชนท้องถิ่น จำนวน 10 คน และ 4.กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน จำนวน 400 คน ผลการศึกษา สามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนมภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแบ่งออกเป็น 3 กลยุทธ์หลัก คือ 1. กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร 2. กลยุทธ์ด้านการพัฒนาบุคลากร และ 3. กลยุทธ์ด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดน

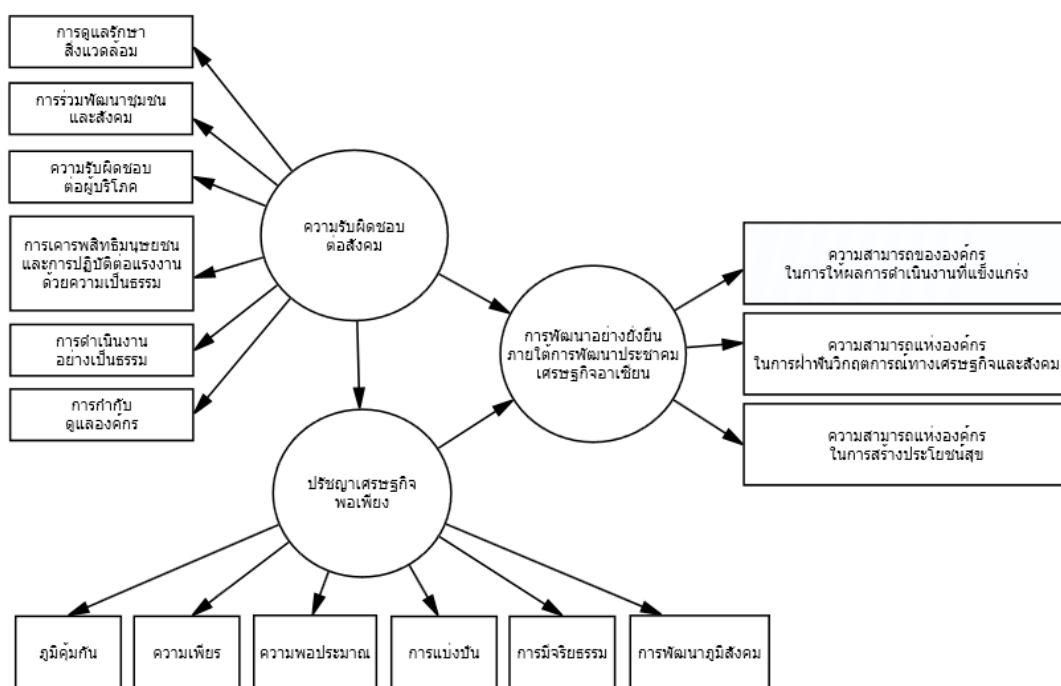
แต่อย่างไรก็ตามในการศึกษาของ ปรรารถนา คงนาค (2257) กล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของสหภาพยุโรปกับประชาคมอาเซียนในบริบทความเหมือนบนความแตกต่าง พบว่าบทบาทและหน้าที่ของสหภาพยุโรปกับประชาคมอาเซียนมีความเหมือนกันในลักษณะการรวมกลุ่มของประเทศสมาชิกเพื่อสร้างความแข็งแกร่งทางการเมือง ความมั่นคง เศรษฐกิจ แต่มีความแตกต่างกันในแง่ของบทบาทและหน้าที่ อำนาจการต่อรอง ทั้งนี้ ด้วยเหตุผลของฐานะทางเศรษฐกิจของรัฐสมาชิกที่มีสภาพแตกต่างกัน หากประชาคมอาเซียนประกอบด้วยรัฐสมาชิกที่เป็นประเทศร่ำรวย ไม่พึ่งพิงการสนับสนุนทางเศรษฐกิจจากประเทศต่างๆ การรวมกลุ่มของอาเซียนก็สามารถที่จะสร้างฐานอำนาจการต่อรอง หรือการแสดงบทบาทอันจะส่งผลกระทบต่อนานาประเทศได้เช่นเดียวกับสหภาพยุโรป ดังนั้น แม้บทบาทและหน้าที่ของประชาคมอาเซียนจะแตกต่างไปจากสหภาพยุโรป แต่การเดินทางของประชาคมอาเซียนตามข้อตกลงให้บรรลุนิติการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี ค.ศ.2015 จะกลายเป็นจุดกำเนิดและเป็นก้าวแรกที่สำคัญว่า อาเซียนจะสามารถสร้างโอกาสและรับมือสิ่งท้าทายทั้งด้านการเมือง ความมั่นคง เศรษฐกิจ และเพิ่มอำนาจต่อรองและขีดความสามารถการแข่งขันให้แก่สมาชิกอาเซียนในเวทีระหว่างประเทศ

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความเข้าใจและทัศนคติของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคใต้ของประเทศไทยในมิติความรับผิดชอบต่อสังคม มิติของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มิติการพัฒนาอย่างยั่งยืนและผลกระทบของการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัย เพื่อนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย และกำหนดตัวแปรของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) ตามการศึกษาของพรพิมล เอื้ออนันต์ (2553) ซึ่งประกอบไปด้วย การกำกับดูแลองค์กร (Organizational Governance) การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม (Human Rights and Fair Labour Practices) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (Environment Care) การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operating Practices) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (Consumers Responsible) และการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (Community Development and Social)

ในส่วนของการกำหนดตัวแปรปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามแนวคิดของ Kantabutra (2014) ที่พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นตัวแปรสำคัญที่ช่วยก่อให้เกิดความยั่งยืนของธุรกิจได้ โดยใช้ตัวชี้วัดการพัฒนาภูมิสังคม (Geosocial Development) ความเพียร (Perseverance) การสร้างภูมิคุ้มกัน (Resilience) ความพอประมาณ (Moderation) การแบ่งปัน (Sharing) และจริยธรรม (Ethics)

สำหรับตัวแปรการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Sustainable Development under the Asean Economic Community Development) จากการศึกษาตามแนวคิดของ Kantabutra (2014) พบว่าตัวชี้วัดความสามารถขององค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง (Firm's capacity to deliver strong performance) ความสามารถแห่งองค์กรในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม (Firm's capacity to endure social and economic crises) และความสามารถแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข (Firm's capacity to bring public benefits and happiness) สามารถสะท้อนความยั่งยืนได้ ซึ่งสามารถแสดงแผนภาพประกอบกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพประกอบ 2.4 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดในเขตภาคใต้ของประเทศไทยเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลผ่านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปยังการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย
  - 2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
  - 2.2 กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย
  - 2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 2.4 การพัฒนาแบบสอบถามและการเก็บรวบรวมข้อมูล
  - 2.5 สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย
  - 2.6 นำเสนอผลการวิจัย
3. ตัวแปรที่ใช้ศึกษาในการวิจัย
4. สัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนตัวแปร
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
6. ขั้นตอนการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยการใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากร (Population)** ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 365,253 ราย โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางจำนวน 1,136 ราย และวิสาหกิจขนาดย่อม 364,117 ราย (รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2558, 2559)

ตาราง 3.1 จำนวนประชากรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง	รวม
	ประชากร	ประชากร	ประชากร
กระบี่	17,122	64	17,186
ชุมพร	18,333	47	18,380
ตรัง	28,059	46	28,105
นครศรีธรรมราช	56,213	86	56,299
นราธิวาส	20,699	25	20,724
ปัตตานี	17,406	32	17,438
พังงา	12,551	57	12,608
พัทลุง	25,564	19	25,583
ภูเก็ต	34,335	302	34,637
ยะลา	10,573	27	10,600
ระนอง	8,309	30	8,339
สงขลา	48,408	207	48,615
สตูล	12,908	18	12,926
สุราษฎร์ธานี	53,637	176	53,813
รวม	364,117	1,136	365,253

**กลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)** กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคใต้ของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็นทางสถิติ (Probability Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างที่สามารถกำหนดโอกาสที่หน่วยตัวอย่างแต่ละหน่วยจะถูกเลือก ทำให้ทราบความน่าจะเป็นที่แต่ละหน่วยในประชากรจะถูกเลือก และสามารถนำผลที่ได้อ้างอิงไปยังประชากรได้

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Random Sampling) ซึ่งแบ่งประชากรที่มีขนาดใหญ่และสามารถแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่ม ๆ ได้ แต่ละกลุ่มยังสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ได้อีก แล้วสุ่มกลุ่มมาจำนวนหนึ่งด้วยวิธีการสุ่มที่เหมาะสม โดยในแต่ละกลุ่มย่อยต้องประกอบด้วยหน่วยที่มีลักษณะต่างกันเหมือนกับส่วนประกอบในประชากร เพื่อเลือกเพียงบางกลุ่มย่อยให้สามารถใช้เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร โดยในการวิจัยครั้งนี้เป็นการเลือกตัวอย่างระดับภูมิภาค การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สามารถดำเนินการสุ่มเป็นขั้น ๆ ได้ดังนี้

**ขั้นที่ 1** แบ่งขอบเขตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ภาคใต้ฝั่งชายแดน ภาคใต้ฝั่งอันดามัน และภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย วิธีการสุ่มตัวอย่างในขั้นที่ 1 เป็นการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling)

**ขั้นที่ 2** แบ่งเขตภาคใต้จากที่ได้ขั้นที่ 1 ออกเป็นจังหวัดดังนี้

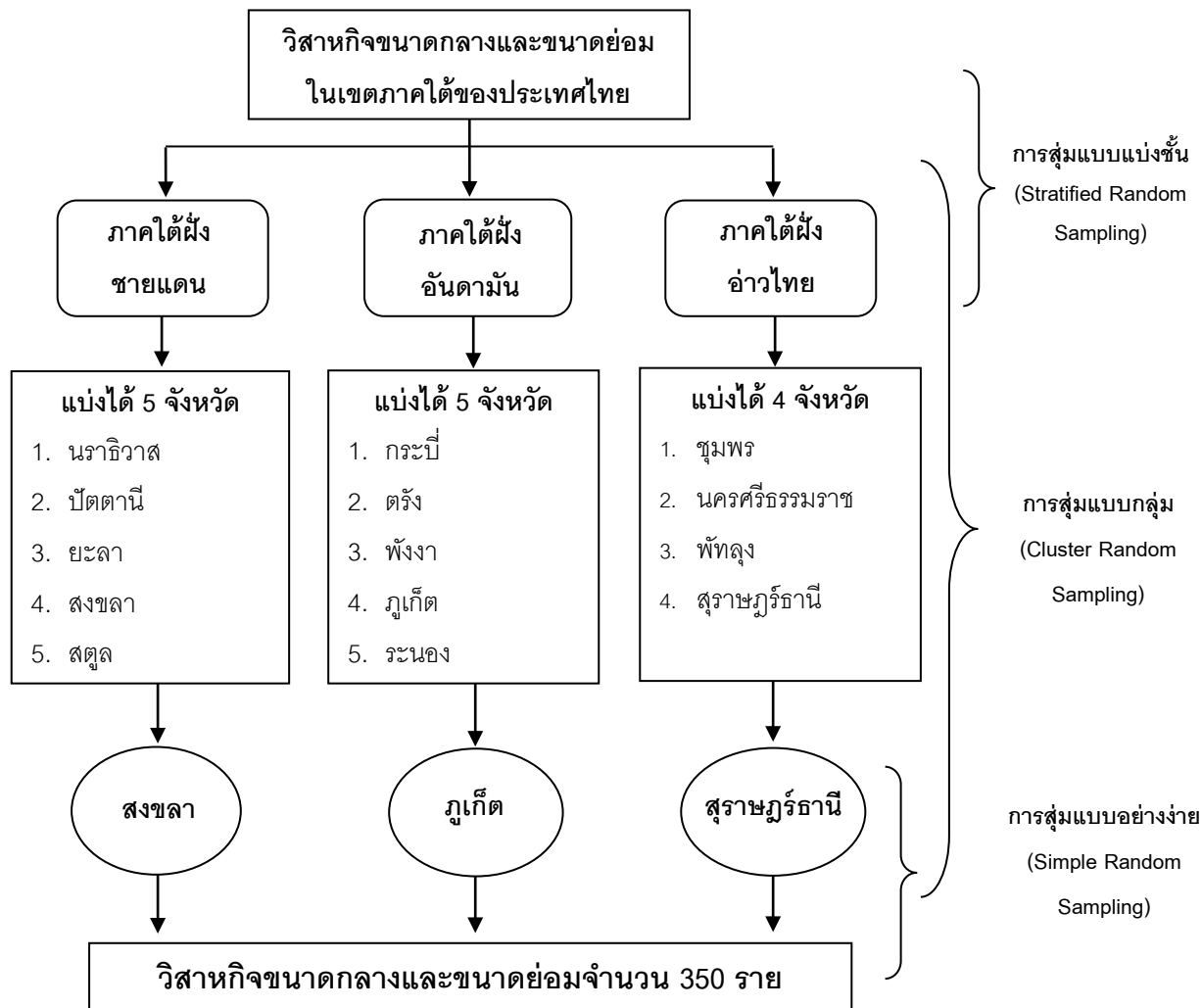
1. ภาคใต้ฝั่งชายแดน ได้แก่ จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา จังหวัดสงขลา และจังหวัดสตูล
2. ภาคใต้ฝั่งอันดามัน ได้แก่ จังหวัดกระบี่ จังหวัดตรัง จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดระนอง
3. ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ได้แก่ จังหวัดชุมพร จังหวัดนครพระธรรมราช จังหวัดพัทลุง และจังหวัดสุราษฎร์ธานี

แต่ละเขตของภาคใต้จะสุ่มตัวอย่างจังหวัดออกมา 1 จังหวัด จากวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อมที่มีจำนวนมากที่สุดในส่วนเขตนั้น ๆ โดย ภาคใต้ฝั่งชายแดนได้ จังหวัดสงขลา, ภาคใต้ฝั่งอันดามันได้จังหวัดภูเก็ต และภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยได้สุราษฎร์ธานี วิธีการสุ่มตัวอย่างในขั้นที่ 2 เป็นการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling)

**ขั้นที่ 3** เมื่อสุ่มเลือกจังหวัดทั้ง 3 จังหวัด คือ จังหวัดสงขลา จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งถือเป็นตัวแทนของจังหวัดในเขตภาคใต้ตามที่ต้องการแล้ว จึงได้ใช้ วิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) สุ่มตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในปี 2558 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2559) เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Random Sampling) สามารถเลือกตัวอย่างประชากรที่ดีได้จำนวน 3 จังหวัด คือ สงขลา ภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี รวม 3,861 ราย โดยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการศึกษานี้ จากการเปิดตารางสำเร็จรูปของ เครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970: 607 - 610 อ้างถึงใน ธีรวิมลเอกะกุล, 2543: 21) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือค่าความคลื่อนที่เกิดขึ้น 5 % ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 350 ราย

ภาพประกอบ 3.1 การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Random Sampling)



**ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย**

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อทดสอบถึงระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในมิติความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในบริบทของการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย 6 ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ เอกสารทางวิชาการ บทความ หนังสือและข้อมูลทางเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องเพื่อทำให้ผู้วิจัยได้รับความรู้พื้นฐานในการวิจัยและพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย

**ขั้นตอนที่ 2** กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในบริบทของการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

**ขั้นตอนที่ 3** เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

เครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาเครื่องมือขึ้นมา เพื่อตอบโจทย์การวิจัยในเรื่องของลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้พลวัตรของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยแบบสอบถามที่ใช้มีเนื้อหาครอบคลุมในประเด็นหลักที่ต้องการศึกษา ซึ่งมีเนื้อหาอยู่ 7 ส่วน ได้แก่ 1. ข้อมูลทั่วไปของกิจการ 2. ระดับการรับรู้เรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ 3. ระดับของรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ 4. ระดับการรับรู้เรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 5. ระดับค่านิยมร่วมของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงร่วมในการดำเนินธุรกิจ 6. การพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้พลวัตรของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ 7. ข้อเสนอแนะ โดยมีเนื้อหาของแบบสอบถามดังนี้

**ส่วนที่ 1.** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท ประกอบด้วย ตำแหน่งของผู้กรอกแบบสอบถามคำถาม รูปแบบการจดทะเบียนของกิจการ ขนาดธุรกิจ ประเภทกิจการ เจ้าของกิจการ กลุ่มลูกค้าของกิจการ สภาพการแข่งขัน ผู้แข่งขันทางธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ การกู้ยืม จุดมุ่งหมายของการกู้ยืม (ตอบเฉพาะผู้ที่มีการกู้ยืม) ระบบมาตรฐานต่างๆ ที่ได้รับการรับรองกิจการเป็นสมาชิกขององค์กรใดบ้าง และกิจการได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากหน่วยงานอื่นหรือไม่ (กรณีมีโปรดระบุ) ส่วนข้อมูลที่เหลือใช้คำถามแบบหลายตัวเลือก

**ส่วนที่ 2.** ระดับการรับรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ เป็นคำถามที่เกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ซึ่งลักษณะของคำถามเป็นประโยคบอกเล่า เพื่อประเมินระดับการรับรู้ในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ผ่านมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 11 ข้อ

**ส่วนที่ 3.** ระดับรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ซึ่งข้อคำถามประกอบด้วย การกำกับดูแลองค์กร การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งลักษณะของคำถามเป็นประโยคบอกเล่า เพื่อประเมินระดับและรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) ผ่านมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 17 ข้อ

**ส่วนที่ 4.** ระดับการรับรู้เรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คำถามที่เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งลักษณะคำถามเป็นประโยคบอกเล่า เพื่อประเมินระดับการรับรู้ในเรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 5 ข้อ

**ส่วนที่ 5.** ระดับค่านิยมร่วมของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงร่วมในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งข้อคำถามประกอบด้วย ค่านิยมร่วมเกี่ยวกับการสร้างภูมิคุ้มกัน ค่านิยมร่วมเกี่ยวกับความเพียร ค่านิยมร่วมเกี่ยวกับความพอประมาณ ค่านิยมร่วมเกี่ยวกับการแบ่งปัน ค่านิยมร่วมเกี่ยวกับการมีจริยธรรม และค่านิยมร่วมเกี่ยวกับการพัฒนาภูมิสังคม ซึ่งมีลักษณะของคำถามเป็นประโยคบอกเล่า เพื่อประเมินระดับค่านิยมร่วมของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงร่วมในการดำเนินธุรกิจผ่านมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 13 ข้อ

**ส่วนที่ 6.** การพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้พลวัตของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งข้อคำถามประกอบด้วย ความสามารถในการให้ผลการดำเนินงานที่แข่งขันได้แห่งองค์กร ความสามารถที่ทันทันต่อความยากลำบากทางสังคมและเศรษฐกิจ และความสามารถในการสร้างความสุขให้แก่สังคมหรือประโยชน์สุข เพื่อประเมินคุณลักษณะความเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้พลวัตของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผ่านมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 12 ข้อ

การสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดค่าตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเสนอมาตรวัดเป็นมาตรส่วน

ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของ ลิเคิร์ต (Likert) โดยกำหนดค่าระดับความคิดเห็นแต่ละช่วงคะแนนและความหมายดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ผู้ตอบเห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ผู้ตอบเห็นด้วยมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ผู้ตอบเห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ผู้ตอบเห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ผู้ตอบเห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นในแต่ละปัจจัยนั้น จำเป็นต้องคำนวณค่าพิสัยเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสำหรับการวิเคราะห์ โดยนำค่าพิสัยที่คำนวณได้บวกกับระดับความคิดเห็นแต่ละระดับ สามารถใช้เป็นค่าระดับคะแนนเฉลี่ยในการวิเคราะห์เปรียบเทียบ โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของเบสท์ (Best, 1977) ดังนี้

$$\begin{aligned} \frac{\text{Maximum} - \text{Minimum}}{\text{Interval}} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{ต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 1.00 – 1.80 อยู่ในช่วงที่ผู้ตอบเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 1.81 – 2.60 อยู่ในช่วงที่ผู้ตอบเห็นด้วยในระดับน้อย

ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 2.61 – 3.40 อยู่ในช่วงที่ผู้ตอบเห็นด้วยในระดับปานกลาง

ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 3.41 – 4.20 อยู่ในช่วงที่ผู้ตอบเห็นด้วยในระดับที่มาก

ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.21 – 5.00 อยู่ในช่วงที่ผู้ตอบเห็นด้วยในระดับที่มากที่สุด

**ขั้นตอนที่ 4** การพัฒนาแบบสอบถามและการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการทบทวนวรรณกรรม หนังสือ เอกสารทางวิชาการ งานวิจัย บทความวิจัย บทความทางวิชาการ และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทาง พิธีกรรมมาสร้างแบบสอบถาม โดยให้สอดคล้องกับขอบเขตของเนื้อหาที่ศึกษา กรอบแนวความคิด และวัตถุประสงค์การวิจัย

2. ร่างแบบสอบถาม ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยและปรับปรุงพัฒนาแบบสอบถาม ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย นำแบบสอบถามฉบับร่างพร้อมแนบแบบประเมินไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ว่ามีความครบถ้วนและมีความเข้าใจตรงกันหรือไม่ ให้คะแนนผลการพิจารณาตัดสินแล้วนำไปหาความเที่ยงตรง (Content Validity) ของเนื้อหาตามเทคนิคความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยถือเกณฑ์ความสอดคล้องและยอมรับของผู้เชี่ยวชาญตรงกันมากกว่าร้อยละ 50 ของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ข้อใด	+1	หมายความว่า ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาตามจุดประสงค์
ข้อใด	0	หมายความว่า ไม่แน่ใจว่าเนื้อหาของข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาหรือไม่สอดคล้องกับจุดประสงค์ของการวิจัย
ข้อใด	-1	หมายความว่า ข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตามจุดประสงค์ของการวิจัย

ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ จะนำไปหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยใช้สูตรดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ซึ่งพิจารณาจากความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$  แทน ผลรวมคะแนนจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาระดับค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามจากสูตรที่มีค่าระหว่าง -1 ถึง 1.00 ทั้งนี้ค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปคัดเลือกข้อคำถามไว้ใช้ได้แต่ถ้าได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 จะพิจารณาแก้ไขปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

ผลการตรวจสอบต้องอยู่ระหว่าง 0.6 ถึง 1.0 จึงผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ระดับมากกว่า 0.5 (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2551) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง ดังรายละเอียดในภาคผนวก ค

3. นำเครื่องมือ (แบบสอบถาม) ที่ปรับปรุงแล้วไปทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงแก้ไขไปทำการทดสอบ (Per-test)



จำนวน 30 ชุด กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ ตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด แล้วจึงนำแบบสอบถามนั้นมาลงรหัส เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ในการหาความเชื่อมั่น โดยใช้เกณฑ์ความสัมพันธ์มากกว่า 0.70 ถือว่าคำถามนั้นเหมาะสมใช้ได้ โดยแบบสอบถามใช้การหาความเชื่อมั่น ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) ของครอนบาค Cronbach's Coefficiency แล้วนำผลการวิเคราะห์เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณา เพื่อจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับที่พร้อมจะใช้จริง มีสูตรดังนี้

สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2}\right)$$

เมื่อ  $\alpha$  แทน สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

K แทน จำนวนข้อคำถาม

$\sum S_i^2$  แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$S^2$  แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวม

จากการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหา มาดำเนินการทดลองใช้ กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย ได้ค่าความเชื่อมั่น ดังตาราง 3.2

ตาราง 3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ระดับการรับรู้ในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ	11	0.870
<b>ระดับรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ</b>		
1. การกำกับดูแลองค์กร	2	0.773
2. การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม	3	0.870
3. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความ ความเป็นธรรม	3	0.841
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	3	0.906
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	4	0.813
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	2	0.719
ระดับการรับรู้ในเรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	5	0.870
<b>ระดับค่านิยมร่วมของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงร่วมในการ ดำเนินธุรกิจ</b>		
1. ภูมิคุ้มกัน	3	0.843
2. ความเพียร	2	0.769
3. ความพอประมาณ	2	0.839
4. การแบ่งปัน	2	0.800
5. การมีจริยธรรม	2	0.919
6. การพัฒนาภูมิสังคม	2	0.902
<b>การพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้พลวัตของประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน</b>		
1. ความสามารถขององค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่ แข็งแกร่ง	4	0.892
2. ความสามารถแห่งองค์กรในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทาง เศรษฐกิจและสังคม	4	0.782
3. ความสามารถแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข	4	0.925
<b>รวม</b>	<b>58</b>	<b>0.922</b>

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

4.1. ผู้วิจัยทำหนังสือจากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เพื่อขอความอนุเคราะห์จัดเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ช่วงระยะเวลาการเก็บข้อมูลเริ่มส่งแบบสอบถามในวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2558 แนนของจดหมายที่จำหน่ายส่งถึงผู้วิจัย ติดแสตมป์ให้เรียบร้อย ระยะเวลาที่ส่งแบบสอบถามกลับภายในวันที่ 31 มีนาคม 2559 ใช้เวลาในการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดประมาณ 4 เดือน โดยวิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ไปยังวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทยจำนวน 3 จังหวัด คือ จังหวัดสงขลา จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวม 350 ราย

4.2. เมื่อถึงระยะเวลาครบกำหนด กรณีที่ไม่ได้รับแบบสอบถามภายในกำหนดเวลา ผู้วิจัยจะประสานงานไปยังผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อติดตามแบบสอบถาม

4.3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง นำกลับมาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์

4.4. นำข้อมูลที่ได้มาลงรหัส และบันทึกข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

**ขั้นตอนที่ 5** สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยสรุปและอธิบายเนื้อหาสาระสำคัญให้มีความครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษาและสมมติฐานของการวิจัยที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ตามหลักการวิจัยทางสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์

**ขั้นตอนที่ 6** นำเสนอผลการวิจัยตามที่ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ สรุปผล และอภิปรายผลการวิจัย

## ตัวแปรที่ใช้ศึกษาในการวิจัย

ขอบเขตตัวแปรในการวิจัยมีดังนี้

1. **ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable)** มีจำนวน 2 ตัวแปรแฝง ได้แก่ 1) ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility: CSR) ซึ่งเป็นตัวแปรแฝงที่วัดจากตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) จาก 6 ตัวแปร ด้วย (1) การกำกับดูแลองค์กร (2) การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม (3) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (4) การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (5) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และ (6) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม 2) ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy: SE) ซึ่งเป็นตัวแปรที่วัดจากตัวแปรแฝงสังเกตได้จาก 6 ตัวแปร ประกอบด้วย (1) การพัฒนาภูมิสังคม (2) ความเพียร (3) การสร้างภูมิคุ้มกัน (4) ความพอประมาณ (5) การแบ่งปัน และ (6) จริยธรรม

2. **ตัวแปรตามหรือตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable)** มีจำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Sustainable Development under the Asean Economic Community Development: SDAEC) โดยวัดจากตัวแปรสังเกต (Observed Variable) จำนวน 3 ตัวแปร ประกอบไปด้วย (1) ความสามารถขององค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง (2) ความสามารถแห่งองค์กรในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม และ (3) ความสามารถแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข

## สัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนตัวแปร

สัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนตัวแปร เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ซึ่งสามารถแสดงได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 3.3 แสดงสัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนตัวแปร

สัญลักษณ์	ความหมาย
CSR	ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility)
SE	ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy)
SDAEC	การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Sustainable Development under the Asean Economic Community Development)
OG	การกำกับดูแลองค์กร (Organizational Governance)

ตาราง 3.3 แสดงสัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนตัวแปร (ต่อ)

สัญลักษณ์	ความหมาย
HR_FLP	การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม (Human Rights and Fair Labour Practices)
EC	การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (Environment Care)
FOP	การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operating Practices)
CR	ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (Consumers Responsible)
CDS	การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (Community Development and Social)
GD	การพัฒนาภูมิสังคม (Geosocial Development)
P	ความเพียร (Perseverance)
R	การสร้างภูมิคุ้มกัน (Resilience)
M	ความพอประมาณ (Moderation)
S	การแบ่งปัน (Sharing)
E	จริยธรรม (Ethics)
FCP	ความสามารถขององค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง (Firm's Capacity to Deliver Strong Performance)
FCE	ความสามารถแห่งองค์กรในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม (Firm's Capacity to Endure Social and Economic Crises)
FCBP	ความสามารถแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข (Firm's Capacity to Bring Public Benefits and Happiness)

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยทำการวิเคราะห์แยกตามลักษณะแบบสอบถาม ทั้งในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย และการอภิปรายผลการวิจัย

#### 2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความโด่ง (Kurtosis) และการทดสอบสมมติฐานของความเบ้ (Skewness)

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ (Correlation analysis) และการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equations Model: SEM) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

1) การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของวิชาศึกษานานาชาติกลางและขนาดย่อม ในส่วนนี้ใช้ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าทางสถิติ

2) การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับระดับของรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ค่านิยมร่วมของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงร่วมในการดำเนินธุรกิจ และคุณลักษณะความเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้พลวัตของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในส่วนนี้ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความโด่ง (Kurtosis) และการทดสอบสมมติฐานของความเบ้ (Skewness) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่ออธิบายถึงลักษณะของการแจกแจงและการกระจายของตัวแปรสังเกต

3) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบ Pearson Correlation ระหว่างตัวแปร เพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ สามารถระบุทิศทางของความสัมพันธ์ และขนาดของความสัมพันธ์ว่ามีค่าอยู่ในระดับใด โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ )

4) การวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equations Model: SEM) ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ซึ่งการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเป็นเทคนิคการวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างตัวแปรแฝง (Latent Variable) หลาย ๆ ปัจจัยพร้อมกัน โดยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อพิสูจน์การยอมรับหรือปฏิเสธความสัมพันธ์ตัวแปร (กรีซ แรงสูงเนิน, 2554) และในการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเป็นวิธีที่ผสมผสานกันระหว่าง 2 วิธี ได้แก่ 1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และ 2) การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis: PA) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลใน 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต (Observed Variable) กับตัวแปรแฝง (Latent Variable) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตจำนวน 15 ตัวแปร กับตัวแปรแฝงจำนวน 3 ตัวแปร

2. การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis: PA) เป็นการวิเคราะห์ระหว่างตัวแปรแฝง โดยการทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรแฝงทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

### ขั้นตอนการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

โมเดลสมการโครงสร้างประกอบด้วยตัวแปรแฝง (Latent Variable) เป็นตัวแปรที่ไม่สามารถวัดค่าได้โดยตรงแต่จะประมาณค่าได้จากตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ของแต่ละตัวแปรแฝง โดยตัวแปรแฝงแทนด้วยสัญลักษณ์รูปวงรีและตัวแปรสังเกตแทนด้วยสัญลักษณ์รูปสี่เหลี่ยมในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยใช้โปรแกรม มีขั้นตอนหลัก ๆ 6 ขั้นตอนดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** กำหนดและวาดโมเดลองค์ประกอบความสัมพันธ์ (Model Specification) ระหว่างตัวแปรสังเกตและตัวแปรแฝงที่มีหลักการมาจากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 เพื่อบอกถึงโครงสร้างของโมเดลที่ต้องการศึกษา

**ขั้นตอนที่ 2** เชื่อมข้อมูลตัวแปรที่บันทึกในโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อให้ตัวแปรอิสระในโมเดลมีค่าตัวเลขเพื่อการวิเคราะห์

**ขั้นตอนที่ 3** เลือกสถิติที่ต้องการให้โปรแกรมวิเคราะห์ เพื่อนำมาใช้ในการรายงานผลการวิเคราะห์

**ขั้นตอนที่ 4** ดำเนินการให้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์วิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เนื่องจากได้กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตกับตัวแปรแฝงไว้ก่อน ซึ่งตัวแปรสังเกตควรมีค่าน้ำหนักตัวแปร (Factor Loading) อยู่ระหว่าง 0.3 – 1.0

2. การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) จุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร โดยมีขั้นตอน 2 ส่วน คือ

## 2.1 การประมาณค่าพารามิเตอร์

2.1.1 การกำหนดข้อมูลเฉพาะของโมเดล (Specification of the Model) เป็นการศึกษาว่าตัวแปรแฝงใดที่มีความสัมพันธ์ทางตรง ทางอ้อมต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีข้อตกลงเบื้องต้นของโมเดลว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดในโมเดลเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้น (Liner) เป็นความสัมพันธ์เชิงบวก (Additive) และเป็นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Cause Relationship) หรือความสัมพันธ์ทางเดียว (Recursive Model) ระหว่างตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Variables) และตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Variables)

2.1.2 การระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของโมเดล (Identification of the Model) ผู้วิจัยใช้เงื่อนไขกฎที (T - Rule) คือ จำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่าจะต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับจำนวนสมาชิกในเมทริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมของกลุ่มตัวอย่าง (df เท่ากับหรือมากกว่า 0) หรือหากต้องการให้จำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่าน้อยกว่าจำนวนสมาชิกในเมทริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมของกลุ่มตัวอย่าง ควรมีตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตจำนวน 3 ตัวแปรเป็นอย่างน้อย

2.1.3 การประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล (Parameter Estimation from the Model) ผู้วิจัยใช้การประมาณค่าโดยวิธี Maximum Likelihood (ML) ซึ่งเป็นวิธีที่แพร่หลายที่สุด วิธีนี้ใช้ฟังก์ชันความกลมกลืนที่ไม่ใช้ฟังก์ชันแบบเส้นตรงแต่ก็เป็นฟังก์ชันที่บอกความแตกต่างระหว่างเมทริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่คำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่างอันเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมทริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่ถูกสร้างขึ้นจากพารามิเตอร์ที่ประมาณค่าได้จากโมเดลที่เป็นสมมติฐาน ค่าประมาณของพารามิเตอร์ที่ได้จากวิธี ML มีความคงเส้นคงวา (Consistency) มีประสิทธิภาพและความเป็นอิสระจากมาตรการแจกแจงสุมของค่าประมาณพารามิเตอร์ที่ได้วิธี Maximum Likelihood (ML) เป็นแบบปกติ และความแกร่งของค่าประมาณขึ้นอยู่กับขนาดของค่าพารามิเตอร์ การใช้โปรแกรม AMOS นิยมเลือกใช้วิธีการประมาณการแบบ Maximum Likelihood (ML) เนื่องจากเป็นวิธีการที่พยายามทดสอบว่า ชุดข้อมูลตัวแปรที่ได้จากการสังเกตนั้นสามารถนำมาสร้างเป็นโมเดลความสัมพันธ์หรือไม่โดยการหาค่าโดยการประมาณการเปรียบเทียบเมทริกซ์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ได้จากการคำนวณกับเมทริกซ์ที่ได้จากการสังเกตและจะมีการปรับค่าให้ใกล้เคียงกันมากที่สุด นอกจากนี้วิธีการนี้ยังกำหนดให้ข้อมูลตัวอย่างที่เก็บได้ต้องมีการกระจายปกติหลายตัวแปร (multivariate normal distribution) โดยการเลือกวิธี Maximum Likelihood (ML) ในการวิเคราะห์



จะให้ค่าสถิติที่สำคัญ เช่น ค่าไค - สแควร์ ( $\chi^2$ ) ค่าพารามิเตอร์ของโมเดล ค่าน้ำหนักของตัวแปร ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวนของตัวแปรในโมเดล

2.2 การตรวจสอบความกลมกลืนสอดคล้องของโมเดล (Goodness of Fit Measures) เพื่อศึกษาภาพรวมของโมเดลว่ามีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ ผู้วิจัยใช้ผลลัพธ์จากตารางสถิติ 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่ม Estimates เป็นกลุ่มที่รวบรวมค่าสถิติทั่วไปที่จะใช้ในการอธิบายค่าต่างๆ ของโมเดล โดยใช้ค่าสถิติค่าความสัมพันธ์และน้ำหนักความสัมพันธ์จากตาราง regression weight ที่ค่า p หากค่า  $p < 0.05$  แสดงว่าความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่หากค่า  $p > 0.05$  แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และตาราง standardized regression weight เพื่อทราบค่าน้ำหนักความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรและระหว่างตัวแปร

กลุ่มที่ 2 กลุ่ม Modification Indices เป็นกลุ่มที่แสดงค่า M.I. จากตาราง Covariances เพื่อปรับแต่งองค์ประกอบให้ผ่านเกณฑ์และสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยแนวทางการปรับแต่งองค์ประกอบจะดำเนินการจากคู่ที่โปรแกรมพบว่า ค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ละคู่ก่อน แล้วจึงวิเคราะห์ใหม่ ถ้าองค์ประกอบยังไม่ผ่านเกณฑ์อีก จะปรับแต่งจากตัวแปรคู่ที่โปรแกรมพบว่า ค่าคลาดเคลื่อนรองลงมาไปตามลำดับ ซึ่งวิธีการปรับแต่งองค์ประกอบให้สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มี 3 วิธี ได้แก่ 1) วิธีตัดตัวแปรบางตัวออกไป โดยเลือกตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักตัวแปร (Factor Loading) น้อยออกไป 2) วิธียุบรวมตัวแปร โดยเลือกรวมตัวแปรในคู่ที่มีค่า M.I. สูง ๆ แล้วสร้างตัวแปรใหม่แทน 3) วิธีการเชื่อมเส้นลูกศร โดยเพิ่มเส้นลูกศรแบบ 2 หัวเชื่อมระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนคู่ที่มีค่า M.I. มากที่สุด เพราะการเพิ่มเส้นลูกศรจะทำให้ค่าพารามิเตอร์เพิ่มและทำให้ค่า df ลดลง เมื่อค่า df ลดลงจะมีผลทำให้ค่าสถิติดีขึ้น

