



ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของกิจการและการรายงานความรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคม : กรณีศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

**The Relationship between Corporate Performance Measured by Balanced Scorecard and
Corporate Social Responsibility Reporting: A Case Study of Listed Companies from
Market for Alternative Investment (MAI)**

อารยา วรวัฒน์นฤนาท

Araya Worawatnalunat

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

บัญชีมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of

Master of Accountancy

Prince of Songkla University

2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของกิจการและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม : กรณีศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

The Relationship between Corporate Performance Measured by Balanced Scorecard and Corporate Social Responsibility Reporting: A Case Study of Listed Companies from Market for Alternative Investment (MAI)

อารยา วรวัฒน์นฤนาท
Araya Worawatnalunat

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บัญชีมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of
Master of Accountancy
Prince of Songkla University**

2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของกิจการและการรายงาน
 ความรับผิดชอบต่อสังคม : กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
 เอ็ม เอ ไอ

ผู้เขียน นางสาวอารยา วรวัฒน์นันทนาท

สาขาวิชา การบัญชี

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ

.....

.....ประธานกรรมการ

(ดร.จิตติมา วิเชียรรักษ์)

(ดร.ศิริดา นวลประดิษฐ์)

.....กรรมการ

(ดร.มัทนชัย สุทธิพันธุ์)

.....กรรมการ

(ดร.จิตติมา วิเชียรรักษ์)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
 หนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต

.....
 (ศาสตราจารย์ ดร.ดำรงศักดิ์ ฟ้ารุ่งแสง)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ

(ดร.จิตติมา วิเชียรรักษ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ

(นางสาวอารยา วรรณันนุณาท)

นักศึกษา

(4)

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และ
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ

(นางสาวอารยา วรวัฒน์นฤนาท)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของกิจการและการรายงาน ความรับผิดชอบต่อสังคม: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
ผู้เขียน	นางสาวอารยา วรวัฒน์นฤนาท
สาขาวิชา	การบัญชี
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขอบเขตและปริมาณของการรายงานความ
รับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ และทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและ
การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานประจำปี พ.ศ. 2557 - 2561 ของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 61 บริษัท ใช้แบบเก็บข้อมูลกระดาษทำการ วิเคราะห์ข้อมูล
โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการรายงาน
ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมรวมทุกหัวข้อเฉลี่ยเท่ากับ 11.85 คะแนน ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ
ทางด้านที่ไม่ใช่การเงิน อายุของกิจการ และรายได้รวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงาน
ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ยังพบว่าประเภทสำนักงานสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิง
ลบกับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

คำสำคัญ: ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

Thesis Title	The Relationship between Corporate Performance Measured by Balanced Scorecard and Corporate Social Responsibility Reporting: A Case Study of Listed Companies from Market for Alternative Investment (MAI)
Author	Miss Araya Worawatnalunat
Major Program	Accountancy
Academic Year	2019

ABSTRACT

The objectives of this research aim to study the extent and level of corporate social responsibility reporting, and to test the relationship between corporate performance measured by balanced performance and corporate social responsibility reporting in annual reports of companies listed in Market for Alternative Investment (MAI) since 2014 - 2018. Using 61 firms, descriptive statistical analysis, correlation analysis, and multiple regression analysis are used to analyze the data.

The research's result is found that the listed companies from MAI provide 11.85 average points of corporate social responsibility reporting in their annual reports. Corporate performance in terms of non-financial information, ages of business, and the total income has positive relationship with corporate social responsibility reporting. Furthermore, the audit firm has negative relationship with corporate social responsibility reporting.

Keywords: Balance performance Social Responsibility Report Market for Alternative Investment (MAI)

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์และสำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความกรุณาและความอนุเคราะห์จากคณาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจาก ดร.จิตติมา วิเชียรรักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทาง รวมทั้งได้ให้ความกรุณาตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของท่านไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ดร.ศิรดา นวลประดิษฐ์ และดร.มัทนชัย สุทธิพันธุ์ ประธานและกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาตรวจทานและให้คำชี้แนะอันเป็นประโยชน์ในการแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่ให้โอกาสทางการศึกษา และให้การสนับสนุนด้านทุนการศึกษาด้วยดีตลอดมา

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัว และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่คอยส่งเสริม สนับสนุน และเป็นกำลังใจให้เสมอมา รวมถึงผู้เขียนตำรา บทความงานวิจัย ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

อารยา วรวัฒน์นฤนาท

	(8)
สารบัญ	
	หน้า
บทคัดย่อ	(5)
ABSTARCT	(6)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
รายการตาราง	(11)
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย	3
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตการศึกษา	5
นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ความรับผิดชอบต่อสังคม	7
การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม	8
ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ	12
ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	13
ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
กรอบแนวคิดการศึกษา	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
สมมุติฐานการวิจัย	31
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	35
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	37
การวิเคราะห์ข้อมูล	38
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ข้อมูลทั่วไปของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	40
ขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนใน ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	43
ความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงาน ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	48
สรุปสมมุติฐานการวิจัย	57
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ	
บทสรุป และอภิปรายผลการศึกษา	59
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	64
ข้อจำกัดในการศึกษา	66
ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต	66
บรรณานุกรม	68

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก รายชื่อบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ 80

ภาคผนวก ข แบบเก็บข้อมูล 84

ภาคผนวก ค คำอธิบายแบบเก็บข้อมูล 90

ประวัติผู้เขียน 98

รายการตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 แสดงการเปรียบเทียบหลักการ นโยบาย แนวปฏิบัติ และแนวทางสากลต่างๆ เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม	10
ตารางที่ 2.2 สรุปผลการศึกษาในอดีตที่มีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม	29
ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรม	35
ตารางที่ 3.2 แสดงวิธีการวัดมูลค่าตัวแปร	36
ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไป	41
ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล ทั่วไปของกิจการ	42
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละ บริษัทที่มีการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนก ตามประเภทอุตสาหกรรม	43
ตารางที่ 4.4 แสดงการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม	44
ตารางที่ 4.5 แสดงปริมาณค่าเฉลี่ยการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละปีจำแนก หัวข้อตามแนวปฏิบัติของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาด หลักทรัพย์	45
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพในแต่ละปีจำแนกตาม มุมมอง	47
ตารางที่ 4.7 การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)	49
ตารางที่ 4.8 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	52
ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิง คุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม	55
ตารางที่ 4.10 แสดงผลการสรุปการทดสอบสมมติฐาน	57

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากแนวโน้มการขยายตัวที่เพิ่มสูงขึ้นของระบบเศรษฐกิจไม่เพียงแต่จะส่งผลให้เกิดการเจริญเติบโตในภาคเศรษฐกิจเท่านั้น แต่การขยายตัวดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน จากอดีตที่ผ่านมาแนวคิดการดำเนินธุรกิจมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้แก่องค์กรและรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นเพียงเท่านั้น แต่กิจกรรมต่างๆขององค์กรที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงพนักงาน ลูกค้า ชุมชนและสิ่งแวดล้อมรอบ ความรับผิดชอบต่อองค์กรจึงมีการขยายขอบเขตออกไปสู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสาธารณะ นับเป็นเวลากว่าครึ่งทศวรรษแล้วที่แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม(Corporate Social Responsibility: CSR)ได้รับการปลูกฝังและถ่ายทอดสู่องค์กรเพื่อเป็นการสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาคุณภาพชีวิต สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันโดยเน้นให้องค์กรมีการเจริญเติบโตควบคู่ไปกับพัฒนาที่ยั่งยืน (สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2562) ถึงแม้ในช่วงแรกจะเป็นเพียงการออกมาทำเพื่อแก้ไขปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรเท่านั้น แต่แนวคิดดังกล่าวก็ได้รับความสนใจจากหลายองค์กรทั่วโลก และมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นเมื่อองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ได้ออก OECD Guidelines for Multinational Enterprises เพื่อเป็นแนวปฏิบัติโดยเสนอให้บริษัทข้ามชาติของประเทศสมาชิก OECD มีความรับผิดชอบต่อสังคมและค้าขายกับคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น ความรับผิดชอบต่อสังคมจึงได้แพร่หลายในวงกว้างจนเป็นที่ยอมรับ และนำไปสู่การพัฒนาหลักเกณฑ์ รวมทั้งแนวทางในการดำเนินงาน ตลอดจนการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานในระดับสากล

สำหรับประเทศในภูมิภาคเอเชีย การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมได้มีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับการผลักดันในตลาดทุนของประเทศไทยที่หน่วยงานต่างๆภายใต้การดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ก.ล.ต.) ได้ออกหลักการเบื้องต้นเพื่อให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และกำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลด้านความ

รับผิดชอบต่อสังคมในเอกสารที่เผยแพร่ต่อสาธารณะ เช่น แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นไป (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2561) เพื่อส่งเสริมให้องค์กรได้ตระหนักถึงความสำคัญในการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนการให้ข้อมูลที่จำเป็นซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการรับรู้ของสังคมเพื่อลดช่องว่างและความไม่สมดุลของข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนได้เสียและองค์กร แต่ถึงแม้ว่าการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีขึ้นให้แก่องค์กร แต่การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมยังคงอยู่ในระดับที่ต่ำ ข้อมูลบางอย่างที่เกี่ยวข้องไม่ได้รับการเปิดเผย และเปิดเผยข้อมูลที่เป็นหรือถูกบังคับด้วยกฎหมายเท่านั้น (นิชวรรณ วิชัยดิษฐ, 2555) ส่งผลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่สามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประกอบการตัดสินใจได้เท่าที่ควร

พฤติกรรมดั้งเดิมขององค์กรที่มีต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นขึ้นอยู่กับความพร้อมของทรัพยากรทางเศรษฐกิจ (Amato and Amato, 2007) เนื่องจากการทำกิจกรรมและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น มีต้นทุนในการจัดทำ หากองค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นโอกาสที่จะลงทุนในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน ผลการดำเนินงานจึงเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมที่เปรียบเทียบได้กับคุณภาพของสัญญาณ ซึ่งองค์กรที่มีคุณภาพสูงมักจะมีแรงจูงใจในการส่งสัญญาณที่มีคุณภาพสูงเช่นเดียวกัน (Connelly et al., 2011) ทั้งนี้หากองค์กรเริ่มต้นคาดหวังผลประโยชน์จากสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การลงทุนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมควรได้รับผลสำเร็จที่สูงขึ้นกลับคืนมา และการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมควรจะมีผลบวกต่อมูลค่าขององค์กรด้วยเช่นกัน ในแง่มุมหนึ่งของการลงทุนเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างโอกาสทางการตลาดที่ดีให้แก่องค์กร แต่ในทางกลับกันการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมอาจเป็นผลทำให้ต้นทุนเพิ่มสูงขึ้น และหากผู้รับข้อมูลไม่สามารถรับรู้ได้ถึงคุณภาพของข้อมูลที่ส่งมอบโดยองค์กร (Fishman and Hagerty, 1989) การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมก็อาจเป็นเพียงต้นทุนที่อาจไม่ก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจที่ชัดเจนได้ในระยะยาว ส่งผลให้กำไรลดลงจนนำไปสู่การทำลายมูลค่าของบริษัท (Arunruangsirilert, 2012)

การศึกษาในอดีตที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในบริบทของต่างประเทศและประเทศไทย พบความสัมพันธ์ที่มีความหลากหลาย เช่น Hussainey, Elsayed and Razik (2011), Haniffa and Cooke (2005), พงกษา

พิจิตต์ประไพ (2551) พบความสัมพันธ์ในเชิงบวก ในขณะที่ Huang and kung (2010) พบความสัมพันธ์ในเชิงลบ แต่ ณิขวรรณ วิชัยดิษฐ (2555), ศุภกันยา ห้วยผัด (2550), Ahmad, Hassan and Mohammad (2003), Hackston and Milne (1996) กลับไม่พบความสัมพันธ์ดังกล่าว จึงยังไม่สามารถหาข้อสรุปที่ชัดเจนได้ นอกจากนี้ การศึกษาโดยส่วนใหญ่มักมุ่งเน้นการศึกษาด้านผลการดำเนินงานทางการเงินเพียงด้านเดียว และให้ความสำคัญกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีขนาดใหญ่มากกว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ

กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในประเทศไทย ถือเป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย แนวโน้มจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ SME ไม่เพียงแต่จะส่งผลให้เกิดการเติบโตในแง่ของจำนวนการผลิตและการจ้างงานเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อชุมชน และสังคม โดยรอบเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้น การที่ธุรกิจ SME จะประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนนั้น จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมด้วย (สุธิรา ลีมรสเจริญ และคณะ, 2561) โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดทุน เอ็ม เอ ไอ (MAI) เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยการระดมทุนจากตลาดทุนในการเติบโต การนำเอาการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ในเชิงบวกที่มีผลต่อความอยู่รอดและผลการดำเนินงานขององค์กร (Wuncharoen, 2013)

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาระดับและรูปแบบการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

1.2 คำถามการวิจัย

- 1) บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างไร
- 2) ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพมีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการหรือไม่ อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
- 2) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี

- 1) ผลจากการศึกษาใช้เป็นฐานข้อมูลให้นักวิจัย รวมถึงผู้สนใจในอนาคต เพื่อเป็นประโยชน์ในการขยายขอบเขตงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) ผลจากการศึกษาเป็นแนวทางในการทดสอบเพื่อยืนยันทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

1.4.2 ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ

- 1) เพื่อให้หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น สถาบันไทยพัฒน์ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทราบถึงลักษณะ และแนวโน้มการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทาง หรือข้อบังคับต่างๆให้กิจการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับที่เหมาะสมต่อไป
- 2) เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับกิจการต่างๆในประเทศไทยใช้ในการวางแผนการดำเนินกิจการ รวมไปถึงการปรับปรุงการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม
- 3) เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการออกกฎหมายหรือมาตรฐานการบัญชีด้านการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในอนาคต
- 4) เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือนักลงทุน

1.5 ขอบเขตการศึกษา

1.5.1 ขอบเขตเนื้อหาการศึกษา

ในการศึกษาค้างนี้ประกอบด้วยการศึกษา ขอบเขต และปริมาณในการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงิน และการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ รวมไปถึงการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

1.5.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้างนี้คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีจำนวนมากกว่า 99% ของวิสาหกิจทั่วประเทศ และแนวโน้มจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องไม่เพียงแต่จะส่งผลให้เกิดการเติบโตเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อให้เกิดปัญหาทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน โดยเลือกศึกษาบริษัทที่อยู่ในระหว่างปี พ.ศ. 2557 – 2561 ที่มีรายชื่ออยู่ตลอดระยะเวลา 5 ปี ในจำนวน 7 กลุ่มอุตสาหกรรม ประกอบด้วย 1.กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 2.กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค 3.กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม 4.กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 5.กลุ่มทรัพยากร 6.กลุ่มบริการ และ 7.กลุ่มเทคโนโลยี (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561)

1.5.3 ขอบเขตระยะเวลาการศึกษา

การศึกษาในค้างนี้เป็นการเก็บข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2557 – 2561 ระยะเวลา 5 ปี การเลือกเก็บข้อมูลตัวอย่างในปี พ.ศ. 2557 - 2561 นั้น มีเหตุผล 2 ประการ ประการแรกคือสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้กำหนดให้บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เปิดเผยข้อมูลด้าน CSR ภายใต้หัวข้อความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Report) ในเอกสารที่เผยแพร่ต่อสาธารณะตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นไป ประการที่สองเพื่อศึกษาถึงรูปแบบ และทิศทางของการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา (Tsang, 1998) และเพื่อการพยากรณ์ที่เที่ยงตรงมากยิ่งขึ้นจึงทำการศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบมากกว่า 2 ปีขึ้นไป (ชรกร กรทองทวีลาภ, 2553; อรพรรณ ไบดิน, 2558)

1.6 นิยามศัพท์

ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การประกอบกิจการด้วยความดูแลเอาใจใส่ต่อ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจการ อย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ เป็นสิ่งที่กำกับดูแลกิจการให้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใสและมีความยุติธรรม กำเนียงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม และพร้อมที่จะ แก้ไขเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว (สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระ บรมราชูปถัมภ์, 2561)

รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การรายงานหรือการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผล การดำเนินงานในแง่ของเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสื่อสารข้อมูลที่แสดงถึงความ รับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ไปยังผู้มีส่วนได้เสียของกิจการและผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ตาม หลักการ 8 ข้อ ของแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับ หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2561)

การวัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ หมายถึง เครื่องมือทางการจัดการสมัยใหม่ที่ถูก พัฒนาขึ้นเพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนในสภาพแวดล้อม ปัจจุบัน เป็นเครื่องมือทางการบริหารที่เชื่อมโยงการวัดผลกับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กร โดย แบ่งมุมมองการวัดผลการดำเนินงานออกเป็น 2 ลักษณะ คือ มุมมองด้านการเงิน และมุมมองด้านที่ ไม่ใช่การเงิน ซึ่งประกอบด้วยตัวชี้วัด 4 มุมมอง ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการ ภายใน และด้านการเรียนรู้และเติบโต (Kaplan & Norton, 1992)

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ หมายถึง บริษัทจดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่มีคุณสมบัติตามระเบียบข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์ เรื่องการรับ หลักทรัพย์จดทะเบียน การเปิดเผยสารสนเทศ และการเฟกถอนหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพขนาดกลางและเล็ก ซึ่งมีทุนชำระแล้วหลัง IPO ตั้งแต่ 50 ล้านบาทขึ้นไป (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากวิทยานิพนธ์ หนังสือ บทความ วารสาร แนวคิดทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ความรับผิดชอบต่อสังคม
- 2.2 การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม
- 2.3 ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ
- 2.4 ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
- 2.5 ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวคิดการศึกษา

2.1 ความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคม Corporate Social Responsibility (CSR) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมที่ดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ เน้นกิจกรรมต่างๆด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใสและยุติธรรม คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร และพร้อมที่จะแก้ไขเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว ทั้งนี้การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ใช่การทำกิจการให้ถูกกฎหมายหรือถูกต้องแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการลงทุนในมนุษย์ ผู้มีส่วนได้เสียของกิจการ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งทั้งหมดน่าจะไปสู่ความยั่งยืน (สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2561)

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม มีจุดเริ่มต้นมาจากการประชุมสุดยอดระดับโลกด้านสิ่งแวดล้อม (Earth Summit) เมื่อปี พ.ศ. 2535 โดยมีการประกาศทิศทางใหม่ของการพัฒนาให้เป็น “การพัฒนาที่ยั่งยืน” หรือ Sustainable Development ที่จะต้องคำนึงถึงปัญหาเรื่องสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว ต่อมาในปี พ.ศ. 2542 กระแส

