

**อิทธิพลของทุนทางสังคมภายในและภายนอกที่มีต่อผลการดำเนินงาน
ของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคม**
**The Influence of Internal and External Social Capital on the Performance
of Family Business Engaging in Social Activities**

ณัฐพงศ์ เล็กเลิศสุนทร¹ พัทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์² ยुरพร ศุภธรัตน์³

Nattapong Leklertsontorn, Pittawat Ueasangkomsate and Yuraporn Sudharatna

Received : October 16, 2018

Revised : December 20, 2018

Accepted : May 10, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของทุนทางสังคมภายในและภายนอกของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจครอบครัว โดยประชากรที่ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ เจ้าของหรือตัวแทนของธุรกิจครอบครัวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 211 ราย โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ซึ่งงานวิจัยนี้ได้รับแบบสอบถามที่ตอบกลับมาก็ใช้ได้จำนวน 124 ราย ข้อมูลถูกวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ขณะที่โมเดลสมการโครงสร้างถูกนำมาใช้เพื่อการทดสอบสมมติฐาน สำหรับผลของการทดสอบแบบจำลองการวัดพบว่าโมเดลมีความเที่ยงตรงเชิงเหมือน ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก รวมถึงมีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้แบบจำลองโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืน (CMIN/DF = 1.487, RMR = 0.074, GFI = 0.871, AGFI = 0.816, IFI = 0.945, TLI = 0.928, CFI = 0.943 และ RMSEA = 0.063) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าทุนทางสังคมภายนอกเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินและผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงินโดยผ่านตัวกลางคือความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร ซึ่งประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยนี้สามารถทำให้ธุรกิจครอบครัวมีความเข้าใจที่ดีขึ้นว่าการปรับปรุงการเข้าถึงทรัพยากรสามารถสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมภายนอกและผลการดำเนินงานของธุรกิจครอบครัวในประเทศไทยได้อย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ : ธุรกิจครอบครัว ทุนทางสังคมภายใน ทุนทางสังคมภายนอก การเข้าถึงทรัพยากร ผลการดำเนินงาน

ABSTRACT

This research aims to study the influence of internal and external social capital of the performance of family business engaging in social activities. The population in this research are owners or representatives from 211 family businesses engaging in social activities as listed in The Stock Exchange of Thailand. The questionnaires were conducted to collect the data in

¹นิสิตปริญญาโทภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ E-mail : heng9923@hotmail.com

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ E-mail : pittawat.u@ku.th

³รองศาสตราจารย์ ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ E-mail : fbusp@ku.ac.th

this research with 124 valid responses in return. Data was analyzed using descriptive statistics including percentage, means and standard deviation, whereas structural equation model was used for hypothesis testing. For the measurement model, the results indicated that the measurement model satisfied the convergent and discriminant validity including reliability. In addition, the results revealed that structural model fit was acceptable ($CMIN/DF = 1.487$, $RMR = 0.074$, $GFI = 0.871$, $AGFI = 0.816$, $IFI = 0.945$, $TLI = 0.928$, $CFI = 0.943$ และ $RMSEA = 0.063$). The result of hypothesis testing showed that only external social capital impacted on financial performance and non-financial performance through resource access. Thus, this paper provides the benefits to family business to better understand that improvement on resource access could support the relationship external social capital and performance of family business in Thailand significantly.

Keywords :

Family Business, Internal Social Capital, External Social Capital, Resource Access, Performance

บทนำ

กิจการทั่วโลกมากกว่าร้อยละ 95 เป็นธุรกิจครอบครัว (Jawed, 2015) ขณะที่กระทรวงอุตสาหกรรม (2559) ได้อ้างถึงการรายงานของ Price Waterhouse ระบุว่า "ร้อยละ 80 ของธุรกิจในเอเชียเติบโตจากธุรกิจครอบครัว และกว่าร้อยละ 40 ของ 50 อันดับแรกขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ในสหรัฐอเมริกาเป็นธุรกิจครอบครัว จึงแสดงให้เห็นว่าธุรกิจครอบครัวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของทุกประเทศ" โดยธุรกิจครอบครัว หมายถึง ธุรกิจที่หุ้นกว่าร้อยละ 50 ถือครองโดยครอบครัวเดียวซึ่งอาจมีความสัมพันธ์ทางสายเลือดหรือการแต่งงาน และมีความตั้งใจที่จะส่งผ่านความเป็นเจ้าของไปยังทายาท (อรุณศิริจานุสรณ์, 2554) สำหรับประเทศไทย วิสาหกิจกว่าร้อยละ 80 จัดว่าเป็นธุรกิจครอบครัว มีการกระจายตัวอยู่ในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม และมีขนาดตั้งแต่วิสาหกิจขนาดเล็กไปจนถึงองค์กรธุรกิจระดับประเทศ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) ประกอบกับงานวิจัยของ Apisakkul (2015) ได้มี

การเปรียบเทียบอัตราการเติบโตระหว่างธุรกิจครอบครัวและธุรกิจที่ไม่ใช่ครอบครัวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าธุรกิจครอบครัวในประเทศไทยนับตั้งแต่ พ.ศ. 2552 จนถึง พ.ศ. 2557 มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และธุรกิจครอบครัวในประเทศไทยมีการเติบโตที่สูงกว่าธุรกิจที่ไม่ใช่ครอบครัวโดยเฉลี่ยร้อยละ 10.15

ปัจจุบันปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมจากการดำเนินธุรกิจมีหลายด้าน เช่น มลพิษทางสภาวะแวดล้อม การเอาเปรียบผู้บริโภค หรือแม้กระทั่งปัญหาการมีผู้ค้ารายใหญ่มาเบียดเบียนผู้ค้ารายย่อย โดยกิจการที่มีการดำเนินงานโดยมุ่งเน้นผลกำไรเป็นหลักอาจสร้างปัญหาทางสังคมเหล่านี้ หรือมีพฤติกรรมที่ผิดจรรยาบรรณอื่นๆ ได้ (Gills et al., 2014) จึงจำเป็นต้องมีนวัตกรรมการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการที่มีแนวคิดการทำเพื่อสังคมมาช่วยบรรเทาและแก้ปัญหาดังกล่าวเพื่อเน้นความสมดุลระหว่างผลลัพธ์ทางด้านเศรษฐศาสตร์และผลลัพธ์ทางด้านสังคมให้มากขึ้น (Imperatori and Ruta,

2015) ซึ่งงานวิจัยของ Gils et al. (2014) ยังสนับสนุนอีกว่าธุรกิจครอบครัวไม่ได้ดำเนินไปโดยแรงจูงใจทางเศรษฐศาสตร์เท่านั้น แต่มีการดำเนินไปโดยมีส่วนร่วมต่อการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งยังมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากกว่าธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจครอบครัวอีกด้วย

ในโลกของธุรกิจนั้นมีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ถ้ากิจการใดไม่มีการปรับปรุงพัฒนาตัวเองก็อาจเป็นหนทางสู่การถอยหลังจนต้องปิดกิจการได้ ดังนั้น การพัฒนาตัวเองถือเป็นสิ่งสำคัญ ในขณะที่การใช้แนวคิดการทำเพื่อสังคม หรือมีการประกอบกิจกรรมทางสังคมเองก็มีความเชื่อมโยงกับการเกิดทุนทางสังคม (Ridley-Duff and Bull, 2011) กล่าวคือ การแสดงออกถึงการใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดเครือข่ายความสัมพันธ์ ความเชื่อใจ ไว้วางใจกันระหว่างองค์กรกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากกว่าองค์กรทั่วไป สิ่งเหล่านี้เรียกว่า ทุนทางสังคม และทุนทางสังคมนี้จะเป็นตัวสนับสนุนการได้มาของทรัพยากรต่างๆ (Chen et al., 2007) กิจการที่มีแนวคิดการทำเพื่อสังคมจึงมีแนวโน้มที่จะได้รับการสนับสนุนจากชุมชนมากกว่า รวมถึงจะส่งผลต่อกิจการในการได้รับโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจ (Ismail, 2012) และเข้าถึงแหล่งทรัพยากรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน ข้อมูลข่าวสารหรือการได้มาของแรงงานง่ายขึ้น (Fornoni, Arribas and Vila, 2012) ซึ่งยังส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ ทำให้กิจการประสบความสำเร็จได้ต่อไป (Hooghe and Stolle, 2003; Chen et al., 2007; Fornoni et al., 2012) ตัวอย่างเช่น ในทวีปแอฟริกาได้มีการสร้างม้าหมุนที่เรียกว่า PlayPumps เมื่อมีการหมุนจะสูบน้ำจากใต้ดินขึ้นมาเก็บไว้ในแท็งก์น้ำขนาดใหญ่