กลุ่มที่ 3 กลุ่ม Model Fit เป็นกลุ่มที่แสดงว่าสถิติต่างๆ เพื่อพิจารณาว่าโมเดลผ่านเกณฑ์หรือไม่และเป็นการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของโมเดล (Model Fit) และเพื่อชี้ว่าโมเดลนั้น ๆ มีความน่าเชื่อถือเพียงใด โดยใช้ค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของโมเดลจากตาราง 3.4 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลดังนี้

ตาราง 3.4 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล

ลำดับ	ค่าดัชนี	เกณฑ์	การพิจารณา
1	ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square: $\chi^2$ )	$P > .05$	ค่า P มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าโมเดลมีความเหมาะสม (Goodness of Fit) และสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2	ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2 / df$ )	$< 3$	ค่า CMIN/df ต้องน้อยกว่า 3 และถ้าค่า CMIN/df ยิ่งมีค่าใกล้ 0 มากเท่าไร แสดงว่าโมเดลนั้นยิ่งมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น
3	ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง กลมกลืน (Goodness of Fit Index:GFI)	$> 0.90$	ค่าดัชนี GFI ต้องมากกว่า 0.90 และถ้าค่า GFI ยิ่งมีค่าใกล้ 1 มากเท่าไร แสดงว่าโมเดลนั้นยิ่งมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น
4	ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง กลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness Fit Index: AGFI)	$> 0.90$	ค่าดัชนี AGFI ต้องมากกว่า 0.90 และถ้าค่า AGFI ยิ่งมีค่าใกล้ 1 มากเท่าไรแสดงว่าโมเดลนั้นยิ่งมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากกว่าขึ้นเท่านั้น
5	ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลัง สองประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)	$< 0.08$	ค่าดัชนี RMSEA จะต้องมีความต่ำกว่า 0.08 ถ้าค่าดัชนี RMSEA ยิ่งมีค่าใกล้ 0 มากเท่าไรแสดงว่าโมเดลนั้นมีค่าความคลาดเคลื่อนยิ่งน้อย โมเดลจึงมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้น
6	ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืน เชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI)	$> 0.90$	ค่า CFI อยู่ระหว่าง 0 และ 1 และหากค่า CFI มีค่าดัชนี $> 0.90$ เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ

จากตารางแสดงค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ค่าดัชนีทั้ง 6 รายการ ได้แก่  $\chi^2$  ,  $\chi^2 / df$ , GFI, AGFI, CFI และ RMSEA มาทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังนี้

1. ค่าสถิติไค - สแควร์ (Chi-Square :  $\chi^2$  ) เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถ้าค่าสถิติไค-สแควร์มีค่าสูงมาก และมีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรืออีกนัยหนึ่ง คือ โมเดลตามสมมติฐานยังไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งผู้วิจัย

ต้องดำเนินการปรับโมเดลต่อไปจนค่าสถิติไค - สแควร์ที่ทดสอบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) มากกว่า 0.05 จึงแสดงว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (Chi-Square Statistic Comparing the Tested Model and the Independent Model with the Saturated Model ( $\chi^2 / df$ ) ค่า  $\chi^2$  เป็นค่าไคสแควร์หารด้วยค่า degrees of freedom โดยทั่วไปแล้วค่าที่ได้ที่น้อยกว่า 3 จะเป็นค่าที่ดีและค่าที่เข้าใกล้หรือเท่ากับ 0 จะเป็นค่าที่ดีที่สุด

3. ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) ควรอยู่ระหว่าง 0 - 1 โดยค่า 1 หมายถึงค่าชี้วัดที่แสดงว่าโมเดลนั้น ๆ มีความสอดคล้องกลมกลืนที่สุด แต่หากค่า GFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ

4. ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness Fit Index: AGFI) ควรมีค่าอยู่ระหว่าง 0 - 1 โดยมีค่า 1 หมายถึงค่าชี้วัดที่แสดงว่าโมเดลนั้น ๆ มีความสอดคล้องกลมกลืนที่สุด แต่หากค่า AGFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ

5. ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) จะพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ โดยค่า CFI อยู่ระหว่าง 0 และ 1 และหากค่า CFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ

6. ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean - Squared Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าสถิติจากข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับค่าไคสแควร์ว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความเที่ยงตรงนั้นไม่สอดคล้องกับความจริง RMSEA ควรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.05 – 0.08 หรือน้อยกว่า 0.08 ซึ่งแสดงว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และค่าที่เข้าใกล้ 0 ถือว่าเป็นค่าที่ดีที่สุด

**ขั้นตอนที่ 5** ผู้วิเคราะห์ทำการปรับโมเดลใหม่ (Re - specified model) หากพบว่าผลการวิเคราะห์แสดงถึงการไม่ยอมรับในโมเดล ผู้วิเคราะห์อาจทำการลดตัวแปรอิสระแล้วจึงทำการให้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ วิเคราะห์ใหม่อีกครั้ง จนกระทั่งผลการวิเคราะห์เป็นที่ยอมรับ

**ขั้นตอนที่ 6** แปลผลการวิเคราะห์สถิติที่ได้ เป็นการสรุปผลงานวิจัยตามค่าสถิติที่กำหนดไว้เพื่อตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย (ยุทธ ไทยวรรณ, 2556)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลผ่านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปยังการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษา ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในส่วนนี้ใช้ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าทางสถิติ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาที่เกี่ยวข้องกับระดับรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ คำนิยมร่วมของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงร่วมในการดำเนินธุรกิจ และคุณลักษณะความเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้พลวัตของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในส่วนนี้ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความโด่ง (Kurtosis) และความเบ้ (Skewness) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่ออธิบายถึงลักษณะของการแจกแจงและการกระจายของตัวแปรสังเกตได้

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้เทคนิค Pearson Correlation เพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ สามารถระบุทิศทางของความสัมพันธ์ และขนาดของความสัมพันธ์ว่ามีค่าอยู่ในระดับใด โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equations Model: SEM) ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ซึ่งการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างเป็นเทคนิคการวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างตัวแปรแฝง (Latent Variable) หลาย ๆ ปัจจัยพร้อมเพื่อพิสูจน์การยอมรับหรือปฏิเสธความสัมพันธ์ตัวแปร (กรีซ แร่งสูงเนิน, 2554) และในการ

วิเคราะห์สมการโครงสร้างเป็นวิธีที่ผสมผสานกันระหว่าง 2 วิธี ได้แก่ 1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และ 2) การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis: PA)

### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตาราง 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n = 350)

ข้อมูลทั่วไป	วิสาหกิจขนาดย่อม		วิสาหกิจขนาดกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>จังหวัด</b>						
สงขลา	120	34.3	20	5.7	140	40.0
สุราษฎร์ธานี	82	23.4	21	6.0	103	29.4
ภูเก็ต	90	25.7	17	4.9	107	30.6
<b>ผู้กรอกแบบสอบถาม</b>						
เจ้าของกิจการ	233	66.6	21	6.0	254	72.6
ผู้บริหารระดับสูง	38	10.9	31	8.9	69	19.7
อื่น ๆ	21	1.7	6	6.0	27	7.7
<b>รูปแบบการจัดทะเบียน</b>						
เจ้าของคนเดียว	129	36.9	5	1.4	134	38.3
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	44	12.6	9	2.6	53	15.1
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	4	1.1	2	0.6	6	1.7
บริษัทจำกัด	115	32.9	42	12.0	157	44.9
<b>ประเภทธุรกิจ</b>						
กิจการผลิต	32	9.1	18	5.1	50	14.3
กิจการบริการ	143	40.9	26	7.4	169	48.3
กิจการค้า	117	33.4	14	4.0	131	37.4
<b>เจ้าของกิจการ</b>						
คนไทย	261	74.6	40	11.4	301	86.0
คนต่างชาติ	9	2.6	0	0	9	2.6
คนไทยร่วมกับต่างชาติ	22	6.3	18	5.1	40	11.4

ตาราง 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n = 350) (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	วิสาหกิจขนาดย่อม		วิสาหกิจขนาดกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>กลุ่มลูกค้า</b>						
ในประเทศ	204	58.3	23	6.6	227	64.9
ในและต่างประเทศ	86	24.6	29	8.3	115	32.9
ต่างประเทศ	2	.6	6	1.7	8	2.3
<b>สภาพการแข่งขัน</b>						
ไม่มีคู่แข่ง	16	4.6	0	0	16	4.6
การแข่งขันน้อย	8	2.3	8	22.3	86	24.6
การแข่งขันปานกลาง	198	56.6	50	14.3	248	70.9
<b>คู่แข่ง</b>						
ในประเทศ	236	67.4	27	7.7	263	75.1
ในและต่างประเทศ	56	16.0	31	8.9	87	24.9
<b>ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ</b>						
น้อยกว่า 1 ปี	28	8.0	0	0	28	8.0
1-6 ปี	24	6.8	146	41.7	170	48.6
7-10 ปี	52	14.9	18	5.1	70	20.0
ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	66	18.9	16	4.6	82	23.4
<b>การกู้ยืม</b>						
ไม่มีการกู้ยืม	159	45.4	17	4.9	176	50.3
กู้ยืมจากธนาคาร	129	36.9	40	11.4	169	48.3
กู้ยืมนอกระบบ	4	1.1	1	.3	5	1.4
<b>วัตถุประสงค์การกู้ยืม</b>						
ไม่มี	158	45.1	17	4.9	175	50.0
เพื่อการลงทุน	65	18.6	12	3.4	77	22.0
เพื่อขยายธุรกิจ	24	6.9	21	6.0	45	12.9
เพื่อหมุนเวียน	45	12.9	8	2.3	53	15.1
<b>การรับรองมาตรฐาน</b>						
ไม่มี	254	72.6	44	12.6	298	85.1
มี	38	10.9	14	4.0	52	14.9

ตาราง 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n = 350) (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	วิสาหกิจขนาดย่อม		วิสาหกิจขนาดกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>การเป็นสมาชิกองค์กร</b>						
ไม่เป็น	272	77.7	49	14.0	321	91.7
เป็น	20	5.7	9	2.6	29	8.3
<b>การได้รับส่งเสริมการลงทุน</b>						
ไม่ได้รับ	284	81.1	53	15.1	337	96.3
ได้รับ	8	2.3	5	1.4	13	3.7
<b>รวม</b>	<b>292</b>	<b>83.4</b>	<b>58</b>	<b>16.6</b>	<b>350</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้จากกลุ่มตัวอย่าง 350 ราย คิดเป็นอัตราการตอบกลับของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 100 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวม พบว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยในการศึกษานี้มี จำนวน 350 ราย ส่วนใหญ่เป็นกิจการในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา รองลงมาคือจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการคนเดียว รองลงมาคือผู้บริหารระดับสูง เป็นพนักงานอื่น ๆ ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง

เมื่อพิจารณาการดำเนินกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจที่มีขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 83.4 สำหรับวิสาหกิจที่มีขนาดกลางคิดเป็นร้อยละ 16.6 พบว่า การดำเนินกิจการในรูปแบบจดทะเบียนบริษัทเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาเป็นกิจการที่มีเจ้าของเพียงคนเดียว กิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด และกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญ โดยประเภทธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ประกอบกิจการด้านการบริการ รองลงมาเป็นกิจการด้านการค้าและกิจการด้านการผลิต ในส่วนของผู้ดำเนินกิจการส่วนใหญ่เป็นคนไทย รองลงมาเป็นผู้ดำเนินกิจการเป็นคนไทยร่วมกับชาวต่างชาติ และผู้ดำเนินกิจการเป็นชาวต่างชาติ กิจการส่วนใหญ่มีการติดต่อค้าขายหรือให้บริการเฉพาะในประเทศ รองลงมาเป็นกิจการที่มีการติดต่อค้าขายหรือให้บริการทั้งในและต่างประเทศ และกิจการที่มีการติดต่อค้าขายหรือให้บริการเฉพาะในต่างประเทศ เมื่อพิจารณาเรื่องสภาพการแข่งขันในตลาดของแต่ละกิจการพบว่า สภาพการแข่งขันส่วนใหญ่มีการแข่งขันปานกลาง โดยส่วนใหญ่มีคู่แข่งทางธุรกิจเฉพาะในประเทศ

ในด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1-6 ปีจำนวน 170 ราย รองลงมาคือกิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 82 ราย กิจการที่มี

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 7-10 ปี จำนวน 70 ราย และกิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 1 ปีจำนวน 28 ราย เมื่อพิจารณาด้านการกู้ยืมเงิน พบว่า กิจการส่วนใหญ่ใช้ทุนตัวเองในการดำเนินธุรกิจ สำหรับกิจการที่ต้องการกู้ยืมเงิน จุดประสงค์หลักคือ การกู้เงินเพื่อการลงทุน รองลงมาคือการกู้เงินเพื่อหมุนเวียนทางธุรกิจ และเพื่อขยายธุรกิจ โดยส่วนใหญ่จะกู้เงินจากธนาคารและสถาบันทางการเงิน ในบางกิจการเท่านั้นที่มีการกู้เงินนอกระบบ

เมื่อพิจารณาในด้านการรับรองระบบมาตรฐานต่างๆ ของกิจการ อาทิ มาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพระดับสากล ISO หรือ International Standardization and Organization และ มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น พบว่า กิจการส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับมาตรฐานการรับรองและการเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรต่างๆ ในด้านการส่งเสริมการลงทุนจากหน่วยงานรัฐหรือองค์กรต่างๆ พบว่า กิจการส่วนใหญ่ยังขาดการส่งเสริมการลงทุนจากหน่วยงานรัฐหรือองค์กรต่างๆ

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา

การศึกษานี้ประกอบด้วยตัวแปรแฝงที่ใช้ในการศึกษา 3 ตัว คือ ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ระดับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

### 2.1 ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในงานวิจัยนี้ หมายถึง ระดับการปฏิบัติในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ใน 6 ประเด็น ตามมาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรมว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม (กรมอุตสาหกรรม, 2552 อ้างใน พรพิมล เอื้ออนันต์, 2553) ดำเนินการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติบรรยายประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ดังรายละเอียดตาราง 4.2

ตาราง 4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง ของระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

ตัวแปรความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. การกำกับดูแลองค์กร	3.779	0.732	-0.320	-0.263	มาก
2. การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม	4.018	0.666	-0.212	-0.529	มาก
3. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม	3.983	0.661	-0.358	-0.192	มาก



ตาราง 4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง ของระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (ต่อ)

ตัวแปรความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	3.867	0.697	-0.034	-0.543	มาก
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	3.722	0.665	-0.221	-0.312	มาก
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	3.539	0.804	-0.164	-0.330	มาก

จากตาราง 4.2 เป็นการประเมินด้วยแบบสอบถามที่มีมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.539 ถึง 4.018 หรืออยู่ในมาตราส่วนมีค่าระดับ 3 ถึง 5 เมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ได้กำหนด โดยทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ตัวแปรการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม รองลงมาคือ ตัวแปรการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม ตัวแปรความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ตัวแปรการกำกับดูแลองค์กร ตัวแปรการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และตัวแปรการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.661 ถึง 0.804 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุดคือ ตัวแปรการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และตัวแปรที่มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำที่สุดคือ ตัวแปรการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม จากผลการวิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเมื่อพิจารณาร่วมกับค่าเฉลี่ยแสดงว่าการกระจายตัวของข้อมูลที่ออกหากจากค่าเฉลี่ยกลางของข้อมูลมีการแปรปรวนหรือการกระจายของข้อมูลน้อย

ผลการวิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงของตัวแปร พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีลักษณะการแจกแจงแบบเบ้ซ้าย (ความเบ้เป็นลบ) อยู่ระหว่าง -0.358 ถึง -0.034 แสดงให้เห็นว่าระดับคะแนนความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของข้อมูลสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง อยู่ระหว่าง -0.543 ถึง -0.192 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าศูนย์ (0) หรือเรียกว่าความโด่งเป็นลบ การแจกแจงจะมีลักษณะโค้งต่ำ

**ตาราง 4.3** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ จำแนกตามขนาดธุรกิจ

ระดับการรับรู้	ขนาดย่อม		ขนาดกลาง		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ	3.34	0.47	3.47	0.37	-2.40	0.02

จากตาราง 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ จำแนกตามขนาดธุรกิจ พบว่า ระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของวิสาหกิจขนาดย่อมมีความแตกต่างจากวิสาหกิจขนาดกลาง โดยวิสาหกิจขนาดย่อมมีระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.34$ , S.D. = 0.47) ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางมีระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับที่มาก ( $\bar{x} = 3.47$ , S.D. = 0.37) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $t = -2.40$ ,  $P = 0.02$ )

## 2.2 ระดับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในงานวิจัยนี้ หมายถึง ระดับค่านิยมร่วมที่แสดงออกในกระบวนการดำเนินธุรกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (สุขสรรค์ กันตะบุตร, 2553) ดำเนินการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติบรรยายประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ดังรายละเอียดตาราง 4.4

**ตาราง 4.4** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่งของระดับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ตัวแปรปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. ภูมิคุ้มกัน	3.830	0.640	-0.009	-0.487	มาก
2. ความเพียร	3.787	0.719	-0.051	0.195	มาก
3. ความพอประมาณ	3.371	0.949	-0.434	0.011	ปานกลาง
4. การแบ่งปัน	3.281	0.916	-0.366	0.194	ปานกลาง
5. การมีจริยธรรม	3.796	0.732	-0.253	0.239	มาก
6. การพัฒนาภูมิสังคม	3.626	0.791	-0.158	-0.096	มาก

จากตาราง 4.4 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.281 ถึง 3.830 หรืออยู่ในมาตราส่วนมีค่าระดับ 3 ถึง 4 เมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ได้กำหนด โดยส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ตัวแปรภูมิคุ้มกัน รองลงมาคือ ตัวแปรการมีจริยธรรม ตัวแปรความเพียร และตัวแปรการพัฒนาภูมิสังคม เรียงตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับปานกลางคือ ตัวแปรความพอประมาณ และตัวแปรการแบ่งบัน

ผลการวิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.640 ถึง 0.949 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุดคือ ตัวแปรความพอประมาณ และตัวแปรที่มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำที่สุดคือ ตัวแปรภูมิคุ้มกัน จากผลการวิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เมื่อพิจารณาพร้อมกับค่าเฉลี่ยแสดงว่าการกระจายตัวของข้อมูลที่ออกหาค่าเฉลี่ยกลางของข้อมูลมีการแปรปรวนหรือการกระจายของข้อมูลน้อย

ผลการวิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงของตัวแปร พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีลักษณะการแจกแจงแบบเบ้ซ้าย (ความเบ้เป็นลบ) อยู่ระหว่าง -0.434 ถึง -0.009 แสดงให้เห็นว่า คะแนนค่านิยมร่วมของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของข้อมูลสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง อยู่ระหว่าง -0.487 ถึง 0.239 ซึ่งมีค่าความโด่งน้อย การแจกแจงจะมีลักษณะโค้งต่ำ

**ตาราง 4.5** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จำแนกตามขนาดธุรกิจ

ระดับการรับรู้	ขนาดย่อม		ขนาดกลาง		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	3.66	.60	3.79	.73	-1.45	0.15

จากตาราง 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จำแนกตามขนาดธุรกิจ พบว่า ระดับการรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจขนาดกลางไม่มีความแตกต่างกัน โดยวิสาหกิจขนาดย่อมมีระดับการรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในระดับที่มาก ( $\bar{x} = 3.66$ , S.D. = 0.60) เช่นเดียวกับวิสาหกิจขนาดกลางที่มีระดับการรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในระดับที่มาก ( $\bar{x} = 3.70$ , S.D. = 0.73) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $t = -1.45$ ,  $P = 0.15$ )

### 2.3 การพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในงานวิจัยนี้ หมายถึง ระดับความสามารถแห่งองค์กรที่ยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดำเนินการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติบรรยายประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ดังรายละเอียดตาราง 4.6

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง ของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ตัวแปรการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้พลวัต ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. ความสามารถขององค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง	3.331	0.692	0.199	0.454	ปานกลาง
2. ความสามารถแห่งองค์กรในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม	3.466	0.659	0.213	-0.179	มาก
3. ความสามารถแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข	3.366	0.815	-0.348	0.148	ปานกลาง

จากตาราง 4.6 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.331 ถึง 3.466 หรืออยู่ในมาตราส่วนมีค่าระดับ 3 ถึง 4 เมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ได้กำหนด โดยส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ตัวแปรความสามารถแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข รองลงมาคือ ตัวแปรความสามารถขององค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง ส่วนค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากคือ ความสามารถแห่งองค์กรในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม

ผลการวิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.659 ถึง 0.815 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุดคือ ตัวแปรความสามารถแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข และตัวแปรที่มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำที่สุดคือ ความสามารถแห่งองค์กรในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม จากผลการวิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเมื่อพิจารณาร่วมกับค่าเฉลี่ยแสดงว่าการกระจายตัวของข้อมูลที่อยู่ห่างจากค่าเฉลี่ยกลางของข้อมูล มีการแปรปรวนหรือการกระจายของข้อมูลน้อย

ผลการวิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงของตัวแปร พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเบ้ อยู่ระหว่าง -0.348 ถึง 0.213 เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง อยู่ระหว่าง -0.179 ถึง 0.454 ซึ่งเกณฑ์ของความเบ้และความโด่งที่ยอมรับได้ได้คือค่าความเบ้ไม่เกิน 3.00 และ ค่าความ

โด่งไม่เกิน 10.00 (พูลพงษ์ สุขสว่าง, 2556) แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรมีลักษณะ การแจกแจงไม่เบ้ และไม่โด่งจนผิดปกติจึงนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ในขั้นต่อไป

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบ Pearson Correlation

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ บริษัทฯ เศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยผู้วิจัยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ สามารถระบุทิศทางของความสัมพันธ์ และขนาดของความสัมพันธ์ว่ามีค่าอยู่ในระดับใด โดยผู้วิจัยทำการทดสอบการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 15 ตัวแปร ดังรายละเอียดตาราง 4.7

ตาราง 4.7 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปร	FCBP	FCE	FCP	R	P	M	S	E	GD	EC	CDS	CR	HR_FLP	FOP	OG
	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient (r)														
FCBP	1.000														
FCE	.598*	1.000													
FCP	.643*	.601*	1.000												
R	.500*	.467*	.420*	1.000											
P	.492*	.460*	.495*	.588*	1.000										
M	.263*	.379*	.490*	.215*	.309*	1.000									
S	.341*	.319*	.466*	.260*	.401*	.571*	1.000								
E	.469*	.357*	.366*	.560*	.552*	.295*	.383*	1.000							
GD	.633*	.394*	.424*	.503*	.495*	.265*	.344*	.473*	1.000						
EC	.353*	.244*	.355*	.457*	.450*	.241*	.312*	.430*	.454*	1.000					
CDS	.430*	.402*	.432*	.557*	.548*	.351*	.380*	.523*	.469*	.525*	1.000				
CR	.405*	.378*	.407*	.582*	.516*	.276*	.255*	.436*	.442*	.594*	.602*	1.000			
HR_FLP	.339*	.405*	.436*	.561*	.553*	.205*	.291*	.527*	.377*	.530*	.645*	.734*	1.000		
FOP	.336*	.315*	.426*	.494*	.487*	.187	.337*	.464*	.316*	.426*	.487*	.674*	.722*	1.000	
OG	.488*	.456*	.491*	.511*	.503*	.269*	.349*	.480*	.431*	.340*	.508*	.553*	.592*	.657*	1.000

หมายเหตุ : \* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (P < 0.05)

### สัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนตัวแปร

CSR	=	ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility)
SE	=	ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy)
SDAEC	=	การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Sustainable Development under the Asean Economic Community Development)
OG	=	การกำกับดูแลองค์กร (Organizational Governance)
HR_FLP	=	การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม (Human Rights and Fair Labour Practices)
EC	=	การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (Environment Care)
FOP	=	การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operating Practices)
CR	=	ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (Consumers Responsible)
CDS	=	การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (Community Development and Social)
GD	=	การพัฒนาภูมิสังคม (Geosocial Development)
P	=	ความเพียร (Perseverance)
R	=	การสร้างภูมิคุ้มกัน (Resilience)
M	=	ความพอประมาณ (Moderation)
S	=	การแบ่งปัน (Sharing)
E	=	จริยธรรม (Ethics)
FCP	=	ความสามารถขององค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง (Firm's Capacity to Deliver Strong Performance)
FCE	=	ความสามารถแห่งองค์กรในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม (Firm's Capacity to Endure Social and Economic Crises)
FCBP	=	ความสามารถแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข (Firm's Capacity to Bring Public Benefits and Happiness)

จากตาราง 4.7 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อบอกระดับความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 15 ตัวแปร จากโปรแกรม AMOS Version 21 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equations Model: SEM) จะต้องมีค่าไม่ควรเกิน + 0.80 พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับที่ต่ำ อยู่ระหว่างค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.187 - 0.734 ซึ่งไม่เกิน 0.80 บ่งชี้ว่า ทุกตัวแปรสังเกตได้มีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกต่อกันในระดับที่เหมาะสม นอกจากนี้การตรวจสอบความเหมาะสมของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ในภาพรวม (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO) มีค่าเท่ากับ 0.91

ซึ่งมีค่าสูงเข้าใกล้ 1 ผลการทดสอบนี้แสดงให้เห็นว่าตัวแปรต่างๆ ของข้อมูลชุดนี้มีความสัมพันธ์กันมาก และค่า Bartlett test of Sphericity พบว่า มีค่านัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) เท่ากับ 0.00 จึงแสดงว่าข้อมูลตัวแปรชุดนี้เหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบและเป็นแบบจำลองการวัดที่มีคุณภาพเหมาะสมและมีความเที่ยงธรรมในระดับดี

#### **ตอนที่ 4 การวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย ภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equations Model: SEM) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ดังนี้

##### **4.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน**

การวิเคราะห์แบบจำลองการวัดด้วยองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ใช้สำหรับการตรวจสอบและยืนยันความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ ที่พัฒนาจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี เพื่อวัดผลตัวแปรแฝงและยืนยันว่าตัวแปรสังเกตได้แต่ละกลุ่มว่าเป็นตัวบ่งชี้ที่เหมาะสมสำหรับตัวแปรแฝงที่กำหนด ซึ่งสามารถตรวจสอบความสอดคล้องในภาพรวม (Overall Fit) ของแบบจำลอง และค่าพารามิเตอร์ โดยแบบจำลองการวัดในการศึกษานี้สร้างขึ้นจากการทบทวนทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบไปด้วยตัวแปรแฝง (Latent Variable) จำนวน 3 ตัวแปร และตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) จำนวน 15 ตัวแปร ประกอบด้วย

1) ตัวแปรแฝงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility: CSR) ซึ่งวัดจากตัวแปรสังเกตได้ 6 ตัวแปร ประกอบด้วย (1) การกำกับดูแลองค์กร (2) การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม (3) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (4) การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (5) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และ (6) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

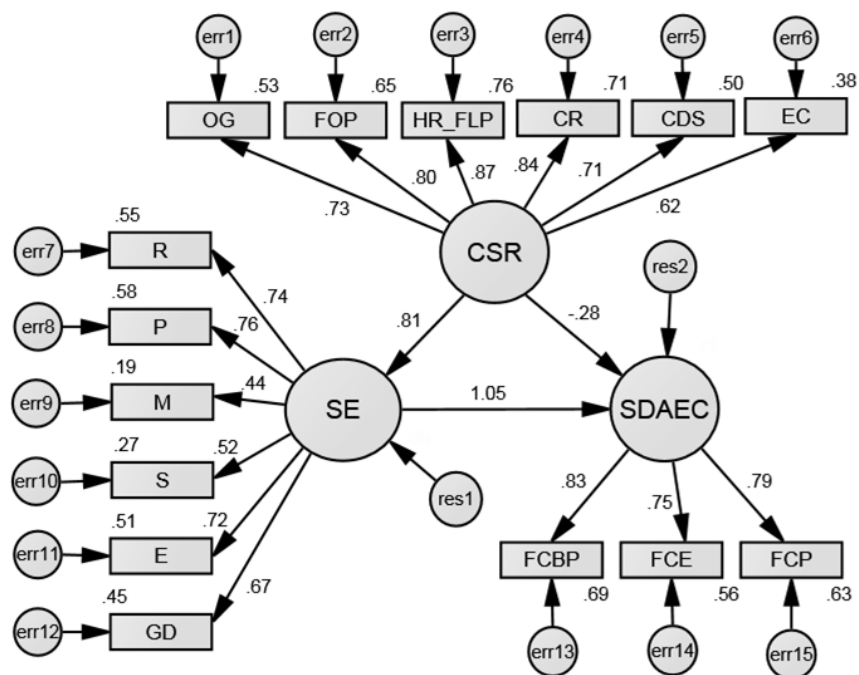


2) ตัวแปรแฝงปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy: SE) ซึ่งวัดจากตัวแปรสังเกตได้ 6 ตัวแปร ประกอบด้วย (1) การพัฒนาภูมิสังคม (2) ความเพียร (3) การสร้างภูมิคุ้มกัน (4) ความพอประมาณ (5) การแบ่งปัน และ (6) จริยธรรม

3) ตัวแปรแฝงการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Sustainable Development under the Asean Economic Community Development: SDAEC) ซึ่งวัดจากตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ประกอบด้วย (1) ความสามารถขององค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง (2) ความสามารถแห่งองค์กรในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม และ (3) ความสามารถแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในโมเดลสมการโครงสร้าง ซึ่งเป็นกรวิเคราะห์ห้ข้อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต (Observed Variable) กับตัวแปรแฝง (Latent Variable) ที่ได้กำหนดขึ้น โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป AMOS Version 21 ตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดล (Validation of The Model) และตรวจสอบความสอดคล้องกลไกของโมเดลแต่ละองค์ประกอบในโมเดลสมการโครงสร้างที่กำหนดขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถแสดงได้ดังภาพประกอบ 4.1 และตาราง 4.8

ภาพประกอบ 4.1 แบบจำลองสมการโครงสร้างก่อนปรับโมเดล



Chi-square = 648.33, df = 87, P = 0.00, CMIN/DF = 7.45, GFI = 0.77,

AGFI = 0.68, CFI = 0.82, RMSEA = 0.14

ตาราง 4.8 การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ก่อนปรับโมเดล)

	ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติ	ผลการวิเคราะห์
1.	$\chi^2$	$P > .05$	0.00	ไม่ผ่านเกณฑ์
2.	$\chi^2 / df$	$< 3$	7.45	ไม่ผ่านเกณฑ์
3.	GFI	$> 0.90$	0.77	ไม่ผ่านเกณฑ์
4.	AGFI	$> 0.90$	0.68	ไม่ผ่านเกณฑ์
5.	RMSEA	$< 0.08$	0.14	ไม่ผ่านเกณฑ์
6.	CFI	$> 0.90$	0.82	ไม่ผ่านเกณฑ์

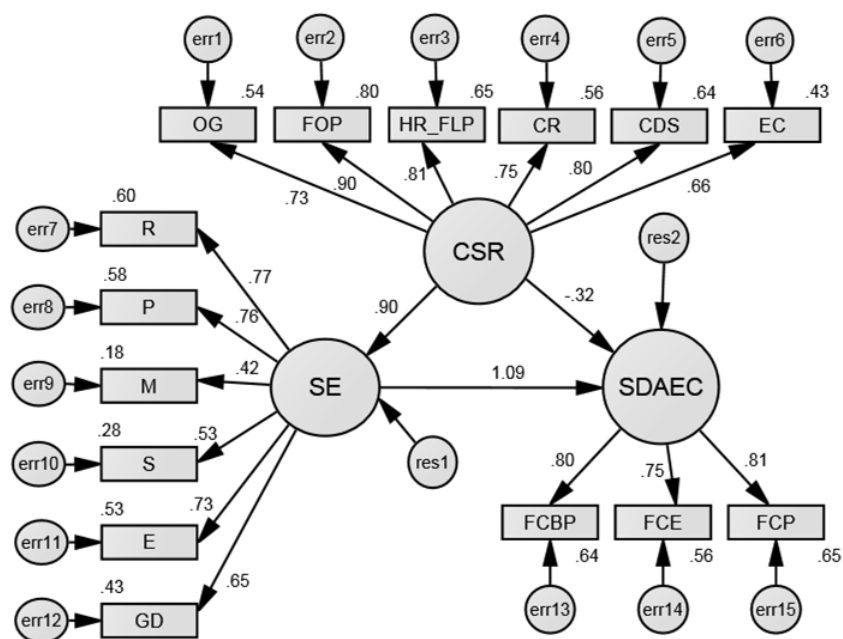
จากภาพประกอบ 4.1 และตาราง 4.8 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ปรึกษาเศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ค่าดัชนีที่สำคัญในการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วย ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square:  $\chi^2$ ) เท่ากับ 648.33 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 87 ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P-value) เท่ากับ 0.00 ผลการตรวจสอบบ่งชี้ว่าไม่ผ่านเกณฑ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) ที่ต้องมากกว่า 0.05 หรืออีกนัยหนึ่ง คือ โมเดลตามสมมติฐานยังไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หากพิจารณาค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2 / df$ ) เท่ากับ 7.45 ผลการตรวจสอบบ่งชี้ว่าไม่ผ่านเกณฑ์โดยทั่วไปแล้วค่าที่ได้ที่น้อยกว่า 3 จะเป็นค่าที่ดี และค่าที่เข้าใกล้หรือเท่ากับ 0 มากเท่าไร แสดงว่าโมเดลนั้นยังมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น

เมื่อพิจารณาค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.77 ผลการตรวจสอบบ่งชี้ว่าไม่ผ่านเกณฑ์ ซึ่งควรอยู่ระหว่าง 0 - 1 โดยค่า 1 หมายถึงค่าชี้วัดที่แสดงว่าโมเดลนั้น ๆ มีความสอดคล้องกลมกลืนที่สุด แต่หากค่า GFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.68 ผลการตรวจสอบบ่งชี้ว่าไม่ผ่านเกณฑ์ ซึ่งควรมีค่าอยู่ระหว่าง 0 - 1 โดยค่า 1 หมายถึงค่าชี้วัดที่แสดงว่าโมเดลนั้น ๆ มีความสอดคล้องกลมกลืนที่สุด แต่หากค่า AGFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ เช่นเดียวกับค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.14 ผลการตรวจสอบบ่งชี้ว่าไม่ผ่านเกณฑ์ ซึ่งควรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.05 - 0.08 หรือน้อยกว่า 0.08 จึงถือว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และค่าที่เข้าใกล้ 0 ถือว่าเป็นค่าที่ดีที่สุด ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง

กลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.82 ผลการตรวจสอบบ่งชี้ว่าไม่ผ่านเกณฑ์ โดยค่า CFI ควรอยู่ระหว่าง 0 และ 1 และหากค่า CFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากค่าดัชนีที่สำคัญจากผลการพิจารณาข้างต้นแล้ว พบว่าโมเดลไม่ผ่านเกณฑ์ตามค่าดัชนีที่กำหนดไว้ ต้องทำการปรับโมเดล (Model Modification Indices: MI) เพื่อให้โมเดลสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยผู้วิจัยได้พิจารณาจากการปรับค่าพารามิเตอร์ในโมเดลด้วยดัชนีปรับโมเดลของโปรแกรม AMOS version 21 ที่มีค่าสูงสุด มากกว่า 3.84 ประกอบกับค่า EPC (Expected Parameter Change) ที่มีค่าดัชนีสูงสุด รวมทั้งพิจารณาถึงความเหมาะสม และความเป็นไปได้ทางทฤษฎีประกอบ โดยจะพิจารณาปรับครั้งละ 1 พารามิเตอร์จนกระทั่งโมเดลมีความเหมาะสมและสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

**ภาพประกอบ 4.2** แบบจำลองสมการโครงสร้างหลังการปรับโมเดลให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยการเชื่อมค่าความคลาดเคลื่อน



Chi-square = 125.15, df = 56, P = 0.00, CMIN/DF = 2.24, GFI = 0.95,  
AGFI = 0.90, CFI = 0.98, RMSEA = 0.06

ตาราง 4.9 การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (หลังปรับโมเดล)

	ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติ	ผลการวิเคราะห์
1.	$\chi^2$	$P > .05$	0.00	ผ่านเกณฑ์
2.	$\chi^2 / df$	$< 3$	2.24	ผ่านเกณฑ์
3.	GFI	$> 0.90$	0.95	ผ่านเกณฑ์
4.	AGFI	$> 0.90$	0.90	ผ่านเกณฑ์
5.	RMSEA	$< 0.08$	0.06	ผ่านเกณฑ์
6.	CFI	$> 0.90$	0.98	ผ่านเกณฑ์

