

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญรูปภาพ.....	IX
บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
1.5 สมมติฐานการวิจัย.....	6
1.6 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย.....	6
1.7 ขอบเขตของการวิจัย.....	7
1.8 นิยามศัพท์.....	7
2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม.....	11
ตอนที่ 2 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย.....	24
ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าร่วมกัน.....	32
ตอนที่ 4 แนวคิดเรื่องผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน.....	44
ตอนที่ 5 แนวคิดเรื่องชื่อเสียงขององค์กร.....	50
สรุปสมมติฐาน.....	51

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย 52
	3.1 รูปแบบการวิจัย..... 52
	3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 53
	3.3 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย..... 55
	3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 56
	3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 64
	3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล..... 65
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 70
	4.1 ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ 70
	4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน 78
	4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป..... 78
	4.3 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยัน 113
	4.3.1 ความรับผิดชอบต่อสังคม..... 113
	4.3.1 การสร้างคุณค่าร่วมกัน..... 121
	4.3.1 ชื่อเสียงขององค์กร 126
	4.3.4 ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน 132
	4.4 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง..... 136
	4.4.1 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ก่อนปรับโมเดล 136
	4.4.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังปรับโมเดล..... 140
	4.5 ผลการทดสอบสมมุติฐาน 143
	4.6 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก 147

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ 160
5.1	สรุปผลการวิจัย 160
5.2	การอภิปรายผลการวิจัย 162
5.3	การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ 169
5.4	ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 179
	บรรณานุกรม..... 180
	ภาคผนวก..... 195
	ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์ 195
	ประวัติของผู้วิจัย 216

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แนวทางในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกันตามภาระหน้าที่ขององค์กร อิสระ.....	23
2.2 ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผลที่องค์กรได้รับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย.....	25
2.3 สังเคราะห์องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	27
2.4 กรอบในการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นสังคม	35
2.5 ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม.....	37
2.6 ความแตกต่างระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและการสร้างคุณค่าร่วมกัน	38
2.7 สังเคราะห์องค์ประกอบของการสร้างคุณค่าร่วมกัน.....	42
2.8 สังเคราะห์องค์ประกอบผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน	45
2.9 สังเคราะห์องค์ประกอบของชื่อเสียงขององค์กรธุรกิจ	48
3.1 องค์ประกอบของตัวแปรที่นำมาใช้ศึกษา	58
3.2 โครงสร้างแบบสอบถาม	62
3.3 แสดงระดับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r).....	66
3.4 เกณฑ์ที่ใช้วัดค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองการวิจัย.....	68
4.1 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	71
4.2 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงด้านการสร้างคุณค่าร่วมกัน.....	73
4.3 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงด้านชื่อเสียงขององค์กร.....	74
4.4 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงด้านผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน	76
4.5 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท	79
4.6 ค่าความเบ้และค่าความโด่งของตัวแปรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม.....	83
4.7 ค่าความเบ้และค่าความโด่งของตัวแปรการสร้างคุณค่าร่วมกัน	86
4.8 ค่าความเบ้และค่าความโด่งของตัวแปรด้านชื่อเสียงขององค์กร	89
4.9 ค่าความเบ้และค่าความโด่งของตัวแปรด้านผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน	92
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	95
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรด้านการสร้างคุณค่าร่วมกัน	98
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรด้านชื่อเสียงขององค์กร.....	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรด้านผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน	104
4.14	ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรความรับผิดชอบต่อสังคม	106
4.15	ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรการสร้างคุณค่าร่วมกัน	108
4.16	ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรชื่อเสียงขององค์กร	110
4.17	ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน	112
4.18	ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลก่อนปรับและหลังปรับโมเดลความรับผิดชอบต่อ สังคม	114
4.19	ค่าสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 ความรับผิดชอบต่อสังคม	116
4.20	ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลก่อนปรับและหลังปรับโมเดลการสร้างคุณค่า ร่วมกัน	121
4.21	ค่าสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 การสร้างคุณค่าร่วมกัน	122
4.22	ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลก่อนปรับและหลังปรับโมเดลชื่อเสียงขององค์กร	126
4.23	ค่าสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 ชื่อเสียงขององค์กร	128
4.24	ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลก่อนปรับและหลังปรับโมเดลผลการดำเนินงาน ที่ยั่งยืน	132
4.25	ค่าสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน	134
4.26	ค่าสหสัมพันธ์ของโมเดลสมการโครงสร้าง	138
4.27	ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ก่อนปรับโมเดลการวิจัย	139
4.28	ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังปรับโมเดล การวิจัย	140
4.29	ค่าสถิติของตัวแปรสังเกตได้จากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของตัวแปร ส่งผลต่อการดำเนินงานที่ยั่งยืนขององค์กร งานการผลิตของประเทศไทยกับข้อมูล เชิงประจักษ์ หลังปรับโมเดล	141
4.30	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานที่ 1 – 6	145
4.31	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานที่ 1 – 6	146
5.1	ความสัมพันธ์ระหว่างพันธกิจการสร้างคุณค่าร่วมกันอย่างยั่งยืนและผลการ ดำเนินงานที่ยั่งยืน	178

สารบัญญภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย 2
2.1	วิวัฒนาการด้านเนื้อหาของความรับผิดชอบต่อสังคม 14
2.2	วิวัฒนาการด้านวัตถุประสงค์ที่มุ่งใจให้แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม 18
2.3	วิวัฒนาการด้านผลกระทบของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อประสิทธิภาพ องค์กร 19
2.4	พีระมิด CSR..... 21
2.5	องค์ประกอบของการรับผิดชอบต่อสังคม 31
2.6	การบรรจบกันของผลประโยชน์ 33
2.7	แนวทางการมีส่วนร่วมกับสังคมเชิงกลยุทธ์ 35
2.8	โมเดลวิเคราะห์คุณค่า 37
2.9	องค์ประกอบของการสร้างคุณค่าร่วมกัน 43
2.10	องค์ประกอบของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ 45
2.11	องค์ประกอบของชื่อเสียงขององค์กร..... 49
3.1	แบบแผนการวิจัยแบบผสมผสาน 52
3.2	ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย..... 57
4.1	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 ของความรับผิดชอบต่อสังคม... 115
4.2	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 ของการสร้างคุณค่าร่วมกัน 122
4.3	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 ของชื่อเสียงขององค์กร 14
4.4	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 ของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน .. 127
4.5	ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ก่อนปรับ โมเดล 133
4.6	ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของตัวแปร ส่งผลต่อการดำเนินงานที่ยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ CSR ด้านการผลิตของ ประเทศไทย กับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังปรับโมเดล 139
5.1	แบบจำลองการสร้างคุณค่าร่วมกันอย่างยั่งยืน 141
5.2	วิเคราะห์การปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจ รูปแบบใหม่ธุรกิจเพื่อสังคม 174
5.3	วิเคราะห์การปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจ รูปแบบใหม่ธุรกิจเพื่อสังคม 175

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพประกอบที่		หน้า
5.4	การระบุโอกาสในการสร้างคุณค่าลงในห่วงโซ่คุณค่าใน BMC	176
5.5	Shared Value Business Model Canvas	176