ทำให้เด็กๆ ได้มีของเล่นในขณะที่เดียวกันทำให้ชุมชนมีน้ำสะอาดเพื่อการอุปโภคบริโภค เนื่องจากเป็นสินค้าที่สร้างผลลัพธ์เชิงบวกต่อสังคม Play Pumps ได้รับการสนับสนุนในการเข้าถึงพื้นที่อื่นๆ และมีการสนับสนุนในการสร้างเครื่องสูบน้ำเพิ่มขึ้น ทำให้ผลกำไรอย่างมากมาตามมา (Sodhi and Tang, 2011)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการมีแนวคิดการทำเพื่อสังคมหรือการประกอบกิจกรรมเพื่อสังคมมีความสำคัญต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมาก ธุรกิจครอบครัวซึ่งมีแนวโน้มการทำเพื่อสังคมมากกว่าธุรกิจทั่วไปที่มีอยู่เป็นจำนวนมากจึงถือเป็นแกนหลักในการพัฒนาทั้งในด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม ถ้าหากธุรกิจครอบครัวในประเทศไทยมีการนำแนวคิดการทำเพื่อสังคมมาใช้จะสามารถสร้างประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของประเทศได้อย่างมากมาย และนอกจากจะมีประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมแล้ว แนวคิดการทำเพื่อสังคมหรือการประกอบกิจกรรมเพื่อสังคมยังก่อให้เกิดทุนทางสังคมขึ้น และทุนทางสังคมมีผลต่อการพัฒนาผลการดำเนินงานของกิจการซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจครอบครัวเองอีกทางหนึ่ง ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญที่จะศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของทุนทางสังคมภายในและทุนทางสังคมภายนอกที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาผลการดำเนินงานของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคม

ทั้งนี้ในส่วนถัดไปของบทความ ประกอบไปด้วย ทบทวนวรรณกรรม วิธีการวิจัย ผลการศึกษา สรุปและอภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ตามลำดับ

บททวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจครอบครัว

ธุรกิจครอบครัว จากการตรวจสอบเอกสารนั้น นักวิจัยแต่ละท่านได้มีการให้ความหมายไว้มากมายในประเด็นที่แตกต่างกันไป ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของธุรกิจครอบครัวว่า ธุรกิจครอบครัว หมายถึง ธุรกิจที่บุคคลก่อตั้งผู้ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องทางสายเลือด หรือมีความสัมพันธ์จากการแต่งงานมีการถือหุ้นของกิจการมากกว่าครึ่งหนึ่งหรือเป็นผู้ถือหุ้นหลัก โดยมีการสืบทอดธุรกิจหรือมีแนวโน้มที่จะมีการสืบทอดธุรกิจจากรุ่นหนึ่งไปสู่ทายาทรุ่นต่อไป (อรุณศิริจานุสรณ์, 2554) อีกทั้งยังมีทุนทางสังคมภายในฝังอยู่ในรูปแบบของธุรกิจด้วย (Mani and Lakhal, 2015)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบกิจการเพื่อสังคม

การประกอบกิจการเพื่อสังคม หมายถึง การดำเนินงานที่ควบคู่กับการมีวัตถุประสงค์ทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยอาศัยกำไรจากการดำเนินกิจการ หรือรูปแบบวิธีการดำเนินกิจการ (Conway, 2008; Ebrashi, 2013) รวมถึงสร้างเสริมให้เกิดทุนทางสังคมภายนอก (Ridley-Duff and Bull, 2011)

3. รูปแบบและตัวอย่างของกิจการเพื่อสังคม

สภาพัฒน์รูปแห่งชาติ (2558) ได้จำแนกรูปแบบของการทำเพื่อสังคมออกเป็น 5 รูปแบบ ได้แก่ 1. เน้นการสร้างรายได้สูงเพื่อนำกำไรไปช่วยเหลืองานหรือกิจกรรมทางสังคม ตัวธุรกิจไม่จำเป็นต้องสร้างผลกระทบทางสังคมโดยตรง และไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับกิจกรรมทาง

สังคมที่ไปช่วยเหลือ 2. เน้นการขายสินค้า/บริการในตลาดปกติ เพื่อนำผลกำไรไปสนับสนุนสินค้า/บริการให้กับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส 3. เน้นไปที่การสร้างผลกระทบทางสังคมเชิงบวกผ่านกระบวนการหรือสินค้า/บริการของกิจการ 4. ธุรกิจที่เปิดโอกาสให้ผู้ด้อยโอกาสสามารถถือครองได้ และ 5. ธุรกิจที่ขายผลิตภัณฑ์หรือให้บริการปกติและเปิดโอกาสในการจ้างงานผู้ด้อยโอกาสในโครงสร้างองค์กร

4. ธุรกิจครอบครัวกับการประกอบกิจการเพื่อสังคม

ธุรกิจครอบครัวมีรูปแบบการดำเนินงานที่มีจริยธรรมควบคู่กันไป (Adams, Taschian and Shore, 1996) มีแนวโน้มที่จะมีการตอบสนองต่อสังคมมากกว่าธุรกิจที่ไม่ใช่ครอบครัว (Dyer and Whetten, 2006) นอกจากนี้ แรงบันดาลใจและคุณค่าของธุรกิจครอบครัวจะส่งผลออกมาในรูปของการประกอบกิจการเพื่อสังคม ที่อาจส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มศักยภาพทางการเงินได้ (Gills et al., 2014) ประกอบกับ Craig and Dibrell (2006) กล่าวว่า ธุรกิจครอบครัวมีแนวโน้มที่จะเป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อมและมีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมและศักยภาพด้านการเงินที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ O'Boyle, Rutherford and Pollack (2010) ที่กล่าวว่าธุรกิจครอบครัวที่มีจริยธรรมจะมีความสัมพันธ์กับศักยภาพทางการเงิน แต่ Sorenson et al. (2009) บอกว่าการพัฒนาผลการดำเนินงานของธุรกิจครอบครัวที่มีการประกอบกิจการเพื่อสังคม จะเกิดขึ้นโดยมีสิ่งที่เรียกว่าทุนทางสังคม โดยธุรกิจครอบครัวที่มีการประกอบกิจการเพื่อสังคมจะทำให้เกิดทุนทางสังคม และทุนทางสังคมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานอีกทอดหนึ่ง

5. แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางสังคมภายในและภายนอก

ทุนทางสังคมสำหรับงานวิจัยนี้ หมายถึง ทรัพยากรทางสังคม (Hooghe and Stolle, 2003) ที่อยู่ในรูปแบบของเครือข่ายการติดต่อระหว่างกัน ความสัมพันธ์ และกระบวนการคิด (Nahapiet and Ghoshal, 1998) ซึ่งสนับสนุนให้องค์กรมีความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรต่างๆ ได้ดีขึ้น ส่งผลให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น (Chen et al., 2007)

โดยทั่วไปแล้ว การกล่าวถึงทุนทางสังคมส่วนใหญ่จะกล่าวถึงในเชิงของความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร หรือเรียกได้ว่าเป็นด้านทุนทางสังคมภายนอก

ตารางที่ 1 มิติของทุนทางสังคมภายในและภายนอก

มิติของทุนทางสังคม	แหล่งอ้างอิง
ทุนทางสังคมภายใน	(Nahapiet and Ghoshal, 1998; Adler and Kwon, 2002; Ridley-Duff and Bull, 2011; Madhooshi and Samimi, 2015; Mani and Lakhal, 2015; Bertotti et al., 2011; Emhan et al., 2016)
1. ด้านโครงสร้าง	
2. ด้านความสัมพันธ์	
3. ด้านกระบวนการคิด	
ทุนทางสังคมภายนอก	(Nahapiet and Ghoshal, 1998; Adler and Kwon, 2002; Wu, 2008; Fernoni, 2012; Madhooshi and Samimi, 2015; Nordstrom and Steier, 2015; Bertotti et al., 2011; Emhan et al., 2016)
1. ด้านโครงสร้าง	
2. ด้านความสัมพันธ์	
3. ด้านกระบวนการคิด	

โดยทุนทางสังคมภายในด้านโครงสร้าง หมายถึง การมีเครือข่ายการติดต่อกันระหว่างสมาชิกภายในองค์กร ทุนทางสังคมภายในด้านความสัมพันธ์หมายถึง ความไว้วางใจ บรรทัดฐาน ข้อผูกมัด การพึ่งพาอาศัยกัน ระหว่างสมาชิกด้วยกัน และทุนทางสังคมภายในด้านกระบวนการคิด หมายถึง การแลกเปลี่ยนความรู้ การมีทัศนคติร่วมกัน การมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน การรู้จักแบ่งปัน ระหว่างสมาชิกด้วยกัน