จากภาพประกอบ 4.2 แบบจำลองสมการโครงสร้างหลังการปรับโมเดลให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการเชื่อมค่าความคลาดเคลื่อน เมื่อพิจารณาปรับโมเดลให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์แล้ว ส่งผลให้ค่าแสดงความสัมพันธ์มีการเปลี่ยนแปลง ดังตาราง 4.9 การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ค่าดัชนีที่สำคัญในการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วย ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square:  $\chi^2$ ) เท่ากับ 125.15 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 56 ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P-value) เท่ากับ 0.00 นั้นหมายถึง ค่าสถิติไค-สแควร์ มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งโดยปกติจะพิจารณาว่าไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด แต่จากแนวคิดของ แฮร์ และคณะ (Hair et al., 2010) เสนอว่าเกณฑ์การตัดสินความกลมกลืนของโมเดลมีความแตกต่างกันตามความซับซ้อนของโมเดล ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 250 และตัวแปรสังเกตได้มีจำนวน 12-30 ตัวแปร ค่าสถิติไค-สแควร์ ได้รับการคาดหวังให้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติได้ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 350 ราย และมีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 15 ตัวแปร ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบตามแนวคิดดังกล่าว จึงพิจารณาค่าสถิติไค-สแควร์ มีค่าผ่านเกณฑ์ยอมรับได้

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาควบคู่ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2 / df$ ) เท่ากับ 2.24 เปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดพบว่า ยอมรับได้ ซึ่งควรมีค่าที่ได้ที่น้อยกว่า 3 เป็นค่าที่ดี จึงบ่งชี้ว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างนี้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.95 ผลการตรวจสอบบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ ซึ่งมีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลถูกยอมรับ เช่นเดียวกับค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI)

เท่ากับ 0.90 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ผลการตรวจสอบบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ สอดคล้องกับค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.06 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด พบว่าอยู่ระหว่าง 0.05 – 0.08 หรือน้อยกว่า 0.08 ผลการตรวจสอบบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.98 ซึ่งมีค่ามากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ โดยมีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ จึงสรุปได้ว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างที่กำหนดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี

#### 4.2 ผลการประมาณค่าแบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

จากแบบจำลองการวัดซึ่งประกอบด้วยตัวแปรแฝง 3 ตัวแปร และตัวแปรสังเกตได้ 15 ตัวแปร สามารถดำเนินการประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองการวัด ซึ่งพิจารณาจากความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้อง (Convergent Validity) ของแบบจำลองในภาพรวม เพื่อตรวจสอบค่าความสัมพันธ์ในแต่ละตัวแปรแฝงถึงความถูกต้องและอย่างสมเหตุสมผลของโมเดลการวัด ดังรายละเอียดในตาราง 4.10

ตาราง 4.10 แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแต่ละตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	Factor Loading	S.E.	t	P	Standardized Factor Loading	R <sup>2</sup>
CSR	HR_FLP	0.99	0.08	12.84	***	0.81	0.65
	FOP	1.10	0.09	12.78	***	0.90	0.80
	OG	1.01	0.09	10.77	***	0.73	0.54
	CR	0.97	0.07	13.37	***	0.75	0.56
	CDS	1.00	0.08	12.56	***	0.80	0.64
	EC	1.00	0.08	12.52	***	0.66	0.43
CR = 0.86, AVE = 0.50							
SE	P	1.39	0.18	7.29	***	0.76	0.58
	R	1.25	0.17	14.71	***	0.77	0.60
	GD	1.31	0.18	12.37	***	0.65	0.43

หมายเหตุ : \*\*\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (P < 0.05)

ตาราง 4.10 แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแต่ละตัวแปรแฝง (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปร สังเกตได้	Factor Loading	S.E.	t	P	Standardized Factor Loading	R <sup>2</sup>
SE	M	0.70	0.10	7.29	***	0.42	0.18
	S	1.22	0.14	8.60	***	0.53	0.28
	E	1.35	0.18	7.46	***	0.73	0.53
CR = 0.85, AVE = 0.50							
SDAEC	FCBP	1.32	0.09	14.71	***	0.80	0.64
	FCE	0.76	0.05	14.66	***	0.75	0.56
	FCP	1.13	0.08	14.38	***	0.81	0.65
CR = 0.75, AVE = 0.50							

หมายเหตุ : \*\*\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (P < 0.05)

จากตาราง 4.10 แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแต่ละตัวแปรแฝง พิจารณาจากความจริง (Validity) ความเที่ยง (Reliability) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R<sup>2</sup>) ดังนี้

1. ความตรง (Validity) หมายถึงความสามารถของตัวแปรหรือตัวบ่งชี้ที่ใช้วัดตัวแปรแฝงในแบบจำลอง โดยพิจารณาจากความมีนัยสำคัญของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading หรือ b) คะแนนดิบ เพื่อสามารถเปรียบเทียบความสำคัญของตัวแปรสังเกตได้ว่าตัวแปรใดใช้วัดตัวแปรแฝงได้ดีที่สุด ค่าน้ำหนักองค์ประกอบควรมีค่าสูงและมีนัยสำคัญทางสถิติ t - value มากกว่า 1.96 จากแบบจำลองการวัด พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 7.29 ถึง 14.71 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (Diamantopoulos and Sigauw, 2000) นอกจากนี้ยังพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐาน (Standardized Factor Loading หรือ  $\beta$ ) ส่วนใหญ่มีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งควรมีค่าขั้นต่ำที่ยอมรับได้เป็น 0.50 หรือสูงกว่า และมีค่า 0.70 หรือสูงกว่า ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี (Hair et al., 2010) แสดงว่า ในภาพรวมตัวแปรสังเกตได้ ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีความแปรปรวนร่วมกันในระดับที่ค่อนข้างสูง บ่งชี้ได้ว่าโมเดลการวัดมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างในระดับดี และเมื่อพิจารณาแบบจำลองโครงสร้างในแต่ละตัวแปรแฝง เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรสังเกตได้ว่าตัวแปรใดจะสามารถเป็นตัวบ่งชี้ที่ดีในแต่ละตัวแปรแฝงได้ด้วยการพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

1.1 ตัวแปรแฝงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐาน อยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 0.90 โดยตัวแปรการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (FOP) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐานมากที่สุด เท่ากับ 0.90 รองลงมาคือ ตัวแปรการเคารพสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (HR\_FLP) ตัวแปรการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (CDS) ตัวแปรความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (CR) ตัวแปรการกำกับดูแลองค์กร (OG) และตัวแปรการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (EC) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐาน 0.81 0.80 0.75 0.73 และ 0.66 ตามลำดับ

1.2 ตัวแปรแฝงปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (SE) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐาน อยู่ระหว่าง 0.42 ถึง 0.77 โดยตัวแปรการสร้างภูมิคุ้มกัน (R) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐานมากที่สุด เท่ากับ 0.77 รองลงมาคือ ตัวแปรความเพียร (P) ตัวแปรจริยธรรม (E) ตัวแปรการพัฒนาภูมิสังคม (GD) ตัวแปรการแบ่งปัน (S) และตัวแปรความพอประมาณ (M) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐาน 0.76 0.73 0.65 0.53 และ 0.42 ตามลำดับ

1.3 ตัวแปรแฝงการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (SDAEC) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐาน อยู่ระหว่าง 0.75 ถึง 0.81 โดยตัวแปรความสามารถขององค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง (FCP) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐานมากที่สุดเท่ากันที่ 0.81 รองลงมาคือตัวแปรความสามารถแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข (FCBP) และตัวแปรความสามารถแห่งองค์กรในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม (FCE) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐาน 0.80 0.75 ตามลำดับ

2. ค่าความเที่ยง (Reliability) หมายถึงความคงเส้นคงวาของการวัดหรือความเที่ยงบอกระดับที่ตัวแปรวัดปราศจากความคลาดเคลื่อนในการวัด (Measurement Error) พิจารณาจาก Square Multiple Correlation เป็นสัดส่วนของความแปรปรวนของตัวแปรที่อธิบายได้โดยตัวแปรแฝง ซึ่งมีค่าเท่ากับค่าการร่วม (Communality) ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจการพิจารณาความเที่ยง (Reliability) ยังสามารถพิจารณาได้จากความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) (Hair et al., 2010)

2.1 ความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) จากแบบจำลองการวัด พบว่า ตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ระหว่าง 0.75 ถึง 0.86 ซึ่งมีเกณฑ์กำหนดว่าค่าความ

เที่ยงของตัวแปรแฝงที่ดีควรมีค่า 0.70 หรือสูงกว่า (Hair et al., 2010) จึงบ่งชี้ได้ว่าตัวแปรแฝงทั้งหมดในแบบจำลองการวัดมีความเที่ยงสูง

2.2 ความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ของโมเดลการวัดทั้งหมด พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.50 ซึ่งเท่ากับเกณฑ์ที่ยอมรับได้ 0.50 (Hair et al., 2010) จึงบ่งชี้ว่าไม่เกิดค่าผิดพลาดของการวัดที่ทำให้เกิดการผันแปรในตัวแปรสังเกตได้มากกว่าตัวแปรแฝงที่กำลังศึกษาอยู่

3. ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) หรือค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรสังเกตแต่ละตัว บอกถึงความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวในการอธิบายความแปรปรวนร่วมกันของตัวแปรแฝง ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) ยิ่งมีค่าสูงความเชื่อมั่นจะยิ่งมากขึ้น (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ, 2551) จากการศึกษาพบว่าขนาดการอธิบายร่วมกันของแต่ละตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวแปร มีค่าเข้าใกล้ 1 โดยในภาพรวมมีค่า ( $R^2$ ) อยู่ระหว่าง 0.18 ถึง 0.80 แสดงว่าในภาพรวมตัวแปรสังเกตได้ส่วนใหญ่มีค่าความคงที่สูงในการอธิบายความแปรปรวนร่วมกันของแต่ละตัวแปรแฝง

ผลการประเมินค่าความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้อง (Convergent Validity) ของแบบจำลองการวัด สรุปได้ว่า เป็นแบบจำลองการวัดที่มีคุณภาพเหมาะสมและมีความเที่ยงธรรมในระดับดี

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อตอบสนองสมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานของการวิจัย 3 สมมติฐาน ซึ่งจากผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างสามารถนำเสนอเป็นรายสมมติฐานดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคใต้ของประเทศไทยมีระดับการรับรู้ของความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการรับรู้ของความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นไปตามสมมติฐาน และระดับการรับรู้ของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 2** ความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ( $\beta$  เท่ากับ -0.32,  $P < 0.05$ )



**สมมติฐานที่ 3** ความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถนำวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไปยังการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผ่านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ( $\beta$  เท่ากับ 0.98,  $P < 0.05$ )

ตาราง 4.11 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	การตั้งสมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<p><b>สมมติฐานที่ 1</b> วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยมีระดับการรับรู้ของความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่แตกต่างกัน</p>	<p><math>H_0</math>: วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตภาคใต้ของประเทศไทยมีระดับการรับรู้ของความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกัน</p> <p><math>H_1</math>: วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตภาคใต้ของประเทศไทยมีระดับการรับรู้ของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่แตกต่างกัน</p>	<p>Independent Sample T-test</p>	<p>สนับสนุนสมมติฐาน <math>H_0</math></p> <p>ไม่สนับสนุนสมมติฐาน <math>H_1</math></p>
<p><b>สมมติฐานที่ 2</b> ความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (CSR <math>\rightarrow</math> SDAEC)</p>	<p><math>H_2</math>: ความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน</p>	<p>Confirmatory Factor Analysis and Path Analysis</p>	<p>สนับสนุนสมมติฐาน <math>H_2</math></p> <p>(<math>\beta = -0.32, P &lt; 0.05</math>)</p>
<p><b>สมมติฐานที่ 3</b> ความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไปยังการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (CSR <math>\rightarrow</math> SE <math>\rightarrow</math> SDAEC)</p>	<p><math>H_3</math>: ความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไปยังการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน</p>	<p>Confirmatory Factor Analysis and Path Analysis</p>	<p>สนับสนุนสมมติฐาน <math>H_3</math></p> <p>(<math>\beta = 0.98, P &lt; 0.05</math>)</p>

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลผ่านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปยังการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย

#### 1. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 1.1. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย จากกลุ่มตัวอย่าง 350 ราย ใน 3 จังหวัด คือ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งสิ้น 350 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 100 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่จะจดทะเบียนในรูปแบบบริษัท และประกอบกิจการด้านการบริการ มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 1-3 ปี ในภาพรวมยังขาดระบบมาตรฐานรับรอง และไม่ได้รับเงินสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ หรือองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค Cronbach's Coefficiency อยู่ในระดับดีมาก ( $\alpha = 0.92$ ) ลักษณะข้อมูลของตัวแปรมีการแจกแจงปกติ จึงเป็นแบบสอบถามที่ถือว่ามีความเชื่อมั่นและมีคุณภาพเพียงพอต่อการเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

## 1.2. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย

**วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1** เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคใต้ของประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติพิจารณาระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยมีระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่แตกต่างกัน โดยค่าเฉลี่ยวิสาหกิจขนาดย่อมอยู่ในระดับปานกลาง และค่าเฉลี่ยวิสาหกิจขนาดกลางอยู่ในระดับสูง ขณะที่ระดับการรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยมีระดับการรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ไม่แตกต่างกัน โดยค่าเฉลี่ยวิสาหกิจขนาดย่อมอยู่ในระดับที่มาก เช่นเดียวกับวิสาหกิจขนาดกลางที่ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่มากเช่นกัน

**วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2** เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย

จากการพัฒนาตัวแบบตามเหตุผลเชิงทฤษฎีและคำแนะนำจากโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ พบว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Sustainable Development under the Asean Economic Community Development) ได้รับอิทธิพลในทิศทางตรงกับข้ามจากความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ  $-0.32$  อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ  $.05$

**วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3** เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลผ่านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปยังการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย

ผลการทดสอบพบว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี น้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรสังเกตได้ส่วนใหญ่มีค่าในระดับสูง ซึ่งอยู่ระหว่าง  $0.42 - 0.90$  และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $.05$  จึงสะท้อนถึงความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างในระดับดี การโมเดลวัดยังมีความตรงเชิงจำแนก เพราะค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละคู่มีค่าไม่มาก แสดงว่า ตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีความแตกต่างกัน นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของตัวแปรสังเกตได้ อยู่ระหว่าง  $0.18$  ถึง  $0.80$  และค่าความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้มีค่าเท่ากับ  $0.50$

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย (Sustainable Development under the Asean Economic Community Development) ได้รับอิทธิพลโดยรวมจากความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) โดยส่งผ่านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.98 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

## 2. การอภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ยึดตามสมมติฐานที่ได้กำหนดขึ้น การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดจำแนกเป็น 3 ข้อ ซึ่งได้อธิบายดังรายละเอียดต่อไปนี้

**สมมติฐานที่ 1** ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคใต้มีระดับการรับรู้ของความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยมีระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่แตกต่างกัน โดยค่าเฉลี่ยวิสาหกิจขนาดย่อมอยู่ในระดับปานกลาง และค่าเฉลี่ยวิสาหกิจขนาดกลางอยู่ในระดับสูง

จากระดับของการรับรู้ของความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกันนั้น พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ และไม่เข้าใจการความหมายที่แท้จริงของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ หรือ CSR ว่าคืออะไร ซึ่งนั้นก็ไม่ได้หมายความว่าผู้ประกอบการไม่มีการดำเนินกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเลย เพียงแต่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่คุ้นเคยกับคำว่า จริยธรรมทางธุรกิจ และธรรมาภิบาลมากกว่า โดยไม่รู้ว่ากิจกรรมต่างๆ ที่ปฏิบัติกัน อาทิ การช่วยเหลือสังคม การบริจาค การเป็นอาสาสมัครชุมชน การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การให้สวัสดิการต่างๆ ของพนักงาน การส่งเสริมกิจกรรมชุมชน เป็นต้น คือส่วนหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ สอดคล้องกับ พรพิมล เอื้ออนันต์ (2553) พบว่า เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารส่วนใหญ่ของ SMEs ยังเข้าใจว่าการทำ CSR คือการบริจาคเงินและสิ่งของ และมีความเห็นว่าการทำ CSR ไม่เหมาะสมกับ SMEs เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ และ Perrini, Russo and Tencati (2007) พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กสนใจในเรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมที่ส่งผลถึงห่วงโซ่อุปทานมากกว่า ในการศึกษาของ Taliouris (2013) พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ไม่ได้รับการเข้าถึงหลักการปฏิบัติด้าน CSR และขั้นตอนการดำเนินงานในลักษณะการบริหารจัดการที่แน่ชัดเช่นเดียวกับองค์กรขนาดใหญ่ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรขนาดใหญ่จะมีความแตกต่างกันกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยผู้ประกอบการ

SMEs มีการดำเนินการด้าน CSR อย่างไม่เป็นทางการ ไม่มีทิศทางและดำเนินการกิจกรรม CSR อย่างง่าย ๆ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นที่พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ได้รับมาตรฐานการรับรอง และการไม่ได้รับส่งเสริมการลงทุนจากหน่วยงานรัฐและองค์กรต่างๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดการสื่อสารและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่อาจส่งเสริมต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจจากภาครัฐและเอกชน ทำให้ไม่เข้าใจถึงความหมายที่แท้จริงของการทำกิจกรรมด้าน CSR อีกประการหนึ่งในงานวิจัยของนิพนธ์ สุขสบาย (2557) กล่าวว่า การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ประสบการณ์ในการทำงานก็มีส่วนสำคัญ เนื่องจากการที่ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ทำงานในการดำเนินธุรกิจมายาวนาน จะเห็นความสำคัญของการทำ CSR มาก อีกทั้งยังมีความรู้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับวิธีการดำเนินกิจกรรมด้าน CSR มากกว่าผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อย

ขณะที่ระดับการรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยมีระดับการรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ไม่แตกต่างกัน โดยค่าเฉลี่ยวิสาหกิจขนาดย่อมอยู่ในระดับที่มาก เช่นเดียวกับวิสาหกิจขนาดกลางที่ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน

การรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้ที่ไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชได้ทรงชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่ และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น ซึ่งมีพื้นฐานของทางสายกลาง และความไม่ประมาท โดยคำนึงถึงการรู้จักพึ่งตนเอง ความพอประมาณ พอมีพอใช้ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนใช้ความรู้ความรอบคอบ และคุณธรรมประกอบการวางแผนตัดสินใจ เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงค่อนข้างสูง แต่ยังคงขาดความเข้าใจในการนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับชีวิตประจำวัน

ทั้งนี้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมไทยได้ โดยไม่ขัดกับหลักการของการแสวงหากำไร แต่การได้ซึ่งกำไรของธุรกิจต้องอยู่บนพื้นฐานของการไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น หรือ

แสวงผลกำไรจนเบียดเบียนประโยชน์ของสังคม โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดวิกฤตตามมา ตลอดจนคำนึงถึงทรัพยากรในธุรกิจอย่างรู้คุณค่า

## **สมมติฐานที่ 2** ความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ  $-0.32$  อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ  $.05$

