

การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีอิทธิพลต่อความ
ยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร*

The Influence of Business Management Based on the Sufficiency
Economy Philosophy on Sustainability of the Retail Business in
Bangkok

¹สมพร ปานยินดี และ ²จันจิราภรณ์ ปานยินดี

¹Somporn Panyindee and Janjirapon Panyindee

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

Faculty of Business Administration, Siam University, Thailand.

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Faculty of Management Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University, Thailand.

¹Corresponding Author. Email: sompone_pyd@hotmail.com



บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก กับความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการ 2) เพื่อวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม 3) เพื่อวิเคราะห์ความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน

ผลวิจัยพบว่า

1) ความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกมีความสัมพันธ์เชิงแปรผัน กับความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการ

* Received January 8, 2019; Revised January 18, 2019; Accepted March 25, 2019.

2 วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2562)

2) การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการมีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

3) ความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการมีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง; ความรับผิดชอบต่อสังคม; ความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก

Abstract

The objectives of this research were to analyze 1) the correlation among sustainability of the retail business, corporate social responsibility, business management based on the sufficiency economy philosophy and entrepreneurial orientation 2) the influence of business management based on the sufficiency economy philosophy and entrepreneurial orientation on corporate social responsibility, and 3) the influence of corporate social responsibility, business management based on the sufficiency economy philosophy and entrepreneurial orientation on the sustainability of the retail business in Bangkok. The research was quantitative. The questionnaire was used as a tool for data collection from retail business in Bangkok in Thailand. The data were analyzed in term of frequency, percentage, mean, standard deviation Pearson correlation analysis and stepwise multiple regression analysis.

The results indicated as follows:

1) Sustainability of the retail business was related to corporate social responsibility, business management based on the sufficiency economy philosophy and entrepreneurial orientation.

2) Business management based on the sufficiency economy philosophy and entrepreneurial orientation affected to corporate social responsibility.

3) Corporate social responsibility, business management based on the sufficiency economy philosophy and entrepreneurial orientation affected the sustainability of the retail business in Bangkok.

Keyword: The Sufficiency Economy Philosophy; Corporate Social Responsibility; Sustainability of the Retail Business

บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยในปี 2560 มูลค่าธุรกิจค้าปลีกของประเทศไทยอยู่ที่ 3.5 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 23 ของ GDP ในช่วงระหว่างปี 2558 – 2560 นั้น ธุรกิจค้าปลีกมีการลงทุนรวมกันกว่า 130,200 ล้านบาท เฉลี่ยปีละ 43,400 ล้านบาท มีการจ้างงานโดยตรงมากกว่า 600,000 คน และการจ้างงานทางอ้อมอีกกว่า 150,000 คน ธุรกิจค้าปลีกแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิม ในปี 2560 ธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมมีส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 32 ของมูลค่าธุรกิจค้าปลีกทั้งหมด และธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มีส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 68 ประกอบด้วยห้างสรรพสินค้า ดิสเคาน์สโตร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีกขายสินค้าเฉพาะอย่าง (ลงทุนแมน, 2561) ปัญหาของธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบันคืออัตราการเติบโตของ E-Commerce ขยายตัวอย่างต่อเนื่องร้อยละ 20-25 เป็นเหตุจูงใจให้บรรดาธุรกิจต่างๆ ที่นอกเหนือจากธุรกิจค้าปลีก (Non-Retail) มีการแตกไลน์ธุรกิจและสนใจที่จะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในธุรกิจค้าปลีก ทำให้ธุรกิจค้าปลีกทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560) ประกอบกับปัจจัยด้านเทคโนโลยี แพลตฟอร์มธุรกิจค้าปลีกจากต่างประเทศ เช่น Lazada Shopee และอื่น ๆ ส่งผลให้พฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดขึ้นทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยผลกระทบที่เห็นชัดคือการเริ่มทยอยปิดตัวลงของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กและห้างสรรพสินค้าในประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้คนว่างงานจำนวนมาก ขณะที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กและขนาดกลางของประเทศไทยเริ่มได้รับผลกระทบยอดขายลดลง ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่ไม่ปรับตัวต่อสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงต้องล้มละลายไป

การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มุ่งเน้นให้ธุรกิจอยู่รอดได้ในระยะยาว โดยดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความพอประมาณ การมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกัน มีความรู้และจริยธรรม สามารถนำหลักการมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ห้องค์กร การวางแผนการตลาด การบริหารเงิน การบริหารบุคลากร และด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้พอดีไม่เกินไป นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้งานเกิดประสิทธิภาพ ร่วมกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ดูแลรับผิดชอบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม (ทรงศักดิ์ ไจกล้ำ, 2561; สุภาวดี ขุนทองจันทร์, 2553) จะเห็นได้ว่าการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแนวทางการบริหารจัดการที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้ธุรกิจอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยธุรกิจจะต้องปรับค่านิยมและพฤติกรรมให้ตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ได้มากที่สุด การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะช่วยเสริมภาพลักษณ์ของธุรกิจ ทำให้เกิดความไว้วางใจ ความพึงพอใจ ความภักดีในสินค้า (อนุวัต สงสม, 2555)

4 วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2562)

ดังนั้นผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก โดยเลือกศึกษาเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีความหนาแน่นของธุรกิจค้าปลีก ในอดีตที่ผ่านมา มีการศึกษาค่อนข้างน้อยและเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของบางตัวแปร ยังไม่มีการศึกษาคครอบคลุมเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของทุกตัวแปร ซึ่งผลวิจัยเป็นการแสดงข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการค้าปลีกตระหนักและให้ความสำคัญในการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การมุ่งเน้นการประกอบการ และความรับผิดชอบต่อสังคม นำไปใช้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อรักษาให้ธุรกิจค้าปลีกให้อยู่กับสังคมไทยตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก กับความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการ
- 2) เพื่อวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม
- 3) เพื่อวิเคราะห์ความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร

บททวนวรรณกรรม

ความยั่งยืนขององค์กร (Sustainable organization)

ความยั่งยืนขององค์กร เป็นแนวคิดหนึ่งที่ธุรกิจทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ได้นำแนวคิดนี้มาใช้เป็นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อความอยู่รอดอย่างยั่งยืน โดยแนวคิดนี้มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการเติบโตและผลกำไรขององค์การเป็นสำคัญร่วมกับเป้าหมายเชิงสังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น สร้างความเสมอภาคเป็นธรรมทางสังคม การใส่ใจผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม โดยกิจกรรมทางธุรกิจต้องสามารถตอบสนองความต้องการของคนในยุคปัจจุบัน และไม่ทำลายคุณภาพชีวิตของคนในอนาคต แบ่งได้เป็น 3 ระดับ ประกอบด้วย 1) การปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือกฎหมาย การมุ่งเน้นจิตอาสา การบริจาค ซึ่งไม่สอดคล้องกับธุรกิจหลักที่ดำเนินงานอยู่ จึงทำให้ไม่ได้รับการยอมรับจากผู้บริหารและพนักงาน 2) เป็นระดับที่องค์กรเห็นว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืน ช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายไปพร้อม ๆ กับการสร้างคุณค่าให้สังคม และการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3) เป็นระดับที่องค์กรมีความเข้าใจว่าธุรกิจสามารถสร้างผลตอบแทนทางการเงินควบคู่ไปกับการสร้างผลตอบแทนทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้กลยุทธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ (พิริยาภรณ์ อันทอง และ ศุภกร เอกชัยไพบูลย์, 2559)

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate social responsibility)

ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่ประสานผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างองค์กร สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยใช้ทรัพยากรภายในและภายนอกองค์กรขับเคลื่อนการดำเนินกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมแบ่งตามกระบวนการ ประกอบด้วย ความรับผิดชอบต่อสังคมก่อนกระบวนการ (CSR-before-process) ความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR-in-process) ความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งกระบวนการ (CSR-as-process) และวิสาหกิจที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-as-enterprise) ประโยชน์ของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อองค์กร พบว่า เกิดประโยชน์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวแก่องค์กร โดยสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ลูกค้าเกิดความภักดีต่อ แบรินด์ ภาพพจน์ขององค์กรมีความน่าเชื่อถือ ราคาหุ้นเกิดเสถียรภาพ มูลค่าหุ้นเฉลี่ยมีเกณฑ์สูงเป็นที่ต้องการแก่นักลงทุน (เมธาวร หิรัญญธนกิจ, 2556)

การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Business management based on the sufficiency economy philosophy)