อย่างไรก็ตามจากการตรวจสอบเอกสารพบว่ามิติของทุนทางสังคมสามารถแบ่งออกเป็น 3 มิติด้วยกันคือ

1. ด้านโครงสร้าง
 2. ด้านความสัมพันธ์ และ
 3. ด้านกระบวนการคิด
- โดยทุนทางสังคมสามารถแบ่งได้เป็นทุนทางสังคมภายในและทุนทางสังคมภายนอก (Adler and Kwon, 2002; Mani and Lakhal, 2015) อีกทั้ง Emhan, Tongur and Turkoglu (2016) สรุปไว้ว่าทั้งทุนทางสังคมภายในและทุนทางสังคมภายนอกต่างก็ประกอบไปด้วย 3 มิติตามที่กล่าวไว้ ได้แก่ 1. ด้านโครงสร้าง

ทุนทางสังคมภายนอกด้านโครงสร้าง หมายถึง การมีเครือข่ายการติดต่อกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ภายนอกองค์กร ทุนทางสังคมภายนอกด้านความสัมพันธ์ หมายถึง การมีความไว้วางใจ เชื่อใจ การพึ่งพาอาศัยกันระหว่างองค์กร และทุนทางสังคมภายนอกด้านกระบวนการคิด หมายถึง การมีทัศนคติที่ไปในทิศทางเดียวกัน มีข้อตกลงหรือวัตถุประสงค์ร่วมกันระหว่างองค์กร

6. ทูทางสังคมของธุรกิจครอบครัว

งานวิจัยของ Mani and Lakhal (2015) กล่าวว่า ธุรกิจครอบครัวจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไปจากธุรกิจที่ไม่ใช่ครอบครัว ลักษณะเฉพาะนั้นเรียกว่าทุนทางสังคมภายใน หรือกล่าวได้ว่าธุรกิจครอบครัวมีจุดเด่นด้านทุนทางสังคมภายในที่ดี ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 3 มิติ (Nahapiet and Ghoshal, 1998) คือ 1. ด้านโครงสร้าง หมายถึง รูปแบบของความสัมพันธ์ภายในสมาชิก เช่น คู่สมรส ทายาท เป็นต้น 2. ด้านกระบวนการคิด หมายถึง การมีวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ร่วมกัน และ 3. ด้านความสัมพันธ์ หมายถึง ความไว้วางใจกัน บรรทัดฐานในครอบครัว ภาระผูกพัน โดยธุรกิจครอบครัวจะมีความไว้วางใจกันสูงเนื่องจากเป็นบุคคลใกล้ชิดกัน และทุนทางสังคมภายในธุรกิจครอบครัวนี้มีอิทธิพลต่อการได้มาของทรัพยากรที่จำเป็น และต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Mani and Lakhal, 2015)

7. ทูทางสังคมกับการประกอบกิจการเพื่อสังคม

ในการทำธุรกิจนั้น การประกอบกิจการเพื่อสังคมกับทุนทางสังคมถือเป็นสิ่งคู่กัน โดยการประกอบกิจการเพื่อสังคมก่อให้เกิดทรัพยากรทางสังคมบางอย่าง เช่น ความสัมพันธ์ ความเชื่อใจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของทุนทางสังคม และถือเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Aragón, Narvaiza and Altuna, 2015) ในทำนองเดียวกัน Suh (2016) กล่าวว่า การทำเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับองค์กร โดยเป็นการเพิ่มขีดความสามารถบางอย่างขององค์กร เช่น ทำให้เกิดการพัฒนาผลการดำเนินงานขององค์กร เพิ่มผลการดำเนินงานด้านการเงิน เพิ่มชื่อเสียงและความพึงพอใจของลูกค้า อีกทั้งยังช่วยพัฒนาขีดความสามารถหรือทรัพยากรที่จำเป็นไม่ได้หรือที่เรียกว่าทุนทางสังคม

ผู้วิจัยจึงสรุปว่า ธุรกิจครอบครัวซึ่งมีความโดดเด่นด้านทุนทางสังคมภายในอยู่แล้ว (Mani and Lakhal, 2015) การประกอบกิจการเพื่อสังคมจะทำให้เกิดทุนทางสังคมภายนอกขึ้น (Aragón et al., 2015) และทุนทางสังคมภายนอกนี้จะเป็นตัวช่วยให้ธุรกิจพัฒนาศักยภาพทางการเงิน เชื้อต่อการได้รับข้อมูลข่าวสาร และนวัตกรรม (Adler and Kwon, 2002) ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจต่อไป (Suh, 2016)

8. ทูทางสังคมกับความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร

Fornoni et al. (2012) มีแนวคิดที่ทุนทางสังคมส่งผลในเชิงบวกต่อการเข้าถึงทรัพยากรในด้านต่างๆ ที่จำเป็นซึ่งแยกออกได้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งก็มีผู้วิจัยที่กล่าวไปในแนวทางเดียวกันได้แก่ Uzzi (1997) และ Jenssen and Koenig (2002) ได้แสดงให้เห็นว่าการมีทุนทางสังคมที่ดีมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการเข้าถึงทรัพยากรด้านการเงิน ขณะที่ Emhan et al. (2016) กล่าวว่า ทุนทางสังคมส่งผลในทางบวกกับการผลิต เช่น การเข้าถึงเทคโนโลยีสำหรับการผลิต หรือผู้จัดหาวัตถุดิบ (Uzzi, 1997) ประกอบกับ Cooke (2007) สรุปว่า ทุนทางสังคมเป็นสิ่งทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้โดยเป็นสิ่งที่สนับสนุนให้เกิดช่องทางทางการตลาด และ Saha and Banerjee (2015) กล่าวว่า ทุนทางสังคมช่วยอำนวยความสะดวกในการแบ่งปันทรัพยากร ข้อมูล ความรู้ระหว่างองค์กร ช่วยให้องค์กรสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรภายนอกเพื่อให้ได้ทรัพยากรที่จำเป็น อีกทั้งทำให้ได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายทางธุรกิจ ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ทุนทางสังคมมีผลต่อการเข้าถึงทรัพยากรในด้านต่างๆ 4 ด้านดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเข้าถึงทรัพยากร

การเข้าถึงทรัพยากร	แหล่งอ้างอิง
ด้านการเงิน	(Uzzi, 1997; Jenssen and Koenig, 2002; Fornoni et al., 2012)
ด้านการผลิต	(Uzzi, 1997; Fornoni et al., 2012; Emhan et al., 2016)
ด้านการตลาด	(Cooke, 2007; Fornoni et al., 2012)
ด้านข้อมูลข่าวสาร	(Fornoni et al., 2012; Saha and Banerjee, 2015)

9. แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร

โดยปกติแล้วผลการดำเนินงานขององค์กรที่เน้นการแสวงหากำไรทั่วไปสามารถวัดได้โดยใช้เกณฑ์ด้านการเงิน แต่จากการตรวจสอบเอกสารพบว่า การวัดผลการดำเนินงานของกิจการที่ทำเพื่อสังคมสามารถแบ่งออกได้เป็นสองมุมมองใหญ่ๆ คือ ผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับตัวองค์กรเอง และผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับสังคมและสิ่งแวดล้อม (Rettab, Brik and Mellahi, 2008; Crucke and Decramer, 2016) สำหรับงานวิจัยนี้จะทำการศึกษาเพียงผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับตัวองค์กรเองเท่านั้น เนื่องจากงานวิจัยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาผลลัพธ์ที่ธุรกิจครอบครัวจะได้รับจากการประกอบกิจกรรมเพื่อสังคม ทั้งนี้มีหลายงานวิจัยมีการที่วัดผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมโดยแยกวัดเป็นสองด้าน คือ ด้านการเงินและด้านที่ไม่ใช่การเงิน โดยจากงานวิจัยของ Rettab et al. (2008) ผลการดำเนินงานด้านการเงินได้แก่ ส่วนแบ่งของตลาด ขนาดขององค์กร และการวัดทางการเงินได้แก่ อัตราผลตอบแทนจาก

