

โมเดลเชิงสาเหตุของกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความอยู่ดี
กินดีและความสัมพันธ์กับชุมชนในประเทศไทย
A Causal Model of the Impact of Corporate Sustainable Activities on
Community Satisfaction Community Well-being and Community Relationships
in Thailand

อลิษา เกษทองมา^{1*} และอารีย์ นัยพินิจ²
Alisa Kedtongma^{1*} and Aree Naipinit²

^{1*,2} คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40002

^{1*,2} Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University, Muang,
Khon Kaen 40002, Thailand

^{1*} Corresponding Author, E-mail : a.kedtongma@gmail.com

Received: 9 May 2021, Revised: 29 June 2021, Accepted: 29 July 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนผ่านการทำกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ความพึงพอใจ ความอยู่ดีกินดีและความสัมพันธ์กับชุมชน 2) พัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และ 3) ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ คนในชุมชนที่อาศัยในพื้นที่โดยรอบขององค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน จำนวน 510 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วยอัตราส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างกับจำนวนของพารามิเตอร์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบที่มีค่าคะแนนน้ำหนักถ่วงมาตรฐานมากที่สุดของด้านกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน คือ การพัฒนาสังคม ด้านความอยู่ดีกินดี คือ ความอยู่ดีกินดีทางสังคม และด้านความสัมพันธ์กับชุมชน คือ การควบคุมซึ่งกันและกัน รวมทั้งโมเดลเชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี ซึ่งมีค่า $\chi^2 = 797.494$, $df = 738$, $P = 0.063$, $\chi^2/df = 1.081$, $GFI = 0.936$, $CFI = 0.997$, $RMR = 0.061$ และ $RMSEA = 0.013$ และกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์กรส่งผลต่อความสัมพันธ์กับชุมชน โดยมีความพึงพอใจและความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนเป็นตัวแปรต้นกลาง โดยความสัมพันธ์กับชุมชนได้รับผลเชิงบวกมาจากกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 78.50

คำสำคัญ : โมเดลเชิงสาเหตุ, การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน, ความสัมพันธ์กับชุมชน, การพัฒนาอย่างยั่งยืน

Abstract

The main objectives of this study were 1) to investigate the components of corporate sustainable activities, community satisfaction, community well-being, and community relationships, 2) to develop a causal model of the relationships among the key variables, and 3) to examine the fit between the model and empirical findings. A model of the study was investigated by using quantitative data collected from the surrounding communities (N=510). The total number of samples was calculated based on the participants per item ratios. The collected data were gathered through a 7-point Likert scale questionnaire and analyzed using descriptive statistics and structural equation modeling (SEM). The finding, based on structural equation modeling, evidently demonstrated that the proposed measurement model was fit the actual data ($\chi^2 = 797.494$, $df = 738$, $P = 0.063$, $\chi^2/df = 1.081$, $GFI = 0.936$, $CFI = 0.997$, $RMR = 0.061$ and $RMSEA = 0.013$). It could be observed that corporate sustainable management activities elicited higher levels of community satisfaction and well-being. Interestingly, the further results showed that community well-being fully mediated the effect of corporate sustainable management activities on community relationships. Overall, the model showed an outstanding explanatory power representing 78.50 per cent of the variance.

Keywords: Causal model, corporate sustainability, Community relationships, Sustainable development

1. บทนำ

การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เป็นแนวคิดที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา และได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นทั้งในกลุ่มของนักวิชาการและองค์กร (Ikram, Zhou, Shah, and Liu , 2019) ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยในอดีตจำนวนมากที่ศึกษาการพัฒนาอย่างยั่งยืนในหลายบริษัท เช่น 1) อิทธิพลของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อกระบวนการและประสิทธิภาพขององค์กรในด้านการเงิน สังคมและสิ่งแวดล้อม 2) กลยุทธ์และกิจกรรมด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรม 3) ความพึงพอใจ ความเชื่อและค่านิยมของผู้บริโภคต่อการดำเนินงานด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์กร (Eccles, Ioannou, and Serafeim, 2014; Wijethilake, 2017) ยิ่งไปกว่านั้น UNEP FI (United Nations Environment Programme Finance Initiative) รายงานว่าองค์กรเอกชนโดยมีบริษัทจดทะเบียนทั้งหมด 45,000 องค์กร ผ่านตลาดหลักทรัพย์ทั้งหมด 78 แห่งจาก 5 ทวีปทั่วโลก ซึ่งมีมูลค่าทางการตลาดมากกว่า 80 ล้านล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ได้ร่วมลงนามในพันธสัญญาเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านการทำกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Stock Exchanges, 2018) จากมุมมองทางด้านธุรกิจพบว่าการลงทุนด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงาน เช่นเดียวกับงานวิจัยเชิงวิชาการที่สนับสนุนมุมมองนี้ โดยแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลเชิงบวกของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนต่อประสิทธิภาพขององค์กร และความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการดำเนินงานด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์กร (Wijethilake, 2017)

ความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนได้เข้ามามีบทบาทและความสำคัญต่อองค์กรทั่วโลก เนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียมีเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้บริหารต้องมีการปรับกิจกรรมการดำเนินธุรกิจขององค์กรให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วน