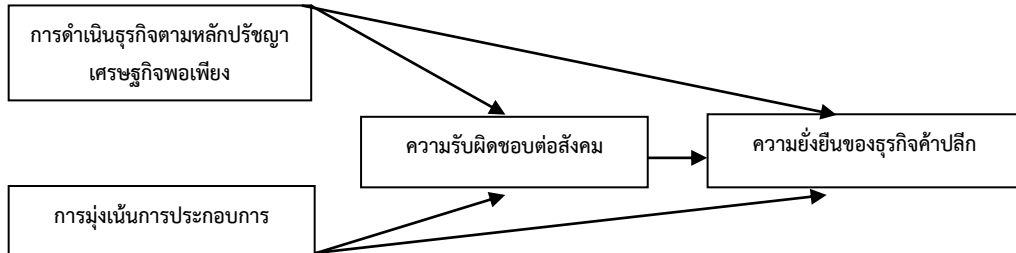
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมีพระมหากรุณาธิคุณพระราชทานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้แก่ประชาชนเป็นหลักในการดำเนินชีวิตรวมถึงภาคธุรกิจ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย 1) ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น 2) ความมีเหตุผลโดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ 3) การมีภูมิคุ้มกันที่ดี หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น 4) เงื่อนไข การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ต้องอาศัยทั้งความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐาน (สมพร กรุดน้อย, 2550)

การมุ่งเน้นการประกอบการ (Entrepreneurial orientation)

การมุ่งเน้นการประกอบการ หมายถึง ความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ การยอมรับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุกเพื่อนำไปสู่โอกาสใหม่ องค์ประกอบของการมุ่งเน้นการประกอบการมี 5 ด้าน ได้แก่ ความมีอิสระ การมีนวัตกรรม การยอมรับความเสี่ยง การมองเชิงรุก และการรู้ที่จะเอาชนะการแข่งขัน (Dess and Lumpkin, 2005) โดยผู้ประกอบการต้องมีบทบาทและความรับผิดชอบต่อหลายด้าน เช่น บทบาทและรับผิดชอบต่อพนักงาน กล่าวคือ ผู้ประกอบการใส่ใจดูแลพนักงานทั้งด้านร่างกายและจิตใจ มีการพัฒนาทักษะของพนักงาน จ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม บทบาทและความรับผิดชอบต่อหน่วยงานรัฐ กล่าวคือ ผู้ประกอบการควรปฏิบัติตามกฎหมายและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐ และ บทบาทและความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้ประกอบการสามารถสร้างสรรค์สังคมให้น่าอยู่ ด้วยการออกแบบกระบวนการผลิตที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม

6 วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2562)

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกมีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการ
2. การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการมีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม
3. ความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการมีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร โดยตัวแปรอิสระที่ศึกษามีทั้งหมด 3 ตัวแปรประกอบด้วย 1) การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มี 5 ด้าน คือ ความมีเหตุผล ความพอประมาณ การมีภูมิคุ้มกันที่ดี ความรู้ คุณธรรมจริยธรรม 2) การมุ่งเน้นการประกอบการ มี 5 ด้าน คือการตระหนักความเป็นนวัตกรรม การมุ่งเน้นอิสระในการดำเนินงาน ความเข้าใจในการยอมรับความเสี่ยงทางธุรกิจ การมองเชิงรุกของธุรกิจการเรียนรู้ที่จะเอาชนะการแข่งขัน 3) ความรับผิดชอบต่อสังคม และตัวแปรตามคือความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร จำนวน 216,537 ราย (สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) กำหนดขนาดของกลุ่ม