การลงทุน (Return on investment: ROI) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on assets : ROA) การเติบโตของยอดขาย กำไรที่เพิ่มขึ้น ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงินแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านชื่อเสียง (Rettab et al., 2008) ด้านนวัตกรรม ด้านการเป็นผู้นำผู้ริเริ่ม และด้านการยอมรับความเสี่ยง (Crucke and Decramer, 2016) โดยด้านชื่อเสียง หมายถึง การได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่ไว้วางใจได้ การเป็นที่รู้จักกว่าเป็นผู้จำหน่ายสินค้า/บริการ ที่มีคุณภาพสูง ด้านนวัตกรรม หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ กับการพัฒนากระบวนการใหม่ๆ นโยบายผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ด้านการเป็นผู้นำผู้ริเริ่ม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกที่สำคัญในกระบวนการนโยบายผลิตภัณฑ์หรือบริการการคิดค้นเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ เทคนิคการบริหารใหม่ เทคโนโลยีการปฏิบัติงานใหม่ เป็นต้น การใช้พื้นที่ให้เป็นประโยชน์ และด้านการยอมรับความเสี่ยง หมายถึง การเป็นผู้นำของผลิตภัณฑ์หรือบริการในกลุ่มที่ใกล้เคียงกัน การดำเนินงานตามแนวปฏิบัติของอุตสาหกรรม การสร้างการเปลี่ยนแปลงด้านความมั่นคงของพนักงาน

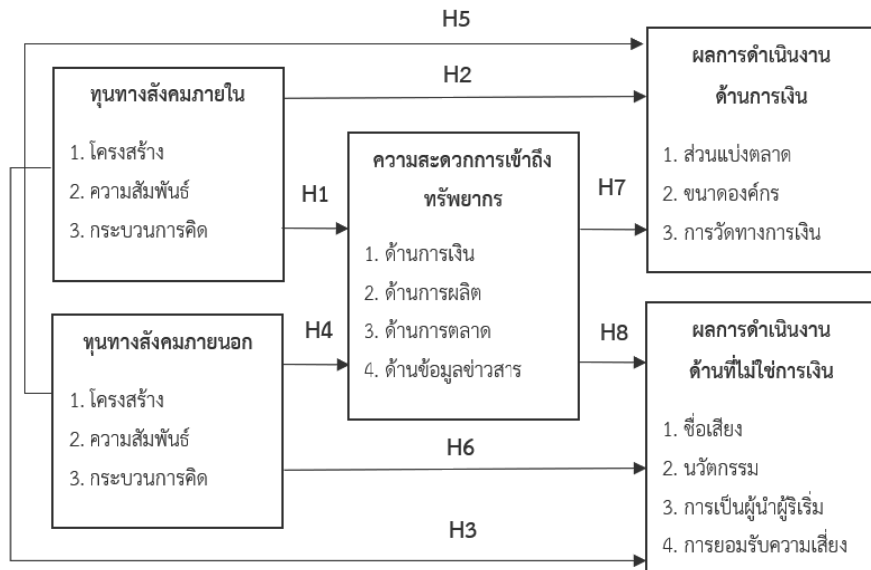
ตารางที่ 3 ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน

ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน	แหล่งอ้างอิง
ด้านการเงิน	
ส่วนแบ่งตลาด	(Rettab et al., 2008)
ขนาดองค์กร	(Rettab et al., 2008)
การวัดทางการเงิน	(Rettab et al., 2008)
ด้านที่ไม่ใช่การเงิน	
ชื่อเสียง	(Rettab et al., 2008)
นวัตกรรม	(Crucke and Decramer, 2016)
การเป็นผู้นำผู้ริเริ่ม	(Crucke and Decramer, 2016)
การยอมรับความเสี่ยง	(Crucke and Decramer, 2016)

10. ทูทางสังคมภายในและภายนอก ความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร และผลการ ดำเนินงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาพบ การศึกษาทุนทางสังคมซึ่งแบ่งเป็น 1. ด้านโครงสร้าง 2. ด้านความสัมพันธ์ และ 3. ด้านกระบวนการคิด ต่อผลการดำเนินงานในภาพรวม (Emhan et al., 2016) หรือการศึกษาทุนทางสังคมทั้งสามด้านต่อ ผลการดำเนินงานด้านการเงินและผลการดำเนินงาน ด้านที่ไม่ใช่การเงิน (Mani and Lakhal, 2015) หรือ การศึกษาทุนทางสังคมทั้งสามด้านต่อความสามารถ ในการแข่งขัน (Wu, 2008) ทั้งนี้งานวิจัยทั้งสาม ที่กล่าวมาไม่ได้มีการแบ่งทุนทางสังคมออกเป็น ทุนทางสังคมภายในและทุนทางสังคมภายนอก แต่อย่างใด ประกอบกับมีงานวิจัยที่ทำการศึกษ ทุนทางสังคมต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินโดย แบ่งทุนทางสังคมออกเป็นทุนทางสังคมภายในและ ทุนทางสังคมภายนอก แต่ทำการศึกษาแค่ 2 มิติ คือ ด้านโครงสร้างและด้านความสัมพันธ์โดยให้เหตุผล ว่าทุนทางสังคมด้านกระบวนการคิดเป็นสิ่งที่อยู่ใน ทุนทางสังคมด้านความสัมพันธ์อยู่แล้ว (Dai, Mao, Zhao and Mattila, 2015) อีกทั้งมีงานวิจัยที่กล่าวว่า ทุนทางสังคมทั้งสามด้านส่งผลต่อผลการดำเนินงาน โดยส่งผลผ่านตัวกลาง คือความสะดวกในการเข้าถึง

ทรัพยากร (Fornoni et al., 2012) โดยความสะดวก ในการเข้าถึงทรัพยากรสามารถแบ่งเป็นด้านต่างๆ ได้ 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการเงิน (Uzzi, 1997; Jenssen and Koenig, 2002; Fornoni et al., 2012) 2. ด้านการผลิต (Uzzi, 1997; Fornoni et al., 2012; Emhan et al., 2016) 3. ด้านการตลาด (Cooke, 2007; Fornoni et al., 2012) และ 4. ด้านข้อมูล ข่าวสาร (Fornoni et al., 2012; Saha and Banerjee, 2015) อย่างไรก็ตามงานวิจัยของ Fornoni et al. (2012) ก็ไม่ได้มีการแบ่งทุนทางสังคมออก เป็นทุนทางสังคมภายในและทุนทางสังคมภายนอก นอกจากนี้ยังพบงานวิจัยที่ทำการศึกษองค์กรที่มี การทำเพื่อสังคมต่อผลการดำเนินงาน สามารถแบ่ง ผลการดำเนินงานออกเป็นด้านการเงินและด้านที่ไม่ใช่ การเงิน โดยผลการดำเนินงานด้านการเงินเกี่ยวข้องกับ ส่วนแบ่งตลาด ขนาดขององค์กร และการวัดค่า ทางการเงิน ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน เกี่ยวข้องกับชื่อเสียง (Rettab et al., 2008) ประกอบกับพบงานวิจัยที่ทำการพัฒนาวิธีการวัดผล การดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคมโดยเฉพาะ ซึ่งจะเป็นการวัดผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่ การเงิน แบ่งเป็นประเด็นทางด้านนวัตกรรม การเป็นผู้นำผู้ริเริ่ม และการยอมรับความเสี่ยง (Crucke and Decramer, 2016)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมครั้งนี้ได้พบช่องว่างของการศึกษา เนื่องจากยังไม่พบงานวิจัยใดที่แบ่งทุนทางสังคมออกเป็นทุนทางสังคมภายในและทุนทางสังคมภายนอกพร้อมกับศึกษาความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานซึ่งแบ่งเป็นผลการดำเนินงานด้านการเงินและผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงินโดยผ่านตัวกลางคือความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาทุนทางสังคมภายในและทุนทางสังคมภายนอกของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคมต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินและผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงินโดยผ่านตัวกลางคือความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรทั้ง 4 ด้าน ได้เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1

H1 ทุนทางสังคมภายในมีความสัมพันธ์กับความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร

H2 ทุนทางสังคมภายในมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเงิน

H3 ทุนทางสังคมภายในมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน

H4 ทุนทางสังคมภายนอกมีความสัมพันธ์กับความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร

H5 ทุนทางสังคมภายนอกมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเงิน

H6 ทุนทางสังคมภายนอกมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน

H7 ความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเงิน

H8 ความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน

วิธีการวิจัย

1. ตัวแปรและเครื่องมือวัด

งานวิจัยนี้มีตัวแปรต้นคือทุนทางสังคมซึ่งแบ่งเป็นทุนทางสังคมภายในและทุนทางสังคมภายนอก ตัวแปรต้นกลางคือความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร และตัวแปรตามคือผลการดำเนินงานขององค์กร ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างในการทดสอบสมมติฐาน