เสียให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างอย่างยั่งยืน เพื่อลดแรงกดดันที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงองค์กรในประเทศไทยซึ่งเห็นความสำคัญและความจำเป็นในการพัฒนาอย่างยั่งยืนจึงได้ร่วมกันจัดตั้งองค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Thailand Business Council for Sustainable Development: TBCSD) ซึ่งมีสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการขององค์กร โดยมีเป้าหมายในการส่งเสริมองค์กรภาคธุรกิจให้ดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการแสดงบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน เนื่องจากการเข้าไปดำเนินงานขององค์กรมีแนวโน้มที่จะสร้างผลกระทบเชิงลบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะกลุ่มชุมชนท้องถิ่นโดยรอบ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น ปัญหามลภาวะทางสิ่งแวดล้อมจากโรงไฟฟ้าแม่เมาะ ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญต่อความเจ็บป่วยด้านสุขภาพของคนในชุมชน ปัญหาการพัฒนาอุตสาหกรรมในเขตตามาตพุด ทำให้เกิดมลพิษทางอากาศ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของคนในชุมชน ด้านโรคระบบทางเดินหายใจสูงเป็นอันดับ 1 จำนวน 310,295 ราย อันเป็นสาเหตุสำคัญของการเจ็บป่วยของประชาชนในจังหวัดระยอง (ศิริโชค ประทุมพิทักษ์, 2561) ซึ่งผลกระทบดังกล่าวมีความรุนแรงและก่อให้เกิดการต่อต้านและการชุมนุมเพื่อคัดค้านการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งสถานการณ์ที่เลวร้ายดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อการทำงานทางด้านการเงินและชื่อเสียงขององค์กรเป็นอย่างยิ่ง

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมีบทบาทที่สำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ดังนั้นองค์กรต้องเข้าใจวิธีการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนผ่านกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มขององค์กรได้ (Lloret, 2016) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นกลุ่มที่องค์กรให้ความสนใจน้อยที่สุด โดยในบริบทของอุตสาหกรรมบางอุตสาหกรรม การดำเนินธุรกิจมีแนวโน้มที่จะสร้างผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นกลุ่มชุมชนจึงเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญที่องค์กรธุรกิจไม่ควรละเลย เนื่องจากการกำหนดกิจกรรมขององค์กรต้องมีความสอดคล้องกับความพึงพอใจของชุมชนจึงจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จมากกว่าองค์กรอื่น ๆ (Waters and Bortree, 2012) ยกตัวอย่างเช่น กิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ในโครงการชุมชนไร้ขยะ สามารถสร้างรายได้และได้รับความร่วมมือที่ดีจากชุมชน และโครงการส่งเสริมอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จากความสำคัญดังกล่าว การศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุของกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความอยู่ดีกินดีและความสัมพันธ์กับชุมชนในประเทศไทยจึงมีความสำคัญ เนื่องจากองค์กรสามารถนำความรู้ความเข้าใจดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยมองชุมชนเป็นศูนย์กลาง เพื่อพัฒนากิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้สอดคล้องกับการดำเนินงานขององค์กรและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนผ่านการทำกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ความพึงพอใจของคนในชุมชน ความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนและความสัมพันธ์กับชุมชน
- 2.2 เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของคนในชุมชน ความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนและความสัมพันธ์กับชุมชน
- 2.3 เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 (H₁): กิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของคนในชุมชน
สมมติฐานที่ 2 (H₂): กิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์กับชุมชน
สมมติฐานที่ 3 (H₃): ความพึงพอใจของคนในชุมชนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน
สมมติฐานที่ 4 (H₄): ความพึงพอใจของคนในชุมชนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์กับชุมชน
สมมติฐานที่ 5 (H₅): ความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์กับชุมชน

4. แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวคิดและทฤษฎีกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

กิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Corporate Sustainable Activities: CSA) ถือเป็นกุญแจสำคัญต่อความอยู่รอดขององค์กรในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และช่วยให้องค์กรสามารถเผชิญความท้าทายด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาวได้ ในบริบทของงานวิจัยนี้ กิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนดำเนินงานภายใต้กรอบที่สำคัญ 3 มิติ ประกอบด้วย 1) มิติด้านการพัฒนาสังคม หมายถึง การดำเนินกิจกรรมที่คำนึงถึงความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน 2) มิติด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ หมายถึง การจัดการองค์กรในฐานะผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในระบบเศรษฐกิจ โดยมีผลกระทบเชิงบวกต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย และ 3) มิติด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม หมายถึง ความพยายามขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการหรือกระบวนการการผลิตขององค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (Shin, Thai, Grewal, and Kim, 2017; López, Tortosa, and Castán, 2018)