ตัวอย่างตามการคำนวณของ Yamane ณ ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้จำนวน 400 ราย ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเขตของกรุงเทพฯ ออกเป็น 6 กลุ่ม ยึดหลักตามการบริหารงานของกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ กลุ่มกรุงเทพมหานครตะวันออก กลุ่มกรุงเทพมหานครธนบุรีเหนือ กลุ่มกรุงเทพมหานครธนบุรีใต้ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน (Two-stage sampling) ประกอบด้วยขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยการจับสลากเพื่อเลือกเขตพื้นที่ กำหนดการสุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 2 เขต โดยกำหนดตามโควตา (Quota sampling) ร้อยละ 20 ของจำนวนเขตที่มีอยู่ในแต่ละกลุ่ม จากนั้นใช้วิธีจับสลากจาก 6 กลุ่ม จะได้ 12 เขต เก็บข้อมูลเขตละ 33 คน ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience sampling) จากนั้นทำการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกทั้ง 12 เขตที่ได้รับการสุ่ม ดำเนินการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างด้วยการถามคำถามเบื้องต้นกับผู้ประกอบการ คำถามเพื่อคัดกรองมี 3 ข้อ ประกอบด้วย มีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหลักความพอเพียงหรือไม่ มีการปรับกลยุทธ์ใหม่เมื่อเทียบกับปีที่แล้วหรือไม่ และมีกิจกรรมเพื่อสังคมหรือไม่ ในการเก็บข้อมูลจะเก็บจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า มี ทั้ง 3 ข้อ จากนั้นจะสอบถามคำถามอื่นในแบบสอบถามต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม ทั้งนี้เครื่องมือวิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า พัฒนามาจาก วิสูตร สุจิระกล (2551) และ สมพร กรุดน้อย (2550) ข้อมูลความคิดเห็นของการมุ่งเน้นการประกอบการมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า พัฒนามาจาก Wiklund (1999) และ Kreiser and Davis (2010) ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า พัฒนามาจาก จุฑารัตน์ ชื่นช่วย (2558) และ อวิกา สุภาพจน์ (2553) และความคิดเห็นเกี่ยวกับความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า พัฒนามาจากทิพยาภรณ์ ปัตตา (2555) และสุภาพันธุ์ สมบูรณ์มนต์ (2559)

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพเครื่องมือ ทำการตรวจสอบความความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item of Objective Congruence

8 วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2562)

Index) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่าทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป และตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) จากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ทุกตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.70 ถือเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair and et al., 2006)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติพรรณนาในการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การมุ่งเน้นการประกอบการ ความรับผิดชอบต่อสังคม และความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วย สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้แบ่งการนำเสนอเป็น 3 ตอน โดยตอนที่หนึ่งนำเสนอข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่สองนำเสนอข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษา ตอนที่สามนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.75 อายุระหว่าง 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.50 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.50

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษา

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของ การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.80, SD=0.63) การมุ่งเน้นการประกอบการอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.67, SD=0.69) ความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.83, SD=0.65) ความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.87, SD=0.73) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ พบว่าความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การมุ่งเน้นการประกอบการและความรับผิดชอบต่อสังคมมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .766 .817 และ .732 นอกจากนี้ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงแปร

ผันตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .827 .782

ตอนที่ 3 ทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา ก่อนการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ผู้วิจัยตรวจสอบความเป็นอิสระต่อกันของค่าความคลาดเคลื่อน โดยใช้สถิติทดสอบ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.60 มีค่าระหว่าง 1.5-2.5 ถือว่ายอมรับได้ กล่าวคือค่าความคลาดเคลื่อนมีอิสระต่อกัน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2547) ในลำดับต่อมาผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยพิจารณาค่า VIF ปรากฏผลสอดคล้องกับ Lee, Lee และ Lee (2000) ซึ่งได้เสนอว่าค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันมากเกินไป ดังนั้นตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงไม่มีปัญหา Multicollinearity เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ผลการวิเคราะห์ พบว่าการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการมีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ได้ร้อยละ 71.5 หรือมีค่า $R^2 = .715$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถแสดงสมการการพยากรณ์ความรับผิดชอบต่อสังคม ได้ดังนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคม = $0.024 + 0.625$ (การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง) + 0.333 (การมุ่งเน้นการประกอบการ)

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

ตัวแปร	β	S.E. _b	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	.024	.117		.204	.839
การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (SE)	.625	.052	.568	12.014**	.000
การมุ่งเน้นการประกอบการ(EO)	.333	.050	.315	6.657**	.000
R= .846	R ² = .715	Adjust R ² = .714	F= 44.320**		

** P < 0.01

วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกจากปัจจัยการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การมุ่งเน้นการประกอบการและความรับผิดชอบต่อสังคม ก่อนการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ผู้วิจัยตรวจสอบความเป็นอิสระต่อกันของค่าความคลาดเคลื่อน โดยใช้สถิติทดสอบ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.985 มีค่าระหว่าง

10 วารสาร มจร ปุทธปัญญาปริทรรศน์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2562)

1.5-2.5 ถือว่ายอมรับได้ กล่าวคือ ค่าความคลาดเคลื่อนมีอิสระต่อกัน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2547) ในลำดับต่อมาผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยพิจารณาค่า VIF ปรากฏผลสอดคล้องกับ Lee, Lee และ Lee (2000) ซึ่งได้เสนอว่าค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันมากเกินไป ดังนั้นตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงไม่มีปัญหา Multicollinearity เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก ผลการวิเคราะห์ พบว่า การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การมุ่งเน้นการประกอบการ และความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก สามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ได้ร้อยละ 70 หรือมีค่า $R^2 = .700$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถแสดงสมการการพยากรณ์ความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกได้ดังนี้

ความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก = $0.070 + 0.248$ (การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง) + 0.603 (การมุ่งเน้นการประกอบการ) + 0.148 (ความรับผิดชอบต่อสังคม)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ถดถอยหุ้แบบขั้นตอนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก

ตัวแปร	β	S.E. _b	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	.070	.128		.549	.584
การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (SE)	.248	.067	.212	3.736**	.000
การมุ่งเน้นการประกอบการ (EO)	.603	.058	.534	10.432**	.000
ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	.148	.055	.139	2.692**	.007
R= .837	$R^2 = .700$	Adjust $R^2 = .698$		F=7.273**	

** P < 0.01

อภิปรายผลการวิจัย

1) ผลจากวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่าความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก มีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความยั่งยืนในการประกอบธุรกิจค้าปลีก ต้องยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือทำธุรกิจด้วยความพอดี ไม่ประมาท นำความรู้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม มากำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ทำให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมาย รวมทั้งมีจิตสำนึกในการดูแลกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สอดคล้องกับ

งานวิจัยที่พบว่า การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การมุ่งเน้นการประกอบการ ความรับผิดชอบต่อสังคม และความยั่งยืนของธุรกิจมีความสัมพันธ์กัน อย่างไรก็ตามในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกให้ประสบความสำเร็จ ยังต้องอาศัยทักษะการเรียนรู้ ปรับตัวอย่างต่อเนื่อง สร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการและการตัดสินใจที่รวดเร็วเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจเหนือคู่แข่ง (โพธิวัฒน์ เผ่าพงศ์ช่วง, อีรุฒติ บุญยโสภณ และวิเชียร เกตุสิงห์, 2557; จิราภร บุญไชยศรี, 2551; บุญลือ ฉิมบ้านไร่, 2558)

2) ผลจากวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการมีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีเป้าหมายคือความอยู่รอดของธุรกิจซึ่งต้องควบคู่ไปกับการดูแลกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ดังนั้นธุรกิจค้าปลีกจึงต้องปรับกลยุทธ์การแข่งขัน นำนวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ไปพร้อม ๆ กับการทำกิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อสะท้อนภาพลักษณ์องค์กรที่ดีสร้างความน่าเชื่อถือให้กิจการ สอดคล้องกับผลการศึกษา กล่าวว่าการตั้งมั่นตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตภาคเหนือในประเทศไทย (รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิवास, 2557) ความสามารถของการประกอบการส่งผลต่อการมีความรับผิดชอบต่อสังคม และนำไปสู่การการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Iyigün, 2015)

3) ผลจากวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการมุ่งเน้นการประกอบการมีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ธุรกิจค้าปลีกบริหารงานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นการใช้ทรัพยากรในระดับที่พอดี คิดค้นนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ทั้งต่อลูกค้า เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กำไรบางส่วนนำไปสร้างประโยชน์ให้สังคม สอดคล้องกับงานผลการศึกษาที่กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้องค์กรและชุมชนมีความยั่งยืน การนำพาองค์กรสู่ความยั่งยืนได้รับอิทธิพลจากหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ส่งผลต่ออนาคตผู้ประกอบการในยุค 4.0 จะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีความยั่งยืนและเติบโต เกิดขึ้นจากการมุ่งเน้นการประกอบการ และการมีรับผิดชอบต่อสังคม (เฉลิมพร ทองบุญชู, 2557; วรวิทย์ ไชยศรี และบุญสม เกษะประดิษฐ์, 2560; อาศิรา ราชเวียง, 2560)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ พร้อมตัวอย่างของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และความรับผิดชอบต่อสังคม

12 วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2562)

