

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม
ของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์
ในประเทศไทย*

THE CAUSAL FACTORS INFLUENCING TO CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MEDICAL
DEVICE IN THAILAND

ปริญญญา สีม่วง

Parinya Siemuang

วิจิต อุ๋อัน

Vichit U-on

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Sripatum University, Thailand

E-mail: parinya.sie@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคม 2) ศึกษาค้นคว้าหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และ 3) พัฒนาแนวทางการวางแผนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านเครื่องมือแพทย์ 689 บริษัท กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มครุภัณฑ์ทางการแพทย์ 144 บริษัท กลุ่มผู้ประกอบการด้านน้ำยาและชุดวินิจฉัยโรค 32 บริษัท กลุ่มผู้ให้บริการและผู้ผลิตซอฟต์แวร์ 26 บริษัท กลุ่มผู้ผลิตวัสดุทางการแพทย์ 261 บริษัท และบริษัทอื่น อีก 160 บริษัท กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ เจ้าของกิจการ/ประธานบริษัท เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติเชิงพรรณนา สถิติอนุมาน และแบบจำลองสมการโครงสร้าง SEM ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย ได้แก่ ความสัมพันธ์กับบุคลากร ความสัมพันธ์กับลูกค้า ความสัมพันธ์กับชุมชน และความสัมพันธ์กับหน่วยงานรัฐ 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย คือ สมรรถนะผู้ประกอบการ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การมุ่งเน้นตลาด และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผล

* Received 13 November 2020; Revised 19 January 2021; Accepted 20 January 2021



การดำเนินงานขององค์การ 3) พัฒนาแนวทางการวางแผนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย คือ ประกอบกิจการด้วยความใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ธรรมาภิบาล และดำเนินกิจกรรมด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และยุติธรรม

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม, เครื่องมือแพทย์, สมรรถนะผู้ประกอบการ

Abstract

The objectives of this research article were: 1) To study corporate social responsibility 2) To study factors that influence of corporate social responsibility 3) Develop planning guideline of corporate social responsibility of small and medium enterprises about medical devices in Thailand. This research is a mixed methods: quantitative research and qualitative research. The population group is 689 medical devices. The sample as follow 144 medical equipment, 32 reagents and diagnostic kits, 26 service and software, 261 medical material and 160 others. The qualitative population groups are proprietor and president. The research instruments are interview and questionnaire. Data analyses are descriptive statistics, inferential statistics and structural equation modeling. The results of research were found as follows: 1) corporate social responsibility of small and medium enterprises about medical devices in Thailand such as employee relation, customer relations, community relations and government relations. 2) Factors that influence of corporate social responsibility of small and medium enterprises about medical devices in Thailand found that entrepreneurial competencies, transformational leadership, market orientation and have direct influence positive for the performance of the organization and 3) Develop planning guideline of corporate social responsibility of small and medium enterprises about medical devices in Thailand found that conducting businesses with care to stakeholders, economy, society and environment with morals and ethics as well as good governance to control of various activity It is honest, reveal and justice.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Medical Device, Entrepreneurial Competencies



บทนำ

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ระดับโลกที่ยังคงแทรกซึมอย่างต่อเนื่อง และการกล่าวถึงอย่างมีอิทธิพลในเชิงนโยบายและการปฏิบัติ เป็นปรากฏการณ์โลกที่มาพร้อมกับสิ่งที่เป็นนัยสำคัญสำหรับบริษัท ทั้งในเรื่องของการพัฒนาภายในและพัฒนาเศรษฐกิจ (Jamali, D., 2010) ความรับผิดชอบต่อสังคมกำลังเป็นประเด็นสำคัญสำหรับธุรกิจและสถาบันการศึกษา รวมทั้งสาขาการจัดการสังคมวิทยาและการสื่อสาร เรื่องนี้เข้าไปมีบทบาทในการทำให้ผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนด้วยการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ท่ามกลางธุรกิจ รัฐบาล และสังคม แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเกิดขึ้นที่จุดเริ่มต้นของศตวรรษที่ยี่สิบ จากความต้องการทางสังคมว่าอำนาจขององค์กรต้องถูกควบคุม ประชาชนเรียกร้องให้องค์กรใช้อำนาจและอิทธิพลในการทำกิจกรรมด้านจิตอาสา เพื่อวัตถุประสงค์ทางสังคมมากกว่าผลกำไรเพียงอย่างเดียว เป็นผลให้หลักการของความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ได้รับการพิจารณาเป็นพื้นฐานของบทบาทใหม่ของธุรกิจสมัยใหม่และการดูแลกลายเป็นรากฐานของความคิดที่ทันสมัยของ CSR การศึกษาของ Chih & Chih ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญและความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การดำเนินงานทางธุรกิจและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องต่อการดูแลและปกป้องสังคมและชุมชน โดยมุ่งเน้นการสร้างความรู้สึกเชิงบวกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรผ่านกิจกรรมการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจ ทั้งนี้ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสำคัญต่อการสร้างผลการดำเนินงานทางธุรกิจที่จะเป็นประโยชน์ต่อภาพรวมทั้งด้านภาพลักษณ์ชื่อเสียงและผลการดำเนินงานทางการเงิน (Chih, H.-H. & Chih, H.-L., 2014)