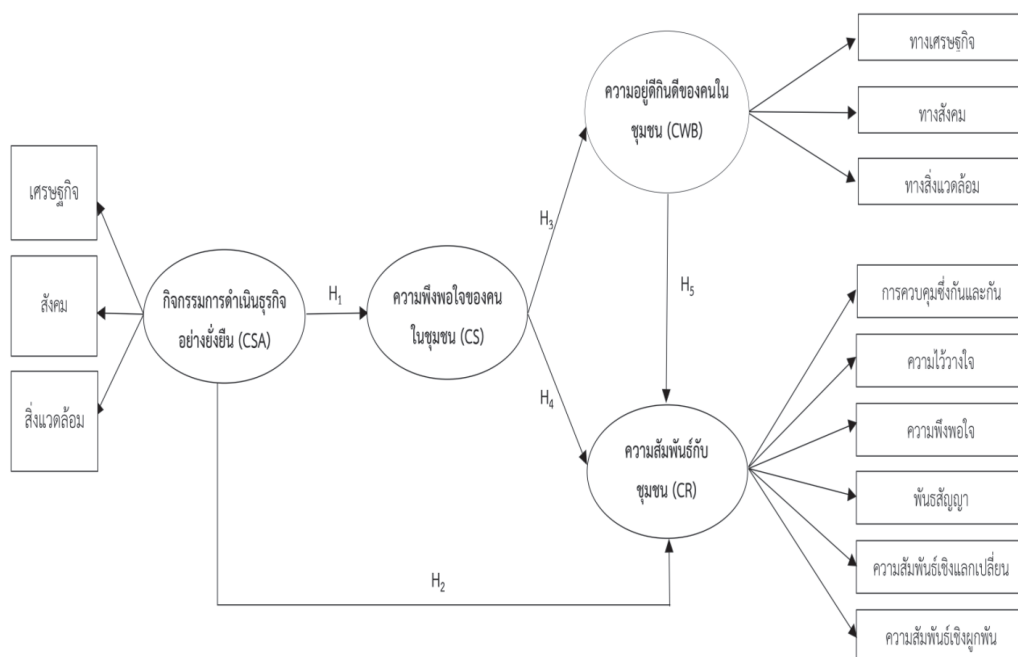
4.2 ความสัมพันธ์ของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนผ่านการทำกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ความพึงพอใจของคนในชุมชน ความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนและความสัมพันธ์กับชุมชน

ในบริบทของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ชุมชนถือว่าเป็นกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยในอดีตที่ศึกษาการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กรผ่านกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่มุ่งสู่ชุมชน ในบริบทของ 1) ความพึงพอใจของคนในชุมชน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์กรส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของคนในชุมชนผ่านมิติการพัฒนาด้านการพัฒนาสังคม ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม (Torres, Bijmolt, Tribó, and Verhoef, 2012) และ 2) ความสัมพันธ์กับชุมชน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การดำเนินกลยุทธ์ขององค์กรผ่านกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับ (Waters and Bortree, 2012) องค์กรจำเป็นต้องจัดการความสัมพันธ์กับคนในชุมชน เพื่อเกิดทัศนคติเชิงบวก รวมถึงความอยู่ดีกินดีและความพึงพอใจต่อองค์กร อันจะนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว จากผลการศึกษาของงานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนพบว่า ความพึงพอใจของคนในชุมชนและความผูกพันต่อชุมชนมีความสัมพันธ์ที่เป็นอิสระต่อกัน และมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน ดังนั้นกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความพึง

พอใจของคนในชุมชนที่เกิดจากมิติที่มีความเฉพาะเจาะจงสามารถส่งผลกระทบต่อความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนเพิ่มมากขึ้น (Svensson and Wagner, 2015) ความสัมพันธ์เป็นหัวใจสำคัญของการสื่อสารร่วมกันระหว่างองค์กรและชุมชน ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยเรื่องความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กับชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์กับชุมชนผ่านความร่วมมือในการกำหนดเป้าหมายและแนวปฏิบัติร่วมกัน สามารถสร้างสังคมที่ยั่งยืนและสามารถเติมเต็มศักยภาพให้แก่คนในชุมชนได้ โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาตัวชี้วัดของความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนมีความสำคัญต่อการวางแผนการพัฒนาชุมชนซึ่งอาจนำไปสู่ชุมชนที่ยั่งยืน (Delannon, Raufflet, and Baba, 2016)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ 1) กิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์ 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) การพัฒนาเศรษฐกิจ (2) การพัฒนาสังคม และ (3) การพัฒนาสิ่งแวดล้อม มาจากการทบทวนวรรณกรรมของ Shin, Thai, Grewal, and Kim (2017) และ López, Tortosa, and Castán (2018) 2) ความพึงพอใจของคนในชุมชน มาจากการทบทวนวรรณกรรมของ Shin, Thai, Grewal, and Kim (2017) 3) ความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์ 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) ความอยู่ดีกินดีทางเศรษฐกิจ (2) ความอยู่ดีกินดีทางสังคม (3) ความอยู่ดีกินดีทางสิ่งแวดล้อม มาจากการทบทวนวรรณกรรมของ Christakopoulou, Dawson, and Gari (2001) และ 4) ความสัมพันธ์กับชุมชน ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์ 6 ตัวแปร ได้แก่ (1) การควบคุมซึ่งกันและกัน (2) ความไว้วางใจ (3) ความพึงพอใจ (4) พันธสัญญา (5) ความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน และ (6) ความสัมพันธ์เชิงผูกพัน มาจากการทบทวนวรรณกรรมของ Hon and Grunig (1999) ดังแสดงในภาพที่ 1