ในภาคธุรกิจมีการกล่าวถึง และให้ความสำคัญกันมากในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ แต่ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักจะให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางสังคมในรูปแบบของการบริจาค การให้ทุนการศึกษา และการอาสาสมัครที่แสดงออกในรูปของการมีศีลธรรม คุณธรรมของบริษัทมากกว่า ซึ่งเป็นเรื่องที่ปฏิบัติจนเป็นพื้นฐานขององค์กรอยู่แล้ว และเป็นการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมแบบไม่เป็นทางการ นอกจากนั้น ในบางธุรกิจจัดทำ CSR เพียงเพื่อการประชาสัมพันธ์เท่านั้น ขาดจิตวิญญาณ และขาดความต่อเนื่องของการดำเนินกิจกรรมด้าน CSR อย่างจริงจัง พยายามสร้างภาพว่าองค์กรมีการดำเนินงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการป้องกันและลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ เช่น การประท้วงหรือต่อต้านจากคนในชุมชน ซึ่งจะทำธุรกิจไม่มีความสามารถที่จะยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคงหรือยั่งยืน สอดคล้องกับการศึกษาของ ธันยมัย เจียรกุล (2555) ให้ความคิดเห็นว่า ธุรกิจต้องมีการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร อันจะช่วยให้ธุรกิจมีความยั่งยืน ซึ่งต้องเป็นการดำเนินการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับสังคม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ในลักษณะที่ทําอย่างจริงจัง มิใช่กิจกรรมสร้างภาพลักษณ์เพียงอย่างเดียว หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ เป็นการย้ายจุดเน้นจาก single bottom line ที่เน้นเรื่องผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและการเงิน ไปเป็น triple bottom line ที่เน้นเรื่องของการสร้างผลตอบแทนทางสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับเป้าหมายเรื่องผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ ดังนั้นการนำหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามหลักสากลมาใช้ประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อาจจะไม่สอดคล้องกับการประกอบธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่ไม่เข้าใจความหมายที่แท้จริงของกิจกรรมด้าน CSR หรือผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำ CSR ตามหลักสากล

ในการศึกษาของ Luetkenhorst (2004) พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศที่กำลังพัฒนา และประเทศที่ผลิตเพื่อการส่งออกจำเป็นต้องมีเครื่องมือในการตรวจสอบ และรายงานประสิทธิภาพของ CSR อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้มีความจำเป็นต้อง

เพิ่มระดับการทำ CSR ของแต่ละบริษัท อีกทั้งต้องให้ความสำคัญของการส่งเสริมการทำ CSR โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมขององค์กรธุรกิจในเรื่องการส่งเสริมให้ธุรกิจตระหนักถึงความสำคัญของ CSR เพื่อความยั่งยืน รวมทั้งการคิดหามาตรการที่รอบคอบเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและขับเคลื่อนการปฏิบัติในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น โดยต้องจัดการทั้งในด้านอุปทานและอุปสงค์ การเพิ่มแรงจูงใจ ในการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับ Welford and Frost (2006) พบว่า บริษัทที่ต้องการนำเอา CSR มาใช้ เริ่มหันมาพิจารณาเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบหรือสินค้าจากบริษัทที่มีความสามารถในการทำความเข้าใจความต้องการของธุรกิจ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดใหญ่และมีจำนวนน้อย เนื่องจากบริษัทเหล่านั้นต้องการทำธุรกิจกับบริษัทหุ้นส่วนที่สามารถทำ CSR ได้ดีด้วย โดยเฉพาะเรื่องมาตรฐานแรงงานและสิทธิของผู้ใช้แรงงานการนำความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมาใช้ ซึ่งทำให้เกิดมีข้อได้เปรียบหลายข้อ และในขณะเดียวกันก็จะทำให้เกิดอุปสรรคสำหรับบริษัทเล็กๆ ผู้ประกอบการหลายคนที่ไม่ได้สมัครใจในงานวิจัยกล่าวว่าภายใน 5 ปี บริษัทส่งออกในเอเชียหลายบริษัทจะถูกขับออกจากธุรกิจ เมื่อผู้ซื้อหันมาให้ความสนใจกับบริษัทที่ใหญ่กว่าที่สามารถทุ่มเทเวลาและทรัพยากรในการทำ CSR ได้ สำหรับบริษัทใหญ่ๆแล้วก็จะใช้ความสำเร็จในการทำ CSR มาใช้เป็นการยืนยันภาพพจน์ว่าบริษัทมีหลักการที่ดีที่เหมาะสมแล้ว ซึ่งจะเป็นที่ดึงดูดผู้ซื้อที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ส่วน SME ที่ประสบอุปสรรคในการทำ CSR หรือไม่สนใจที่จะทำ CSR ก็จะถูกตัดออกโดยผู้ซื้อรายใหญ่ทำให้พวกเขาต้องลงไปแข่งขันกับบริษัทที่มีมาตรฐานทาง CSR ที่ต่ำกว่าหรือไม่ก็ถูกขับออกจากธุรกิจ

**สมมติฐานที่ 3** ความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไปยังการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผ่านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.98 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่จะปฏิบัติตามวิถีสังคมไทย ดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม จริยธรรมและศีลธรรม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ความสำคัญในเรื่องการดำเนินงานอย่างเป็นธรรมมากที่สุด รองลงมาคือการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อ



แรงงานอย่างเป็นธรรม การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การกำกับดูแลองค์กร และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม มากกว่าการดำเนินธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อม และคุ้นเคยกับการดำเนินธุรกิจตามแบบวิถีสังคมไทยอย่างไม่เป็นทางการ กล่าวได้ว่า หากต้องการพัฒนาธุรกิจได้อย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น การนำเอาหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามหลักสากลมาใช้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย อาจจะไม่สามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ฉะนั้นการตระหนักถึงปัจจัย สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมไทยเป็นหลัก เพื่อเป็นแบบเรียนรู้แนวคิด กระบวนการบริหารจัดการที่เหมาะสม โดยการนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาผนวกพร้อมกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามหลักสากล จะช่วยสร้างความสอดคล้องในการพัฒนาให้เกิดวัฒนธรรมที่เอื้อต่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาวได้เป็นอย่างดีให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

เนื่องจากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางการดำเนินชีวิตและยึดถือปฏิบัติตนโดยเน้นย้ำแนวทางการพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท และยึดหลัก ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ตลอดจนใช้ความรู้และคุณธรรมเป็น พื้นฐานในการดำรงชีวิต การป้องกันให้รอดพ้นวิกฤตเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงยั่งยืน ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ หลักคิดและแนวปฏิบัติตนดังกล่าวมีคุณค่ายิ่งต่อแนวคิดและการประพฤติปฏิบัติของคนไทยในทุกภาคส่วน ซึ่งสอดคล้องกับ ณาตนา จันทร์สม (2555) พบว่า การบริหารธุรกิจในยุคปัจจุบันต้องเผชิญทั้งปัจจัยเสี่ยงทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น การสร้าง “ความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ (Corporate Sustainability)” เป็นกระบวนการที่ได้รับความสนใจและมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น สำหรับการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจสมัยใหม่ การประยุกต์ใช้หลัก ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นหลักคิดเพื่อการตัดสินใจสำหรับองค์กรธุรกิจ ที่จะนำไปสู่ความสมดุลและยั่งยืนได้ เนื่องจาก การยึดหลักความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในการตัดสินใจจะทำให้ธุรกิจมีการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นควบคู่กันไป ไม่ใช่มองเพียงผลประโยชน์เท่านั้น การมีหลักยึดดังกล่าวจำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการบริหารจัดการของผู้บริหารกรรมการบริษัท และผู้ถือหุ้นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดการยอมรับและขับเคลื่อนองค์กรไปในทิศทางสู่ความเป็น “ธุรกิจที่ยั่งยืน” ได้ในที่สุด เช่นเดียวกับ มัทนชัย สุทธิพันธ์ (2556) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีบทบาทอย่างมากกับธุรกิจไทยในปัจจุบัน แต่การ

แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกิจการในประเทศไทย ยังเป็นเพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจเพื่อประโยชน์ทางการแข่งขันเท่านั้น นอกจากนี้ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับข้อมูลทางการเงินเหมือนการประเมินประสิทธิภาพของธุรกิจในอดีต ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนของกิจการได้ ทำให้แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพของธุรกิจผ่านทั้งข้อมูลทางการเงินและไม่เป็นการเงินได้รับความสนใจในปัจจุบัน นั่นคือการปฏิบัติตามหลักไตรกำกับปิยะ ซึ่งหลักปฏิบัติดังกล่าวได้ให้ความสำคัญกับ 3 ประเด็นหลัก คือ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของกิจการ อย่างไรก็ตามถึงแม้หลายกิจการพยายามนำหลักไตรกำกับปิยะมาใช้วัดผลการดำเนินงานของกิจการ แต่ไม่สามารถนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากธุรกิจยังคงมองการปฏิบัติตามดังกล่าวเพื่อตนเองไม่ใช่ทำเพื่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างแท้จริง แต่ถ้าธุรกิจผนวกการปฏิบัติตามหลักไตรกำกับปิยะกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ คือ กิจการต้องยึดหลักทางสายกลาง มีความพอประมาณ มีเหตุผลและมีภูมิคุ้มกัน ใน 2 เงื่อนไข คือความรู้และคุณธรรมจากการรวมกันของ 2 หลักนี้จะทำให้ธุรกิจไทยอยู่บนเส้นทางของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

### 3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

#### 3.1 ประโยชน์เชิงทฤษฎี

ผลจากการศึกษา เรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในครั้งนี้ได้ นำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ และแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง ความมั่นคงและความยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศกับการก้าวเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

โดยนำทฤษฎีความชอบธรรม และทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาทดสอบความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่ตรงตามความคาดหวังของสังคม กับผู้มีส่วนได้เสียในพฤติกรรมขององค์กร แสดงให้ผู้มีส่วนได้เสียเห็นถึงความรับผิดชอบต่อและภาระหน้าที่ที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย และทฤษฎีจริยธรรมทางธุรกิจของบริษัทมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างถูกต้องเหมาะสมอยู่ในแนวทางของศีลธรรม ในการรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารที่ต้องมีศีลธรรมเป็นเครื่องมือเพื่อให้เกิดคุณค่าทางจริยธรรม

### 3.2 ประโยชน์เชิงปฏิบัติ

1. เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ให้กับหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลรับผิดชอบทางด้านการพัฒนาและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น นำไปพิจารณาเพื่อกำหนดนโยบายในการสนับสนุนกิจกรรมทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

2. เป็นข้อมูลให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่สนใจในการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องไปปฏิบัติเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้กรอบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. เป็นแนวทางในการพัฒนาการนำแนวความคิดทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไปใช้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

### 4. ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะของการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อจำกัดและข้อเสนอแนะของการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

#### 4.1 ข้อจำกัดของการวิจัย

1. การเก็บข้อมูลในการวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ตั้งอยู่ในเขตภาคใต้จำนวน 3 จังหวัด แต่ละฐานข้อมูลของผู้ประกอบการที่ใช้้นั้นประกอบด้วยผู้ประกอบการที่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเท่านั้น ทำให้กรอบการเลือกกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวไม่ครอบคลุมประชากรทั้งหมด ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้ จึงไม่อาจตอบประเด็นต่างๆ ที่ต้องการศึกษาแทนประชากรในพื้นที่ศึกษาได้ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ฐานข้อมูลดังกล่าวถือได้ว่าเป็นตัวแทนฐานข้อมูลที่มีความเชื่อถือได้

2. ตัวแปรในงานวิจัยนี้สรุปมาจากการทบทวนวรรณกรรม ดังนั้น ตัวแปรจึงอาจมีความจำกัด ไม่ครอบคลุมตามปัจจัยสำคัญอื่นๆ ที่ก่อให้เกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในทุกภาคธุรกิจ อย่างไรก็ตามแนวคิดและผลที่ได้จากการศึกษาน่าจะสามารถอธิบายแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคม

เศรษฐกิจอาเซียนได้ดี จากการทดสอบแบบจำลองว่ามีความน่าเชื่อถือและสามารถเป็นตัวแทนที่ดีของการศึกษาได้

#### 4.2. ข้อเสนอแนะของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และข้อเสนอแนะของการวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

##### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.1. หน่วยงานภาครัฐที่ดูแลรับผิดชอบทางด้านการพัฒนาและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรส่งเสริมพัฒนาระดับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ และกำหนดแนวทางปฏิบัติการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างยั่งยืน เพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยการปรับรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้เข้ากับระบบบริหารงานตามวิถีสังคมไทยอย่างปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

1.2. ควรจัดทำช่องการสื่อสาร อาทิเช่น แผ่นพับ เว็บไซต์ คู่มือแนะนำการประชุมและสัมมนาอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อประสานความร่วมมือ ช่วยเหลือ และสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ เกิดความเข้าใจ สามารถนำแนวทางการปฏิบัติไปใช้ได้อย่างต่อเนื่อง

##### 2. ข้อเสนอแนะของการวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

2.1. ควรนำกรอบในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้กับประชากรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย เพื่อบูรณาการในการวิจัยครั้งต่อไป

2.2. ควรศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพิ่มเติมในบริบทของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2552). *มาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ. 2552*. กรุงเทพมหานคร. กรมโรงงานอุตสาหกรรม.
- กรีซ แรงสูงเนิน. (2554). *การวิเคราะห์ข้อปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น .
- กฤตชญาภัค อุ่นเสรี. (2554). *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC: ASEAN Economic Community ส่วนพัฒนาและ บริหารจัดการความรู้*. สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2557, จาก สถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย.  
<http://www.law.moi.go.th/pdf/asean2.pdf>
- กัญญารัตน์ ชีระวานิชผล. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์กิจการ และผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โกวิท อธิวัฒน์กุล. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลบัญชีตามความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลตอบแทนหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100 Index*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)
- จุมพล วิเชียรศิลป์. (2550). *แนวคิดเศรษฐกิจแบบพอเพียง*. เอกสารประกอบการสัมมนาวิชาการประจำปี พ.ศ. 2550 สมาคมภูมิศาสตร์แห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่.
- โชติชัย สุวรรณภรณ์. (2555). *ประเมินสถานการณ์ SMEs! ไทย ภายใต้การเข้าสู่ AEC*. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2557, จาก ศูนย์ข้อมูลความรู้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.  
<http://www.thai-aec.com/568>
- ณดา จันทร์สม. (2555). *ธุรกิจกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณัฐวัชร เฒ่าภู. (2555). *การพัฒนาอย่างยั่งยืน : ความเป็นเครือข่ายทางสังคม คุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมของชุมชนมุสลิมบ้านสมอเอก ตำบลดอนฉิมพลี อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา*. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคมและการจัดการสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).

- ธนพัฒน์ เล็กเกียรติ์ขจร. (2553). *ปัจจัยในความสำเร็จและพัฒนาการของสหภาพยุโรป อาเซียน ต้องดูอะไรแล้วย้อนดูตัว*. สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2557, <http://www.thailawstudent.bizhat.com/EU-ASEAN.doc>
- ธัญมัย เจียรกุล. (2555). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับการพัฒนาความยั่งยืน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 31(6), 7-18.
- ธีรพร ทองชะโชค และอาคม ใจแก้ว. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 30(1), 23-51.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นัทธมน ภูมิไชย. (2556). รู้เขารู้เรา ก่อนเข้าสู่ AEC ตอน พอร์มดี และห่วงโซ่ธุรกิจ กำหนดชะตา ธุรกิจได้. *วารสารธรรมนิติ ฉบับกฎหมายธุรกิจ*, 32(378) 26-28.
- นิตินันท์ วิศเวศวร และคณะ. (2551). *การเข้าสู่ตลาดจากการเปิดเสรีทางการค้าสำหรับ SMEs (กรณีศึกษา: FTA อาเซียน- สหภาพยุโรป)*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิพนธ์ สุขสบาย และบุษกร ถาวรประสิทธิ์. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 33(6), 202-212.
- บุญเลี้ยง นายโคกสูง. (2551). *การประยุกต์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย: กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่ม*. การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 46 หน้า 346-355. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประเวศ วะสี. (2555). *ยุทธศาสตร์ชุมชนท้องถิ่น ยุทธศาสตร์ชาติเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน. ครั้งที่ 1*. กรุงเทพฯ : บริษัท เครอล คอมพิวเตอร์ จำกัด.
- ปรารธนา คงนาค. (2557). *บทบาทและหน้าที่ของสหภาพยุโรปกับประชาคมอาเซียน: ความเหมือนบนความแตกต่าง*. สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2557, จาก ศูนย์โลกสัมพันธ์ไทย สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, [http://www.thaiworld.org/th/thailand\\_monitor/answer.php?question\\_id=1364](http://www.thaiworld.org/th/thailand_monitor/answer.php?question_id=1364)

- ปิยะฉัตร โยธารินทร์. (2554). ผลกระทบของการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกาฬสินธุ์. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 23 วันที่ 22-23 ธันวาคม พ.ศ. 2554 (หน้า 857 - 862). กาฬสินธุ์: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- พรพิมล เอื้ออนันต์. (2553). แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต). (2539). การพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิพุทธธรรม.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2555). การจัดการจริยธรรมทางธุรกิจ: ฐานรากของซีเอสอาร์ ปฐมเหตุ. กรุงเทพฯ: บรรณศิลป์ พรินติ้ง.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการ และคณะ. (2550). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์การพัฒนา CSR ในกระบวนการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ, กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. (2551). CSR ในมุมมองของ OECD. สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2557, จาก สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, <http://www.thaicrs.com/2008/04/csr-oecd.html>
- พลพงษ์ สุขสว่าง. (2556). โมเดลสมการโครงสร้าง (STRUCTURAL EQUATION MODELING). กรุงเทพมหานคร: บริษัท โรงพิมพ์วัฒนาพานิช จำกัด.
- มนตรี พิธิยะกุล และบุญชววรรณ วิงวอน. (2555). อิทธิพลเชิงโครงสร้างของความสามารถขององค์กรและชื่อเสียงองค์กรที่มีต่อผลการดำเนินงานและการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร. วารสารการจัดการ, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 5(1), 97-115.
- มัทนชัย สุทธิพันธ์. (2556). ทางออกของธุรกิจไทยสู่หนทางแห่งการพัฒนาอย่างยั่งยืน. วารสารบริหารธุรกิจ , 36(137), 38-50.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2556). การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วย AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : บริษัท วี.พรินท์ (1991) จำกัด.
- รสสุคนธ์ ชันคำกาศ. (2556). การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม ภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. การประชุม CAPToR Conference on Tourism, Hospitality and



Business 2012 วันที่ 23 พฤศจิกายน 2555 หน้า 30 . ขอนแก่น:

มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- วรวิฐา สิทธิมาลิก. (2556). *การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2550). *เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม*. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไอคอนพริ้นติ้ง.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2556). *แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ*. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2557, จาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย,  
[http://www.set.or.th/setlearningcenter/files/CSRI\\_195.pdf](http://www.set.or.th/setlearningcenter/files/CSRI_195.pdf)
- สมพจน์ วรรณนุช. (2551). *เศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์การพัฒนา*. กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สันติ บางอ้อ. (2542). *การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง*. เอกสารประกอบการสัมมนาวิชาการ ประจำปี 2542 สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2553). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543*. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2557, จาก สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, [http://www.codi.or.th/downloads/laws/law/Law\\_Community-6.pdf](http://www.codi.or.th/downloads/laws/law/Law_Community-6.pdf)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2547) *โครงการพัฒนาดัชนีชี้วัดการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย: คู่มือการจัดทำตัวชี้วัดการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำปี 2557*. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2557, จาก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,  
[http://www.sme.go.th/th/images/data/SR/download/2014/08aug/SMEs\\_all\\_ORcode.pdf](http://www.sme.go.th/th/images/data/SR/download/2014/08aug/SMEs_all_ORcode.pdf)

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำปี 2558. สืบค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2559, จาก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,  
<http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/alert/report-smes-year/report-year/report-year-2558>
- สุทธรงค์ กันตะบุตร. (2553). การพัฒนาแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ. (2551). แบบจำลองสมการโครงสร้าง: การใช้โปรแกรม LISREL, PRELIS และ SIMPLIS. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สุภาสินี ตันติศรีสุข. (2555). การพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน. วารสารเศรษฐศาสตร์สุโขทัยธรรมมาธิราช, 6(2), 1-10.
- อนันตชัย ยูระประถม. (2550). CSR: พลังบริหารธุรกิจยุคใหม่หนทางสู่ความมั่งคั่งอย่างมีคุณธรรม. กรุงเทพฯ: กองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจ สำนักพิมพ์มติชน.
- อนุวัต สงสม. (2555). แบบจำลองเชิงแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ. *Veridian E-Journal*, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 5(1), 618-639.
- อภิชัย พันธเสน. (2546). การประยุกต์พระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียงกับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- อาชวี เตาลานนท์. (2555). การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของภาคธุรกิจเอกชน. การประชุมประจำปี 2554 ของมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาประเทศตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมูลนิธิ วันที่ 28 มีนาคม 2555 หน้า1-8. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

### ภาษาอังกฤษ

- Best, W.J. (1977). *Research in Education (3 rd.ed.)*. Englewood Cliffs, NJ. Prentice - Hall.
- Carroll, .A.B. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility*. Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*. Retrieved March 20, 2009. From Business Soure Complete.