Feng, M. et al. กล่าวถึงความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) การดำเนินการหรือการปฏิบัติขององค์กรและนโยบายที่ใช้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร โดยเฉพาะการสร้างความคิดหวังให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสร้างผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้จะไม่เหมือนกับวัตถุประสงค์ทั่วไปของธุรกิจที่มุ่งหวังการสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้กับผู้ถือหุ้น โดยรายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม จะส่งผลกระทบต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งประกอบไปด้วย บุคลากร ผู้จัดการ นักลงทุน ผู้บริโภค และผู้บังคับใช้กฎหมาย (Feng, M. et al., 2015)

ในการดำเนินธุรกิจปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมากการทำธุรกิจที่อยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากจะทำให้องค์กรได้รับความชื่นชมจากประชาชนโดยทั่วไปแล้ว ยังได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในการลงทุนและการสร้างเครือข่ายการทำธุรกิจร่วมกัน ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่จะสามารถกอบกู้เศรษฐกิจ



ให้กับประเทศไทยได้ต้องให้ความสำคัญและปฏิบัติอย่างเคร่งครัดและจริงจัง เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ในระดับมาตรฐานสากลที่สามารถแข่งขันในระดับนานาชาติ การเจริญเติบโต (Growth) ธุรกิจมาจากการพัฒนาองค์กรให้มีความ “เก่ง” อยู่ในตัว ในขณะที่การพัฒนาองค์กรให้มีความ “ดี” อยู่ในตัว จะก่อให้เกิดความยั่งยืน (Sustainability) ของธุรกิจ แนวคิดและทฤษฎีทางธุรกิจที่ได้รับการปลูกฝังและถ่ายทอดสู่องค์กรโดยส่วนใหญ่ ล้วนมุ่งไปที่การพัฒนาให้เป็นองค์กรที่ “เก่ง” ตัวอย่างทฤษฎีที่รู้จักกันดี ได้แก่ SWOT Analysis (Ansoff, H. I., 1965) สำหรับการกำหนดตำแหน่งและการสร้างความสำเร็จขององค์กร หรือ Boston Matrix สำหรับการกำหนดความสำคัญและการสร้างความสำเร็จในผลิตภัณฑ์ หรือ Five Forces (Porter, M. E., 1980) และ Diamond Model (Porter, M. E., 1990) สำหรับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นต้น สำหรับแนวคิดในเรื่อง CSR จะมุ่งไปที่การสร้างให้องค์กรมีความ “ดี” ที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนของกิจการ เป็นแนวคิดที่มีรากฐานมาจากหลักการสำคัญหลายเรื่องประกอบกัน ได้แก่ หลักความพร้อมรับผิดชอบ (Accountability) หลักความโปร่งใส (Transparency) หลักการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical behavior) หลักการเคารพถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย (Respect for stakeholder interests) หลักการเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the rule of law) หลักการเคารพต่อหลักปฏิบัติที่เป็นบรรทัดฐานสากล (Respect for international norms of behavior) และหลักการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for human rights) จึงมีใช้เรื่องใหม่เพียงแค่เพิ่งได้มีการบัญญัติคำนี้ขึ้นใช้ในวงการธุรกิจเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมาเอง กิจกรรมซีเอสอาร์ มิได้สิ้นสุดที่การบริจาคเงินหรือบริจาคสิ่งของให้แก่หน่วยงานสังคมสงเคราะห์หรือมูลนิธิไปดำเนินการ แต่เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาไปสู่องค์กรที่ “ดี” องค์กรที่สามารถบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อการสังคมสงเคราะห์ได้นั้น แสดงว่าเป็นองค์กรที่เจริญเติบโตในธุรกิจและมีความ “เก่ง” อยู่ในตัวแล้ว ประเด็นที่สำคัญ คือ ทำอย่างไรจึงจะใช้ความ “เก่ง” ในการดำเนินกิจกรรม CSR หรือถ่ายทอดความ “เก่ง” นั้นให้แก่ผู้ด้อยโอกาสในสังคม ที่แต่เดิมได้รับเป็นเงินหรือสิ่งของ