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



5. วิธีดำเนินการวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1 ประชากร คือ คนในชุมชนที่อาศัยโดยรอบพื้นที่รัศมี 5 กิโลเมตรขององค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนจาก 3 อุตสาหกรรม ซึ่งจำแนกตามหมวดหมู่ดั้งเดิมอุตสาหกรรมของ Fourastié (1954) โดยใช้เกณฑ์องค์กรที่ได้รับรางวัลรายงานความยั่งยืน (Sustainability Report Award) ในประเทศไทย ประจำปี 2561 จำนวน 3 องค์กร (สถาบันไทยพัฒนา, 2561) ได้แก่ 1) การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย คือ โรงไฟฟ้าแม่เมาะ จังหวัดลำปาง (ตำบลแม่เมาะ ตำบลสบป่าด ตำบลบ้านเสด็จและตำบลนาสัก) 2) บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) คือ เคมิคอล มาบตาพุด จังหวัดระยอง (ตำบลมาบตาพุด ตำบลห้วยโป่งและตำบลบ้านฉาง) และ 3) บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) คือ 7-11 สาขาธารา พัทยา (ตำบลหนองปลาไหล ตำบลนาจอมเทียน ตำบลห้วยใหญ่ และตำบลโป่ง)

5.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ คนในชุมชนที่อาศัยในพื้นที่โดยรอบขององค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน จำนวน 510 คน โดยงานวิจัยนี้มีค่าพารามิเตอร์เท่ากับ 75 ค่า และทำการสุ่มตัวอย่างด้วยการกำหนดอัตราส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างกับจำนวนของพารามิเตอร์ คือ 5:1 (Hair, Black, Babin, Anderson, and Tatham, 2018) ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมและเพียงพอในงานวิจัยครั้งนี้จึงเท่ากับ 375 ตัวอย่าง แต่เพื่อความแข็งแกร่งของข้อมูลจึงกำหนดจำนวนตัวอย่างตามสัดส่วน คือ 170 กลุ่มตัวอย่าง $\times$ 3 องค์กร รวม 510 ตัวอย่าง และหลังจากนั้นทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวกจากคนในชุมชน

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบและแบบปลายเปิด ในส่วนที่ 2 – 5 ประกอบด้วย ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของคนในชุมชน ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน และส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์กับชุมชน โดยมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 69 ข้อ ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ เริ่มตั้งแต่ระดับ 1 ไม่เห็นด้วยมากที่สุด จนถึง ระดับ 7 เห็นด้วยมากที่สุด

5.3 การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และบริบทของงานวิจัย โดยมีขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้ ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ตามแบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของประเด็นคำถาม (Index of item objectives congruence) การตรวจสอบข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญให้ประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของประเด็นคำถาม มีค่าต่ำสุด = 0.815 และค่าสูงสุด = 0.960 การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่า 0.972 (Reliability; Alpha coefficient) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ชุด (Pilot Test) แล้วนำข้อมูลมาทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องภายใน (Convergent Validity) เป็นการวัดเพื่อจัดกลุ่มของข้อคำถามมาตรวจวัดตัวแปรว่าสามารถจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันได้หรือไม่ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) พร้อมกับตรวจสอบ

ความน่าเชื่อถือของมาตรวัด (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างจริง และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของมาตรวัดตัวแปร (Construct Validity) (Hair, Black, Babin, Anderson, and Tatham, 2018)

5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากคนในชุมชนที่อาศัยโดยรอบพื้นที่รัศมี 5 กิโลเมตรขององค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 510 ชุด โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเป็นช่องทางหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้โทรศัพท์เป็นช่องทางรองในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะใช้โทรศัพท์สอบถามในกรณีที่แบบสอบถามที่ได้รับกลับมานั้นมีข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน

5.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation model: SEM) ด้วยโปรแกรม AMOS เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity; Goodness of fit measures ได้แก่ Probability level > 0.05, χ^2/df < 2.00, GFI > 0.95, CFI > 0.95, RMR < 0.05 และ RMSEA < 0.05) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้มีผลการทดสอบคุณภาพผ่านตามเกณฑ์ของ Hair, Black, Babin, Anderson, and Tatham (2018)

6. ผลการวิจัย

โมเดลเชิงสาเหตุของกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความอยู่ดีกินดี และความสัมพันธ์กับชุมชนในประเทศไทย ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

6.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนผ่านการทำกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ความพึงพอใจของคนในชุมชน ความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนและความสัมพันธ์กับชุมชน

6.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 51.18 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.22 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 57.65 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.06 มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 27.65 มีรายได้ต่อเดือนจำนวน 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.27 มีรายได้ของครัวเรือนน้อยที่สุด 1,600 บาท มากที่สุด 250,000 บาท และโดยเฉลี่ยแล้วมีรายได้ของครัวเรือนประมาณ 34,367 บาท มีค่าใช้จ่ายของครัวเรือนน้อยที่สุด 900 บาท มากที่สุด 150,000 บาท และโดยเฉลี่ยแล้วมีค่าใช้จ่ายของครัวเรือนประมาณ 20,757 บาท และมีระยะเวลาในการอยู่อาศัยน้อยที่สุด 1 ปี มากที่สุด 66 ปี และโดยเฉลี่ยแล้วมีระยะเวลาในการอยู่อาศัยประมาณ 20 ปี

