

การศึกษาปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance:
ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2565

นางพรรณ ไชติธรรมโม

นางสาวกชพรรณ ไชติธรรมโม

ผู้วิจัย

สมศักดิ์ สุนทร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว,

Ph.Ds.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ดร. อดิศักดิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ ชนานุศักดิ์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

Volula Racmann

รองศาสตราจารย์วิจิตา รัชธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒนกุล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยการสนับสนุนและความอนุเคราะห์ชี้แนะจากบุคคลหลายท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผศ.ดร.สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว ที่ได้คอยแนะแนวการศึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะต่างๆที่ทรงคุณค่าตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษาระทั้งตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดจนหลักสูตรการศึกษา ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี เพื่อให้ทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ บุคลากรในวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่คอยให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ให้คำชี้แนะ อีกทั้งถ่ายทอดความรู้อันมีค่าอย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างที่มอบเวลาอันมีค่าในการร่วมตอบแบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าอิสระนี้ ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษารุ่น 23Cทุกท่านในการให้ความช่วยในงานวิจัยเป็นอย่างดีอย่างราบรื่น และขอขอบคุณสมาชิกทุกคนในครอบครัวที่ให้การสนับสนุน และคอยเป็นแรงผลักดันสำคัญในการศึกษา จนทำให้รายงานฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

กชพรรณ โชติธรรมโม

การศึกษาปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย

THE STUDY OF SUSTAINABLE FACTOR (ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE: ESG) OF SME BUSINESS IN THAILAND

กชพรรณ โชติธรรมโม 6350281

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ถนอม ธนานุศักดิ์, Ph.D., สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒน์กุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการดำเนินกิจการของบริษัท SME ในประเทศไทย ที่ส่งผลต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน, เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณลักษณะในการดำเนินกิจการของบริษัท SME ในประเทศไทย ที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน, เพื่อนำผลศึกษาที่มีอิทธิพลต่อเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการบริษัท SME ในประเทศไทย และ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาองค์กร บนพื้นฐานแนวความคิดทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท SME ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการบริษัท SME ในประเทศไทย จำนวน 210 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation) และการประเมิน โมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment) จากการศึกษาวิเคราะห์การศึกษานี้พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการบริษัท SME ในประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียง, ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และ การดำเนินงานทางการเงิน บริษัท SME ในประเทศไทย

คำสำคัญ : การพัฒนาอย่างยั่งยืน/ ESG/ ผู้ประกอบการ/ บริษัท SME ในประเทศไทย

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของงานวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	3
1.3 คำถามในการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตในการวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ความสำคัญและความหมายของแนวคิดการพัฒนาย่างยั่งยืน	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบริษัท SME ในประเทศไทย	13
2.3. งานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง	17
2.4. กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษา	42
2.5. สมมติฐานงานวิจัย	42
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	44
3.1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	44
3.1.1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	44
3.1.2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	45
3.2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	45
3.3. ระยะเวลาในการทำวิจัย	46
3.4. การเก็บรวบรวมข้อมูล	46

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4.1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)	46
3.4.2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	46
3.5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47
3.6. การวิเคราะห์และการประมวลผล	49
3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)	49
3.6.2 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)	49
3.6.3 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)	50
3.6.4. การทดสอบสมมติฐาน (Path Coefficient and Significant Levels)	54
บทที่ 4 ผลการวิจัย	55
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาลักษณะทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม	55
4.1.1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	56
4.2 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)	60
4.2.1 การวัดประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loading)	61
4.2.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)	62
4.2.3 การวัดความตรงเชิงสอดคล้องของข้อคำถาม (Convergent Validity)	62
4.2.4 การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง (Composite Reliability)	66
4.2.5 การวัดความตรงเชิงจำแนกของข้อคำถาม (Discriminant Validity)	67
4.2.6 การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit, GOF)	65
4.3 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)	71
4.3.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลสมการโครงสร้าง	71
4.3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	75
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ	82
5.1 สรุปผลการศึกษา	82
5.1.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง	83
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	83
5.3 ข้อจำกัดของการศึกษา	89

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร	90
5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	90
บรรณานุกรม	92
ภาคผนวก	99
ภาคผนวก ก สำเนาใบรับรองการผ่านอบรม CITI Program	100
ภาคผนวก ข เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมงานวิจัย โดยการตอบแบบสอบถาม	102
ภาคผนวก ค ผ่านการอนุมัติด้านจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลางของ (MU-CIRB)	104
ภาคผนวก ง การตรวจสอบโปรแกรม Turnitin	107



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
2.2 สรุปรงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
3.1 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 ส่วนที่ 4 และส่วนที่ 5 ที่ส่งผลสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่รับรู้ได้	48
3.2 เกณฑ์การแปรผลข้อมูลส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ที่ส่งผลสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่รับรู้ได้	48
4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นเพศ	56
4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นอายุ	56
4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นสถานภาพ	57
4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นระดับการศึกษา	57
4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นอายุการทำงานของผู้ประกอบการธุรกิจ SME	58
4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นขนาดของธุรกิจ	58
4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นลักษณะของวิสาหกิจ	59
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวความคิดยั่งยืน ESG (Environmental, Social, Governance) และ SPO (Sustainability Performance Outcomes)	60
4.9 ผลการประเมิน โมเดลการวัด	63
4.10 ผลการทดสอบค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)	67
4.11 ค่าความตรงเชิงจำแนกวัดด้วยเกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion	69
4.12 ผลการคำนวณค่าการวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.13 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของความสัมพันธ์ในโมเดลปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย	71
4.14 ผลทดสอบอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมในแบบจำลอง	74
4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้	76



สารบัญรูปลูกภาพ

รูปภาพ	หน้า
2.1 การพัฒนาอย่างยั่งยืนค่านึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social, Governance : ESG)	12
2.2 โครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ปี 2563	15
2.3 ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562	17
2.4 กรอบแนวคิดยั่งยืน ESG (Environmental, Social, Governance) และ SPO (Sustainability Performance Outcomes) เพื่อใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน	42
3.1 ลักษณะโมเดลการวัดแบบสะท้อนและโมเดลการวัดแบบรวมตัว	51
4.1 กรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย สำหรับการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้างแบบ PLS	61
4.2 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยกระบวนการ Bootstrapping	72
4.3 โมเดลสุดท้าย (Final Model) ของปัจจัยมีประสิทธิภาพต่อความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้	81

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของงานวิจัย

การประกอบธุรกิจประเภท SME เป็นการประกอบธุรกิจในรูปแบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยดำเนินธุรกิจดังกล่าวจะครอบคลุมในทุกกลุ่มบริษัท SME ซึ่งจะประกอบไปด้วย นิติบุคคล บุคคลธรรมดา และ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เป็นต้น โดยจะการดำเนินกิจกรรมหลักๆ 3 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมการผลิต กิจกรรมการค้าส่งและค้าปลีก และกิจกรรมการบริการ ทั้งนี้ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการบริษัท SME จะเป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งที่เป็นส่วนในการเป็นกลไกขับเคลื่อนที่มีความสำคัญของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ และมีหน้าที่ที่สำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาาระบบธุรกิจหลายๆธุรกิจให้เกิดความมั่นคงและความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น โดยทั้งนี้ยังเป็นจุดตั้งต้นของธุรกิจขนาดใหญ่บางธุรกิจ เนื่องจากการเติบโตและความก้าวหน้าของบริษัท SME ทำให้ระบบเศรษฐกิจโดยรวมสามารถที่จะสร้างความมั่นคงและเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้นให้กับประเทศไทย ประกอบกับการที่บริษัท SME สามารถนำองค์ความรู้และแนวคิดที่แปลกใหม่ และนวัตกรรมต่างๆ มาประยุกต์ใช้ และแทนที่กับหลักการก่อนหน้านี้ เพื่อช่วยส่งเสริมและต่อยอดความสำเร็จของบริษัท SME ซึ่งเป็นสร้างฐานรากที่มั่นคงและแข็งแรง โดยสิ่งเหล่านี้จำเป็นอย่างมากต่อการเติบโตไปสู่ธุรกิจที่เป็นองค์กรขนาดใหญ่มากขึ้น นอกจากนี้บริษัท SME ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนซื้อขายและหมุนเวียนของเงินเพิ่มมากขึ้น เป็นแหล่งสร้างรายได้และกระจายรายได้ของคนเมืองไปสู่กลุ่มคนในภูมิภาคต่างๆ สร้างการจ้างงาน รวมไปถึงเป็นเส้นทางสู่การแก้ไขปัญหาความยากจน และช่วยป้องกันการผูกขาดของบริษัทมหาชนรายใหญ่ในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้เกิดการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจอย่างเท่าเทียมกันมากขึ้น เนื่องจากบริษัท SME เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการกระตุ้นการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ จึงได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาลในส่งเสริมกิจกรรมการต่างในหลายๆด้าน รวมถึงสิทธิด้านภาษีต่างๆ และนโยบายด้านอื่นๆ อาทิ นโยบายการช่วยจัดหาให้กับบริษัท SME และจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมากำกับดูแลและส่งเสริมบริษัท SME เพื่อประสานงานช่วยเหลือ เป็นแหล่งกระจายข้อมูลสิทธิประโยชน์ต่างๆ และช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจบริษัท SMEให้สามารถประกอบธุรกิจได้อย่างมั่นคงเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การประกอบธุรกิจบริษัท SME ยังคงประสบกับปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดบางประการตามการประกอบกิจการของผู้ประกอบการบริษัท SME นั้นๆ เนื่องจากการส่งเสริมจากรัฐบาลและเอกชนที่

มีเมื่อเท่ากับจำนวนของผู้ประกอบการพบว่าไม่เพียงพอ ทำให้ผู้ประกอบการบริษัท SME บางรายไม่ได้รับความช่วยเหลือและไม่ได้รับการเยียวยาจากทางหน่วยงานราชการและรัฐบาล

ปัจจุบันหลายประเทศทั่วโลกและรวมถึงประเทศไทยที่กำลังเผชิญกับความการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ความใช้จ่ายที่มีความกว่ารายได้ และความเสื่อมโทรมของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค และผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร เริ่มเข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและตระหนักถึงความสำคัญของผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตจากการก่อปัญหาเหล่านี้ โดยผู้ประกอบการบางรายเริ่มมองหาแนวทางการจัดและลดปัญหาดังกล่าว เพื่อที่จะพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการให้มีคุณภาพ และมุ่งสู่เป้าหมายการพัฒนาบริษัท SME อย่างยั่งยืน โดยที่จะมีการดำเนินงานให้เป็นไปตามกรอบแนวคิดการพัฒนาบริษัท SME อย่างยั่งยืนและการเตรียมความพร้อมแก่ให้เจ้าของกิจการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ในการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจ การตั้งเป้าหมายการดำเนินธุรกิจระหว่าง ด้านสังคม (Social Dimension) มิติสิ่งแวดล้อม (Environment Dimension) และมิติหลักการกำกับดูแลที่ดี (Good Governance Dimension) เพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ โดยการสร้างฐานรากที่แข็งแกร่งและมั่นคงสำหรับการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ พร้อมทั้งให้ผู้ประกอบการได้เตรียมความพร้อมในการปรับตัวที่เกิดจากสัญญาณของเศรษฐกิจและปรากฏการณ์ทางสังคมในโลกสมัยใหม่ที่เรียกว่า VUCA World เป็นสภาวะปกติแบบใหม่ที่มีการแปรเปลี่ยนและพลิกผันตามของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (วัฒนาพร ระเบียบทุกข์, 2563)

การที่ผู้ประกอบการสามารถประกอบธุรกิจโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้น โดยทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถนำเอาหลักการและแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ โดยนำมาปรับใช้อย่างเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจที่มีความหลากหลาย เพื่อที่จะวางแผนธุรกิจและกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจที่กำลังเจริญเติบโต เพื่อขยายอำนาจในการต่อรองทางการแข่งขันทั้งภายในและภายนอกอุตสาหกรรม ทั้งยังวางระบบการจัดการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้การประกอบธุรกิจมีความยืดหยุ่นไปตามสภาพระบบเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอนในปัจจุบัน อีกทั้งยังสามารถรักษาเสถียรภาพทางการเงินของธุรกิจบริษัท SME ตลอดจนการปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์และนโยบายการบริหารของผู้ประกอบการ และ จัดการการตลาดและการขาย รวมถึงการเตรียมปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อพร้อมรับมือกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจและสังคมอยู่เสมอ โดยผู้วิจัยมุ่งหวังเป็นอย่างยิ่งที่จะศึกษาการพัฒนาธุรกิจบริษัท SME ให้เกิดความยั่งยืน การผนวกองค์ความรู้รูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่ของธุรกิจบริษัท SME ที่ผ่านมาในประเทศไทย โดยอาจจะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการบางรายสามารถบรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จ ซึ่งนอกเหนือจากสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจเคยได้รับ อาทิเช่น ด้านความมั่นคง ชื่อเสียง การเป็นที่ยอมรับ เพื่อนำมาซึ่ง

การสร้างโอกาสการแข่งขันในอุตสาหกรรม ซึ่งการปรับเปลี่ยนแนวคิด วิสัยทัศน์ ทัศนคติ และวิธีการประกอบกิจการถือเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการธุรกิจบริษัท SME ผู้การเติบโตและการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต

ดังนั้น จึงเป็นสาเหตุให้ผู้วิจัยต้องทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจ อย่างยั่งยืนของผู้ประกอบบริษัท SME ในประเทศไทย อาทิ ความพร้อมด้านการบริหารจัดการกับสภาพแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง แนวทางการบริหารจัดการทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริษัท SME เกิดแรงผลักดันที่จะขับเคลื่อนบริษัทให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและเหมาะสมกับระบบเศรษฐกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน การรักษาสถิติสภาพทางการเงินของบริษัท SME รวมถึงการสร้าง โอกาสทางการแข่งขันและสร้างรายได้ให้แก่บริษัท SME ให้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการสร้างความมั่นคงและความเข้มแข็งทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการดำเนินกิจการของบริษัท SME ในประเทศไทย ที่ส่งผลต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน
- 1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณลักษณะในการดำเนินกิจการของบริษัท SME ในประเทศไทย ที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน
- 1.2.3 เพื่อนำผลศึกษาที่มีอิทธิพลต่อเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการบริษัท SME ในประเทศไทย
- 1.2.4 เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาองค์กร บนพื้นฐานแนวความคิดทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท SME ในประเทศไทย

1.3 คำถามในการวิจัย

- 1.3.1 การศึกษาปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนในบริษัท SME ในประเทศไทย
- 1.3.2 บริษัท SME ควรมีลักษณะด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนแบบใด ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของประเทศไทย

1.4 ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรตัวอย่างสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการบริษัท SME ในประเทศไทย สามารถแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการบริษัทได้ 3 ประเภท คือ ภาคการผลิต ภาคการค้าปลีก และค้าส่ง และภาคการบริการ เนื่องจากไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอนของผู้ประกอบการบริษัท SME ในประเทศไทย จึงนำสูตรคำนวณหากลุ่มกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 210 คน อ้างอิงจากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างบทที่ 3

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษางานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริษัท SME โดยวิเคราะห์ผ่านการรับรู้ของผู้ประกอบการในการประกอบกิจการของบริษัท SME ในประเทศไทย

1.4.3 ขอบด้านระยะเวลา

การศึกษางานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถาม ประมวลผลทางสถิติ และ วิเคราะห์ผลการศึกษา ในเดือนพฤษภาคม ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 เป็นระยะเวลา 2 เดือน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 เพื่อทราบถึงปัจจัยในการดำเนินกิจการของบริษัท SME ในประเทศไทย ที่ส่งผลต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.5.2 เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านคุณลักษณะในการดำเนินกิจการของบริษัท SME ในประเทศไทย ที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

1.5.3 เพื่อนำผลศึกษาที่มีอิทธิพลต่อเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการบริษัท SME ในประเทศไทย

1.5.4 เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาองค์กร บนพื้นฐานแนวความคิดทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท SME ในประเทศไทย

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อม และการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส นอกเหนือจากชื่อเสียงและการเป็นที่ยอมรับ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยต้องไม่สร้างผลกระทบทางลบต่อสังคมและลูกหลานของพวกเขาในอนาคต นอกจากนี้ยังมีการวางแผนป้องกันและการจัดการกับปัญหาด้านผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

Environmental, Social, Governance: ESG หรือ กรอบแนวคิดการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืน หมายถึง การประกอบธุรกิจโดยคำนึงถึงการพัฒนาองค์กร สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการทำกำไรและผลประโยชน์ที่บริษัทจะได้รับไปพร้อมๆกัน

หลักบรรษัทภิบาล หรือ ธรรมภิบาล หมายถึง หลักการกำกับดูแลที่ดี มีการตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลการจัดการบริหารภายในองค์กร เพื่อควบคุมการทำงานของทุกๆฝ่ายงาน บริหารจัดการให้เป็นไปอย่างโปร่งใส มีระเบียบ แบบแผนและขั้นตอน ซึ่งบ่งชี้ถึงการทำงานที่มีความซื่อตรง ตรงไปตรงมา สุจริต และสามารถตรวจสอบข้อมูลได้

VUCA World หรือ โลกแห่งความผันผวน หมายถึง การเผชิญกับสิ่งที่คาดการณ์ได้ยาก และเหตุการณ์ที่สามารถพยากรณ์ล่วงหน้าได้ รวมถึงความก้าวหน้าของนวัตกรรมอย่างก้าวกระโดด (Disruptive Technology) โดย VUCA ย่อมาจาก Volatility ความผันผวน Uncertainty ความไม่แน่นอน Complexity ความซับซ้อน และ Ambiguity ความไม่ชัดเจน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้การศึกษากรอบแนวความคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการทำการศึกษาวิจัยของบริษัท SME ในประเทศไทย มีความยั่งยืนบนพื้นฐานภายใต้กรอบแนวความคิดและทฤษฎี โดยมีรายละเอียดตามลำดับ ดังต่อไปนี้

- 2.1 ความสำคัญและความหมายของแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบริษัท SME ในประเทศไทย
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษา
- 2.5 สมมติฐานงานวิจัย

2.1 ความสำคัญและความหมายของแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 ซึ่งจะมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของผู้บริโภค ชุมชน และภาคอุตสาหกรรม รวมทั้งความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ อาทิเช่น ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ การปล่อยก๊าซพิษที่เป็นอันตรายสู่ชั้นบรรยากาศ และ ภัยพิบัติต่างๆ ทำให้ผู้ประกอบการเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นจากการเติบโตของอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งการนำหลักแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการคิดของ ESG เข้ามาปรับใช้ให้เหมาะสมควบคู่กับวิสัยทัศน์และพันธกิจของกิจการเพื่อพัฒนากิจการและสร้างความเชื่อใจให้กับผู้บริโภค ชุมชน และภาคอุตสาหกรรม เพราะทุกๆคนก็ต่างตระหนักถึงผลลัพธ์ในเชิงบวกที่จะช่วยนำองค์กรไปสู่อนาคตที่ดีและการสร้างความยั่งยืนในระยะยาว การนำกระบวนการคิดของ ESG มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับการประกอบกิจการจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างมากในการดำเนินกิจการหลายๆด้าน อาทิ การสร้างชื่อเสียงให้องค์กร การเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภค ชุมชน และภาคอุตสาหกรรมมากขึ้นเนื่องจากได้รับความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นให้กับผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง การบริหารจัดการภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส สามารถช่วยการจัดและขจัดความ

เสี่ยงที่เกิดขึ้นอย่างการคอร์รัปชันในองค์กร รวมทั้งปัจจุบันการจ้างพนักงานกว่า 70% ของพนักงานในองค์กร มีความต้องการที่จะร่วมทำงานกับองค์กรที่มีความใส่ใจความเป็นอยู่ของพนักงาน นอกจากนี้ยังรวมถึงต้องการให้องค์กรมีความใส่ใจในชุมชนและสิ่งแวดล้อม (บมจ.ธนาคารกรุงเทพ, 2564) ด้วยการนำกระบวนการคิดของ ESG ประยุกต์กับองค์กร จะทำให้องค์กรสามารถเพิ่มผลกำไรและสร้างมูลค่าให้แก่องค์กร และยังมีส่วนให้กิจการเติบโตไปข้างหน้าอย่างยั่งยืนและมั่นคงอีกด้วย

ท่ามกลางความท้าทายในกระบวนการจัดการบริหารจัดการกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบว่า หลายภาคส่วนในอุตสาหกรรมได้มีการรายงานผลด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ ซึ่งความเสียหายที่เกิดขึ้นดังกล่าวส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรสิ่งแวดล้อม และแหล่งชุมชนที่อาศัยอยู่ใกล้กับอุตสาหกรรม ทั้งนี้ภาคอุตสาหกรรมได้มีการจัดตั้งเป้าหมายที่จะลดกิจกรรมการทำงานบางอย่างที่อาจจะกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศและการลดปริมาณการปล่อยของเสียสู่ชั้นบรรยากาศและแหล่งน้ำใกล้โรงงาน อาทิ ลดใช้พลังงาน ปรับปรุงแพลตฟอร์มดิจิทัล ลดการใช้กระดาษ ลดปริมาณขยะพลาสติก การกำจัดหรือทำลายสิ่งปนเปื้อนในน้ำเสีย และการเพิ่มพื้นที่สีเขียว เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความแตกต่างและบรรลุเป้าหมายตามกรอบแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำเพื่อสร้างความไว้วางใจแก่ผู้บริโภค ชุมชน และภาคอุตสาหกรรม

การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ตามที่คณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา หรือ Brundtland Report กล่าวไว้ในเอกสารชื่อ อนาคตร่วมของเรา (Our Common Future) ได้ให้นิยามของการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ดังกล่าวคือ “การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องสามารถตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน แต่ต้องไม่กระทบต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นต่อไป” (อนันตชัย ยุธประถม จรัสวรรณ กิตติสุนทรากุล และคณะ, 2557) โดยเป้าหมายสูงสุดของแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวนี้คือ การสร้างรากฐานของระดับการดำรงชีวิตของมนุษย์ สรรพสัตว์และธรรมชาติให้ดีขึ้น การทำให้สิ่งเหล่านี้เกิดความสมดุลซึ่งกันและกัน การพิงพาดสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงการเติบโตของเศรษฐกิจ แทนการยึดเป้าหมายและแนวคิดเดิมที่ผ่านมาในอดีตคือการคำนึงถึงผลกำไรและผลประโยชน์ของบริษัทเป็นหลัก นอกจากนี้การนำแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน หรือ ESG (Environmental, Social and Governance) มาปฏิบัติใช้ให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจในมุมมองของผู้บริโภค ชุมชน และ ภาคอุตสาหกรรมเกิดความน่าเชื่อถือ การได้รับการความไว้วางใจจากบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง ด้วยการสะท้อนหน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบของธุรกิจที่มีต่อสังคมและผู้อื่นในองค์กร ทำให้ธุรกิจมีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น เพิ่มภาพลักษณ์และชื่อเสียงแก่องค์กร และ

