

TITLE	STRUCTURAL EQUATION MODEL AMONG CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY CREATING SHARED VALUE AND CORPORATE REPUTATION INFLUENCE IN SUSTAINABLE FIRM PERFORMANCE
KEYWORD	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY / CREATING SHARED VALUE/CORPORATE REPUTATION / SUSTAINABLE FIRM PERFORMANCE
STUDENT	NISAKORN MALIWAN
ADVISOR	DR.SORAPOL BURANAKUL
LEVEL OF STUDY	DOCTOR OF PHILOSOPHY DEPARTMENT OF LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
FACULTY	COLLEGE OF LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN SRIPATUM UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR	2018

ABSTRACT

The objective of this research is to find the causal relationship of corporate social responsibility (CSR), creating shared value and corporate reputation for sustainable firm performance. This research is done by using a mixed method, assigning sample group of 265 companies. The sample groups are manufacturing enterprises in Thailand who participated in CSR-DIW project. The data is collected by surveys and interviews 5 of successful corporate executives in strategic social responsibility. Statistics used in hypothesis testing is structural equation models, to analyze the relationship of variables. The data was analyzed by using descriptive statistics and the linear Structural Equation Modeling (SEM) was adopted to verify the goodness-of-t effects among the overall model, Structural model and measurement model by employing AMOS. The research show that the validation results of the causal relationship model was to empirical data with the goodness of to statistics as follows: Chi-Square=369.070, $\chi^2/df = 2.883$, $p= .000$, CFI=0.960 , IFI=0.961 and RMSEA=0.084 which indicates that the model has a mediocre fit.

The result showed 1. CSR has a direct positive relation with creating shared value 2. creating shared value has a direct positive relation with the

sustainability of firm performance 3. CSR does not affect the sustainability of firm performance. 4. CSR has a direct positive relation with corporate reputation 5. corporate reputation has a direct positive relation with the sustainability of firm performance 6. sustainability of firm performance has a direct positive relation with corporate reputation 7. creating shared value serves as an intervening variable between CSR and sustainability of firm performance 8. creating shared value serves as an intervening variable between CSR and corporate reputation 9. creating shared value and corporate reputation serves as an intervening variable between CSR and sustainability of firm performance 10. corporate reputation serves as an intervening variable between CSR and corporate reputation.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี ด้วยความกรุณาช่วยเหลือให้คำแนะนำอย่างดียิ่งจาก ดร.สรพล บุรณกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ถ่ายทอดความรู้ด้านวิธีวิทยาการวิจัย ทักษะการทำวิจัย เสียสละเวลาให้คำแนะนำปรึกษา ช่วยแก้ไขข้อบกพร่อง ให้โอกาสพัฒนาตนเอง รวมถึงเป็นแบบอย่างของความเป็นครูและนักวิจัยที่ดีที่สุดสำหรับผู้วิจัย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่งและขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาท ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ตลอดมาที่ได้ศึกษา ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ และน้อง ๆ ที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือร่วมมือเป็นอย่างดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณกราบขอบพระคุณคุณแม่ ที่คอยให้กำลังใจเสมอมา ขอขอบคุณครอบครัวและสามีที่คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ แก่ผู้วิจัยจนสำเร็จการศึกษา และคุณความดีใด ๆ ที่จะเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดามารดา ครูอาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน

นิตากร มะลิวัลย์

กรกฎาคม 2562