6.1.2 ผลการวิเคราะห์ค่าคะแนนน้ำหนักถดถอยมาตรฐานของแต่ละองค์ประกอบ (Standardized Regression Weights) พบว่า องค์ประกอบด้านกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (CSA) พบว่า การพัฒนาสังคม (SD; $\beta = 0.924$, $t = 14.797$) มีค่าน้ำหนักถดถอยมาตรฐานมากที่สุด รองลงมาคือ การพัฒนาเศรษฐกิจ (ED; $\beta = 0.901$, $t = 14.797$) และการพัฒนาสิ่งแวดล้อม (END; $\beta = 0.796$, $t = 13.882$) ตามลำดับ องค์ประกอบด้านความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน (CWB) พบว่า ความอยู่ดีกินดีทางสังคม (SCWB; $\beta = 0.788$, $t = 12.560$) มีค่าน้ำหนักถดถอยมาตรฐานมากที่สุด รองลงมาคือ ความอยู่ดีกินดีทางเศรษฐกิจ (ECWB; $\beta =$

0.732, $t = 12.560$) และความอยู่ดีกินดีทางสิ่งแวดล้อม (ENCWB; $\beta = 0.653$, $t = 10.831$) ตามลำดับ และองค์ประกอบด้านความสัมพันธ์กับชุมชน (CR) พบว่า ด้านการควบคุมซึ่งกันและกัน (CM; $\beta = 0.938$, $t = 21.358$) มีค่าน้ำหนักถดถอยมาตรฐานมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความพึงพอใจ (S; $\beta = 0.934$, $t = 20.137$) ด้านความไว้วางใจ (T; $\beta = 0.855$, $t = 21.358$) ด้านความสัมพันธ์เชิงผูกพัน (CR; $\beta = 0.784$, $t = 16.045$) ด้านพันธสัญญา (C; $\beta = 0.702$, $t = 14.356$) และด้านความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (ER; $\beta = 0.462$, $t = 9.846$) ตามลำดับ

6.2 ผลการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของคนในชุมชน ความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนและความสัมพันธ์กับชุมชน

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ทดสอบความกลมกลืน พบว่า $\chi^2 = 797.494$, Degree of freedom (df) = 738, Probability level = 0.063, $\chi^2/df = 1.081$, GFI = 0.936, CFI = 0.997, RMR = 0.061 และ RMSEA = 0.013 ซึ่งเมื่อเทียบกับเกณฑ์ค่าดัชนีในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล สรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี มีนัยสำคัญทางสถิติ มีความกลมกลืนและความพอเหมาะพอดีในการนำแบบจำลองไปปรับใช้

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุ พบว่า กิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (CSA) มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของคนในชุมชน (CS) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.540 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ความพึงพอใจของคนในชุมชน (CS) มีอิทธิพลทางตรงต่อความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน (CWB) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.663 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 กิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (CSA) และความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน (CWB) มีอิทธิพลทางตรงต่อความสัมพันธ์กับชุมชน (CR) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.718 และ 0.227 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ตามลำดับ รวมทั้งความพึงพอใจของคนในชุมชน (CS) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสัมพันธ์กับชุมชน (CR) ด้วยขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.151 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 นอกจากนี้ พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลรวมสูงที่สุดต่อความสัมพันธ์กับชุมชน (CR) ได้แก่ กิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (CSA) มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.846 ความพึงพอใจของคนในชุมชน (CS) มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.238 และความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน (CWB) มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.227 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของโมเดลเชิงสาเหตุของกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความอยู่ดีกินดีและความสัมพันธ์กับชุมชนในประเทศไทย

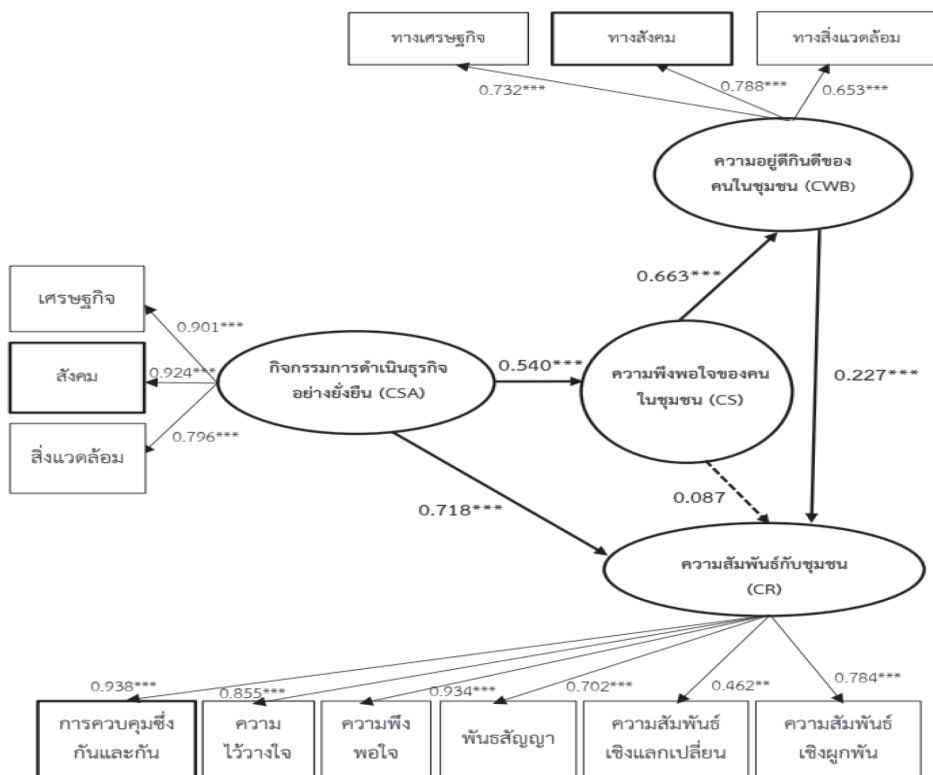
DV \ IV	CS			CWB			CR		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
CSA	0.540	-	0.540*				0.846*	0.128	0.718*
CS				0.663	-	0.663*	0.238*	0.151*	0.087
CWB							0.227*	-	0.227*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, IV = ตัวแปรอิสระ, DV = ตัวแปรตาม, TE = อิทธิพลรวม, IE = อิทธิพลทางอ้อม, DE = อิทธิพลทางตรง

6.3 ผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานของโมเดลเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า องค์ประกอบด้านกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์กับชุมชนมากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจของคนในชุมชนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน กิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของคนในชุมชน และความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์กับชุมชน ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม สมมติฐานข้อที่ 4 ความพึงพอใจของคนในชุมชนไม่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์กับชุมชน ดังนั้น ความพึงพอใจของคนในชุมชนและความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน เป็นตัวแปรต้นกลางของกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและความสัมพันธ์กับชุมชนขององค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้จากผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบด้านความสัมพันธ์กับชุมชนได้รับผลเชิงบวกมาจากกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน สามารถอธิบายได้ร้อยละ 78.50 (R^2) โดยสามารถระบุองค์ประกอบของรูปแบบกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์กับชุมชน ในประเทศไทย ซึ่งความพึงพอใจของคนในชุมชน และความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนเป็นตัวแปรต้นกลาง (Mediator variable) ของกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและความสัมพันธ์กับชุมชนขององค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังแสดงในภาพที่ 2 และตารางที่ 2

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ความสัมพันธ์	β	P - Value	ผลการทดสอบ
H ₁ : CSA → CS	0.540	***	สนับสนุน
H ₂ : CSA → CR	0.718	***	สนับสนุน
H ₃ : CS → CWB	0.663	***	สนับสนุน
H ₄ : CS → CR	0.087	0.113	ไม่สนับสนุน
H ₅ : CWB → CR	0.227	***	สนับสนุน
$R^2 = 0.785$			

*** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

7. สรุปผลการวิจัย

7.1 องค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน องค์ประกอบที่มีค่าคะแนนน้ำหนักถดถอยมาตรฐานของกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมากที่สุด คือ การพัฒนาสังคม องค์ประกอบด้านความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน คือ ความอยู่ดีกินดีทางสังคม และองค์ประกอบด้านความสัมพันธ์กับชุมชน คือ ด้านการควบคุมซึ่งกันและกัน

7.2 โมเดลเชิงสาเหตุของกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความอยู่ดีกินดีและความสัมพันธ์กับชุมชนในประเทศไทย มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ทดสอบความกลมกลืน พบว่า $\chi^2 = 797.494$, Degree of freedom (df) = 738, Probability level = 0.063, $\chi^2/df = 1.081$, GFI = 0.936, CFI = 0.997, RMR = 0.061 และ RMSEA = 0.013 ซึ่งเมื่อเทียบกับเกณฑ์ค่าดัชนีในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล สรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี มีนัยสำคัญทางสถิติ มีความกลมกลืนและความพอเหมาะพอดีในการนำแบบจำลองไปปรับใช้

7.3 จากการตรวจสอบโมเดลเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบโมเดลว่ากิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์กรส่งผลต่อความสัมพันธ์กับชุมชนในประเทศไทย โดยมีความพึงพอใจของคนในชุมชน และความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนเป็นตัวแปรต้นกลางของกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและความสัมพันธ์กับชุมชน โดยความสัมพันธ์กับชุมชนได้รับผลเชิงบวกมาจากกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.001 อย่างไรก็ตามความพึงพอใจของคนในชุมชนไม่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์กับชุมชน

8. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยโมเดลเชิงสาเหตุของกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความอยู่ดีกินดีและความสัมพันธ์กับชุมชนในประเทศไทย พบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

8.1 องค์ประกอบด้านกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ครอบคลุมใน 3 มิติ ดังต่อไปนี้ 1) มิติด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ 2) มิติด้านการพัฒนาสังคม และ 3) มิติด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีโครงสร้างหลายมิติ เพื่อให้สามารถวัดผลการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างครอบคลุม

และมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ Lozano (2018) ได้นิยามแนวความคิดของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนว่า การดำเนินกิจกรรมขององค์กรควรดำเนินงานตามเสาหลัก 3 ประการ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถวัดผลการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ในส่วนองค์ประกอบด้านความพึงพอใจของคนในชุมชน เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เนื่องจากชุมชนถือว่าเป็นกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความสำคัญต่อองค์กร จากความสำคัญดังกล่าวองค์กรจำเป็นต้องปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้สามารถตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้กับคนในชุมชน เพื่อนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้องค์กรสามารถเผชิญความท้าทายด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาวได้ ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ Torres, Bijmolt, Tribó, and Verhoef (2012) จากผลการศึกษาร่วมกันขององค์ประกอบด้านความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน พบว่า องค์ประกอบความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนผ่านแนวคิดเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 3 มิติ ดังต่อไปนี้ 1) มิติความอยู่ดีกินดีทางเศรษฐกิจ 2) มิติความอยู่ดีกินดีทางสังคม และ 3) มิติความอยู่ดีกินดีทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Svensson and Wagner (2015) นิยามความหมายของความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนว่าหมายถึง สภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและสถานการณ์ทางการเมืองที่ระบุโดยบุคคลและคนในชุมชนว่าเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องการ และมีความจำเป็นในการพัฒนาและเติมเต็มศักยภาพของชุมชน และในส่วนองค์ประกอบด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ประกอบด้วย 6 มิติ ดังต่อไปนี้ (1) การควบคุมซึ่งกันและกัน (2) ความไว้วางใจ (3) ความพึงพอใจ (4) พันธสัญญา (5) ความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน และ (6) ความสัมพันธ์เชิงผูกพัน ซึ่งสอดคล้องกับ Hon and Grunig (1999) ศึกษาเรื่องคุณค่าของความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและชุมชน และได้พัฒนาตัวชี้วัดในการประเมินความสัมพันธ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านการควบคุมซึ่งกันและกัน ปัจจัยด้านความพึงพอใจในความสัมพันธ์และปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรเป็นปัจจัยที่มีคุณภาพในการใช้วัดผลการดำเนินงานในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและชุมชน

8.2 จากผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุ พบว่า กิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (CSA) มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของคนในชุมชน (CS) ความพึงพอใจของคนในชุมชน (CS) มีอิทธิพลทางตรงต่อความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน (CWB) ในด้านกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (CSA) และความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน (CWB) มีอิทธิพลทางตรงต่อความสัมพันธ์กับชุมชน (CR) ตามลำดับ รวมทั้งความพึงพอใจของคนในชุมชน (CS) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสัมพันธ์กับชุมชน (CR) นอกจากนี้ ตัวแปรที่มีอิทธิพลรวมสูงที่สุดต่อความสัมพันธ์กับชุมชน (CR) ได้แก่ กิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (CSA) มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.846 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่มุ่งสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับชุมชน เป็นกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่องค์กรได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Waters and Bortree (2012) ศึกษาเรื่องทฤษฎีการจัดการความสัมพันธ์ขั้นสูงในบริบทของความสัมพันธ์ของชุมชน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์กับชุมชนผ่านปัจจัยด้านการควบคุมซึ่งกันและกัน ความไว้วางใจ ความพึงพอใจและพันธสัญญาระหว่างองค์กรกับชุมชน ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Delannon, Raufflet, and Baba (2016) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์ของชุมชนกับองค์กรในประเทศแคนาดา พบว่าการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กรผ่านกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์กับชุมชน จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าองค์กรสามารถเป็นผู้นำและมีบทบาทในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยการสร้างกิจกรรมที่มีคุณค่าและสื่อสารไปยังกลุ่มชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพย่อมก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว รวมไปถึงผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและเพิ่มการรับรู้คุณค่าองค์กรในกลุ่มชุมชนอีกด้วย

8.3 จากผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ความสัมพันธ์กับชุมชนได้รับผลเชิงบวกมาจากกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานของการวิจัย อย่างไรก็ตามความพึงพอใจของคนในชุมชนไม่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์กับชุมชน เนื่องจากคนในชุมชนจะรู้สึกพึงพอใจกับความสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กรผ่านความอยู่ดีกินดี เนื่องจากพวกเขารู้สึกถึงความเป็นรูปธรรมจากการดำเนินกิจกรรมขององค์กรในการดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Diener, Oishi, and Tay (2018) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ข้ามวัฒนธรรมของความพึงพอใจในชีวิตและความนับถือตนเอง ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ความพึงพอใจในชีวิตเกี่ยวข้องกับมิติทางสังคมและมิติทางเศรษฐกิจซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความอยู่ดีกินดี แต่อย่างไรก็ตามความพึงพอใจและความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนจะมีความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละบริบทของประเทศที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน โดยในบริบทของประเทศที่กำลังพัฒนา พบว่าคนในชุมชนจะรู้สึกพึงพอใจเมื่อพวกเขารู้สึกว่าได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ยกตัวอย่างเช่น ด้านการเงิน ด้านอาชีพ มากกว่าความพึงพอใจที่ได้รับทางสังคม ยกตัวอย่างเช่น การเห็นคุณค่าและเคารพนับถือในตนเอง ซึ่งแตกต่างจากประเทศที่พัฒนาแล้ว พบว่า ความพึงพอใจทางสังคมส่งผลต่อความอยู่ดีกินดีที่เพิ่มขึ้น ซึ่งข้อค้นพบมีความสอดคล้องกับการศึกษาในบริบทของประเทศไทยที่เป็นประเทศกำลังพัฒนา และคนในชุมชนให้ความสำคัญกับความต้องการขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตมากกว่า

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

9.1.1 องค์กรควรจะดำเนินกิจกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ประกอบด้วย มิติด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ มิติด้านการพัฒนาสังคม และมิติด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม เนื่องจากองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืนครบทั้ง 3 มิติ มีแนวโน้มที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการจัดการความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