เป็นประโยชน์ในการต่อยอดและการพัฒนาธุรกิจทั้งด้านการจัดการบริหารภายในองค์กรและการจัดการกับสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกสถานประกอบการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น เพื่อที่จะสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยการนำเอาหลักแนวกระบวนการคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ ESG มาปรับใช้อย่างเหมาะสมร่วมกันกับแนวคิดเดิมที่องค์กรเคยปฏิบัติกันมา เพื่อให้องค์กรสามารถเข้าถึงทรัพยากรและนำมาใช้อย่างเหมาะสมมากที่สุด ด้วยการอาศัยการหลักแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมี 3 องค์ประกอบ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้ ดังนี้

Environmental Dimension หรือ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เป็นกระบวนการคิดให้เกิดการสร้างคุณภาพศักยภาพด้านสิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืนภายในอุตสาหกรรม อาทิเช่นการจัดการกับระบบนิเวศและการควบคุมกิจกรรมต่างๆเพื่อเอื้อต่อการดำรงอยู่ของมนุษย์ตลอดไป โดยคำนิยามเหล่านี้สามารถช่วยชี้ให้เห็นว่า การจัดการสิ่งแวดล้อม ก็คือ กระบวนการที่ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สิ่งแวดล้อมทำให้สิ่งเหล่านี้มีคุณค่ากับมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างยั่งยืนไปตลอด (เกษม จันทรี่แก้ว, 2545) และการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ให้เกิดมูลค่าและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อมนุษย์ และดำเนินกิจกรรมบางอย่างควบคู่กันเพื่ออนุรักษ์และปกป้องสิ่งแวดล้อมที่ได้รับผลกระทบทางลบจากการดำเนินกิจกรรมบางอย่างภายในอุตสาหกรรม อาทิ ผลกระทบจากการแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ สารเคมีปนเปื้อน มลพิษทางอากาศ และการขาดแคลนแหล่งน้ำดื่มที่สะอาด เช่น การเรียกร้องสิทธิจากผู้บริโภคและชุมชนในการที่อุตสาหกรรมมีการปล่อยก๊าซพิษ ซึ่งอาจจะเกิดความจำเป็นและส่งผลกระทบแก่ผู้ที่อยู่ใกล้เคียงโรงงานและแหล่งอุตสาหกรรม

Social Dimension หรือ การจัดการด้านสังคม คือ กิจกรรมที่มีการวางกรอบการดำเนินงานอย่างชัดเจนในการทำประโยชน์เพื่อช่วยเหลือผู้บริโภค แหล่งชุมชนที่ได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมจากกิจกรรมบางอย่างที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินกิจการของอุตสาหกรรมเป็นส่วนใหญ่ โดยการมอบเงินทุนที่มีอย่างจำกัดหรือสิ่งของจำเป็นต่อการดำรงชีวิตเพื่อสนับสนุนและช่วยเหลือผู้บริโภค แหล่งชุมชน ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมหรือกิจการอาจจะต้องแบกรับความเสี่ยงทางการเงินจากการทำกิจกรรม ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวเพื่อที่อุตสาหกรรมหรือกิจการต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและแหล่งชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (EMES European Research Network, 1999) เช่นเดียวกับ การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรอย่างโปร่งใสและเที่ยงธรรม ด้วยการคำนึงถึงหลักความเป็นมนุษย์ขั้นพื้นฐานเป็นสำคัญและการดูแลด้านความปลอดภัยของบุคลากร แรงงาน ผู้รับเหมา ผู้บริโภค แหล่งชุมชน และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี การสร้างมิตรไมตรีจิตกับผู้บริโภคและแหล่งชุมชน โดยรอบ รวมถึงการทำงานเพื่อส่วนรวมและสังคม การหลีกเลี่ยงกิจกรรมบางอย่างของกิจการที่อาจจะไปกระทบต่อสิทธิของบุคลากร แรงงาน ผู้รับเหมา ผู้บริโภค แหล่งชุมชน และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับองค์กร

รวมทั้งการเปิดช่องทางในการร้องเรียนหรือร้องทุกข์สำหรับผู้ที่ได้รับผลกระทบและผู้ที่เกี่ยวข้อง จากกิจกรรมของอุตสาหกรรม หรือ ช่องทางการแสดงความคิดเห็นต่างๆอย่างเป็นขั้นเป็นตอน ที่ชัดเจน มีรายละเอียดชี้แจงเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจนและมีขั้นตอนการในการกำกับดูแลอย่างเหมาะสม

Good Governance Dimension หรือ การจัดการด้านธรรมาภิบาล คือ กระบวนการที่นำไปสู่ข้อกำหนดที่ควรประพฤติปฏิบัติเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการบริหารจัดการกับทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรให้เป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม สอดคล้องกับกฎระเบียบ ข้อกฎหมายตามหลักรัฐธรรมนูญของประเทศไทยและกฎหมายต่างประเทศ ทั้งนี้การประกอบกิจการต่างๆร่วมกัน ต้องมีการจัดการอย่างมีกลยุทธ์ การกำกับดูแล รวมถึงโครงสร้างและกระบวนการในการวางกฎระเบียบต่างๆควบคู่กับการเมือง และสังคมของประเทศนั้นๆ เพื่อที่ทุกภาคส่วนสามารถปฏิบัติหน้าที่ร่วมกันอย่างสันติ (บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2551) ดังนั้นการมีหลักในการปฏิบัติที่ดีหรือข้อกำหนดที่ดี จะช่วยให้การใช้อำนาจหน้าที่การบริหาร จัดการ จัดสรร และกำกับนโยบายให้เป็นตามกฎระเบียบกับกฎหมายของประเทศ การดูแลการป้องกันการทุจริตและการตัดสินใจบนต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง การประกอบกิจการอย่างตรงไปตรงมา และการดูแลผลตอบแทนของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ด้วยการยึดหลัก คุณธรรมและจริยธรรมเป็นสำคัญ อาทิเช่น การขจัดความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดปัญหาออร์รัปชัน หรือ การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้ผู้อื่นที่ไม่เกี่ยวข้องรับรู้หรือรับทราบข้อมูลที่มิใช่ของตนเอง

แนวคิดนี้จึงเป็นแนวคิดที่ทำให้เห็นถึงความสำคัญในการอยู่ร่วมกันระหว่างธรรมชาติและมนุษย์ จากการศึกษาที่ต้องให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวและเปลี่ยนแปลงกิจการของตนให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจตามยุคสมัยต่างๆที่เกิดขึ้น การที่ผู้ประกอบการสามารถจัดสรรการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในขอบเขตอย่างเหมาะสมตามความจำเป็น นอกจากนั้น การที่ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการกับทรัพยากรธรรมชาติและยังคงไว้ซึ่งความหลากหลายทางระบบนิเวศและชีวภาพ ให้สามารถพลิกฟื้นให้กลับคืนสู่สภาพใกล้เคียงกับสภาพเดิมมากที่สุด เพื่อให้ชนรุ่นหลังๆได้มีโอกาสนำสิ่งเหล่านั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำรงชีวิตต่อไป ดังนั้นกระบวนการคิดตามหลักแนวความคิดและทฤษฎี ESG จะช่วยปรับเปลี่ยนความคิดในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการให้มีความคิดที่อนุรักษ์และเกื้อกูลต่อทรัพยากรธรรมชาติมากยิ่งขึ้น การสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสม การช่วยเหลือผู้บริโภคและชุมชนอย่างเต็มใจ รวมถึงการนำเทคโนโลยีสะอาดมาใช้ให้มากที่สุด (อนันตชัย ยูรประถม จรัสวรรณ กิตติสุนทรากุล และคณะ, 2557)

ความหมายของคำว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืน ในทางเศรษฐศาสตร์ หมายความว่า การพัฒนาบางอย่างหรือบางกิจกรรมในองค์กรแล้วสามารถก่อให้เกิดมูลค่าทางการเงินเป็นสำคัญ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ด้วยกัน คือ เงินทุนจากธรรมชาติ เงินทุนจากฝีมือมนุษย์ เงินทุนด้านของสังคม และเงินทุนด้านของมนุษย์ โดยเงินทุนทั้ง 4 ประเภท นั้นจะสามารถอยู่ถาวรหรือเพิ่มพูนมากขึ้นก็ตาม แต่นำเงินทุนทั้งหมดเหล่านี้จะต้องช่วยนำพาในกิจการไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ (ธนากร สังเขป, 2555)

สำหรับประเทศไทย ผู้ที่มีความรู้มากมายได้ให้นิยามความสำคัญของคำว่าพัฒนาที่ยั่งยืนไว้อย่างชัดเจน อาทิเช่น แนวคิดของพระธรรมปิฎก (ป. อ. ปยุตฺโต, 2561) ด้วยการให้ความหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืนไว้ดังนี้ว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นจะมีลักษณะที่เป็นการบูรณาการ การนำเอาหลักแนวความคิดก่อนหน้ามาใช้กับหลักแนวความคิดใหม่อย่างเหมาะสม ทำให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ๆเพิ่มพูนไม่รู้จบ กล่าวคือ การนำเอาหลักการต่างๆ รวมทั้งกรอบแนวคิดและทฤษฎีของหลายศาสตร์หลายแขนงเข้ามาประยุกต์รวมกันอยู่ในกรอบแนวคิดเดียวกัน นั้นหมายความว่า การนำองค์ความรู้ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการคิดตามกรอบแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืน หลักจากนั้นนำองค์ประกอบทั้งหมดมาประกอบเข้าด้วยกันจนเป็นองค์ประกอบเดียวกันและนอกจากนี้ยังเป็นการสร้างดุลยภาพระหว่างกันขึ้นมาใหม่ (Balance) หรือหากจะพูดเป็นอีกนัยหนึ่ง คือ การทำให้ทุกๆกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการกระทำของมนุษย์มีความสอดคล้องและคล้อยตามไปตามกฎเกณฑ์ของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ” กล่าวคือ ในการประกอบกิจการของผู้ประกอบการจะต้องเข้าใจและเอาใส่ใจในเรื่องการนำทรัพยากรธรรมชาติในกิจกรรมของตัวเอง ต้องไม่กระทบต่อสิทธิความเป็นมนุษย์คนอื่นๆ การให้สร้างความเอาใจใส่กับเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมในกิจกรรมของตน เพื่อความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ต่อไป จึงสามารถสรุปแนวคิดของพระธรรมปิฎก ไว้ดังนี้ “การพัฒนาอย่างยั่งยืนตามแนวคิดของพระธรรมปิฎก จึงต้องครอบคลุมทั้ง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ควรจะปฏิบัติตนให้มีความถูกต้องและเหมาะสมเป็นไปตามหลักการ กฎหมายและข้อบังคับอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นที่จะทำประโยชน์ต่อผู้บริโภคและแหล่งชุมชน อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนความคิดใหม่ๆให้แก่ผู้ที่สนใจ ทั้งยังช่วยผลักดันให้องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์และพันธกิจในการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนสู่นาคตต่อไป”

ขณะที่ภาคธุรกิจอย่างเอกชนเริ่มหันไปให้ความสนใจกับ “ความยั่งยืน” เพิ่มมากขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนกระบวนการการผลิตที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติเกินความจำเป็นไปจนถึงการดำเนินกิจการอย่างเปิดเผยอย่างตรงไปตรงมาสามารถตรวจสอบได้ และเป็นไปตาม

ข้อกำหนดกฎหมายเพื่อช่วยเหลือถึงความเสียหายทางธุรกิจ และความเสียหายที่อาจจะกระทบกับชื่อเสียงทำให้ชื่อเสียงของกิจการเกิดการเสียหายและไม่ได้รับความน่าเชื่อถือจากผู้บริโภคได้ ดังนั้นมีการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับอย่างเคร่งครัดในการประกอบกิจการอุตสาหกรรมด้วยความซื่อตรง, ซื่อสัตย์, เปิดเผยข้อมูลอย่างตรงไปตรงมาตรง, มีความรับผิดชอบต่อธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการสร้างบรรทัดฐานที่ดีงามต่างๆ โดยการกระทำดังกล่าวจะช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถยกระดับกิจการของตนให้กลายเป็นผู้นำตลาด สามารถยึดครองส่วนแบ่งทางการตลาดและครองใจผู้บริโภค และ สร้างค่านิยม ความไว้วางใจให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้การปรับกระบวนการดำเนินงาน การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม หรือการจัดกิจกรรมรณรงค์ต่างๆ จะทำให้เป้าหมายการขับเคลื่อนธุรกิจอย่างยั่งยืนประสบผลสำเร็จเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นโอกาสให้กระบวนการคิดและรูปแบบการดำเนินงานใหม่ๆ เพื่อพร้อมที่จะรับมือกับสถานะเศรษฐกิจกับการเมืองที่ไม่แน่นอนในอนาคตอันใกล้ โดยกิจการอาจจะได้ผลตอบแทนทางการเงินที่ไม่แน่นอนซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อระยะยาวได้ นอกเหนือจากสิ่งที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ต่างๆที่วางไว้และสถานการณ์บางอย่างที่ขัดขวางการทำงานไม่ให้อุตสาหกรรมบรรลุวัตถุประสงค์ โดยที่เกิดขึ้นภายในองค์กร (ชัชรินทร์ วุฒิชชาติ, 2558)

การเผชิญหน้ากับความเสื่อมโทรมของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และกำลังถูกทำลายลงไปอย่างรวดเร็วและรวดเร็ว ซึ่งตรงกันข้ามกับการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรม จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้อย่างสิ้นเปลือง ส่งผลให้ผู้บริโภค ชุมชนและอุตสาหกรรม เริ่มตระหนักและให้ความสำคัญกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนมากยิ่งขึ้น โดยได้รับการพิสูจน์ข้อเท็จจริงจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือด้วยการแสดงหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ โดยหลักฐานดังกล่าวแสดงถึงข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับผลทางลบของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของโลกในปัจจุบัน อาทิเช่น เรื่องการปล่อยมลพิษทางน้ำจากโรงงานและการมีจุลินทรีย์ในน้ำส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำปนเปื้อนไม่เหมาะสมกับความเป็นอยู่ของสัตว์น้ำและสัตว์ชนิดต่างๆ นำไปสู่การสูญพันธุ์ของสัตว์บางชนิด เรื่องการปล่อยมลพิษทางอากาศจากการปล่อยก๊าซพิษและการเผาไหม้ของกิจกรรมต่างๆส่งผลกระทบต่อสัตว์ ต้นไม้ และ มนุษย์ ทำให้เกิดการระคายเคืองตา ส่งผลกระทบต่อระบบหายใจ ปอดทำงานหนัก ก่อให้เกิดโรคมะเร็งตามมา และ พิษเติบโตช้า และ เรื่องการทิ้งสิ่งปฏิกูลและสิ่งสกปรกส่งผลกระทบต่อทำให้เป็นแหล่งเพาะเชื้อโรคซึ่งเป็นอันตรายต่อสัตว์และมนุษย์ อีกทั้งยังส่งกลิ่นอันไม่พึงประสงค์สร้างความเดือดร้อนแก่แหล่งชุมชนที่อยู่บริเวณใกล้เคียงอีกด้วย จากข้อเท็จจริงข้างต้นที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้บริโภค ชุมชนและอุตสาหกรรมทราบถึงสถานการณ์ผลกระทบของปัญหาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงตระหนักได้ว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและเศรษฐกิจกำลังกระทบต่อความเป็นอยู่ของ ธรรมชาติและ

สิ่งแวดล้อม สัตว์ และ มนุษย์ ดังนั้นการนำกระบวนการคิดตามหลักแนวความคิดและทฤษฎีของการพัฒนาอย่างยั่งยืน มาปรับให้เหมาะสมกับอุตสาหกรรมจะประโยชน์และช่วยให้อุตสาหกรรมสามารถช่วยสร้างความสมดุล ธรรมชาติ สังคม และเศรษฐกิจ และส่งผลทำให้คุณภาพความเป็นอยู่ของธรรมชาติ สัตว์ และมนุษย์ดีมากขึ้น ตลอดจนช่วยสร้างสำนึกที่ดีในการอยู่ร่วมกันในทางสังคม โดยการไม่เบียดเบียนผู้อื่นหรือก่อความเดือดร้อนและความทุกข์ให้แก่ผู้อื่น และเกื้อกูลต่อกันให้มากขึ้นให้เป็นไปตามหลักพระธรรมคำสอนในพระธรรมปิฎก (ป. อ. ปยุตฺโต, 2561)



ภาพที่ 2.1 การพัฒนาอย่างยั่งยืนคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social, Governance : ESG) ที่มา (Corporate Finance Institute®)

ฉะนั้น การที่ผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการ โดยการปฏิบัติตามกรอบแนวความคิดและทฤษฎีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังที่กล่าวมาไว้ข้างต้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างความสมดุลระหว่างองค์ประกอบทั้ง 3 มิติ ประกอบไปด้วย มิติด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มิติด้านเศรษฐกิจ ละด้านการกำกับดูแลและกฎหมาย กล่าวคือ การประกอบกิจการของผู้ประกอบกิจการที่เกิดขึ้นต้องมีความสอดคล้องและไปตามหลักกฎหมาย การนำทรัพยากรธรรมชาติเท่าที่จำเป็น และทันการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ ทั้งนี้การดำเนินกิจการจะต้องมีความชัดเจนทั้งด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจ กรอบแนวคิด และแนวทางปฏิบัติ เพื่อบ่งบอกถึงทิศทางในการดำเนินกิจการอย่างยั่งยืนในระยะยาวที่เหมาะสมกับการดำเนินกิจการตน ตลอดจนการประกาศแผนการประกอบกิจการต่างๆที่จะสร้างให้กิจการเกิดความยั่งยืน เพื่อให้ผู้บริโภค ชุมชน และอุตสาหกรรมรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงของกิจการ ทำให้ผู้คนเหล่านี้เกิดความเชื่อมั่นว่าทุกขั้นตอนในการดำเนินกิจการทางผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญ และแสดงความรับผิดชอบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและเปิดเผยข้อมูลผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างตรงไปตรงมาตรง รวมถึงการสร้างชื่อเสียง

ภาพลักษณ์ที่ดีและช่วยสร้างโอกาสทางการแข่งขัน และ เสริมสร้างความมั่นคงและความเข้มแข็งทางธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบริษัท SME ในประเทศไทย

หากจะกล่าวถึงหน่วยธุรกิจที่มีจำนวนมากที่สุดในประเทศไทยคงจะเป็นอย่างอื่นไปไม่ได้นอกจาก บริษัท SME โดยแต่ละกิจการสามารถรองรับลูกค้าได้และก่อให้เกิดอัตราการจ้างงานที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ผู้ประกอบการบริษัท SME ยังคงขยายจำนวนกิจการอย่างต่อเนื่องและเป็นกลไกสำคัญโดยมีส่วนช่วยผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเติบโตเพิ่มมากขึ้น เป็นการสร้างรากฐานที่ดีและช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย อีกทั้งยังมีส่วนช่วยให้เกิดการหมุนเวียนของเงินที่ใช้สำหรับการจับจ่ายใช้สอย การแลกเปลี่ยนซื้อขายเครื่องอุปโภคและบริโภคต่างๆ เกิดการกระจายรายได้ให้แก่สังคมและชุมชนนอกเมืองหลวง และเป็นการช่วยให้เกิดการป้องกันการผูกขาดจากองค์กรขนาดใหญ่และบริษัทข้ามชาติในระบบเศรษฐกิจ จึงสามารถกล่าวได้ว่า บริษัท SME มีความสามารถอย่างมากที่จะช่วยให้ผู้บริโภค ชุมชนและภาคอุตสาหกรรมมีฐานะที่มั่นคงและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีตามลำดับเพิ่มมากขึ้น ดังเช่นที่ผ่านมามีบริษัท SME ในประเทศไทยจึงได้รับการพัฒนาและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บริษัท SME มีความสามารถเทียบเท่ากับบริษัท SME ในต่างประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) , 2564) แต่ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการบริษัท SME ส่วนใหญ่จะได้รับการเอาใจใส่จากรัฐบาลและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง แต่ยังคงพบว่าผู้ประกอบการหลายรายยังคงประสบกับปัญหาและได้รับการสนับสนุนที่ไม่เพียงพอ อาทิเช่น การจัดการบริหารเรื่องเงินทุนที่มีอยู่อย่างค่อนข้างจำกัดในสถานการณ์วิกฤตเศรษฐกิจที่กำลังตกต่ำและสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคระบาดต่างๆทำให้กิจการต้องหยุดชะงักลง, การแข่งขันเรื่องการค้าในตลาดเนื่องจากเป็นบริษัทขนาดเล็กจึงมีความเสียเปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนขนาดใหญ่, การเผชิญกับปัญหาด้านค่าตอบแทนของพนักงานและแรงงานต่างด้าวที่ไม่เท่าเทียมกันเกิดการแย่งพนักงานและแรงงานต่างด้าวกับเกิดขึ้นนำไปสู่จากการเอารัดเอาเปรียบพนักงาน, ปัญหาการขาดความรู้และเชี่ยวชาญเรื่องการบริหารจัดการกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, และการสนับสนุนที่มีความไม่สม่ำเสมอ

เมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงหรือการถูกแทนที่จากสิ่งใหม่ที่แตกต่างการรูปแบบเดิมนำไปสู่ยุคของความรุ่งเรืองเศรษฐกิจและยุคแห่งความรุ่งเรืองของเทคโนโลยีต่างๆ มากมาย ทำให้เกิดกระแสที่เรียกว่า โลกาภิวัตน์ (Globalization) กล่าวคือ มีการกำหนดนโยบาย

การค้าที่เสรีมากขึ้น, ความสามารถในการเคลื่อนย้ายทรัพยากรระหว่างประเทศสะดวกขึ้น ทั้งการดำเนินธุรกิจหรือกิจการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมจะแตกต่างกับการดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิม โดยในปัจจุบันผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ แนวคิด และเครื่องมือใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมมีความได้เปรียบ นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์เศรษฐกิจและระบบสังคมยังเป็นตัวกระตุ้นทำให้ผู้ประกอบการผลักดันและพัฒนาแผนการดำเนินธุรกิจของตนให้ทันต่อสภาพสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยอย่างต่อเนื่อง ส่งผลด้านบวกในการแข่งขันระหว่างอุตสาหกรรมมีความเข้มข้นมากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการต่างต้องการที่จะเพิ่มศักยภาพและสร้างมาตรฐานใหม่ในการแข่งขันในอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดความแตกต่าง จึงเป็นเหตุให้ผู้ประกอบการเริ่มมีการนำหลักกระบวนการแนวความคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาปรับใช้กับกิจการตน เพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นบริษัท SME อย่างยั่งยืน ทั้งนี้เป็นการเพิ่มศักยภาพของกิจการที่มีเดิม รวมทั้งการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่เกิดขึ้นจากความผันผวนของเศรษฐกิจ และสามารถนำพากิจการให้อยู่รอดอย่างยั่งยืนในระยะยาวท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงที่เกิดขึ้น

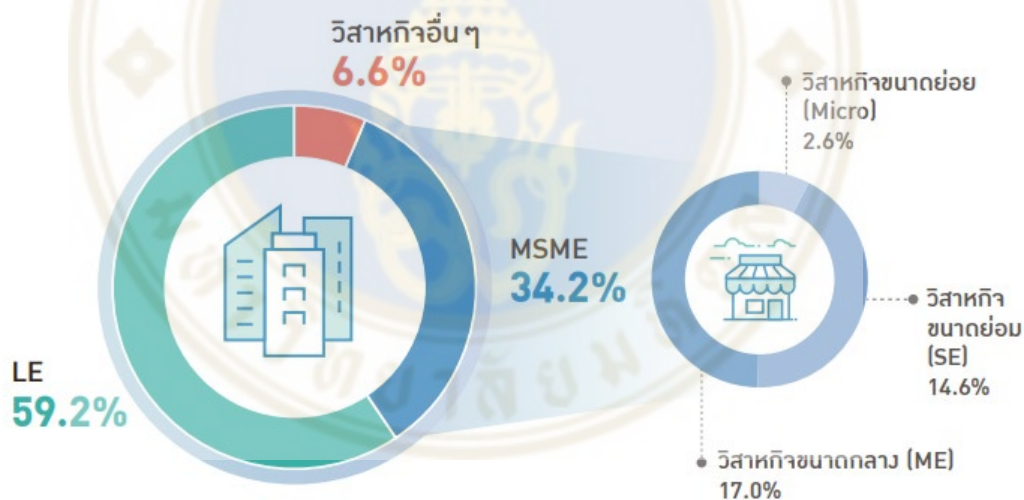
จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 พบว่า การสำรวจกิจการธุรกิจทั้งขนาดกลางและขนาดย่อมในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ได้รับผลกระทบไม่รุนแรงเท่ากับในเดือนกรกฎาคม 2563 โดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 58.1 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2564) ดังนี้

จากการวิเคราะห์ผลกระทบโดยเปรียบเทียบกับผลสำรวจปีก่อน สามารถสรุปเบื้องต้นโดยแบ่งออกเป็น ผลกระทบที่ร้ายแรงที่ทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาด อาทิเช่น เงินเดือน, ยอดขาย, ลูกค้า และสภาพคล่องทางการเงินลดลง ขณะที่ผลกระทบปานกลาง อาทิเช่น เกิดต้นทุนจมไม่สามารถผลิตสินค้าได้, สินค้าค้างสต็อก, ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากค่าเช่าที่และค่าซ่อมบำรุงเครื่องจักรและอุปกรณ์ และ การลดการจ้างพนักงาน เป็นต้น และผลกระทบต่ำ อาทิเช่น จำนวนของซัพพลายเออร์ลดลง พนักงานทำงานในรูปแบบ work from home, ยอดคำสั่งซื้อที่ไม่สามารถผลิตได้เนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบ และการเสียเครดิตกับลูกค้าประจำ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2564)

จากผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 ทำให้แนวโน้มของอัตราการขยายตัวของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2563 ลดลงในทุกประเทศ ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นวิกฤตใหญ่ครั้งใหญ่ที่เกิดขึ้นเนื่องจากกระทบกับเศรษฐกิจโลกและทุกประเทศอย่างหนัก อาทิเช่น ทวีปอเมริกา, ทวีปยุโรป และประเทศไทยที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2564)

จากผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 ทำให้มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2563 มีมูลค่าเท่ากับ 15,703,021 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้า 1,195,069 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 6.1 จากอัตราการขยายตัวร้อยละ 3.1 ในปีก่อน โดยเริ่มตั้งแต่ไตรมาสแรกของปีต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ซึ่งส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อเนื่องเศรษฐกิจและการค้าทั่วโลก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) , 2564)

ขณะที่มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (MSME) ในปี 2663 มีมูลค่า 5,376,066 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.2 ของ GDP รวม ลดลงจากปีก่อนที่มีสัดส่วนร้อยละ 35.0 โดยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 9.1 สำหรับมูลค่า GDP ตามขนาดวิสาหกิจ พบว่าวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro) มีมูลค่า GDP เท่ากับ 417,304 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.6 วิสาหกิจขนาดย่อม (SE) มีมูลค่า GDP เท่ากับ 2,290,099 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.6 และ วิสาหกิจขนาดกลาง (ME) มีมูลค่า GDP เท่ากับ 2,668,663 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.0 โดยมีอัตราการขยายตัวลดลงเท่ากับร้อยละ 15.8 ร้อยละ 9.8 และร้อยละ 7.0 ตามลำดับ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) , 2564)



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ปี 2563

ที่มา สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2564

จากจำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจพบว่า ภาคการบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจที่สุด ตามโครงสร้าง GDP ของประเทศในปี 2563 รองลงมา ได้แก่ ภาคการผลิต และภาคการค้าปลีกและค้าส่ง มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ ร้อยละ 25.2 และร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

สำหรับโครงสร้างของ GDP MSME ในปี 2563 จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญพบว่า ภาคการบริการยังคงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ภาคการผลิต และภาคการค้าปลีกและค้าส่ง มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 40.5 ร้อยละ 32.0 และร้อยละ 21.6 ตามลำดับ

ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 ในปี 2563 ส่งผลให้ GDP ประเทศลดลงถึงร้อยละ 6.1 โดยเมื่อพิจารณาผลกระทบจำแนกตามขนาดวิสาหกิจ พบว่า วิสาหกิจทุกขนาดต่างได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน เนื่องจากวิกฤตการแพร่ระบาดในครั้งนี้นี้ยังส่งผลกระทบต่อความต้องการของผู้บริโภคภายในและต่างประเทศ อาทิเช่น รายได้การจ้างงาน มูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการ ซึ่งต่างจากสถานการณ์หรือความผันผวนต่างๆ ที่เคยเกิดขึ้นที่จะกระทบต่อเศรษฐกิจเพียงบางด้านเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นภัยธรรมชาติสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมือง เศรษฐกิจโลกชะลอตัวลง เป็นต้น ดังนั้น การที่เศรษฐกิจจะสามารถฟื้นตัวได้ ขึ้นอยู่กับความสามารถในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคระบาดทั้งในประเทศและประเทศต่างๆ ทั่วโลก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) , 2564)

ในการส่งเสริม SMEs สำนักงานส่งเสริมฯ ทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนตามที่ระบุในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ได้แก่ ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจและองค์กรเอกชน โดยกิจการ SMEs ที่สำนักงานส่งเสริมฯ ให้การสนับสนุนและส่งเสริมหน่วยธุรกิจเฉพาะบริษัท SME ในกิจการผลิตสินค้ากิจการให้บริการ และกิจการค้าส่งและค้าปลีกโดยความหมายของแต่ละกิจการ (กฎกระทรวงกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 119 ตอนที่ 93 ก หน้า 17, 2545) ดังนี้

1. กิจการผลิตสินค้า กล่าวคือ การผลิตที่เป็นลักษณะของการประกอบการอุตสาหกรรมทุกประเภท กล่าวคือ การเปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรหรือด้วยมือ รวมถึงการแปรรูปผลิตผลการเกษตรอย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นการอุตสาหกรรม การผลิตที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นการประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือน

2. กิจการการบริการ กล่าวคือ การศึกษา การสุขภาพ การบันเทิง การขนส่ง การก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์การ โรงแรมและที่พัก การภัตตาคาร การขายอาหาร การขายเครื่องดื่มของภัตตาคารและร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่งบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ การให้บริการส่วนบุคคล บริการในครัวเรือน บริการที่ให้กับธุรกิจ การซ่อมแซมทุกชนิดและการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. กิจการค้าส่งและค้าปลีก กล่าวคือ การให้บริการเกี่ยวกับการค้า โดยที่การค้าส่ง หมายถึง การขายสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้แก่ผู้ค้าปลีก ผู้ใช้ในงานอุตสาหกรรม งานพาณิชย์กรรม สถาบัน ผู้ใช้ในงานวิชาชีพ และรวมทั้งการขายให้แก่ผู้ค้าส่งด้วยตนเอง และ การค้าปลีก หมายถึง การขายโดยไม่มี การเปลี่ยนรูปสินค้าทั้งสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้กับประชาชนทั่วไป เพื่อการบริโภคหรือการใช้ประโยชน์เฉพาะส่วนบุคคลในครัวเรือน รวมถึง การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนการซื้อขาย สถานีบริการน้ำมัน และสหกรณ์ผู้บริโภค

ประเภทกิจการ	วิสาหกิจขนาดย่อม				วิสาหกิจขนาดกลาง	
	วิสาหกิจรายย่อย		วิสาหกิจขนาดย่อม			
	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)
การผลิต	ไม่เกิน 1.8	ไม่เกิน 5	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 50	เกิน 100 - 500	เกิน 50 - 200
บริการ/ค้าส่ง/หรือค้าปลีก	ไม่เกิน 1.8	ไม่เกิน 5	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 30	เกิน 50 - 300	เกิน 30 - 100

ภาพที่ 2.3 ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2563 ที่มา (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) , 2564)

เพื่อเป็นไปตามราชกิจจานุเบกษา รูปแบบใหม่ ทางสำนักงานส่งเสริมฯ ได้มีการกำหนดลักษณะของบริษัท SME พ.ศ. 2562 ส่งผลให้การกำหนดคุณลักษณะของบริษัท SME และนิยาม SME ของประเทศเปลี่ยนแปลงนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นไป โดยการกำหนดเกณฑ์ให้เป็นจำนวนการจ้างงานและรายได้ สอดคล้องกับขนาดของวิสาหกิจและโครงสร้างทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน อาทิ การนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ลดจ้างงานลงและนำระบบดิจิทัลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในแผนหลักในการดำเนินธุรกิจ ให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2561

2.3 งานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการพัฒนาย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยนี้ไว้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
1. การรับรู้ของบุคลากรในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล	ทิพย์สุดา วนะวานา นนท์ (2559)	บุคลากรที่ปฏิบัติงานภายในสำนักงานที่ดิน กรุงเทพมหานคร และสาขา 244 คน	พบว่า หลักธรรมาภิบาลมีระดับมากที่สุด ได้แก่ ความโปร่งใสและการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากร และการรับรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาลที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล พบว่า ร้อยของบุคลากรเกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาล โดยมีตัวแปร 3 ตัว ได้แก่ หลักความคุ้มค่า หลักความร่วมมือ และหลักความรับผิดชอบ นอกจากนี้แนวทางในการปฏิบัติงาน หน่วยงานควรพัฒนาการรับรู้ในด้านการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ด้านพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร และด้านประชาสัมพันธ์
2. แบบจำลองสมการโครงสร้างของ ความ รับผิดชอบต่อสังคม การสร้างคุณค่าร่วมกัน และชื่อเสียงขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนขององค์กร	นิศากร มะลิวัลย์ (2561)	ผู้ประกอบการด้านการผลิตของประเทศไทยที่เข้าร่วมโครงการ 265 ตัวอย่าง และสัมภาษณ์ผู้บริหาร 5 ราย	พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการสร้างคุณค่าร่วมกัน ความรับผิดชอบต่อสังคมกับชื่อเสียงขององค์กร และการสร้างคุณค่าร่วมกันส่งผลต่อการสร้างคุณค่า การดำเนินงานที่ยั่งยืน และชื่อเสียงขององค์กร แต่ความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน เนื่องจากเผชิญปัญหาการ Disruption โดยยืนยันจากองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคม และการสร้างคุณค่าร่วมกัน สอดคล้องตามแนวทางของ Porter และความร่วมมือจะช่วยกำหนดบรรทัดฐานใหม่ในห่วงโซ่มูลค่า การสร้างคุณภาพและปรับปรุงสภาพแวดล้อมในชุมชนให้เอื้อต่อธุรกิจและเพื่อสังคม

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
3. แนวทางในการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSV) ที่มีต่อภาพลักษณ์ชื่อเสียงและการยอมรับของชุมชนในเขตพื้นที่มาบตาพุดจังหวัดระยอง	พงศ์ปณิต ใจยา (2562)	ตัวแทนชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ 38 ชุมชน 459 ตัวอย่าง และสัมภาษณ์ 15 คน	พบว่า การมีส่วนร่วมและรักษาอัตลักษณ์ สิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยเพื่อชุมชน การส่งเสริมเศรษฐกิจและการจ้างงานแก่ชุมชน การดูแลสุขภาพ สุขอนามัย ส่งผลต่อภาพลักษณ์ ชื่อเสียงการยอมรับของชุมชน และ กิจกรรมการศึกษาและการพัฒนาเยาวชนไม่มีส่งผลต่อภาพลักษณ์ชื่อเสียง การยอมรับของชุมชนอย่างยั่งยืน และ แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมสังคมขององค์กรธุรกิจ 4 ขั้นตอน
4. แนวทางการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวบนความเติบโตที่ยั่งยืนทั้งระบบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	ชัชวาลย์ อมร (2562)	ผู้บริหารในองค์กรธุรกิจท่องเที่ยว 500 ราย	พบว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ได้แก่ ส่งเสริมภาพลักษณ์และมาตรฐานด้านความปลอดภัย ความเป็นธรรมในการปกครองและพิจารณาค่าตอบแทน พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการเพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อำนวยความสะดวกที่มีอยู่มีการครอบคลุมพื้นที่ที่เหมาะสม ธุรกิจที่ดำเนินกิจการน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปีกับธุรกิจที่มีดำเนินกิจการมากกว่า 5 ปีให้ความสำคัญต่อแนวทางการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวบนความเติบโตที่ยั่งยืนไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
5. การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ESG Performance กับประสิทธิภาพทางการเงินในกลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมที่อ่อนไหว (Sensitive industries) กรณีศึกษาในกลุ่มสมาชิกสหภาพยุโรป	แวมณิ ชัยยืน (2563)	บริษัทจดทะเบียนทั้งหมดจำนวนทั้งสิ้น 428 บริษัท ในช่วงระยะเวลา ระหว่างปี 2553 ถึง 2561	พบว่า บริษัทในยุโรปเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่อ่อนไหวมีการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อเป็นไปตามมาตรการในการควบคุมมลพิษในยุโรป และอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์มีความสัมพันธ์เชิงบวก ในขณะที่กระแสเงินสดของกิจการมีความสัมพันธ์เชิงลบ และบริษัทขนาดใหญ่มีการดำเนินงานด้าน ESG มากกว่าบริษัทขนาดเล็ก ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยอื่นที่ศึกษาบริษัทในกลุ่มประเทศ BRICS (ประกอบด้วยบราซิล รัสเซีย อินเดีย จีนและแอฟริกาใต้) ที่เป็นกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาหรือตลาดเกิดใหม่(Emerging Market) เนื่องจากวัฒนธรรมและการปฏิบัติของ ESG ในยุโรปที่มีมานานกว่าและมีข้อมูลมากกว่า
6. กลยุทธ์การตลาดทางสังคมและการสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา EEC Thailand	ธัญญา ไชยเดช (2562)	ศูนย์การศึกษาเรื่องสิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย	พบว่า การตลาดทางสังคม เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการทำการตลาดที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคมให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน เนื่องจากจะต้องวางแผนการผลิตสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับบริบททางสังคม เกิดการซื้อสินค้าและบริการ และสามารถแก้ไขปัญหาสังคมไปพร้อมกัน หากธุรกิจต้องการสร้างความเปลี่ยนแปลงในวงกว้างจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ได้แก่ ผู้อุปถัมภ์การเปลี่ยนแปลง ผู้สนับสนุนการเปลี่ยนแปลง ผู้นำการเปลี่ยนแปลง และผู้ที่จะต้องเปลี่ยนแปลง หรืออีกนัยหนึ่ง คือ สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคมได้อย่างยั่งยืน

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
7. ศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานโครงการส่งเสริมความยั่งยืนของการพัฒนาเมืองอนาคต กรณีศึกษาเทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี	สุชาติ ขวัญเมือง (2563)	ผู้บริหารระดับสูงระดับกลาง หัวหน้า และกลุ่มผู้นำชุมชน รวม 21 คน	พบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของโครงการส่งเสริมความยั่งยืนของการพัฒนาเมืองในอนาคตของเทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี โดยยึดตามกรอบแนวคิดการวิจัย ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความเห็นต่อเป็นปัจจัยความสำเร็จสามอันดับแรกว่าเกิดจาก ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านงบประมาณ และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน รวมทั้งการได้รับความร่วมมือจากองค์กรต่างประเทศในการจัดหางบประมาณ การสร้างทรัพยากรบุคคลในชุมชนและการสื่อสารกับคนในชุมชนเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานของโครงการ
8. การมีส่วนร่วมของพนักงานในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	ขวัญวิษญา หนูกัน (2562)	พนักงานบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) 400 คน และสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง 5 คน	พบว่า พฤติกรรมเอื้อต่อสังคม การสนับสนุนทางสังคม และการเรียนรู้ทางสังคม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของพนักงานในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม การกระตุ้นให้เกิดปัจจัยที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วม การสร้างตัวแบบและพัฒนารูปแบบการสื่อสาร สร้างการรับรู้ผ่านชุดข้อมูล โดยรวมเข้ากับการสนับสนุนขององค์กร ซึ่งเป็นบทบาทโดยตรง เพื่อให้บุคลากรเกิดความรู้ และความตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วม ผลลัพธ์ คือการได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากสังคม สามารถพัฒนาความแข็งแกร่งทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
<p>9. นวัตกรรม การบูรณาการ และส่งเสริมการ ลงทุนอย่างมี ความรับผิดชอบต่อ สังคม</p>	<p>อทิพันธ์ ศักดิ์ศรี (2559)</p>	<p>นักลงทุนและ ผู้ที่มีแนวโน้ม ลงทุนตัวอย่าง จำนวน 424 คน</p>	<p>พบว่า ปัจจัยที่ส่งต่อพฤติกรรมการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา การนับถือศาสนา รายได้เฉลี่ย ครอบครัว ระดับทรัพย์สินในครอบครอง ความรู้ในการลงทุน และความตระหนักถึงเรื่องจริยธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม กองทุนที่ลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมีค่อนข้างจำกัดตามกรอบนโยบาย ดังนั้น ผลการศึกษาแนวทางและจัดแบ่งประเภทการลงทุนอยู่บนพื้นฐานของ Triple Bottom Line การคำนึงถึงหลักธรรมาภิบาล และการต่อต้านคอร์รัปชัน ทำให้การประเมินมีความครอบคลุมประเด็นการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุด</p>
<p>10. ความ รับผิดชอบต่อ สังคมของ องค์กรธุรกิจเพื่อ ความยั่งยืนของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)</p>	<p>พิมพ์พร ภูทอง ประเสริฐ (2563)</p>	<p>บริษัท การบิน ไทยจำกัด (มหาชน)</p>	<p>พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นปัจจัยสำคัญต่อชื่อเสียงขององค์กร เป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ดังนั้น องค์กรจึงควรกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจและปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงการมุ่งเน้นการตลาดที่ตอบสนองความต้องการสูงสุดของลูกค้า เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้งนี้ ความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นกลยุทธ์ที่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาทิ พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชน เป็นต้น</p>

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
11. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลขององค์กร (ESG) กับมูลค่ากิจการ (TOBIN'S Q) ในหมวดธุรกิจพลังงานที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	ภัสสิริ ศรสงคราม (2560)	บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหมวดธุรกิจพลังงาน 106 ตัวอย่าง	พบว่า ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มพลังงานที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากการดำเนินงานด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลขององค์กรมาก จะส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผลการดำเนินงานได้มาซึ่งรายได้ และการทำกำไรลดลง และส่งผลกระทบต่อมูลค่าของกิจการลดลงในที่สุด แต่ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลขององค์กร (ESG) นี้ถือเป็นเรื่องที่บริษัทจดทะเบียนควรให้ความสำคัญ และมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น โดยใช้ Tobin's Q มาเป็นตัวชี้วัดมูลค่าของกิจการ เป็นแนวคิดที่เกิดจากการข้อมูลจากงบการเงิน และมูลค่าทางการตลาด ทั้งนี้ Tobin's Q เป็นตัววัดที่สะท้อนให้เห็นถึงมูลค่าของกิจการได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถนำไปใช้ในการคาดการณ์การตัดสินใจใช้จ่ายลงทุนในอนาคตได้
12. การขับเคลื่อนสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ปาริฉัตร บัวเข็ม (2563)	ผู้บริหาร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และคณะ	พบว่า การให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืนของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเริ่มขึ้นเมื่อสิบปีก่อนเพื่อวางรากฐานเรื่องสิ่งแวดล้อมขึ้นพื้นฐานอย่างเรื่องการวางผังอาคารให้สอดคล้องกับพื้นที่สีเขียว และมีการดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องสู่ "มหาวิทยาลัยสีเขียว" และ "มหาวิทยาลัยที่ยั่งยืน"

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
13. ผลกระทบของ ESG ต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการกับผลการดำเนินงานของบริษัท	ศุภรพินท์ มโนรัตน์ (2563)	บริษัทที่ได้รับคัดเลือกอยู่ในกลุ่ม SET100 482 ตัวอย่าง	พบว่า ขนาดของคณะกรรมการบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงลบกับ ROE และ Tobin's Q สัดส่วนของกรรมการอิสระมีความสัมพันธ์เชิงลบกับ ROE ในขณะที่สัดส่วนของกรรมการเพศหญิงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ Tobin's Q และพบว่า ESG ส่งผลในเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการกับ ROE
14. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) กับผลตอบแทนหลักทรัพย์กรณีศึกษาบริษัทในกลุ่ม ESG100	ณัฐกานต์ วุฒิสมาพันธ์ (2561)	บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 197 ตัวอย่าง	พบว่า ด้านการต่อต้านทุจริต มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับผลตอบแทนหลักทรัพย์ ในขณะที่ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และ ด้านการตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ เป็นเพราะแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล ในประเทศไทยไม่เป็นที่แพร่หลายนัก จึงไม่สามารถแยกแยะระดับการให้ความสำคัญในเรื่องนี้ของบริษัทได้อย่างชัดเจน โดยมีการประเมินตามตัวชี้วัดทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้านการต่อต้านทุจริต (Anti-Corruption) และด้านการตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG)

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
15. แนวทางสู่ความสำเร็จในการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน	ลานนา หมื่นจันทร์ (2559)	บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 13 บริษัท	พบว่า วิสัยทัศน์มุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจมากกว่าสังคมและสิ่งแวดล้อม ในการดำเนินการนั้นมีการวางกรอบกลยุทธ์ทุกๆด้านใ้การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นตัวขับเคลื่อนบริษัทเพื่อให้เกิดคุณค่าต่อผู้บริโภค สังคม สิ่งแวดล้อม รวมถึงสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนและการมีผลประโยชน์ที่ดีนำระบบบริหารความเสี่ยงมาเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานในทุกระดับ ตลอดจนกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างชัดเจน โดยพิจารณาจากมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดและการประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน จากแบบประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจซึ่งจัดทำโดย RobecoSAM ประกอบด้วย 3 มิติหลัก คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
16. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสในการเติบโต ความรับผิดชอบต่อสังคม กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน	อริสรา เวทย์วิชาพงศ์ (2561)	บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 1,612 ตัวอย่าง	พบว่า โอกาสในการเติบโตมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับผลการดำเนินงานของบริษัททั้ง ROE ที่เป็นตัวชี้วัดทางบัญชีและ Tobin's Q ที่เป็นตัวชี้วัดทางการตลาด คือ หากบริษัทมีโอกาสในการเติบโตมากเปรียบเสมือนเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและความได้เปรียบให้กับบริษัท ซึ่งจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตามการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่มีความซับซ้อนและแข่งขันกันมากขึ้น การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจะต้องมีการปรับตัวและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
17. ธรรมาภิบาล สีเขียวเพื่อการ จัดการ อุตสาหกรรมที่ เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม	ภัทรวัต มหาภิรมย์ (2559)	สถาน ประกอบการ อุตสาหกรรม 800 แห่ง และ สัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ภาครัฐและ ผู้ประกอบการ	พบว่า ธรรมาภิบาลสีเขียว ในการจัดการ ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลทางตรงกับ ความมุ่งมั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่มี อิทธิพลทางอ้อมผ่านการบริหารจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติ และผลการวิเคราะห์จาก สถานประกอบการ โรงงานอุตสาหกรรม สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสถาน ประกอบการ โรงงานอุตสาหกรรมได้ปลูกฝังและ จัดการค่านิยมความเชื่อ สร้างจิตสำนึกและทัศนคติ ที่ดีในการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมด้วยการ สร้างค่านิยมให้มีความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่ เกิดขึ้น การเคารพประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วน เสียในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งต้อง เคารพสิทธิมนุษยย์ด้านสิ่งแวดล้อม
18. ความ รับผิดชอบต่อ สังคมเพื่อการ พัฒนาอย่าง ยั่งยืนของ วิสาหกิจขนาด กลางและขนาด ย่อมในเขต ภาคใต้ของ ประเทศไทย ภายใต้การพัฒน ประชาคม เศรษฐกิจ อาเซียน	หทัยชนก บุญศิริ(2559)	วิสาหกิจ ขนาดกลาง และขนาด ย่อม 350 ราย	พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคใต้ ของประเทศไทยมีระดับการรับรู้ความ รับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่แตกต่างกัน ขณะที่ระดับรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนั้นไม่ แตกต่างกัน และการนำหลักความรับผิดชอบต่อ สังคมของธุรกิจมาบูรณาการร่วมกับปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงจะช่วยนำวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้ การพัฒนาประชาคมอาเซียน

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
19. ตัวชี้วัดความยั่งยืนสำหรับกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย: กรณีศึกษา กิจการเพื่อสังคมด้านอาหาร	กมลทิพย์ พงษ์พิพัฒน์ วัฒนา (2560)	ผู้เชี่ยวชาญ 4 ท่าน ได้แก่ บริษัทสยาม ออร์แกนิก จำกัด, มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง, บริษัทไร่ทอง, ออร์แกนิกส์ฟาร์ม จำกัด และบริษัท แครี่โฮม จำกัด	พบว่า ตัวชี้วัดความยั่งยืนกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ปัจจัยด้านปัจจัยนำเข้า ได้แก่ บรรษัทภิบาล การจดทะเบียน โครงสร้างองค์กร วัตถุประสงค์ การเงิน ทรัพยากรบุคคล นโยบาย, ปัจจัยด้านกระบวนการหรือกิจกรรม ได้แก่ กระบวนการคิดค้นนวัตกรรมทางสังคมของสินค้าและบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มาตรฐานการผลิต การผลิตได้ตามค่าการตลาดและแบรนด์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการบริหารจัดการผลกระทบ, ปัจจัยด้านผลลัพธ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ และ ปัจจัยด้านผลกระทบ ได้แก่ ผลตอบแทนทางด้านสิ่งแวดล้อม ผลตอบแทนทางสังคม และ ผลตอบแทนทางการเงิน
20. บทบาทของรัฐในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	จักรพันธ์ งามสุขเลิศกุล (2559)	ผู้เชี่ยวชาญ 9 ท่าน	พบว่า บทบาทของรัฐในการส่งเสริมการดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย การกำหนดมาตรการด้านภาษี การส่งเสริม การพัฒนา และฝึกอบรมแก่ผู้ประกอบการ และสามารถเชื่อมโยงอย่างทั่วถึงเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ ด้านปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขต่างๆ การสร้างความสมดุลระหว่างการสร้างผลกำไร, ประชาชนและสังคม การร่วมมือกันทำให้เกิดเครือข่ายมีความยืดหยุ่นควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร และปรับปรุงการดำเนินงานด้านวิธีการปฏิบัติ เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินกิจการ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
21. การรับรู้กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมันบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง	บุษบา สุขใจ (2561)	ผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองลำปาง 380 ราย	พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการที่สุด รองลงมาคือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการการรับรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการ และลำดับสุดท้ายการรับรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า
22. การพัฒนาโมเดลสนับสนุนการดำเนินกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย	วฐุ โรจนวงศ์ (2559)	ผู้ประกอบการกิจการเพื่อสังคมด้านบริการสุขภาพในประเทศไทยมีทั้งหมด 18 องค์กร	พบว่า กิจการเพื่อสังคมด้านบริการสุขภาพที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน จำเป็นต้องจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยสำหรับสนับสนุนการดำเนินกิจการทั้งหมด 3 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยการสนับสนุนกิจกรรมหลักภายในองค์กร, ปัจจัยการสนับสนุนกิจกรรมสนับสนุนภายในองค์กรและปัจจัยการสนับสนุนจากภายนอกองค์กร เพื่อให้สอดคล้องและมีประสิทธิภาพกับบริบทขององค์กรและสามารถปรับใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานในองค์กรอื่น ต้องมีการศึกษาและพิจารณาถึงปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงานอื่นๆ เพิ่มเติม

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
23. การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของรัฐวิสาหกิจไทย	จเร ชุมกุล (2559)	รัฐวิสาหกิจ 56 แห่ง	พบว่า การดำเนินงานที่คำนึงถึงชุมชนท้องถิ่น การดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายในการป้องกันการมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริตที่ได้ดำเนินการแล้วการพัฒนาและผลกระทบจากการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน และการเปิดเผยปริมาณการใช้วัสดุ วัสดุรีไซเคิล พลังงานและน้ำ ข้อมูลปริมาณการปล่อยมลพิษทางอากาศ น้ำทิ้ง และของเสียรวมถึงการหกรั่วไหลที่มีนัยสำคัญตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าภาครัฐให้ความสำคัญต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไม่ต่างไปจากภาคเอกชนแม้ว่าจะไม่มีการกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไขหรือรูปแบบการเปิดเผยข้อมูลที่ชัดเจน
24. การพัฒนาธุรกิจโรงแรมต่อความรับผิดชอบต่อความหลากหลายทางชีวภาพและผลการดำเนินงานของโรงแรม	นิสามาศ เลاهرัดนา หิรัญ(2559)	การสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง 27 ท่าน และการตอบแบบสอบถามผู้บริหารระดับสูงจำนวน 540 ท่าน ผู้บริหารระดับสูงจำนวน 7 ท่าน	พบว่า ปัจจัยด้านองค์การ คน สังคม การเมือง เทคโนโลยี กฎหมายเศรษฐกิจและสภาพสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อความหลากหลายทางชีวภาพในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนและการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมเพื่อผลการดำเนินงานของโรงแรม และมีอิทธิพลทางตรงกับทางอ้อมต่อความรับผิดชอบต่อความหลากหลายทางชีวภาพต่อการดำเนินงานของโรงแรม

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
25. การพัฒนาโมเดลเพื่อสนับสนุนการดำเนินโครงการบ่มเพาะกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย	พัฒนเจด ลิมวิรัตน์ (2559)	ผู้เชี่ยวชาญสำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ 3 โครงการ	พบว่า การดำเนินกิจการเพื่อสังคมจะสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยสำหรับสนับสนุนการดำเนินกิจการทั้งหมด 5 ส่วน ได้แก่ การคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการ เงินทุนสนับสนุน เครือข่ายและพันธมิตร การสนับสนุนและกิจกรรม และทรัพยากรบุคคล อีกทั้งยังเป็นโมเดลที่เหมาะสมและสามารถนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานของโครงการบ่มเพาะกิจการเพื่อสังคมได้อย่างครบถ้วน เพียงแต่จุดเน้นสำหรับการนำโมเดลมาปรับใช้ในการดำเนินงานของแต่ละโครงการจะมีความแตกต่างแล้วแต่โครงการ
26. Greenwashing in environmental, social and governance disclosures	Ellen Pei-yi Yu & Bac VanLuub & Catherine HuirongChenc (2020)	บริษัทขนาดใหญ่ 1,925 แห่งจาก MSCI world index	พบว่า ในรายงานความยั่งยืนของบริษัทบางบริษัทมีความไม่น่าเชื่อถือหรือไม่มีมาตรฐานหรือเสมือนรับผิดชอบต่อสังคมโดยการรักษาสีแวดล้อมซึ่งขัดแย้งต่อความเป็นจริง เพื่อให้การรายงานความยั่งยืนที่ความโปร่งใสมากและเปิดเผยข้อมูล ESG มากที่สุด จึงเพิ่มปัจจัยในการพิจารณาการตรวจสอบและคัดกรองข้อมูล ดังนี้ ควรมีการเพิ่มคณะกรรมการอิสระ นักลงทุนสถาบัน เพื่อตรวจสอบผลประโยชน์ต่อการต่อต้านการคอร์รัปชัน และ ตรวจสอบการจดทะเบียนหลักทรัพย์ข้ามประเทศ เพื่อลดภาวะฟอกเขียวหรือ Greenwashing ที่อาจเกิดขึ้นได้และเพื่อเกิดการลงทุนอย่างยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมได้อย่างแท้จริง

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
27. Environmental, Social and Governance (ESG) disclosure, competitive advantage and performance of firms in Malaysia	Wan Masliza WanMohammad & Shaista Wasiuzzamanb (2021)	บริษัท 661 บริษัทใน ตลาด หลักทรัพย์ เบอร์ซา มาเลเซีย	พบว่า ESG เป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนให้มีการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เนื่องจากบริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ส่วนใหญ่ที่มีการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนดังกล่าวพบว่า การดำเนินธุรกิจในองค์กรรวมในระยะยาวของบริษัทที่มีประสิทธิภาพดีขึ้น ผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นที่สูงขึ้น การยอมรับและได้รับความไว้วางใจจากประชาชนมากขึ้น ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจมากยิ่งขึ้น และใช้ ESG performance เป็นตัวประเมินและชี้วัด
28. Sustainable behaviors and firm performance: The role of financial constraints' alleviation	Dong yang Zhang & Brian M.Luceybcde (2021)	บริษัทที่จดทะเบียน 215,110 บริษัทใน 47 ประเทศ	พบว่า การให้ความสำคัญกับการดำเนินงานและกระบวนการผลิตให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน การตั้งเป้าหมายการลดการปล่อยคาร์บอนหรือผลกระทบจากพลังงานทดแทนที่ไม่เพียงพอค่อความ ต้องการ นอกจากนี้ประสิทธิภาพของ ESG สามารถช่วยแก้ปัญหาการเข้าถึงข้อมูลทางการเงินโดยไม่มีแหล่งที่มาที่ชัดเจน ทำให้ ESG สามารถบ่งชี้คุณภาพของการดำเนินงาน การกำหนดนโยบายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสามารถช่วยลดความเสี่ยงทางการเงินและจัดสรรเงินทุนสนับสนุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และใช้ ESG performance เป็นตัวประเมินและชี้วัด

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
29. Water management and corporate social performance in the food and beverage industry	Olaf Weber & Grace Saunders-Hogberg (2018)	บริษัทที่เกี่ยวข้องกับภาคอาหารและเครื่องดื่ม 61 บริษัทในแคนาดา	พบว่า อุตสาหกรรมได้มีการประเมินการจัดการความเสี่ยงด้านกรน้ำและหาตัวชี้วัดน้ำที่ใช้ในอุตสาหกรรม เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ใช้น้ำมากที่สุด ผลที่ได้คือ การบำบัดน้ำเพื่อหมุนเวียนน้ำและนำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักในอุตสาหกรรมสำหรับการจัดการน้ำและเป็นส่วนสำคัญความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ เพื่อไม่ให้กระทบต่อชุมชน ระบบนิเวศ และการเกษตร นอกจากนี้กิจกรรมดังกล่าวสามารถช่วยลดต้นทุนและลดการการปล่อยน้ำเสียลงสู่แม่น้ำ โดยใช้ MSCI ESG Index เป็นตัวชี้วัด
30. Sustainable collaboration: The impact of governance and institutions on sustainable performance	Eva Niesten & Albert Jolink & Ana Beatriz Lopes de Sousa Jabbour & Maryse Chappin & Rodrigo Lozano (2017)	อุตสาหกรรมการผลิต 14 แห่ง ใน 27 ประเทศในสหภาพยุโรป	พบว่า ความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมระหว่างบริษัท สามารถช่วยเพิ่มผลประโยชน์ที่ยั่งยืนร่วมกัน เช่นการแบ่งปันความรู้และเทคโนโลยีระบบการจัดการลดของเสียและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานทางด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยสามารถป้องกันและลดความเสี่ยงในการดำเนินงานและเพิ่มประสิทธิภาพกับมูลค่าให้แก่องค์กร

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
31. Corporate governance and social responsibility	Marty Stuebs & Li Sun (2015)	1,222 บริษัท ปี 2547 และ 1,107 บริษัท ปี 2548	พบว่า หลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ CSR นอกจากนี้ การมีหลักธรรมาภิบาลที่ดียังส่งผลดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคต ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าองค์กรธุรกิจที่มีการกำกับดูแลที่ดีมีผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและ ผลการดำเนินงานด้าน CSR จะช่วยสนับสนุนความพยายามในการปรับปรุงหลักธรรมาภิบาลบริษัทในสหรัฐอเมริกา โดยการประเมิน the governance score (GOV) และ KLD's social responsibility index score (KLD) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดหลักธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
32. Environmental governance: A practical framework to guide design, evaluation, and analysis	Nathan J. Bennet & Terre Satterfield (2018)		พบว่า ธรรมาภิบาลเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความมั่นใจในการจัดการสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ให้มีประสิทธิภาพ จากการศึกษาในครั้งนี้เพื่อให้เข้าใจการกำกับดูแลสิ่งแวดล้อมในบริบททางสังคมที่มีปัญหาที่แตกต่างกันตามระบบนิเวศและสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย และพยายามพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการปฏิบัติ อยู่เสมอเพื่อให้หลักธรรมาภิบาลมีประสิทธิภาพและครอบคลุมที่สุด โดยผ่านการพิจารณาจากข้อกำหนดและข้อปฏิบัติของหน่วยงานต่างๆ อาทิ กฎหมาย นโยบาย บรรทัดฐาน โครงสร้างองค์กร อาทิ ทางการหรือกึ่งทางการ และกระบวนการปฏิบัติงาน อาทิ ขั้นตอนการตัดสินใจ และการกำหนดนโยบายต่างๆ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)

หัวข้องานวิจัย	นักวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานวิจัย
33. Positioning ethics and social responsibility as a strategic tool in employees' affective commitment Evidence from Malaysian small medium-sized enterprises (SMEs)	Mei Peng Low & Seng Fook Ong & Pei Meng Tan (2017)	พนักงานบริษัท SME ประเทศมาเลเซีย 390 คน	พบว่า PRESOR และ CSR มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก นอกจากนี้ พนักงานยังสามารถรับรู้ว่าจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งที่จำเป็นและมีบทบาทสำคัญในการแสดงออกและปฏิบัติตนอย่างไรในสถานที่ทำงาน โดยการประเมินใช้โมเดลสมการโครงสร้างแบบ PLS-SEM ซึ่งประกอบด้วย โมเดลการวัด (Measurement Model หรือ Outer Model) และ โมเดลโครงสร้าง (Structural Model หรือ Inner Model) และเป็นเครื่องมือทางสถิติที่ได้รับความนิยมและมีความคลาดเคลื่อนมีค่าน้อยที่สุด
34. Corporate social responsibility and firm performance of Ghanaian SMEs: Mediating role of access to capital and firm reputation	Otuo Serebour Agyemang & Abraham Ansong (2017)	ธุรกิจ SMEs 423 ธุรกิจ ประเทศกานา	พบว่า การสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง CSR และ ผลการดำเนินงานทางการเงินของ SMEs มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กล่าวคือ กิจกรรมของ CSR มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานภายในธุรกิจ และนำไปสู่ประสิทธิภาพทางการเงินและชื่อเสียงที่เพิ่มขึ้น โดยประเมินจากปัจจัย ดังนี้ ความรับผิดชอบต่อทางการเงิน การเข้าถึงสถาบันทางการเงิน ชื่อเสียงองค์กร และ ผลประกอบการ

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	หัวข้องานวิจัย	รูปแบบ	เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้าน						
			Environmental Dimension	Social Dimension	Good Governance	Corporate Reputation	Brand Image	Financial Performance	Stakeholders Satisfaction
1.	การรับรู้ของบุคลากรในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล	Quantitative			✓	✓	✓	✓	✓
2.	แบบจำลองสมการ โครงสร้างของความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างคุณค่าร่วมกันและชื่อเสียงขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนขององค์กร	Quantitative & Qualitative		✓		✓	✓	✓	✓
3.	แนวทางในการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSV) ที่มีต่อภาพลักษณ์ชื่อเสียงและการยอมรับของชุมชนในเขตพื้นที่ มาบตาพุด จังหวัดระยอง	Quantitative & Qualitative		✓		✓	✓	✓	✓
4.	แนวทางการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวบนความเติบโตที่ยั่งยืนทั้งระบบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	Quantitative			✓	✓	✓	✓	✓
5.	การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ESG Performance กับประสิทธิภาพทางการเงินในกลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมที่อ่อนไหว (Sensitive industries)กรณีศึกษาในกลุ่มสมาชิกสหภาพยุโรป	Quantitative	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	หัวข้องานวิจัย	รูปแบบ	เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้าน						
			Environmental Dimension	Social Dimension	Good Governance Dimension	Corporate Reputation	Brand Image	Financial Performance	Stakeholders Satisfaction
6.	กลยุทธ์การตลาดทางสังคมและการสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา EEC Thailand	Qualitative	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7.	ศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานโครงการส่งเสริมความยั่งยืนของการพัฒนาเมืองในอนาคตกรณีศึกษา เทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี	Qualitative	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8.	การมีส่วนร่วมของพนักงานในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	Quantitative & Qualitative		✓		✓	✓	✓	✓
9.	นวัตกรรมการบูรณาการและส่งเสริมการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม	Quantitative		✓		✓	✓	✓	✓
10.	ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อความยั่งยืนของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)	Qualitative		✓		✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	หัวข้องานวิจัย	รูปแบบ	เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้าน						
			Environmental Dimension	Social Dimension	Good Governance Dimension	Corporate Reputation	Brand Image	Financial Performance	Stakeholders Satisfaction
11.	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลขององค์กร (ESG) กับมูลค่ากิจการ (TOBIN'S Q) ในหมวดธุรกิจพลังงานที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	Quantitative	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
12.	การขับเคลื่อนสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Qualitative	✓			✓	✓	✓	✓
13.	ผลกระทบของ ESG ต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการกับผลการดำเนินงานของบริษัท	Quantitative	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) กับผลตอบแทนหลักทรัพย์ กรณีศึกษาบริษัทในกลุ่ม ESG100)	Quantitative	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
15.	แนวทางสู่ความสำเร็จในการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน	Qualitative	✓	✓		✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	หัวข้องานวิจัย	รูปแบบ	เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้าน						
			Environmental Dimension	Social Dimension	Good Governance Dimension	Corporate Reputation	Brand Image	Financial Performance	Stakeholders Satisfaction
16.	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสในการเติบโต ความรับผิดชอบต่อสังคม กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน	Quantitative		✓		✓	✓	✓	✓
17.	ธรรมาภิบาลสีเขียวเพื่อการจัดการอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	Quantitative & Qualitative		✓	✓	✓	✓	✓	✓
18.	ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	Quantitative		✓		✓	✓	✓	✓
19.	ตัวชี้วัดความยั่งยืนสำหรับกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย: กรณีศึกษากิจการเพื่อสังคมด้านอาหาร	Qualitative		✓		✓	✓	✓	✓
20.	บทบาทของรัฐในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	Qualitative		✓		✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	หัวข้องานวิจัย	รูปแบบ	เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้าน						
			Environmental Dimension	Social Dimension	Good Governance Dimension	Corporate Reputation	Brand Image	Financial Performance	Stakeholders Satisfaction
21.	การรับรู้ กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมันบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง	Quantitative		✓		✓	✓	✓	✓
22.	การพัฒนาโมเดลสนับสนุนการดำเนินกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย	Qualitative		✓		✓	✓	✓	✓
23.	การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของรัฐวิสาหกิจไทย	Quantitative	✓	✓		✓	✓	✓	✓
24.	การพัฒนาธุรกิจโรงแรมต่อความรับผิดชอบต่อความหลากหลายทางชีวภาพและผลการดำเนินงานของโรงแรม	Quantitative & Qualitative	✓			✓	✓	✓	✓
25.	การพัฒนาโมเดลเพื่อสนับสนุนการดำเนินโครงการบ่มเพาะกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย	Qualitative		✓		✓	✓	✓	✓
26.	Greenwashing in environmental, social and governance disclosures	Quantitative	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

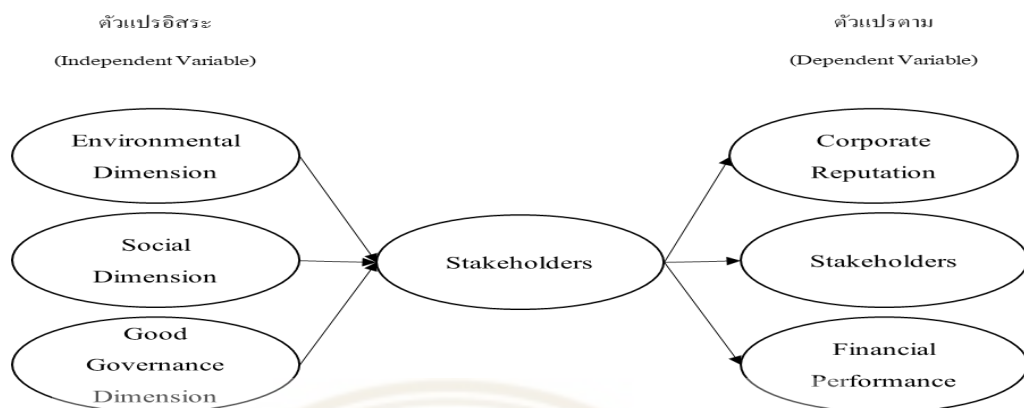
ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	หัวข้องานวิจัย	รูปแบบ	เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้าน						
			Environmental Dimension	Social Dimension	Good Governance Dimension	Corporate Reputation	Brand Image	Financial Performance	Stakeholders Satisfaction
27.	Environmental, Social and Governance (ESG) disclosure, competitive advantage and performance of firms in Malaysia	Quantitative	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
28.	Sustainable behaviors and firm performance: The role of financial constraints' alleviation	Quantitative	✓			✓	✓	✓	✓
29.	Water management and corporate social performance in the food and beverage industry	Quantitative	✓			✓	✓	✓	✓
30.	Sustainable collaboration: The impact of governance and institutions on sustainable performance	Quantitative	✓			✓	✓	✓	✓
31.	Corporate governance and social responsibility	Quantitative		✓	✓	✓	✓	✓	✓
32.	Environmental governance: A practical framework to guide design, evaluation, and analysis				✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	หัวข้องานวิจัย	รูปแบบ	เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้าน						
			Environmental Dimension	Social Dimension	Good Governance Dimension	Corporate Reputation	Brand Image	Financial Performance	Stakeholders Satisfaction
33.	Positioning ethics and social responsibility as a strategic tool in employees' affective commitment Evidence from Malaysian small medium-sized enterprises (SMEs)	Quantitative		✓		✓	✓	✓	✓
34.	Corporate social responsibility and firm performance of Ghanaian SMEs: Mediating role of access to capital and firm reputation	Quantitative		✓		✓	✓	✓	✓

2.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษา



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดที่ยั่งยืน ESG (Environmental, Social, Governance) และ SPO (Sustainability Performance Outcomes) เพื่อใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

แนวคิดที่ยั่งยืน ESG เป็นส่วนหนึ่งของการวัดจีเอ็นเอชเอ็น ริเริ่มโดยสมเด็จพระราชาธิบดีจิกมี ซิงเย วังชุก รัชกาลที่ 4 แห่งราชอาณาจักรภูฏาน เมื่อ พ.ศ. 2515 โดยพระองค์มีดำริว่าแนวคิดที่ดีพออาจไม่ได้สะท้อนความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน จึงรับสั่งให้ออกแบบดัชนีชี้วัดใหม่ตามกฎหมายเก่าแก่ของภูฏานที่ว่า “หากรัฐบาลไม่สามารถสร้างความสุขให้กับประชาชนได้ รัฐบาลก็ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องดำรงอยู่” (Suriyankietkaew[H1] , & Kim, 2017).