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เมื่อนายโคฟี อันนัน เลขาธิการสหประชาชาติในขณะนั้น ได้ออกมาเรียกร้องให้ธุรกิจต่างๆทั่วโลกแสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก หรือ Good Global Citizenship รวมถึงมีการประกาศใช้ The UN Global Compact เพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับองค์กรธุรกิจ และในปีถัดมาองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ได้ออก OECD Guidelines for Multinational Enterprises เพื่อเป็นแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ โดยเสนอแนะให้บริษัทข้ามชาติของประเทศสมาชิก OECD นำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติและให้ติดต่อกับค้ำขายเฉพาะกับคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น หลังจากนั้น CSR จึงได้แพร่กระจายในวงกว้างจนเป็นที่ยอมรับและถือปฏิบัติในระดับสากล เช่นเดียวกับประเทศไทยกระแสดความรับผิดชอบต่อสังคมในเมืองไทยได้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในปี พ.ศ.2549 และได้ถูกบรรจุเป็นแนวปฏิบัติที่ผนวกเข้ากับการดำเนินธุรกิจ เช่น การจัดทำเอกสาร เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Guidelines) สำหรับบริษัทจดทะเบียนที่เน้นให้เกิดการขับเคลื่อนความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการทางธุรกิจ (CSR-in-process) นอกเหนือจากความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่นอกกระบวนการทางธุรกิจ หรือที่เกิดขึ้นภายหลัง (CSR-after-process) ในรูปของกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น การบริจาค หรือการอาสาช่วยเหลือสังคม ต่อมาในปี พ.ศ.2553 กระทรวงอุตสาหกรรม โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ได้ออกมาตรฐานแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Guidance Standard) มอก. 26000 - 2553 ที่ลือกับมาตรฐาน ISO 26000 : 2010 ซึ่งหน่วยงานและองค์กรทุกประเภทสามารถนำแนวทางของ มอก. 26000 ไปใช้ปฏิบัติได้ อย่างไรก็ตามการริเริ่มดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้นจะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่ถูกต้องตรงกันเป็นพื้นฐานสำคัญ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2561)

2.2 การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Report) เป็นรายงานที่กิจการจัดทำขึ้นมาเพื่อนำเสนอเรื่องราว โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่กิจการกระทำเกี่ยวกับ CSR โดยยึดหลักการรายงานตามความเป็นจริง มีการสะท้อนถึงผลการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งในทางบวกและในทางลบให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง โดยจัดทำเป็นส่วนหนึ่งในรายงาน

ประจำปีหรือจัดทำรายงานแยกต่างหาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจการและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยยึดหลักการรายงานตามความเป็นจริง สะท้อนผลการดำเนินงานทั้งในทางบวกและทางลบ การปรับแต่งข้อมูลรายงาน หรือจำกัดการรายงานเฉพาะข้อมูลด้านใดด้านเดียวอาจจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของกิจการที่จัดทำรายงาน ถึงแม้จะเป็นกระบวนการที่เพิ่มเติมจากการดำเนินธุรกิจโดยปกติทั่วไป แต่หากพิจารณาถึงประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับจากการจัดทำรายงานดังกล่าวแล้ว ก็ต้องนับว่ามีคุณค่าหลายประการที่สำคัญ ที่จะช่วยให้องค์กรเข้าใจถึงแนวทางในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2561)

ในหลายๆประเทศได้มีการผลักดันให้บริษัทจดทะเบียนและกิจการขนาดใหญ่จัดทำรายงานดังกล่าว โดยให้เป็นไปตามความสมัครใจ รวมไปถึงการออกข้อกำหนดหรือกฎเกณฑ์ให้บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่อสาธารณะ ในปัจจุบันมีแนวปฏิบัติสำหรับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมจากหลากหลายสถาบันในระบบดับสากล ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับและนำมาใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ รวมถึงนำมาจัดทำในรูปแบบของรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม อาทิเช่น ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (The United Nations Global Compact: UNGC) องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development: OECD) องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization: ISO) องค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (Global Reporting Initiative: GRI)

สำหรับในประเทศไทยการจัดทำรายงานเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเดิมจะเป็นการจัดทำด้วยความสมัครใจขององค์กร โดยการนำแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่จัดทำขึ้นโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2555 มาใช้เป็นแนวปฏิบัติ ประกอบด้วย 10 หัวข้อ คือ 1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี 2) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม 3) การต่อต้านการทุจริต 4) การเคารพสิทธิมนุษยชน 5) การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม 6) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 7) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม 8) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม 9) นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และ 10) การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเนื้อหาดังกล่าวครอบคลุมประเด็นต่างๆที่สำคัญ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ

หลักการสากล และหลักการในประเทศไทย เช่น The Global Reporting Initiative (GRI) UN Global Compact OECD 2000 ISO 26000 เป็นต้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561) ตามรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงการเปรียบเทียบหลักการ นโยบาย แนวปฏิบัติ และแนวทางสากลต่างๆ เรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคม

Principles	แนวทางความ รับผิดชอบต่อ สังคมของกิจการ	UN Global Compact	OECD 2000	ISO 26000	GRI	เข้มทิศ ธุรกิจ
Environment	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Labor practices	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Human Rights	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Society/Fair Operating Practices	✓		✓	✓	✓	✓
Product Responsibility/ Consumer issues	✓		✓	✓	✓	✓
Community involvement and Development	✓		✓	✓	✓	✓
Governance	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Csr Innovation	✓					✓
Csr Report	✓				✓	✓
Anti - Corruption	✓	✓			✓	

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2555)

ในปี พ.ศ. 2556 สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) มีแนวคิดที่จะให้บริษัทที่จดทะเบียนและบริษัทที่ขออนุญาตออกเสนอขายหลักทรัพย์เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและการดำเนินการของบริษัทที่แสดงให้เห็นว่ามีการคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงได้ประกาศหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการรายงานการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

เปิดเผยข้อมูลด้าน CSR ในเอกสารที่เผยแพร่ต่อสาธารณะ เช่น แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นไป ภายใต้หัวข้อเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคม” โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้กำหนดแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2561)

การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในตลาดทุนที่ผ่านมา สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้รณรงค์ให้บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนได้นำแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่จัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมาเป็นแนวทางในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บริษัทสามารถปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมให้ดียิ่งขึ้นในรอบปีต่อไป และจากการรายงานเนื้อหาภายใต้หัวข้อที่กำหนดตามบรรทัดฐานเดียวกันจะทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงกันในแต่ละรอบปีของการรายงาน และยังสามารถเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของกิจการกับปีก่อนหน้าและกับธุรกิจอื่น ซึ่งกรอบแนวปฏิบัติในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมดังกล่าว ประกอบด้วยหลักการ 8 ข้อ ดังนี้

1. การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม (Society/Fair Operating Practices)
2. การต่อต้านการทุจริต (Anti-Corruption)
3. การเคารพสิทธิมนุษยชน (Human Rights)
4. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (Labor practices)
5. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (Product Responsibility/Consumer issues)
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (Environment)
7. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (Community involvement & Development)
8. นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Innovation)

ทั้งนี้ หลักการตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่จัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีจำนวนทั้งหมด 10 ข้อ ซึ่งหลักการ 8 ข้อข้างต้น คือ 10 ข้อดังกล่าว แต่ไม่รวมถึง 2 หัวข้อ คือ การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เนื่องจาก

การกำกับดูแลที่ดีได้กำหนดให้เปิดเผยข้อมูลแยกไว้ในหัวข้อเรื่อง การกำกับดูแลกิจการ และการรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม คือการแสดงผลข้อมูลในหัวข้อเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งก็คือการเปิดเผยข้อมูลข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมตามหลักการ 8 ข้อข้างต้น

2.3 ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ

การวัดผลเชิงคุณภาพ (Balanced Scorecard: BSC) เป็นเครื่องมือทางการจัดการสมัยใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้นโดย Kaplan และ Norton (1992) สืบเนื่องมาจากองค์กรส่วนใหญ่ในขณะนั้นนิยมใช้การวัดผลทางการเงินเป็นหลัก ซึ่งพบว่ามีข้อจำกัดหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในระยะยาว จึงได้เสนอแนวคิดที่ช่วยให้องค์กรสามารถประเมินผลกิจกรรมการบริหารจัดการจากมุมมองที่กว้างขึ้นทั้งในด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน ในแง่มุมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจจากการตรวจสอบความสัมพันธ์ข้ามสายงาน และเพื่อเป็นการพัฒนาองค์กรให้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (Kaplan & Norton, 1992, 2004) การวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพจึงเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารกลยุทธ์และประสิทธิภาพการทำงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในทั่วโลก โดยแบ่งมุมมองการวัดผลการดำเนินงานออกเป็น 2 ลักษณะ คือ มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) และมุมมองด้านที่ไม่ใช้การเงิน ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process Perspective) มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต (Learning and Growth Perspective) ซึ่งแต่ละมุมมองประกอบด้วยตัวชี้วัด ดังนี้

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) เป็นมุมมองที่เกี่ยวข้องกับผลประกอบการทางการเงินทั้งหมดขององค์กร มักจะแสดงผลในงบการเงินต่างๆขององค์กร ทั้งนี้การเลือกตัวชี้วัดขึ้นอยู่กับว่าผู้เป็นเจ้าของคาดหวังสิ่งใด (Bouwens & Van Lent, 2007) เช่น กำไร การเพิ่มขึ้นของรายได้ การเจริญเติบโต การลดลงของต้นทุน อัตราส่วนทางการเงิน และส่วนแบ่งทางการตลาด (Gumbus and Lyons, 2002)

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) เป็นมุมมองที่องค์กรต้องพิจารณาถึงวิธีการสร้างมูลค่าแก่ลูกค้า ต้องคำนึงว่าจะเป็นอย่างใดในสายตาของลูกค้า และทำอย่างไรให้ลูกค้าพอใจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (Kaplan & Norton, 1992) ตัวชี้วัด ได้แก่ ความพึงพอใจ

ของลูกค้า การรักษาลูกค้าเก่า การเพิ่มลูกค้าใหม่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง (Ellingson and Wambsganss, 2001)

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process Perspective) เป็นมุมมองที่องค์กรต้องคำนึงถึงว่าการมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้ถือหุ้นได้เป็นอย่างดีจะต้องมีการจัดกระบวนการภายในอย่างไร (Kaplan & Norton, 1992) ตัวชี้วัด ได้แก่ นวัตกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ (Hoque and James, 2000; Yenyiyurt, 2003) ประสิทธิภาพในการผลิต และคุณภาพของการบริการ (Banker et al., 2004; Gumbus and Lyons, 2002)

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต (Learning and Growth Perspective) เป็นมุมมองที่องค์กรต้องคำนึงถึงว่าจะเรียนรู้อย่างไรเพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายและสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน (Kaplan & Norton, 1996) ตัวชี้วัด ได้แก่ ความพึงพอใจของพนักงาน ทักษะความสามารถของพนักงาน (Kaplan & Norton, 2004) และระบบของข้อมูลสารสนเทศ (Hoque & James, 2000)

ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพขององค์กร มุมมองทั้ง 4 ด้านควรมีความเชื่อมโยง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.4 ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (Market for Alternative Investment: MAI) ถือเป็นตลาดหลักทรัพย์แห่งที่สองของประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2542 มีวัตถุประสงค์การทำงานเช่นเดียวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ การทำหน้าที่เป็นตลาดทุนเพื่อให้กิจการต่างๆสามารถระดมทุนเพิ่มเติมจากสาธารณะได้ แต่ตลาด เอ็ม เอ ไอ จะเน้นไปที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) และได้ผ่อนผันหลักเกณฑ์ต่างๆ ลง เช่น ทุนชำระแล้วหลัง IPO ขั้นต่ำ 50 ล้านบาท เป็นต้น เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโต แต่ไม่สามารถเข้าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ สามารถระดมทุนผ่านตลาดทุนได้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561)

ประโยชน์ในการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

1. ประโยชน์ต่อกิจการ

- กิจการสามารถระดมเงินทุนจากสาธารณะเพื่อนำไปใช้ในการขยายธุรกิจหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนได้ง่ายและรวดเร็ว ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ ภายหลังจากการเข้าจดทะเบียนยังเป็นการเปิดโอกาสให้กิจการสามารถเลือกระดมทุนผ่านการออกหลักทรัพย์ประเภทต่างๆ ได้ง่ายขึ้น
- เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่กิจการ เนื่องจากได้ผ่านการพิจารณาจากสำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์ฯ ว่าเป็นกิจการที่มีฐานะมั่นคง มีผลการดำเนินงานที่ดี และมีการเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส อันนำไปสู่ความน่าเชื่อถือ และอำนาจในการต่อรองซึ่งเป็นประโยชน์ในการประกอบธุรกิจ
- ช่วยกระตุ้นให้กิจการมีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ และรัดกุมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากกิจการอยู่ในความสนใจของนักลงทุน
- เงินปันผลที่ได้รับจากการถือหุ้นของบริษัทอื่นที่มีการจัดตั้งตามกฎหมายไทย หรือ กองทุนรวม จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ แต่ต้องเป็นเงินที่ได้รับจากหุ้นหรือหน่วยลงทุนที่ถือไว้ไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนและหลังวันที่ได้รับเงินปันผล

2. ประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้น

- เสริมสร้างสภาพคล่องให้กับผู้ถือหุ้นในการซื้อขายเปลี่ยนมือหรือเปลี่ยนเป็นเงินสด ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น
- ได้รับความคุ้มครองในการลงทุนจากกฎระเบียบในการกำกับดูแลการซื้อขายหลักทรัพย์ และการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นธรรม
- ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากเงินปันผลและเงินที่ได้จากการขายหลักทรัพย์

2.5 ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของกิจการและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม คือ ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication theory) และทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory)

ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication theory)

ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication theory) อธิบายถึงการเข้าใจถูกต้องตรงกันของผู้รับสารจากสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อสารออกไป โดยการสื่อสารจะเริ่มต้นจากผู้ส่งสารซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลทำหน้าที่ส่งข่าวสารไปยังผู้รับผ่านตัวกลางในลักษณะของสัญญาณ เมื่อผู้รับได้รับสัญญาณแล้ว สัญญาณนั้นจะถูกปรับให้เหมาะสมเพื่อแปลสัญญาณเป็นข่าวสารให้ตรงกับสิ่งที่ผู้ส่งส่งมาอีกครั้งหนึ่ง อย่างไรก็ตามบางครั้งสัญญาณที่ถูกส่งออกไปอาจถูกรบกวนหรือมีบางอย่างมาขัดขวาง ข่าวสารที่ส่งไปยังจุดหมายจึงเกิดการผิดเพี้ยน ทำให้การแปลความหมายหรือการสื่อสารผิดพลาด (กิดานันท์ มลิทอง, 2548) ภายใต้อิทธิพลของการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงินของกิจการให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อใช้ในการสรุปผลการดำเนินงานต่างๆขององค์กร (Srivastava and Lurie, 2001) โดยองค์กรสามารถส่งมอบข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงินผ่านการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเพิ่มความได้เปรียบและความสามารถในการแข่งขัน และยังแสดงให้เห็นว่าองค์กรได้ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับในรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม (Meyer and Rowan, 1977) แต่ทั้งนี้หากการรายงานดังกล่าวไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะไม่มีประโยชน์ต่อองค์กร อาจกล่าวได้ว่าไม่มีคุณค่าทางด้านสื่อสาร (Smith and Smith, 1971)

ทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory)

ทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory) อธิบายถึงความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูล (Information Asymmetry) ระหว่างผู้ถือหุ้นรายใหญ่หรือผู้บริหารที่มีข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ลงทุน การตัดสินใจเรื่องโครงสร้างเงินทุนจึงเป็นการส่งสัญญาณให้ผู้ลงทุนรู้ว่าผู้บริหารมีความเห็นอย่างไรต่อทิศทางของบริษัทในอนาคต (Spence, 1978) ทฤษฎีการส่งสัญญาณถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งและผู้รับสัญญาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความไม่สมดุลของข้อมูลระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก คุณภาพของสัญญาณจะแสดงถึงชื่อเสียงขององค์กร (Certo, 2003) ซึ่งเป็นผลประโยชน์เชิงบวก โดยบุคคลภายนอกมักจะอนุมานว่าบริษัทที่ส่งสัญญาณเป็นบริษัทที่มีคุณภาพสูงหากองค์กรสามารถส่งข้อมูลที่แตกต่างจากองค์กรอื่น และผู้รับสามารถบอกความแตกต่างได้ (Verrecchia, 1983; Dye, 1985) จากทฤษฎีดังกล่าวบ่งชี้

ว่าองค์กรที่มีความพร้อมของทรัพยากรทางเศรษฐกิจ และมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นนั้น มักจะมีแนวโน้มในการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับ CSR เพิ่มสูงขึ้น และจะใช้ความยั่งยืนหรือการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อส่งสัญญาณถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ทราบถึงประสิทธิภาพและความมั่นคงของผลการดำเนินงานขององค์กร อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นขององค์กร และนโยบายระยะยาวสำหรับการจัดการความยั่งยืน (Bae et al. , 2018) ด้วยเช่นกัน การเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจขององค์กรจึงเป็นหนึ่งในวิธีการส่งสัญญาณข้อมูลบางอย่างไปยังนักลงทุนเพื่อแสดงให้เห็นว่าพวกเขาดีกว่าคนอื่นๆ โดยกิจการจะเปิดเผยข้อมูลมากกว่าที่จำเป็นตามกฎหมายและข้อบังคับเพื่อเป็นการส่งสัญญาณว่าดีกว่าในการดึงดูดการลงทุนและเสริมสร้างชื่อเสียงที่ดี

ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จะใช้ทฤษฎีการสื่อสาร และทฤษฎีการส่งสัญญาณ เพื่อศึกษาขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยจะใช้ทฤษฎีการสื่อสารเพื่ออธิบายขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และใช้ทฤษฎีการส่งสัญญาณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

ชลินธร ฐูจำ (2551) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมกับองค์ประกอบของคณะกรรมการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2549 ในกลุ่ม SET 100 เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี ผลจากการศึกษาพบว่าบริษัทมีการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมโดยเฉลี่ยอัตราร้อยละ 41 โดยเรื่องที่เปิดเผยมากที่สุดคือ ธรรมชาติขององค์กร และเรื่องที่เปิดเผยน้อยที่สุดคือ การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม

Bozzolan et al. (2003) ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอิตาลี จำนวน 201 บริษัท ในปี ค.ศ. 2001 โดยเก็บข้อมูลจากรายงาน

ประจำปี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลจากการศึกษาพบว่าบริษัทในประเทศอิตาลีได้ให้ความสำคัญและมีการเปิดเผยข้อมูลกับทุนทางปัญญา โดยการเปิดเผยข้อมูลส่วนใหญ่เกิดจากโครงสร้างภายนอก(ความสนใจของลูกค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย ความร่วมมือทางธุรกิจ และแบรนด์) เพื่อเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ยังพบว่าบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงจะเปิดเผยข้อมูลสูงกว่าบริษัทที่มีชื่อเสียงในระดับต่ำ อย่างไรก็ตามการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวไม่มีความแตกต่างกัน

García-Meca et al. (2005) ศึกษาปัจจัยที่อธิบายการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาแก่นักวิเคราะห์ทางการเงิน ของบริษัทที่จดทะเบียนในประเทศสเปน จำนวน 257 บริษัท ในระหว่างปี ค.ศ. 2000 - 2001 เก็บข้อมูลจากรายงานที่เสนอต่อนักวิเคราะห์ทางการเงิน ผลจากการศึกษาพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลมีความแตกต่างกันตามหมวดหมู่ของทุนทางปัญญา โดยบริษัทมักจะรายงานข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ลูกค้าและกระบวนการต่างๆ แต่การรายงานข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากบริษัทมองว่าข้อมูลดังกล่าวอาจเป็นประโยชน์ต่อคู่แข่ง ทำให้บริษัทอาจเสียเปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังพบว่าบริษัทที่มีขนาดใหญ่จะเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาในระดับที่สูงกว่าบริษัทขนาดเล็ก

Hasseldine et al. (2005) ศึกษาผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณและคุณภาพต่อชื่อเสียงของ UK Plcs จำนวน 139 บริษัท จาก Datastream และ London Business School Risk Management Service เก็บข้อมูลจากผลการสำรวจของ UK MAC ในปี ค.ศ. 2000 ผลจากการศึกษาพบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพช่วยเพิ่มชื่อเสียงด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ โดยการเปิดเผยข้อมูลจะช่วยรักษาชื่อเสียงด้านสิ่งแวดล้อม และอาจได้รับความช่วยเหลือหรือเงินลงทุนในการทำวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แต่การเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณไม่แตกต่างจากการเปิดเผยข้อมูลอื่นๆ ในแง่ของความสามารถในการสร้างชื่อเสียงด้านสิ่งแวดล้อม

Haron et al. (2007) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศมาเลเซีย จำนวน 78 บริษัท ในปี ค.ศ.