การวัดตัวแปรด้านต่างๆ ในงานวิจัยนี้ วัดโดยใช้ Seven-Point Likert Scale โดยระดับ 1 = ไม่เห็นด้วยมากที่สุด ถึงระดับ 7 = เห็นด้วยมากที่สุด โดยคำถามเกี่ยวกับทุนทางสังคมภายใน ใช้เครื่องมือที่ปรับปรุงมาจาก Mani and Lakhali (2015) มีคำถามทั้งสิ้น 11 ข้อ คำถามเกี่ยวกับทุนทางสังคมภายนอกใช้เครื่องมือที่ปรับปรุงมาจาก Mani and Lakhali (2015) มีคำถามทั้งสิ้น 11 ข้อ คำถามเกี่ยวกับความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร ใช้เครื่องมือที่ปรับปรุงมาจาก Fornoni et al. (2012) มีคำถามทั้งสิ้น 13 ข้อ คำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานด้านการเงินและด้านที่ไม่ใช่การเงินใช้เครื่องมือที่ปรับปรุงมาจาก Rettab et al. (2008) และ Crucke and Decramer (2016) มีคำถามทั้งสิ้น 20 ข้อ ทั้งนี้แบบสอบถามได้ถูกนำไปทดสอบความเชื่อมั่นโดยพิจารณาจากค่า Cronbach's alpha ซึ่งพบว่า มีเท่ากับ 0.863 แสดงถึงการมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้

2. การเก็บข้อมูลและกลุ่มเป้าหมาย

งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากประชากรที่เป็นเจ้าของหรือตัวแทนของธุรกิจครอบครัวที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมด 211 ราย โดยผู้วิจัยดำเนินการคัดจากรายชื่อกิจการในตลาดหลักทรัพย์ที่มีการถือครองหุ้นจากสมาชิกในครอบครัวเกินร้อยละ 50 สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยศึกษาจากทฤษฎี เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างให้เป็นแบบสอบถามที่มีความครอบคลุมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่กำลังศึกษา โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 การให้ความสำคัญกับรูปแบบ

การดำเนินกิจกรรมขององค์กร ส่วนที่ 3 แบบทดสอบระดับความคิดเห็นด้านทุนทางสังคมภายใน ส่วนที่ 4 แบบทดสอบระดับความคิดเห็นด้านทุนทางสังคมภายนอก ส่วนที่ 5 แบบทดสอบระดับความคิดเห็นด้านความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร และ ส่วนที่ 6 แบบทดสอบระดับความคิดเห็นด้านผลการดำเนินงานขององค์กร เก็บข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางจดหมายพร้อมแนบซองเปล่า ปิดแสตมป์เจ้าหน้าที่ของกลับถึงผู้วิจัยหรือทางอีเมล อีกทั้งมีการติดตามแบบสอบถามที่ยังไม่รับการตอบกลับ เมื่อทำการติดตามจนถึงที่สุดแล้ว ได้คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามจากเจ้าของหรือตัวแทนของธุรกิจครอบครัวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการประกอบกิจกรรมเพื่อสังคม และมีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ใช้ได้จำนวนทั้งสิ้น 124 ฉบับ จากแบบสอบถามที่ได้กลับมาจำนวนทั้งหมด 133 ฉบับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structure Equation Modeling : SEM) ด้วยโปรแกรม Analysis of Moment Structures (AMOS) ซึ่งการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเป็นเทคนิคการวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างตัวแปรแฝง (Latent Variable) หลายๆ ปัจจัยพร้อมกัน และตรวจสอบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรหลายๆ ตัว ในรูปแบบของชุดสมการในเวลาเดียวกัน เพื่อยืนยันสมมติฐานในงานวิจัย พิสูจน์การยอมรับหรือปฏิเสธความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (กริช แรงสูงเนิน, 2554)

ผลการศึกษา

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ที่ร้อยละ 50.8 มีอายุส่วนใหญ่ระหว่าง 31-40 ปี ที่ร้อยละ 35.5 มากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ

63.7) ขณะที่กิจการส่วนใหญ่อยู่ในอุตสาหกรรม การบริการและสินค้าอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 24.2 และ 23.4 ตามลำดับ มีช่วงอายุของธุรกิจระหว่าง 21-50 ปี ที่ร้อยละ 58.1 และมีพนักงานมากกว่า 21 คนขึ้นไปที่ร้อยละ 69.4

ตารางที่ 4 แสดงค่า MEAN, SD, CR, AVE, Cronbach's Alpha และ Cross Construct Correlation

ตัวแปร	MEAN	SD	CR	AVE	Cron- bach's Alpha	Cross Construct Correlation				
						isc	esc	accres	finper	non finper
ทุนทางสังคมภายใน (isc)	6.07	0.583	0.672	0.426	0.725	0.653				
ทุนทางสังคมภายนอก (esc)	4.94	0.791	0.747	0.500	0.735	0.601	0.707			
ความสะดวกในการเข้าถึง ทรัพยากร (accres)	5.67	0.633	0.715	0.411	0.696	0.435	0.562	0.641		
ผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน (finper)	5.71	0.884	0.902	0.757	0.834	0.269	0.197	0.623	0.870	
ผลการดำเนินงานด้านที่ ไม่การเงิน (nonfinper)	5.76	0.837	0.866	0.619	0.873	0.471	0.518	0.761	0.556	0.787

1. การทดสอบความเที่ยงตรงความเชื่อมั่น และภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ความเชื่อมั่น (Reliability) ดังแสดงในตารางที่ 4 แสดงค่า Cronbach's Alpha ของทุกตัวแปร ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ตามเกณฑ์ที่กำหนด (Hair et al., 2010) แสดงถึงความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ การทดสอบความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) มีค่าความเชื่อมั่นรวม (CR) ของเครื่องมือวัด แต่ละตัวแปรซึ่งมีข้อกำหนดที่ 0.7 (Fornell and Larcker, 1981) ผลที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.672-0.902 ซึ่งค่า CR ของ isc มีค่าต่ำกว่าเกณฑ์เล็กน้อย ส่วนค่าความแปรปรวนของตัวแปรที่สกัดได้ด้วย องค์ประกอบ (Average variance extracted; AVE) โดยปกติมีเกณฑ์อยู่ที่ 0.5 และสามารถยอมรับได้

ถ้า AVE มีค่าน้อยกว่า 0.5 แต่มี CR มากกว่า 0.6 (Fornell and Larcker, 1981) ทั้งนี้ตัวแปร isc มีค่า AVE เท่ากับ 0.426 ค่า CR เท่ากับ 0.672 และ ตัวแปร accres มีค่า AVE เท่ากับ 0.411 ค่า CR เท่ากับ 0.715 จึงถือว่ายอมรับได้ นอกจากนี้ค่า CR ของตัวแปรทั้งหมดมีค่ามากกว่า AVE ทุกตัว ถือว่า Convergent Validity เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ซึ่งแสดงค่ารากที่สองของ AVE ของ แต่ละตัวแปรในเส้นทแยงมุม ต้องมีค่าสูงกว่า Cross Construct Correlation ทุกค่า (Fornell and Larcker, 1981) ทั้งนี้ค่ารากที่สองของ AVE ของ accres เท่ากับ 0.641 ซึ่งต่ำกว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่าง accres กับ nonfinper ที่ 0.761 เล็กน้อยเป็นผลมาจากค่า AVE ในข้างต้น โดยรวมถือว่ามีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

ตารางที่ 5 แสดงค่า Tolerance และ VIF

ตัวแปร	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ทุนทางสังคมภายในด้านโครงสร้าง (isc_stru)	0.533	1.876
ทุนทางสังคมภายในด้านความสัมพันธ์ (isc_rea)	0.624	1.602
ทุนทางสังคมภายในด้านกระบวนการคิด (isc_cogn)	0.506	1.977
ทุนทางสังคมภายนอกด้านโครงสร้าง (esc_stru)	0.642	1.558
ทุนทางสังคมภายนอกด้านความสัมพันธ์ (esc_rea)	0.473	2.116
ทุนทางสังคมภายนอกด้านกระบวนการคิด (esc_cogn)	0.489	2.043
ความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรด้านการเงิน (acc_fin)	0.766	1.306
ความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรด้านการผลิต (acc_prod)	0.495	2.020
ความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรด้านการตลาด (acc_mar)	0.473	2.115
ความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรด้านข้อมูลข่าวสาร (acc_info)	0.481	2.080
ผลการดำเนินงานด้านการเงินด้านส่วนแบ่งตลาด (marsh)	0.401	2.491
ผลการดำเนินงานด้านการเงินด้านขนาดองค์กร (size)	0.374	2.675
ผลการดำเนินงานด้านการเงินด้านการวัดค่าทางการเงิน (finmeas)	0.425	2.353
ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงินด้านชื่อเสียง (rep)	0.525	1.903
ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงินด้านนวัตกรรม (inno)	0.321	3.118
ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงินด้านการเป็นผู้นำผู้ริเริ่ม (proact)	0.316	3.165
ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงินด้านการยอมรับความเสี่ยง (risk)	0.334	2.995