มาประยุกต์ใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการเกิดแรงบันดาลใจในการปรับใช้ในธุรกิจของตน ทำให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน ขณะเดียวกันผู้บริหารธุรกิจค้าปลีกควรให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและการสร้างความยั่งยืนของธุรกิจเป็นพันธกิจหลัก และสื่อสารไปยังบุคลากรทุกระดับเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม มีการติดตามประเมินผล และปรับแผนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างผลลัพธ์ทั้งด้านกำไร สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงเรียนรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรมอยู่เสมอ และนำความรู้นั้นไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยอาจใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยการทำ Focus Group หรือวิธีอื่นตามความเหมาะสมเพื่อให้ได้แนวปฏิบัติที่ดี (Best practice) ที่ธุรกิจประเภทอื่นสามารถนำไปใช้กับธุรกิจตนเองได้ และศึกษาตัวแปรอื่นที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความยั่งยืนในการทำธุรกิจ เช่น ปัจจัยระดับบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ ประเภทของธุรกิจทัศนคติความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนปัจจัยในระดับองค์การ เช่นความพร้อมของทรัพยากร (Resource Readiness) การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Marketing)

เอกสารอ้างอิง: References

- จิรากร บุษไชยศรี. (2551). *การประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจค้าปลีกในจังหวัดอุดรธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Boonchaisri, J. (2008). *Application of Sufficiency Economy for Retail Business in Udonthani Province*. Master of Business Administration Thesis, Khon Kaen University
- จุฑารัตน์ ชื่นช่วย. (2558). *ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของธนาคารกสิกรไทย สาขาแหลมฉบัง*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Chuenchui, J. (2015). *The Effect of Corporate Social Responsibility and Marketing Mix on Corporate Image of Kasikornbank, Laemchabang Branch*. Master of Business Administration Thesis, Burapa University.
- เฉลิมพร ทองบุญชู. (2557). *องค์กรแห่งความยั่งยืน จากฐานหลักเศรษฐกิจพอเพียงและการจัดการทั่วทั้งองค์กร*. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 1(1), 13-28.

- Tongboonchu, C. (2018). Sustainable Organization from Philosophy of Sufficiency Economy and Total Quality Management. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 1(1), 13-28.
- ทรงศักดิ์ ใจกล้า. (2561). รูปแบบการพัฒนาและเสริมสร้างองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยนครสวรรค์*, 5(2), 342-363.
- Jaikla, T. (2018). The Model of Development and Promotion for Sustainability of Social Enterprises in Thailand. *Journal of MCU Nakhondhat*, 5(2), 342-363.
- ทิพยาภรณ์ ปัตถา. (2555). ผลกระทบของความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีที่มีต่อความยั่งยืนขององค์กรของธุรกิจการเงินในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Pattha, T. (2012). *Effect of accounting social responsibility on organizational sustainability of financial businesses in Thailand*. Master of Business Administration Thesis, Mahasarakham University.
- บุญลือ ฉิมบ้านไร่. (2558). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานประกอบการอุตสาหกรรม: กรณีศึกษา กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Chimbanrai, B. (2015). *Factors Related to Corporate Social Responsibility Practices among Industries: A Case Study of Industrial Group Located in the Northern Region Industrial Estate in Lamphun Province*. Thesis Master of Science Thesis, Sukhothaitammarat University
- พิริยาภรณ์ อันทอง และ ศุภกร เอกชัยไพบูลย์. (2559). *Checklist พิชิตธุรกิจยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- Unthong, P. & Ekachaiphaibul, S. (2016). *Checklist Sustainable Organization*. Bangkok: SR Center.
- โพธิวัฒน์ เผ่าพงศ์ช่วง ธีรวิมล บุญยโสภณ และวิเชียร เกตุสิงห์. (2557). การพัฒนารูปแบบการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วม ของชุมชนเพื่อความยั่งยืนของเขตประกอบการอุตสาหกรรม. *วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 24(3), 644-656.
- Paopongchoung, P., Boonyasopon, T., & Katsingha, W. (2014). Model Development of Corporate Social Responsibility with Communities

14 วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2562)

Participation for Sustainable of Industrial Zone. *The Journal of KMUTNB*, (24)3, 644-656.

เมธาพร หิรัญญธนกิจ. (2556). *การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คุณลักษณะผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์องค์กรบริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Hiranyathanakit, M. (2013). *The Causal Factor of CSR Activity Perception Product Attribute and Corporate Image Case Study: S&P Syndicate Public Company Limited*. Master of Business Administration Thesis, Kasetsart University.

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และ ภาคภูมิ ภัควิवास. (2557). *แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตภาคเหนือในประเทศไทย*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 8(1), 93-103.

Pongwiritthon R. & Pakvipas, P. (2014). *Guideline on Corporate Social Responsibility Development for Small and Medium Enterprises (SMEs) in Northern Thailand*. *Feu academic review*, 8(1), 93-103.