2000 เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี โดยปัจจัยที่ใช้ทดสอบได้แก่ ขนาดของบริษัทวัดจากอัตราส่วนหมุนเวียนของยอดขาย และประเภทของอุตสาหกรรม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลจากการศึกษาพบว่าขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

Dhaliwal et al. (2011) ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงินโดยสมัครใจ และศึกษาต้นทุนของเงินทุนของบริษัทที่อยู่ในฐานข้อมูล KLD STATS และ Compustat ในประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 1,190 บริษัท ระหว่างปี ค.ศ. 1993 – 2007 โดยเก็บข้อมูลจากรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมที่แยกออกจากรายงานประจำปี ผลจากการศึกษาพบว่า ต้นทุนเงินทุนที่เพิ่มขึ้นในปีก่อนหน้าส่งผลให้บริษัทเริ่มเปิดเผยข้อมูล CSR อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูล CSR ด้วยผลการดำเนินงานด้าน CSR ที่มีประสิทธิภาพสูงมักจะดึงดูดนักลงทุนมากกว่า และท้ายที่สุดบริษัทจะใช้ประโยชน์จากการเปิดเผยข้อมูล CSR ในการลดต้นทุนของบริษัท

Bayoud et al. (2012) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 135 บริษัท ในปี ค.ศ. 2007 – 2009 เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคือ อายุของกิจการ จากการศึกษาพบว่า อายุของกิจการมีอิทธิพลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

2.6.2 ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

ศุภกันยา ห้วยฝัด (2550) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 80 บริษัท ประจำปี พ.ศ. 2548 เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติถดถอยพหุคูณ ผลจากการศึกษาพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ยังพบว่าผลการดำเนินงานไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

พฤษภา พึงจิตต์ประไพ (2551) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จำนวน 107 บริษัท รวบรวมข้อมูลจากงบการเงินและรายงานประจำปี ผลจากการศึกษาพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับร้อยละ 26.18 โดยมีการเปิดเผยข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด และด้านการใช้พลังงานน้อยที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ขนาดของกิจการ ประเภทสำนักงานสอบบัญชี และความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

ฉัฐิมา กิ่งแก้ว และมนวิกา ผดุงสิทธิ์ (2555) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมตามความ สัมครใจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2553 จำนวน 381 บริษัท เก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงินและแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) ผลจากการศึกษาพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำคิดเป็นร้อยละ 23.40 โดยบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลด้านนโยบายสิ่งแวดล้อมมากที่สุด นอกจากนี้ ยังพบว่า สำนักงานสอบบัญชีมีความสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมในทิศทางเดียวกัน แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานขององค์กรกับระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม กล่าวคือไม่ว่าองค์กรจะมีผลกำไร รายได้สูงหรือต่ำก็ไม่มีผลทำให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมน้อยลง

ณิชวรรณ วิชัยดิษฐ (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2552 จำนวน 215 บริษัท เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี รายงานผลการดำเนินงานด้านสังคมของบริษัท เว็บไซต์ของบริษัท และฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลจากการศึกษาพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับต่ำ โดยบริษัทในกลุ่มทรัพยากรเปิดเผยข้อมูลสูงสุด และกลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภคเปิดเผยข้อมูลต่ำสุด หัวข้อที่มีการเปิดเผยมากที่สุดคือการกำกับดูแลกิจการ รองลงมาคือเรื่องการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม เรื่องความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และเรื่องนวัตกรรมและการเผยแพร่

นวัตกรรม ตามลำดับ เนื่องจากในปัจจุบันสังคมอุตสาหกรรมของประเทศไทยส่วนใหญ่ยังดำเนินธุรกิจแบบรับจ้างผลิต ผู้ประกอบการจึงไม่มีเวลาในการคิด พัฒนา ต่อยอดให้เกิดเป็นนวัตกรรม รวมไปถึงการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมของผู้นำองค์กร ทำให้การพัฒนานวัตกรรมของภาคเอกชนไทยยังอยู่ในขอบเขตที่จำกัด ซึ่งเห็นได้จากธุรกิจนวัตกรรมภายในประเทศยังมีอยู่จำนวนน้อย นอกจากนี้ยังพบว่าอายุของกิจการ และความสามารถในการทำกำไร ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม กล่าวคือไม่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูล

พิชานันท์ ภาโสภะ (2555) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมตาม ISO 26000 และตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 93 บริษัท ประจำปี พ.ศ. 2553 เก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี ผลจากการศึกษาพบว่า การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับต่ำ และไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงาน

มัณฑชัย สุทธิพันธุ์ (2555) ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมในรายงานประจำปีของบริษัทขนาดใหญ่ จำนวน 50 บริษัท ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ อายุของกิจการ ลักษณะผู้ตรวจสอบบัญชี และความสามารถในการทำกำไร ผลจากการศึกษาพบว่า บริษัทจำนวนร้อยละ 96 มีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลมากที่สุดในกลุ่มพลังงาน และบริษัทในกลุ่มเทคโนโลยีเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมต่ำที่สุด อย่างไรก็ตาม ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกิจการ ลักษณะผู้ตรวจสอบบัญชี และความสามารถในการทำกำไรกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

เกษชนก เมฆเจริญ (2555) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลตอบแทนหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ.2553 จำนวน 352 บริษัท เก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปีและแบบแสดงรายงานข้อมูลประจำปี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลจาก

การศึกษา พบว่าการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อธรรมาภิบาลมีการเปิดเผยข้อมูลมากที่สุด และหัวข้อสิทธิมนุษยชนมีการเปิดเผยน้อยที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าผลตอบแทนหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

นฤมล ลีทธิเดช (2556) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานประจำปีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2554 จำนวน 220 บริษัท เก็บรวมข้อมูลจากรายงานประจำปีด้วยวิธีการนับค่า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลจากการศึกษาพบว่า บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากรและพลังงานมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุดและหัวข้อแรงงานเป็นหัวข้อที่มีการรายงานสูงที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าลักษณะของอุตสาหกรรม ประเภทสำนักงานสอบบัญชี และการจัดทำมาตรฐาน ISO 14001 มีอิทธิพลต่อปริมาณการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของกิจการ ความสามารถในการทำกำไร รางวัล CSR Awards กับปริมาณการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

ปทุมพร หิรัญสาดี (2557) ศึกษาการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการใน 56-1 และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2554 จำนวน 221 บริษัท เก็บข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ อายุ และชนิดของสำนักงานตรวจสอบบัญชี ผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มทรัพยากรมีปริมาณการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมสูงสุด กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีปริมาณการรายงานน้อยที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าชนิดของสำนักงานตรวจสอบบัญชีมีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษาในครั้งนี้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกิจการและความสามารถในการทำกำไรกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ธัญพัทธ์ ฐานุจิรัตน์ (2558) ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานของบริษัทที่

จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ปีพ.ศ. 2555 – 2558 จำนวน 41 บริษัท เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ผลจากการศึกษาพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับต่ำ ขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ยังพบว่าโครงสร้างเงินทุนและความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในทิศทางตรงกันข้าม

จันทรา เรื่องช่วย (2559) ศึกษาอิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรขององค์การบริหารส่วนตำบลในประเทศไทย จำนวน 372 แห่ง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลจากการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับที่ต่ำมาก และการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเกี่ยวกับพนักงานมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กร

นิธิภักดี ปินตา (2559) ศึกษาผลกระทบของรายงานความยั่งยืนต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในกลุ่มประเทศอาเซียน ในปี พ.ศ. 2557 จำนวน 100 บริษัท โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงิน และรายงานประจำปี ผลจากการศึกษาพบว่าความยั่งยืนไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังพบว่ารายได้รวมของบริษัทไม่ส่งผลกระทบต่อการรายงานความยั่งยืน กล่าวคือไม่ว่าบริษัทจะมีรายได้มากน้อยเพียงใดก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อการรายงานความยั่งยืน เนื่องจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อาเซียนจะมีการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนตามที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนดให้ทำการเปิดเผยหรือรายงานด้วยความสมัครใจ

มัณฑชัย สุทธิพันธุ์ และ นฤมล ลิทธิเดช (2559) ศึกษาการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 220 บริษัท ในปี พ.ศ. 2554 เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลจากการศึกษาพบว่า มีบริษัทที่รายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 221 บริษัท กลุ่ม

อุตสาหกรรมที่มีปริมาณการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุด คือ อุตสาหกรรม ทรัพยากรและพลังงาน บริษัทที่ไม่มีผลการรายงานข้อมูลดังกล่าวอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ และกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามไม่พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างปริมาณการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานของกิจการ

ภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกร และคณะ (2560) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะ ของบริษัทจดทะเบียนกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงาน เพื่อ ศึกษาลักษณะการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของ บริษัทกับการเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงานในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 100 บริษัทขนาดใหญ่ ระหว่างปี พ.ศ. 2556- 2558 เก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี และรายงานความยั่งยืนที่เปิดเผยบนเว็บไซต์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสมการถดถอย ผลจากการศึกษาพบว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเน้นเรื่องการกำกับดูแล และคุณลักษณะของกิจการกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน

Hackston and Milne (1996) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและ สิ่งแวดล้อมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศนิวซีแลนด์จำนวนสูงสุด 47 อันดับแรก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 1992 เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปีโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา จากการศึกษาพบว่าบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในหัวข้อทรัพยากรมนุษย์มากที่สุด อย่างไรก็ตามไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการทำกำไรกับการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว

Boulstridge and Carrigan (2000) ศึกษาว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความ รับผิดชอบต่อองค์กร เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ผลจากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมขององค์กรที่มีความ รับผิดชอบต่อสังคมไม่ได้เป็นเกณฑ์สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค คุณภาพ

ราคา และความสะดวกสบายยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด โดยผู้บริโภคซื้อด้วยเหตุผลส่วนตัวมากกว่าที่จะเป็นเรื่องของสังคม

Wilmshurst and Frost (2000) ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่จดทะเบียนในประเทศออสเตรเลีย ระหว่างปี 1994 – 1995 จำนวน 105 บริษัท เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และรายงานประจำปี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ความกังวลของลูกค้า ความกังวลของซัพพลายเออร์ และความกังวลของชุมชนที่มีต่อการปฏิบัติงาน ผลจากการศึกษาพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความกังวลของลูกค้า ความกังวลของซัพพลายเออร์ และความกังวลของชุมชนกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

Mohr et al. (2001) ศึกษาความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อความคาดหวังในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และผลกระทบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อพฤติกรรมการซื้อ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผลจากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคมีความคาดหวังให้บริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผู้บริโภครับรู้ว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นการช่วยเหลือผู้อื่น และเป็นประโยชน์ต่อองค์กรเอง แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้อเป็นหลัก สาเหตุมาจาก 1.) การซื้อตามเกณฑ์ราคา คุณภาพ และความสะดวกสบายแบบดั้งเดิมยังคงเป็นปัจจัยหลัก 2.) ระดับความรู้ และการเข้าถึงข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอยู่ในระดับต่ำ มีเพียงกลุ่มเล็กๆ มิให้ความสนใจ และพยายามที่จะกดดันให้องค์กรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

Ahmad et al. (2003) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลัก ทรัพย์ของประเทศมาเลเซียเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม โดยเก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี ค.ศ. 1999 จำนวน 299 บริษัท ศึกษาโดยตัวแปรอิสระ ได้แก่ ประเภทของสำนักงานสอบบัญชี ทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก จากการศึกษาพบความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับประเภทของสำนักงานสอบบัญชี แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการทำกำไรกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

Haniffa and Cooke (2005) ศึกษาผลกระทบของวัฒนธรรมและการกำกับดูแลต่อการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศมาเลเซีย โดยศึกษาข้อมูลจากรายงานประจำปีเปรียบเทียบระหว่างปี ค.ศ. 1996 และ 2002 ผลจากการศึกษาพบว่าบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้ยังพบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และความสามารถในการทำกำไร

Liu and Anbumozhi (2009) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศจีน จำนวน 175 บริษัท ในปี ค.ศ. 2006 โดยเก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี ใช้สถิติการเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ผลจากการศึกษาพบว่า ความกดดันทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับระดับการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสิ่งแวดล้อม แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพในการเรียนรู้ อายุของกิจการ ความกดดันจากผู้ถือหุ้น ความกดดันจากเจ้าหน้าที่ตั้งของกิจการกับระดับการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสิ่งแวดล้อม

Moneva and Cuellar, (2009) ศึกษาการรายงานด้านสิ่งแวดล้อมทางการเงินและไม่ใช้ทางการเงิน ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศมาดริด จำนวน 44 บริษัท ศึกษาข้อมูลระหว่างปี ค.ศ. 1996 – 2004 เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี ผลจากการศึกษาพบว่า การรายงานด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพทางการเงิน การรายงานด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มสูงขึ้นหลังจากการนำมาตรฐานการบัญชีมาใช้ในปี ค.ศ. 2002

Khan (2010) ศึกษาผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศบังกลาเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2550 -2551 จำนวน 30 ธนาคาร เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี โดยมีตัวแปรใช้ในการศึกษา ได้แก่ ขนาดวัดค่าจากสินทรัพย์รวม ความสามารถในการทำกำไร วัดค่าจากผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น และอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ผลจากการศึกษาพบว่าขนาดและความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับระดับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคาร แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนกับระดับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคาร

Huang and Kung (2010) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทยได้หวั่น ปี 2003 - 2005 จำนวน 759 บริษัทเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปีของบริษัท ข้อมูลทางการเงินและอื่น ๆ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ขนาดของบริษัท ส่วนแบ่งทางการตลาด จำนวนพนักงาน และความสามารถในการทำกำไร ผลจากการศึกษาพบว่าขนาดของบริษัท ส่วนแบ่งทางการตลาด และจำนวนพนักงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังพบว่าความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

Murcia and Santos (2010) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจของบริษัทมหาชนในประเทศบราซิลที่ใหญ่ที่สุด 100 อันดับแรก เก็บข้อมูลจากงบการเงินปี ค.ศ. 2006 – 2008 ผลจากการศึกษาพบว่าบริษัทที่มีความสามารถในการทำรายได้หรือกำไรสูงจะมีการรายงานความยั่งยืนหรือข้อมูลทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากกว่าบริษัทที่มีรายได้หรือกำไรในระดับต่ำ

Kartadjumena et al. (2011) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกำไรและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอินโดนีเซีย จำนวน 140 บริษัท ในปี 2009 เก็บข้อมูลจากงบการเงินปี ค.ศ. 2007 - 2009 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคือกำไรวัดจากกำไรต่อหุ้น ผลจากการศึกษาพบว่ากำไรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคม โดยพบว่าแนวโน้มของกำไรเพิ่มขึ้นทุกปีเช่นเดียวกับแนวโน้มการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

Hussainey et al. (2011) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอียิปต์ จำนวน 111 บริษัท ในปี ค.ศ. 2005 – 2010 เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี ผลจากการศึกษาพบว่า ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และชนิดของผู้ตรวจสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

Rahman et al. (2011) ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศมาเลเซีย ณ วันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 จำนวน 44 บริษัท ศึกษาเป็นเวลา 2 ปี ตั้งแต่ ค.ศ. 2005 -2006 เก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี จากการศึกษาพบว่าบริษัทมีแนวโน้มในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากกดดันจากลูกค้าและสมาคมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญของข้อมูลที่เชื่อถือได้เกี่ยวกับคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ การบริการลูกค้า การปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมผ่านการวิจัยและออกแบบ ความต้องการของผู้ถือหุ้นหรือนักลงทุนที่เน้นย้ำให้บริษัทต้องมีการปรับปรุงการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติของบริษัท เป็นสาเหตุที่ทำให้มีการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มสูงขึ้น แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการทำกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

Li et al. (2013) ศึกษาผลการดำเนินงาน ความเป็นเจ้าของ และการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศจีน จำนวน 1,574 บริษัท ในปี ค.ศ. 2009 เก็บข้อมูลจากเอกสารรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ผลจากการศึกษาพบว่าผลประกอบการของบริษัทมีผลกระทบเชิงบวกต่อการเปิดเผยข้อมูล CSR แสดงให้เห็นว่าเมื่อบริษัททำงานได้ดีก็มีแนวโน้มที่จะเปิดเผยกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นดีขึ้น

Hamrouni et al. (2015) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการส่งสัญญาณผลการดำเนินงานของบริษัทกับการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหุ้น Euronext ประเทศฝรั่งเศส ระหว่างปี ค.ศ. 2004 - 2009 จำนวน 179 บริษัท เก็บข้อมูลจากฐานข้อมูลWorldscope และรายงานประจำปี ผลจากการศึกษาพบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างผลการดำเนินงานและการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจ กล่าวคือการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจในรายงานประจำปีมีบทบาทที่สำคัญในการส่งสัญญาณและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องซึ่งจะอธิบายถึงประสิทธิภาพและคุณภาพของบริษัท

Ortas et al. (2015) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยทางการเงินที่มีผลต่อการรายงานความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม จำนวน 3,931 บริษัท จาก 51 อุตสาหกรรม และ 59 ประเทศ ผลจากการศึกษาพบว่าผลการดำเนินงานทางการเงินมีความสัมพันธ์กับระดับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ยังพบว่าค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาของบริษัทมีอิทธิพลต่อการรายงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทที่มีค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาที่สูงขึ้นจะมีระดับการรายงานด้านสิ่งแวดล้อมที่สูงขึ้นเช่นกัน