จากตารางที่ 5 การทดสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) เพื่อเป็นการยืนยันว่าตัวแปรสังเกตได้ที่จะนำมาใช้การวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กันสูงจนอาจเกิดผลต่อการวัดในสิ่งเดียวกันหรือทำนายซ้ำซ้อนกันซึ่งทำให้ผลในการวิเคราะห์ไม่เที่ยงตรง โดยการทดสอบมีเกณฑ์ว่าค่าความทนหรือความคลาดเคลื่อนยินยอม (Tolerance) ต้องมีค่ามากกว่า 0.19 และค่าอัตราความ

แปรปรวนเพื่อ (Variance Inflation Factor; VIF) ต้องมีค่าน้อยกว่า 5.3 (Hair et al., 2010) ผลการทดสอบพบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรสังเกตได้มีค่าระหว่าง 0.316-0.766 และค่า VIF ของตัวแปรสังเกตได้มีค่าระหว่าง 1.306-3.165 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกประการ แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ในการศึกษาครั้งนี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

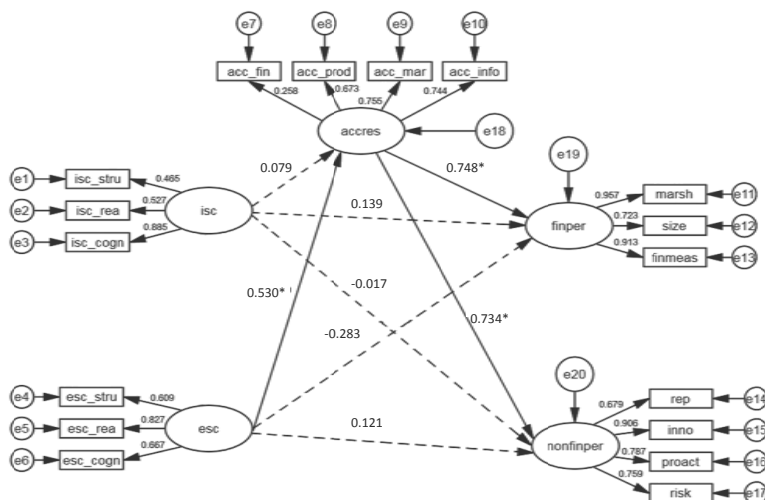
2. การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 6 ตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดล

ดัชนีที่ใช้ตรวจสอบ ความกลมกลืนของโมเดล	เกณฑ์	ผลทางสถิติ	ผลการศึกษา
CMIN/DF	มีค่าน้อยกว่า 3	1.487	ผ่านเกณฑ์
RMR	มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08	0.074	ผ่านเกณฑ์
GFI	มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.9	0.871	ต่ำกว่าเกณฑ์เล็กน้อย
AGFI	มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.9	0.816	ต่ำกว่าเกณฑ์เล็กน้อย
IFI	มีค่ามากกว่า 0.9	0.945	ผ่านเกณฑ์
TLI	มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.9	0.928	ผ่านเกณฑ์
CFI	มีค่ามากกว่า 0.9	0.943	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08	0.063	ผ่านเกณฑ์

สำหรับแบบจำลองโครงสร้างผ่านการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อการทดสอบสมมติฐานพบว่าแบบจำลองโครงสร้าง มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงได้ในตารางที่ 6 โดยดูได้จากค่า Relative Chi-Square (CMIN/DF) เท่ากับ 1.487 ค่า Root Mean Residual (RMR) เท่ากับ 0.074 ค่า Goodness-of-Fit Index (GFI) เท่ากับ 0.871 ค่า Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI) เท่ากับ 0.816 ค่า Incremental Fit Index (IFI) เท่ากับ 0.945 ค่า Tucker-Lewis Index (TLI) เท่ากับ 0.928 ค่า Comparative Fit Index (CFI)

เท่ากับ 0.943 และค่า Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) เท่ากับ 0.063 ทั้งนี้ ค่า GFI และ AGFI มีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ 0.9 เล็กน้อย เนื่องจากดัชนีทั้งสองค่าจะมีค่าขึ้นอยู่กับขนาดของตัวอย่าง เมื่อมีขนาดตัวอย่างที่ใหญ่ขึ้นก็จะมีค่าเพิ่มขึ้น ผู้วิจัยได้ติดตามจำนวนตัวอย่างอย่างถึงที่สุดแล้วและไม่สามารถเพิ่มตัวอย่างให้มากกว่านี้ จึงได้พิจารณาค่าดัชนี IFI และ TLI ซึ่งไม่ขึ้นอยู่กับขนาดของตัวอย่างประกอบด้วย โดยในงานวิจัยมีรูปแบบโมเดลในการทดสอบสมมติฐานดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลการทดสอบสมมติฐาน (* p -value < 0.05)

ตารางที่ 7 ผลทางสถิติจากการทดสอบสมมติฐาน

Relationships	Estimate	Standard Regression Weight	p	Hypotheses	Result
isc ---> accres	0.067	0.079	0.649	H1	Not Supported
isc ---> finper	0.145	0.139	0.306	H2	Not Supported
isc ---> nonfinper	-0.017	-0.017	0.906	H3	Not Supported
esc ---> accres	0.484	0.530	0.004*	H4	Supported
esc ---> finper	-0.314	-0.283	0.087	H5	Not Supported
esc ---> nonfinper	0.132	0.121	0.434	H6	Not Supported
accres ---> finper	0.910	0.748	0.000*	H7	Supported
accres ---> nonfinper	0.879	0.734	0.000*	H8	Supported

หมายเหตุ : * p -value < 0.05

ผลการศึกษา จากตารางที่ 7 พบว่ามีการยอมรับสมมติฐาน H4 H7 และ H8 หมายความว่าทุนทางสังคมภายนอกของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคม มีอิทธิพลต่อความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.530 ค่า p -value เท่ากับ 0.004 ความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคม โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.748 ค่า p -value เท่ากับ 0.000 และความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงินของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคม โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.734 ค่า p -value เท่ากับ 0.000 อย่างไรก็ตามพบว่าสมมติฐาน H1 H2 H3 H5 และ H6 ได้ถูกปฏิเสธ จึงกล่าวได้ว่า ทุนทางสังคมภายในของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคมไม่มีอิทธิพลต่อความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร ผลการดำเนินงานด้านการเงิน และผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน อีกทั้งทุนทางสังคมภายนอกของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคมไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน และผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่าทุนทางสังคมภายในของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคมไม่มีอิทธิพลต่อความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 แต่ทุนทางสังคมภายนอกธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคมมีอิทธิพลต่อความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ Fomoni et al. (2012) ที่กล่าวว่าทุนทางสังคมมีอิทธิพลต่อความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรถือว่ามีความสอดคล้องกัน แต่ในงานวิจัยของนักวิจัยท่านนี้ไม่ได้มีการแบ่งทุนทางสังคมออกเป็นภายในและภายนอก ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นว่าทุนทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรนั้น เป็นผลมาจากทุนทางสังคมภายนอกเพียงด้านเดียวเท่านั้น ในทำนองเดียวกันทุนทางสังคมภายในของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคมไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 และทุนทางสังคมภายในของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคมไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่

การเงินซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 แต่ทั้งนี้ ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dai et al. (2015) ที่ว่าทุนทางสังคมภายในไม่มีอิทธิพล ต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน แต่ขัดแย้งกับ งานวิจัยของ Mani and Lakhali (2015) ที่พบว่า ทุนทางสังคมภายในของธุรกิจครอบครัวมีอิทธิพล ต่อผลการดำเนินงานทั้งผลการดำเนินงานด้านการเงิน และผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน ทั้งนี้เป็นผลมาจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยของ Mani and Lakhali (2015) เป็นธุรกิจครอบครัวที่ พบได้ทั่วไปซึ่งเป็นธุรกิจขนาดกลางหรือขนาดเล็ก แตกต่างจากงานวิจัยนี้ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็น ธุรกิจครอบครัวขนาดใหญ่จึงมีรูปแบบของทุนทาง สังคมภายในที่แตกต่างจากธุรกิจขนาดกลางหรือ ขนาดเล็กที่มีอยู่ทั่วไปโดยธุรกิจครอบครัวขนาดเล็กกว่าจะมีทุนทางสังคมภายในที่ดีกว่า ซึ่งผล การวิจัยที่ได้จึงออกมาไม่สอดคล้องกัน