9.1.2 องค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนควรมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน ผ่านการดำเนินงานด้านการควบคุมซึ่งกันและกันในการสร้างความเข้าใจและการยอมรับจากชุมชน ยกตัวอย่างเช่น การจัดประชุม การจัดเสวนาและเวทีรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชน หรือการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์

9.1.3 องค์กรควรมุ่งเน้นในปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนผ่านการสร้างความสัมพันธ์กับคนในชุมชน เพื่อนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการได้รับความร่วมมือและการยินยอมจากคนในชุมชน ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน

9.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

9.2.1 ควรทำการศึกษาองค์ประกอบในการเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในมิติด้านการพัฒนาเศรษฐกิจด้านบทบาทของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความอยู่ดีกินดีและความสัมพันธ์กับชุมชน

9.2.2 การศึกษาในครั้งนี้เก็บข้อมูลแบบตัดขวาง (Cross Sectional Data) ซึ่งอาจไม่สามารถสรุปความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causality) ได้อย่างชัดเจน ดังนั้นการศึกษาในอนาคตสามารถศึกษาผ่านการวิจัยในระยะยาว (Longitudinal Analysis) ว่าการรับรู้ของคนในชุมชนมีวิวัฒนาการอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์หรือไม่ เนื่องจากความสัมพันธ์มีความเป็นพลวัต ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาและอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม

10. เอกสารอ้างอิง

- ศิริโชค ประทุมพิทักษ์. (2561). ผลกระทบต่อชุมชนที่เกิดจากการตั้งนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดในโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก: กรณีของเทศบาลเมืองมาบตาพุด อำเภอเมือง จังหวัดระยอง. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*. 10(2) : 82–89.
- สถาบันไทยพัฒน์. (2561). *ผลการประกาศรางวัลรายงานความยั่งยืน ปี 2561*. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2562. จาก http://www.thaicrs.com/2018/08/2561_28.html
- Christakopoulou, S., Dawson, J. O. N., and Gari, A. (2001). The community well-being questionnaire: theoretical context and initial assessment of its reliability and validity. *Social Indicators Research*. 56(3) : 319–349.
- Delannon, N., Raufflet, E., and Baba, S. (2016). Corporate Community engagement strategies and organizational arrangements: A multiple case study in Canada. *Journal of Cleaner Production*. 129(1) : 714–723.
- Diener, E., Oishi, S., and Tay, L. (2018). Advances in subjective well-being research. *Nature Human Behaviour*. 2(4) : 253–260.
- Eccles, R. G., Ioannou, I., and Serafeim, G. (2014). The Impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. *Management Science*, 60(11), 2835–2857.
- Fourastié, J. (1954). *The Great Hope of the 20th Century*. Jahrhunderts: Köln-Deutz.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (2018). *Multivariate data analysis* (8th Ed.). Harlow : Pearson Education Limited.
- Hon, L. C., and Grunig, J. E. (1999). *Guidelines for measuring relationships in public relations*. Florid: Institute for Public Relations.
- Ikram, M., Zhou, P., Shah, S. A. A., and Liu, G. Q. (2019). Do environmental management systems help improve corporate sustainable development? Evidence from manufacturing companies in Pakistan. *Journal of Cleaner Production*. 226(1) : 628–641.
- Lloret, A. (2016). Modeling corporate sustainability strategy. *Journal of Business Research*. 69(2) : 418–425.
- López-Navarro, M. A., Tortosa-Edo, V., and Castán-Broto, V. (2018). Firm-local community relationships in polluting industrial agglomerations: How firms' commitment determines residents' perceptions. *Journal of Cleaner Production*. 186(1) : 22–33.
- Lozano, R. (2018). Sustainable business models: Providing a more holistic perspective. *Business Strategy and the Environment*. 27(8) : 1159–1166.
- Shin, Y., Thai, V. V., Grewal, D., and Kim, Y. (2017). Do corporate sustainable management activities improve customer satisfaction, word of mouth intention and repurchase intention? Empirical evidence from the shipping industry. *The International Journal of Logistics Management*. 28(2) : 555–570.

- Sustainable Stock Exchanges. (2018). *2018 Report on Progress: A paper prepared for the Sustainable Stock Exchanges 2018 Global Dialogue*. Retrieved August 5, 2018. from <https://sseinitiative.org/publication/sustainable-stock-exchanges-report-on-progress-2018/>
- Svensson, G., and Wagner, B. (2015). Implementing and managing economic, social and environmental efforts of business sustainability: Propositions for measurement and structural models. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 26(2), 195–213.
- Torres, A., Bijmolt, T. H. A., Tribó, J. A., and Verhoef, P. (2012). Generating global brand equity through corporate social responsibility to key stakeholders. *International Journal of Research in Marketing*. 29(1) : 13–24.
- Waters, R. D., and Bortree, D. S. (2012). Advancing relationship management theory: Mapping the continuum of relationship types. *Public Relations Review*. 38(1) : 123–127.
- Wijethilake, C. (2017). Proactive sustainability strategy and corporate sustainability performance: The mediating effect of sustainability control systems. *Journal of Environmental Management*. 196(1) : 569–582.