

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	III
กิตติกรรมประกาศ	V
สารบัญ	VI
สารบัญตาราง	IX
สารบัญภาพ	XIV
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามเชิงการบริหาร.....	7
1.3 คำถามการวิจัย.....	7
1.4 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	8
1.6 สมมติฐานการวิจัย.....	11
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
1.8 ความสำคัญของการวิจัย.....	14
1.9 ขอบเขตของการวิจัย.....	17
1.10 นิยามศัพท์.....	18
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
2.1 ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	24
2.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในบริบทของประเทศไทย.....	48
2.3 สถานะปัจจุบันของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทาง ธุรกิจของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ.....	56
2.4 ทฤษฎีการวิเคราะห์ห้องกรบนพื้นฐานของทรัพยากร.....	69
2.5 ทฤษฎีทุนทางปัญญา.....	79
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับระบบการบริหารองค์กรแบบสมดุล.....	85

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2.7 ทฤษฎีภาวะผู้นำ.....	91
2.8 ทฤษฎีวัฒนธรรมองค์กร.....	100
2.9 ทฤษฎีการเรียนรู้ขององค์กร.....	107
2.10 แนวคิดเกี่ยวกับการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรแบบสมดุล.....	124
2.11 อิทธิพลของทุนองค์กรต่อการนำกลยุทธ์ CSR ไปปฏิบัติในองค์กร.....	130
2.11.1 อิทธิพลของภาวะผู้นำต่อการนำกลยุทธ์ CSR ไปปฏิบัติในองค์กร.....	130
2.11.2 อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรต่อการนำกลยุทธ์ CSR ไปปฏิบัติ ในองค์กร.....	134
2.11.3 อิทธิพลของการเรียนรู้ขององค์กรต่อการนำกลยุทธ์ CSR ไปปฏิบัติ ในองค์กร.....	138
2.12 อิทธิพลของกลยุทธ์ CSR ต่อผลการดำเนินงานขององค์กร.....	142
2.12.1 อิทธิพลของกลยุทธ์ CSR ต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน.....	142
2.12.2 อิทธิพลของกลยุทธ์ CSR ต่อผลการดำเนินงานด้านลูกค้า.....	146
2.12.3 อิทธิพลของกลยุทธ์ CSR ต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการ ทางธุรกิจภายในองค์กร.....	152
2.12.4 อิทธิพลของกลยุทธ์ CSR ต่อผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และ การเติบโต.....	160
2.12.5 ตัวแปรแทรกความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ CSR กับผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน.....	166
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	180
3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	180
3.2 รูปแบบการวิจัย.....	184
3.3 หน่วยการวิเคราะห์.....	184
3.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	185

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	188
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	204
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	204
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	208
4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	210
4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์กร.....	211
4.3 ผลการวิเคราะห์วัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำ การเรียนรู้ขององค์กร การมี ความรับผิดชอบต่อสังคม และผลการดำเนินงานขององค์กร โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา.....	213
4.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจของการมีความ รับผิดชอบต่อสังคมโดยใช้เทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling	232
4.5 ผลการสังเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างทุนองค์กร กลยุทธ์ความ รับผิดชอบต่อสังคม และผลการดำเนินงานขององค์กร.....	287
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	296
5.1 สรุป.....	296
5.2 อภิปรายผล.....	300
5.3 ข้อจำกัดของการวิจัย.....	320
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	321
บรรณานุกรม.....	327
ภาคผนวก.....	386
ประวัติผู้วิจัย.....	395

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 พัฒนาการทางปัญญาเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ จริยธรรม และ CSR.....	30
2 ผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญขององค์กรธุรกิจ.....	35
3 ประเภท ความคาดหวังของสังคม และคำอธิบายเกี่ยวกับการมีความรับผิดชอบต่อสังคม.....	37
4 ระดับการนำกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติในองค์กร.....	43
5 องค์ประกอบของทุนองค์กร.....	89
6 องค์ประกอบของทุนองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม.....	90
7 ความแตกต่างระหว่างข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ และปัญญา.....	115
8 ความแตกต่างระหว่างการเรียนรู้ขององค์กรกับองค์กรแห่งการเรียนรู้.....	121
9 ความสอดคล้องกันระหว่างการเรียนรู้ขององค์กรกับองค์กรแห่งการเรียนรู้.....	122
10 จำนวนองค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์.....	185
11 การเลือกตัวอย่างโดยใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ.....	187
12 แนวคิดที่ศึกษา จำนวนประเด็นคำถาม และที่มาของประเด็นคำถาม.....	197
13 ความน่าเชื่อถือของแนวคิดและประเด็นคำถามที่ใช้ในการวิจัย.....	202
14 สัญลักษณ์และความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรและสถิติ.....	208
15 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุและระดับการศึกษา.....	210
16 จำนวนองค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดย จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ขนาดองค์กร อายุองค์กรและประเภทองค์กร.....	212
17 ระดับความเข้มแข็งของวัฒนธรรมองค์กร.....	213
18 การปฏิบัติตามแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน....	217
19 การเรียนรู้ขององค์กรธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	220
20 ระดับการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ.....	223
21 ระดับผลการดำเนินงานขององค์กร.....	228