Sial et al. (2018) ศึกษาอิทธิพลของผลการดำเนินงานต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศจีน ระหว่างปี ค.ศ. 2008 - 2015 จำนวน 4,257 บริษัท เก็บข้อมูลจากฐานข้อมูลในตลาดหลักทรัพย์ ผลจากการศึกษาพบว่าผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทที่มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นรายงานเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าบริษัทที่มีประสิทธิภาพต่ำกว่า

ตารางที่ 2.2 สรุปผลการศึกษาในอดีตที่มีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

ตัวแปร	ผู้ทำการศึกษา	ความสัมพันธ์/ ผลการศึกษา
ผลการดำเนินงาน		
ด้านการเงิน	พฤกษา พึ่งจิตต์ประไพ (2551), เกษชนก เมฆเจริญ (2555), จันทรา เรื่องช่วย (2559), ภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกร และคณะ (2560), Wilmshurst and Frost (2000), Haniffa and Cooke (2005), Moneva and Cuellar (2009), Khan (2010), Murcia and Santos (2010), Hussainey et al. (2011), Kartadjumena et al. (2011), Li et al. (2013), Hamrouni et al. (2015), Sial et al (2018), Ortas et al. (2015)	(+)
	Huang and Kung (2010), ชันยพัต ฐานุจิรัตน์ (2558)	(-)
	ศุภันยา ห้วยผัด (2550), จุติมา กิ่งแก้ว และมนวิภา ผดุงสิทธิ์ (2555), ณิชาวรรณ วิชัยดิษฐ์ (2555), พิษชานันท์ ภาโสภะ (2555), มัทนชัย สุทธิพันธุ์ (2555), ปทุมพร หิรัญสาตี (2557), นิธิภักดิ์ ปินตา (2559), มัทนชัย สุทธิพันธุ์ และนฤมล สิทธิเดช (2559), Hackston and Milne (1996), Ahmad et al. (2003), Rahman et al. (2011), นฤมล สิทธิเดช (2556)	X
ไม่ใช่ด้าน การเงิน	สินีนากู วงศ์เทียนชัย และคณะ (2558), Wilmshurst and Frost (2000), Huang and Kung (2010), Rahman et al. (2011), Ortas et al. (2015), นฤมล สิทธิเดช (2556), Mohr et al. (2001)	(+)
	Boulstridge and Carrigan (2000), Liu and Anbumozhi (2009), นฤมล สิทธิเดช (2556)	X

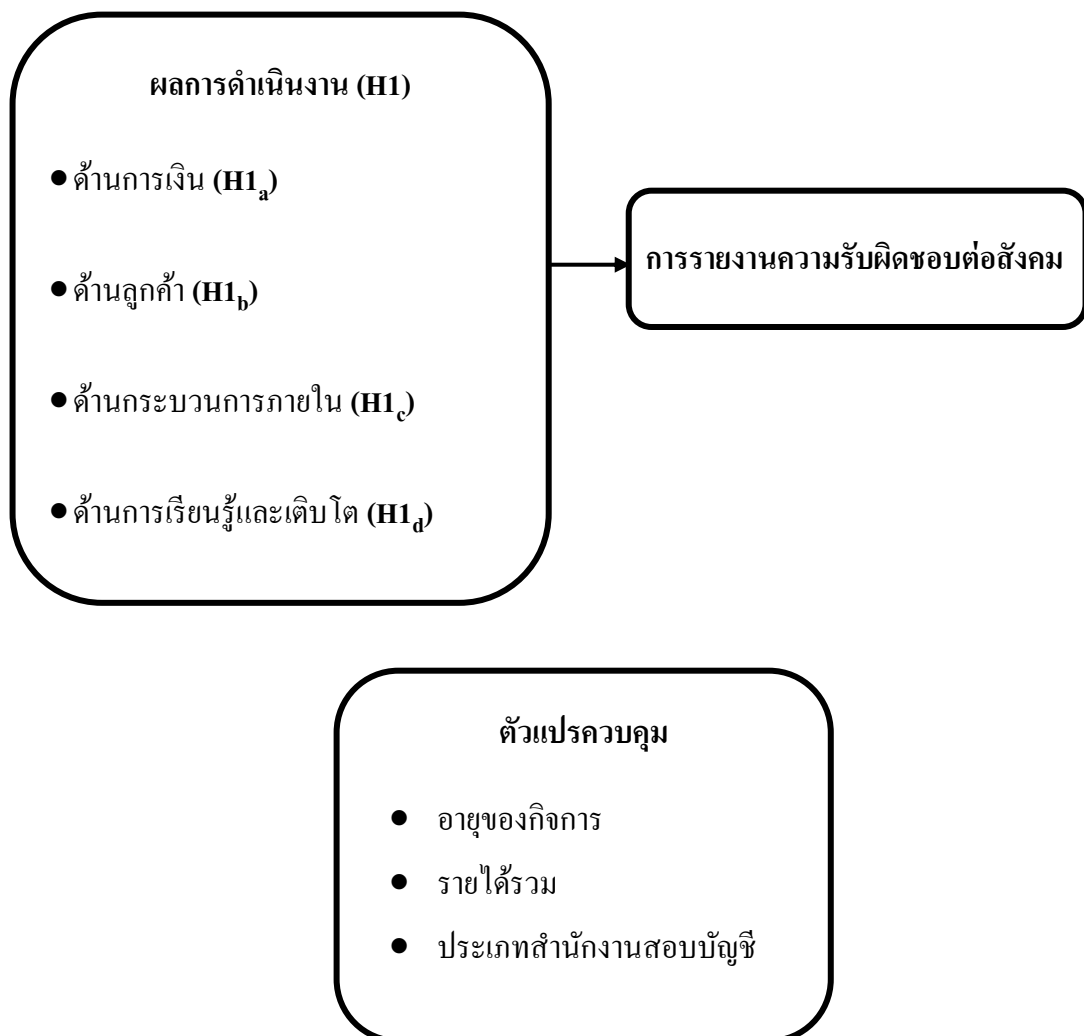
โดย (+) หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

(-) หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงลบกับระดับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

X หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

2.7 กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งสามารถสรุปแนวคิดการศึกษาได้ ดังนี้



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ” มีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 สมมติฐานการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 สมมติฐานการวิจัย

3.1.1 ผลการดำเนินงาน

ผลการศึกษาในอดีตของ Hussainey et al. (2011), Kartadjumena et. al (2011), พฤกษา พึ่งจิตต์ประไพ (2551), Haniffa and Cooke (2005), Khan (2010) และ Hamrouni et al. (2015) พบว่าผลการดำเนินงานมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ยิ่งกิจการมีผลการดำเนินงานที่ดีรายงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมก็ยิ่งเพิ่มสูงขึ้น (Sial et al., 2018) ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งสัญญาณที่ดีและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Hamrouni et al., 2015) เพื่อใช้ในการตัดสินใจที่ถูกต้อง อย่างไรก็ตามผลการศึกษาของ ธนยพัต ฐานุจิรัตน์ (2558) และ พิษานันท์ ภาโสภะ (2555) ไม่พบความสัมพันธ์ดังกล่าว และ Huang and Kung (2010) พบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างผลการดำเนินงานและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม จากการศึกษาดังกล่าว จึงตั้งสมมติฐานว่า

H1: ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

3.1.2 มุมมองด้านการเงิน

จากผลการศึกษาของ ชาญพัทธ์ ฐานุจิรัตน์ (2558), Haniffa and Cooke (2005), Khan (2010), Kartadjumena et al. (2011) และ Hussainey et al. (2011) พบว่าความสามารถในการทำกำไรมีผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แสดงให้เห็นว่ากิจการที่มีกำไรเพิ่มสูงขึ้นมักจะมีแนวโน้มด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มสูงขึ้น และมีการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย (พฤกษา พึ่งจิตต์ประไพ, 2551) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kartadjumena et al. (2011) ที่พบว่ากำไรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยองค์กรที่มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น มักจะแสดงหรือนำเสนอข้อมูลของตนเองผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับรู้ถึงประสิทธิภาพและความมั่นคงของผลการดำเนินงาน ในขณะที่ ปทุมพร หิรัญสาลี (2557), นฤมล สิทธิเดช (2556) พบว่าความสามารถในการทำกำไรไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าในประเทศกำลังพัฒนายังให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวแตกต่างจากประเทศที่พัฒนาแล้ว (สินีนานฎ วงศ์เทียนชัย และคณะ, 2558) จากการศึกษาดังกล่าว จึงตั้งสมมติฐานว่า

H1_a: ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

3.1.3 มุมมองด้านลูกค้า

ผลการศึกษาของ Rahman et al. (2011) คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการเลือกตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของกลุ่มผู้บริโภค โดย Mohr et al. (2001) พบว่าผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมจะหลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทที่เป็นอันตรายต่อสังคม ดังนั้นภาพลักษณ์และชื่อเสียงของกิจการที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ จึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ลูกค้าจะพิจารณาก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ หรือทำการซื้อซ้ำ (Huang and Kung, 2010) จากข้อมูลดังกล่าวทำให้บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงของข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกันระหว่างภายในและภายนอกองค์กร นอกจากนี้ Park (1999) ยัง

พบว่ากิจการที่มีลูกค้าสัมพันธ์ที่ดีจะมีการเปิดเผยข้อมูลด้านการปกป้องสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพสูง อย่างไรก็ตาม Boulstridge and Carrigan (2000) พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมยังคงห่างไกลจากการเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เกณฑ์ดั้งเดิม เช่น ราคา คุณภาพและความคุ้นเคยกับภาพลักษณ์ยังคงเป็นเกณฑ์ทางเลือกที่สำคัญที่สุดของผู้บริโภค โดยจะเลือกซื้อด้วยเหตุผลส่วนตัวมากกว่าการเลือกซื้อด้วยเหตุผลทางสังคม จากการศึกษาดังกล่าว จึงตั้งสมมติฐานว่า

H1_b: ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

3.1.4 มุมมองด้านกระบวนการภายใน

ผลการศึกษาของ Hasseldine et al. (2005) และ Moneva and Cuellar (2009) พบว่าการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาจะทำให้เกิดการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นจากการจัดสรรทรัพยากรให้กับกิจกรรมดังกล่าว เป็นข้อบ่งชี้ที่ว่าองค์กรพยายามที่จะสร้างผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการที่เป็นนวัตกรรมมากขึ้นเพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ และ Ortas et al. (2015) พบว่าการใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาของบริษัท มีอิทธิพลต่อรายงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร ยิ่งค่าใช้จ่ายสูงขึ้นเท่าใด ระดับการรายงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรก็จะสูงขึ้นตามไปด้วย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าและนักลงทุนในการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร (Bozzolan et al., 2003) โดยสื่อสารข้อมูลผ่านการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา อย่างไรก็ตามการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาอาจส่งผลเสียต่อองค์กรในด้านการแข่งขันด้วยเช่นกัน เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวอาจเอื้อประโยชน์ให้กับบริษัทคู่แข่ง (García-Meca et al., 2005)

H1_c: ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านกระบวนการภายในมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

3.1.5 มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต

เป็นมุมมองที่องค์กรต้องคำนึงถึงการเรียนรู้ในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายและสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ซึ่งวัดได้จากความพึงพอใจของพนักงาน โดย Huang and Kung (2010) พบว่าหากพนักงานต้องการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมก็จะเพิ่มสูงขึ้น การให้ความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการลดความไม่สมดุลของข้อมูลและความไม่แน่นอนที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าของบริษัท นอกจากนี้การศึกษาของ สินีนาฏ วงศ์เทียนชัย และคณะ (2558) พบว่าความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลในด้านของเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามผลการศึกษาของ Liu and Anbumozhi (2009) ที่พบว่าศักยภาพในการเรียนรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาดังกล่าว จึงตั้ง สมมติฐานว่า

H1_a: ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านการเรียนรู้และเติบโตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บริษัทที่มีรายชื่อจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในปี พ.ศ. 2557 – 2561 จากทุกกลุ่มอุตสาหกรรม โดยไม่รวมกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน จำนวน 6 บริษัท เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีลักษณะเฉพาะ และมีโครงสร้างเงินทุนที่แตกต่างกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น (นิชวรรณ วิชัยดิษฐ, 2555) รวมถึงบริษัทที่มีรอบระยะเวลาบัญชีต่างไปจาก 31 ธันวาคม จำนวน 4 บริษัท และบริษัทที่มีข้อมูลรายงานประจำปีไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา จำนวน 29 บริษัท คงเหลือทั้งสิ้น 61 บริษัท ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 7 กลุ่มอุตสาหกรรมตามเกณฑ์การแบ่งประเภทอุตสาหกรรมของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตามตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ลำดับ	กลุ่มอุตสาหกรรม	ประชากร	
		จำนวน	ร้อยละ
1	กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	3	4.92
2	กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	4	6.56
3	กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	15	24.59
4	กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	9	14.75
5	กลุ่มทรัพยากร	6	9.84
6	กลุ่มบริการ	19	31.15
7	กลุ่มเทคโนโลยี	5	8.20
	รวม	61	100

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562 ข้อมูล ณ วันที่ 25 สิงหาคม พ.ศ. 2562

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ จะใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Date) โดยแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น

1. ข้อมูลผลการดำเนินงานของกิจการ เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี (แบบ 56-2) ที่เปิดเผยผ่านเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. ข้อมูลการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี (แบบ 56-2) ภายใต้หัวข้อ “ความรับผิดชอบต่อสังคม” ที่เปิดเผยผ่านเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. ข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น อายุของกิจการ รายได้รวม และประเภทสำนักงานสอบบัญชี เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี (แบบ 56-2) ที่เปิดเผยผ่านเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และฐานข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET SMART)

ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลที่ทำการศึกษาจากรายงานประจำปี (แบบ 56-2) เว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และฐานข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET SMART) นั้น เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นการรายงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย นอกจากนี้ รายงานประจำปียังเป็นแหล่งข้อมูลหลักของการเปิดเผยข้อมูลภาคบังคับและการสมัครใจโดยให้ข้อมูลที่สำคัญสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Wiseman, 1982) และยังเป็นสื่อที่ได้รับการยอมรับจากทุกภาคส่วน (มัทนชัย สุทธิพันธุ์ และ นฤมล สิทธิเดช, 2559) ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการวัดมูลค่าของแต่ละตัวแปร ตามวิธีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงวิธีการวัดมูลค่าตัวแปร

ตัวแปร	วิธีการวัดมูลค่า
ผลการดำเนินงาน	วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ด้วยวิธีการวัด
ผลการดำเนินงานด้านการเงิน	ค่าคะแนน (นันทวี ลดาพรหมทอง, 2562)
ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า	จำนวน 28 ข้อ คะแนนรวม 28 คะแนน
ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน	
ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และเติบโต	
รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม	วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ด้วยวิธีการวัดค่าคะแนน Checklist (ณิชวรรณ วิชัยดิษฐ, 2555; พิษานันท์ ภาโสภะ, 2555)
	จำนวน 40 ข้อ คะแนนรวม 40 คะแนน
อายุของกิจการ	ระยะเวลาจำนวนปีนับตั้งแต่ปีที่ก่อตั้งจนถึงปีที่ทำการศึกษา (มัทนชัย สุทธิพันธุ์, 2555)
รายได้รวม	ค่าจากลอการิทึมธรรมชาติของรายได้รวม (นิธิภักดิ์ ปินตา, 2559)
ประเภทสำนักงานสอบบัญชี	บริษัทที่ตรวจสอบบัญชีเป็น Big 4 หรือไม่ ใช้ตัวแปรหุ่น โดยกำหนดว่า 1 = ใช่, 0 = ไม่ใช่ (ปทุมพร หิรัญสาลี, 2557)

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้แบบประเมินผล (Checklist) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล และประยุกต์ใช้แบบเก็บข้อมูลจากการศึกษาในอดีตผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของ นันทวดี ลดาพรหมทอง (2562) และประยุกต์ใช้แบบเก็บข้อมูลการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของ ณิชวรรณ วิชัยดิษฐ (2555) และ พิษชานันท์ ภาโสภะ (2555) โดยแบบเก็บข้อมูลถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ชื่อบริษัท ประเภทอุตสาหกรรม อายุของกิจการ รายได้รวม และประเภทสำนักงานสอบบัญชี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของบริษัท ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แบบเก็บข้อมูลจากการศึกษาในอดีตของ นันทวดี ลดาพรหมทอง (2562) โดยแบ่งเป็น 4 หัวข้อ ได้แก่

1. มุมมองด้านการเงิน	จำนวน 7 ข้อ
2. มุมมองด้านลูกค้า	จำนวน 7 ข้อ
3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน	จำนวน 7 ข้อ
4. มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต	จำนวน 7 ข้อ
รวม	จำนวน 28 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวทางตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และประยุกต์ใช้แบบเก็บข้อมูลในอดีตของ ณิชวรรณ วิชัยดิษฐ (2555) และ พิษชานันท์ ภาโสภะ (2555) โดยแบ่งเป็น 8 หัวข้อ ได้แก่

1. การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม	จำนวน 5 ข้อ
2. การต่อต้านการทุจริต	จำนวน 5 ข้อ
3. การเคารพสิทธิมนุษยชน	จำนวน 5 ข้อ
4. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	จำนวน 5 ข้อ
5. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	จำนวน 5 ข้อ
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	จำนวน 5 ข้อ
7. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	จำนวน 5 ข้อ
8. นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินงาน ความรับผิดชอบต่อสังคม	จำนวน 5 ข้อ
รวม	จำนวน 40 ข้อ

ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลในส่วนที่ 2 - 3 จะพิจารณาถึงข้อมูลที่มีการเปิดเผย หากมีการเปิดเผยข้อมูลจะมีคะแนนเท่ากับ 1 คะแนน ดังนั้น ข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพจะมีคะแนนรวมเท่ากับ 28 คะแนน และข้อมูลการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีคะแนนรวมเท่ากับ 40 คะแนน

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ผู้วิจัยได้นำแบบเก็บข้อมูลที่ได้นำรวบรวมและดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลแบบเก็บข้อมูล
- 2) ลงรหัส นำแบบเก็บข้อมูลที่ได้นำมาแปลงค่าและทำการลงรหัส ประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติและ Microsoft Excel
- 3) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการศึกษาขอบเขต และปริมาณการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ระหว่างปี พ.ศ. 2557 – 2561
- 4) วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นแบบ Panel เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ จากรายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \epsilon$$

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \epsilon$$

โดยที่ Y = การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

X_1 = ผลการดำเนินงาน

X_2 = ผลการดำเนินงานมุมมองด้านการเงิน

X_3 = ผลการดำเนินงานมุมมองด้านลูกค้า

X_4 = ผลการดำเนินงานมุมมองด้านกระบวนการภายใน

X_5 = ผลการดำเนินงานมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต

X_6 = อายุของกิจการ

X_7 = ค่าอภริที่มธรรมชาติของรายได้รวม

X_8 = ประเภทสำนักงานสอบบัญชี

\mathcal{E} = ค่าความคลาดเคลื่อน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของกิจการ และการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 - 2561 จำนวน 61 บริษัท เป็นระยะเวลา 5 ปี มีจำนวนตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 305 ตัวอย่าง ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา เพื่อศึกษาขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ข้อมูลความถดถอยเชิงพหุ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจะนำเสนอตามหัวข้อ ดังนี้