2.5 สมมติฐานงานวิจัย

จากภาพที่ 2.4 แสดงถึงกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ โดยตัวแปรที่ทำการศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และตัวแปรตาม คือ ผลสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืนที่รับรู้ได้ของบริษัท SME ในประเทศไทย สามารถอธิบายสมมติฐานออกมา ได้ดังนี้

2.5.1 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

H1: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียง (Corporate Reputation-CR) ของบริษัท SME ในประเทศไทย

H2: ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียง (Corporate Reputation-CR) ของบริษัท SME ในประเทศไทย

H3: ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียง (Corporate Reputation-CR) ของบริษัท SME ในประเทศไทย

2.5.2 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

H4: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ (Brand Image-BI) ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย

H5: ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) ของบริษัท SME ในประเทศไทย

H6: ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) ของบริษัท SME ในประเทศไทย

2.5.3 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial

Performance)

H7: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) ของบริษัท SME ในประเทศไทย

H8: ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) ของบริษัท SME ในประเทศไทย

H9: ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) ของบริษัท SME ในประเทศไทย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา “ปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย” ได้ผ่านการอนุมัติด้านจริยธรรมการวิจัยในคน ชุดกลางของ (MU-CIRB) COE No. MU-CIRB 2022/071.1805 รหัสโครงการเลขที่ 2022/111.2204

โดยงานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ของ ผศ. ดร. สุภรัญญ์ สุริยันเกียรติแก้ว (Suriyankietkaew, 2021) โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาอธิบาย และทำการศึกษปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืนที่รับรู้ได้ของบริษัท SME ในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยและทำการศึกษตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 ระยะเวลาในการทำวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.6 การวิเคราะห์และการประมวลผล

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีแหล่งข้อมูลแยกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.1.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

จากการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการบริษัท SME ในประเทศไทย จำนวน 210 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนพฤษภาคม ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 เป็นระยะเวลา 2 เดือน โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือผ่านช่องทางออนไลน์ (Google Forms) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มา

ประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป Statistic Package for the Social Science: SPSS และ SMART PLS รุ่น 4

3.1.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

จากการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ บทความทางวิชาการ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการบริษัท SME ในประเทศไทย ซึ่งงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (SEM) ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์คำนวณได้จากการกำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างตามจำนวนพารามิเตอร์ หรือตัวแปรตามสูตรของ (Joseph F Hair, et al., 2010) ที่ได้กล่าวว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการใช้สถิติการวิเคราะห์พหุตัวแปรควรมีจำนวนอย่างน้อย 10 - 20 เท่าของดัชนีชี้วัด โดยในงานวิจัยนี้มีตัวแปรชี้วัด 7 ข้อ จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำควรมีอย่างน้อย 70 ตัวอย่างและงานวิจัยนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 210 ตัวอย่าง เพื่อใช้ไม่ให้เกิดอุปสรรคในการคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ โดยสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามการจำแนก ดังนี้

การจำแนกกลุ่มตัวอย่างด้วยขนาดของธุรกิจ ดังนี้ วิทยกิจรายย่อย (Micro) การจ้างงานไม่เกิน 5 คน , วิทยกิจขนาดย่อย (Small) การจ้างงานไม่เกิน 6 - 50 คน และ วิทยกิจขนาดกลาง (Medium) การจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน

การจำแนกกลุ่มตัวอย่างด้วยลักษณะของวิทยกิจ ดังนี้ วิทยการผลิตสินค้า คือ วิทยการที่มีการเปลี่ยนรูปวัตถุให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรหรือด้วยมือ วิทยการที่แปรรูปผลิตผลการเกษตร การผลิตที่มีลักษณะเป็นวิทยกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นการประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือน , วิทยการบริการ คือ การศึกษา การสุขภาพ การบันเทิง การขนส่ง การก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์การ โรงแรมและห้องพัก การภัตตาคาร การขายอาหาร การขายเครื่องคิมของภัตตาคารและร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่งบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ การให้บริการส่วนบุคคล บริการในครัวเรือน บริการที่ให้กับธุรกิจ การซ่อมแซมทุกชนิดและการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว , วิทยการค้าส่ง คือ การขายสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้แก่ผู้ค้าปลีก ผู้ใช้ในงานอุตสาหกรรม งานพาณิชย์กรรม สถาบัน ผู้ใช้ในงานวิชาชีพ และรวมทั้งการขายให้แก่ผู้ค้าส่งด้วยตนเอง และ การค้าปลีก คือ การขายโดยไม่มีการเปลี่ยนรูปสินค้าทั้งสินค้าใหม่และสินค้า

ใช้แล้วให้กับประชาชนทั่วไปเพื่อการบริโภคหรือการใช้ประโยชน์เฉพาะส่วนบุคคลในครัวเรือน รวมถึง การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนการซื้อขาย สถานีบริการน้ำมัน และสหกรณ์ผู้บริโภค

3.3 ระยะเวลาในการทำวิจัย

การศึกษาปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย โดยวิเคราะห์ผ่านความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืนที่รับรู้ได้ การศึกษาปัจจัยในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานเป็นระยะเวลา 2 เดือน ระหว่าง เดือนพฤษภาคม ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย เพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูลในการวิจัยที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

3.4.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลจากการค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสารหนังสือต่าง ๆ รายงานต่าง ๆ ข้อมูลแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านสังคม และ หลักบรรษัทภิบาล กรอบแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาวิสาหกิจอย่างยั่งยืน

3.4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบโดยกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการบริษัท SME ในประเทศไทย จำนวน 210 ตัวอย่าง การแจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ (Google Forms) โดยจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง และรวบรวมแบบสอบถามและนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป Statistic Package for the Social Science: SPSS และ SMART PLS รุ่น 4

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการศึกษาประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องและกำหนดขอบเขตการตั้งคำถามให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดและตามแนวทฤษฎีที่เกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ต่อผลสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่รับรู้ได้ รวมถึงการนำแบบสอบถามนี้ดัดแปลงมาจากงานวิจัยลิขสิทธิ์ของ ผศ.ดร. สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (Suriyankietkaew, 2021) และขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ โดยมีแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 7 คำถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ขนาดของวิสาหกิจ และลักษณะของวิสาหกิจ โดยเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ เพศ สถานภาพและประเภทของอุตสาหกรรม และข้อมูลประเภทเรียงอันดับ (Ordinal Scale) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และขนาดธุรกิจ ทั้งนี้ แบบสอบถามในส่วนที่ 2 -5 เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบที่ใช้มาตรวัดการประเมินค่าแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ให้เลือกตอบตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน จำนวนทั้งหมด 14 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อบังคับด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน จำนวนทั้งหมด 11 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อบังคับด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน จำนวนทั้งหมด 18 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามผลสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืนที่รับรู้ได้ของบริษัท SME ในประเทศไทย จำนวนทั้งหมด 10 ข้อ

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 ส่วนที่ 4 และส่วนที่ 5 ที่ส่งผลสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่รับรู้ได้

ความคิดเห็น	การวัดระดับความคิดเห็น
มีส่วนร่วมอย่างยิ่ง	5 คะแนน
มีส่วนร่วม	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
ไม่มีส่วนร่วม	2 คะแนน
ไม่มีส่วนร่วมอย่างยิ่ง	1 คะแนน

การแปลผลข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่รับรู้ได้ มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

$$\text{สูตรการหาความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

การแปรผล (Interpretation) ของค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูล มีสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นแต่ละช่วงและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น (พิมพา หิรัญกิตติ, 2552) ดังนี้

ตารางที่ 3.2 เกณฑ์การแปรผลข้อมูลส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ที่ส่งผลสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่รับรู้ได้

ช่วงชั้น	คำอธิบายสำหรับแปรผล
1.00 - 1.80	ระดับไม่มีส่วนร่วมอย่างยิ่ง
1.81 - 2.60	ระดับไม่มีส่วนร่วม
2.61 - 3.40	ระดับปานกลาง
3.41 - 4.20	ระดับมีส่วนร่วม
4.21 - 5.00	ระดับมีส่วนร่วมอย่างยิ่ง

3.6 การวิเคราะห์และการประมวลผล

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เมื่อนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาลงรหัสบันทึก และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS และ SMART PLS รุ่น 4 ตามลักษณะของตัวแปรต่างๆ แปรผลวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเพื่อใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลประเภทต่างๆ ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการใช้สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และการวิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ขนาดธุรกิจ และประเภทของอุตสาหกรรม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ด้านสังคม (Social Dimension) และด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) กับความสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืนที่รับรู้ได้ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.6.2 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)

ในการวิเคราะห์ผลทางสถิติสำหรับสมการโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model) แต่สำหรับ PLS จะเรียกว่า Inner Model PLS ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงตามกรอบแนวคิด โดยมีขั้นตอนแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การประเมินโมเดลการวัด (Outer Model Equation) ประกอบไปด้วยการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือวัด การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การทดสอบความตรงเชิงเหมือนของเครื่องมือวัด และการทดสอบความตรงเชิงจำแนกของเครื่องมือวัด (Discriminant Validity)

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Inner Model Evaluation) ประกอบไปด้วยการคำนวณสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของสมการทำนายและการทดสอบสมมติฐาน

3.6.3 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)

การประเมิน โมเดลการวัดเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรบ่งชี้ ใน PLS-SEM จะเรียกความสัมพันธ์ลักษณะนี้ว่า โมเดลความสัมพันธ์ภายนอก (Outer Model) เนื่องจากตัวแปรแฝง (Latent Variable) เป็นตัวแปรที่ไม่สามารถวัดได้โดยตรงหรือเป็นนามธรรมแต่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรสังเกต (Observe Variable) หรือตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variables) โดยโมเดลการวัดมีด้วยกัน 2 ลักษณะ คือ โมเดลการวัดมีส่วนเกี่ยวข้องกับรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรบ่งชี้และตัวแปรแฝง ดังนั้นผู้วิจัยจึงขออธิบายการวัดแบบรวมตัว (Formative) และการวัดแบบสะท้อน (Reflective) เพื่อประโยชน์ในการกำหนดโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรบ่งชี้และตัวแปรแฝงได้อย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่การตีความและสรุปผลการศึกษาที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีรายละเอียดที่แตกต่างกันดังนี้

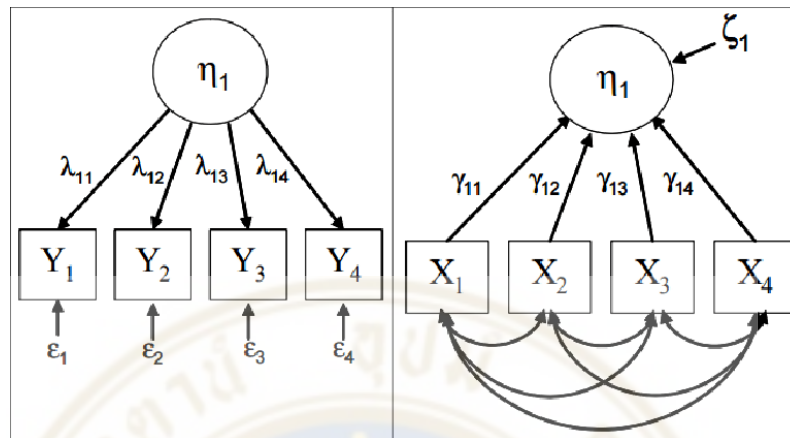
3.6.3.1 โมเดลการวัดแบบรวมตัว (Formative)

ตัวแปรสังเกต (Observe Variable) หรือตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variable) จะเป็นสาเหตุของตัวแปรแฝง และการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรสังเกต (Observe Variable) หรือตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variable) จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรแฝง ดังที่แสดงในรูปที่ 3.3 หรือลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามหรือตัวแปรบ่งชี้จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ได้ถามหรือวัดในเรื่องเดียวกัน (F. Hair Jr, et al., 2014) กล่าวคือ ตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรบ่งชี้เป็นสาเหตุหรือก่อให้เกิดตัวแปรแฝงซึ่งมาจากแหล่งที่แตกต่างกันหรือไม่สัมพันธ์กัน จึงไม่สามารถทดแทนกันได้ การตัดตัวแปรบ่งชี้บางส่วนออกไปจะทำให้การสื่อความหมายไม่ตรงตามทฤษฎีหรือขาดความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ตัวอย่างเช่น ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสถานภาพทางสังคมเศรษฐกิจของคน ได้แก่ อาชีพ เชื้อชาติ เพศ ศาสนา สมาชิกกลุ่ม งานอดิเรก เป็นต้น สำหรับวิธี PLS-SEM จะเรียกสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่า ค่าน้ำหนักภายนอก (Outer Weight)

3.6.3.2 โมเดลการวัดแบบสะท้อน (Reflective)

ตัวแปรแฝงมีการเปลี่ยนแปลงจะสะท้อนการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรสังเกต (Observe Variable) หรือตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variable) ดังแสดงในรูปที่ 3.3 รูปแบบหรือลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามหรือตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรบ่งชี้ จะต้องมีความสัมพันธ์กันสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หรือวัดในสิ่งเดียวกัน (Joseph F Hair et al., 2010) ความสัมพันธ์นี้จะใช้เป็นตัววัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ระหว่างตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variable) และเมื่อตัวแปรบ่งชี้มีลักษณะที่มีความสัมพันธ์กันและไปในทิศทางเดียวกัน ตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรบ่งชี้ของตัวแปรแฝงถึงจะสามารถใช้แทนกันได้ (Interchangeable) กล่าวคือ เมื่อตัดตัวแปรบ่งชี้บางตัวที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Loading) ที่ต่ำกว่า

เกณฑ์ที่กำหนดจะไม่ส่งผลเสียหายต่อความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Konradt, et al., 2006) ความสัมพันธ์จะแทนที่ด้วยลูกศรที่ออกจากตัวแปรแฝงบ่งชี้ สำหรับวิธี PLS-SEM จะเรียกสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loading)



ภาพที่ 3.1 ลักษณะโมเดลการวัดแบบสะท้อนและโมเดลการวัดแบบรวมตัว
ที่มา : Henseler et al. (2009)

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและใช้โมเดลการวัดแบบสะท้อน (Reflective) เนื่องจากตัวแปรแฝงทั้งหมดไม่สามารถเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตามที่กล่าวไปในข้างต้น ดังนั้นสำหรับโมเดลการวัดสำหรับงานวิจัยนี้จะมีการทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือวัด โดยเกณฑ์การทดสอบความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝงในโมเดลการวัดแบบสะท้อน คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามแนวคิดของครอนบัก (Cronbach's Alpha) ค่าความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) และน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loadings) ส่วนการทดสอบความตรงจะเป็นเหมือนการประเมินความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ใน 2 ลักษณะ คือ ความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) ความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) โดยมีรายละเอียดสำหรับขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

3.6.3.3 การทดสอบความเที่ยง (Indicator Reliability)

การทดสอบความเที่ยงเป็นการทดสอบคุณสมบัติของเครื่องมือวัด ซึ่งในการวัดสิ่งที่ต้องการวัด ทั้งนี้ในการวัดแต่ละครั้งไม่ว่าจะวัดด้วยจำนวนครั้งเท่าไรก็ตามหรือวัดในสภาพสถานการณ์ที่แตกต่างกันผลจากการวัดยังคงเหมือนเดิม โดยทั่วไปแล้วการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือจะใช้การทดสอบด้านค่าสถิติ Cronbach's Alpha แต่สำหรับวิธี PLS-SEM นั้นจะใช้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ หรือ Composite Reliability ในการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้วัด (Hair Jr, et al., 2014) โดยค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ มีข้อสมมุติว่าน้ำหนักของตัว

แปรสังเกตหรือตัวแปรบ่งชี้ที่จะนำมาคำนวณมีค่าความเที่ยงไม่เท่ากัน ดังนั้น ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบจึงมีแนวโน้มสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์ของแอลฟา (Cronbach's Alpha) ค่านี้จึงเหมาะในการประเมินโมเดลในการวัดแบบ PLS-SEM โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ จะมีค่าระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบมีค่าเข้าใกล้ 0.00 หมายความว่าเครื่องมือวัดมีความเที่ยงน้อยหรือไม่มีความเที่ยง และค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบมีค่าเข้าใกล้ 1.00 ถือว่าเป็นที่ยอมรับได้ในการทดสอบความเที่ยงของข้อมูล (Joe F Hair, et al., 2011; Joseph F Hair et al., 2010; Joseph F Hair et al., 2013; Hair Jr et al., 2014; Wong, 2013)

3.6.3.4 การทดสอบน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loadings)

ใช้สำหรับวัดความเชื่อมั่นระดับตัวแปรที่สังเกตได้ซึ่งเป็นค่าที่ตัวแปรแฝงอธิบายความแปรปรวนของตัวบ่งชี้ (Hair Jr et al., 2014) และนำค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardize Outer Loading) ควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 หากค่าต่ำกว่านี้ควรพิจารณาตัดตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรชี้วัดออก

3.6.3.5 การทดสอบความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity)

การทดสอบความตรงของเครื่องมือวัดในแบบสอบถามในความหมายของการวัดจะหมายความว่า ข้อคำถาม (Item) หรือตัวแปรแฝงต่าง ๆ สามารถใช้เป็นตัวแปรบ่งชี้ของ Construct เดียวกัน ได้เหมือนกัน กล่าวคือ ตัวแปรบ่งชี้ที่แตกต่างกันสร้างมาจากโครงสร้าง (Construct) ที่เหมือนกันหรือมีองค์ประกอบเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันสูง ในขณะที่ตัวแปรบ่งชี้ต่างองค์ประกอบกันจะมีคสามสัมพันธ์กันน้อยหรือไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้สถิติที่ใช้วัดความตรงเชิงเหมือนคือค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extract) หรือ AVE โดยค่าสถิติ AVE จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.5 ซึ่งจะหมายความว่า ตัวแปรแฝงอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรบ่งชี้ได้มากกว่าร้อยละ 50 (Joseph F Hair et al., 2013)

3.6.3.6 การทดสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

ความตรงเชิงจำแนก คือ ความความสามารถของเครื่องมือที่มีความสัมพันธ์กันต่ำกับเครื่องมือวัดที่ไม่เหมือนกัน กล่าวคือ ขอบเขตที่ตัวแปรบ่งชี้ของตัวแปรแฝงหนึ่งจะต้องแยกขาดกันกับตัววัดของตัวแปรแฝงอื่น โดยสามารถพิจารณาได้ใน 2 ระดับ คือระดับของตัวแปรบ่งชี้หรือข้อคำถามจะต้องเป็นข้อคำถามเพื่อวัดตัวแปรแฝงนั้น ๆ และเมื่อต่างตัวแปรแฝงก็จะต้องถามคนละเรื่อง และในระดับของตัวแปรแฝง ค่าคะแนนจะต้องไม่สัมพันธ์กันมาก สามารถพิจาราราคความเที่ยงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ 2 ชนิด ได้แก่ เกณฑ์ของ Fornell-Lacker (Fornell-Lacker Criterion) และค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)

เกณฑ์ของ Fornell-Lacker (Fornell-Lacker Criterion) เป็นการเทียบระหว่างรากที่สองของความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (AVE) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงอื่น ๆ ในโมเดล โดยค่า \sqrt{AVE} ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวควรมีค่าสูงกว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงอื่น ๆ ในโมเดลยกกำลังสอง ($\sqrt{AVE} > AVE(\xi_i, \xi_j)$) แสดงว่าตัวแปรแฝงนั้นมีความแปรปรวนร่วมกันกับตัวบ่งชี้ในบล็อกเดียวกันมากกว่าตัวแปรอื่นในโมเดลที่มาจากตัวบ่งชี้ต่างบล็อกกัน

3.6.3.7 ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)

เป็นการพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้กับตัวแปรแฝงอื่นในโมเดล ซึ่งแต่ละตัวแปรของตัวแปรแฝงนั้นกับน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรบ่งชี้กับตัวแปรแฝงอื่นในโมเดล ซึ่งแต่ละตัวบ่งชี้ควรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบกับตัวแปรแฝงที่บ่งชี้เกี่ยวข้องสูงมากกว่า ตัวแปรแฝงอื่น (Henseler & Sarstedt, 2013) โดยค่าน้ำหนักควรมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 ซึ่งสามารถต่ำกว่านี้ได้แต่จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.50 (V. S. Lee, et al., 2011) และค่าน้ำหนักควรมีค่าเป็นบวก

3.6.3.8 การประเมินโมเดลภายใน (Inner Model Evaluation)

เมื่อได้ทำการประเมินโมเดลการวัดด้านความเชื่อถือได้แล้ว ความเที่ยงและความตรงของเครื่องมือแล้วจะต้องดำเนินการประเมินความสัมพันธ์ตามสมมติฐานงานวิจัย ทั้งนี้ PLS-SEM ต้องการการประเมินผลลัพธ์สุดท้ายเช่นเดียวกับเทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรพหุคูณอื่น ๆ แต่จะไม่มีการประเมินความสอดคล้องของโมเดลโดยรวม (Goodness-of-Fit) (Chin, 1998; Hair Jr et al., 2014; Henseler & Sarstedt, 2013) โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดดังนี้

3.6.3.9 การคำนวณสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient determinant)

ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of Determinant) หรือ R^2 เป็นตัวบ่งชี้ความแม่นยำของการทำนาย โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 โดยในการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรต้นสามารถอธิบายได้จากสัดส่วนค่าความแปรปรวนของตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรแฝงภายในที่อธิบายด้วยค่าตัวแปรต้น ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของตัวแปรแฝงภายใน R^2 หรือ R-Square โดยที่ R^2 ควรมีค่าสูงหรือไม่นั้นอยู่กับสาขาวิชาที่ศึกษา โดย (Hair Jr, et al., 2014) ระบุว่า R^2 สำหรับการศึกษาสาขาวิชาด้านการตลาด (Marketing) ด้านการจัดการ (Management) และด้านระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (MIS) เท่ากับ 0.75 0.50 และ 0.25 ถือว่ามีค่าสูง ปานกลาง และต่ำตามลำดับ สรุปคือค่า R^2 จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.25 ถึงจะถือว่าตัวแปรต้นสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนในตัวแปรตามได้