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
22	ดัชนีวัดค่าความน่าเชื่อถือของตัวแปรที่ใช้ในการวัดภาวะผู้นำ.....	233
23	ดัชนีวัดความน่าเชื่อถือของตัวแปรที่ใช้ในการวัดวัฒนธรรมองค์กร.....	236
24	ดัชนีวัดความน่าเชื่อถือของตัวแปรที่ใช้ในการวัดการเรียนรู้ขององค์กร.....	238
25	ดัชนีวัดความน่าเชื่อถือของตัวแปรที่ใช้ในการวัดความรับผิดชอบต่อสังคม.....	240
26	ดัชนีวัดความน่าเชื่อถือของตัวแปรที่ใช้ในการวัดผลการดำเนินงานขององค์กร..	243
27	ค่ารากที่สองของ AVE และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา..	246
28	ดัชนีวัดการแจกแจงปกติของตัวแปรที่มีอยู่ในแบบจำลอง.....	249
29	ดัชนีวัดความเหมาะสมของแบบจำลองโดยรวม.....	250
30	ปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจของการมีความรับผิดชอบต่อพนักงาน	252
31	ปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจของการมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า.....	253
32	ปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจของการมีความรับผิดชอบต่อ ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ.....	254
33	ปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจของการมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น	255
34	ปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจของการมีความรับผิดชอบต่อชุมชน	255
53	ปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจของการมีความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อม.....	256
36	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไร.....	257
37	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มขึ้นของลูกค้านใหม่.....	258
38	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า.....	258
39	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลิตภาพการผลิต.....	259
40	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์.....	260
41	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความเป็นพนักงานที่ดี.....	261
42	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรักษาพนักงานไว้ในองค์กร.....	262

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
43	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อการมีความรับผิดชอบต่อนักงาน....	263
44	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อการมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า.....	264
45	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อความรับผิดชอบต่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบ	265
46	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อการมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น.....	266
47	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อการมีความรับผิดชอบต่อชุมชน.....	267
48	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อการมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	268
49	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อกำไรและความสามารถในการทำ กำไร.....	269
50	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่.....	271
51	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อความภักดีของลูกค้า.....	272
52	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อผลผลิตภาพการผลิต.....	274
53	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์.....	276
54	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อพฤติกรรมกรเป็นพนักงานที่ดี.....	277
55	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อการรักษาพนักงานไว้ในองค์กร.....	279
56	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจ ของการมีความรับผิดชอบต่อสังคม.....	281
57	ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างทุนองค์กร กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อ สังคม และผลการดำเนินงานขององค์กร 4 มิติ.....	288

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	10
2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ขององค์กรกับการกำหนดกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม.....	45
3 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.....	49
4 กรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยเหตุและผลของ CSR ของ Maignan et al. (1999).....	58
5 ความสัมพันธ์ระหว่างทุนองค์กร กลยุทธ์เชิงรุก และผลการดำเนินงานขององค์กร.....	65
6 แบบจำลองการมีความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนบนพื้นฐานของทรัพยากร	70
7 ความได้เปรียบในการแข่งขันของทรัพยากรและความสามารถขององค์กร.....	71
8 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากร กลยุทธ์สิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานขององค์กร.....	71
9 องค์ประกอบของทุนทางปัญญา.....	81
10 แบบจำลองทุนการสื่อสาร.....	83
11 ระบบการบริหารองค์กรแบบสมดุล.....	87
12 ประสิทธิภาพของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน.....	98
13 องค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กร.....	103
14 กระบวนการสร้างความรู้ขององค์กร.....	110
15 แบบจำลองการเรียนรู้ขององค์กร.....	117
16 วัฏจักรการเรียนรู้ขององค์กร.....	118
17 ระบบการวัดผลการดำเนินงานแบบสมดุล (Balanced Scorecard).....	130
18 แบบจำลองรางวัลคุณภาพแห่งยุโรป (The European Quality Award).....	132
19 อิทธิพลของราคาและผลิตภาพการผลิตที่มีต่อกำไร.....	172
20 อิทธิพลของต้นทุน ราคา รายรับ และผลิตภาพการผลิตที่มีต่อกำไร.....	172
21 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	183

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง.....	251
23 แบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจของการมีความรับผิดชอบต่อสังคม.....	290
24 แบบจำลองความได้เปรียบในการแข่งขันของทุนองค์กรและกลยุทธ์ CSR.....	292
25 แบบจำลองการวัดผลการดำเนินงานแบบสมดุล.....	293
26 แบบจำลองความได้เปรียบในการแข่งขันของทุนองค์กร.....	294
27 แบบจำลองความได้เปรียบในการแข่งขันของกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม...	295
28 ปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจของการมีความรับผิดชอบต่อสังคม.....	299
29 แบบจำลองความได้เปรียบในการแข่งขันของทุนองค์กรและกลยุทธ์ขององค์กร..	315