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและการแพทย์มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากตลาดเครื่องมือแพทย์จากทั่วโลกที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วกว่าร้อยละ 6.4 ต่อปี จึงทำให้อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องมือแพทย์เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพต่อเศรษฐกิจ ไทยจึงได้กำหนดเรื่องการแพทย์และสาธารณสุขไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยให้เป็นหนึ่งในเป้าหมายอนาคตของไทย ในปี 2579 เพื่อส่งเสริมให้คนไทยมีร่างกายที่แข็งแรงสมบูรณ์ และส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ หรือที่รู้จักกันในนาม Medical Hub โดยส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ของประเทศไทย, 2560) นอกจากนี้ ยังได้จัดทำ Roadmap ในการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness and Bio - Med) ตลอดจนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการแพทย์เพื่อผลักดันให้ไทยเป็น Medical Hub ของ



อาเซียนภายในปี 2568 จากข้อมูลของหน่วยงาน Medical Devices Intelligence Unit ประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2562 จะมีผู้ประกอบการด้านเครื่องมือแพทย์ทั้งสิ้น 689 บริษัท โดยสามารถแยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้ ดังนี้ กลุ่มครุภัณฑ์ทางการแพทย์ 144 บริษัท กลุ่มน้ายา และชุดวินิจฉัยโรค 32 บริษัท กลุ่มบริการและซอฟต์แวร์ 26 บริษัท กลุ่มวัสดุทางการแพทย์ 261 บริษัท และบริษัทอื่นอีก 160 บริษัท

บริษัทด้านเครื่องมือแพทย์มีนโยบายทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น จัดหาและส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพได้ตามมาตรฐานที่กำหนด ลูกค้าหรือผู้บริโภคมีการคัดเลือก จัดซื้อ จัดหาสินค้าที่มีคุณภาพจากผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ชั้นนำที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ซึ่งเป็นสินค้าคุณภาพที่ผ่านกระบวนการผลิตที่ถูกควบคุมด้วยเครื่องจักรที่มีความแม่นยำและมีการตรวจสอบคุณภาพ จนกระทั่งการส่งมอบสินค้าถึงมือลูกค้า ตลอดจนมีการบริการหลังการขาย มีความเอาใจใส่ และรับผิดชอบต่อลูกค้า โดยมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าทั้งด้านคุณภาพสินค้า และการให้บริการที่ดีและได้มาตรฐาน แต่อาจจะไม่สามารถจัดระบบมาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมได้ทุกบริษัท

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความคิดที่จะศึกษาวิจัยลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคม ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และแนวทางการวางแผนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย โดยผู้วิจัยสนใจศึกษาในบริบทของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินให้กับกลุ่มสถานประกอบการด้านเครื่องมือแพทย์ของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาค้นคว้าหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนาแนวทางการวางแผนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อขยายผลวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งวิธีดำเนินการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 ใช้แนวทางวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) ในการศึกษาลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคม และระยะที่ 2 ใช้แนวทางวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) ค้นคว้าหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ



รับผิดชอบต่อสังคม และแนวทางการวางแผนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย แสดงรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 การออกแบบการวิจัยด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Design) โดยใช้วิธีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการศึกษาภาคสนามโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาในระยะที่ 1 คือ เจ้าของกิจการ และประธานบริษัท ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ การเก็บรวบรวมผู้วิจัยนำแนวคำถามในการสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (กลุ่มเป้าหมาย) โดยการไปสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายด้วยตนเอง พร้อมบันทึกเสียงผู้ให้สัมภาษณ์และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการนำบทสนทนาที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้วิธี Thematic Analysis จัดระบบเพื่อยืนยัน (Confirm)

ระยะที่ 2 การออกแบบการวิจัยด้วยวิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative Research Design) โดยการนำข้อมูลจากการศึกษาในระยะที่ 1 ประชากร คือ ผู้ประกอบการด้านเครื่องมือแพทย์ทั้งสิ้น 689 บริษัท ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย โดยแยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้ กลุ่มครุภัณฑ์ทางการแพทย์ จำนวน 144 บริษัท กลุ่มผู้ประกอบการด้านน้ำยาและชุดวินิจฉัยโรค จำนวน 32 บริษัท กลุ่มผู้ให้บริการและผู้ผลิตซอฟต์แวร์ จำนวน 26 บริษัท กลุ่มผู้ผลิตวัสดุทางการแพทย์ 261 บริษัท และบริษัทอื่น อีก 160 บริษัท (อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ของประเทศไทย, 2560) เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นแบ่งเป็น 6 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 สมรรถนะของผู้ประกอบการ ตอนที่ 3 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ตอนที่ 4 การมุ่งเน้นตลาด ตอนที่ 5 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และตอนที่ 6 ผลการดำเนินงานของธุรกิจ จากนั้นนำข้อคำถามทั้งหมดไปหาคุณภาพของข้อคำถามโดยการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน ได้แก่ นักวิชาการ จำนวน 3 คน นักวิชาชีพ จำนวน 3 คน และนักสถิติ จำนวน 3 คน เพื่อหาค่าความสอดคล้องหรือดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence หรือ IOC) ของการวิจัยที่ต้องการวัดเกณฑ์ที่ใช้ตัดสินความสอดคล้องกันเป็นรายข้อคำถามมีค่า IOC ไม่น้อยกว่า 0.5 จากนั้นทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ โดยการคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า α ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่น และตรวจสอบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นและแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Equation Modeling:



SEM) พบว่า โมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์ การยอมรับ คือ ค่าดัชนี $/df = 1.147$, CFI = 1.00, GFI = 1.00, AGFI = 0.97, RMSEA = 0.015 และ SRMR = 0.008

การวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบเครื่องมือวิจัย 1) วิเคราะห์ความเที่ยง (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค 2) ตรวจสอบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นและแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเพื่อบรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามหรือวัตถุประสงค์การวิจัย ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean) 2) สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าสถิติที่ใช้ คือ สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson correlation) 3) สถิติการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย

1. ลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ความสัมพันธ์กับบุคลากร เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ประกอบการด้านเครื่องมือแพทย์มีการสรรหาพนักงานที่จะเข้ามาทำงาน โดยส่งเสริมพนักงานจากภายในองค์กรก่อน รองลงมา คือ สนับสนุนและให้รางวัลเมื่อพนักงานคิดสิ่งที่เป็นนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ และให้คำปรึกษาพนักงานเรื่องปัญหาที่สำคัญในการทำงาน 2) ความสัมพันธ์กับลูกค้า เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ผู้ประกอบการด้านเครื่องมือแพทย์ให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องมือแพทย์ รองลงมา คือ สินค้าด้านเครื่องมือแพทย์ติดตามข้อมูลสินค้าที่ชัดเจนและถูกต้องให้กับลูกค้า และกิจกรรมทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ได้ทำ ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า 3) ความสัมพันธ์กับชุมชน เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ผู้ประกอบการด้านเครื่องมือแพทย์มีนโยบายการซื้อขายสินค้าที่มีการมุ่งเน้นจากชุมชนท้องถิ่นก่อน รองลงมา คือ พนักงานในองค์การอาสาทำงานให้การกุศลและโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีความเกี่ยวข้องกับชุมชน และ 4) ความสัมพันธ์กับหน่วยงานรัฐ เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ผู้ประกอบการด้านเครื่องมือแพทย์มีการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้กระดาษ รองลงมา คือ องค์กรดำเนินงานเรื่องที่มีความไวต่อผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมได้