3.6.3.10 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect)

โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient; β) ซึ่งควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.10 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.6.4 การทดสอบสมมติฐาน (Path Coefficient and Significant Levels)

การทดสอบสมมติฐาน คือ การคำนวณสัมประสิทธิ์เส้นทางของ Inner Model ไม่เป็น 0 (ตัวแปรที่อยู่ต้นลูกศรมีอิทธิพลต่อตัวแปรที่อยู่ปลายลูกศร) และสัมประสิทธิ์ของเส้นทาง Outer Loading ไม่เป็น 0 และเนื่องจาก PLS-SEM จะใช้การทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของพารามิเตอร์ด้วยกระบวนการ Bootstrapping ซึ่งกระบวนการ Bootstrapping จะใช้หาช่วงความเชื่อมั่นของการประมาณค่าพารามิเตอร์ หากค่าเฉลี่ยและความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของแต่ละพารามิเตอร์เพื่อใช้วิเคราะห์ผลทางสถิติ (Hair Jr et al., 2014; Helm, et al., 2010; Henseler & Sarstedt, 2013) และใช้เทคนิคการสุ่มซ้ำข้อมูลที่เก็บเพิ่มได้เพิ่มเติมเพื่อสร้างข้อมูลชุดใหม่ โดยจำนวนชุดที่ได้จากการสุ่มซ้ำโดยทั่วไปจะกำหนดจำนวน 5,000 ชุด (Hair Jr et al., 2014; Wong, 2013)

การทดสอบสมมติฐานด้วยกระบวนการ Bootstrapping นั้นจะใช้การทดสอบสมมติฐานที่มีเขตการปฏิเสธสองทาง (Two-tailed) โดยสัมประสิทธิ์เส้นทางของ Inner Model มีระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ $p < 0.05$ และ t-value มีค่าสูงกว่าค่าวิกฤติ นั่นคือ 1.96 แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางนั้นสนับสนุนสมมติฐานของงานวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยในการศึกษา “ปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ในการดำเนินกิจการของบริษัท SME ในประเทศไทย ที่ส่งผลต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน, เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณลักษณะในการดำเนินกิจการของบริษัท SME ในประเทศไทย ที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน, เพื่อนำผลศึกษาที่มีอิทธิพลต่อเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการบริษัท SME ในประเทศไทย และ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาองค์กร บนพื้นฐานแนวความคิดทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท SME ในประเทศไทย โดยผ่านการทำแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) (Suriyankietkaew, 2021) เป็นเครื่องมือในการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 210 ชุด ตามสูตรคำนวณในบท 3 ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับการตอบกลับจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 210 ชุด ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation) และการประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment) ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นลำดับดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาลักษณะทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)
- 4.3 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาลักษณะทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการใช้สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และการวิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.1.1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพการทำงาน ขนาดธุรกิจ และประเภทของอุตสาหกรรม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	81	38.60
หญิง	117	55.7
LGBTQ+	12	5.70
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 117 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมา เป็นเพศชาย 81 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 และ เป็น LGBTQ+ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	27	12.90
25 - 34 ปี	87	41.40
35 - 42 ปี	45	21.40
สูงกว่า 43 ปี	51	24.30
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 25 - 34 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมา คือ อยู่ในช่วงอายุสูงกว่า 43 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 รองลงมา คือ อยู่ในช่วงอายุ 35 - 42 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และ รองลงมา คือ อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	111	52.90
สมรส	84	40.00
หย่าร้าง	12	5.7
แยกกันอยู่	3	1.40
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และ รองลงมา คือ สถานภาพแยกกันอยู่ จำนวน 3 คิดเป็นร้อยละ 1.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	35	16.70
ระดับปริญญาตรี	131	62.40
ระดับปริญญาโท	43	20.50
ระดับปริญญาเอก	1	0.50
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 62.4 รองลงมา คือ จบระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมา คือ จบระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และ รองลงมา คือ จบระดับการศึกษาปริญญาเอก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นอายุการทำงานของผู้ประกอบการธุรกิจ SME

อายุการทำงานของผู้ประกอบการธุรกิจ SME	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	44	21.00
1 - 5 ปี	80	38.10
6 - 10 ปี	57	27.10
11 ปี ขึ้นไป	29	13.80
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุของธุรกิจ 1 - 5 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 รองลงมา คือ 6 - 10 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 27.10 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และ รองลงมา คือ 11 ปี ขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นขนาดของธุรกิจ

ขนาดของธุรกิจ SME	จำนวน	ร้อยละ
วิสาหกิจรายย่อย (Micro) การจ้างงานไม่เกิน 5 คน	134	63.80
วิสาหกิจขนาดย่อย (Small) การจ้างงานไม่เกิน 6 - 50 คน	70	33.30
วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium) การจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน	6	2.90
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีขนาดของธุรกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 63.80 รองลงมา คือ วิสาหกิจขนาดย่อย (Small) จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 และ รองลงมา คือ วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นลักษณะของวิสาหกิจ

ลักษณะของวิสาหกิจ	จำนวน	ร้อยละ
กิจการผลิตสินค้า	48	22.90
กิจการให้บริการ	84	40.00
กิจการค้าส่ง	22	10.50
กิจการค้าปลีก	56	26.70
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะของวิสาหกิจแบบกิจการให้บริการ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ กิจการค้าปลีก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 รองลงมา คือ กิจการผลิตสินค้า จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 22.90 และ รองลงมา คือ กิจการค้าส่ง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50

4.1.2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแนวความคิดยั่งยืน ESG (Environmental, Social, Governance) และ SPO (Sustainability Performance Outcomes)

วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแนวความคิดยั่งยืน ESG (Environmental, Social, Governance) และ SPO (Sustainability Performance Outcomes) จำนวน 210 ตัวอย่าง

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวความคิดที่ยั่งยืน ESG (Environmental, Social, Governance) และ SPO (Sustainability Performance Outcomes)

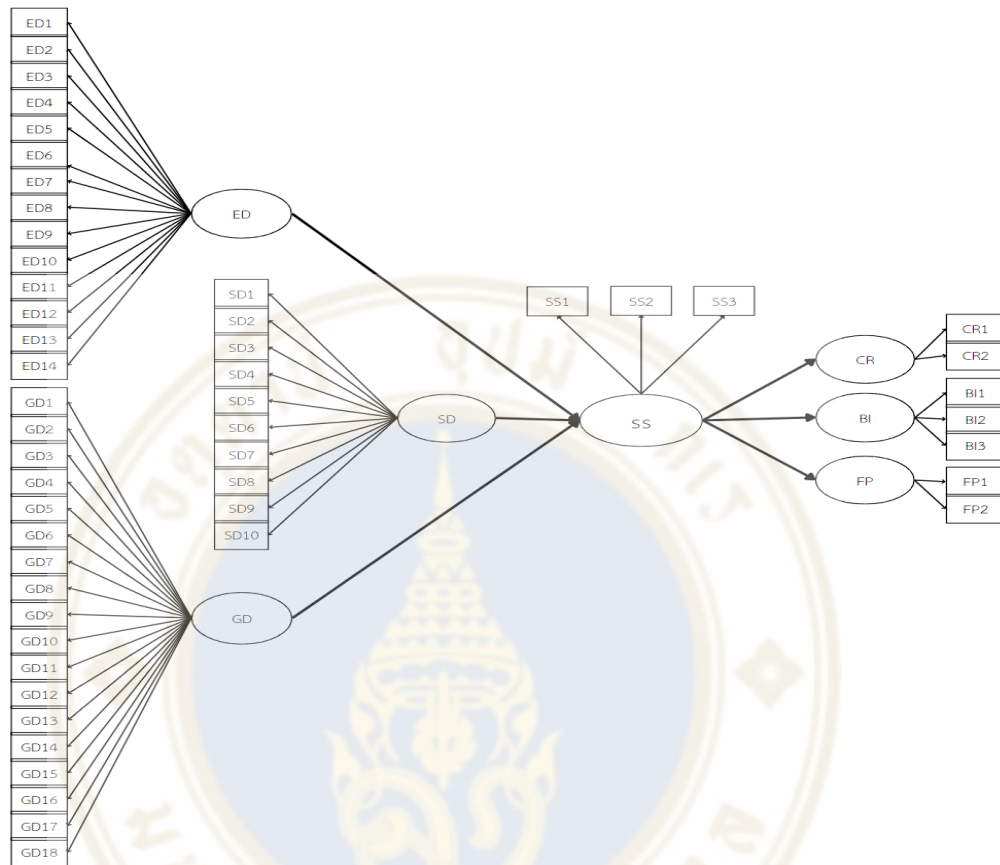
สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็น
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน	3.983	0.713	มีส่วนร่วม
ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน	4.046	0.733	มีส่วนร่วม
ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน	4.187	0.634	มีส่วนร่วม
ผลสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืนที่รับรู้ได้ของบริษัท SME ในประเทศไทย	4.072	0.589	มีส่วนร่วม

จากตารางที่ 4.8 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน ในบริษัท SME ในประเทศไทย เมื่อพิจารณาการมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างยั่งยืน สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีความเฉลี่ย 4.187 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.634 ผลสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืนที่รับรู้ได้ของบริษัท SME ในประเทศไทย มีความเฉลี่ย 4.072 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.589 ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีความเฉลี่ย 4.046 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.733 และ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน มีความเฉลี่ย 3.983 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.713

4.2 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)

กรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ พัฒนามาจากตัวแปรแฝง (Latent Variables) ทั้งหมด 7 ตัว และตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) ทั้งหมด 53 ตัวแปร โดยที่ตัวแปรประกอบด้วย ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension-ED) ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension-SD) ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension-GD) ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP)

) ความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) ซึ่งกรอบแนวคิดของงานวิจัยจะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและตัวแปรสังเกตได้โดยตัวแปรแฝงจะแทนด้วยรูปวงรี ส่วนตัวแปรสังเกตได้จะแทนด้วยรูปสี่เหลี่ยม ดังแสดงในภาพ 4.1



ภาพที่ 4.1 กรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย สำหรับการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้างแบบ PLS

4.2.1 การวัดประเมิณค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loading)

ในการประเมินความสอดคล้องของข้อคำถาม สามารถทำการประเมินได้จากการสังเกตค่าความเที่ยงของตัวแปร เป็นการทดสอบข้อคำถามแต่ละของตัวแปรแฝง โดยพิจารณาได้จากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบมาตรฐาน (Standardize Outer Loading) ของตัวแปรสังเกตได้ ต้องมีค่ามากกว่า 0.707 (Hair et al., 2017) หากต่ำกว่า 0.707 ควรตัดตัวแปรนั้นออก หากพิจารณาตารางที่ 4.11 พบว่า ผลการประเมินโมเดลการวัดในรอบแรก (First iteration) มีคำถามที่ถูกตัดออก เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอกต่ำกว่า 0.70 จำนวน 18 ข้อ ได้แก่ ED1, ED2, ED3, ED4, ED5,

ED6 , ED12 , ED14 , SD1 , SD3 , GD1 , GD2 , GD3 , GD4 , GD6 , GD7 , GD8 และ GD13 ซึ่งหมายความว่า ทั้ง 18 ข้อคำถามไม่ได้ใช้วัดในเรื่องของการใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance Usage) ภายหลังจากตัดข้อคำถาม ED1 , ED2 , ED3 , ED4 , ED5 , ED6 , ED12 , ED14 , SD1 , SD3 , GD1 , GD2 , GD3 , GD4 , GD6 , GD7 , GD8 และ GD13 ออกไปแล้ว ได้ผลการประเมิน โมเดลการวัดในรอบสุดท้าย (Final iteration) ผ่านเกณฑ์ทุกข้อคำถาม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอกมากกว่า 0.70 ซึ่งหมายความว่า คำถามของตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถใช้วัดในเรื่องที่เกี่ยวกับตัวแปรแฝงนั้นๆ ได้ (Hair et al., 2017)

4.2.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ในการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามหรือการทดสอบความเชื่อมั่นของตัวแปรโครงสร้าง โดยใช้ค่าครอนบาร์คแอลฟา (Cronbach's Alpha) และค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) เพื่อเป็นการทดสอบว่าเครื่องมือวัดหรือแบบสอบถามไม่ว่าจะวัดกี่ครั้งหรือวัดในสภาพที่แตกต่างกัน ผลที่ได้รับจะยังมีผลคงเดิม โดยระดับที่เป็นที่ยอมรับทั่วไปจะใช้เกณฑ์ที่มากกว่า 0.7 ถือว่าเป็นระดับยอมรับได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้ เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 4.11 พบว่าค่าครอนบาร์คแอลฟา (Cronbach's Alpha) และค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) ของการประเมิน โมเดลการวัดทั้งรอบแรกก่อนการตัดข้อคำถาม (First iteration) และรอบสุดท้ายหลังจากตัดข้อคำถามแล้ว (Final iteration) ทั้งสองค่าของทุกตัวแปรแฝงมีค่ามากกว่า 0.7 ทุกตัว แสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงทุกตัวในงานวิจัยนี้มีความน่าเชื่อถือ โดยสามารถเรียงลำดับความน่าเชื่อถือจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension-GD) ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension-SD) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension-ED) ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) ความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) และ ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR)

4.2.3 การวัดความตรงเชิงสอดคล้องของข้อคำถาม (Convergent Validity)

การวัดความตรงเชิงสอดคล้องของข้อคำถามเป็นการวัดข้อคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามว่ามีความสามารถเป็นตัวชี้วัดของตัวแปรโครงสร้างเดียวกันได้เหมือนกันหรือไม่ ค่าสถิติที่นำมาใช้ในการทดสอบความตรงเชิงสอดคล้อง คือ ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extract : AVE) ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.5 แสดงว่า ตัวแปรแฝงในข้อคำถามมีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรบ่งชี้ได้มากกว่าร้อยละ 50 (Hair et al., 2014)

ตารางที่ 4.9 ผลการประเมิน โมเดลการวัด

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	First iteration				Final iteration			
		Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Environmental Dimension	ED1	0.618	0.496	0.932	0.921	ตัดออก	0.604	0.901	0.869
	ED2	0.705				ตัดออก			
	ED3	0.688				ตัดออก			
	ED4	0.646				ตัดออก			
	ED5	0.730				ตัดออก			
	ED6	0.684				ตัดออก			
	ED7	0.674				0.713			
	ED8	0.809				0.813			
	ED9	0.758				0.765			
	ED10	0.746				0.798			
	ED11	0.693				0.756			
	ED12	0.678				ตัดออก			
	ED13	0.755				0.812			
	ED14	0.647				ตัดออก			
Social Dimension	SD1	0.639	0.572	0.936	0.925	ตัดออก	0.610	0.934	0.920
	SD2	0.784				0.787			
	SD3	0.689				ตัดออก			
	SD4	0.778				0.771			
	SD5	0.760				0.764			
	SD6	0.799				0.801			
	SD7	0.776				0.775			
	SD8	0.786				0.797			
	SD9	0.718				0.729			

ตารางที่ 4.9 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
	SD10	0.786				0.800			
	SD11	0.789				0.801			
Good Governance Dimension	GD1	0.542	0.505	0.948	0.942	ตัดออก	0.599	0.937	0.925
	GD2	0.675				ตัดออก			
	GD3	0.640				ตัดออก			
	GD4	0.741				ตัดออก			
	GD5	0.744				0.761			
	GD6	0.632				ตัดออก			
	GD7	0.663				ตัดออก			
	GD8	0.620				ตัดออก			
	GD9	0.774				0.757			
	GD10	0.781				0.784			
	GD11	0.770				0.772			
	GD12	0.749				0.774			
	GD13	0.633				ตัดออก			
	GD14	0.727				0.748			
	GD15	0.787				0.794			
	GD16	0.771				0.807			
	GD17	0.743				0.780			
	GD18	0.743				0.758			

ตารางที่ 4.9 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First iteration					Final iteration				
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	
Stakeholders Satisfaction	SS1	0.837	0.656	0.851	0.738	0.838	0.656	0.851	0.738	
	SS2	0.814				0.814				
	SS3	0.777				0.777				
Corporate Reputation	CR1	0.879	0.788	0.881	0.731	0.879	0.788	0.881	0.731	
	CR2	0.896				0.896				
Brand Image	BI1	0.753	0.652	0.848	0.732	0.753	0.652	0.848	0.732	
	BI2	0.849				0.849				
	BI3	0.817				0.817				
Financial Performance	FP1	0.923	0.808	0.894	0.765	0.923	0.808	0.894	0.765	
	FP2	0.874				0.874				

ผลจากตารางที่ 4.9 พบว่า การประเมินโมเดลการวัดในรอบแรกก่อนตัดข้อความ (First iteration) และการประเมินโมเดลการวัดในรอบสุดท้าย (Final iteration) ทุกตัวแปรแฝงมีค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (AVE) มากกว่า 0.5 ทุกตัว โดยผลการดำเนินงานทางการเงิน

(Financial Performance-FP) มีค่าเท่ากับ 0.808 ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) มีค่าเท่ากับ 0.788 ความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) มีค่าเท่ากับ 0.656 ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) มีค่าเท่ากับ 0.652 ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension-SD) มีค่าเท่ากับ 0.610 ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension-GD) มีค่าเท่ากับ 0.604 และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension-ED) มีค่าเท่ากับ 0.599 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรบ่งชี้ที่เป็นองค์ประกอบได้ดี

4.2.4 การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง (Composite Reliability)

การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ ความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) จะมีค่าอยู่ในช่วงระหว่าง 0 - 1 เมื่อค่าที่วัดได้มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรนั้นมีความน่าเชื่อถือได้สูง แต่ถ้าตัวแปรนั้นค่าที่วัดได้มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่ามีความน่าเชื่อถือค่อนข้างน้อย โดยระดับที่เป็นที่ยอมรับทั่วไปจะใช้เกณฑ์ที่มากกว่า 0.707 ถือว่าเป็นระดับที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2014)

ผลจากตารางที่ 4.8 การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง ในรอบแรกก่อนตัดข้อคำถาม (First iteration) และการวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง ในรอบสุดท้าย (Final iteration) ทุกตัวแปรแฝงมีค่าความเที่ยง (CR) มากกว่า 0.707 ทุกตัว โดย ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension-GD) มีค่าเท่ากับ 0.937 ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension-SD) มีค่าเท่ากับ 0.934 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension-ED) มีค่าเท่ากับ 0.901 ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) มีค่าเท่ากับ 0.894 ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) มีค่าเท่ากับ 0.881 ความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) มีค่าเท่ากับ 0.851 และ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) มีค่าเท่ากับ 0.848 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีความน่าเชื่อถือได้

4.2.5 การวัดความตรงเชิงจำแนกของข้อคำถาม (Discriminant Validity)

การวัดความตรงเชิงจำแนกของข้อคำถามเป็นค่าดัชนีที่ชี้ว่าตัวแปรสังเกตได้จะต้องแยกขาดออกจากตัววัดของตัวแปรโครงสร้าง อื่นๆ โดยมีการทดสอบ 2 ระดับ คือ การทดสอบระดับของตัวแปรสังเกตได้โดยพิจารณาความตรงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) และการทดสอบระดับของตัวแปรแฝงโดยพิจารณาความตรงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion โดยทำการทดสอบความตรงเชิงจำแนกของข้อคำถามจากการประเมินโมเดลการวัดครั้งสุดท้าย ดังนี้

4.2.5.1 ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)

การทดสอบความตรงเชิงจำแนกในระดับตัวแปรสังเกตได้ ทดสอบโดยการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงนั้นกับน้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงอื่นที่อยู่ในโมเดล โดยตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงที่วัดควรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่าตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงอื่น ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.7 (Lee et al., 2011) ผลการทดสอบดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.10 ผลการทดสอบค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)

	BI	CR	ED	FP	GD	SD	SS
BI1	0.753						
BI2	0.849						
BI3	0.817						
CR1		0.879					
CR2		0.896					
ED10			0.798				
ED11			0.756				
ED13			0.812				
ED7			0.713				
ED8			0.813				
ED9			0.765				
FP1				0.923			
FP2				0.874			
GD10					0.784		
GD11					0.772		

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ของตัวแปรแฝงทุกตัวแปร มีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ทุกตัว และมีค่ามากกว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้กับตัวแปรแฝงอื่นในโมเดล ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรชี้วัดหรือข้อคำถามในงานวิจัยแต่ละข้อที่แสดงในตารางเป็นข้อคำถามที่สามารถชี้วัดในตัวแปรแฝงแต่ละด้านของตัวแปรได้

4.2.5.2 เกณฑ์ของ Fornell–Larcker Criterion

เกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion ทดสอบโดยการเปรียบเทียบค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (\sqrt{AEV}) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวกับค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงอื่นๆใน โมเดล หากค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยมากกว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงอื่นๆแสดงว่าตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงนั้นมีความตรงเชิงจำแนกเพียงพอ (Hair et al., 2014; Lowry & Gaskin, 2014) ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ค่าความตรงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion

	BI	CR	ED	FP	GD	SD	SS
BI	0.807						
CR	0.675	0.888					
ED	0.428	0.408	0.777				
FP	0.422	0.499	0.347	0.899			
GD	0.687	0.559	0.549	0.366	0.774		
SD	0.581	0.507	0.681	0.411	0.623	0.781	
SS	0.741	0.562	0.413	0.511	0.667	0.512	0.810

จากตารางที่ 4.11 พบว่าค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (\sqrt{AEV}) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวในงานวิจัยนี้มีค่ามากกว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงอื่นใน โมเดล ซึ่งแสดงว่าตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงหนึ่งแยกขาดจากกันกับตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงอื่นๆ

4.2.6 การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit, GOF)

การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม เป็นการวัดในภาพรวมทั้งหมดคือทั้งสมการ โครงสร้างและสมการมาตรวัดว่ามีความสอดคล้องของตัวแบบ (Overall Fit) เพียงใด ค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวมจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และเป็นค่าที่ไม่เกี่ยวข้องกับขนาด

ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ยิ่งมีความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวมมีค่าเข้าใกล้ 1 มากเพียงใด หมายความว่าแบบจำลองโมเดลสมการโครงสร้างมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์แสดงว่าโมเดลนั้นเหมาะสมที่สุด ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (GOF) สามารถคำนวณได้จาก

เกณฑ์ในการพิจารณาค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (GOF) พิจารณาจาก	
$GOF \leq 0.10$	สมการโครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรงน้อย
$0.10 < GOF < 0.25$	สมการโครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรงปานกลาง
$GOF \geq 0.36$	สมการโครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรงสูง

(Tenenhaus, Amato and Vinzi, 2004)

ตารางที่ 4.12 ผลการคำนวณค่าการวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม

ตัวแปรแฝง	AVE	R ²
ED	0.604	-
SD	0.610	-
GD	0.599	-
SS	0.656	0.460
CR	0.788	0.316
BI	0.652	0.549
FP	0.808	0.261
AVERAGE	0.674	0.397
SQRT	0.821	0.630
Goodness of Fit, GOF		0.517

จากผลการคำนวณค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวมในตารางที่ 4.12 พบว่า มีค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit, GOF) มีค่าเท่ากับ 0.517 เมื่อเทียบกับเกณฑ์แล้วถือว่าสมการโครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรง (Overall Fit) ในระดับสูง (Tenenhaus et al., 2004)

4.3 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)

เมื่อทำการประเมินโมเดลการวัดด้วยการทดสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก การทดสอบความเที่ยงและความตรงของเครื่องมือในงานวิจัยเรียบร้อยแล้ว จะต้องทำการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย โดยการวิเคราะห์สมการโมเดลเชิงโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยสุดบางส่วน (Partial Least Square SEM หรือ PLS-SEM) ต้องมีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลเชิงโครงสร้างทั้งทางตรงและทางอ้อม และการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัยดังนี้

4.3.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย มีแบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension-GD) ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension-SD) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension-ED) ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) ความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) และ ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการตัดข้อความ ED1 , ED2 , ED3 , ED4 , ED5 , ED6 , ED12 , ED14 , SD1 , SD3 , GD1 , GD2 , GD3 , GD4 , GD6 , GD7 , GD8 และ GD13 และทำการวิเคราะห์ใหม่อีกครั้ง โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.12

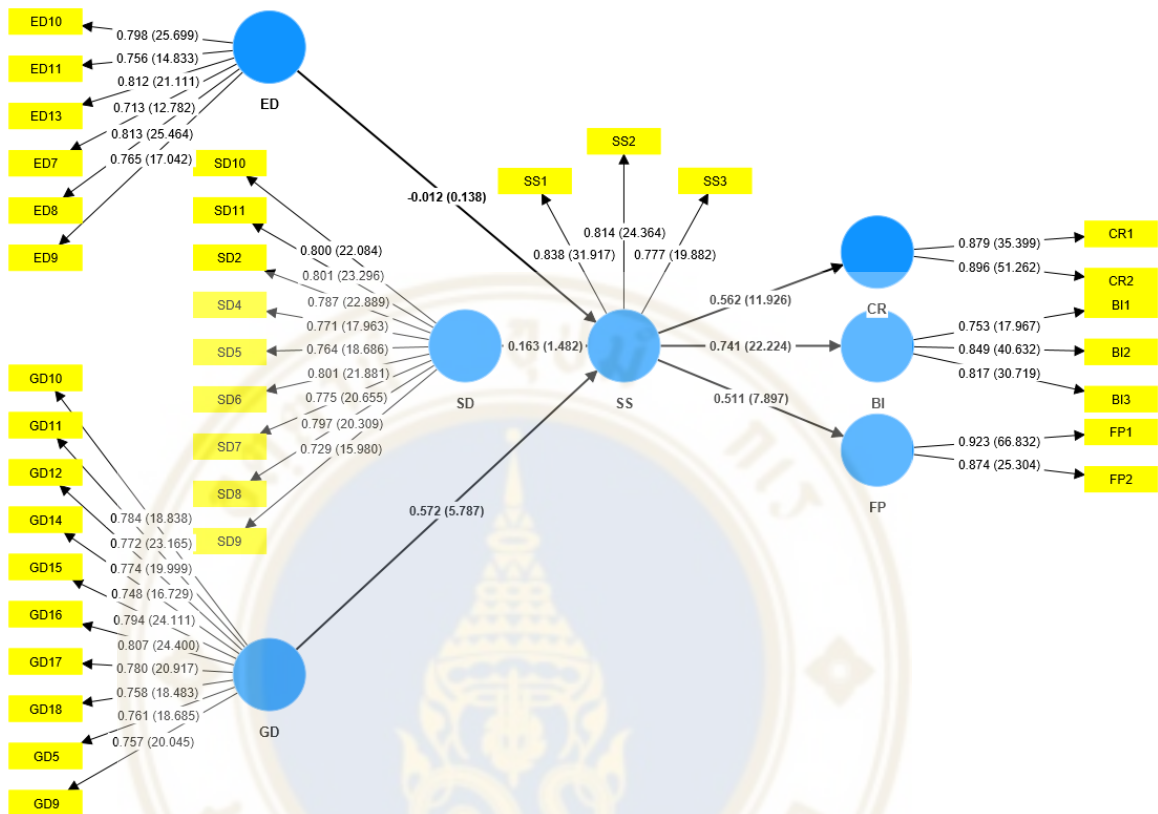
ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของความสัมพันธ์ในโมเดลปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย

ความสัมพันธ์	Path Coefficients	SE	t-value
ED --> SS	-0.012	0.085	0.138
GD --> SS	0.572***	0.099	5.787
SD --> SS	0.163	0.110	1.482
SS --> BI	0.741***	0.033	22.224
SS --> CR	0.562***	0.047	11.926
SS --> FP	0.511***	0.065	7.897

หมายเหตุ : * แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 \leq t\text{-value} < 2.576$)

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($2.576 \leq t\text{-value} < 3.290$)

*** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($3.290 \leq t\text{-value}$)



ภาพที่ 4.2 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยกระบวนการ Bootstrapping

จากภาพที่ 4.2 ค่าที่ปรากฏที่เส้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรชี้วัดและตัวแปรแฝง คือ ค่า Path Coefficients และ t-value ค่าที่ปรากฏที่เส้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงคือ Path Coefficients และ ค่าt-value ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำลองโมเดลสมการโครงสร้าง จากตารางที่ 4.15 และภาพที่ 4.2 แสดงปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) และ SPO (Sustainability Performance Outcomes) ในบริษัท SME ในประเทศไทย พบว่า

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension-ED) และ ความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ -0.012 ค่าสถิติ t-value เท่ากับ 0.138 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension-

ED) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension-GD) และ ความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.572*** ค่าสถิติ t-value เท่ากับ 5.787 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension-GD) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension-SD) และ ความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.163 ค่าสถิติ t-value เท่ากับ 1.482 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension-SD) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) และ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.741*** ค่าสถิติ t-value เท่ากับ 22.224 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) และ ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.562*** ค่าสถิติ t-value เท่ากับ 11.926 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) และ ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.511*** ค่าสถิติ t-value เท่ากับ 7.897 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร

(Stakeholders Satisfaction-SS) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อ ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.14 ผลทดสอบอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมในแบบจำลอง

ตัวแปร	อิทธิพล	ตัวแปรตาม			
		SS	BI	CR	FP
ED	Direct Effect	-0.012	-	-	-
	Indirect Effect	-	-0.009	-0.007	-0.006
	Total Effect	-0.012	-0.009	-0.007	-0.006
SD	Direct Effect	0.163	-	-	-
	Indirect Effect	-	0.121	0.092	0.083
	Total Effect	0.163	0.121	0.092	0.083
GD	Direct Effect	0.572***	-	-	-
	Indirect Effect	-	0.424***	0.322***	0.292***
	Total Effect	0.572***	0.424***	0.322***	0.292***
SS	Direct Effect	-	0.741***	0.562***	0.511***
	Indirect Effect	-	-	-	-
	Total Effect	-	0.741***	0.562***	0.511***
	R²	0.460	0.549	0.316	0.261

หมายเหตุ : * แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 \leq t\text{-value} < 2.576$)

**แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($2.576 \leq t\text{-value} < 3.290$)

*** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($3.290 \leq t\text{-value}$)

จากตารางที่ 4.14 เมื่อพิจารณาอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรตามต่างๆทั้งตัวแปรภายนอก(External Endogenous Variable) และตัวแปรแฝง (Internal Endogenous Variable) พบว่า ความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension-GD) (DE = 0.572)

ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) ได้รับอิทธิพลโดยรวมจากความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) (DE = 0.741) รองลงมาคืออิทธิพลทางอ้อมจากปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension-GD) (DE = 0.424)

ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) ได้รับอิทธิพลโดยรวมจากความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) (DE = 0.562) รองลงมาคืออิทธิพลทางอ้อมจากปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension-GD) (DE = 0.322)

ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) ได้รับอิทธิพลโดยรวมจากความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) (DE = 0.511) รองลงมาคืออิทธิพลทางอ้อมจากปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension-GD) (DE = 0.292)

เมื่อพิจารณาค่า R^2 พบว่า ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) สามารถอธิบายด้วยความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) ได้ร้อยละ 54.90 ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) สามารถอธิบายด้วยความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) ได้ร้อยละ 31.60 และ ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) สามารถอธิบายด้วยความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) ได้ร้อยละ 26.10

ความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction-SS) สามารถอธิบายด้วยปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension-ED) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension-ED) และ ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension-GD) ได้ร้อยละ 46.00

4.3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานของการวิเคราะห์สมการ โมเดลเชิงโครงสร้างแบบ PLS-SEM โดยใช้กระบวนการ Bootstrapping เพื่อทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ทางเส้นทางที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และค่า t-value มีค่ามากกว่า 1.96 ซึ่งแสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสนับสนุนสมมติฐานงานวิจัย

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานของงานวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H1: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียง (Corporate Reputation-CR) ของบริษัท SME ในประเทศไทย	-0.007	0.137	ไม่สอดคล้อง
H2: ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียง (Corporate Reputation-CR) ของบริษัท SME ในประเทศไทย	0.092	1.451	ไม่สอดคล้อง
H3: ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียง (Corporate Reputation-CR) ของบริษัท SME ในประเทศไทย	0.322***	4.954	สอดคล้อง
H4: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ (Brand Image-BI) ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย	-0.009	0.138	ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของงานวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H5: ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) ของบริษัท SME ในประเทศไทย	0.121	1.460	ไม่สอดคล้อง
H6: ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) ของบริษัท SME ในประเทศไทย	0.424***	5.469	สอดคล้อง
H7: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) ของบริษัท SME ในประเทศไทย	-0.006	0.136	ไม่สอดคล้อง
H8: ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) ของบริษัท SME ในประเทศไทย	0.083	1.385	ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของงานวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H9: ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลกระทบต่อดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) ของบริษัท SME ในประเทศไทย	0.292***	4.954	สอดคล้อง

หมายเหตุ : * แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 \leq t\text{-value} < 2.576$)

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($2.576 \leq t\text{-value} < 3.290$)

*** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($3.290 \leq t\text{-value}$)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัท SME ในประเทศไทย

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัท SME ในประเทศไทย

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัท SME ในประเทศไทย

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงของบริษัท SME ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.322 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.424 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท SME ในประเทศไทย

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผล

ต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

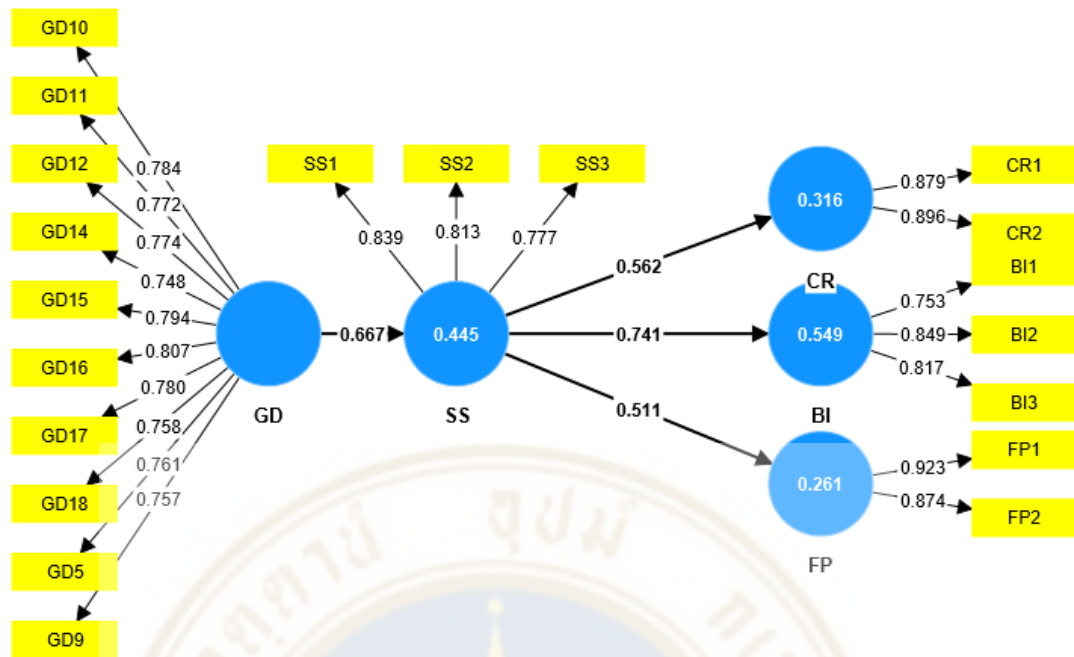
สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท SME ในประเทศไทย

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท SME ในประเทศไทย

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท SME ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.292 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่ากรอบแนวคิดยั่งยืน ESG (Environmental, Social, Governance) อันได้แก่ ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ (Sustainability Performance Outcomes: SPO)ของผู้ประกอบบริษัท SME ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงยอมรับสมมติฐานข้อ ข้อ 3,6 และ 9 ส่วนปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน และ ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีค่า Sig มากกว่า 0.05 สรุปได้ว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน และ ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ (Sustainability Performance Outcomes: SPO) ของผู้ประกอบบริษัท SME ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นปฏิเสธสมมติฐานข้อ 1,2,4,5,7 และ 8 ซึ่งสามารถสรุปปัจจัยที่มีประสิทธิภาพต่อความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ (Sustainability Performance Outcomes: SPO) ของผู้ประกอบบริษัท SME ในประเทศไทย ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.3 โมเดลสุดท้าย (Final Model) ของปัจจัยมีประสิทธิภาพต่อความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย” ในการวิจัยครั้งนี้ ในการวิจัยครั้งนี้มีประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ผู้ประกอบการบริษัท SME ในประเทศไทย จำนวน 210 ตัวอย่าง สำหรับวิธีวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) และนำผลที่รวบรวมมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีแบบ PLS-SEM การประเมิน โมเดลการวัด(Measurement Model Evaluation) การประเมิน โมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment) โดยมีการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูล คือ การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) การประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loading) การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) การวัดความตรงเชิงสอดคล้องของข้อคำถาม (Convergent Validity) การวัดค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit, GOF) รวมทั้งการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม และตามด้วยกระบวนการ Bootstrapping เพื่อดูระดับความสำคัญทางสถิติว่าสนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยหรือไม่ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 อภิปรายผลการศึกษา
- 5.3 ข้อจำกัดของการศึกษา
- 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร
- 5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากประกอบการบริษัท SME ในประเทศไทย ในเรื่องของ “ปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social,

Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย ” จำนวน 210 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 25 - 34 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาปริญญาตรี มีการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 1 - 5 ปี มีขนาดธุรกิจเป็นขนาดรายย่อย (Micro) และมีลักษณะประเภทกิจการ การให้บริการ

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแนวความคิดยั่งยืน ESG (Environmental, Social, Governance) และ SPO (Sustainability Performance Outcomes) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความเห็นโดยเรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน ผลสำเร็จของการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืนที่รับรู้ได้ของบริษัท SME ในประเทศไทย ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย PLS-SEM ที่ได้มีการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง(Path Coefficients) และการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยการทำ Bootstrapping ผู้วิจัยสามารถสรุปตามแนวทางของสมมติฐานงานศึกษาได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงของบริษัท SME ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้เห็นว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของบุษมา สุขใจ (2561) อังอิงใน ปวีณา สินขาว (2556) ซึ่งพบว่า หากบริษัทมีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีจะเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับบริษัทและจะช่วยให้องค์กรเกิดภาพจำที่ดีต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรวัต มหาภิรมย์ (2559) ซึ่งพบว่า สถานประกอบการมีการปลูกฝัง

ค่านิยม และทัศนคติที่ดีในการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งคำนึงประโยชน์ที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะได้รับและคำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจจะเกิดขึ้น

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงของบริษัท SME ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้เห็นว่า ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนตรี พิริยะกุล และบุญทวารณ วิงวอน (2555) อ้างอิงใน หทัยชนก บุญศิริ (2559) ซึ่งพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถส่งอิทธิพลต่อชื่อเสียงขององค์กรเป็นอย่างมาก และยังสามารถสะท้อนการดำเนินงานขององค์กรได้ด้วย เช่นเดียวกับ กัญญารัตน์ ชินะวานิชผล (2551) อ้างอิงใน หทัยชนก บุญศิริ (2559) ซึ่งพบว่า เจ้าของกิจการควรดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร โดยจะส่งผลต่อชื่อเสียงที่ดีให้แก่องค์กร ทั้งนี้รัฐบาลควรสนับสนุนด้านการเงินสำหรับกิจการที่มีการจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อลดการทำลายสภาพแวดล้อม เช่นเดียวกับจักรพันธ์ งามสุขเลิศกุล (2559) ซึ่งพบว่า กิจการเพื่อสังคมเป็นกลไกที่สำคัญและจะช่วยให้ธุรกิจมุ่งสู่ความยั่งยืนได้ แต่สิ่งที่สำคัญของเจ้าของกิจการต้องดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่าสูงสุดทางสังคมอย่างแท้จริง เช่นเดียวกัน Ihlen, Bartett & May (2011) อ้างอิงใน บุญบา สุขใจ (2561) ซึ่งพบว่า มีการรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดการยอมรับและสร้างความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก ในการสร้างชื่อเสียงและลดความเสี่ยงขององค์กร ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีความแตกต่างกันทั้งในด้านขนาดองค์กร เงินทุน และทรัพยากร ทำให้ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างอาจมีความแตกต่างกัน ซึ่งแตกต่างผลการวิจัยของนิศากร มะลิวัลย์ (2563) ซึ่งพบว่า แม้องค์กรจะเล็งเห็นถึงความสำคัญอย่างยิ่งกับการรับผิดชอบต่อสังคมแต่การ Disruption ทำให้องค์กรต้องปรับตัวอย่างมากและต้องเปลี่ยนไปตามสภาพของแต่ละธุรกิจ ทำให้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากองค์กรพยายามที่จะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และมองว่าเป็นเรื่องยากที่จะกำหนดขอบเขตให้เหมาะสมกับธุรกิจ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงของบริษัท SME ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้เห็นว่า ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของทิพย์สุดา วนะวานานนท์ (2559) ซึ่งพบว่า ระดับการรับรู้เกี่ยวกับหลักคุณธรรมของบุคลากรเรื่องความโปร่งใสสูงที่สุด เนื่องจากมีการนำแนวคิดหลักกำกับดูแลที่ดีมาเป็นแนวทางในการบริหารและปฏิบัติงาน โดยส่งผลต่อการดำเนินการจริยธรรมทางธุรกิจ และการนำจริยธรรมทางธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการทำให้เป็นผลดีกับชื่อเสียงขององค์กร เช่นเดียวกับงานวิจัยของสุชาวดี ขวัญเมือง (2563) ซึ่งพบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของโครงการส่งเสริมความยั่งยืนของการพัฒนาเมืองในอนาคตของเทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาค การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของโครงการต่างๆ รวมถึงความโปร่งใสในการบริหารที่สามารถตรวจสอบได้ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Welford & Frost (2006) อ้างอิงใน หทัยชนก บุญศิริ (2559) ซึ่งพบว่า ธุรกิจเล็งเห็นถึงความสำคัญกับเรื่องมาตรฐานแรงงานและสิทธิผู้ใช้แรงงาน โดยมองว่าจะสามารถสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นอุปสรรคสำหรับบริษัทขนาดเล็ก เนื่องจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร มองว่าบริษัทขนาดใหญ่มีทรัพยากรและเงินทุนในการประกอบธุรกิจได้มากกว่าบริษัทขนาดเล็ก จึงมองว่าบริษัทขนาดใหญ่มีความสามารถในการจัดการที่เหมาะสมในด้านบรรษัทภิบาลมากกว่า และน่าดึงดูดสำหรับสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้เห็นว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยชนก บุญศิริ (2559) ซึ่งพบว่า บริษัท SME เล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องการประกอบธุรกิจอย่างเป็นธรรม มากกว่าการดำเนินธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อม ตามวิถีสังคมแบบไทยอย่างไม่เป็นทางการ อาจไม่สามารถพัฒนาได้อย่างเหมาะสมเทียบเท่าหลักสากล แต่เป็นการนำปรัชญาที่เคยมีนำมาประยุกต์ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้เห็นว่า ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยชนก บุญศิริ (2559) ซึ่งพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรเท่านั้น ซึ่งขาดการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการที่องค์กรพยายามสร้างภาพลักษณ์เหล่านั้น เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจเท่านั้น ซึ่งหากต้องการให้ธุรกิจเกิดความยั่งยืน ต้องมีการดำเนินการเพื่อให้เกิดมูลค่าสูงสุดต่อสังคมและผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร โดยแท้จริง มิใช่การสร้างภาพลักษณ์เพียงอย่างเดียว เช่นเดียวกับ งานวิจัยของมัทนชัย สุทธิพันธ์ (2556) อ้างอิงใน หทัยชนก บุญศิริ (2559) ซึ่งพบว่า การรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับมุมมองการประกอบธุรกิจในประเทศไทย ทำเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ เพื่อสร้างประโยชน์ทางการแข่งขัน และไม่ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญกับข้อมูลที่เป็นประโยชน์และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร จึงสรุปได้ว่าธุรกิจยังไม่สามารถมุ่งไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากธุรกิจยังคงปฏิบัติเพื่อธุรกิจตนเอง ไม่ได้ทำเพื่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ผลมาจากการที่ผู้ประกอบการบริษัท SME ส่วนใหญ่ไม่เข้าใจความหมายที่แท้จริงของการทำธุรกิจเพื่อสังคมหรือประโยชน์ที่จะได้จากการทำเพื่อสังคมตามหลักสากล เช่นเดียวกับ พรพิมล เอื้ออนันต์ (2553) อ้างอิงใน หทัยชนก บุญศิริ (2559) ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการบริษัท SME มีความเข้าใจที่ผิดเกี่ยวกับการบริจาคเงินและสิ่งของเป็นการทำเพื่อสังคมแล้ว และมองว่าการทำกิจกรรมรูปแบบนี้หรือกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องไม่เหมาะกับบริษัท SME เนื่องจากมีงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด เช่นเดียวกับ Taliouris (2013) ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการบริษัท SME ไม่มีข้อปฏิบัติและขั้นตอนการประกอบธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นทางการ ทำให้การประกอบธุรกิจไม่มีทิศทางและเป็นการประกอบธุรกิจในรูปแบบอย่างง่าย

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้เห็นว่า ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกับองค์กร (Stakeholders

Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของจางเร ชุมกุก (2559) ซึ่งพบว่า รัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่มีการจัดทำรายงานประจำปี โดยการเปิดเผยข้อมูลการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร โดยมีการประกอบธุรกิจที่เป็นไปตามนโยบายการป้องกันมีส่วนข้องกับการทุจริต ถือเป็นสัญญาณที่ดีต่อการเป็นแบบอย่างในการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจ เช่นเดียวกับ M. Stuebs & L. Sun (2015) ซึ่งพบว่าการมีหลักกำกับดูแลที่แข็งแกร่งจะนำไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีด้วย นอกจากนี้การมีหลักกำกับดูแลที่แข็งแกร่งจะส่งผลไปสู่การมีผลการประกอบธุรกิจที่ดี มีกำไรการจัดการทางธุรกิจและจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร เช่นเดียวกับ Mei Peng Low & Seng Fook Ong & Pei Meng Tan (2017) ซึ่งพบว่า จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมมีบทบาทที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและส่งผลกระทบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรภายในองค์กร ในด้านมีข้อบังคับและสวัสดิการต่างๆให้เป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชนและมาตรฐานแรงงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการจัดการสิทธิของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรได้เป็นอย่างดี