วรวิมล ไชยสร และบุญสม เกษะประดิษฐ์. (2560). *ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจกับการพัฒนาที่ยั่งยืน: กรณีศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคม 6 บริษัท*. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 9(3), 140-152.

Chaisorn, W. & Kesapradist, B. (2017). *Corporate Social Responsibility (CSR) and Sustainable Development (SD): Case Study of 6 Companies*. *Panyapiwat Journal*, 9(3), 140-152.

วิสูตร สุจิระกล. (2551). *การบริหารงานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Sujirakol, W. (2008). *Alternative: Management by the Philosophy of Sufficiency Economy at the Siam Cement Public Company Limited*. Master of Business Administration Thesis, Ramkhamhaeng University.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). *บทวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2561, จาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/36735.aspx>

- Kasikorn research center. (2018). *Business trend analysis*. Retrieved December 1, 2018, from <https://kasikornresearch.com/th/analysis/kecon/business/Pages/36735.aspx>
- สมพร กรุดน้อย. (2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อการบริหารจัดการองค์การกับพฤติกรรมการทำงานดำเนินชีวิตและคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานบริษัทแพรนต้า จิวเวอรี่ จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Krudnoi, S. (2007). *The relationships between perceptions of the applicability of the sufficiency economy philosophy for organization management and employee lifestyle behavior and quality of work life: a case study of the employees of Pranda Jewelry Public Co.,Ltd.* Master of Science Thesis, Ramkhamhang University.
- สุภาวดี ขุนทองจันทร์. (2553). *การศึกษาประเภทธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เอื้อต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง*. ปรัชญาดุษฐ์บัณฑิต สาขาพัฒนาบูรณาการศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- Khunthongjan, S. (2010). *Types of business and the characteristics of the entrepreneurs that are conducive to Sufficiency Economy*. Doctor of philosophy, Integral development study Ubon Ratchatani University.
- สุภาพันธุ์ สมบูรณ์มนต์. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างบรรษัทภิบาลกับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของธุรกิจการเงิน: หลักฐานเชิงประจักษ์จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Sombunmon, S. (2016). *The Relationship between Corporate Governance and the Sustainability Report Disclosure of Financial Firms: An Empirical Study from the Stock Exchange of Thailand*. Master of Business Administration Thesis, Burapha University.
- สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). *รายงานที่ 3 จำนวนผู้ประกอบการจำแนกตามภูมิภาค รหัสประเภทธุรกิจ และขนาดวิสาหกิจ*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2561, จาก <http://203.154.140.77/sme/Report/View/1190>
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2561). *Report 3 Number of entrepreneurs classified by region, business type and enterprise size*. Retrieved December 1, 2018, from <http://203.154.140.77/sme/Report/View/1190>

16 วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2562)

- อนุวัต สงสม. (2555). แบบจำลองเชิงแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ. *Veridian E-Journal*, 5(1), 618-639.
- Songsom, A. (2012). Proposed Conceptual Model of Consumer's Attitudes and Behaviors on Corporate Social Responsibility. *Veridian E-Journal*, 5(1), 618-639.
- อวิกา สุภาพจน์. (2553). การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กรณีศึกษาบริษัท ซี.พี. ค้าปลีกและการตลาด จำกัด (กิจการเบเกอรี่). การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Supapot, A. (2010). *Corporate social responsibility of Bakery Manufacturing Plant, C.P. Retailing and Marketing Co., Ltd.* Master of Business Administration Independent Study, Kasetsart University.
- อาศิรา ราชเวียง. (2560). อนาคตผู้ประกอบการในยุค 4.0. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(2), 79-88.
- Ratchawiang, R. (2017). The future entrepreneurs for 4.0. *VRU Research and Development Journal Humanities and Social Science*, 12(2), 79-88.
- Dess, G. G. and Lumpkin, G. T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Executive*, 19(1), 147-156.
- Hair, Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis 6th*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- İyigün, N. Ö. (2015). What could entrepreneurship do for sustainable development? A corporate social responsibility-based approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1226-1231.
- Kreiser, P. M., and Davis, J. (2010). Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Unique Impact of Innovativeness, Proactiveness, and Risk-taking. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 23(1), 39-51.
- Lee, C.F., John, C.L., and Alice C.L. (2000). *Statistics for Business and Financial Economics 1*. Singapore: World Scientific.
- Wikilund, J. (1999). The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship. *Entrepreneurship Theory Pract*, 24 (Fall), 37-48.