- 1) ข้อมูลทั่วไปของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
- 2) ขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
- 3) ความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
- 4) สรุปสมมติฐานการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของกิจการและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 – 2561 จำนวน 61 บริษัท ประกอบด้วย อายุของกิจการ รายได้รวม และประเภทสำนัก

งานสอบบัญชี จาก 7 กลุ่มอุตสาหกรรม มาวิเคราะห์ผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งแสดงในรูปค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังตารางที่ 4.1 - 4.2

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไป

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวน กลุ่ม ตัวอย่าง	อายุของกิจการ (ปี)			
		≤ 10	11 - 20	21 - 30	≥ 30
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	15	1 (6.7 %)	9 (60%)	0	5 (33.3%)
สินค้าอุปโภคบริโภค	20	0	5 (25%)	10 (50%)	5 (25%)
สินค้าอุตสาหกรรม	75	0	27 (36%)	32 (42.7%)	16 (21.3%)
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	45	6 (13.3%)	4 (8.9%)	21 (46.7%)	14 (31.1%)
ทรัพยากร	30	3 (10 %)	15 (50%)	11 (36.7%)	1 (3.3%)
บริการ	95	10 (10.5%)	28 (29.5%)	37 (39%)	20 (21.1%)
เทคโนโลยี	25	0	10 (40%)	13 (52%)	2 (8%)
รวม	305	20 (6.6%)	98 (32.1%)	124 (40.7%)	63 (20.7%)

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวน กลุ่ม ตัวอย่าง	รายได้รวม (ล้านบาท)			
		< 500	500 - 1,000	1,001 - 1,500	> 1,500
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	15	0	5 (33.3%)	5 (33.3%)	5 (33.3%)
สินค้าอุปโภคบริโภค	20	9 (45%)	6 (30%)	4 (20%)	1 (5%)
สินค้าอุตสาหกรรม	75	14 (18.7%)	17 (22.7%)	17 (22.7%)	27 (36%)
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	45	19 (42.2%)	13 (28.9%)	7 (15.6%)	6 (13.3%)
ทรัพยากร	30	7 (23.3%)	6 (20%)	3 (10%)	14 (46.7%)
บริการ	95	33 (34.7%)	38 (40%)	16 (16.8%)	8 (8.4%)
เทคโนโลยี	25	3 (12%)	5 (20%)	9 (36%)	8 (32%)
รวม	305	85 (27.9%)	90 (29.5%)	61 (20%)	69 (22.6%)

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง	ประเภทสำนักงานสอบบัญชี			
		Big 4		ไม่ใช่ Big 4	
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	15	3	(20%)	12	(80%)
สินค้าอุปโภคบริโภค	20	0		20	(100%)
สินค้าอุตสาหกรรม	75	40	(53.33%)	35	(46.67%)
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	45	9	(20%)	36	(80%)
ทรัพยากร	30	14	(46.67%)	16	(53.33%)
บริการ	95	41	(43.16%)	54	(56.84%)
เทคโนโลยี	25	16	(64%)	9	(36%)
รวม	305	123	(40.33%)	182	(59.67%)

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
อายุของกิจการ (ปี)	24	4	58	11
รายได้รวม	6.72	4.60	8.43	0.77

จากตารางที่ 4.1- 4.2 พบว่า อายุของกิจการซึ่งพิจารณาจากจำนวนปีนับตั้งแต่ปีที่ก่อตั้งจนถึงปีที่ทำการศึกษา โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ยประมาณ 24 ปี กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี (ร้อยละ 40.7) โดยบริษัทที่มีอายุน้อยที่สุดเท่ากับ 4 ปี และบริษัทที่ดำเนินงานอยู่เป็นระยะเวลายาวนานมีอายุมากถึง 58 ปี ตัวแปรรายได้รวมซึ่งพิจารณาค่าจากลอการิทึมธรรมชาติของรายได้รวม พบว่ารายได้รวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.72 โดยบริษัทที่มีรายได้รวมต่ำที่สุดเท่ากับ 4.60 และบริษัทมีรายได้รวมสูงที่สุดเท่ากับ 8.43 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้รวมอยู่ที่ประมาณ 500 -1,000 ล้านบาท (ร้อยละ 29.5) นอกจากนี้ จากการศึกษาประเภทสำนักงานสอบบัญชี พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการตรวจสอบบัญชีจากบริษัทตรวจสอบบัญชีในกลุ่ม Big 4 คิดเป็นร้อยละ 40.33 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการตรวจสอบบัญชีจากบริษัทตรวจสอบบัญชีที่ไม่ใช่ Big 4 คิดเป็นร้อยละ 59.67

4.2 ขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในรายงานประจำปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 - 2561 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จาก 7 กลุ่มอุตสาหกรรม ที่เปิดเผยผ่านเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 61 บริษัท เป็นระยะเวลา 5 ปี (305 ตัวอย่าง) โดยใช้กระดาศทำการแบบเก็บข้อมูลที่พัฒนามาจากงานวิจัยในอดีตเพื่อเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ และรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์ผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และแสดงข้อมูลในรูปแบบ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังตารางที่ 4.3 - 4.4

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละ บริษัทที่มีการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	
	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	15	4.92
สินค้าอุปโภคบริโภค	20	6.56
สินค้าอุตสาหกรรม	75	24.59
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	45	14.75
ทรัพยากร	30	9.84
บริการ	95	31.15
เทคโนโลยี	25	8.20
รวม	305	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานประจำปีของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งหมด 305 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 100 โดยแบ่งเป็นบริษัทในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 15 ตัวอย่าง กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค จำนวน 20 ตัวอย่าง กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 75 ตัวอย่าง กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จำนวน 45 ตัวอย่าง กลุ่มทรัพยากร จำนวน 30 ตัวอย่าง กลุ่มบริการ จำนวน 95 ตัวอย่าง และกลุ่มเทคโนโลยี จำนวน 25 ตัวอย่าง

ตารางที่ 4.4 แสดงการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรม	การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม				ลำดับที่
	ค่าเฉลี่ย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	21.20	6	29	6.53	1
สินค้าอุปโภคบริโภค	18.35	0	29	7.90	2
สินค้าอุตสาหกรรม	13.93	0	27	7.19	3
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	11.18	0	18	6.16	4
ทรัพยากร	9.27	0	21	7.57	6
บริการ	9.84	0	23	5.92	5
เทคโนโลยี	6.76	0	14	4.97	7
รวม	11.85	0	29	7.38	

จากตารางที่ 4.4 การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยจำแนกตามหมวดอุตสาหกรรม จากคะแนนเต็ม 40 คะแนน พบว่าการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 11.85 คะแนน ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน ค่าสูงสุดเท่ากับ 29 คะแนน และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.38 คะแนน เรียงลำดับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตามหมวดอุตสาหกรรมจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 21.20 คะแนน กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค มีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 18.35 คะแนน กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม มีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 13.93 คะแนน กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง มีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 11.18 คะแนน กลุ่มบริการ มีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 9.84คะแนน กลุ่มทรัพยากร มีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 9.27 คะแนน และกลุ่มเทคโนโลยี มีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 6.76 คะแนน

ตารางที่ 4.5 แสดงปริมาณค่าเฉลี่ยการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละปี จำแนกหัวข้อตามแนวปฏิบัติของสำนักงานคณะกรรมการกำกับ
หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

หัวข้อ	ปี (พ.ศ.)										รวม	ลำดับที่	
	57		58		59		60		61				
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean		S.D.
การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม	1.11	1.10	1.20	1.14	1.31	1.27	1.25	1.12	1.38	1.08	1.25	1.14	6
การต่อต้านการทุจริต	1.89	1.53	2.07	1.46	1.95	1.38	2.03	1.40	1.98	1.44	1.98	1.44	2
การเคารพสิทธิมนุษยชน	1.15	1.12	1.13	1.06	1.20	1.11	1.26	1.08	1.28	1.00	1.20	1.07	7
การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	1.79	1.52	1.93	1.42	2.02	1.50	2.16	1.53	2.25	1.55	2.03	1.50	1
ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	1.38	1.39	1.62	1.49	1.66	1.40	1.66	1.41	1.67	1.40	1.60	1.41	4
การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	1.07	1.18	1.18	1.23	1.30	1.24	1.44	1.23	1.48	1.22	1.29	1.22	5
การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	1.87	1.13	1.92	1.11	1.85	1.14	1.74	1.09	1.67	1.14	1.81	1.12	3
นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจาก การดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม	0.49	0.94	0.59	1.05	0.85	1.19	0.85	1.18	0.66	1.03	0.69	1.09	8
รวม	10.74	7.29	11.64	7.33	12.13	7.79	12.39	7.39	12.36	7.19	11.85	7.38	

จากตารางที่ 4.5 การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตาม 8 แนวปฏิบัติของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พบว่าหัวข้อที่มีการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือหัวข้อการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม หัวข้อการต่อต้านการทุจริต และหัวข้อการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม โดยมีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 2.03 คะแนน 1.98 คะแนน และ 1.81 คะแนน ตามลำดับ ส่วนหัวข้อความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 1.60 คะแนน หัวข้อการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม มีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 1.29 คะแนน หัวข้อการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม มีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 1.25 คะแนน หัวข้อการเคารพสิทธิมนุษยชน มีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 1.20 คะแนน โดยหัวข้อนวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นหัวข้อที่มีการรายงานข้อมูลต่ำที่สุดเฉลี่ยเท่ากับ 0.69 คะแนน นอกจากนี้จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นพบว่าปริมาณการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆปี

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพในแต่ละปีจำแนกตามมุมมอง

มุมมอง	ปี (พ.ศ.)										รวม	ลำดับที่	
	57		58		59		60		61				
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean		S.D.
ด้านการเงิน	4.05	1.20	4.30	0.92	4.34	0.83	4.21	0.93	4.03	1.00	4.19	0.99	1
ด้านลูกค้า	1.95	1.62	2.28	1.74	2.38	1.76	2.49	1.79	2.34	1.75	2.29	1.73	3
ด้านกระบวนการภายใน	1.70	1.31	1.72	1.25	1.84	1.28	1.89	1.31	1.92	1.29	1.81	1.28	4
ด้านการเรียนรู้และเติบโต	3.05	1.59	3.23	1.55	3.34	1.35	3.36	1.44	3.51	1.41	3.30	1.47	2
รวม	10.75	4.19	11.52	3.89	11.90	3.82	11.95	3.87	11.80	3.73	11.59	3.90	

จากตารางที่ 4.6 การเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพจากคะแนนเต็ม 28 คะแนน พบว่ามุมมองด้านการเงินมีการเปิดเผยข้อมูลเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.19 คะแนน รองลงมาคือ มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต มีการเปิดเผยข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 คะแนน และมุมมองด้านลูกค้า มีการเปิดเผยข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 คะแนน ตามลำดับ โดยมุมมองด้านกระบวนการภายใน มีการเปิดเผยข้อมูลเฉลี่ยต่ำที่สุดเท่ากับ 1.81 คะแนน นอกจากนี้ จากผลการศึกษาดังกล่าว ชำงต้นพบว่าปริมาณการการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆปี

4.3 ความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการโดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

ภายหลังจากการศึกษาขอบเขต และปริมาณในการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมไปแล้วนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการโดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งผลการดำเนินงานของกิจการในที่นี้ ประกอบด้วย 4 มุมมอง ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และเติบโต โดยใช้การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

	CSR	BSC	FIN	COS	INPRO	LEARN	AGE	PROFIT	AUD
CSR	1	.689**	.249*	.510**	.467**	.655**	.113*	.175**	-.161**
BSC		1	.518**	.832**	.736**	.686**	.090	.129*	-.163**
FIN			1	.382**	.137*	.134*	-.001	-.087	-.183**
COS				1	.509**	.332**	.037	.088	-.153**
INPRO					1	.393**	.074	.263**	-.078
LEARN						1	.133*	.067	-.062
AGE							1	-.012	-.068
PROFIT								1	.127*
AUD									1
VIF		1.06	1.21	1.60	1.57	1.24	1.02	1.11	1.07

** ระดับนัยสำคัญที่ 0.01, * ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

โดยที่:

CSR = รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

COS = ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า

AGE = อายุของกิจการ

BSC = ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ

INPRO = ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน

PROFIT = รายได้รวม

FIN = ผลการดำเนินงานด้านการเงิน

LEARN = ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และเติบโต

AUD = ชนิดของผู้ตรวจสอบ

จากตารางที่ 4.7 ทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พบว่า ผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพทั้ง 4 มุมมอง ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้เติบโต มีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผลการศึกษาแยกตามหัวข้อ พบว่า 3 มุมมอง ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้เติบโต มีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และมุมมองด้านการเงิน มีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ จากการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ Variance Inflation Factor (VIF) พบว่ามีค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.02 ถึง 1.60 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่เกิด Multicollinearity (จันทรา เรื่องช่วย, 2559)

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นแบบ Panel ซึ่งมีสมการ ดังนี้

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \varepsilon$$

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \varepsilon$$

โดยที่

Y = รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม วัดค่าคะแนนจาก Checklist แบบเก็บข้อมูลการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

X₁ = ผลการดำเนินงาน วัดค่าคะแนนจาก Checklist แบบเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ

X_2 = ผลการดำเนินงานมุมมองด้านการเงิน	วัดค่าคะแนนจาก Checklist แบบเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ
X_3 = ผลการดำเนินงานมุมมองด้านลูกค้า	วัดค่าคะแนนจาก Checklist แบบเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ
X_4 = ผลการดำเนินงานมุมมองด้านกระบวนการภายใน	วัดค่าคะแนนจาก Checklist แบบเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ
X_5 = ผลการดำเนินงานมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต	วัดค่าคะแนนจาก Checklist แบบเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ
X_6 = อายุของกิจการ	ระยะเวลาจำนวนปีนับตั้งแต่ปีที่ก่อตั้งจนถึงปีที่ทำการศึกษา
X_7 = รายได้รวม	วัดค่าจากลอการิทึมธรรมชาติของรายได้รวม
X_8 = ประเภทสำนักงานสอบบัญชี	ใช้ตัวแปรหุ่น โดยกำหนดว่า 1 = Big 4, 0 = Non Big 4
ε = ค่าความคลาดเคลื่อน	

ตารางที่ 4.8 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

Model	Model 1		Model 2	
	B	t(Sig.)	B	t(Sig.)
(Constant)	-4.54	-3.636**	-3.585	-2.163*
ผลการดำเนินงาน	1.251	15.587**		
ด้านการเงิน			0.522	1.64
ด้านลูกค้า			1.027	4.930**
ด้านกระบวนการภายใน			0.550	1.976*
ด้านการเรียนรู้และเติบโต			2.574	11.941**
อายุของกิจการ	0.035	1.217	0.017	0.640
รายได้รวม	0.943	2.343*	1.069	2.745**
ประเภทสำนักงานสอบบัญชี	-0.938	-1.475	-1.274	-2.127*
R Square		0.489		0.557
Adjusted R Square		0.482		0.547
F-Value(Sig)		71.852(.000**)		53.347(.000**)

** ระดับนัยสำคัญที่ 0.01, * ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.8 Model 1 แสดงความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นแบบ Panel ดังสมการ

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \epsilon$$

ผลจากการศึกษาพบว่า ผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 รายได้รวม มีความสัมพันธ์กับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกิจการ และประเภทสำนักงานสอบบัญชีกับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

นอกจากนี้ จากตารางที่ 4.8 Module 2 แสดงความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นแบบ Panel ดังสมการ

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \varepsilon$$

ผลจากการศึกษาพบว่าผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพมีความสัมพันธ์กับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านลูกค้า และด้านการเรียนรู้และเติบโต มีความสัมพันธ์กับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ด้านกระบวนการภายในมีความสัมพันธ์กับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ พบว่ารายได้รวม มีความสัมพันธ์กับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และประเภทสำนักงานสอบบัญชี มีความสัมพันธ์กับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงลบ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานของกิจการด้านการเงิน และอายุของกิจการ กับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของกิจการและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในมุมมองแต่ละด้าน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งมีสมการ ดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \varepsilon$$

โดยที่

Model 1: Y_1 = รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม หัวข้อการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม

Model 2: Y_2 = รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม หัวข้อการต่อต้านการทุจริต

Model 3: Y_3 = รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม หัวข้อการเคารพสิทธิมนุษยชน

Model 4: Y_4 = รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม หัวข้อการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

Model 5: Y_5 = รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม หัวข้อความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

Model 6: Y_6 = รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม หัวข้อการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

Model 7: Y_7 = รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม หัวข้อการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

Model 8: Y_8 = รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม หัวข้อนวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจาก
การดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม

ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

Model	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Model 6	Model 7	Model 8
	t(Sig.)	t(Sig.)	t(Sig.)	t(Sig.)	t(Sig.)	t(Sig.)	t(Sig.)	t(Sig.)
(Constant)	-1.047	-.062	-3.580**	-3.050**	-1.567	-1.171	-1.098	-3.661**
ด้านการเงิน	.585	.169	.022	1.618	.583	.193	3.409**	1.264
ด้านลูกค้า	1.730	5.431**	4.696**	1.772	1.383	3.759**	2.178*	3.306**
ด้านกระบวนการภายใน	2.643**	-.161	4.067**	-.183	1.451	5.002**	-1.194	-.765
ด้านการเรียนรู้และเติบโต	6.940**	6.424**	8.041**	10.557**	8.096**	6.432**	6.344**	4.345**
อายุของกิจการ	2.357*	1.284	.396	1.300	-1.170	.421	-1.381	-.113
รายได้รวม	.132	.078	3.434**	2.705**	1.745	.426	1.595	3.615
ประเภทสำนักงานสอบบัญชี	-.311	.136	-2.427*	-1.956	-1.365	-.752	-1.274	-2.729**
R Square	.306	.311	.493	.398	.300	.414	.241	.220
Adjusted R Square	0.289	.295	.481	.384	.283	.400	.223	.201
F-Value (Sig)	18.683**	19.164**	41.302**	28.033**	18.114**	29.972**	13.493**	11.942**

** ระดับนัยสำคัญที่ 0.01, * ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.9 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ พบว่าผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม หัวข้อการต่อต้านการทุจริต หัวข้อการเคารพสิทธิมนุษยชน หัวข้อการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม หัวข้อความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค หัวข้อการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม หัวข้อการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และหัวข้อนวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพในมุมมองแต่ละด้านกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละหัวข้อ พบว่าผลการดำเนินงานมุมมองด้านการเงิน มีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ผลการดำเนินงานมุมมองด้านลูกค้า มีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อการต่อต้านการทุจริต หัวข้อการเคารพสิทธิมนุษยชน หัวข้อการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และหัวข้อนวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และมีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อการร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการดำเนินงานมุมมองด้านกระบวนการภายใน มีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม หัวข้อการเคารพสิทธิมนุษยชน และหัวข้อการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ผลการดำเนินงานมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต มีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม หัวข้อการต่อต้านการทุจริต หัวข้อการเคารพสิทธิมนุษยชน หัวข้อการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม หัวข้อความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค หัวข้อการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม หัวข้อการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และหัวข้อนวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรควบคุมกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละหัวข้อพบว่า อายุของกิจการ มีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 รายได้รวม มีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อการเคารพสิทธิมนุษยชน และ