- Carroll, A.B. (2008). A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices. In Crane, A. (Eds.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, (19-46.). New York, NY: Oxford University Press.
- Cheney, G., Roper, J., & May, S. (2007). Overview. In *The Debate over Corporate Social Responsibility*, (1-12). New York: Oxford University Press.
- Cormier, D. & Gordon, I.M. (2001). An examination of social and environmental reporting strategies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 14 (5): 587-616
- Corson, W.H. (1990). *Global Ecology Handbook*. Boston: Beacon Press.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J A. (2000). *Introducing lisrel: A guide for the uninitiated (introducing statistical methods series)*. London: SAGE Publications, Inc.
- Freeman, R.E., Wicks, A.C. and Parmar, B. (2004). Stakeholder Theory and The Corporate Objective Revisited. *Organization Science* 15 (3): 364–369
- Guthrie, J. & Parker, L.D. (1989). *Corporate Social Reporting: A Rebuttal of Legitimacy Theory*. *Accounting and Business Research* 19: 343-352
- Hair, J. F. and others. (2010). *Multivariate Data Analysis*. USA: Pearson Education International.
- Inyang, B. J. (2013). Defining the Role Engagement of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Corporate Social Responsibility (CSR). *International Business Research*, 6 (5), 123-132. doi:10.5539/ibr.v6n5p123
- Jones, P., Comfort, D. & Hillier, D. (2008). Corporate social responsibility and marketing communications with in stores: A case study of U.K. food retailers. *Journal of Food Products Marketing*, 14(4), 109-119
- Kantabutra, S. (2014). Measuring corporate sustainability: A Thai approach. *Measuring Business Excellence*, 18(2).
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Krejcie, Robert V. and Morgan, Daryle W. (1970). Determinining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement* , 30(3), 607-610.

- Lindblom, C. K. (1994). *The Implications of Organizational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure*. Critical Perspectives on Accounting Conference, New York.
- Luetkenhorst, W. (2004). Corporate Social Responsibility and the Development Agenda: The Case for Actively Involving Small and Medium Enterprises. *Intereconomics*, May/June, 157-166.
- Luken, R., & Stares, R. (2005). Small Business Responsibility in Developing Countries: A Threat or an Opportunity? *Business Strategy and the Environment*, 14, 38-53.
- Perrini, F., Russo, A., & Tencati, A. (2007). CSR Strategies of SMEs and Large Firms. Evidence from Italy. *Journal of Business Ethics*, 74, 285-300.
- Post, J. E., Lawrence, A. T., & Weber, J. (2002). *Business and society: Corporate strategy, public policy, ethics*. Boston, MA: McGraw-Hill.
- Russo, A., & Tencati, A. (2009). Formal vs. Informal CSR Strategies: Evidence from Italian Micro, Small, Medium-sized, and Large Firms. *Journal of Business Ethics*, 85, 339-353.
- Taliouris, E. (2013). The CSR Public Policy in European Union and Greece. *The 6th Biennial HO PhD Symposium on Contemporary Greece & Cyprus Hellenic Observatory*. London School of Economic.
- Welford, R., & Frost, S. (2006). Corporate Social Responsibility in Asian Supply Chains. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13, 166-176.
- Worcester, & Burns. (1975). A Statistical Examination of the Relative Precision of Verbal Scales. *Journal of Market Research Society*, 17 (3), 181-197.
- Wu, L. J. (2008). Taiwan and the ASEAN Economic Community: A Context for Economic Statecraft in an Asian Regional Free Trade Area. *Issues & Studies*, 44(4), 99-128.

ภาคผนวก



## 7. สภาพการแข่งขัน

ไม่มีคู่แข่ง  การแข่งขันน้อย

การแข่งขันปานกลาง

## 8. ผู้แข่งขันทางธุรกิจ

มีคู่แข่งในประเทศ  มีคู่แข่งนอกประเทศ

มีผู้แข่งขันทั้งในและนอกประเทศ

## 9. ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ

ต่ำกว่า 1 ปี  ระยะเวลา 1 - 3 ปี  ระยะเวลา 4 - 6 ปี

ระยะเวลา 7 - 10 ปี  ระยะเวลา 11 - 13 ปี  ระยะเวลา 14 - 16 ปี

ระยะเวลา 17 - 20 ปี  มากกว่า 20 ปี

## 10. การกู้ยืม

ไม่มีการกู้ยืม (ข้ามไปข้อ 12.)  กู้ยืมจากธนาคาร

กู้ยืมนอกระบบ

## 11. จุดมุ่งหมายของการกู้ยืมเงิน (ตอบเฉพาะผู้ที่มีการกู้ยืม)

เพื่อการลงทุน  เพื่อขยายธุรกิจ

เพื่อหมุนเวียน  อื่น ๆ.....

## 12. ระบบมาตรฐานต่าง ๆ ที่ได้รับการรับรอง

ไม่มี  มี

กรณีมีโปรดระบุ .....

## 13. กิจการเป็นสมาชิกองค์กรใดบ้าง

ไม่ได้เป็น  เป็น

กรณีเป็นโปรดระบุชื่อองค์กร..... ระยะเวลา..... ปี

## 14. กิจการได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากหน่วยงานใดหรือไม่

ไม่ได้รับ  ได้รับ

กรณีได้รับโปรดระบุ .....

## ส่วนที่ 2 ระดับการรับรู้ในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นที่ท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
15.	ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) คือ การบริจาคเงินหรือสิ่งของต่างๆ ให้แก่คนในสังคมเป็นสำคัญ					
16.	ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ และคุณค่าแก่สังคม					
17.	การที่องค์กรธุรกิจมีการจัดการให้เกิดผลประโยชน์ที่สมดุลอย่างเป็นรูปธรรมระหว่างผลประโยชน์ของธุรกิจและผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเช่นลูกค้าเจ้าผู้ค้าชุมชนถือว่าองค์กรธุรกิจนั้นมีความรับผิดชอบต่อสังคม					
18.	แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมีหลักการสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งมีเป้าหมายคือความสมดุลมั่นคงและยั่งยืนของชีวิตและสังคม					
19.	การปฏิบัติตามหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเป็นแนวทางเพื่อความยั่งยืนเพื่อเพิ่มความสมดุลระหว่างปริมาณการบริโภคกับปริมาณทรัพยากรสำรองตามแนวทางการผลักดันขององค์การสหประชาชาติ					
20.	การทำ CSR สามารถเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งตลาด					
21.	การทำ CSR เป็นการสร้างจุดแข็งให้ตราสินค้า (Brand) และสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร					
22.	การทำ CSR จะทำให้ธุรกิจสามารถนำมาใช้ในการสนับสนุนการขออนุมัติการลงทุนเพิ่มหรือกู้เงินจากสถาบันการเงิน					
23.	การทำ CSR จะทำให้ปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมลดลง					
24.	การทำ CSR มีความสำคัญและจำเป็นต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน					
25.	ควรส่งเสริมงบประมาณในการดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม					



### ส่วนที่ 3 ระดับและรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR)

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
26.	<b>การกำกับดูแลกิจการ</b> มีการแยกอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรอย่างชัดเจน					
27.	มีการใช้ทรัพยากรทางการเงินอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ					
28.	<b>การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม</b> มีการติดตามควบคุมพนักงานและสร้างความตระหนักไม่ให้เกิดการปฏิบัติในเรื่องการคอร์รัปชัน					
29.	มีการจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานและผู้เกี่ยวข้องให้มีความเหมาะสมและชอบด้วยกฎหมาย					
30.	เคารพต่อสิทธิในทรัพย์สินไม่มีการปลอมแปลงและเลียนแบบ					
31.	<b>การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม</b> ให้โอกาสที่เท่าเทียมกันแก่แรงงานทุกคนโดยไม่เลือกปฏิบัติตามคุณลักษณะเช่นเชื้อชาติเพศศาสนาแหล่งที่มาทางสังคมเช่นรสนิยมทางเพศและสถานะทางสุขภาพ					
32.	จัดสภาพการจ้างที่เหมาะสมเช่นชั่วโมงทำงานวันหยุดพักผ่อนสุขภาพและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยที่จำเป็นในการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน					
33.	จัดให้มีการวางแผนพัฒนาทักษะการฝึกอบรมและเสริมประสบการณ์พนักงาน และให้โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพการงานอย่างเท่าเทียมไม่เลือกปฏิบัติ					
34.	<b>ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค</b> แสดงราคาเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งวิธีการใช้งานและอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน					
35.	จัดหาผลิตภัณฑ์และบริการในสภาพที่ปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน					

### ส่วนที่ 3 ระดับและรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
36.	เสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์และลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม					
37.	<b>การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม</b> ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาและการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพการศึกษา					
38.	ส่งเสริมกิจกรรมทางประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น					
39.	มีการจ้างแรงงานในท้องถิ่นเข้าทำงาน					
40.	สนับสนุนการมีสุขภาพที่ดีเพื่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดี เช่น การออกกำลังกายการมีโภชนาการที่ดี					
41.	<b>การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม</b> ดำเนินมาตรการการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะลดการใช้พลังงานน้ำและวัสดุอื่นๆ					
42.	มีการดำเนินมาตรการในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งมีการป้องกันและฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมผลิตภัณฑ์หรือการบริการ					

### ส่วนที่ 4 ระดับการรับรู้ในเรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
43.	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางการดำเนินชีวิตที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางโดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัว และเงื่อนไขความรู้และคุณธรรม					

#### ส่วนที่ 4 ระดับการรับรู้ในเรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
44.	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขัดต่อหลักการทางธุรกิจที่เน้นการหากำไร					
45.	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการบริหารการเงินได้เป็นอย่างดี					
46.	การใช้กล้องถ่ายภาพไอโฟนเทคโนโลยีทันสมัยจากต่างประเทศขัดกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง					
47.	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถประยุกต์ใช้ในสังคมแต่ละระดับ ทั้งระดับปัจเจกบุคคล ระดับชุมชน และระดับรัฐได้					

#### ส่วนที่ 5 ระดับค่านิยมร่วมของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงร่วมในการดำเนินธุรกิจ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นที่ท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
48.	<b>ภูมิคุ้มกัน</b> บริษัทให้ความสำคัญและมุ่งเน้นพัฒนานวัตกรรมทั้งทางด้านสินค้า บริการ และหรือกระบวนการทำงาน					
49.	บริษัทมีการคาดการณ์และเตรียมพร้อมสำหรับสิ่งที่จะเกิดขึ้น โดยไม่คาดฝัน มีการวางแผนและดำเนินการตามแผนที่วางไว้					
50.	บริษัทมีการบริหารจัดการความเสี่ยงทางด้านกระบวนการทำงาน ด้านการตลาด ด้านการเงินอย่างเป็นระบบ					
51.	<b>ความเพียร</b> พนักงานไม่ถอดใจเมื่อต้องเผชิญกับความยากลำบากอุปสรรคต่าง ๆ ในการทำงาน					
52.	พนักงานเป็นผู้มีเป้าหมายในการทำงานและมีความคิดริเริ่มในการพัฒนาสินค้า และหรือ บริการอย่างต่อเนื่อง					

**ส่วนที่5 ระดับค่านิยมร่วมของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงร่วมในการดำเนินธุรกิจ (ต่อ)**

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นที่ท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
53.	<b>ความพอประมาณ</b> บริษัทมีนโยบายส่งเสริมการขาย สินค้า และ/หรือ บริการที่มุ่งหวังกำไรสูงสุดระยะสั้น					
54.	บริษัทมีนโยบายในการตั้งราคา สินค้า และ/หรือ บริการเพื่อสร้างกำไรสูงสุดระยะสั้น					
55.	<b>การแบ่งปัน</b> บริษัทยินดีที่จะให้คู่แข่งเข้าเยี่ยมชมกิจการ และยินดีที่จะสอนคู่แข่งให้มีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น					
56.	บริษัทยินดีที่จะส่งผ่านความต้องการในสินค้า และ/หรือ บริการที่บริษัทไม่สามารถตอบสนองได้ให้กับคู่แข่ง					
57.	<b>การมีจริยธรรม</b> พนักงานของท่านไม่หลีกเลี่ยงการพูดความจริงเพื่อให้ตนเองหลุดพ้นจากปัญหา					
58.	พนักงานของท่านมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองและไม่ปิดความรับผิดชอบให้ผู้อื่น					
59.	<b>การพัฒนาภูมิสังคม</b> บริษัทมอบหมายให้พนักงานส่งเสริมกิจกรรมเพื่อพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง					
60.	บริษัทมีความพยายามในการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง และพยายามที่จะหาพลังงานทดแทนที่สะอาดมาใช้ในสถานที่ทำงานในการผลิตสินค้า และ/หรือในการให้บริการ					

**ส่วนที่ 6 การพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้พลวัตของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นที่ท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
61.	<b>ความสามารถในการให้ผลการดำเนินการที่แข่งขันได้แห่งองค์กร</b> โดยทั่วไป คู่แข่งขันถือว่าบริษัทของท่านเป็นผู้นำตลาดบริษัทหนึ่ง และมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					
62.	ผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทสามารถแข่งขันได้ ภายในตลาดที่ท่านดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอยู่					
63.	บริษัทมีลูกค้าที่เป็นเจ้าประจำมากกว่าครึ่งหนึ่งของลูกค้าทั้งหมด และลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับสูงในการทำงานกับบริษัทของท่าน					
64.	บริษัทมีการร่วมทุนกับธุรกิจท้องถิ่นในประเทศอาเซียน และ/หรือ สามารถเพิ่มโอกาสการขยายการลงทุนในอาเซียน					
65.	<b>ความสามารถที่จะทนทานต่อความยากลำบากทางสังคมและเศรษฐกิจ</b> บริษัทผ่านวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมได้เป็นอย่างดีตลอดมา					
66.	บริษัทตอบรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี และ/หรือ การเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายที่ไม่สามารถคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าได้เป็นอย่างดี					
67.	บริษัทมีตลาดรองรับ สินค้า และ/หรือ บริการ อยู่เสมอ					
68.	บริษัทของท่านมีการเพิ่มศักยภาพในการแสวงหาทรัพยากรการผลิต จากกลุ่ม CLWV (กัมพูชา, ลาว, พม่า, เวียดนาม)					
69.	<b>ความสามารถในการสร้างความสุขให้แก่สังคมหรือประโยชน์สุข</b> คนทั่วไปนึกถึงบริษัทของท่านในฐานะที่เป็นบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม					
70.	องค์กรประเมินภายนอกต่าง ๆ (เช่น ISO หรือกรมโรงงานอุตสาหกรรม) ประเมินบริษัทว่ามีการรักษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี					

**ส่วนที่ 6** การพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้พลวัตของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ต่อ)

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นที่ท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
71.	บริษัทของท่านคำนึงถึงการรักษาสสมดุลระหว่างการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม					
72.	บริษัทตระหนักถึงความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นในด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเศรษฐกิจท้องถิ่นของกลุ่มประเทศในอาเซียน					

**ส่วนที่ 7** ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี  
ในการตอบแบบสอบถามไว้ ณ โอกาสนี้

ภาคผนวก ข  
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณ คงรุ่งโชค  
ตำแหน่ง อาจารย์  
ที่ทำงาน สาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
2. รองศาสตราจารย์ สมแก้ว รุ่งเลิศเกียรติเกรียงไกร  
ตำแหน่ง อาจารย์  
ที่ทำงาน สาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
3. ดร.กุลวดี ลิ้มอุสันโน  
ตำแหน่ง อาจารย์  
ที่ทำงาน สาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