ทุนทางสังคมภายนอกของธุรกิจครอบครัว ที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคมไม่มีอิทธิพลทางตรง ต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินซึ่งไม่เป็นไปตาม สมมติฐานที่ 5 และทุนทางสังคมภายนอกของธุรกิจ ครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคมไม่มีอิทธิพล ทางตรงต่อผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 6 นอกจากนี้พบว่า ทุนทางสังคมภายนอกของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบ กิจกรรมเพื่อสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการ ดำเนินงานด้านการเงินและผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงินผ่านความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร ทั้งนี้ผลการศึกษาขัดแย้งกับงานวิจัยของ Dai et al. (2015) ที่พบว่าทุนทางสังคมภายนอกมีอิทธิพลต่อผล การดำเนินงานด้านการเงิน เนื่องจากกลุ่มเป้าหมาย ในงานวิจัยนี้มาจากหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยของ Dai et al. (2015) ซึ่งเป็นธุรกิจรูปแบบงานบริการที่มีความ

สัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกโดยตรง ทุนทาง สังคมภายนอกระหว่างสองกลุ่มตัวอย่างจึงมีความ แตกต่างกันและเป็นผลให้ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกัน

นอกจากนี้พบว่าความสะดวกในการเข้าถึง ทรัพยากรมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน ของธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 7 และความสะดวกใน การเข้าถึงทรัพยากรมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน ด้านที่ไม่ใช่การเงินธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจกรรม เพื่อสังคม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 8 โดยมีความ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fornoni et al. (2012) ที่พบว่าความสะดวกในการถึงทรัพยากรมีอิทธิพล ทางตรงต่อผลการดำเนินงาน อย่างไรก็ตามใน งานวิจัยของนักวิจัยท่านนี้ไม่ได้มีการแบ่งผลการ ดำเนินงานออกเป็นด้านการเงินและด้านที่ไม่ใช่ การเงิน

การศึกษาในครั้งนี้มีความแตกต่างจาก งานวิจัยที่ผ่านในแง่ของการแยกทุนทางสังคม ออกเป็นทุนทางสังคมภายในและภายนอก ซึ่งผล ที่ได้สะท้อนว่าทุนทางสังคมภายนอกมีความสำคัญ ต่อการปรับปรุงผลการดำเนินงานผ่านความสะดวก ในการเข้าถึงทรัพยากรของกิจการ ดังนั้นผลการ วิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางของกิจการครอบครัว ในการพัฒนาผลการดำเนินงานทั้งด้านการเงินและ ด้านที่ไม่ใช่การเงินได้ ผ่านการส่งเสริมทุนทางสังคม ภายนอกและการมุ่งเน้นการเข้าถึงทรัพยากรของ กิจการให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดอิทธิพลทางอ้อมต่อ ผลการดำเนินงานทั้งในด้านการเงินและด้านที่ไม่ใช่ การเงิน ดังนั้นการพิจารณาปรับเปลี่ยนวัตถุประสงค์ หรือแนวคิดในการดำเนินธุรกิจให้มุ่งเน้นไปที่การทำ เพื่อสังคมมากขึ้นถือเป็นตัวเลือกหนึ่งที่สามารถทำได้ ซึ่งผู้วิจัยเสนอว่าควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนา ความสัมพันธ์กับเครือข่ายที่มีอยู่ก่อนเป็นอันดับแรก การพัฒนาทุนทางสังคมภายนอกด้านความสัมพันธ์

สามารถทำได้โดยการแสดงออกถึงความซื่อสัตย์ การติดต่อธุรกิจกันอย่างโปร่งใส ไม่มีเรื่องโกหก ต่อกัน และไม่ฉวยโอกาสหรือเอาเปรียบซึ่งกัน และกัน เพื่อให้เกิดความเชื่อใจต่อกัน และสามารถ ใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ที่ดีนี้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อกันได้ นอกจากนี้ การมีกระบวนการคิดไปในทิศทางเดียวกันก็เป็นสิ่ง ที่สำคัญและควรพัฒนาในลำดับถัดมา อาจทำได้โดยการทำข้อตกลงทางการค้าที่ชัดเจนและพอใจกัน ทั้งสองฝ่ายเพื่อไม่ให้เกิดข้อขัดแย้งกันในภายหลัง ซึ่งอาจทำให้เสียความสัมพันธ์กันได้ เมื่อมีทุนทาง สังคมด้านความสัมพันธ์และด้านกระบวนการคิด ที่ดีแล้ว สิ่งสุดท้ายที่ช่วยเพิ่มทุนทางสังคมภายนอก ได้แก่ การหาเครือข่ายในการติดต่อทางธุรกิจ เพิ่มขึ้นไม่ว่าจะเป็นพันธมิตรทางการค้า ลูกค้า ชัพพลายเออร์ และอื่นๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นวิธี ที่ทำให้เกิดทุนทางสังคมภายนอกที่ดีขึ้นซึ่งส่งผล ทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินและ ด้านที่ไม่ใช้การเงินได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและ ข้อจำกัดในงานวิจัย

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้พบว่าทุนทางสังคม ภายในซึ่งเป็นจุดเด่นของธุรกิจครอบครัว ไม่มีอิทธิพล ต่อตัวแปรใดๆ อย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยจึงเสนอว่า การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษากับกลุ่มเป้าหมายธุรกิจ ครอบครัวที่ประกอบกิจการเพื่อสังคมที่ไม่ได้อยู่ ในตลาดหลักทรัพย์เพิ่มเติม เพราะธุรกิจครอบครัว นอกตลาดหลักทรัพย์อาจมีขนาดของธุรกิจและ

ลักษณะการบริหารงานที่แตกต่างออกไปทำให้อาจ มีลักษณะของทุน ทางสังคมภายในและทุนทาง สังคมภายนอกที่แตกต่างกัน และอาจส่งผลต่อ ผลการดำเนินงานด้านการเงินและผลการดำเนินงาน ด้านที่ไม่ใช่การเงินที่แตกต่างกัน หรือในทางกลับกัน การทำวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาเพิ่มเติมกับกลุ่ม บริษัทที่มีการประกอบกิจการเพื่อสังคมที่ไม่ใช่ ธุรกิจครอบครัวซึ่งจะมีรูปแบบของทุนทางสังคม ภายในที่แตกต่างกับธุรกิจครอบครัว และอาจ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินและผล การดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงินที่แตกต่างกันได้ เช่นกัน นอกจากนี้ สำหรับการศึกษาในอนาคต ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าควรใช้วิธีการ Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) ในการทดสอบสมมติฐาน เพราะเป็นวิธีที่ เหมาะสมสำหรับงานวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายจำนวน ไม่มาก มีความยืดหยุ่นในการวิเคราะห์และจะทำให้ โมเดลมีความกลมกลืนมากขึ้น

ทั้งนี้ในงานวิจัยมีข้อจำกัดเกิดขึ้นโดย จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ได้ในงานวิจัยนั้นมีจำนวน ไม่มากตามที่ต้องการ เนื่องจากการขอความ อนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม การตอบกลับ จึงขึ้นอยู่กับความสมัครใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยไม่สามารถบังคับหรือควบคุมได้ และการตอบ แบบสอบถามเป็นการใช้ความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียอยู่ในองค์กรนั้นๆ เป็นหลัก ข้อมูลที่ได้ อาจมีการบิดเบือนเล็กน้อย เพื่อภาพลักษณ์ขององค์กร

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม. 2559. **ธุรกิจครอบครัว**. สืบค้นจาก <http://www.industry.go.th/industry/index.php/th/knowledge/item/10603-2016-05-23-05-38-40>.
- กริช แรงสูงเนิน. 2554. **การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สภาปฏิรูปแห่งชาติ. 2558. **สภาพัฒนาการเศรษฐกิจวาระปฏิรูปพิเศษ 1 : วิสาหกิจเพื่อสังคม**.
- อรุณ ศิริจานุสรณ์. 2554. “การสืบทอดธุรกิจครอบครัว : กระบวนการแห่งการสร้างความสัมพันธ์เพื่อการอยู่รอดและยั่งยืน.” **สุทธิปริทัศน์ 77** : 107-124.
- Adams, J. S., A. Taschian and T. H. Shore. 1996. “Ethics in Family and Non-Family Owned Firms : An Exploratory Study.” **Family Business Review 9** (2): 157-170.
- Adler, P. S. and S. W. Kwon. 2002. “Social capital : prospects for a new concept.” **Academy of Management Review 27** (1): 17-24.
- Apisakkul, A. 2015. “A Comparison of Family and Non-Family Business Growth in The Stock Exchange of Thailand.” **UTCC International Journal of Business and Economics 7** (1): 63-74.
- Aragón, C., L. Narvaiza and M. Altuna. 2015. “Why and How Does Social Responsibility Differ Among SMEs? A Social Capital Systemic Approach.” **Journal of Business Ethics 138** (2): 365-384.
- Bertotti, M., A. Harden, A. Renton and K. Sheridan. 2011. “The Contribution of a Social Enterprise to the Building of Social Capital in a Disadvantaged Urban Area of London.” **Community Development Journal 47** (2): 168-183.
- Chen, C. N., L. C. Tzeng, W. M. Ou and K. T. Chang. 2007. “The Relationship among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures.” **Contemporary Management Research 3** (3): 213-232.
- Conway, C. 2008. “Business planning training for social enterprise.” **Social Enterprise Journal 4** (1): 57-73.
- Cooke, P. 2007. “Social Capital, Embeddedness, and Market Interactions : an Analysis of Firm Performance in UK Regions.” **Review of Social Economy 65** (1): 79-106.
- Craig, J. and C. Dibrell. 2006. “The Natural Environment, Innovation, and Firm Performance : A Comparative Study.” **Family Business Review 19** (4): 275-288.
- Crucke, S. and A. Decramer. 2016. “The Development of a Measurement Instrument for the Organizational Performance of Social Enterprises.” **Sustainability 8** (2): 161.