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท SME ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้เห็นว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) ที่ยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของแวมณี ยั่งยืน (2563) ซึ่งพบว่า กิจกรรมด้านการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลที่ดี ข้อจำกัดเรื่องขนาดบริษัทมาเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีการคำนึงถึงลักษณะการประกอบธุรกิจ การควบคุมการประกอบธุรกิจต่างๆและจัดการมลพิษต่างๆ เพื่อไม่ให้กระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งทั้งนี้ผลการวิจัยดังกล่าวเป็นการวิจัยกลุ่มตัวอย่างที่มาจากกลุ่มสมาชิกสหภาพยุโรป ซึ่งมีการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างจากประเทศไทย เนื่องมาจากวัฒนธรรมองค์กรและกฎระเบียบในการปฏิบัติของ ESG ในยุโรปที่มีมานานกว่าและมีข้อมูลมากกว่า ซึ่งแตกต่างผลการวิจัยของภัสสิริ ศรสงคราม (2560) ซึ่งพบว่า การประกอบธุรกิจด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลขององค์กร ส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม มักได้รับผลตอบแทนที่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับผลตอบแทนที่ธุรกิจควรได้รับ แต่ตัวแปรจะไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน แต่การรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมถือเป็นสิ่งสำคัญ และมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นไป

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท SME ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้เห็นว่า ปัจจัยด้านสังคม (Social Dimension) ที่ยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐกานต์ วุฒิสมานันท์ (2561) ซึ่งพบว่า การดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของบริษัทด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และระดับการประกอบธุรกิจด้านการตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG) ไม่มีผลกระทบต่อผลตอบแทนหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากแนวคิดความยั่งยืนด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนัก ทำให้บริษัทไม่สามารถแยกแยะระดับความสำคัญในเรื่องนี้ได้อย่างชัดเจนว่าบริษัทใดเล็งเห็นถึงความสำคัญมากหรือเล็งเห็นถึงความสำคัญน้อย ยังรวมถึงข้อปฏิบัติยังคงไม่ชัดเจนอาจทำให้ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ เช่นเดียวกับงานวิจัยของลานนา หมั่นจันทร์ (2559) ซึ่งพบว่า บริษัทมีการมุ่งเน้นเพียงด้านเศรษฐกิจมากกว่าสังคมและ สิ่งแวดล้อม ถึงแม้ว่าจะมีการดำเนินธุรกิจโดยใช้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย แต่ต้องการใช้แนวคิดการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืน เพื่อให้เกิดมูลค่าสูงสุดต่อผู้บริ โภคเท่านั้น หากแต่อาจจะไม่ได้สร้างมูลค่าสูงสุดที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านสังคมและ สิ่งแวดล้อมโดยแท้จริง เช่นเดียวกับ งานวิจัยของอริสรา เวทย์วิชาวพงศ์ (2561) ซึ่งพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไม่สะท้อนผลของการประกอบธุรกิจภายในบริษัท เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการประกอบธุรกิจมากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ซึ่งแตกต่างผลการวิจัยของจักรพันธ์ งามสุขเลิศกุล (2559) ซึ่งพบว่า การประกอบธุรกิจเพื่อสังคมจะสามารถมูลค่าให้กับผลการประกอบธุรกิจของกิจการได้ ซึ่งการลงทุนเพื่อสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถดึงดูดให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรเข้ามาลงทุนและเข้าถึงแหล่งเงินทุนในตลาดทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท SME ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้เห็นว่า ปัจจัยด้านบรรษัทภิบาล (Good Governance Dimension) ที่ยั่งยืน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกบองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท SME ในประเทศไทย ผลการวิจัย

สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐกานต์ วุฒิสมาพันธ์ (2561) ซึ่งพบว่า ระดับการประกอบธุรกิจเพื่อความยั่งยืนของบริษัทด้านการต่อต้านทุจริต (Anti-Corruption) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผลตอบแทนหลักทรัพย์ เช่นเดียวกับอทิพันธ์ ศักดิ์ศรี (2559) ซึ่งพบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร มีแนวโน้มที่จะตระหนักถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม เล็งเห็นถึงความสำคัญกับเรื่องของจริยธรรมก่อนที่จะลงทุนในธุรกิจ นอกจากนี้ยังคำนึงถึงหลักกำกับดูแลที่ดี และการต่อต้านคอร์รัปชัน เช่นเดียวกับนิสามาศ เลาหารัตนาหิรัญ (2559) ซึ่งพบว่า ธุรกิจโรงแรมที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการรับผิดชอบในด้านการมีจริยธรรม และมีความซื่อสัตย์ในการทำธุรกิจ นอกจากนี้ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน รวมถึงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั้งในเรื่องการฝึกอบรม การให้ความรู้ในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้มีกำไรทางบัญชี และมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานและช่วยสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร

5.3 ข้อจำกัดของการศึกษา

5.3.1 จากการศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่อง ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากเป็นการเก็บข้อมูล จากผู้ประกอบการบริษัท SME ในประเทศไทย ที่มีกลุ่มตัวอย่าง 210 คน หากมีการเก็บข้อมูลในครั้งต่อไป ผู้วิจัยแนะนำว่าควรที่จะเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น

5.3.2 การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดของระยะเวลาและช่วงเวลาซึ่งมีผลต่อการตอบแบบสอบถามทำให้ได้ข้อมูลจำกัดและอาจจะไม่ครอบคลุมกับหัวข้อในการศึกษาวิจัยทั้งหมด หากมีการเก็บข้อมูลในครั้งต่อไป ผู้วิจัยแนะนำว่าควรที่จะเพิ่มระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้มากขึ้น เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลและนำมาวิเคราะห์และวิจัย

5.3.3 ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การแจกแบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลทำให้ไม่สามารถอธิบายในข้อสงสัยให้กับผู้ตอบแบบสอบถามได้ คำตอบที่ได้ อาจมีความคลาดเคลื่อนกับความเป็นจริงได้

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

5.4.1 สำหรับข้อเสนอแนะในระยะสั้น ควรมีการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการบริษัท SME มีการจัดการให้เป็นไปตามหลักบรรษัทภิบาล เพื่อบริหารจัดการทรัพยากรและเป็นแนวทางในการจัดระเบียบขององค์กรให้มีความเป็นระเบียบและเรียบร้อย เพื่อให้บุคลากรภายในบริษัททุกคนมี

ความเชื่อมั่นและมีความสุขจากการทำงานมากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการมีความ โปร่งใสและมี ความเป็นธรรมให้กับบุคลากรทุกคน ซึ่งจะส่งผลดีต่อภาพรวมทำให้ธุรกิจเติบโตต่อไปได้ในอนาคต

5.4.2 สำหรับข้อเสนอแนะในระยะยาว งานวิจัยนี้จะ เป็นแนวทางให้ผู้บริหารเล็งเห็นถึง ความสำคัญต่อหลักบรรษัทภิบาลขององค์กรมากยิ่งขึ้น เพราะถือเป็นหลักการที่ถูกนำมาใช้ในการ บริหารงานอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการให้ความสนใจกับการมีหลักบรรษัทภิบาลที่ดี และเข้าใจหลักการอย่างแท้จริง ผู้ประกอบการควรมีการปรับวิธีคิดและรูปแบบการบริหารให้มีความ เข้มงวดมากขึ้น มีกรอบข้อบังคับและกฎเกณฑ์ที่ชัดเจน และ หลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่ไม่ประสงค์ซึ่ง ขัดต่อหลักบรรษัทภิบาล อาทิ ไม่มีการควบคุมติดตามและตรวจสอบ ขาดความโปร่งใสของข้อมูล และไม่ใส่ใจผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร โดยส่งผลให้ประสิทธิภาพของการจัดการภายในองค์กรไม่เป็น ที่พึงพอใจ นอกจากนี้บุคลากรภายในองค์กรยังเผชิญกับปัญหาด้านการจัดการของผู้ประกอบการที่ไม่ เหมาะสมและไม่มีความเสมอภาค ส่งผลให้บุคลากรขาดความซื่อสัตย์ ขาดความสามัคคีกันหรือขาด ความจงรักภักดีต่อองค์กรได้ เพื่อให้บุคลากรเชื่อมั่นต่อองค์กรมากขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการจึงควร ปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาลและใช้อำนาจในการบริหารกำกับดูแลการต่อต้านการทุจริตภายใน องค์กร การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ให้ข้อมูลที่ตรงตามความเป็นจริง และการให้คำตอบแทน ต่างๆแก่พนักงานพึงจะได้รับ รวมถึงการดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน ทั้งนี้เพื่อ ป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นจากการบริหารงานของผู้ประกอบการ เพราะการมีหลักบรรษัทภิ บาล (Good Governance Dimension) ที่ดีจะส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ (Sustainability Performance Outcomes: SPO) อย่างยั่งยืน นอกจากนี้การสร้างสำนึกที่ดีในการบริหารงานและการ ทำงานในองค์กร

5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะที่คิดว่า จะเป็นประโยชน์ต่อ ผู้ที่สนใจที่ต่อการนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปขยายเพื่อการศึกษาในโอกาสต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมจากงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเสนอให้ใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้เพื่อ ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทอื่น ๆ ที่มีขนาดใหญ่ เช่น บริษัทจำกัดและบริษัท มหาชนในประเทศไทย เนื่องจากการทำเรื่อง ESG มาใช้เป็นบรรทัดฐานในการดำเนินงานของ กิจการยังคงถือเป็นเรื่องที่ยังใหม่สำหรับประเทศไทย ดังนั้นการดำเนินธุรกิจบริษัท SME อาจจะยังมีข้อจำกัดในด้านปริมาณข้อมูลในปัจจุบัน แต่ด้วยแนวโน้มและพฤติกรรมการณ์ดำเนินธุรกิจ ที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้บริษัทได้ตระหนักและเล็งเห็นถึงความสำคัญของเรื่องสิ่งแวดล้อม สังคม

และธรรมาภิบาลมากขึ้น ผู้วิจัยจึงหวังว่าการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้จะนำไปต่อยอดพัฒนางานวิจัยในอนาคตเพื่อศึกษาบริบทอื่นๆของประเทศไทยต่อไปได้

2. การศึกษาในครั้งนี้เนื่องจากมีเวลาจำกัดดังนั้นจึงยังขาดผลหรือตัวอย่างที่ชัดเจนในการดำเนินการพัฒนาขีดความสามารถออกมาอย่างเป็นรูปธรรม และตัวชี้วัดพฤติกรรมอย่างชัดเจนสำหรับการศึกษารั้งต่อไป ควรจะมีการกำหนดปริมาณของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับให้มีส่วนใกล้เคียงกันทั้ง ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของธุรกิจและลักษณะของธุรกิจซึ่งอาจทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับจะมีมุมมองและทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการกำหนดกลุ่มตัวอย่างให้มีความใกล้เคียงกันจะช่วยให้การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ น่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น

3. การศึกษาในครั้งต่อไปควรเป็นการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีมิติหรือมุมมองที่หลากหลายจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการ เพื่อเข้าใจถึงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อนำไปวิเคราะห์ สร้างธุรกิจหรือพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ และ ต่อยอดองค์ความรู้ของธุรกิจ SME ในประเทศไทยในอนาคตมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กฎกระทรวงกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 119 ตอนที่ 93 ก หน้า 17. (2545). นิยาม *SME* https://www.sme.go.th/upload/mod_download/%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%A1%20SMEs.pdf
- กมลทิพย์ พงษ์พิพัฒน์วัฒนา. (2560). ตัวชี้วัดความยั่งยืนสำหรับกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย: กรณีศึกษากิจการเพื่อสังคมด้านอาหาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วัฒนาพร ระบุทับทิม. (2563). สมรรถนะเด็กไทยในยุคโลกพลิกผัน (VUCA World). คุรุสภาวิทยากร, ปีที่ 1 ฉบับที่ 1.
- เกษม จันทร์แก้ว. (2545). การจัดการสิ่งแวดล้อมแบบผสมผสาน. *ภาควิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม คณะสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. <http://ebook.msu.ac.th/ebook/pdf/060717045536.pdf>
- ขวัญวิษญา หนูกัน. (2562). การมีส่วนร่วมของพนักงานในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- จะเร ชุมกุล. (2559). การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของรัฐวิสาหกิจไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. สำนักหอสมุด.
- จักรพันธ์ งามสุขเลิศกุล. (2559). บทบาทของรัฐในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. สำนักหอสมุดกลาง.
- ชื่นอารมณ์ จันทิมาชัยอมร. (2562). แนวทางการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวบนความเติบโตที่ยั่งยืนทั้งระบบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ]. สำนักหอสมุดกลาง.
- ณัฐกานต์ วุฒิสมานันท์. (2561). ารศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) กับผลตอบแทนหลักทรัพย์: กรณีศึกษาบริษัทในกลุ่ม ESG100 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- ทิพย์สุดา วนะวานานนท์. (2559). การรับรู้ของบุคลากรในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล
- ชนาคร สังเขป. (2555). การพัฒนาที่ยั่งยืน (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/756663>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- รัชรินทร์ วุฒิชชาติ. (2558). 4 เหตุผลที่บริษัท ควรลงทุนเพื่อ 'การพัฒนาอย่างยั่งยืน'. *Unlock Productivity Lesson*. <https://www.ftpi.or.th/2015/6347>
- รัชญา ไชยเดช. (2562). กลยุทธ์การตลาดทางสังคมและการสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา: *EEC Thailand* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- นิศากร มะลิวัลย์. (2561). แบบจำลองสมการโครงสร้างของความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างคุณค่าร่วมกันและชื่อเสียงขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน ที่ยั่งยืนขององค์กร มหาวิทยาลัยศรีปทุม].
- นิศามาศ เลหารัตนศิริ. (2559). การพัฒนาธุรกิจโรงแรมต่อความรับผิดชอบต่อสังคมในหลากหลายทางชีวภาพและผลการดำเนินงานของโรงแรม มหาวิทยาลัยบูรพา]. สำนักหอสมุด.
- บมจ. ธนาคารกรุงเทพ. (2564). พาธุรกิจ SME ก้าวข้ามทุกวิกฤตด้วยหลัก ESG <https://www.bangkokbanksme.com/en/sme-business-esg>
- บวรศักดิ์ อูวรรณโณ. (2551). การสร้างธรรมาภิบาล (*good governance*) ในสังคมไทย. หอสมุดสถาบันพระปกเกล้า. <https://www.kpi-lib.com/flippdf/kpi12610/kpi12610.html>
- บุษบา สุขใจ. (2559). การรับรู้ กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมันบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง]. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ.
- ป . อ . ป ยุ ต โ ต . (2561) . ก า ร พ ั ท น า ที่ ย ั ง ย ื น . ว ั ด ญ า ณ เ ว ศ ก วั น . <https://www.watnyanaves.net/uploads/File/books/pdf/26-SustainableDevelopment.pdf> (สิงหาคม ๒๕๖๓)
- ปาริฉัตร บัวเข็ม. (2563). การขับเคลื่อนสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- พงศ์ปณิต ใจยา. (2562). แนวทางในการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSVI) ที่มีต่อภาพลักษณ์ชื่อเสียงและการยอมรับของชุมชนในเขตพื้นที่มาบตาพุด จังหวัดระยอง มหาวิทยาลัยบูรพา]. มหาวิทยาลัยบูรพา. สำนักหอสมุด.
- พัฒนเจต ลิมวิรัตน์. (2559). การพัฒนาโมเดลเพื่อสนับสนุนการดำเนินโครงการบ่มเพาะกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย ปรินญาโท]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พิมพ์พร ภูทองประเสริฐ. (2564). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
- ภัทรวัต มหาภิรมย์. (2559). ธรรมชาติของสีเขียวเพื่อการจัดการอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์]. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี สารสนเทศ.
- ภัตติรี ศรีสงคราม. (2560). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลขององค์กร (ESG) กับมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) ในหมวดธุรกิจ พลังงาน ที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- ลานนา หมั่นจันทร์. (2559). แนวทางสู่ความสำเร็จในการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน มหาวิทยาลัยพะเยา]. ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา.
- วฐุ โรจนวงศ์. (2559). การพัฒนาโมเดลสนับสนุนการดำเนินกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัฒนาพร ระงับทุกข์. (2563). สมรรถนะเด็กไทยในยุคโลกพลิกผัน (VUCA World). คุรุสภาวิทยาจารย์, ปีที่ 1 ฉบับที่ 1.
- แววมณี ชัยยืน. (2563). การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ESG Performance กับประสิทธิภาพทางการเงินในกลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมที่อ่อนไหว (Sensitive industries) กรณีศึกษาในกลุ่มสมาชิกสหภาพยุโรป มหาวิทยาลัยมหิดล]. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3457>
- ศุภรพินท์ มโนรัตน์. (2563). ผลกระทบของ ESG ต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการกับผลการดำเนินงานของบริษัท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.). (2562). นิยาม SMEs <https://www.sme.go.th/th/cms-detail.php?modulekey=332&id=1334>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.). (2564). แผนการส่งเสริม SME พ.ศ. 2564- 2565 https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20210820091040.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุชาวดี ขวัญเมือง. (2563). ศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานโครงการส่งเสริมความยั่งยืนของการพัฒนาเมืองในอนาคต กรณีศึกษา เทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- หทัยชนก บุญศิริ. (2559). ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทยภายใต้การพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. สำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร.
- อทิพันธ์ ศักดิ์ศรี. (2559). นวัตกรรมการบูรณาการและส่งเสริมการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. สำนักงานวิทยทรัพยากร.
- อนันตชัย ยูประถม จรัสวรรณ กิตติสุนทรากุล วิชญ์พล บัญชาวิชระชัย เสาวพร วิฑะถาวรและนริรัตน์ สันธยาติจิวิธสา ดิปปยานนท์. (2557). ไขความหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน. ศูนย์พัฒนาความรู้รับผิดชอบต่อสังคม, 25. https://www.set.or.th/yfs/main/download/YFS2018_ExamReading02.pdf
- อริสรา เวทย์วิชาพงศ์. (2561). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสในการเติบโต ความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- Corporate Finance Institute®. What is ESG (Environmental, Social, and Governance) ? In. Commercial Banking & Credit Analyst (CBCA)®
- Dongyang Zhang & Brian M. Lucey. (2022). Sustainable behaviors and firm performance: The role of financial constraints' alleviation. *Economic Analysis and Policy*, 74, 220-233. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eap.2022.02.003>
- Ellen Pei-yi Yu Bac Van Luu & Catherine Huirong Chen. (2020). Greenwashing in environmental, social and governance disclosures. *Research in International Business and Finance*, 52, 101192. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101192>
- EMES European Research Network. (1999). Definition of Social Enterprise. <https://emes.net/>
- Eva Niesten Albert Jolink Ana Beatriz Lopes de Sousa Jabbour Maryse Chappin & Rodrigo Lozano. (2017). Sustainable collaboration: The impact of governance and institutions on

บรรณานุกรม (ต่อ)

- sustainable performance. *Journal of Cleaner Production*, 155, 1-6. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.085>
- Joe F Hair Jr, Marko Sarstedt, Lucas Hopkins, and Volker G Kuppelwieser. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*.
- Joe F Hair, Christian M Ringle, and Marko Sarstedt. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Joe F. Hair Jr, Marko Sarstedt, Lucas Hopkins, and Volker G. Kuppelwieser. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, 26(2), 106-121. doi:10.1108/EBR-10-2013-0128
- Joe Hair, Marko Sarstedt, and Christian Ringle. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In.
- Jörg Henseler, and Marko Sarstedt. (2013). Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational statistics*, 28(2), 565-580.
- Jörg Henseler, Christian M Ringle, and Rudolf R Sinkovics. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In *New challenges to international marketing*: Emerald Group Publishing Limited.
- Joseph F Hair, Christian M Ringle, and Marko Sarstedt. (2013). Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance. *Long range planning*, 46(1-2), 1-12.
- Joseph F Hair, David J Ortinau, and Dana E Harrison. (2010). *Essentials of marketing research* (Vol. 2): McGraw-Hill/Irwin New York, NY.
- Ken Kwong-Kay Wong. (2013). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1-32.
- Marty Stuebs & Li Sun. (2015). Corporate governance and social responsibility. *International Journal of Law and Management*, 57(1), 38-52. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-04-2014-0034>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Mei Peng Low Seng Fook Ong & Pei Meng Tan. (2017). Positioning ethics and social responsibility as a strategic tool in employees' affective commitment. *Annals in Social Responsibility*, 3(1), 2-22. <https://doi.org/10.1108/ASR-12-2016-0013>
- Nathan J. Bennett & Terre Satterfield. (2018). Environmental governance: A practical framework to guide design, evaluation, and analysis [<https://doi.org/10.1111/conl.12600>]. *Conservation Letters*, 11 (6) , e1 2 6 0 0 . <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/conl.12600>
- Olaf Weber & Grace Saunders-Hogberg. (2 0 1 8). Water management and corporate social performance in the food and beverage industry. *Journal of Cleaner Production*, 195, 963-977. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.05.269>
- Otuo Serebour Agyemang & Abraham Ansong. (2 0 1 7). Corporate social responsibility and firm performance of Ghanaian SMEs. *Journal of Global Responsibility*, 8(1), 47-62. <https://doi.org/10.1108/JGR-03-2016-0007>
- Paul Benjamin Lowry, and James Gaskin. (2014). Partial least squares (PLS) structural equation modeling (SEM) for building and testing behavioral causal theory: When to choose it and how to use it. *IEEE transactions on professional communication*, 57(2), 123-146.
- Suriyankietkaew, S. (2021). Gross National Happiness (GNH) survey development for measuring corporate wellbeing, happiness and sustainability. Final Report for Gross National Happiness Centre (Thailand) and B.Grimm Group. Bangkok, Thailand: College of Management Mahidol Univeristy.
- Suriyankietkaew] , S. & Kim, J. (2017). “Doing business with compassion”: Integrating GNH into B.Grimm Group in Thailand. Proceedings of the 7th International Conference on Gross National Happiness on a theme: “GNH of Business”; 7- 9 November 2017, Thimphu, Bhutan.
- Taro Yamane. (1970). *Statistic : an Introductory Analysis* (2 ed.). Harper & Row, 1967. (the University of Michigan)

บรรณานุกรม (ต่อ)

Udo Konradt, Timo Christophersen, and Ute Schaeffer-Kuelz. (2006). Predicting user satisfaction, strain and system usage of employee self-services. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64(11), 1141-1153.

Wan Masliza Wan Mohammad & Shaista Wasiuzzaman. (2021). Environmental, Social and Governance (ESG) disclosure, competitive advantage and performance of firms in Malaysia. *Cleaner Environmental Systems*, 2, 1000015. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cesys.2021.100015>