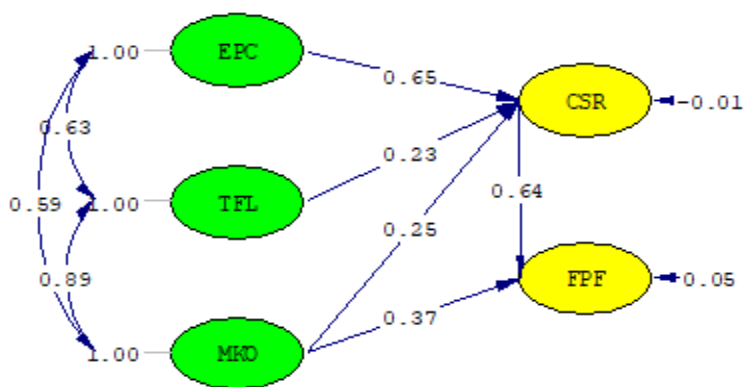
อย่างรวดเร็ว องค์การยืมนั้นการดำเนินงานตามความสอดคล้องทางกฎหมาย และองค์การ จัดหาสินค้าด้านเครื่องมือแพทย์ตรงตามข้อกำหนดของกฎหมาย

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวม

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df (28.67/25)	< 2.00	1.147	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	1.00	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.97	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.015	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.05	0.008	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล พบว่า โมเดลสอดคล้อง กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์ การยอมรับ คือ ค่าดัชนี/df = 1.147, CFI = 1.00, GFI = 1.00, AGFI = 0.97, RMSEA = 0.015 และ SRMR = 0.008 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์



Chi-Square=28.67, df=25, P-value=0.27813, RMSEA=0.015

ภาพที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวม หลังจากการปรับแก้โมเดล



จากภาพที่ 1 พบว่า 1) สมรรถนะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Competencies) มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ โดยเป็นอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.65 และเป็นอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.65 และไม่มีอิทธิพลทางอ้อม 2) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ โดยเป็นอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.23 และเป็นอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.23 และไม่มีอิทธิพลทางอ้อม 3) การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ โดยเป็นอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.25 และเป็นอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.25 และไม่มีอิทธิพลทางอ้อม 4) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ (Corporate Social Responsibility) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ โดยเป็นอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.74 และเป็นอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.74 และไม่มีอิทธิพลทางอ้อม 5) การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ (Firm Performance) โดยเป็นอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.53 และเป็นอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.37 และเป็นอิทธิพลทางอ้อม เท่ากับ 0.16

3. แนวทางการวางแผนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย พบว่า การดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ และการประกอบกิจการต้องมีความดูแล ใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาล เป็นเครื่องกำกับในการดำเนินกิจกรรมให้เป็นไปด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใสและยุติธรรม มีความตระหนักถึงผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยพร้อมจะแก้ไขเพื่อลดผลกระทบสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกิจการ ซึ่งไม่ใช่แค่เจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้นเท่านั้น รวมถึงพนักงาน ชุมชน สังคมบริเวณที่กิจการตั้งอยู่ รัฐบาล ลูกค้าหรือใครก็ตามที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการและมีโอกาสสร้างผลกระทบต่อกิจการหรือได้รับผลกระทบจากกิจการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างนวัตกรรมความร่วมมือในทางธุรกิจ และทำให้องค์กรสามารถเข้าถึงและมีความสัมพันธ์กับชุมชนได้มากขึ้น กำหนดแนวทางการพัฒนาความสามารถของบุคลากร และสร้างให้เกิดความรู้ความเข้าใจในปัจจัยที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนหรือส่งผลให้เกิดการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน สามารถพัฒนาไปสู่ความเป็นเลิศ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการสร้างคนที่มีศักยภาพและสามารถปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายได้ ดังนี้

1. ลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ (Corporate Social Responsibility: CSR) ประกอบด้วย 1) ความสัมพันธ์กับชุมชน เช่น องค์กรสนับสนุน