หัวข้อการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ประเภทสำนักงานสอบบัญชี มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงตรงกันข้ามกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อนวัตกรรม และการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และหัวข้อการเคารพสิทธิมนุษยชน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.4 สรุปสมมติฐานการวิจัย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ระหว่างปี พ.ศ. 2557-2561 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม จากการศึกษาผู้วิจัยได้ทดสอบข้อมูลตามสมมติฐาน 5 ข้อ โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ตามตารางที่ 4.9 ดังนี้

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการสรุปการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐาน	ทิศทาง	ผลลัพธ์
H1	ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม	+	ยอมรับ
H1 _a	ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม	+	ปฏิเสธ
H1 _b	ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม	+	ยอมรับ
H1 _c	ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านกระบวนการภายในมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม	+	ยอมรับ
H1 _d	ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านการเรียนรู้และเติบโตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม	+	ยอมรับ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของกิจการและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม : กรณีศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 – 2561 จำนวน 61 บริษัท และใช้แบบเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและแบบเก็บข้อมูลการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมที่ประยุกต์มาจากงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ด้วยวิธีการวัดค่าคะแนนจากการ Checklist วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อศึกษาขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ข้อมูลความถดถอยเชิงพหุ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ผลจากการศึกษามีประเด็นหัวข้อที่สำคัญในการนำเสนอ ดังนี้

- 5.1 บทสรุป และอภิปรายผลการศึกษา
- 5.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา
- 5.3 ข้อจำกัดในการศึกษา
- 5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

5.1 บทสรุป และอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถสรุป และอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

5.1.1 ขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

สรุปผลการศึกษาขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่มีการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานประจำปี จำนวน 61 บริษัท เป็นระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2561 มีจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 305 ตัวอย่าง จาก 7 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มทรัพยากร กลุ่มบริการ และกลุ่มเทคโนโลยี พบว่ามีการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมรวมโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ เท่ากับ 11.85 คะแนน จากคะแนนเต็ม 40 คะแนน โดยหัวข้อที่มีการรายงานข้อมูลมากที่สุด คือ หัวข้อการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม มีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 2.03 คะแนน เนื่องจากเป็นไปตามระเบียบข้อบังคับ และกฎหมายด้านแรงงานรวมถึงการปฏิบัติตามมาตรฐานต่างๆ เช่น ISO 9001 (มัทนชัย สุทธิพันธุ์ และ นฤมล สิทธิเดช, 2559) นอกจากนี้หัวข้อดังกล่าวยังเป็นที่น่าสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่ม โดยหัวข้อดังกล่าวจะแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของพนักงานภายในองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่จะทำให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด (จันทรา เรื่องช่วย, 2559) ทั้งนี้ หัวข้อนวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นหัวข้อที่มีการรายงานข้อมูลต่ำที่สุดเฉลี่ยเท่ากับ 0.69 คะแนน เป็นผลมาจากรูปแบบการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังคงเป็นแบบการรับจ้างผลิต ผู้ประกอบการจึงไม่มีเวลาในการคิด พัฒนา หรือสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อต่อยอดทางธุรกิจให้เกิดเป็นนวัตกรรม ทำให้การพัฒนา นวัตกรรมของภาคเอกชนไทยยังอยู่ในขอบเขตที่จำกัด ซึ่งเห็นได้จากธุรกิจนวัตกรรมภายในประเทศยังมีอยู่จำนวนน้อย (ฉิฆรรณ วิชัยดิษฐ, 2555) อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นพบว่า ปริมาณการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆปี เนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ก.ล.ต.) ได้ปรับปรุงหลักเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูล โดยกำหนดให้บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเปิดเผยข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้อำนาจความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Report) ในเอกสารที่เผยแพร่ต่อ

สาธารณะ เช่น รายงานประจำปี แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นไป (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561) เพราะในปัจจุบันผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ให้ความสำคัญกับการเลือกลงทุนในบริษัทที่มีการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น (สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2561) การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ต้องกรใช้ในการสื่อสารข้อมูลผลการดำเนินงานต่างๆขององค์กรให้แก่ผู้ลงทุน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เพื่อเพิ่มความได้เปรียบและความสามารถในการแข่งขัน และยังแสดงให้เห็นว่าพวกเขาปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับในรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม (Meyer and Rowan, 1977)

5.1.2 ทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการโดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

ในการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จะพิจารณาผลการดำเนินงานของกิจการใน 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และเติบโต การอภิปรายผลการศึกษา ผู้วิจัยจะแยกการพิจารณา ดังนี้

ผลการดำเนินงานด้านการเงิน

ผลการดำเนินงานด้านการเงิน ซึ่งพิจารณาจากผลประกอบการที่เกี่ยวข้องกับด้านการเงินของกิจการ เช่น ผลการดำเนินงานขององค์กร การเจริญเติบโตของยอดขาย อัตราผลตอบแทนต่างๆ เป็นต้น จากผลการศึกษาพบว่า ผลการดำเนินงานด้านการเงินไม่มีผลกับระดับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีตของ สุกันยา ห้วยผัด (2550), นิชวรรณ วิชัยดิษฐ์ (2555), พิชชานันท์ ภาโสภะ (2555), ปทุมพร หิรัญสาลี (2557), มัทนชัย สุทธิพันธุ์ และ นฤมล สิทธิเดช (2559), Hackston and Milne (1996), Rahman et al. (2011) และ Ahmad et al. (2003) อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาข้างต้นไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากทัศนคติของผู้บริหารเป็นปัจจัยสำคัญ หากผู้บริหารมีความสนใจในการนำเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมมาเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ ก็จะมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการทำกิจกรรมดังกล่าว ทั้งนี้ไม่ได้

ขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานแต่อย่างใด ดังนั้น ไม่ว่าผลการดำเนินงานของกิจการจะเป็นไปในทิศทางใดก็ตาม หากผู้บริหารไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว คุณภาพในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจะอยู่ในระดับต่ำ (ศุภันยา ห้วยผัด, 2550) นอกจากนี้ การทำกิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศไทยยังไม่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงผลประโยชน์ในระยะเวลายั่งยืนได้ เนื่องจากเป็นประเทศกำลังพัฒนา การให้ความสำคัญและการยอมรับในเรื่องดังกล่าวจึงแตกต่างกับประเทศที่พัฒนาแล้ว (สินีนานู วงศ์เทียนชัย และคณะ, 2558)

ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า

ผลจากการศึกษาพบความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านลูกค้ากับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Rahman et al. (2011) พบว่า คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการเลือกตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่ มักจะหลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าและบริการจากกิจการที่เป็นอันตรายต่อสังคม ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของกิจการ จึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ลูกค้าจะพิจารณาก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ หรือทำการซื้อซ้ำ (Huang and Kung, 2010) กิจการจึงจำเป็นต้องระมัดระวังเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภคจากการใช้สินค้าและบริการมากยิ่งขึ้น โดยจัดให้มีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีระบบการให้บริการลูกค้าที่ดี รวมถึงจัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคจากการใช้สินค้าและบริการ จากนโยบายการจัดการดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า กิจการได้ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค โดยมีการปรับปรุงให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง เป็นการส่งสัญญาณเชิงบวกเกี่ยวกับทัศนคติความรับผิดชอบต่อกิจการที่มีต่อลูกค้า อันนำไปสู่ภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีของกิจการ และเพิ่มความภักดีของผู้บริโภค สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Park (1999) พบว่ากิจการที่มีลูกค้าสัมพันธ์ที่ดีจะมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีคุณภาพสูง

ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน

จากผลการศึกษาพบว่า ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายในมีผลกับระดับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีตของ Hasseldine et al. (2005), Moneva and Cuellar (2009) และ Ortas et al. (2015) เนื่องจากการให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านกระบวนการผลิตให้มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ตลอดจนการวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น นั้น จะช่วยเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการด้วยต้นทุนที่ต่ำลง ซึ่งจะส่งผลต่อมูลค่าและผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ดังนั้นหากกิจการมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งสัญญาณที่ดีเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและบริการจากกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนักลงทุน (Bozzolan et al., 2003)

ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และเติบโต

จากผลการศึกษาพบว่า ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และเติบโตมีผลกับระดับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สินีนาฏ วงศ์เทียนชัย และคณะ (2558) พบว่าความผูกพันของพนักงานมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และจะยกระดับเพิ่มขึ้นหากพนักงานรับรู้ได้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ตลอดจนการได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรืองานเหล่านั้น Huang and Kung (2010) การรายงานข้อมูลของกิจการที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในการดูแล และพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพจนทำให้มีทักษะความสามารถในการทำงานเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลให้นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับกิจการเล็งเห็นถึงศักยภาพในการดำเนินงานขององค์กร เนื่องจากพนักงานถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้ดำเนินงานต่อไปได้และพนักงานที่มีทักษะความสามารถสูงถือเป็นทรัพยากรที่มีค่าหาได้ยากและยากต่อการเลียนแบบ ซึ่งสามารถนำไปสู่ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน (จันทรา เรื่องช่วย, 2559)

อายุของกิจการ

อายุของกิจการซึ่งพิจารณาจากระยะเวลาจำนวนปีนับตั้งแต่ปีที่จดทะเบียนจนถึงปีที่ทำการศึกษา จากผลการศึกษาพบว่า อายุของกิจการไม่มีผลกับระดับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ ฉิววรรณ วิชัยดิษฐ (2555), ปทุมพร หิรัญสาตี (2557) และ Liu and Anbumozhi (2009) เนื่องจากไม่ว่ากิจการจะมีอายุน้อยเพียงใดก็ตาม การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในก็จะอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน (ปทุมพร หิรัญสาตี, 2557) และถึงแม้กิจการจะเพิ่งเริ่มดำเนินการก็สามารถศึกษารูปแบบ หรือขอคำแนะนำเกี่ยวกับการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมได้จาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, สถาบันไทยพัฒนา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ฉิววรรณ วิชัยดิษฐ, 2555)

รายได้รวม

รายได้รวม ซึ่งพิจารณาจากค่าลอการิทึมธรรมชาติของรายได้รวม จากผลการศึกษาพบว่า รายได้รวมมีผลกับระดับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมสังคม โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ Murcia and Santos (2010) ที่พบว่ากิจการที่มีรายได้สูงจะมีการรายงานความยั่งยืนหรือข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากกว่ากิจการที่มีรายได้ต่ำ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเมื่อกิจการได้รับผลประโยชน์ในระดับสูง พวกเขาก็พร้อมที่จะส่งสัญญาณไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อแสดงให้เห็นว่ากิจการมีความมั่นคงในการดำเนินงานที่ดี (Hamrouni et al., 2015)

ประเภทสำนักงานสอบบัญชี

ประเภทสำนักงานสอบบัญชี ซึ่งพิจารณาจากลักษณะของประเภทสำนักงานสอบบัญชี คือ สำนักงานสอบบัญชีกลุ่ม big 4 หรือสำนักงานสอบบัญชีที่ไม่ใช่กลุ่ม big 4 ผลจากการศึกษาพบว่า ประเภทสำนักงานสอบบัญชีมีผลกับระดับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ ปทุมพร หิรัญสาตี (2557) และ Hussainey et al. (2011) ที่พบว่ากิจการที่มีสำนักงานสอบบัญชีอยู่ในกลุ่ม big 4 จะมีการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำกว่ากิจการที่มีสำนักงานสอบบัญชีที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่ม big 4 ทั้งนี้อาจเนื่องจากสำนักงานสอบบัญชีในกลุ่ม big 4 ได้รับการยอมรับว่ามีมาตรฐานและคุณภาพในการ

ให้บริการสูง และจะมีความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องหากลูกค้าไม่เปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง และครบถ้วน ดังนั้น สำนักงานสอบบัญชีในกลุ่ม big 4 จึงพยายามผลักดันลูกค้าให้มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน โดยให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นตัวเงินตามที่มาตรฐานการบัญชีกำหนด

5.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของกิจการและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม : กรณีศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ผู้วิจัยพบประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาค้างนี้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

5.2.1 ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี

จากการศึกษาค้างนี้แสดงให้เห็นว่าทฤษฎีการสื่อสาร (Communication theory) และ ทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory) สามารถอธิบายถึงขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการโดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

ทฤษฎีการสื่อสารสามารถอธิบายถึงขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม จากการศึกษาพบว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการรายงานความรับผิดชอบต่อสังกรวมโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ โดยหัวข้อที่มีการรายงานข้อมูลมากที่สุด คือ หัวข้อการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม มีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 2.03 คะแนน และหัวข้อนวัตกรรมและการเผยแพร่วัตกรรมจากการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นหัวข้อที่มีการรายงานข้อมูลต่ำที่สุดเฉลี่ยเท่ากับ 0.69 คะแนน นอกจากนี้ พบว่า ปริมาณการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังกรวมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆปี เนื่องจากในปัจจุบันผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมากได้ให้ความสำคัญกับการลงทุนในบริษัทที่มีการดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังกรวมมากขึ้น การรายงานความรับผิดชอบต่อสังกรวมจึงเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ต้องใช้ในการสื่อสารข้อมูลผลการดำเนินงานต่างๆขององค์กรให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและความสามารถในการแข่งขัน และยังแสดงให้เห็นว่าพวกเขาปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับในรายงานความรับผิดชอบต่อสังกรวม

ทฤษฎีการส่งสัญญาณสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม จากการศึกษาพบว่า ผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม จากการศึกษาให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการองค์กรในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการต่างๆ ให้ดียิ่งขึ้น จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้แก่องค์กร ซึ่งจะส่งผลต่อมูลค่าและผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ดังนั้น หากกิจการมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน อาจกล่าวได้ว่าการเปิดเผยข้อมูลมีบทบาทสำคัญในการส่งสัญญาณที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งจะอธิบายถึงประสิทธิภาพและคุณภาพของกิจการเพื่อลดความไม่สมดุลของข้อมูล ซึ่งนำไปสู่ความได้เปรียบและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

5.2.2 ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการ โดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ผลจากการศึกษาพบว่าบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมดจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือนักลงทุน และทำให้กิจการต่างๆ ในประเทศไทยสามารถนำไปใช้ในการวางแผนการดำเนินกิจการ และปรับปรุงการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ ข้อมูลดังกล่าวยังเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทาง ข้อบังคับ และออกกฎหมายหรือมาตรฐานการบัญชีด้านการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในอนาคตต่อไป

5.3 ข้อจำกัดในการศึกษา

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อจำกัดในเรื่อง เครื่องมือ และสื่อที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ คือ กระจายทำการแบบเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่ประยุกต์มาจากแบบเก็บข้อมูลของงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ยังไม่มีหน่วยงานใดที่กำหนดหัวข้อหรือมาตรฐานในการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน นอกจากนี้หัวข้อที่ใช้ในการเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในครั้งนี้อาจไม่เหมาะสมกับข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ทำให้ข้อมูลที่ได้ อาจไม่ครบถ้วนสมบูรณ์และเพียงพอต่อการศึกษาในครั้งนี้ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวัดค่าคะแนนการ Checklist ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมอย่างหนึ่งในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูล แต่อย่างไรก็ตาม การศึกษาด้วยวิธีดังกล่าวจะได้ข้อมูลในเชิงปริมาณเท่านั้น ไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้

2. สื่อที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี เพียงสื่อเดียวเท่านั้นเนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลหลักของการเปิดเผยข้อมูลภาคบังคับและการสมัครใจ โดยให้ข้อมูลที่สำคัญสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและยังเป็นสื่อที่ได้รับการยอมรับจากทุกภาคส่วน ทั้งนี้ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีสื่อที่ใช้ในการรายงานข้อมูลดังกล่าวอีกหลากหลายช่องทาง เช่น แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี รายงานการพัฒนายั่งยืน และเว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น

5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้สื่อรายงานประจำปีในการเก็บรวมข้อมูลเพียงสื่อเดียวเท่านั้น ดังนั้นการศึกษานี้ควรไปควรทำการศึกษาข้อมูลจากสื่ออื่นๆที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เพื่อนำมาเปรียบเทียบผลการเปิดเผยข้อมูลจากสื่อที่แตกต่างกัน เช่น แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี รายงานการพัฒนายั่งยืน และเว็บไซต์ของบริษัท

2. การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาไปในกลุ่มตัวอย่างบริษัทอื่นๆ เช่น บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรืออาจศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในการเปิดเผยข้อมูล

บรรณานุกรม

- กิดานันท์ มลิทอง. (2548) *เทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่อการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์อรุณการพิมพ์.
- จันทร์หา เรืองช่วย. (2559). *อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร: กรณีศึกษาของกิจการบริหารส่วนตำบล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- ชลินธร ฐูจำ. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมกับองค์ประกอบของคณะกรรมการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- จิตติมา กิ่งแก้ว และ มนวิภา ผดุงสิทธิ์. (2555). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมตามความสมัครใจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. งานประชุมวิชาการ บัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2555 (หน้า 1 - 24). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณิชววรรณ วิชัยดิษฐ. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2555). *แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: บริษัท เมจิก เพรส จำกัด.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). *การเข้าจดทะเบียนและผลิตภัณฑ์*. วันที่ค้นข้อมูล 18 ธันวาคม 2561, เข้าถึงได้จาก https://www.set.or.th/th/products/listing2/listing_mai_p1.html

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562). *โครงสร้างการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)*. วันที่ค้นข้อมูล 25 สิงหาคม 2562, เข้าถึงได้จาก https://www.set.or.th/mai/th/company/industry_group_p1.html
- ชนกร กรทองทวีลาภ. (2553). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับการปฏิบัติงานทางการเงินวัดค่าโดยอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) กรณีศึกษา: บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ฉันทพัฒน์ ฐานุจิรัตน์. (2558). *การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพมหานคร.
- นฤมล ลิทธิเดช. (2556). *ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานประจำปีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา
- นิธิภักดิ์ ปินตา. (2559). *ผลกระทบของรายงานความยั่งยืนต่อผลการดำเนินงาน ขององค์กรสำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในกลุ่มประเทศอาเซียน*. *Journal of Research and Development Institute Rajabhat Maha Sarakham University*, 3(2), 112-126.
- นันทวี ลดาพรหมทอง. (2562). *อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต่อผลการดำเนินงานของกิจการเชิงคุณภาพ: หลักฐานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีรายชื่อหลักทรัพย์ในกลุ่มดัชนี SET 100*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา

- ปทุมพร หิรัญสาลี. (2557). การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการใน 56-1 กรณีศึกษา บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา
- พฤกษา พึ่งจิตต์ประไพ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ และก่อสร้าง. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่
- พิชชานันท์ ภาโสภะ. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมตาม ISO 26000 และตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกร พจนารถ ฤทธิเดช และรัชนิ ชุมนิรัตน์. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่าง คุณลักษณะของบริษัทจดทะเบียนกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและผล การดำเนินงาน. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 15(1). 113 - 130.
- มันนชัย สุทธิพันธุ์. (2555). การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมในรายงานประจำปีของบริษัท: กรณีศึกษา บริษัทขนาดใหญ่ 50 บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Chulalongkorn Business Review*, 34(2), 47-67.
- มันนชัย สุทธิพันธุ์ และ นฤมล สิทธิเดช. (2559). การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการ ดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *สงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 22(1). 1 - 26.

สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์.(2562). *ความสำคัญ
ของซีเอสอาร์*. วันที่ค้นข้อมูล 18 มกราคม 2562, เข้าถึงได้จาก

http://www.thaicr.com/2005/09/blog-post_112746387637126873.html

สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2561). *ซีเอสอาร์
คืออะไร*. วันที่ค้นข้อมูล 8 ธันวาคม 2561, เข้าถึงได้จาก

http://www.thaicr.com/2006/03/blog-post_20.html

สินีนากู วงศ์เทียนชัย. (2558). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของ
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Journal of Business, Economics
and Communications*, 10(2), 107-121.

สุธีรา ลิ้มรสเจริญ, มัทนชัย สุทธิพันธุ์, จาริณีย์ คงแก้ว, ณัฐชนน นานิรัตติชัย, ปิยาภรณ์ วิทยนิพลี และ
สุปราณี แสงเขียว. (2561). *อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานของ
องค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ: กรณีศึกษา ธุรกิจ โรงแรม ในจังหวัดภูเก็ต
กระบี่ และพังงา*. วารสารบริหารธุรกิจ, 41(160). 24 - 46.

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2561). *แนวความคิดกำกับดูแล
กิจการที่ดีและการพัฒนากิจการเพื่อความยั่งยืน*. วันที่ค้นข้อมูล 8 ธันวาคม 2561, เข้าถึง
ได้จาก

<https://www.sec.or.th/cgthailand/TH/Pages/Overview/CGAndSustainableBusinessDevelopment.aspx>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.).(2562). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2560* วันที่ค้นข้อมูล 18 มกราคม 2562, เข้าถึงได้จาก

<https://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=215>

ศุกันยา ห้วยหัด. (2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

อรพรรณ ไบดิน. (2558). *ความสัมพันธ์ของโครงสร้างผู้ถือหุ้น องค์ประกอบของคณะกรรมการและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร : กรณีศึกษาของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์, สงขลา.

Ahmad, Z., Hassan, S., & Mohammad, J. (2003). DETERMINANTS OF ENVIRONMENTAL REPORTING IN MALAYSIA. *International Journal of Business Studies*, 11(1).

Amato, L. H., & Amato, C. H. (2007). The effects of firm size and industry on corporate giving. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 229-241.

Arunruangsirilert, T. (2012). Creating shared value a new step to sustainability of the firms and creation of societies' economic value. *Journal of Accounting Profession*, 8(21), 96-103.

Bae, S., Masud, M., & Kim, J. (2018). A cross-country investigation of corporate governance and corporate sustainability disclosure: A signaling theory perspective. *Sustainability*, 10(8), 2611.

Banker, R. D., Chang, H., Janakiraman, S. N., & Konstans, C. (2004). A balanced scorecard analysis of performance metrics. *European journal of operational research*, 154(2), 423-436.

- Bayoud, N. S., Kavanagh, M., & Slaughter, G. (2012). Factors influencing levels of corporate social responsibility disclosure Libyan firms: A mixed study. *International Journal of Economics and Finance*, 4(4), 13-29.
- Boulstridge, E., & Carrigan, M. (2000). Do consumers really care about corporate responsibility? Highlighting the attitude-behaviour gap. *Journal of communication management*, 4(4), 355-368.
- Bouwens, J., & Van Lent, L. (2007). Assessing the performance of business unit managers. *Journal of Accounting Research*, 45 (4), 667–697.
- Bozzolan, S., Favotto, F., & Ricceri, F. (2003). Italian annual intellectual capital disclosure: an empirical analysis. *Journal of Intellectual capital*, 4(4), 543-558.
- Certo, S. T. (2003). Influencing initial public offering investors with prestige: Signaling with board structures. *Academy of management review*, 28(3), 432-446.
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling theory: A review and assessment. *Journal of management*, 37(1), 39-67.
- Dhaliwal, D. S., Li, O. Z., Tsang, A., & Yang, Y. G. (2011). Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting. *The accounting review*, 86(1), 59-100.
- Dye, R. A. (1985). Disclosure of nonproprietary information. *Journal of accounting research*, 123-145.

- Ellingson, D. A., & Wambsganss, J. R. (2001). Modifying the approach to planning and evaluation in governmental entities: A "balanced scorecard" approach. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, 13(1), 103.
- Fishman, M. J., & Hagerty, K. M. (1989). Disclosure decisions by firms and the competition for price efficiency. *The Journal of Finance*, 44(3), 633-646.
- García-Meca, E., Parra, I., Larrán, M., & Martínez, I. (2005). The explanatory factors of intellectual capital disclosure to financial analysts. *European Accounting Review*, 14(1), 63-94.
- Gumbus, A., & Lyons, B. (2002). The balanced scorecard at Philips Electronics. *STRATEGIC FINANCE-MONTVALE-*, 84, 45-49.
- Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), 77-108.
- Hamrouni, A., Miloudi, A., & Benkraiem, R. (2015). Signaling firm performance through corporate voluntary disclosure. *Journal of Applied Business Research*, 31(2), 609.
- Haniffa, R. M., & Cooke, T. E. (2005). The impact of culture and governance on corporate social reporting. *Journal of accounting and public policy*, 24(5), 391-430.
- Haron, H., Ismail, I., & Yahya, S. (2007). Factors influencing corporate social disclosure practices in Malaysia. *Corporate Social Responsibility: Our First Look. Kuala Lumpur: Malaysian Institute of Integrity*.
- Hasseldine, J., Salama, A. I., & Toms, J. S. (2005). Quantity versus quality: the impact of environmental disclosures on the reputations of UK Plcs. *The British Accounting Review*, 37(2), 231-248.

- Rahman Wan Abd Rahman, N., Mohamed Zain, M., & Hanim Yaakop Yahaya Al-Haj, N. (2011). CSR disclosures and its determinants: evidence from Malaysian government link companies. *Social Responsibility Journal*, 7(2), 181-201.
- Hoque, Z., & James, W. (2000). Linking balanced scorecard measures to size and market factors: impact on organizational performance. *Journal of management accounting research*, 12(1), 1-17.
- Huang, C. L., & Kung, F. H. (2010). Drivers of environmental disclosure and stakeholder expectation: Evidence from Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 96(3), 435-451.
- Hussainey, K., Elsayed, M., & Razik, M. A. (2011). Factors affecting corporate social responsibility disclosure in Egypt. *Corporate Ownership and Control Journal*, 8(4), 432-443.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard: measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Linking the balanced scorecard to strategy. *California Management Review*, 39 (1), 53-79.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2004). The strategy map: guide to aligning intangible assets. *Strategy & leadership*, 32(5), 10-17.
- Kartadjumena, E., Hadi, D. A., & Budiana, N. (2011). The relationship of profit and corporate social responsibility disclosure (Survey on manufacture industry in Indonesia).
- Khan, H. U. Z. (2010). The effect of corporate governance elements on corporate social responsibility (CSR) reporting: Empirical evidence from private commercial banks of Bangladesh. *International Journal of Law and Management*, 52(2), 82-109.

- Liu, X., & Anbumozhi, V. (2009). Determinant factors of corporate environmental information disclosure: an empirical study of Chinese listed companies. *Journal of Cleaner Production*, 17(6), 593-600.
- Li, Q., Luo, W., Wang, Y., & Wu, L. (2013). Firm performance, corporate ownership, and corporate social responsibility disclosure in China. *Business Ethics: A European Review*, 22(2), 159-173.
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American journal of sociology*, 83(2), 340-363.
- Mohr, L. A., Webb, D. J., & Harris, K. E. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *Journal of Consumer affairs*, 35(1), 45-72.
- Moneva, J. M., & Cuellar, B. (2009). The value relevance of financial and non-financial environmental reporting. *Environmental and Resource Economics*, 44(3), 441-456.
- Murcia, F. D., & Santos, A. D. (2010). Determinants of corporate voluntary disclosure in Brazil. *Available at SSRN 1531767*.
- Ortas, E., Gallego-Alvarez, I., & Álvarez Etxeberria, I. (2015). Financial factors influencing the quality of corporate social responsibility and environmental management disclosure: A quantile regression approach. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22(6), 362-380.
- Park, O. (1999). Japanese corporate environmental disclosure. *Keizai-Kagaku*, 47(3), 21-37.

- Sial, M., Zheng, C., Khuong, N., Khan, T., & Usman, M. (2018). Does Firm Performance Influence Corporate Social Responsibility Reporting of Chinese Listed Companies. *Sustainability*, *10*(7), 2217.
- Smith, J. E., & Smith, N. P. (1971). Readability: A measure of the performance of the communication function of financial reporting. *The Accounting Review*, *46*(3), 552-561.
- Spence, M. (1978). Job market signaling. In *Uncertainty in economics* (pp. 281-306). Academic Press.
- Srivastava, J., & Lurie, N. (2001). A consumer perspective on price-matching refund policies: Effect on price perceptions and search behavior. *Journal of Consumer Research*, *28*(2), 296-307.
- Tsang, E. W. (1998). A longitudinal study of corporate social reporting in Singapore: the case of the banking, food and beverages and hotel industries. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, *11*(5), 624-635.
- Verrecchia, R. E. (1983). Discretionary disclosure. *Journal of accounting and economics*, *5*, 179-194.
- Wilmshurst, T. D., & Frost, G. R. (2000). Corporate environmental reporting: a test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, *13*(1), 10-26.
- Wiseman, J. (1982). An evaluation of environmental disclosures made in corporate annual reports. *Accounting, Organizations and society*, *7*(1), 53-63.
- Wuncharoen, C. (2013). Corporate social responsibility in hotels business. *Journal of Management Sciences*, *30*(1), 143-158.

Yeniyurt, S. (2003). A literature review and integrative performance measurement framework for multinational companies. *Marketing Intelligence & Planning*, 21(3), 134-142.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายชื่อบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

- | | | |
|---|-------|--|
| 1 | JCKH | บริษัท เจซีเค ฮอสพิทอลลิตี จำกัด (มหาชน) |
| 2 | PRIME | บริษัท ไพร์ม โรด เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน) |
| 3 | TMILL | บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน) |

กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

- | | | |
|---|-------|--|
| 4 | BGT | บริษัท บีจีที คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) |
| 5 | ECF | บริษัท อีสต์โคสต์เฟอ์นิเทค จำกัด (มหาชน) |
| 6 | NPK | บริษัท นิวพลัสนิคคิง จำกัด (มหาชน) |
| 7 | OCEAN | บริษัท โอเชียน คอมเมิร์ซ จำกัด (มหาชน) |

กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม

- | | | |
|----|-------|---|
| 8 | CHO | บริษัท ช ทวี จำกัด (มหาชน) |
| 9 | CHOW | บริษัท เซาว์ สตีล อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) |
| 10 | COLOR | บริษัท สาลี คัลเลอร์ จำกัด (มหาชน) |
| 11 | FPI | บริษัท ฟอ์จูน พาร์ท อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) |
| 12 | KCM | บริษัท เค.ซี.เมททอลชีท จำกัด (มหาชน) |
| 13 | PDG | บริษัท พรอดดิจี จำกัด (มหาชน) |
| 14 | PJW | บริษัท ปัญจวัฒนาพลาสติก จำกัด (มหาชน) |
| 15 | PPM | บริษัท พรพรหมเม็ททอล จำกัด (มหาชน) |
| 16 | SALEE | บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) |

17	SANKO	บริษัท ชังโกะ ไดคาซตั้ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
18	SWC	บริษัท เซอร์วิวด คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
19	TMC	บริษัท ที.เอ็ม.ซี. อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)
20	TMI	บริษัท ซีระมงคล อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)
21	UEC	บริษัท ยูนิมิต เอนจิเนียริง จำกัด (มหาชน)
22	YUASA	บริษัท ยัวซ่าแบตเตอรี่ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน)

กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

23	ARROW	บริษัท แอร์โรว์ ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)
24	HYDRO	บริษัท ไฮโดรเทค จำกัด (มหาชน)
25	JSP	บริษัท เจ. เอส. พี. พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)
26	META	บริษัท เมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
27	PPS	บริษัท โปรเจค แพลนนิ่ง เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
28	SMART	บริษัท สมาร์ทคอนกรีต จำกัด (มหาชน)
29	STAR	บริษัท สตาร์ ยูนิเวอร์แซล เน็ตเวิร์ค จำกัด (มหาชน)
30	T	บริษัท ที เอ็นจิเนียริ่ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
31	THANA	บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

กลุ่มทรัพยากร

32	AIE	บริษัท เอไอ เอนเนอร์จี จำกัด (มหาชน)
33	PSTC	บริษัท เพาเวอร์ โซลูชั่น เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
34	QTC	บริษัท คิวทีซี เอนเนอร์ยี จำกัด (มหาชน)
35	TAKUNI	บริษัท ทากุณี กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
36	TRT	บริษัท ทรไทย จำกัด (มหาชน)
37	UMS	บริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิสเซส จำกัด (มหาชน)

กลุ่มบริการ

38	AKP	บริษัท อัครีปราคาการ จำกัด (มหาชน)
39	AUCT	บริษัท สหการประมูล จำกัด (มหาชน)
40	BOL	บริษัท บีซีเนส ออนไลน์ จำกัด (มหาชน)
41	CMO	บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน)
42	FSMART	บริษัท ฟอรัท สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
43	FVC	บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน)
44	HARN	บริษัท หาญ เอ็นจิเนียริ่ง โซลูชั่นส์ จำกัด (มหาชน)
45	KIAT	บริษัท เกียรติธนา ขนส่ง จำกัด (มหาชน)
46	MPG	บริษัท เอ็มพีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
47	NBC	บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
48	NEWS	บริษัท นิวส์ เน็ตเวิร์ค คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
49	NINE	บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)
50	OTO	บริษัท วันทิวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน)
51	PHOL	บริษัท พลธัญญา จำกัด (มหาชน)
52	PICO	บริษัท พีโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)
53	QLT	บริษัท ควอลิตี้เทค จำกัด (มหาชน)
54	SPA	บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
55	TNDT	บริษัท ไทย เอ็น ดี ที จำกัด (มหาชน)
56	WINNER	บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มเทคโนโลยี

57	IRCP	บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
58	PLANET	บริษัท แพลนเน็ต คอมมิวนิเคชั่น เอเชีย จำกัด (มหาชน)
59	SIMAT	บริษัท ไชแมท เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
60	SKY	บริษัท สกาย ไอซีที จำกัด (มหาชน)

61 SPVI บริษัท เอส พี วี ไอ จำกัด (มหาชน)

ภาคผนวก ข

แบบเก็บข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อบริษัท:.....

2. ประเภทอุตสาหกรรม

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร | <input type="checkbox"/> 5. กลุ่มทรัพยากร |
| <input type="checkbox"/> 2. กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค | <input type="checkbox"/> 6. กลุ่มบริการ |
| <input type="checkbox"/> 3. กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม | <input type="checkbox"/> 7. กลุ่มเทคโนโลยี |
| <input type="checkbox"/> 4. กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง | |

3. อายุ ปี

4. รายได้รวม

	ปี				
	2557	2558	2559	2560	2561
รายได้รวม(ล้านบาท)					

5. ประเภทสำนักงานสอบบัญชี

	ปี				
	2557	2558	2559	2560	2561
ประเภทสำนักงานสอบบัญชี					
1 = Big 4					
0 = อื่นๆ					

ส่วนที่ 2 ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ

หัวข้อ	การเปิดเผยข้อมูล (มี = 1 ไม่มี = 0)			
	2557	2558	2559	2560
ด้านการเงิน				
1. ผลการดำเนินงานทางการเงิน				
2. ต้นทุนที่ลดลง				
3. มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ				
4. การเจริญเติบโตของยอดขาย				
5. ความสามารถในการทำกำไร				
6. สภาพคล่องของกิจการ				
7. ระดับมูลค่าของสินทรัพย์				
รวมคะแนน ผลการดำเนินงานด้านการเงิน				
ด้านลูกค้า				
1. ความพึงพอใจของลูกค้า				
2. จำนวนลูกค้า				
3. ข้อร้องเรียนจากลูกค้า				
4. ส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น				
5. การรักษารฐานลูกค้าเก่า				
6. การเพิ่มลูกค้าใหม่				
7. คุณภาพของสินค้า/บริการ				
รวมคะแนนผลการดำเนินงานด้านลูกค้า				
ด้านกระบวนการภายใน				
1. รอบระยะเวลาการผลิต				
2. อัตราส่วนสินค้าที่มีตำหนิ				
3. อัตราส่วนผลได้จากการผลิต				
4. ความก้าวหน้าของโครงการ				
5. ระบบประเมินประสิทธิภาพการผลิต				

หัวข้อ	การเปิดเผยข้อมูล (มี = 1 ไม่มี = 0)			
	2557	2558	2559	2560
6. การบริหารจัดการสินค้า				
7. การวิจัยและการพัฒนาสินค้า				
รวมคะแนนผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน				
ด้านการเรียนรู้และเติบโต				
1. แรงงานที่ปรับเปลี่ยนได้				
2. ระดับความพึงพอใจของพนักงาน				
3. การมีส่วนร่วมของพนักงาน				
4. อัตราการเข้า/ออก ของพนักงาน				
5. การส่งเสริมวัฒนธรรมด้านความเป็นผู้นำ				
6. การนำเทคโนโลยีมาใช้				
7. การพัฒนาคุณภาพบุคลากร				
รวมคะแนนผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และเติบโต				
รวมคะแนนผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ				

ส่วนที่ 3 การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

หัวข้อ	การเปิดเผยข้อมูล (มี = 1 ไม่มี = 0)			
	2558	2559	2560	2561
การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม				
1. การแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี				
2. การมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างรับผิดชอบ				
3. การแข่งขันอย่างเป็นธรรม				
4. การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในห่วงโซ่อุปทาน				

หัวข้อ	การเปิดเผยข้อมูล (มี = 1 ไม่มี = 0)			
	2558	2559	2560	2561
5. การเคารพต่อสิทธิในทรัพย์สิน				
รวมคะแนนการรายงานด้านการปฏิบัติที่เป็นธรรม				
การต่อต้านการทุจริต				
1. นโยบายการต่อต้านการทุจริต				
2. การหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง				
3. การป้องกันการทุจริต				
4. การให้ความรู้และการสร้างความตระหนัก				
5. การสร้างความเชื่อมั่นด้วยภาวะผู้นำ				
รวมคะแนนด้านการต่อต้านการทุจริต				
การเคารพสิทธิมนุษยชน				
1. หลีกเลี่ยงการร่วมกระทำความผิด				
2. แก้ไขปัญหาความขัดแย้ง				
3. การเลือกปฏิบัติและกลุ่มผู้ด้อยโอกาส				
4. สิทธิการเป็นพลเมืองและสิทธิทางการเมือง				
5. หลักการพื้นฐานและสิทธิในการทำงาน				
รวมคะแนนการเคารพสิทธิมนุษยชน				
การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม				
1. การจ้างงานและความสัมพันธ์ด้านการจ้างงาน				
2. สภาพการทำงานและการคุ้มครองทางสังคม				
3. สังคมเสวนา				
4. ความปลอดภัยและสุขภาพในการทำงาน				
5. การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากรในสถานที่ปฏิบัติงาน				
รวมคะแนนการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม				