## ภาคผนวก ค

## ผลประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ (IOC)

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ข้อ	ข้อคำถาม	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(1)	ผู้กรอกแบบสอบถาม [ ] 1. เจ้าของกิจการ [ ] 2. ผู้บริหารระดับสูง [ ] 3. อื่นๆ .....	1.00	ใช้ได้	
(2)	รูปแบบการจดทะเบียนของกิจการ [ ] 1. เจ้าของคนเดียวไม่จดทะเบียนพาณิชย์ [ ] 2. เจ้าของคนเดียวจดทะเบียนพาณิชย์ [ ] 3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด [ ] 4. ห้างหุ้นส่วนสามัญ [ ] 5. บริษัทจำกัด	0.33	ปรับปรุง	[ ] เจ้าของคนเดียว [ ] ห้างหุ้นส่วนจำกัด [ ] ห้างหุ้นส่วนสามัญ [ ] บริษัทจำกัด
(3)	ขนาดธุรกิจ [ ] 1. ขนาดย่อม [ ] 2. ขนาดกลาง	0.33	ปรับปรุง	[ ] ขนาดย่อม (ขนาดทรัพย์สิน ไม่รวมค่าที่ดินมีมูลค่าไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน รวมถึงกลุ่มอาชีพผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้า ห้างหุ้นส่วน บริษัท วิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์) [ ] ขนาดกลาง (ขนาดสินทรัพย์ ไม่รวมค่าที่ดินมีมูลค่ามากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท หรือมีจำนวนพนักงานมากกว่า 50 คนขึ้นไป แต่ไม่เกิน 200 คน)



**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ (ต่อ)**

ข้อ	ข้อคำถาม	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(4)	ประเภทของกิจการ <input type="checkbox"/> 1. กิจการผลิต <input type="checkbox"/> 2. กิจการบริการ <input type="checkbox"/> 3. กิจการค้าส่ง <input type="checkbox"/> 4. กิจการค้าปลีก <input type="checkbox"/> 5. กิจการซ่อมบำรุง	0.33	ปรับปรุง	<input type="checkbox"/> กิจการผลิต <input type="checkbox"/> กิจการบริการ <input type="checkbox"/> กิจการการค้า
(5)	เจ้าของกิจการ <input type="checkbox"/> 1. คนไทย <input type="checkbox"/> 2. คนต่างชาติ <input type="checkbox"/> 3. คนไทยร่วมกับคนต่างชาติ	1.00	ใช้ได้	
(6)	กลุ่มลูกค้าของกิจการ <input type="checkbox"/> 1. ในประเทศ <input type="checkbox"/> 3. ต่างประเทศ <input type="checkbox"/> 3. ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	1.00	ใช้ได้	
(7)	สภาพการแข่งขัน <input type="checkbox"/> 1. ไม่มีคู่แข่ง <input type="checkbox"/> 2. การแข่งขันน้อย <input type="checkbox"/> 3. การแข่งขันปานกลาง	0.67	ใช้ได้	
(8)	ผู้แข่งขันทางธุรกิจ <input type="checkbox"/> 1. มีคู่แข่งในประเทศ <input type="checkbox"/> 2. มีคู่แข่งชั้นนอกประเทศ <input type="checkbox"/> 3. มีผู้แข่งขันทั้งในและนอกประเทศ	1.00	ใช้ได้	
(9)	ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 1 ปี <input type="checkbox"/> 2. ระยะเวลา 1 - 3 ปี <input type="checkbox"/> 3. ระยะเวลา 4 - 6 ปี <input type="checkbox"/> 4. ระยะเวลา 7 - 10 ปี <input type="checkbox"/> 5. ระยะเวลา 11 - 30 ปี <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 30 ปี	0.33	ปรับปรุง	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1 ปี <input type="checkbox"/> ระยะเวลา 1 - 3 ปี <input type="checkbox"/> ระยะเวลา 4 - 6 ปี <input type="checkbox"/> ระยะเวลา 7 - 10 ปี <input type="checkbox"/> ระยะเวลา 11 - 13 ปี <input type="checkbox"/> ระยะเวลา 14 - 16 ปี <input type="checkbox"/> ระยะเวลา 17 - 20 ปี <input type="checkbox"/> มากกว่า 20 ปี
(10)	การกู้ยืม <input type="checkbox"/> 1. ไม่มีการกู้ยืม <input type="checkbox"/> 2. กู้ยืมจากธนาคาร <input type="checkbox"/> 3. กู้ยืมนอกระบบ	0.67	ใช้ได้	
(11)	จุดมุ่งหมายของการกู้ยืมเงิน (ตอบเฉพาะผู้ที่มีการกู้ยืม) <input type="checkbox"/> 1. เพื่อการลงทุน <input type="checkbox"/> 2. เพื่อขยายธุรกิจ <input type="checkbox"/> 3. เพื่อหมุนเวียน <input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ .....	1.00	ใช้ได้	

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ (ต่อ)

ข้อ	ข้อคำถาม	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(12)	ระบบมาตรฐานต่างๆ ที่ได้รับการรับรอง [ ] 1. ไม่มี [ ] 2. มี กรณีไม่มีโปรดระบุ.....	0.67	ใช้ได้	
(13)	กิจการเป็นสมาชิกองค์กรใดบ้าง [ ] 1. ไม่ได้เป็น [ ] 2. เป็น กรณีเป็นโปรดระบุชื่อองค์กร..... ระยะเวลา..... ปี	0.67	ใช้ได้	
(14)	กิจการได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากหน่วยงานใดหรือไม่ [ ] 1. ไม่ได้รับ [ ] 2. ได้รับ กรณีได้รับโปรดระบุ .....	1.00	ใช้ได้	

### ส่วนที่ 2 ระดับการรับรู้ในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

ข้อ	ข้อคำถาม	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(15)	ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) คือ การบริจาคเงิน หรือสิ่งของต่างๆ ให้แก่คนในสังคมเป็นเงื่อนไขที่สำคัญที่สุด	0.33	ปรับปรุง	ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) คือ การบริจาคเงิน หรือสิ่งของต่างๆ ให้แก่คนในสังคมเป็นสำคัญ
(16)	ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ และคุณค่าแก่สังคม	1.00	ใช้ได้	
(17)	การที่องค์กรธุรกิจมีการจัดการให้เกิดผลประโยชน์ที่สมดุลอย่างเป็นรูปธรรมระหว่างผลประโยชน์ของธุรกิจ และผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกจ้าง ลูกค้า ชุมชน ถือได้ว่าองค์กรธุรกิจนั้นมีความรับผิดชอบต่อสังคม	1.00	ใช้ได้	
(18)	แนวคิดเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมีหลักการสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีเป้าหมาย คือ ความสมดุล มั่นคง และยั่งยืนของชีวิตและสังคม	0.67	ใช้ได้	

**ส่วนที่ 2 ระดับการรับรู้ในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (ต่อ)**

ข้อ	ข้อคำถาม	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(18)	แนวคิดเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมีหลักการสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีเป้าหมาย คือ ความสมดุล มั่นคง และยั่งยืนของชีวิตและสังคม	0.67	ใช้ได้	
(19)	การปฏิบัติตามหลักการ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเป็นแนวทางเพื่อความยั่งยืน เพื่อเพิ่มความสมดุลระหว่างปริมาณการ	1.00	ใช้ได้	
(20)	การทำ CSR สามารถเพิ่มยอดขาย และส่วนแบ่งตลาด	0.67	ใช้ได้	
(21)	การทำ CSR เป็นการสร้างจุดแข็งให้ตราสินค้า (Brand) และสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร	1.00	ใช้ได้	
(22)	การทำ CSR จะทำให้ธุรกิจสามารถนำมาใช้ในการสนับสนุนการขออนุมัติการลงทุนเพิ่มหรือกู้เงินจากสถาบันการเงิน	1.00	ใช้ได้	
(23)	การทำ CSR จะทำให้ปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมลดลง	1.00	ใช้ได้	
(24)	การทำ CSR มีความสำคัญและมีจำเป็นที่จะต้องรีบดำเนินการ	0.33	ปรับปรุง	การทำ CSR มีความสำคัญและมีจำเป็นต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน
(25)	ส่งเสริมงบประมาณการดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม	0.67	ใช้ได้	ควรส่งเสริมงบประมาณในการดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม

**ส่วนที่ 3 ระดับและรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ**

ข้อ	ข้อคำถาม	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(26)	<u>การกำกับดูแลกิจการ</u> มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบต่อบุคลากรอย่างชัดเจน	0.33	ปรับปรุง	มีการแยกอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบต่อบุคลากรอย่างชัดเจน

**ส่วนที่ 3 ระดับและรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (ต่อ)**

ข้อ	ข้อคำถาม	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(27)	มีการใช้ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรธรรมชาติ และมีการใช้ทรัพยากรมนุษย์อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	0.33	ปรับปรุง	มีการใช้ทรัพยากรทางการเงินอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
(28)	<b>การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม</b> มีการติดตามควบคุมพนักงานและสร้างความตระหนัก ไม่ให้มีการปฏิบัติในเรื่องการคอร์รัปชัน	0.67	ใช้ได้	
(29)	มีการจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานและผู้เกี่ยวข้องให้มีความเหมาะสมและชอบด้วยกฎหมาย	0.67	ใช้ได้	
(30)	เคารพต่อสิทธิในทรัพย์สินไม่มีการปลอมแปลงและเลียนแบบ	0.67	ใช้ได้	
(31)	<b>การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม</b> ให้โอกาสที่เท่าเทียมกันแก่แรงงานทุกคนโดยไม่เลือกปฏิบัติตามคุณลักษณะเช่นเชื้อชาติเพศศาสนาแหล่งที่มาทางสังคมเช่นรสนิยมทางเพศและสถานะทางสุขภาพ	1.00	ใช้ได้	
(32)	จัดสภาพการจ้างที่เหมาะสมเช่นชั่วโมงทำงานวันหยุดพักผ่อนสุขภาพและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยที่จำเป็นในการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน	1.00	ใช้ได้	
(33)	จัดให้มีการวางแผนพัฒนาทักษะการฝึกอบรมและเสริมประสบการณ์พนักงาน และให้โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพการงานอย่างเท่าเทียมไม่เลือกปฏิบัติ	1.00	ใช้ได้	
(34)	<b>ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค</b> แสดงราคาเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งวิธีการใช้งานและอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน	1.00	ใช้ได้	
(35)	จัดหาผลิตภัณฑ์และบริการในสภาพที่ปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน	1.00	ใช้ได้	
(36)	เสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์และลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	1.00	ใช้ได้	

### ส่วนที่ 3 ระดับและรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (ต่อ)

ข้อ	ข้อคำถาม	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(37)	<b>การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม</b> ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาและการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพการศึกษา	0.67	ใช้ได้	
(38)	ส่งเสริมกิจกรรมทางประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น	0.67	ใช้ได้	
(39)	มีการจ้างแรงงานในท้องถิ่นเข้าทำงาน	1.00	ใช้ได้	
(40)	สนับสนุนการมีสุขภาพที่ดีเพื่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดี เช่นการออกกำลังกายการมีโภชนาการที่ดี	0.67	ใช้ได้	
(41)	<b>การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม</b> ดำเนินมาตรการการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะลดการใช้พลังงานน้ำและวัสดุอื่นๆ	1.00	ใช้ได้	
(42)	มีการดำเนินมาตรการในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งมีการป้องกันและฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมผลิตภัณฑ์หรือการบริการ	1.00	ใช้ได้	

### ส่วนที่ 4 ระดับการรับรู้ในเรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ข้อ	ข้อคำถาม	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(43)	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางการดำเนินชีวิตที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางโดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัว และเงื่อนไขความรู้และคุณธรรม	0.67	ใช้ได้	
(44)	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขัดต่อหลักการทางธุรกิจที่เน้นการหากำไร	1.00	ใช้ได้	
(45)	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการบริหารการเงินได้เป็นอย่างดี	0.67	ใช้ได้	

**ส่วนที่ 4 ระดับการรับรู้ในเรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (ต่อ)**

ข้อ	ข้อความ	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(46)	เศรษฐกิจพอเพียงไม่สนใจความทันสมัย และการพัฒนาประเทศที่ใช้กลไกการถ่ายโอนเทคโนโลยีจากต่างประเทศขัดกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	0.00	ตัดทิ้ง	การที่ใช้กลไกการถ่ายโอนเทคโนโลยีทันสมัยจากต่างประเทศขัดกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
(47)	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถประยุกต์ใช้ในสังคมแต่ละระดับ ทั้งระดับปัจเจกบุคคล ระดับชุมชน และระดับรัฐได้	1.00	ใช้ได้	

**ส่วนที่ 5 ระดับค่านิยมร่วมของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงร่วมในการดำเนินธุรกิจ**

ข้อ	ข้อความ	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(48)	<b>ภูมิคุ้มกัน</b> บริษัทให้ความสำคัญและมุ่งเน้นพัฒนานวัตกรรมทั้งทางด้านสินค้า บริการ และหรือกระบวนการทำงาน	1.00	ใช้ได้	
(49)	บริษัทมีการคาดการณ์และเตรียมพร้อมสำหรับสิ่งที่อาจจะเกิดขึ้นโดยไม่คาดฝัน มีการวางแผนและดำเนินการตามแผนที่วางไว้	1.00	ใช้ได้	
(50)	บริษัทมีการบริหารจัดการความเสี่ยงทางด้านกระบวนการทำงาน ด้านการตลาด ด้านการเงินอย่างเป็นระบบ	1.00	ใช้ได้	
(51)	<b>ความเพียร</b> พนักงานไม่ถอดใจเมื่อเผชิญกับความยากลำบากในงานที่ได้รับมอบหมาย และพยายามเอาชนะอุปสรรคต่างๆ เพื่อให้งานสำเร็จลุล่วง	0.33	ปรับปรุง	พนักงานไม่ถอดใจเมื่อต้องเผชิญกับความยากลำบากอุปสรรคต่างๆ ในการทำงาน
(52)	พนักงานเป็นผู้มีเป้าหมายในการทำงานและมีความคิดริเริ่มในการพัฒนาสินค้า และหรือ บริการอย่างต่อเนื่อง	0.67	ใช้ได้	
(53)	<b>ความพอประมาณ</b> บริษัทมีนโยบายส่งเสริมการขาย สินค้า และหรือ บริการที่มุ่งหวังกำไรสูงสุดระยะสั้น	0.67	ใช้ได้	

**ส่วนที่ 5 ระดับค่านิยมร่วมของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงร่วมในการดำเนินธุรกิจ**

ข้อ	ข้อคำถาม	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(54)	บริษัทมีนโยบายในการตั้งราคา สินค้า และ/หรือ บริการ เพื่อสร้างกำไรสูงสุดระยะสั้น	0.67	ใช้ได้	
(55)	<b>การแบ่งปัน</b> บริษัทยินดีที่จะให้คู่แข่งเข้าเยี่ยมชมกิจการ และยินดีที่จะสอนคู่แข่งให้มีศักยภาพขึ้น	0.33	ปรับปรุง	บริษัทยินดีที่จะให้คู่แข่งเข้าเยี่ยมชมกิจการ
(56)	บริษัทยินดีที่จะส่งผ่านความต้องการในสินค้า และ/หรือ บริการที่บริษัทไม่สามารถตอบสนองได้ให้กับคู่แข่ง	0.67	ใช้ได้	
(57)	<b>การมีจริยธรรม</b> พนักงานของท่านหลีกเลี่ยงการพูดความจริงเพื่อให้ตนเองหลุดพ้นจากปัญหาเสมอ	0.00	ตัดทิ้ง	พนักงานของท่านไม่หลีกเลี่ยงการพูดความจริงเพื่อให้ตนเองหลุดพ้นจากปัญหา
(58)	พนักงานมักจะไม่ปิดความรับผิดชอบของตนเองให้ผู้อื่นเสมอ	0.00	ตัดทิ้ง	พนักงานของท่านมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง และไม่ปิดความรับผิดชอบให้ผู้อื่น
(59)	<b>การพัฒนาภูมิสังคม</b> บริษัทมอบหมายให้พนักงานส่งเสริมกิจกรรมเพื่อพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง	1.00	ใช้ได้	
(60)	บริษัทมีความพยายามในการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง และพยายามที่จะหาพลังงานทดแทนที่สะอาดมาใช้ในสถานที่ทำงานในการผลิตสินค้า และ/หรือ ในการให้บริการ	1.00	ใช้ได้	

**ส่วนที่ 6 การพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้พลวัตรของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**

ข้อ	คำถาม	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(61)	<b>ความสามารถในการให้ผลการดำเนินงานที่แข่งขันได้แห่งองค์กร</b> โดยทั่วไป คู่แข่งขันถือว่าบริษัทของท่านเป็นผู้นำตลาดบริษัทหนึ่ง และมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	1.00	ใช้ได้	

**ส่วนที่ 6 การพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้พลวัตของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ต่อ)**

ข้อ	ข้อคำถาม	IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
(62)	ผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทสามารถแข่งขันได้ภายในตลาดที่ท่านดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอยู่	1.00	ใช้ได้	
(63)	บริษัทมีลูกค้าที่เป็นเจ้าประจำมากกว่าครึ่งหนึ่งของลูกค้าทั้งหมด และลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับสูงในการทำงานกับบริษัทของท่าน	1.00	ใช้ได้	
(64)	บริษัทมีการร่วมทุนกับธุรกิจท้องถิ่นในประเทศอาเซียนและ/หรือ สามารถเพิ่มโอกาสการขยายการลงทุนในอาเซียน	1.00	ใช้ได้	
(65)	<b>ความสามารถที่จะทนทานต่อความยากลำบากทางสังคมและเศรษฐกิจ</b> บริษัทผ่านวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมได้เป็นอย่างดีตลอดมา	1.00	ใช้ได้	
(66)	บริษัทตอบรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีและ/หรือ การเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายที่ไม่สามารถคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าได้เป็นอย่างดี	1.00	ใช้ได้	
(67)	บริษัทมีตลาดรองรับ สินค้า และ/หรือ บริการ อยู่เสมอ	1.00	ใช้ได้	
(68)	บริษัทของท่านมีการเพิ่มศักยภาพในการแสวงหาทรัพยากรการผลิตจากกลุ่ม CLWV (กัมพูชา, ลาว, พม่า, เวียดนาม)	1.00	ใช้ได้	
(70)	<b>ความสามารถในการสร้างความสุขให้แก่สังคมหรือประโยชน์สุข</b> คนทั่วไปนึกถึงบริษัทของท่านในฐานะที่เป็นบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม	1.00	ใช้ได้	
(71)	องค์กรประเมินภายนอกต่าง ๆ (เช่น ISO หรือกรมโรงงานอุตสาหกรรม) ประเมินบริษัทว่ามีการรักษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี	1.00	ใช้ได้	
(72)	บริษัทของท่านคำนึงถึงการรักษามดุลระหว่างการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม	0.67	ใช้ได้	
(73)	บริษัทตระหนักถึงความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นในด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเศรษฐกิจท้องถิ่นของกลุ่มประเทศในอาเซียน	0.67	ใช้ได้	



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล	นางสาวหทัยชนก บุญศิริ	
รหัสประจำตัวนักศึกษา	5610521105	
วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วุฒิปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี)	มหาวิทยาลัยทักษิณ	2553

## การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน

หทัยชนก บุญศิริ และเอกฤทธิ์ แก้วประพันธ์. (2558). ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. ในเอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 7. วันที่ 28 มิถุนายน 2558. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์