- Dai, W. D., Z. E. Mao, X. R. Zhao. and A. S. Mattila. 2015. "How does social capital influence the hospitality firm's financial performance? The moderating role of entrepreneurial activities." **International Journal of Hospitality Management** 51: 42-55.
- Dyer, W. G. and D. A. Whetten. 2006. "Family Firms and Social Responsibility: Preliminary Evidence from the S&P 500." **Entrepreneurship Theory and Practice** 30 (6): 785-802.
- Ebrashi, R. E. 2013. "Social entrepreneurship theory and sustainable social impact." **Social Responsibility Journal** 9 (2): 188-209.
- Emhan, A., A. Tongur. and I. Turkoglu. 2016. "An Analysis of The Social Capital, Organizational Commitment and Performance in The Public Sector of Southeastern Turkey." **Transylvanian Review of Administrative Sciences** 46: 49-62.
- Fornell, C. and D. F. Larcker. 1981. "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error." **Journal of Marketing Research** 18 (1): 39-50.
- Fornoni, M., I. Arribas. and J. E. Vila. 2012. "An entrepreneur's social capital and performance : The role of access to information in the Argentinean case." **Journal of Organizational Change Management** 25 (5): 682-698.
- Gils, A. V., C. Dibrell., D. O. Neubaum and J. B. Craig. 2014. "Social Issues in the Family Enterprise." **Family Business Review** 27 (3): 193-205.
- Hair, J. F., B. Black., B. Babin. and R. E. Anderson. 2010. **Multivariate Data Analysis**. 7th ed. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Hooghe, M. and D. Stolle. 2003. **Generating Social Capital**. New York : PALGRAVE MACMILLAN.
- Imperatori, B. and D. C. Ruta. 2015. "Designing a social enterprise : Organization configuration and social stakeholders' work involvement." **Social Enterprise Journal** 11 (3): 321-346.
- Ismail, T. 2012. "The development of entrepreneurial social competence and business network to improve competitive advantage and business performance of small medium sized enterprises: a case study of batik industry in Indonesia." **Procedia-Social and Behavioral Sciences** 65 : 46-51.
- Jawed, M. S. 2015. "Kavil Ramachandran : The 10 Commandments for Family Business." **Journal of Family and Economic Issues** 37 (3): 505-507.
- Jenssen, J. I. and H. F. Koenig. 2002. "The Effect of Social Networks on Resource Access and Business Start-ups." **European Planning Studies** 10 (8): 1039-1046.

- Madhooshi, M. and M. H. J. Samimi. 2015. "Social Entrepreneurship & Social Capital: A Theoretical Analysis." **American Journal of Economics, Finance and Management** 1 (3): 102-112.
- Mani, Y. and L. Lakhal. 2015. "Exploring the family effect on firm performance." **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research** 21 (6): 898-917.
- Nahapiet, J. and S. Ghoshal. 1998. "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage." **The Academy of Management Review** 23 (2): 242-266.
- Nordstrom, O. A. and L. Steier. 2015. "Social capital : a review of its dimensions and promise for future family enterprise research." **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research** 21 (6): 801-813.
- O'Boyle, E. H., M. W. Rutherford. And J. M. Pollack. 2010. "Examining the Relation Between Ethical Focus and Financial Performance in Family Firms : An Exploratory Study." **Family Business Review** 23 (4): 310-326.
- Rettab, B., A. B. Brik. and K. Mellahi. 2008. "A Study of Management Perceptions of the Impact of Corporate Social Responsibility on Organisational Performance in Emerging Economies: The Case of Dubai." **Journal of Business Ethics** 89 (3): 371-390.
- Ridley-Duff, R. and M. Bull. 2011. **Understanding Social Enterprise**. London : SAGE Publications.
- Saha, M. and S. Banerjee. 2015. "Impact of Social Capital on Small Firm Performance in West Bengal." **Journal of Entrepreneurship** 24 (2): 91-114.
- Sodhi, M. S. and C. S. Tang. 2011. "Social enterprises as supply-chain enablers for the poor." **Socio-Economic Planning Sciences** 45 (4): 146-153.
- Sorenson, R. L., K. E. Goodpaster., P. R. Hedberg. and A. Yu. 2009. "The Family Point of View, Family Social Capital, and Firm Performance an Exploratory Test." **Family Business Review** 22 (3): 239-253.
- Suh, Y. J. 2016. "The Role of Relational Social Capital and Communication in the Relationship Between CSR and Employee Attitudes: A Multilevel Analysis." **Journal of Leadership & Organizational Studies** 23 (4): 410-423.
- Uzzi, B. 1997. "Social structure and competition in interfirm networks : The paradox of embeddedness." **Administrative Science Quarterly** 35-67.
- Wu, W. P. 2008. "Dimensions of social capital and firm competitiveness improvement : The mediating role of information sharing." **Journal of Management Studies** 45 (1): 122-146.

จริยธรรมในการตีพิมพ์

วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุต์มุ่งมั่นที่จะรักษามาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์สูงสุด ดังนั้นทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะต้องปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์อย่างเคร่งครัด

บทบาทหน้าที่ของกองบรรณาธิการ

1. กองบรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาและตรวจสอบบทความที่ส่งมาเพื่อเข้ารับการพิจารณาตีพิมพ์กับวารสารทุกบทความ โดยพิจารณาเนื้อหาบทความที่สอดคล้องกับเป้าหมายและขอบเขตของวารสาร รวมถึงการตรวจสอบคุณภาพบทความในกระบวนการประเมินและคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์
2. กองบรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้พิมพ์หรือผู้ทรงคุณวุฒิ ไม่นำบทความหรือวารสารไปใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง
3. กองบรรณาธิการต้องไม่แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาบทความและผลประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ รวมถึงไม่ปิดกั้นหรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้พิมพ์
4. กองบรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด
5. กองบรรณาธิการต้องรักษามาตรฐานของวารสาร รวมถึงพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพและมีความทันสมัยเสมอ

บทบาทหน้าที่ของผู้เขียนบทความ

1. ผลงานของผู้เขียนบทความต้องเป็นผลงานที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน
2. ผู้เขียนบทความต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่น และต้องมีการอ้างอิงทุกครั้งเมื่อนำผลงานของผู้อื่นมานำเสนอหรืออ้างอิงในเนื้อหาบทความของตนเอง
3. ผู้เขียนต้องยินยอมโอนลิขสิทธิ์ให้แก่วารสารก่อนการตีพิมพ์ และไม่นำผลงานไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่น ๆ หลังจากที่ได้รับการตีพิมพ์กับวารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุต์แล้ว
4. ชื่อผู้เขียนบทความปรากฏในบทความต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในผลงานวิชาการนี้จริง

บทบาทหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

1. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความเป็นหลัก พิจารณาบทความภายใต้หลักการและเหตุผลทางวิชาการโดยปราศจากอคติหรือความคิดเห็นส่วนตัว และไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนบทความ
2. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่แสวงหาประโยชน์จากผลงานทางวิชาการที่ตนเองได้ทำการประเมิน
3. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องตระหนักว่าตนเองมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของผลงานวิชาการที่รับประเมินอย่างแท้จริง
4. หากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพบว่าบทความที่รับประเมิน เป็นบทความที่คัดลอกผลงานชิ้นอื่นๆ ผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้งให้กองบรรณาธิการทราบทันที
5. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่กำหนด รวมถึงไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความให้ผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องได้รับรู้