ชุมชนด้านสุขอนามัย ด้านการศึกษา (ทุนการศึกษาและการบริจาค) 2) ความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น สินค้ามีการรับรองคุณภาพสินค้าจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือด้านเครื่องมือแพทย์ มุ่งมั่นที่จะมอบคุณค่าให้กับลูกค้าที่ใช้สินค้าด้านเครื่องมือแพทย์ 3) ความสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ เช่น องค์การยัดมันการดำเนินงานตามความสอดคล้องทางกฎหมาย จัดหาสินค้าด้านเครื่องมือแพทย์ตรงตามข้อกำหนดของกฎหมาย และ 4) ความสัมพันธ์กับบุคลากร เช่น ใส่ใจเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน มีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มคุณภาพและผลงานของพนักงานเกี่ยวกับด้านเครื่องมือแพทย์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kozlowski, Hogan et al., Adeneye & Ahmed ได้กำหนดองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ 1) สังคมและชุมชน (Community & Society) 2) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relations) 3) ความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ (Supplier Relations) และ 4) ความสัมพันธ์กับบุคลากร (Employee Relations) (Kozlowski, K. M., 2014); (Hogan, K. et al., 2014); (Adeneye, Y. B. & Ahmed, M., 2015)

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย พบว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์ คือ 1) ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) = 1.147 พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจาก ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 2.00 2) ค่า CFI = 1.00 พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ เนื่องจากค่า CFI มีค่า 0.95 ขึ้นไป 3) ค่า GFI = 1.00 พบว่า มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 4) ค่า AGFI = 0.97 พบว่า มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 5) ค่า RMSEA = 0.015 หมายถึง โมเดลค่อนข้างสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจาก ค่า RMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือมีค่าระหว่าง 0.05 ถึง 0.08 และ 6) ค่า SRMR = 0.008 พบว่า โมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากมีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อนุวัตร จลินทร ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ผลการศึกษา พบว่า การวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของผู้ประกอบ SMEs ของไทย พบว่า หลังจากปรับแก้แบบจำลองโดยการพิจารณาถึงความเป็นไปได้ทางทฤษฎีและการอภิปรายผลประกอบกับรายงานค่าดัชนีปรับแก้ (Modification index) โดยได้ทำการยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการวัดตัวแปรสังเกตบางตัวให้มีความสัมพันธ์กัน ความกลมกลืนของแบบจำลองภายหลังการปรับแก้แบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องมีค่าดีขึ้น พบว่าค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ ($\chi^2/2df$) มีค่าเท่ากับ 2.036, SRMR = 0.062, RMSEA = 0.049, GFI = 0.90, TLI = 0.99 และ CFI = 0.99 จึงสรุปได้ว่าแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลาง



และขนาดย่อม (SMEs) มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถประมาณค่าขนาดอิทธิพลในแบบจำลองดังกล่าวเป็นที่ยอมรับได้ (อนุวัตร จุลินทร, 2561)

3. แนวทางการวางแผนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย พบว่า การประกอบกิจการด้วยความดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาล เป็นเครื่องกำกับให้การดำเนินกิจกรรมเป็นไปด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใสและยุติธรรมมีความตระหนักถึงผลกระทบทางลบต่อ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยพร้อมจะแก้ไขเพื่อลดผลกระทบ สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกิจการ ซึ่งไม่ใช่แค่เจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้นเท่านั้น รวมถึงพนักงาน ชุมชน สังคมบริเวณที่กิจการตั้งอยู่ รัฐบาล ลูกค้าหรือใครก็ตามที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการและมีโอกาสสร้างผลกระทบต่อกิจการหรือได้รับผลกระทบจากกิจการ ซึ่งใกล้เคียงกับผลงานวิจัยของ สุเมธ กาญจนพันธ์ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจุบันองค์กรธุรกิจในประเทศไทยได้มีกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพลักษณ์ที่เป็นเชิงกลยุทธ์มากขึ้น โดยการใช้การวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กรประกอบ การวางแผนการดำเนินงานเพื่อให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนั้นองค์กรธุรกิจยังมีความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นวิธีการขับเคลื่อนให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญในการดำเนินงาน จัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานด้านนี้โดยเฉพาะ มีการมุ่งเน้นการเข้ามามีส่วนร่วมของพนักงานคู่ค้ามากขึ้น และจะมีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโดยเฉพาะ (สุเมธ กาญจนพันธ์, 2551)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

1) ลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย พบว่า สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ความสัมพันธ์กับลูกค้า ความสัมพันธ์กับชุมชน และมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ความสัมพันธ์กับบุคลากร

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย สรุปได้ว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล พบว่า โมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ ค่าดัชนี $\chi^2/df = 1.147$, CFI = 1.00, GFI = 1.00, AGFI = 0.97, RMSEA = 0.015 และ SRMR = 0.008 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความ



เหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 2.1) สมรรถนะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Competencies) มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยเป็นอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.65 2.2) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยเป็นอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.23 2.3) การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยเป็นอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.25 2.4) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Firm Performance) โดยเป็นอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.74 2.5) การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Firm Performance) โดยเป็นอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.53 และ 3) แนวทางการวางแผนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย สรุปได้ว่า การประกอบกิจการด้วยความดูแล และเอาใจใส่ต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาล เป็นเครื่องกำกับให้การดำเนินกิจกรรมเป็นไปด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใสและยุติธรรมมีความตระหนักถึงผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยพร้อมจะแก้ไขเพื่อลดผลกระทบ สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกิจการ ซึ่งไม่ใช่แค่เจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้นเท่านั้น รวมถึงพนักงาน ชุมชน สังคม บริเวณที่กิจการตั้งอยู่ รัฐบาล ลูกค้าหรือใครก็ตามที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการและมีโอกาสสร้างผลกระทบต่อกิจการหรือได้รับผลกระทบจากกิจการ ข้อเสนอแนะ 1) ควรทำการวิจัยในสถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนหรือส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย เช่น มหาวิทยาลัยเอกชน มหาวิทยาลัยของรัฐ หน่วยงานของภาครัฐ หรือหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องทั้งในบริบทของประเทศไทย หรือในต่างประเทศ เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ 2) ควรมีการศึกษาถึงปัจจัย เหตุผลที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและผลดำเนินการขององค์กร เช่น ลักษณะทางสังคมวัฒนธรรม ระบบค่านิยม เทคโนโลยีสารสนเทศ บทบาทของผู้นำความมั่นคงทางด้านการเมืองการปกครองเศรษฐกิจ เป็นต้น 3) ควรใช้เทคนิคการวิจัยอนาคต แบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) เพื่อพัฒนาตัวแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและผลดำเนินการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

สุเมธ กาญจนพันธ์. (2551). กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ. ใน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาประชาสัมพันธ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- อนวัตร จุลินทร. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย. ใน วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ของประเทศไทย. (2560). สมุดปกขาว เรื่อง “อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายวิจัยนโยบาย สวทช.
- Adeneye, Y. B. & Ahmed, M. (2015). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND COMPANY PERFORMANCE. *Journal of Business Studies Quarterly*, 7(1), 151-166.
- Ansoff, H. I. (1965). *Corporate Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Chih, H.-H. & Chih, H.-L. (2014). Doing good with or without being known? Media coverage of corporate social performance and its impact on corporate financial performance. *Managerial Finance*, 40(9), 883-891.
- Feng, M. et al. (2015). Monetary compensation, workforce-oriented corporate social responsibility, and firm performance. *American Journal of Business*, 30(3), 196-215.
- Hogan, K. et al. (2014). The Role of Corporate Philanthropy on Ratings of Corporate Social Responsibility and Shareholder Return. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 11(3), 108-125.
- Jamali, D. (2010). The CSR of MNC Subsidiaries in Developing Countries: Global, Local, Substantive or Diluted? *Journal of Business Ethics*, 93(1), 181-200.
- Kozlowski, K. M. (2014). An investigation of environmental corporate social responsibility and its relationship to corporate performance and corporate risk in the U.S. hotel industry. (3614230 Ph.D.), Capella University, Ann Arbor. Retrieved July 12, 2019, from <http://search.proquest.com/docview/1513601350?accountid=28710> ABI/INFORMCollection; ProQuest Dissertations & Theses Global database.
- Porter, M. E. . (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. London: Macmillan.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategic Technique for Analyzing Industrial And Competitors*. New York: The Five Force Free Press.