หัวข้อ	การเปิดเผยข้อมูล (มี = 1 ไม่มี = 0)			
	2558	2559	2560	2561
ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค				
1. การคุ้มครองสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค				
2. การบริโภคอย่างยั่งยืน				
3. การบริการ การสนับสนุน การยุติข้อร้องเรียน และข้อโต้แย้งแก่ผู้บริโภค				
4. การปกป้องข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค				
5. การจัดการข้อมูลของผู้บริโภคอย่างมีความรับผิดชอบต่อ				
รวมคะแนนการรายงานด้านผู้บริโภค				
การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม				
1. การป้องกันมลพิษ				
2. การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน				
3. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การลดผลกระทบและการปรับตัว				
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและระบบสาธารณสุขแก่พนักงานและสาธารณชน				
5. การส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ				
รวมคะแนนการรายงานด้านสิ่งแวดล้อม				
การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม				
1. การมีส่วนร่วมของชุมชน				

หัวข้อ	การเปิดเผยข้อมูล (มี = 1 ไม่มี = 0)			
	2558	2559	2560	2561
2. การศึกษาและวัฒนธรรม				
3. การสร้างการจ้างงานและการพัฒนาทักษะ				
4. การพัฒนาเทคโนโลยีและการเข้าถึง				
5. การลงทุนด้านสังคม				
รวมคะแนนด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม				
นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม				
1. การเปิดเผยนวัตกรรมที่ค้นพบในสิ่งเป็นประโยชน์ต่อตนเองและการพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม				
2. การสำรวจองค์กรเพื่อนำไปสู่การค้นพบนวัตกรรม				
3. การพัฒนานวัตกรรม				
4. การพัฒนาความคิดหรือความรู้ใหม่ๆ				
5. รางวัลการพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรม				
รวมคะแนนด้านนวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม				
รวมคะแนนด้านการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม				

ภาคผนวก ก

คำอธิบายแบบเก็บข้อมูล

ส่วนที่ 2 ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ

1. ด้านการเงิน

- 1.1. ผลการดำเนินงานทางการเงิน คือ ผลการดำเนินงานขององค์กรในรอบปี เช่น กำไรจากการดำเนินงาน กำไรขั้นต้น กำไรสุทธิ เป็นต้น
- 1.2. ต้นทุนที่ลดลง คือ ต้นทุนขององค์กรที่ลดลง
- 1.3. มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ คือ กำไรจากการดำเนินงานขององค์กร หักต้นทุนทางการเงินที่เกิดจากการระดมทุนผ่านเจ้าหนี้และเจ้าของ คูณด้วยอัตราต้นทุนทางการเงิน
- 1.4. การเจริญเติบโตของยอดขาย คือ อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย
- 1.5. ความสามารถในการทำกำไร คือ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย
- 1.6. สภาพคล่องของกิจการ คือ ผลการดำเนินงานตามเกณฑ์เงินสด
- 1.7. ระดับสินทรัพย์ คือระดับสินทรัพย์ขององค์กรที่ใช้ในการดำเนินงานซึ่งเกิดจากการระดมทุนผ่านเจ้าหนี้และเจ้าของ

2. ด้านลูกค้า

- 2.1. ความพึงพอใจของลูกค้า คือ การเปรียบเทียบความรู้สึกของลูกค้าที่เป็นผลมาจากการบริโภคสินค้า/บริการ กับความคาดหวังเดิมของลูกค้า
- 2.2. จำนวนลูกค้า คือ จำนวนลูกค้าที่บริโภคสินค้า/บริการขององค์กร
- 2.3. ข้อร้องเรียนจากลูกค้า คือ ความต้องการหรือความคาดหวังจากองค์กรที่ลูกค้าไม่ได้รับ ทำให้เกิดความไม่พอใจและมีการแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบ
- 2.4. ส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้น คือ การแบ่งกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่ทั้งหมดออกเป็นกลุ่ม โดยการจัดกลุ่มให้คนที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน/เหมือนกัน มีความต้องการสินค้า/บริการและมีการตอบสนองต่อสิ่งเร้าทางการตลาดที่เหมือนกันเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยองค์กร

สามารถผลิตสินค้า/บริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มตลาดนั้นๆ ได้มากขึ้น

- 2.5 การรักษามาตรฐานลูกค้าเก่า คือ การสร้างความจงรักภักดีในตัวสินค้า/บริการ เช่น การรับฟังข้อร้องเรียนจากลูกค้าและนำมาแก้ไข การปรับปรุงและพัฒนาสินค้า/บริการให้ดียิ่งขึ้น การให้สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าเก่า เป็นต้น
- 2.6 การเพิ่มลูกค้าใหม่ คือ การหาช่องทางใหม่ๆ ในการนำเสนอสินค้า/บริการให้แก่กลุ่มลูกค้าใหม่ ที่ยังไม่เคยบริโภคสินค้า/บริการขององค์กร เช่น การหาลูกค้าใหม่จากพันธมิตรหรือคู่ค้า การให้ลูกค้าเก่าแนะนำลูกค้ากลุ่มใหม่ การทำการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ เป็นต้น
- 2.7 คุณภาพของสินค้าและบริการ คือ คุณลักษณะต่างๆ ของสินค้า/บริการ ที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการและเป็นไปตามความต้องการหรือตามที่กำหนดไว้ จนสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้

3. ด้านกระบวนการภายใน

- 3.1 รอบระยะเวลาการผลิต คือ เวลาที่ใช้ในการนำวัตถุดิบและทรัพยากรต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยในการผลิตมาแปรสภาพ โดยผ่านกระบวนการผลิตตามลำดับขั้นตอนจนได้ออกมาเป็นผลผลิต เพื่อให้ได้สินค้า/บริการที่มีปริมาณและคุณภาพด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด
- 1.2 อัตราส่วนสินค้ามีตำหนิ คือ อัตราส่วนของผลผลิตที่ไม่ได้มาตรฐานขององค์กรต่อผลผลิตทั้งหมดที่กิจการผลิตได้ในรอบระยะเวลาผลิตนั้น
- 1.3 อัตราส่วนผลได้จากการผลิต คือ ผลผลิตสุทธิที่ได้จากกระบวนการผลิต หัก การสูญเสียออก โดยการคำนวณอยู่ในรูปของร้อยละของผลผลิตที่ได้เทียบกับ input ของกระบวนการ
- 1.4 ความก้าวหน้าของโครงการ คือ การรายงานความก้าวหน้าของโครงการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานองค์กรที่กำลังดำเนินการอยู่ในขณะนั้น อาจแสดงอยู่ในของร้อยละของงานที่ทำเสร็จต่องานที่ต้องทำทั้งหมดของแต่ละโครงการ

- 1.5 ระบบการประเมินประสิทธิภาพการผลิต คือการได้รับการรับรองมาตรฐานในการผลิต เช่น ระบบ Total Productive Maintenance (TPM) ระบบ Quality Circle ระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001 ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาตรฐาน ISO 14001 เพื่อเป็นการสร้างระบบการทำงานที่ดี มีประสิทธิภาพและสร้างความน่าเชื่อถือจากลูกค้า
- 1.6 การบริหารจัดการสินค้า คือ รายละเอียดเกี่ยวกับการบริหารจัดการสินค้า เช่น สินค้าที่เสียหายระหว่างจัดส่ง สินค้าที่มีการจัดส่งตรงเวลา เป็นต้น
- 1.7 การวิจัยและพัฒนาสินค้า คือ รายละเอียดเกี่ยวกับการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาสินค้า/บริการขององค์กร เช่น ผลผลิตจากการวิจัยและพัฒนา ระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า เป็นต้น

4. ด้านการเรียนรู้และเติบโต

- 4.1 แรงงานที่ปรับเปลี่ยนได้ คือ การส่งเสริมให้มีการยกระดับความรู้ และการพัฒนาความสามารถของพนักงานเพื่อให้มีโอกาสเติบโตในสายงานที่รับผิดชอบและสายงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง
- 4.2 ระดับความพึงพอใจของพนักงาน คือ การวัดความละเอียดอ่อนของกิจการต่อความต้องการของพนักงาน
- 4.3 การมีส่วนร่วมของพนักงาน คือ การจัดให้มีการแลกเปลี่ยน แบ่งปันความรู้ระหว่างพนักงานผ่านช่องทางต่างๆขององค์กร รวมถึงการเปิดโอกาสให้พนักงานได้เสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ
- 4.4 อัตราการเข้าออกของพนักงาน คือ การออกจากงานด้วยเหตุผลต่างๆ โดยเปรียบเทียบจำนวนพนักงานที่ออกจากงานกับจำนวนเฉลี่ยของพนักงาน ทั้งนี้ รวมถึงการลาออก การถูกให้ออกโดยมีความผิด เกษียณอายุ การลดกำลังคน เนื่องจากการลดขนาด และการเสียชีวิต
- 4.5 ส่งเสริมวัฒนธรรมด้านความเป็นผู้นำ คือ การจัดทำแผนการพัฒนาบุคลากรเป็นรายคน เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของพนักงานที่มีศักยภาพให้มีความพร้อมสำหรับการสืบทอดตำแหน่งผู้บริหารตามที่วางไว้

- 4.6 การนำเทคโนโลยีมาใช้ คือ การใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย เช่น ในการใช้เครื่องจักรในการผลิตสินค้า พนักงานต้องได้รับการฝึกอบรมการใช้เครื่องจักรอย่างถูกต้องเพื่อให้มีความรู้ความชำนาญ
- 4.7 การพัฒนาคุณภาพบุคลากร คือ การเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนได้รับการอบรมทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเป็นการเพิ่มพูนทักษะความรู้ความสามารถในการทำงาน ให้พนักงานได้แสดงออกถึงศักยภาพและความสามารถได้อย่างเต็มที่ เพื่อสร้างความมั่นคงและความเจริญก้าวหน้าในอาชีพตามศักยภาพของพนักงานแต่ละคน

ส่วนที่ 3 การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

1. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

- 1.1. การแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี คือ นโยบายหรือมาตรการที่ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี หลีกเลี่ยงพฤติกรรมกีดกันการค้า (ฮั้ว) กัน หรือการเล่นพรรคเล่นพวก
- 1.2. การมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างรับผิดชอบ คือ ให้การอบรมและสร้างความตระหนักแก่พนักงานเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างรับผิดชอบ
- 1.3. การแข่งขันอย่างเป็นธรรม คือ มีการปฏิบัติตามกรอบกติกาการแข่งขันที่ดี และหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมเพื่อทำลายคู่แข่ง
- 1.4. การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในห่วงโซ่อุปทาน คือ การส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องมีความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม
- 1.5. การเคารพต่อสิทธิในทรัพย์สิน คือ การไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ละเมิดต่อสิทธิในทรัพย์สิน การละเมิดลิขสิทธิ์ และการปลอมแปลง

2. การต่อต้านการทุจริต

- 2.1 นโยบายการต่อต้านการทุจริต คือ นโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยเรื่องการต่อต้านการคอร์รัปชัน ไม่ว่าจะด้วยการเรียก รับ และจ่ายสินบน

- 2.2 การหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง คือ การหลีกเลี่ยงการดำเนินการที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือหากพบว่า มีก็จัดให้มีกระบวนการไกล่เกลี่ยที่เป็นธรรม และมีการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญอย่างครบถ้วน
- 2.3 การป้องกันการทุจริต คือ การจัดให้มีระบบการบริหารจัดการที่สามารถป้องกันการจ่ายสินบนและทุจริต หรือสามารถตรวจสอบได้โดยรวดเร็วรวมถึงการมีกระบวนการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ พร้อมกับการให้ความสำคัญเป็นธรรมหากเกิดกรณีดังกล่าวขึ้น
- 2.4 การให้ความรู้และการสร้างความตระหนัก คือการรณรงค์ให้ผู้บริหาร กรรมการ และพนักงานเห็นถึงความสำคัญของการต่อต้านการทุจริต รวมถึงการให้สินบน
- 2.5 การสร้างความเชื่อมั่นด้วยภาวะผู้นำ คือ การสร้างความเชื่อมั่นด้วยการแสดงภาวะผู้นำของกิจการในการเป็นแบบอย่างของการต่อต้านการทุจริต อีกทั้งมุ่งมั่นสนับสนุนและกำกับดูแลการปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตด้วย

3. การเคารพสิทธิมนุษยชน

- 3.1 หลีกเลี่ยงการร่วมกระทำผิด คือ สร้างความตระหนัก มีการป้องกัน และมีการดำเนินการกับความเสียหายของการร่วมกระทำผิดทุกรูปแบบ
- 3.2 แก้ไขปัญหาความขัดแย้ง คือ การกำหนดกลไก และการดำเนินการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในการปกป้องสิทธิมนุษยชน
- 3.3 การเลือกปฏิบัติและกลุ่มผู้ด้อยโอกาส คือ การระมัดระวังเพื่อให้มั่นใจว่าจะไม่มีการเลือกปฏิบัติกับลูกจ้าง ลูกค้า ผู้มีส่วนได้เสีย หรือบุคคลอื่น
- 3.4 สิทธิการเป็นพลเมืองและสิทธิทางการเมือง คือการเคารพสิทธิความมีอิสระ เสรีภาพ และหลีกเลี่ยงการกระทำที่เป็นการละเมิด หรือขัดขวางสิทธิของบุคคล
- 3.5 หลักการพื้นฐานและสิทธิในการทำงาน คือ การไม่เลือกปฏิบัติในกระบวนการจ้างงาน

4. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

- 4.1 การจ้างงานและความสัมพันธ์ด้านการจ้างงาน คือการเปิดเผยสิทธิและข้อปฏิบัติเกี่ยวกับการจ้างงาน ซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมายแรงงาน หรือกฎหมายการจ้างงาน
- 4.2 สภาพการทำงานและการคุ้มครองทางสังคม คือ ค่าจ้าง ค่าตอบแทน เวลาในการทำงาน สวัสดิการ และวันหยุด มีความเป็นธรรมเท่าเทียมกัน และเป็นไปตามกฎหมาย
- 4.3 สังคมเสวนา คือ มีการปรึกษาหารือ และมีช่องทางให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น รับฟังปัญหา และข้อเสนอแนะ
- 4.4 ความปลอดภัยและสุขภาพในการทำงาน คือ การมีกระบวนการทำงานที่ถูกต้องและเหมาะสม มีการคำนึงถึงสุขภาพ และความปลอดภัยของพนักงาน
- 4.5 การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากรในสถานที่ปฏิบัติงาน คือ การมีนโยบายในการพัฒนาบุคลากร และจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และประสบการณ์

5. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

- 5.1 การคุ้มครองสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค คือ การให้ความมั่นใจว่าสินค้ามีคุณภาพ ปลอดภัย และไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ หรือการได้รับการรับรองคุณภาพ
- 5.2 การบริโภคอย่างยั่งยืน คือ การเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ ผลต่อสุขภาพ ผลข้างเคียง และวิธีการบริโภคให้ปลอดภัย
- 5.3 การบริการ การสนับสนุน การยุติข้อร้องเรียนและข้อโต้แย้งแก่ผู้บริโภค คือ มีช่องทางสำหรับรับฟังความคิดเห็น ข้อร้องเรียน การตอบคำถาม ให้คำแนะนำ รวมไปถึงการแก้ไขปัญหาอย่างรับผิดชอบแก่ผู้บริโภค
- 5.4 การปกป้องข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค คือ การมีระบบ หรือนโยบายในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค

5.5 การจัดการข้อมูลของผู้บริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ คือ การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

- 6.1 การป้องกันมลพิษ คือการปรับปรุงสมรรถนะด้านสิ่งแวดล้อมในการป้องกันมลพิษทางอากาศ แหล่งน้ำ สารเคมีอันตราย รวมถึงมลพิษในรูปแบบอื่นๆ
- 6.2 การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน คือ การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ทรัพยากรที่นำกลับมาใช้ใหม่ การอนุรักษ์น้ำ การใช้วัสดุอย่างมีประสิทธิภาพ
- 6.3 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การลดผลกระทบและการปรับตัว คือ การปรับลดก๊าซเรือนกระจก การวางแผนสำหรับการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ปลายปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ
- 6.4 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและระบบสาธารณสุขแก่พนักงานและสาธารณชน คือ การรายงานผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเนื่องมาจากการดำเนินงานขององค์กร เช่น น้ำเสีย มลพิษทางอากาศ
- 6.5 การส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ คือ การรายงานการใช้น้ำ พลังงาน และทรัพยากรที่นำมาใช้ในกิจกรรมการผลิตและบริการ

7. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

- 7.1 การมีส่วนร่วมของชุมชน คือ การส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนหรือองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมกับองค์กรในการพัฒนาชุมชน
- 7.2 การศึกษาและวัฒนธรรม คือ การสนับสนุนการศึกษา อนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรม สร้างผลกระทบที่ดีในการอยู่ร่วมกันของสังคมและการพัฒนาสังคม

- 7.3 การสร้างการจ้างงานและการพัฒนาทักษะ คือ การสร้างการจ้างงาน และการพัฒนาทักษะในการทำงานเพื่อช่วยในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
- 7.4 การพัฒนาเทคโนโลยีและการเข้าถึง คือ การส่งเสริมและสนับสนุนในการให้ความรู้ ทักษะ และการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัยได้อย่างเต็มที่และมีความปลอดภัย
- 7.5 การลงทุนด้านสังคม คือ การริเริ่มโครงการต่างๆที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงประเด็นต่างๆด้านสังคมต่อสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน

8. นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

- 8.1 การเปิดเผยนวัตกรรมที่ค้นพบในสิ่งเป็นประโยชน์ต่อตนเองและการพัฒนาชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม คือ การเผยแพร่ผลงานและความสำเร็จด้านนวัตกรรม ในรูปแบบต่างๆ เช่น สื่อ การจัดประชุม นิทรรศการ และการประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นให้ธุรกิจและผู้ประกอบการรายอื่นได้ปฏิบัติตาม
- 8.2 การสำรวจองค์กรเพื่อนำไปสู่การค้นพบนวัตกรรม คือ การสำรวจกระบวนการต่างๆของธุรกิจอยู่เสมอว่าก่อให้เกิดความเสี่ยง หรือผลกระทบทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมหรือไม่ อย่างไร
- 8.3 การพัฒนานวัตกรรม คือ การสนับสนุนการยกระดับทักษะความสามารถด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ เช่น การจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญ การจัดประชุมสัมมนา
- 8.4 การพัฒนาความคิดหรือความรู้ใหม่ๆ คือ การจัดทำแผนและเงินทุนสนับสนุนการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมโครงการใหม่ๆในองค์กร
- 8.5 รางวัลการพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรม คือ รางวัลที่ได้รับจากการพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม