

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ
เมษายน 2558
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยความเรียบร้อยและสมบูรณ์ จากความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพรรณณี บัวสุข ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปกรณัม ประจันบาน ที่ได้ช่วยจุดประกายการทำวิจัยเรื่องนี้ ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นที่เป็นองค์ความรู้สำคัญอย่างยอดเยี่ยมตลอดระยะเวลาที่ทำงานจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ตลอดจนคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ รองศาสตราจารย์ ดร.ไว จามรมาน และรองศาสตราจารย์ ดร.สุจินดา เจียมศรีพงษ์ ที่ได้ให้ข้อชี้แนะเพิ่มเติมเพื่อให้งานวิจัยนี้มีความเข้มแข็งทางวิชาการมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมีความสำนึกและซาบซึ้งที่ได้รับความเมตตาจากทุกท่านมาโดยตลอด ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

คุณประโยชน์ที่ทรงคุณค่าในงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบให้กับผู้มีพระคุณ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน เหนือสิ่งอื่นใดความสำเร็จที่แท้จริงจะบังเกิดไม่ได้หากไม่ได้รับความรักและการสนับสนุนจากมารดาที่ให้อำลัใจมาโดยตลอดและด้วยความระลึกถึงอันเป็นนิรันดร์ แต่บิดาผู้ล่วงลับ

สินีนานา วงศ์เทียนชัย

ชื่อเรื่อง	การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ผู้วิจัย	สินีนานา วงศ์เทียนชัย
ประธานที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพรรณิ บัวสุข
กรรมการที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปกรณิ ประจันบาน
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ บธ.ด. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2557
คำสำคัญ	การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินงานขององค์กร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมาย คือ 1) เพื่อศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน และ 2) เพื่อศึกษาการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในบริบทความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยขอบเขตของการศึกษามาจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2555 และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามและการเก็บข้อมูลจากงบการเงินที่ผ่านการรับรองจากผู้สอบบัญชี และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น

ผลของการวิจัย พบว่า 1) การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในด้านของชื่อเสียงและความผูกพันของพนักงาน แต่ไม่มีผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินในด้านของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย และมูลค่าขององค์กร และ 2) การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมไม่มีผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน

บทสรุปของงานวิจัยนี้พบว่า การตอบสนองต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความคล้ายคลึงกัน เว้นแต่บริษัทที่อยู่ในกลุ่มทรัพยากรจะมีการเปิดเผยข้อมูลมากกว่ากลุ่มอื่น เนื่องมาจากผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชนและสังคมที่มีความอ่อนไหวมากกว่า อย่างไรก็ตามการเปิดเผยข้อมูลนี้เป็นสิ่งที่ทำให้บริษัทเกิดผลได้ในด้านของชื่อเสียงและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรเพิ่มมากขึ้น แต่ขณะเดียวกันยังไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าการส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน อาจเป็นผล

สืบเนื่องมาจากข้อมูลทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยยังไม่มี
การจำแนกหรือบ่งส่วนต้นทุนเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมให้ชัดเจนได้ดังเช่นบริษัทในกลุ่ม
ประเทศพัฒนาแล้ว ดังนั้น การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานของ
องค์กรในประเทศไทยในประเด็นทางการเงินอาจต้องใช้เวลาในการศึกษาหรือเก็บข้อมูลในระยะ
ยาว หรือหาตัวชี้วัดทางการเงินที่เหมาะสมต่อไป



Title	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INFORMATION DISCLOSURES AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF LISTED COMPANIES IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND
Author	Sineenat Wongthianchai
Advisor	Assistant Professor Supanee Buasook, Ph.D.
Co – Advisors	Assistant Professor Phiphat Nonthanathorn, Ph.D. Assistant Professor Pakorn Prachanban, Ph.D.
Academic Paper	Thesis D.B.A. in Business Administration, Naresuan University, 2014
Keywords	Corporate Social Responsibility Information Disclosures, Organizational Performance

ABSTRACT

The purpose of this research were 1) to study the corporate social responsibility information disclosures and organizational performance of listed companies in the Stock Exchange of Thailand and 2) to study the non-financial performance in context of corporate social responsibility and financial performance of listed companies in The Stock Exchange of Thailand. Questionnaires and financial statements were used as research tools. Afterwards, data was analyzed by the structural equation modeling (SEM).

The results of this research were revealed as follows 1) corporate social responsibility disclosures affected non-financial performance in an aspect of corporate reputation and employee commitment but did not affected financial performance consisting of return on asset, return on sale and Tobin's Q and 2) in the context of corporate social responsibility, non-financial performance did not affected on financial performance

In conclusion, responses of listed companies in The Stock Exchange of Thailand to CSR disclosures were similar excepting for firms in resource industries which

have to disclose more than others because their impacts on environment, community and social are more sensitive. The corporate social responsibility disclosure generated reputation and employee commitment for Thai firms. However, there was no evidence effect of the social responsibility disclosures on financial performance. This probably resulted from financial information of Thai listed companies have not classified or allocated social activity cost in the same way developed countries did. Therefore, the corporate social responsibility disclosures and financial performance of organizations in Thailand may take more time to examine and collect data or search for appropriately financial indicators.



สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	7
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	8
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	8
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
ข้อจำกัดของงานวิจัย.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
ตอนที่ 1 แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและการเปิดเผยข้อมูล.....	13
ตอนที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กร.....	29
ตอนที่ 3 ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานขององค์กรและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง.....	44
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	78
ขั้นตอนการวิจัย.....	78
ระเบียบวิธีวิจัย.....	79
ประชากรในการวิจัย.....	79
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	81
ขั้นตอนของการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	84
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	86
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	88

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4	ผลการวิจัย	92
	ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	94
	ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรการเปิดเผยข้อมูล ความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	97
	ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงาน ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	99
	ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์ โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการเปิดเผย ความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	101
5	บทสรุป	108
	สรุปผลการวิจัย.....	108
	อภิปรายผลการวิจัย.....	110
	ข้อเสนอแนะ.....	115
	บรรณานุกรม	117
	ภาคผนวก	137
	ประวัติผู้วิจัย	171

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงองค์ประกอบการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินและที่เป็นตัวเงิน.....	51
2 แสดงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียกับการดำเนินงานขององค์กร (The “grid of values”).....	56
3 แสดงการดำเนินการในมุมมองผู้มีส่วนได้เสียหลัก.....	57
4 แสดงการสรุปตัววัดที่ใช้ในการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินกับ ความรับผิดชอบต่อสังคมและจากการค้นคว้าเพิ่มเติม.....	62
5 แสดงการสรุปตัววัดที่ใช้ในการวัดผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินกับความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมและจากการค้นคว้าเพิ่มเติม.....	65
6 แสดงผลลัพธ์การวิจัยที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงาน ขององค์กร.....	67
7 แสดงกลุ่มอุตสาหกรรม และจำนวนบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทยปี 2555.....	80
8 แสดงตัวแปร จำนวนข้อคำถามและแหล่งอ้างอิง.....	82
9 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องความเที่ยงตรงแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญ.....	85
10 แสดงค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม.....	86
11 แสดงรายละเอียดการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	87
12 แสดงจำนวนบริษัทที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	89
13 แสดงสัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนค่าสถิติและตัวแปร.....	92
14 แสดงจำนวนบริษัทที่ตอบกลับแบบสอบถามแยกตามกลุ่มอุตสาหกรรม.....	94
15 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	96
16 แสดงค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.).....	97
17 แสดงเมทริกซ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ปี 2555.....	99
18 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์ โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ปี 2555.....	103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
19	แสดงค่าสถิติผลการวิเคราะห์หือทธิพลของตัวแปรของรูปแบบความสัมพันธ์ โครงสร้างเชิงเส้นของการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงาน ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี 2555.....	105
20	แสดงค่าสถิติ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.....	159
21	แสดงเมทริกซ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ปี 2556.....	160
22	แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้าง เชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ปี 2556.....	161
23	แสดงค่าสถิติผลการวิเคราะห์หือทธิพลของตัวแปรของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้าง เชิงเส้นของการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงาน ขององค์กรปี 2556.....	163
24	แสดงค่า สถิตีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.....	165
25	แสดงเมทริกซ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ผลต่าง ปี 2555 - 2556.....	166
26	แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้าง เชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ผลต่างระหว่างปี 2555 - 2556.....	167
27	แสดงค่าสถิติผลการวิเคราะห์หือทธิพลของตัวแปรของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้าง เชิงเส้นของการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงาน ขององค์กรปี 2555 - 2556.....	169

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 การวัดความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละมิติของพร้อมบุญ พานิชภัคดี.....	6
2 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Sethi.....	16
3 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Carroll.....	17
4 ปิระมิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา (CSR Pyramid for Developing Countries).....	18
5 ตัวผลักดันความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา (Drivers of CSR in Developing Countries).....	19
6 ซีเอสอาร์ตามกระบวนการ.....	21
7 แผนผัง 4 ขั้นตอนของการรายงานเพื่อสังคมขององค์กร.....	22
8 แผนภาพประเภทผู้มีส่วนได้เสียในองค์กร (A Typical Stakeholder Map).....	34
9 ระดับขั้นของทฤษฎีความชอบธรรม.....	35
10 รูปแบบของผลกระทบที่เกิดจากความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร.....	42
11 การผสมผสานแนวคิดในการวัดประสิทธิผลขององค์กร.....	46
12 รูปแบบมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลและการวัดการดำเนินงานตามแนว ปฏิบัติของ GRI Version 3.1.....	49
13 แบบจำลองการวัดผลการดำเนินงานขององค์กร.....	52
14 การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ชื่อเสียง การดำเนินงานทางการเงินและ ความชอบธรรมขององค์กร.....	72
15 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	76
16 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อ สังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย.....	76
17 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อ สังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย.....	101

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพ

หน้า

- | | | |
|----|--|-----|
| 18 | ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2555..... | 105 |
| 19 | ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2556..... | 163 |
| 20 | ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2555 - 2556..... | 169 |



มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรหรือที่เรียกว่า Corporate Social Responsibility หรือ CSR ได้เข้ามามีบทบาทกับองค์กรในปัจจุบันเป็นอย่างมาก รวมถึงมีหลายปัจจัยที่เข้ามามีอิทธิพลและนำไปสู่การให้ความสนใจที่เพิ่มมากขึ้นต่อการเสียสละขององค์กรที่เนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ เรื่องของธรรมาภิบาล ผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และการสื่อสารในยุคเทคโนโลยี ซึ่งนักลงทุนและผู้บริโภคได้ให้ความสนใจต่อองค์กรมากขึ้น การมีจริยธรรมของธุรกิจ การมีส่วนร่วมในชุมชน การปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับ ตลอดจนการนำเอื้อนเอื้อเหล่านี้มาเป็นเครื่องมือทางธุรกิจ (Hohnen and Potts, 2007, pp. 7-8) ความรับผิดชอบต่อสังคมมีพัฒนาการมาเป็นลำดับ โดยเน้นถึงผลกระทบที่เกิดจากการประกอบกิจการของธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกจนกลายเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญของการแข่งขันทางธุรกิจ และการเข้ามามีอิทธิพลของบริษัทข้ามชาติและองค์กรการค้าระหว่างประเทศต่างๆ อาทิ Organization of Economic Co-operation and Development, UN, World Bank และ International Labor Organization เป็นต้น การสนับสนุนจากองค์กรสำคัญระดับโลกเหล่านี้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและทำให้เกิดธุรกิจจำนวนมากที่มีแนวคิดเพื่อสังคมและการเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวคิดสำหรับบริษัทวิสัยทัศน์ (Visionary Company) (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553, หน้า 4) ซึ่งแนวคิดที่เกิดขึ้นจากภายในองค์กร ได้ถูกนำมากำหนดเป็นนโยบายกลยุทธ์และแผนงานที่ชัดเจนสามารถเชื่อมโยงกับค่านิยม และความสามารถขององค์กร ที่ให้ผลลัพธ์อย่างยั่งยืนต่อองค์กรมากกว่าการทำเพื่อส่งเสริมทางด้านการตลาดที่จะให้ผลในระยะเวลาที่สั้นกว่า (อนันตชัย ยูรประถม, 2550, หน้า 25-26)

ความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเกิดขึ้นอย่างชัดเจนมาเป็นลำดับนับตั้งแต่หลังสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 และยุคของการล่าอาณานิคมต่อมาหลายประเทศได้รับอิสระและมีการปฏิวัติอุตสาหกรรมที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว การเกิดขึ้นของโรงงานมากมายที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติไปอย่างสิ้นเปลืองและตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 เป็นต้นมาผู้คนเริ่มตระหนักแล้วว่าเทคโนโลยีและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่รวดเร็วไม่ใช่สิ่งที่ดีเสมอไปเพราะทำให้เกิดผลกระทบมลภาวะเป็นพิษและการลดลงของทรัพยากรธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง ทำให้สังคมโลกเริ่มให้ความสนใจอย่างจริงจัง

เกี่ยวกับการพัฒนาหนทางเลือกใหม่ซึ่งรู้จักกันในนามว่า “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” หรือ “Sustainable Development” (Srivastava and Sahay, 2008, p. 6)

ความรับผิดชอบต่อสังคมในบริบทระหว่างประเทศปัจจุบันนี้มีหลายองค์กรเข้ามา มีบทบาทกระตุ้นให้ธุรกิจมีความตระหนักและใส่ใจต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น อาทิ องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ที่ได้พัฒนาแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติที่สามารถนำไปยึดถือปฏิบัติโดยสมัครใจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลในประเทศต่างๆ ซึ่งแนวปฏิบัติดังกล่าวเรียกว่า “แนวปฏิบัติ OECD สำหรับบริษัทข้ามชาติ” (OECD Guidelines for Multi-National Enterprises) มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจในหมู่ชาติสมาชิกและก้าวให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาทั้งในประเทศอุตสาหกรรมและประเทศกำลังพัฒนากับประเทศที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกว่า 100 ประเทศ หรือ องค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (The Global Reporting Initiative หรือ GRI) ซึ่งเป็นองค์กรอิสระที่ได้ออกแนวปฏิบัติกรรายงานเพื่อความยั่งยืนที่มีหลายประเทศได้นำไปเป็นแนวปฏิบัติใช้มากที่สุดกว่า 30,000 ราย และผู้มีส่วนได้เสียภาคองค์กรทั่วโลกมากกว่า 600 องค์กร ทั้งในภาคธุรกิจเอกชน ภาครัฐ ภาคประชาสังคม ภาคการศึกษา รวมถึงสมาคมต่างๆ มากกว่า 4,000 แห่งทั่วโลกที่ได้จัดทำแนวปฏิบัติตามกรอบของ GRI ซึ่งใช้การวัดผลการดำเนินงานที่มีแนวคิดมาจากกรวัด 3 มิติ คือ ด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมให้กับองค์กรธุรกิจนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม (สถาบันไทยพัฒนา, 2555) รวมไปถึงแนวปฏิบัติขององค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization หรือ ISO) ได้ประกาศแนวปฏิบัติว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Guidance on Social Responsibility, 2010) หรือมาตรฐาน ISO 26000 โดยในมาตรฐานฉบับดังกล่าวได้ให้ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ และมีรายละเอียดเกี่ยวข้องในเรื่อง สิทธิมนุษยชน ธรรมชาติ การดำเนินกิจการด้วยความเป็นธรรม การปฏิบัติต่อลูกค้า สิ่งแวดล้อม ผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เป็นต้น

จุดเปลี่ยนสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้องค์กรธุรกิจให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้นเมื่อ OECD ได้ออกแนวปฏิบัติที่ได้รับการพัฒนามาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1992 - 2000 ให้บริษัทข้ามชาติมีความรับผิดชอบต่อสังคมและเสนอให้ทำธุรกิจกับคู่ค้าทั่วโลกที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยเช่นกัน ดังนั้น ในโลกยุคใหม่ธุรกิจใดไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแล้วจะไม่สามารถส่งสินค้าไปขายให้กับกลุ่มบริษัทในประเทศ OECD ได้ ดังนั้นธุรกิจในประเทศไทยที่เป็นคู่ค้ากับประเทศในกลุ่มนี้จึงถูกบังคับด้วยกฎ กติกาต่างๆ ที่รวมไปถึงด้านสิ่งแวดล้อม

และแรงงาน ซึ่งนิตยา วงศ์ภินันท์วัฒนา และคณะ (2547, หน้า 32) ได้ระบุว่า บริษัทที่ดำเนินธุรกิจกับต่างประเทศมีแนวโน้มของการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อมค่อนข้างสูง อาจเนื่องมาจากการที่ประเทศคู่ค้ามีข้อกำหนดเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม และการที่รัฐบาลพยายามส่งเสริมศักยภาพของกิจการให้แข่งขันกับธุรกิจอื่นๆ ในตลาดโลก ดังนั้นแนวปฏิบัติขององค์กรต่างๆ จึงกลายเป็นเครื่องมือที่สะท้อนถึงการให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการและหากธุรกิจใดนำไปประยุกต์ใช้ จะสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร ลดปัญหาและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้มีการจัดการด้านพลังงาน และการใช้ทรัพยากรที่ดี เสริมสร้างชุมชนและสังคมให้มีความเข้มแข็ง อีกทั้งนักวิเคราะห์การเงินและนักลงทุนยังให้ความสนใจในการลงทุนมากกว่าองค์กรที่ไม่ได้ปฏิบัติตามมาตรฐานเหล่านี้

สำหรับตัวผลักดันที่ทำให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศกำลังพัฒนา ประกอบด้วยตัวผลักดันภายในและภายนอก อธิบายได้คือ 1) ตัวผลักดันภายใน ประกอบด้วย วัฒนธรรมประเพณีที่ฝังรากลึกด้วยเรื่องของการเสียสละ (ความมีจริยธรรมทางธุรกิจ อิทธิพลของชุมชน) การปฏิรูปทางการเมืองที่ผลักดันพฤติกรรมของธุรกิจในการบูรณาการเรื่องของสังคมเข้ากับประเด็นด้านจริยธรรม การดำเนินการทางเศรษฐกิจโดยสนใจต่อผลกระทบทางสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่อการเติบโตและการพัฒนาธุรกิจ การเกิดขึ้นของธรรมาภิบาลเพื่อให้มีการตรวจสอบที่โปร่งใสเป็นธรรม การตอบสนองต่อวิกฤติที่สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ตลอดจนวิกฤติที่อาจเกิดขึ้นจากอุตสาหกรรม และการเข้าถึงการตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ 2) ตัวผลักดันภายนอก ประกอบด้วย มาตรฐานระหว่างประเทศ เช่น ISO แนวทางการรายงานตาม GRI หรือแนวปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรระหว่างประเทศอื่นๆ ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างหลากหลายเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับการดำเนินงาน การกระตุ้นให้เกิดการลงทุนจากนักลงทุนต่างชาติ การเคลื่อนไหวของผู้มีส่วนได้เสีย และตัวผลักดันในห่วงโซ่อุปทานของการค้าในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Visser, 2008, pp. 480-488)

สำหรับประเทศไทยเองมีหน่วยงานที่สำคัญอย่างตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ประกาศเผยแพร่ข้อพึงปฏิบัติของหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประกอบด้วย 5 หมวด ประกอบด้วย 1) สิทธิของผู้ถือหุ้น 2) การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน 3) บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย 4) การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และ 5) ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการซึ่งจากหลักดังกล่าว ในหมวดที่ 3) และ 4) มีความเกี่ยวข้องอย่างชัดเจนกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายนอกและภายใน เป็นความเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่ต้องยึดประโยชน์ของสังคม

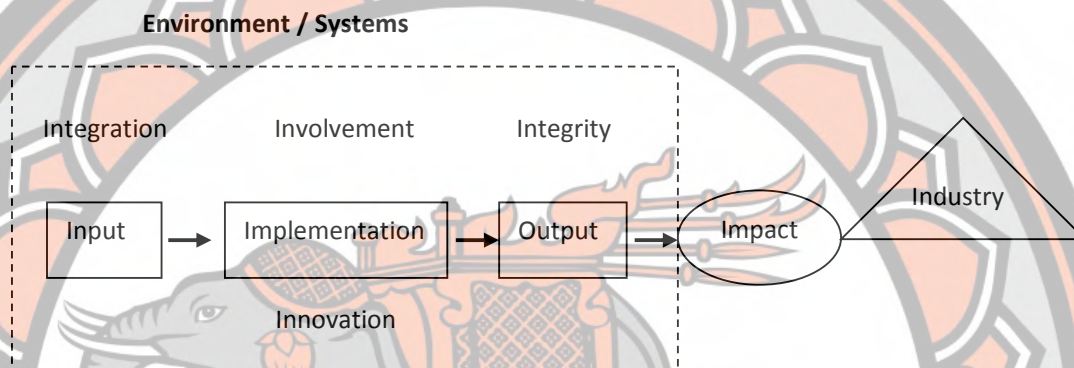
เป็นหลัก รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ในขณะที่ พัทธมน ยอดพฤติการณ์ และวรภัทร ไตชนะเกษม (2553) มองว่ากระบวนการของบรรษัทภิบาลเป็นกลไก การดำเนินงานที่เชื่อมโยงสู่กระบวนการภายนอกซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่ต้องการสร้างประโยชน์ แก่กิจการและส่วนรวมบนพื้นฐานของการไม่เบียดเบียนกันการสงเคราะห์ช่วยเหลือส่วนรวม ตามกำลังและความสามารถของกิจการอื่นจะนำไปสู่ความยั่งยืนของกิจการในระยะยาว สำหรับ ประเทศไทยนอกเหนือจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะสนับสนุนประเด็นธรรมาภิบาล เช่นกันแล้วยังมีหน่วยงานสำคัญอื่น อาทิ สภาวิชาชีพบัญชีแห่งประเทศไทย ประกาศใช้มาตรฐาน การบัญชีฉบับที่ 1 (ปรับปรุง พ.ศ.2555) เรื่อง การนำเสนองบการเงิน (2555, หน้า 13-14) ได้เน้นถึง การนำเสนองบการเงินซึ่งรวมถึงรายงานเพิ่มเติม เช่น รายงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และ งบมูลค่าเพิ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมซึ่งปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีสาระสำคัญ ดังนั้น รายงานที่นำเสนอ นอกเหนือขอบเขตของมาตรฐานการรายงานทางการเงินก็ต้องให้ความสำคัญ อย่างเท่าเทียมกันกับงบการเงินฉบับสมบูรณ์เช่นกัน

องค์กรธุรกิจในประเทศไทยโดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทยได้มีการเปิดเผยหรือรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นเรื่อยๆ โดยพิพัฒน์ นนทนารักษ์ (2553, หน้า 321) อธิบายว่าการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธุรกิจเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการเป็นช่องทางที่สื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย ทำให้สาธารณชนได้รับรู้ ถึงการกระทำขององค์กรในด้านสังคม และแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรได้กระทำในรอบปี ซึ่งบางองค์กรอาจจัดทำเป็นรายงานสังคม รายงานสิ่งแวดล้อม รายงาน สังคมและสิ่งแวดล้อมหรือรายงานความยั่งยืน สำหรับสถาบันไทยพัฒน์ (2555) ได้นำเสนอ ข้อเสนอแนะเชิงมาตรฐานการจัดทำรายงานที่ได้รับการยอมรับมาใช้อ้างอิงเป็นแนวทางปฏิบัติ ทั้งในระดับสากลและระดับประเทศ เป็นการรายงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้เกิดผล ได้ต่อองค์กร โดยเฉพาะการดำเนินงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งข้อมูลจากนักวิชาการ หลายท่านที่ได้ศึกษาเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในประเด็นของ ความสัมพันธ์ของการดำเนินงานทางการเงินและมีใช้ทางการเงิน ส่วนใหญ่พบว่ามีความสัมพันธ์กัน (Baird, Geylani and Roberts, 2012; Bayoud, Kavanagh and Slaughter, 2012; Vitezic, Vuko and Morec, 2012; Chen and Wang, 2011; Jacobs, Singhal and Subramanian, 2010; Smith, et al., 2010; Lin, Yang and Liou, 2009; Brine, Brown and Hackett, 2007; Richardson and Welker, 2001) ซึ่งก่อให้เกิดผลได้มากมายดังนี้ 1) ผลได้ที่เป็นตัวเงินโดยเฉพาะเรื่องของการลด ต้นทุน ยอดขายและกำไรเพิ่มขึ้น มูลค่าหุ้นที่เพิ่มขึ้น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย 2) ผลได้ที่ไม่เป็น

ตัวเงิน อาทิ ชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร เกิดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมใหม่ การได้รับส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้น การจัดสรรการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า มีการจัดการความเสี่ยงตลอดจนความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียดีขึ้น ลูกค้ำและพนักงานมีความจงรักภักดี และเชื่อมั่นต่อองค์กร ตลอดจนได้รับการยอมรับจากสังคม ภาครัฐและส่วนราชการให้การสนับสนุนและการช่วยเหลือ และเกิดความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว เป็นต้น (Kong, et al., 2002; Heal, 2005; Hohnen and Potts, 2007; Toppinen, 2011; Bechetti, et al., 2011; Ghoul, et al., 2011; พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553)

ผลได้ขององค์กรจากความรับผิดชอบต่อสังคมตามข้อมูลข้างต้นนั้นสามารถวัดได้จากการวัดแบบต่างๆ พร้อมบุญ พานิชภักดิ์ (2552) ระบุว่า การวัดผลงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นเรื่องยากแต่จำเป็นต้องทำเพราะเมื่อองค์กรได้นำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ามาสู่ภาคปฏิบัติจะทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นในด้านงบประมาณหรือเวลาของพนักงาน แต่การวัดผลนั้นอาจทำในรูปแบบต่างๆ คือ 1) การประเมินรูปแบบของลักษณะงานของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาในกลุ่มอุตสาหกรรมหรือธุรกิจ 2) การประเมินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อจัดลำดับ หรือ 3) การประเมินจากการใช้กระบวนการที่ใหม่ที่สามารถนำวัสดุเสียจากกระบวนการผลิตกลับมาใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่ ดังนั้นเมื่อองค์กรส่วนใหญ่ได้ให้ความสนใจกับความรับผิดชอบต่อสังคมโดยแสดงออกมาในหลายรูปแบบการเข้าไปมีส่วนร่วมตั้งแต่แหล่งที่มาของการผลิต โครงการต่างๆ ไปจนถึงการมีส่วนร่วมกับชุมชน การวัดและประเมินผลจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อแสดงให้เห็นว่าสิ่งที่ได้กระทำมีความสำเร็จก้าวหน้าและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จิตติมา คงจำเนียร (2553) และ Weber (2008, p. 247) ได้กล่าวถึงวิธีการวัดขององค์กรเฉพาะด้านความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมมีค่อนข้างน้อยแต่สามารถที่จะวัดได้จากผลกระทบของกิจกรรมต่างๆ ที่ทำในมุมมองขององค์กร ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจส่วนใหญ่จะเป็นการเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของการบรรยายหรือเป็นข้อความที่บอกถึงกิจกรรม CSR ที่ดำเนินการ แต่หากธุรกิจสามารถวัดออกมาให้เห็นเป็นข้อมูลตัวเลขได้จะเป็นการสนับสนุนนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจได้ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งพร้อมบุญ พานิชภักดิ์ (2552) ได้นำเสนอมิติของการวัดความรับผิดชอบต่อสังคม 3 แบบคือ 1) Integration เป็นการวัดแบบบูรณาการเข้าไปในทุกส่วนขององค์กรไม่เฉพาะเพื่อการประชาสัมพันธ์ แต่มีการวัด Input การลงทุนที่ให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับใดเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดขององค์กรด้วยการลงทุนทั้งระบบภายในและภายนอกองค์กร 2) Implementation เป็นการวัดการดำเนินงานจริง ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน

การมีส่วนร่วมของฝ่ายบริหาร การมีส่วนร่วมของพนักงาน ลูกค้าหรือผู้เกี่ยวข้อง 3) Innovation เป็นการวัดส่งเสริมความคิดใหม่ การลองทำรูปแบบใหม่ มีการวัดเป็นระยะ และมีตัวชี้วัดที่วัดได้จริง ตั้งเป้าที่ผลกระทบบางอย่างไม่ใช่ที่กิจกรรม ทำด้วยความจริงใจ ส่งเสริมความถูกต้องส่งผลให้อุตสาหกรรมให้มีมาตรฐานดี และการวัดทั้ง 3 แบบสามารถสรุปได้ดังภาพ 1



ภาพ 1 การวัดความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละมิติของพร้อมบุญ พาณิชภัคดี

สำหรับเครื่องมือที่ใช้วัดนั้นอยู่ที่การตั้งตัวชี้วัดที่ชัดเจน สามารถวัดได้จริงอาจเป็นค่าทางวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์ตลอดจนเป็นค่าความคิดเห็นหรือพฤติกรรมในกรณีที่การวัดเกี่ยวกับคน ส่วนผลการดำเนินงานขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับสังคมรวมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่ซึ่งองค์กรนั้นตั้งอยู่จะเป็นส่วนสำคัญที่ถูกนำมาใช้วัดถึงสมรรถนะของการดำเนินงานโดยรวม และการคงไว้ซึ่งประสิทธิผลของการดำเนินการขององค์กรที่จะสะท้อนไปถึงความจำเป็นเกี่ยวกับการมีระบบนิเวศน์ที่สมบูรณ์ ความเท่าเทียมกันทางสังคมและธรรมาภิบาลที่ดี และในระยะยาวกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของทุกองค์กรจะได้รับการตรวจสอบอย่างละเอียดจากผู้มีส่วนได้เสียที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นๆ ดังนั้นความคาดหวังและผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่เกิดขึ้นจริงจะช่วยส่งผลต่อการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ชื่อเสียง ความสามารถในการดึงดูดและรักษาไว้ซึ่งคนงาน สมาชิก ลูกค้า ผู้ว่าจ้าง หรือผู้ใช้ การรักษาไว้ซึ่งขวัญกำลังใจ ความมุ่งมั่น และการเพิ่มผลผลิตของลูกจ้าง มุมมองของนักลงทุน ผู้บริจาค ผู้ให้การสนับสนุน และกลุ่มการเงิน ความสัมพันธ์กับบริษัท ส่วนราชการ สื่อ ผู้ส่งมอบเพื่อนร่วมธุรกิจ ลูกค้า และชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ (ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 4272 (พ.ศ.2553) ออกตามความในพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511, 30 กันยายน 2553, หน้า 1)

ด้วยเหตุปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นของโลกาภิวัตน์ การดำเนินการค้าระหว่างประเทศ รวมไปถึงการลงทุนของบริษัทข้ามชาติ การแข่งขันทางธุรกิจ ตลอดจนแรงกดดันจากองค์กรต่างๆ ทั้งในและนอกประเทศ ส่งผลให้ธุรกิจต้องตระหนักในความรับผิดชอบต่อสังคม และแสดงออก ด้วยกิจกรรมการปฏิบัติและบอกกล่าวถึงการกระทำที่ธุรกิจให้ความร่วมมือด้วยการเปิดเผยหรือ รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวปฏิบัติที่ได้รับการยอมรับขององค์กรระหว่างประเทศ ที่เกี่ยวข้อง แต่ในขณะเดียวกันการปฏิบัติดังกล่าวก็ส่งผลได้ให้กับธุรกิจหลากหลายรูปแบบทั้งที่เป็น ประโยชน์ในระยะสั้นและระยะยาวให้กับองค์กร ซึ่งสามารถทราบได้จากการวัดผลการดำเนินงาน ตามกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาได้ทราบข้อมูลที่ชัดเจน จากงานวิชาการของต่างประเทศที่เป็นกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นในงานวิจัยนี้ จึงได้ศึกษาในบริบทของประเทศไทยโดยใช้กลุ่มตัวอย่างองค์กรที่มีผลกระทบกับผู้มีส่วนได้เสีย จำนวนมากคือบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เป็นสำคัญในหัวข้อเรื่อง “การเปิดเผยข้อมูล ความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” ซึ่งจะพิสูจน์ผลการปฏิบัติและตอบคำถามให้กับผู้ลงทุน ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้เสียหลากหลายกลุ่มในความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย

คำถามการวิจัย

จากความเป็นมาและความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้กลายเป็น เรื่องสำคัญที่ธุรกิจจำเป็นต้องมีแม้แต่ในประเทศไทย ทำให้บริษัทจำนวนมากได้ให้ความสนใจ และ นำมาปฏิบัติในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา แต่ยังมีข้อสงสัยว่าเมื่อองค์กรธุรกิจทำกิจกรรม เพื่อสังคมและมีการเปิดเผยข้อมูลเหล่านั้นจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานดังเช่นงานที่ปรากฏ ในต่างประเทศหรือไม่ จึงเกิดคำถามในงานวิจัยในบริบทของประเทศไทยซึ่งเป็นกลุ่มประเทศกำลัง พัฒนาในองค์กรที่มีลักษณะเป็นบริษัทจดทะเบียนและอยู่ภายใต้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนี้

1. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรที่ไม่เป็นตัวเงินและที่เป็นตัวเงินหรือไม่
2. การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมจะสามารถส่งผล ต่อผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินหรือไม่

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินและที่เป็นตัวเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. พิสูจน์ได้ว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่งผลต่อการดำเนินงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน
2. พิสูจน์ได้ว่าผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน
3. ตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้
4. เป็นแนวทางการพัฒนาไปสู่การปฏิบัติและการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีดำเนินการวิจัยวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี 2555 จำนวน 8 กลุ่มอุตสาหกรรม จำนวน 112 บริษัท

2. ขอบเขตด้านตัวแปรซึ่งผู้วิจัยสนใจศึกษา มีดังนี้

ตัวแปรอิสระจำนวน 1 ตัวแปร ซึ่งเป็นตัวแปรคุณลักษณะหรือตัวแปรแฝง (Latent Variable) คือ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility Information Disclosures) และมีตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) จำนวน 3 ตัวแปร คือ ตัววัดด้านเศรษฐกิจ (Economic) ตัววัดด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) และตัววัดด้านสังคม (Social)

ตัวแปรตามจำนวน 2 ตัวแปร ซึ่งเป็นตัวแปรคุณลักษณะหรือตัวแปรแฝง คือ การดำเนินงานขององค์กรโดยแบ่งเป็น 1) การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-financial Performance) ซึ่งมีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรด้านชื่อเสียง (Reputation) และตัวแปรด้านความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Commitment) และ 2) การดำเนินงาน

ที่เป็นตัวเงิน (Financial Performance) ซึ่งมีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร คืออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA), อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และ มูลค่าขององค์กร Tobin's Q

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Listed Companies in The Stock Exchange of Thailand)

หมายถึง บริษัทมหาชนจำกัด ที่นำหลักทรัพย์ของบริษัทมาจดทะเบียนเข้าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีคุณสมบัติตามที่กำหนด และปฏิบัติตามเกณฑ์ข้อตกลงการจดทะเบียนหลักทรัพย์และได้รับอนุญาตให้ออกและเสนอขายต่อประชาชนจากสำนักงานคณะกรรมการหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility Information Disclosures)

หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลของการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งวัดได้จากตัวบ่งชี้ 3 ตัว ประกอบด้วย

2.1 การเปิดเผยข้อมูลด้านเศรษฐกิจ (Economic Disclosure) หมายถึง ระดับของการเปิดเผยข้อมูลการเคลื่อนไหวหรือการไหลของเงินทุนขององค์กรกับผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ผลเชิงเศรษฐกิจและผลกระทบด้านเศรษฐกิจทางอ้อม

2.2 การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Disclosure) หมายถึง ระดับของการเปิดเผยข้อมูลผลกระทบขององค์กรที่มีต่อระบบธรรมชาติของสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิตขององค์กร ได้แก่ พลังงาน ระบบนิเวศ ที่ดิน น้ำและอากาศ

2.3 การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคม (Social Disclosure) หมายถึง ระดับของการเปิดเผยข้อมูลการปฏิบัติด้านแรงงาน สิทธิมนุษยชน สังคมและชุมชน และความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ขององค์กร

3. การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-financial Performance)

หมายถึง ผลการประเมินการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินจากมุมมองภายในองค์กร ซึ่งสามารถวัดได้จากตัวบ่งชี้ 2 ตัว ประกอบด้วย

3.1 ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation) หมายถึง ระดับของการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม

3.2 ความผูกพันของพนักงาน (Employee Commitment) หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในด้านของทัศนคติ และความภักดีที่มีต่อองค์กร

4. การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (Financial Performance)

หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานที่แสดงถึงความสามารถในการประกอบการขององค์กร ซึ่งสามารถวัดได้จากตัววัดจำนวน 3 ตัว ประกอบด้วย

4.1 ผลตอบแทนในการใช้สินทรัพย์ (Return on Assets: ROA) หมายถึง ผลลัพธ์ของอัตราส่วนที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ขององค์กร โดยมีวิธีการวัด ดังนี้

$$\text{Return on Total Assets (ROA)} = \frac{\text{Net Income Available to Common Stockholders}}{\text{Total Assets}}$$

4.2 ผลตอบแทนต่อยอดขาย (Return on Sales: ROS หรือ Net Profit Margin on Sales) หมายถึง ผลลัพธ์ของอัตราผลตอบแทนต่อยอดขายที่แสดงความสามารถในการทำกำไรสุทธิที่สัมพันธ์กับยอดขาย โดยมีวิธีการวัด ดังนี้

$$\text{Return on Sales (ROS) or Profit Margin on Sales} = \frac{\text{Net Income Available to Common Stockholders}}{\text{Sales}}$$

4.3 มูลค่าขององค์กร (Tobin's Q) หมายถึง ผลลัพธ์ของอัตราส่วนของมูลค่าบริษัทในตลาดหุ้นกับสินทรัพย์รวมในการวัดมูลค่าทางการตลาดขององค์กร โดยมีวิธีการวัด ดังนี้

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Market Value of Equity} + \text{Firm Debt (Book Value of Debt)}}{\text{Total Assets}}$$

ข้อจำกัดของงานวิจัย

การวิจัยนี้มีข้อจำกัดในการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรในการวิจัย การวิจัยนี้มีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาในระดับองค์กร มีตัวแทนองค์กรคือผู้บริหารและพนักงานเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามให้ทุกบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีอัตราการตอบกลับ 24.40% อาจส่งผล

ต่อข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์และการเป็นตัวแทนของกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. ข้อมูลทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ผ่านการรับรองของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย จากการนำมาใช้ในการศึกษาการวิจัยนี้ ไม่ได้มีการจำแนกรายการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมออกจากรายการทางบัญชีอื่นที่เป็นตัวเงินอย่างชัดเจน จึงอาจส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานทางการเงินในบริบทความรับผิดชอบต่อสังคมได้



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในบทนี้เกี่ยวข้องกับการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องของการเปิดเผยข้อมูล ความรับผิดชอบต่อสังคม และการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากหนังสือ บทความวิจัย บทความวิชาการ เอกสาร และงานวิจัยจากนักวิชาการในประเทศและต่างประเทศเพื่อให้ได้กรอบแนวคิดของการวิจัย ตลอดจนได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระ คือ การเปิดเผยข้อมูล ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและตัวแปรตามคือผลการดำเนินงาน โดยในบทที่ 2 มีรายละเอียดแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและการเปิดเผยข้อมูล

- 1.1 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
- 1.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับการเปิดเผยข้อมูล

ตอนที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

- 2.1 จริยธรรมทางธุรกิจ
- 2.2 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย
- 2.3 ทฤษฎีความชอบธรรม
- 2.4 ทฤษฎีสัญญาประชาคม
- 2.5 ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สถาบันใหม่
- 2.6 ผลได้กับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ตอนที่ 3 ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานขององค์กรและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 3.1 แนวคิดการวัดการดำเนินงานขององค์กร
- 3.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการวัดการดำเนินงานขององค์กร
- 3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎีและความรับผิดชอบต่อสังคมกับการวัดผลดำเนินงานขององค์กร
- 3.4 กรอบแนวคิดการวิจัย
- 3.5 สมมติฐานการวิจัย

ตอนที่ 1 แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและการเปิดเผยข้อมูล

ความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นได้มีการปฏิบัติมาตั้งแต่ในยุคอดีตแต่ความหมาย และแนวคิดได้มีการบัญญัติหรืออธิบายได้อย่างชัดเจนเมื่อไม่กี่ทศวรรษมานี้ และในปัจจุบันทุกสังคมได้มีความตระหนักและใส่ใจในเรื่องดังกล่าวอย่างมากและเรียกร้องให้องค์กรธุรกิจเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น ตลอดจนหน่วยงานทั้งในและนอกประเทศต่างเข้ามามีบทบาทให้ความสำคัญและอธิบายได้ตามลำดับ คือ

1.1 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

มีหลายหน่วยงานที่ได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจไว้ ดังนี้

The European Commission หรือคณะกรรมาธิการยุโรป ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่าเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสำหรับผลกระทบที่มีต่อสังคม การให้ความเคารพต่อกฎหมายและข้อตกลงร่วมกันระหว่างหุ้นส่วนในสังคม และรับผิดชอบต่ออย่างเต็มที่ด้วยการมองผู้ที่มีส่วนร่วมก่อน โดยองค์กรจะต้องเป็นสถานที่ที่บูรณาการสังคมสิ่งแวดล้อม จริยธรรม สิทธิมนุษยชนและความห่วงใยต่อผู้บริโภค เข้าสู่การดำเนินงานทางธุรกิจ และกลยุทธ์หลักร่วมกันกับผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร (European Commission, 2011, p. 6)

The World Business Council on Sustainable Development ได้ให้ความหมายว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ คำมั่นสัญญาที่มีอย่างต่อเนื่องขององค์กรที่จะประพฤติตนตามหลักจริยธรรมและส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ การปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนงาน และครอบครัวของพวกเขา ชุมชนท้องถิ่นและสังคมโดยกว้างให้ดีขึ้น (Holme and Watts, 2000, p. 10)

คณะกรรมการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้ให้ความหมายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคม และสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการเพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน (เขมทิศธุรกิจเพื่อสังคม, 2551, หน้า 6)

สถาบันไทยพัฒน์ ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ การดำเนินกิจกรรมภายใน และภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้ (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กร เช่น ลูกค้า คู่ค้าครอบครัว พนักงาน ชุมชนท้องถิ่นที่องค์กรตั้งอยู่) และระดับไกล (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทางอ้อม เช่น คู่แข่งขันทางธุรกิจประชาชนโดยทั่วไป) ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่

ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กรในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข (สถาบันไทยพัฒนา, 2555)

กระทรวงอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้ออกประกาศเกี่ยวกับกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมว่า ความรับผิดชอบต่อองค์กรต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ทําอย่างโปร่งใสและการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม เพื่อส่งเสริมต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนซึ่งรวมถึงความอยู่ดีมีสุขของสังคม ให้ความสำคัญต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับการปฏิบัติตามแนวทางของสากล ให้เกิดการบูรณาการทั่วทั้งองค์กรรวมทั้งนำไปใช้กับองค์กรอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์ (ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 4272 (พ.ศ. 2553) ออกตามความในพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511, 30 กันยายน 2553, หน้า 11)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามความหมายของ พิพัฒน์ นนทนาถรณ์ (2553, หน้า 12) คือ การดำเนินงานขององค์กรที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้วยการดำเนินงานที่สร้างความสมดุลแก่เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และพิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ (2552, หน้า 90) ให้ความหมายว่า หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กรในอันที่จะทำให้เกิดการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติ

ดังนั้น โดยสรุปความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ การดำเนินธุรกิจอยู่ภายใต้หลักจริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการที่ดีควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและสังคมไว้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีความสุขและเพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

สำหรับแนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคม Steiner and Steiner (2003, pp. 126-133) ได้แบ่งวิวัฒนาการแนวคิดดังกล่าวเป็น 4 ยุคคือ 1) ความรับผิดชอบต่อสังคมในยุคของทฤษฎีเศรษฐกิจแบบดั้งเดิม (Social Responsibility on Classical Economic Theory) คือ เรื่องของการทำกำไรสูงสุดที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย และมีการช่วยเหลือแบบมือที่มองไม่เห็น (Invisible Hand) จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อสนับสนุนในการทำสิ่งที่ดี ซึ่งแนวคิดนี้มาจากความมั่งคั่งของประชาชาติของ อัดัม สมิทท์ (Adam Smith's Wealth of

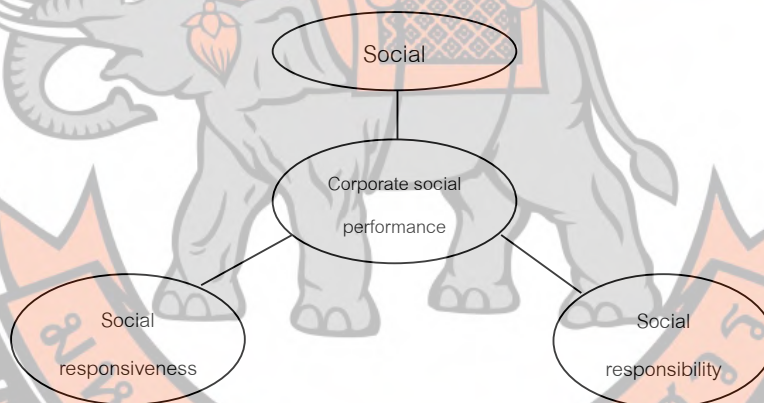
Nations) เพื่อความอยู่ดีกินดีของคน (Human Welfare) และได้กลายเป็นแนวคิดอันเป็นรากฐานของสังคม เศรษฐกิจและการเมือง 2) การกระตุ้นให้มีความโอบอ้อมอารีในศตวรรษที่ 18 และ 19 (The Charitable Impulse of The Eighteenth and Nineteenth Centuries) เนื่องจากเป็นยุคของการล่าอาณานิคม แนวความคิดในยุคนี้คือ การให้องค์กรมีความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยตนเอง ด้วยการแสดงตัวออกมารับผิดชอบต่อสังคมและเป็นการแสดงถึงความเอื้อเฟื้อที่มาจากตัวเจ้าของธุรกิจเอง เช่น การบริจาคเงินจำนวนมากเพื่อการศึกษาของเด็กๆ การตั้งกองทุนการรักษาพยาบาลของพนักงานโดยผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น 3) ความรับผิดชอบต่อสังคมในยุคปลายศตวรรษที่ 19 และต้นศตวรรษที่ 20 (Social Responsibility in the Late Nineteenth and Early Twentieth Centuries) เนื่องจากอุตสาหกรรมได้สร้างปัญหาทางสังคมจำนวนมาก และผู้บริหารเองยังเน้นในเรื่องของการทำกำไรเพื่อสนองความต้องการของผู้ว่าจ้างและการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากที่สุด ทำให้เกิดเรื่องของความเสียสละเพื่อเพื่อนมนุษย์ (Philanthropic) คนเกิดสำนึกของความมีมนุษยธรรม ดังเช่น เฮนรี ฟอร์ด ที่ได้มีการจัดชั่วโมงทำงานของคนงานให้ทำงานเพียง 5 วันหรือ 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือการทำให้เกิดของเสียน้อยที่สุดในกระบวนการผลิตรถยนต์ เป็นต้น และ 4) ยุคปลายศตวรรษที่ 20 (The Late Twentieth Century) องค์กรยังเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งขนาดและพลังอำนาจ ความกลัวของพลังที่รวมตัวกันนี้กับการเพิ่มขึ้นของการให้คุณค่าและคุณภาพของการใช้ชีวิตในสังคมยุคใหม่ที่ขยายตัวออกไปมากขึ้นทำให้เกิดแนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรขึ้นมาอย่างเต็มรูปแบบ (Corporate Social Responsibility หรือ CSR) ซึ่งในปี 1954 Howard Bowen บิดาแห่ง CSR ได้ให้คำนิยามในหนังสือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักธุรกิจ (Social Responsibility of the Businessman) เขาไว้ว่า “เป็นพันธะและหน้าที่ของนักธุรกิจที่ต้องดำเนินนโยบายการตัดสินใจและปฏิบัติการกระทำเหล่านั้นให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้และสอดคล้องกับคุณค่าต่างๆ ที่มีและยอมรับในสังคม” (วิทยา ชีวรุโณทัย, 2553, หน้า 35) และองค์กรควรจะมีการกระทำในวิถีทางที่ทำให้สังคม และผู้อยู่อาศัยในชุมชนดีขึ้น ที่สามารถอธิบายได้ถึงการทำได้ก็ตามที่ส่งผลกระทบต่อผู้คน ชุมชน และสภาพแวดล้อมของพวกเขา (Lawrence and Weber, 2011, p. 50)

ความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น มีแนวคิดว่าธุรกิจย่อมมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่ายที่มีความสำคัญร่วมกันไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น ลูกค้า ผู้ขาย รัฐบาล องค์กรที่ไม่ใช่ของรัฐบาล องค์กรระหว่างประเทศ และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ อีกทั้งมีหลายปัจจัยที่ผลักดันให้เกิดขึ้น ดังนี้

- 1) ความกังวลและความคาดหวังจากประชาชน ลูกค้า อำนาจรัฐและนักลงทุน ในบริบทของโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงทางอุตสาหกรรมขนาดใหญ่
- 2) บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพล

มากขึ้นต่อการตัดสินใจลงทุนของแต่ละบุคคลหรือสถาบันในฐานะที่เป็นทั้งผู้บริโภคและผู้ลงทุน
 3) ความกังวลที่เพิ่มขึ้นจากการทำลายสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสาเหตุจากกิจกรรมต่างๆ ทางเศรษฐกิจ
 และ 4) ความโปร่งใสในการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจถูกนำเสนอข้อมูลโดยสื่อและเทคโนโลยี
 สารสนเทศสมัยใหม่ (The Commission, 2001, p. 4)

ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ที่ถูกคาดหวังจาก
 ผู้มีส่วนได้เสียตลอดจนข้อเท็จจริงที่องค์กรที่ต้องตอบคำถาม และผลลัพธ์ที่ตามมาหลังจาก
 การตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร (Fontaine, Haarman and Schmid, 2006, pp. 24-25)
 และ Archie B. Carroll ได้นำเสนอรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่พัฒนามา
 จากรูปแบบของ Sethi's Social Responsibility Model คือ

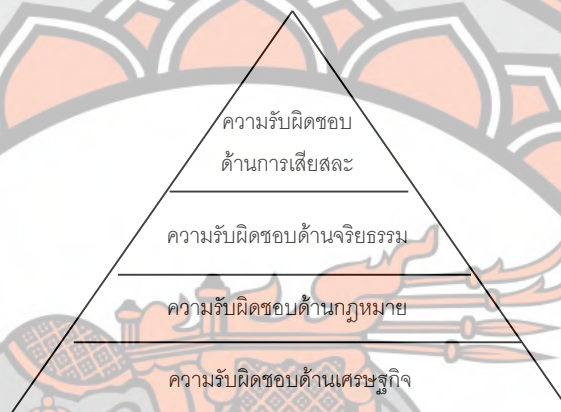


ภาพ 2 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Sethi

ที่มา: Sethi, 1975 as cited in Zheng, 2006, p. 6

ซึ่ง Sethi ได้กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น มีนัยสำคัญถึงพฤติกรรมขององค์กร
 ที่จะขยับไปสู่ระดับที่สอดคล้องกันกับมาตรฐานทางสังคมโดยทั่วไป คุณค่าและความคาดหวัง
 จากการดำเนินงาน (Sethi, 1975, p. 62 as cited in Zheng, 2006, p. 6) และในปี ค.ศ.1979
 Archie B. Carroll ได้นำเสนอแนวคิด 4 ประการของความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มีแรงบันดาลใจ
 มาจาก Sethi's Model ที่มีการจัดลำดับเป็น 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) เศรษฐกิจ เป็นการทำให้
 องค์กรมีกำไร 2) กฎหมาย เป็นการปฏิบัติตามกฎหมาย 3) จริยธรรม เป็นการทำในสิ่งที่ถูกต้องและ
 ยุติธรรม และหลีกเลี่ยงความชั่ว และ 4) จิตสำนึกของการเป็นองค์กรที่ดี จากนั้นในปี ค.ศ.1991

Carroll ได้ปรับรูปแบบของจิตสำนึกกลายเป็นความเสียสละเพื่อเพื่อนมนุษย์ และทั้ง 4 ชั้นตอนนี้ ถูกเรียกว่า The Pyramid of Corporate Social Responsibility

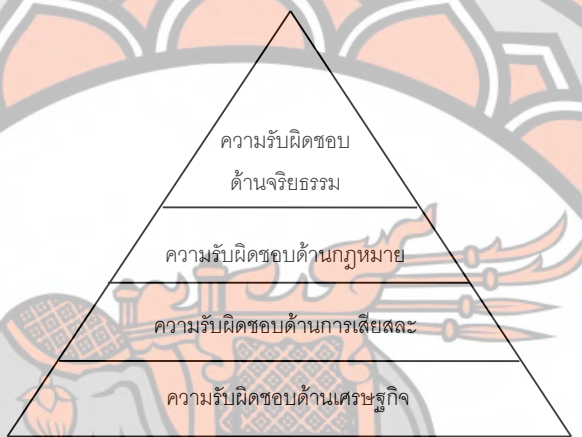


ภาพ 3 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Carroll

ความรับผิดชอบต่อแต่ละชั้นสามารถอธิบายได้ดังนี้ (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553, หน้า 30 และ Ferrell, Fraedrich and Ferrell, 2000, pp. 6-7)

1. ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) องค์กรผลิตสินค้าและบริการที่สังคมต้องการและมีกำไร เพื่อให้ตัวองค์กรอยู่รอดได้ไม่เป็นภาระกับใคร และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ลงทุนในองค์กร
2. ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) องค์กรต้องเชื่อฟังและปฏิบัติตามกฎหมายทุกระดับที่เกี่ยวข้อง เพราะกฎหมายเป็นเงื่อนไขของสังคมที่บอกว่าสิ่งใดถูกสิ่งใดผิด
3. ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility) องค์กรต้องมีจริยธรรม ซึ่งเป็นข้อกำหนดว่าจะต้องทำในสิ่งที่ถูกต้อง ยุติธรรม และเป็นธรรม หลีกเลี่ยงอันตรายจากสิ่งที่ผิดจริยธรรม ซึ่งเป็นความคาดหวังจากสังคมนอกเหนือจากการปฏิบัติตามกฎหมาย
4. ความรับผิดชอบต่อด้านการเสียสละ (Philanthropic Responsibility) การเสียสละเพื่อเพื่อนมนุษย์โดยไม่หวังผลตอบแทน โดยองค์กรจะต้องเป็นพลเมืองที่ดีในการที่จะช่วยเหลือและใช้ทรัพยากรให้แก่ชุมชนและปรับปรุงคุณภาพชีวิตในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่สังคมต้องการและบ่งบอกถึงการเป็นองค์กรที่มีคุณค่า

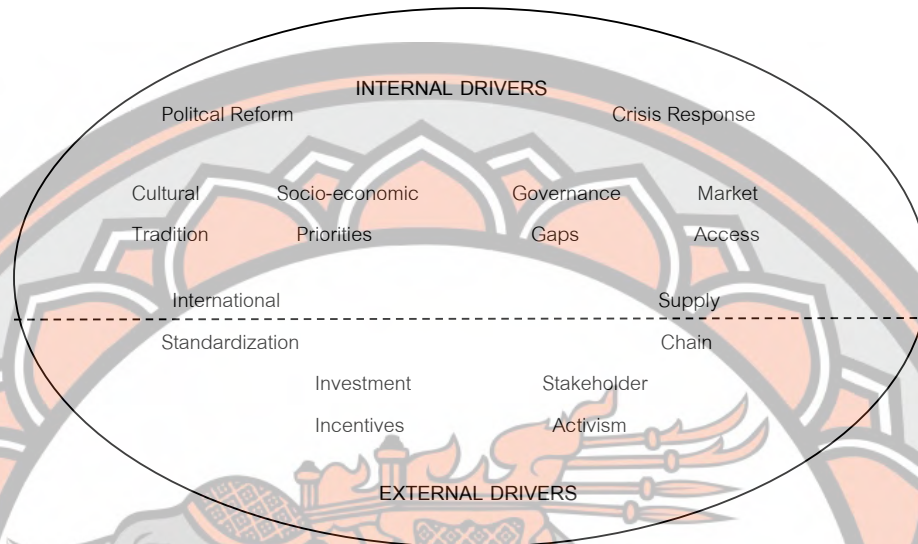
Visser (2008, p. 488) ได้แสดงมุมมองที่มีต่อปิระมิตความรับผิดชอบต่อสังคมของ Carroll ในกลุ่มของประเทศกำลังพัฒนาจากการศึกษาในงานวรรณกรรมของนักวิจัยต่างๆ ว่ามีรูปแบบในลักษณะดังภาพ 4



ภาพ 4 ปิระมิตความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา
(CSR Pyramid for Developing Countries)

ที่มา: Visser, 2008, p. 489

โดยความรับผิดชอบต่อสังคมในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจะให้ความสำคัญต่อด้านเศรษฐกิจเป็นลำดับแรกมากที่สุด ตามมาด้วยการเสียสละ ด้านกฎหมายและด้านจริยธรรม และการทำให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนานั้นมาจากตัวผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ทำให้เกิดขึ้น ดังภาพ 5



ภาพ 5 ตัวผลักดันความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา
(Drivers of CSR in Developing Countries)

ที่มา: Visser, 2008, p. 481

โดย Visser (2008, p. 481) มองว่าตัวผลักดันที่ทำให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนามาจากตัวผลักดันภายในที่ประกอบด้วยเรื่องของ การปฏิรูปทางการเมือง (Political Reform) การตอบสนองต่อภาวะวิกฤติ (Crisis Response) วัฒนธรรม และประเพณี (Cultural Tradition) สิทธิทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Priorities) ธรรมาภิบาล (Governance Gaps) และการเข้าถึงตลาด (Market Access) สำหรับตัวผลักดันภายนอกประกอบด้วย มาตรฐานระหว่างประเทศ (International Standardization) การกระตุ้นที่ทำให้เกิดการลงทุน (Investment Incentives) กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ (Stakeholder Activism) และห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

สำหรับประเทศไทยที่อยู่ในกลุ่มของประเทศกำลังพัฒนาได้มีคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (เข้มทิศธุรกิจ, 2551, หน้า 7) นำเสนอแนวทางการปฏิบัติตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่นำมาประยุกต์ใช้ควบคู่กับธุรกิจแบ่งได้เป็น 4 ชั้น คือ

ขั้นที่ 1 Mandatory Level: ข้อกำหนดตามกฎหมาย (Legislation) หมายถึง การที่ธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องเช่นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายแรงงานการจ่ายภาษี เป็นต้น

ขั้นที่ 2 Elementary Level: ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (Economic Profit) หมายถึง การที่ธุรกิจคำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นซึ่งในขั้นนี้ธุรกิจควรหมั่นตรวจสอบว่ากำไรที่ได้นั้นต้องมีกำไรที่เกิดจากการเบียดเบียนสังคม

ขั้นที่ 3 Preemptive Level: จรรยาบรรณทางธุรกิจ (Business Code of Conduct) หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรแก่ผู้ถือหุ้นได้ในอัตราที่เหมาะสมและผู้ประกอบธุรกิจได้ใส่ใจเพื่อให้ประโยชน์ตอบแทนแก่สังคมมากขึ้นโดยเฉพาะสังคมใกล้เคียงที่อยู่รอบข้างที่มีความคาดหวังว่าจะได้รับการดูแลหรือเอาใจใส่จากผู้ประกอบธุรกิจ

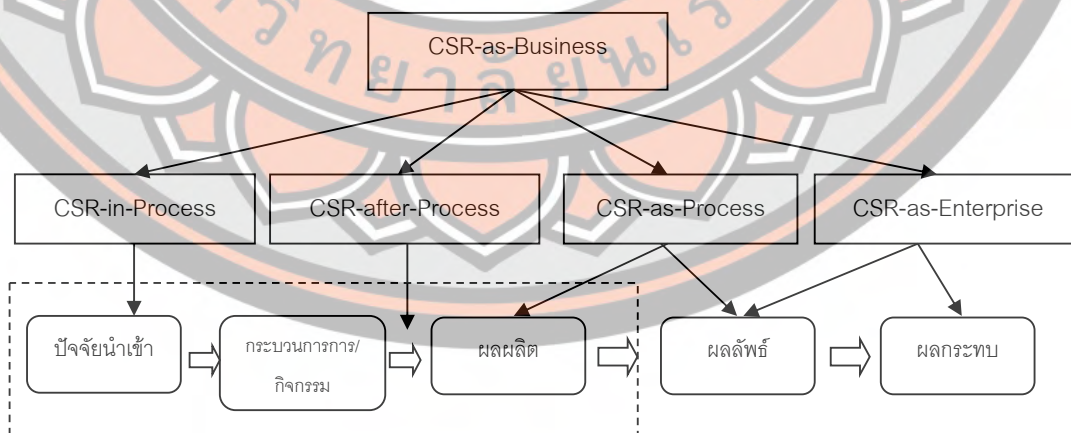
ขั้นที่ 4 Voluntary Level: ความสมัครใจ (Voluntary Action) หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่กับการปฏิบัติตามแนวทางซีเอสอาร์ด้วยความสมัครใจโดยไม่ได้ถูกเรียกร้องจากสังคมแต่อย่างใดซึ่งในขั้นนี้การประกอบธุรกิจอยู่บนพื้นฐานของการมุ่งประโยชน์ของสังคมเป็นสำคัญและการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในขั้นนี้สมควรได้รับการยกย่องชื่นชมจากสังคมอย่างแท้จริง

และในปัจจุบันนี้องค์กรธุรกิจเกือบทุกแห่งได้ให้ความสนใจเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมาก เนื่องจากการพัฒนาของข้อมูลข่าวสารตลอดจนการเข้าถึงผู้ใช้อย่างรวดเร็วทำให้องค์กรใดก็ตามที่ไม่มีการปฏิบัติตามความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการธุรกิจของตนเองแล้วอาจส่งผลเสียในอนาคตได้ และการนำความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าสู่กระบวนการทางธุรกิจนั้นสามารถแบ่งได้ 5 ประเภทตามที่ ทีพีพีเอ็ม นนทนาถรณ์ (2553, หน้า 25-26) ได้ระบุ คือ

- 1) CSR-after-Process หรือ CSR นอกกระบวนการ เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่แยกจากการดำเนินธุรกิจหลักและดำเนินการหลังจากที่ได้ทำกระบวนการธุรกิจนั้น โดยมักทำกิจกรรมนอกเวลางานปกติ เช่น การเป็นอาสาสมัครบำเพ็ญประโยชน์ การบริจาคเงินหรือสิ่งของบรรเทาทุกข์
- 2) CSR-in-Process หรือ CSR ในกระบวนการ เป็นการทำธุรกิจเพื่อสังคม โดยนำเอาความรับผิดชอบต่อสังคมไปเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางธุรกิจตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดจำหน่าย และการให้บริการหลังการขาย ที่ตระหนักถึงการป้องกันและกำจัดมลภาวะต่างๆ การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การชดเชยความบกพร่องจากสินค้าและบริการ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เป็นการดำเนินการในเวลาปกติของการทำงาน ธุรกิจเพื่อสังคมคือ Social Business เป็นส่วนประกอบ

ย่อยของการประกอบการสังคม (Social Entrepreneurship) 3) CSR-as-Process หรือ CSR ทั้งกระบวนการ เป็นกิจการเพื่อสังคม มักเป็นองค์กรที่ดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไร มีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อยังประโยชน์ให้แก่สังคมในทุกกระบวนการของกิจการ ได้แก่ มูลนิธิ องค์กร สาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชน และส่วนราชการต่างๆ แต่มีข้อแตกต่างจากองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์แสวงหากำไร (Nonprofit Organization) ตรงที่หน่วยงานที่ไม่หากำไรอาจอยู่ในสภาพที่ไม่มีกำไรให้ทั้งแก่ตนเองและแก่สังคม อันเนื่องมาจากการขาดกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

4) CSR-as-Enterprise หรือ CSR ทั้งวิสาหกิจ เป็นวิสาหกิจสังคม หรือ Social Enterprise เป็นธุรกิจที่หารายได้ด้วยนวัตกรรม การแสวงหาโอกาสจากความอยู่ดีธรรม การไม่ยึดติดกับกฎเกณฑ์ ซึ่งแบ่งเป็นองค์กรแบบดั้งเดิมที่ไม่แสวงหากำไร องค์กรแบบดั้งเดิมที่แสวงหากำไร และ องค์กรแบบผสม ผู้ดำเนินงานในวิสาหกิจสังคมเรียกว่า ผู้ประกอบการสังคม (Social Entrepreneur) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเด็ดเดี่ยว กัดติดและต้องการเปลี่ยนแปลงสังคมหรือการปฏิบัติสังคมอย่างยั่งยืน และ 5) CSR-as-Business หรือ CSR ทั้งธุรกิจเป็นการทำธุรกิจเพื่อสังคม เป็นการนำเอาประเด็นสังคมมาทำธุรกิจซึ่งมีทั้งการผลิต การค้าและการบริการ เช่น เป็นผู้ผลิตเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ช่วยประหยัดพลังงานหรือมลพิษ ผู้ขายปัจจัยการผลิตที่ไม่ปนเปื้อนมีที่มาที่รับผิดชอบต่อสังคม เป็นผู้รับซื้อขยะอุตสาหกรรมไปคัดแยกและหมุนเวียนนำมาใช้ใหม่ เป็นบริษัทที่ให้คำปรึกษาหรือจัดฝึกอบรมทางด้านซีเอสอาร์ เป็นต้น องค์กรลักษณะนี้จะทำธุรกิจกับหน่วยงานที่ดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกระดับ โดยความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 5 ประเภท แสดงกระบวนการได้ดังภาพ 6 ต่อไปนี้

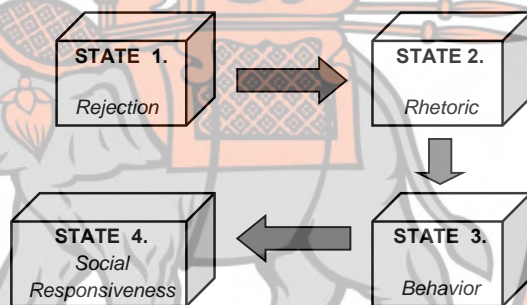


ภาพ 6 ซีเอสอาร์ตามกระบวนการ

แต่มีทฤษฎี สุทธิพันธ์ (2556, หน้า 43) มองว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และ สิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้าง ภาพลักษณ์เพื่อประโยชน์ในการแข่งขัน และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นไม่ได้เข้าไปอยู่ ในกระบวนการหลักหรือ CSR-in-Process แต่อยู่นอกกระบวนการหรือ CSR-after-Process

1.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับการเปิดเผยข้อมูล

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับการเปิดเผยข้อมูลนั้น Douglas, Doris and Johnson (2004, p. 390) ได้นำเสนอการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมี 4 ขั้นตอน ดังภาพ 7



ภาพ 7 แผนผัง 4 ขั้นตอนของการรายงานเพื่อสังคมขององค์กร

ที่มา: Douglas, Doris and Johnson, 2004

โดยแต่ละขั้นตอนสามารถอธิบายได้ ดังนี้

ขั้นที่ 1 การปฏิเสธ (Rejection) คือ การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ใน ประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมแบบต่ำสุดตามที่กฎหมายกำหนด

ขั้นที่ 2 การใช้ถ้อยคำในมน้าว (Rhetoric) คือ การรายงานเพื่อสังคม ในการบริหาร จัดการภาพพจน์ และชื่อเสียง ภายใต้วัตถุประสงค์ทางการตลาด

ขั้นที่ 3 พฤติกรรม (Behavior) คือ การพยายามที่จะให้นโยบายประสบผลสำเร็จ แต่เป็น ลักษณะของนโยบายการตั้งรับ ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างจำกัด มาตรฐาน ของการรายงานจะมาจากภายในองค์กร และถูกจำกัดหรือไม่มีการพิสูจน์ความจริงของรายงาน จากภายนอก

ขั้นที่ 4 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsiveness) คือ การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสอดคล้องในระดับเดียวกับบรรทัดฐานทั่วไป คุณค่าและความคาดหวังจากสังคม องค์กรที่มีคุณลักษณะนี้จะมีประสิทธิภาพต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและมีความต้องการที่จะให้นโยบายประสบความสำเร็จ มีมาตรฐานการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมที่สามารถพิสูจน์ความถูกต้องได้จากภายนอก

ขณะที่การศึกษาของ Gray, Kouhy and Lavers (1995) ระบุการรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมีการจำแนกการเปิดเผยออกมาเป็นประเภทต่างๆ และพัฒนาการของการจัดแบ่งประเภทของการเปิดเผยในแต่ละยุค และ Douglas, Doris and Johnson (2004, p. 391) ได้นำมาสรุปประเภทของการเปิดเผยข้อมูลในภาพรวม คือ

1. Financial Statements Disclosure เป็นการเปิดเผยทุกข้อมูลในงบการเงิน รวมถึงในหมายเหตุประกอบงบการเงิน
2. Quantifiable, Non-financial Statements Disclosure เป็นการเปิดเผยข้อมูลที่ไม่เป็นตัวเงินในรายงานประจำปีที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม เปิดเผยถึงจำนวนกิจกรรมความเสียหายที่ได้กระทำลงไปแต่ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงิน
3. Descriptive Social Disclosure เป็นการเปิดเผยแบบข้อมูลแบบบรรยายที่เป็นส่วนหนึ่งของรายงานประจำปี บางองค์กรอาจแยกออกมาเป็นส่วนหนึ่งต่างหากในกลุ่มของข้อมูล
4. Negative News Disclosure เป็นการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นข่าวด้านลบกับชื่อเสียงแต่องค์กรก็ได้ให้ข้อมูลจากมุมมองในความรับผิดชอบต่อสังคม หรือข่าวที่ให้ข้อมูลที่เป็นความจริงและถูกต้องต่อการดำเนินงานขององค์กรถึงแม้ว่าอาจทำให้เกิดผลเสียตามมา
5. Neutral News Disclosure เป็นการเปิดเผยข้อมูลที่ไม่ใช่ทั้งข่าวดีหรือข่าวร้ายจากมุมมองความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
6. Good News Disclosure เป็นการเปิดเผยข้อมูลโดยเฉพาะเพื่อยกระดับความเป็นไปได้ในการสร้างชื่อเสียงขององค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
7. Total Social Disclosure เป็นการเปิดเผยข้อมูลทั้ง 1- 6 รวมกันทุกประเภทในรายงานประจำปีและผลรวม

สำหรับรูปแบบของการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทยนั้นไม่มีรูปแบบที่แน่นอน ขึ้นอยู่กับข้อมูลและความต้องการของบริษัท รูปแบบรายงานที่เปิดเผยส่วนใหญ่เป็นเชิงบรรยาย บางรายงานมีตาราง รูปภาพ กราฟ หรือแผนภูมิประกอบ มีการเปิดเผยในรายงานประจำปีเป็นสำเนาจากผู้บริหารหรือการแสดงผลงานประจำปีหรือแยกเป็นหัวข้อต่างหาก

เพื่อประชาสัมพันธ์จุดเด่นของบริษัทหรือผลิตภัณฑ์หรือบริการ (มนตรี ช่วยชู, 2539, หน้า 76) ในขณะที่รูปแบบและแนวทางของการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมต่างๆ สนับสนุนการรายงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม นำเสนอแยกจากงบการเงินปกติ (ศุภมิตร เตชะมนตรีกุล, 2540, หน้า 158)

การรายงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีหลายรูปแบบโดยส่วนใหญ่มักปรากฏอยู่ในรายงานประจำปี บางครั้งก็ปรากฏเป็นรายงานเดี่ยวและประเภทของรายงานเหล่านั้น มักมีเหตุผลของการแนะนำให้รายงานตามเอกสารทางวิชาการเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่มากขึ้น (Gray, et al., 1996 as cited in Bebbington, Larrinaga and Moneva, 2007, p. 337) และการเปิดเผยข้อมูลได้มีการพัฒนาจากรายงานที่เป็นรูปเล่มไปสู่การเปิดเผยในโลกไซเบอร์ ระดับของเทคโนโลยี จริยธรรมของผู้บริหารและขนาดของธุรกิจเป็นปัจจัยในการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมบนอินเทอร์เน็ต (Arussi, Selamat and Hanefah, 2009, p. 59)

ปัจจุบันได้มีหลายหน่วยงานในระดับประเทศและระดับโลกได้ให้ความสำคัญต่อการเปิดเผยข้อมูลที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรซึ่งมีบทบาทและรายละเอียด ดังนี้

1. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีนโยบายการกำกับดูแลกิจการของกลุ่มตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลโดยมีแนวทางหลักจากองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) เพื่อใช้กับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แบ่งเป็นเรื่อง 1) บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย 2) บทบาทและความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ และ 3) การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

ในเรื่องของการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส คณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์จะกำกับดูแลให้บริษัทจดทะเบียนมีการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนและผู้มีส่วนได้เสียอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โปร่งใส เข้าถึงง่าย มีความเท่าเทียมกันและน่าเชื่อถือ โดยมีการเปิดเผยผ่านรายงานประจำปีและเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555, หน้า 2, 14) นอกเหนือจากข้อมูลที่ต้องเปิดเผยโดยตรงแล้ว ได้ระบุถึงข้อมูลที่บริษัทควรเปิดเผยเพิ่มเติม คือนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยสรุปและผลการปฏิบัติ งานในปีที่ผ่านมาสำหรับการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน (เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม, 2551) ได้ให้แนวปฏิบัติไว้ คือ

1.1 จัดทำรายงานเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR Report) โดยอาจจะระบุไว้ในรายงานประจำปีหรือจัดทำเป็นฉบับแยกต่างหากจากรายงานประจำปีเรียกว่า

รายงานความยั่งยืน (Sustainability) ตามรูปแบบสากลยอมรับและควรครอบคลุมเนื้อหาอย่างน้อยเกี่ยวกับ

1.1.1 การดำเนินงานด้านธุรกิจ กล่าวถึงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของธุรกิจที่สะท้อนหลักการและแนวทางปฏิบัติตามหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดีและผลการดำเนินงาน

1.1.2 การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย กล่าวถึงนโยบายการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย กระบวนการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการฟื้นฟูธรรมชาติ และกระบวนการจัดการของเสียและวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิต ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์ มีคุณค่าต่อผู้บริโภค สังคมและสิ่งแวดล้อม

1.1.3 การดำเนินงานด้านสังคม กล่าวถึงนโยบายการจัดการด้านแรงงานและพนักงาน สวัสดิภาพในการทำงานของพนักงาน การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน และการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนและสังคมโดยรอบพื้นที่ตั้งของธุรกิจ

1.2 จัดทำข้อมูลในรายงานให้ชัดเจน กระชับ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย หลีกเลี่ยงข้อมูลที่ไม่จำเป็น โดยสรุปการดำเนินงานทั้งด้านดีและด้านไม่ดีตามข้อเท็จจริง หากมีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลจากภายนอกให้ระบุแหล่งที่มาของข้อมูลและกรันการของความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำมาเปิดเผยไว้ในรายงาน

1.3 จัดให้มีช่องทางการเปิดเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงข้อมูลโดยสะดวก

1.2 องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (The Organization for Economic Co-operation and Development หรือ OECD)

องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนาได้ออกแนวทางปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติเพื่อให้มีการประกอบการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญ ทันเวลา สม่ำเสมอ เชื่อถือได้ ตรงประเด็น การเปิดเผยนั้นเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ โครงสร้าง สถานการณ์ด้านการเงินและผลการดำเนินงาน โดยอาจปรับให้เหมาะสมกับลักษณะของบริษัทและสถานที่ตั้งที่บริษัทตั้งอยู่ในแต่ละประเทศ และพิจารณาประกอบกับด้านต้นทุน ความมั่นคงและความเกี่ยวข้องกับการแข่งขัน บริษัทจะต้องมีมาตรฐานคุณภาพในระดับสูงสำหรับการเปิดเผยข้อมูล การบัญชีและการตรวจสอบ รวมถึงการให้ข้อมูลที่ไม่ใช่ตัวเงินในเรื่องของการรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม มาตรฐานหรือนโยบายต่างๆทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินต้องถูกรวบรวมและเผยแพร่ในรายงาน (OECD, 2011, pp. 27-28) สำหรับประเทศไทยได้เข้าร่วมกับ OECD และเข้าเป็นผู้สังเกตการณ์กับคณะทำงานต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

และการเรียนรู้ในการปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ (กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ, 2555) ประโยชน์ของการที่ประเทศต่างๆ ทำตามนโยบาย ข้อกำหนดของ OECD นั้นเกิดทั้งในภาคธุรกิจและส่งผลดีต่อเศรษฐกิจและความสัมพันธ์ทางการทูตในระดับประเทศทาง OECD ระบุไว้ในข้อแนะนำว่าประโยชน์ที่เกิดขึ้นเกิดต่อรัฐบาล และบริษัทในหลากหลายแง่มุมโดยเฉพาะความก้าวหน้าของสังคม การรักษาสีงแวดล้อมความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีรวมถึงบรรยากาศในการลงทุน (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2554)

1.3 องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization หรือ ISO)

องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐานได้พัฒนามาตรฐานที่เรียกว่า ISO 26000 เพื่อให้เป็นแนวทางการปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความสมัครใจ สามารถนำไปใช้ได้กับทุกภาคส่วนทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนา มาตรฐานได้พัฒนาจากข้อตกลงระหว่างประเทศในประเด็นของความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรจำเป็นต้องดำเนินการ แนวทางปฏิบัติเบื้องต้น และพัฒนาสู่การปฏิบัติขั้นสูง สังเคราะห์ข้อมูลทั่วโลกเพื่อให้เกิดสังคมที่ดี ซึ่ง ISO 26000 ไม่ได้เน้นความยั่งยืนขององค์กรในด้านสินค้าหรือบริการที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าและการไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเพียงแค่นั้น แต่ได้รวมถึงการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย ที่มาจากผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่มทั้ง ลูกค้า ผู้บริโภค รัฐบาล องค์กรต่างๆ และมหาชนจำนวนมาก (ISO and Social Responsibility, 2008) สาระสำคัญของ การรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรต้องรายงานในเวลาที่เหมาะสมที่ผู้มีส่วนได้เสีย ต้องทราบอย่างสม่ำเสมอโดยเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ รวมถึงเว็บไซต์ อาจเป็นรายงานรวมหรือ รายงานแยกจำเพาะ และให้ข้อมูลที่แสดงถึงวัตถุประสงค์และผลการดำเนินงานจำแนกตามหัวข้อหลักที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียรวมถึงรายละเอียดและกำหนดเวลา ข้อมูลต้องมีความสมบูรณ์ และเป็นธรรมโดยเปิดเผยทั้งผลสำเร็จและข้อบกพร่องพร้อมแนวทางการแก้ไข (สถาบันไทยพัฒนา, 2554)

สาระสำคัญของ ISO 26000 ได้นำมาปรับใช้ในประเทศไทยโดยกระทรวงอุตสาหกรรมเกี่ยวกับกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบไปด้วยหัวข้อหลัก 7 ข้อ คือ 1) ธรรมาภิบาล 2) สิทธิมนุษยชน 3) การปฏิบัติด้านแรงงาน 4) สิ่งแวดล้อม 5) การปฏิบัติที่เป็นธรรม 6) ประเด็นด้านผู้บริโภค 7) การมีส่วนร่วมของชุมชน และการพัฒนาชุมชน (ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 4272 (พ.ศ.2553) ออกตามความในพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511, 30 กันยายน 2553, หน้า 4-5) และ นำเสนอการสื่อสารเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรโดยมีคุณลักษณะของสารสนเทศ

ที่สำคัญ คือ ครอบคลุมสมบูรณ์ เข้าใจได้ง่าย ตอบสนองต่อความสนใจ เพียงตรง มีความเป็นกลาง ทันสมัยและสามารถเข้าถึงได้

1.4 องค์การแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (The Global Reporting Initiative หรือ GRI)

องค์การแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล เป็นองค์กรลักษณะเครือข่ายที่บุกเบิกการพัฒนากรอบการรายงานความยั่งยืนที่ใช้มากที่สุด โดยเติบโตมาจากองค์กรพัฒนาเอกชนระหว่างประเทศที่นำโดยการร่วมมือสำหรับเศรษฐกิจที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Coalition for Environmentally Responsible Economies หรือ CERES) และแผนงานสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Program หรือ UNEP) ที่ได้พัฒนา Global Reporting Initiative หรือ GRI เพื่อกำหนดแนวทางสำหรับการรายงานสาธารณะ ในการรายงานการปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม และได้มีการปรับปรุงและนำไปประยุกต์ใช้ทั่วโลก กรอบการรายงานพัฒนาโดยกระบวนการแสวงหาฉันทามติกับผู้มีส่วนร่วมที่มาจากภาคธุรกิจ สังคม พลเมือง แรงงานและสถาบันอาชีพต่างๆ เพื่อให้แน่ใจว่ามีระดับคุณภาพทางเทคนิค ความน่าเชื่อถือและความเกี่ยวข้องสูงสุด (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553, หน้า 321, 344) และเป็นมาตรฐานที่ใช้กันอย่างแพร่หลายที่สุดในโลก ได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นทางการจากสหประชาชาติและบริษัทขนาดใหญ่ ใน GRI 3.1 Guidelines ปี 2011 วัตถุประสงค์ของการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ การวัดในทางปฏิบัติ การเปิดเผย และสามารถอธิบายให้กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกเพื่อการดำเนินงานขององค์กรต่อเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการพิจารณาอย่างกว้างเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม และรายงานที่แสดงถึงความสมดุลและความเป็นเหตุเป็นผลต่อการดำเนินงานขององค์กรทั้งด้านบวกและด้านลบ การเปิดเผยผลได้และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่รายงานในบริบทของความรับผิดชอบต่อองค์กร กลยุทธ์ และการปฏิบัติด้านการจัดการ (Global Reporting Initiative, 2010-2011, p. 3) โดยมีสาระสำคัญของการทำรายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนแบ่งเป็น 1) ข้อมูลของบริษัท 2) วิธีการบริหารจัดการให้เป็นไปตามเป้าหมาย และ 3) เครื่องมือชี้วัดประสิทธิผล รวมถึงคำมั่นจากผู้บริหารเพื่อเป็นการรับรองความน่าเชื่อถือของรายงาน ข้อมูล รายละเอียดโครงสร้างของบริษัท รายงานนี้สามารถตรวจสอบได้ง่ายจากผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น สาธารณชนและผู้มีส่วนได้เสียอื่น แสดงให้เห็นรายได้ที่ถูกนำไปใช้เพื่อสังคม พลังงานและวัตถุดิบที่ต้องใช้ไปในกระบวนการผลิต อัตราการปล่อยวัตถุที่เป็นพิษ ก๊าซพิษ การนำเสนอมลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและแผนการพัฒนาในอนาคต (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2554)

ในขณะที่สถาบันไทยพัฒนา (2554) ได้สรุปองค์ประกอบหลักของกรอบการจัดทำรายงานความยั่งยืนแบ่งออกเป็น 1) วิธีการรายงาน ประกอบด้วยหลักการที่ใช้ในการจัดทำข้อมูลในเชิงเนื้อหา คุณภาพและขอบเขต และ 2) สิ่งที่จะรายงานประกอบด้วย ก) การเปิดเผยข้อมูลที่เป็นมาตรฐาน ได้แก่ รายการที่เปิดเผยในเรื่องกลยุทธ์และการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงองค์กร ตัวแปรเสริมการรายงาน ตลอดจนการกำกับดูแล พันธกรณีและข้อผูกพันขององค์กร ตลอดจนการเปิดเผยแนวการบริหารจัดการและตัวบ่งชี้การดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และ ข) ส่วนเพิ่มเติมเฉพาะด้านของแต่ละธุรกิจ หรือในแต่ละส่วนย่อยของธุรกิจ

1.5 United Nations Conference on Trade and Development

United Nations Conference on Trade and Development (2002) หรือ UNCTAD ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของสิ่งแวดล้อมและได้มอบหมายให้กับ Intergovernmental Working Group of Experts on International Standards of Accounting and Reporting หรือ ISAR และสถาบันวิชาชีพบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาต จัดทำคู่มือแนวทางการรายงานบัญชีและการเงินสำหรับต้นทุนและหนี้สินสิ่งแวดล้อมใน Accounting and Financial Reporting for Environmental Costs and Liabilities (2002) มีเนื้อหาสำคัญเกี่ยวกับการบัญชีการเงินที่ต้องมีความเป็นมาตรฐานในการรวบรวมสื่อสารข้อมูลทางการเงินให้แก่ผู้ใช้ภายนอก การบัญชีเพื่อการจัดการที่จะต้องให้ข้อมูลที่ช่วยให้ผู้บริหารในการวางแผนและควบคุมกิจกรรมขององค์กร และประเมินผลการดำเนินงาน ทั้งผลการดำเนินงานด้านกำไรและสิ่งแวดล้อม รวมถึงระบบที่สมบูรณแบบในการจำแนก การประเมินและการรายงานผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร และการบูรณาการผลกระทบเหล่านั้นสู่การตัดสินใจขององค์กรต่อต้นทุนผลิตภัณฑ์ ราคา งบประมาณเงินทุน การออกแบบและการประเมินผลการดำเนินงาน

เพื่อให้ข้อมูลมีความชัดเจนในมุมมองของผู้ใช้และสังคม ทำให้องค์กรกลายเป็นผู้ที่ต้องรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกจำนวนมาก ผู้ถือหุ้นกลายเป็นผู้ใช้ข้อมูลที่ให้ความสนใจต่อสถานะของสินทรัพย์และการดำเนินงานในกิจการที่ลงทุนและเชื่อว่าผู้บริหารได้มีการทำหน้าที่ป้องกันภาระหนี้สินสิ่งแวดล้อมที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต และผู้ใช้ข้อมูลยังขยายไปยังผู้บริหาร คู่แข่ง ระบบศาลหรือกฎหมาย พนักงาน สถาบันการเงิน สาธารณะชน รัฐบาล กลุ่มผู้สนใจ สื่อ สังคมวิทยาศาสตร์และผู้ค้า (Freeman, 1984 อ้างอิงใน UNCTAD, 2002, p. 11) สำหรับการเปิดเผยเกี่ยวกับการบัญชีสิ่งแวดล้อมนั้นจะเกี่ยวพันกับรายการต้นทุนและหนี้สินสิ่งแวดล้อมให้อธิบายและเข้าใจได้ง่ายในงบแสดงฐานะการเงินหรืองบกำไรขาดทุนรวมไปถึงหมายเหตุประกอบงบการเงิน หรือแยกเป็นส่วนหนึ่งในรายงานทางการเงิน สิ่งสำคัญคือแต่ละ

รายการไม่ว่าจะแยกหรือรวมรายการต้องเป็นข้อมูลที่มีสาระสำคัญไม่ว่าจะเป็นตัวเลขหรือไม่เป็นตัวเลขก็ตาม

สำหรับประเทศไทยโดยสภาวิชาชีพบัญชีได้ประกาศใช้มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 1 (ปรับปรุง พ.ศ.2555) เรื่อง การนำเสนองบการเงิน ได้เน้นถึงการนำเสนองบการเงินฉบับสมบูรณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินต่างๆ และนอกเหนือจากนั้นมาตรฐานฉบับนี้ยังได้ระบุถึงการนำเสนอรายงานเพิ่มเติมของกิจการ เช่น รายงานสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นสาระสำคัญ โดยให้ความสำคัญไม่ต่างจากงบการเงินฉบับสมบูรณ์ หรือมาตรฐานการบัญชีอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ฉบับที่ 37 (ปรับปรุง 2552) เรื่อง ประเมินการหนี้สิน หรือหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น และสินทรัพย์ที่อาจเกิดขึ้น กำหนดให้เปิดเผยข้อสมมติที่สำคัญเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคตที่อาจกระทบต่อประเภทของประเมินการหนี้สินภายใต้สถานการณ์เฉพาะ เช่น ต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในการนำวิทยาการที่มีอยู่มาประยุกต์กับการกำจัดมลพิษที่มีมากขึ้นหรือที่ซับซ้อนขึ้น หรือหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมายใหม่ที่ซับซ้อนเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมหรือการคาดคะเนการจ่ายค่าชดเชยหรือค่าเสียหายอันเกิดจากกระบวนการดำเนินงานของกิจการ เป็นต้น

ตอนที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ในงานวิจัยนี้ได้อ้างอิงถึงแนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียและทฤษฎีความชอบธรรมซึ่งเป็นแนวคิดและทฤษฎีหลักและเป็นที่มาของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมนอกจากนั้นยังได้เพิ่มเติมทฤษฎีอื่นที่เกี่ยวข้องมาเป็นองค์ประกอบเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น คือ ทฤษฎีสัญญาประชาคมและทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สถาบันใหม่ซึ่งสามารถอธิบายความสำคัญของแต่ละทฤษฎีตามลำดับ ดังนี้

2.1 จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics)

จริยธรรม (Ethics) คือ ความเข้าใจของค่านิยมประเพณีปฏิบัติว่าถูกหรือผิด บอกลถึงพฤติกรรมของเราว่ามีคุณธรรมหรือไม่มีคุณธรรมและเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของมนุษย์ขั้นพื้นฐานที่เราคิดต่อผู้อื่นอย่างไรและผู้อื่นคิดต่อเราอย่างไร (Lawrence and Weber, 2011, p. 71) จริยธรรมเป็นหนึ่งในความประพฤติทางศีลธรรมว่าดีหรือเลว และการคิดในศาสตร์ของเทววิทยาและนักปราชญ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรต้องรักษาไว้ในสังคมที่เจริญแล้ว (Wren, 2005, p. 474) จริยธรรมมีพื้นฐานแนวคิดมาจากคุณธรรมของอริสโตเติลที่เห็นว่าชีวิตที่ดีเป็นสิ่งที่มีความหมายและคุณค่าของสิ่งต่างๆ ขึ้นอยู่กับการดำเนินไปตามธรรมชาติของตน และการที่จะเรียนรู้คุณธรรมเชิงจริยธรรมนั้น บุคคลต้องลงมือปฏิบัติด้วยตนเองจนกระทั่งเกิดเป็นคุณลักษณะของตน

(กลุ่มไทยทำปรัชญา, 2554) ซึ่งจริยธรรมสามารถแบ่งประเภทออกได้เป็น 5 ประเภท คือ 1) ตามแนวคิดทางศีลธรรม 2) ตามแนวปรัชญาศีลธรรม 3) ตามระดับการใช้ 4) ตามผลของการกระทำ และ 5) ตามระดับของจริยธรรม (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2555, หน้า 27-30) สำหรับนักสังคมวิทยา จริยธรรมจะถูกมองว่าเป็นบรรทัดฐานประเภทหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาแล้วนำไปใช้กับบุคคล เป็นแนวทางที่คนในสังคมเห็นพ้องต้องกันว่าเป็นความดี ความงาม เป็นสิ่งที่กระทำแล้วคนอื่นเกิดประโยชน์ มีความสุขสงบเกิดขึ้นแก่คนที่อยู่รวมกันเป็นหมู่คณะ (สมบัติ ทีฆทรัพย์, 2547) และเป็นส่วนประกอบสำคัญในการตัดสินใจนโยบายสาธารณะทางด้านสังคมและการเมือง จริยธรรมทางสังคมช่วยกำหนดประจักษ์และส่งผลต่อค่านิยมและทัศนคติของบุคคลในสังคมนั้น (จินตนา บุญบงการ, 2552, หน้า 19)

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2555, หน้า 11-12) ได้ให้ความหมายจริยธรรมทางธุรกิจไว้เช่นกันว่า เป็นหลักการและมาตรฐานที่เป็นแนวทางพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในโลกธุรกิจ ซึ่งสัมพันธ์กับประเด็นทางศีลธรรมและทางเลือกของบุคคลในสิ่งดี เลว ผิดถูก ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ และแบ่งออกได้เป็น 3 สายคือ คือ 1) ภาวะรับผิดชอบขององค์กร (Corporate Accountability) องค์กรต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือแม้แต่คณะกรรมการบริษัทอาจถูกฟ้องร้องได้ จากการมีมติคณะกรรมการในเรื่องที่เกิดความเสียหายหรือทุจริตขึ้นมาก 2) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในอันที่จะให้โลกนี้ดีขึ้น 3) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) เป็นการกำหนดกลุ่มที่หลากหลายในสังคมที่องค์กรจะต้องมีส่วนรับผิดชอบต่อ

จริยธรรมทางธุรกิจพิจารณาได้ในสองบรรทัดฐานคือ การให้เหตุผลสนับสนุน (Justification) และการนำไปใช้ (Application) ซึ่ง Beschomer (2006, pp. 127-128) ได้อธิบายไว้ว่า

1. จริยธรรมทางธุรกิจในมิติของการให้เหตุผลสนับสนุน (Justification)

1.1 จริยธรรมทางธุรกิจมีการพัฒนามาจากการคิดเกี่ยวกับประเด็นด้านจริยธรรมที่ไม่ได้จำกัดตัวเองอยู่แค่การทำความดีสูงสุด แต่ยังเป็นผลสะท้อนให้เห็นจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับภูมิหลังของบุคคลหรือกลุ่มต่างๆ จากมุมมองด้านศีลธรรม

1.2 ความเกี่ยวข้องกับภูมิหลังของวัฒนธรรมที่ไม่เหมือนกันอย่างมากในโลกที่ศีลธรรมแตกต่างกันนั้น จริยธรรมทางธุรกิจถูกพัฒนาในมุมมองด้านศีลธรรมที่พิจารณาว่าปฏิบัติได้จริงของผู้ปฏิบัติที่เกิดขึ้นภายในสังคมหรือชุมชนของการให้โดยปราศจากการยอมรับแนวคิดสัมพัทธ์นิยมกับคุณค่าทางศีลธรรม

1.3 จริยธรรมทางธุรกิจถูกพัฒนาจากหลักการทางศีลธรรม และมีความสอดคล้องซึ่งกันและกัน

2. จริยธรรมทางธุรกิจในมิติของการนำไปใช้ (Application)

2.1 จริยธรรมทางธุรกิจเป็นตัวเชื่อมระหว่างสิ่งที่ เป็น (Is) และสิ่งที่ควร (Ought) ไปสู่การเป็นเครื่องมือที่สร้างผลได้อย่างมากมาย อันเป็นผลลัพธ์มาจากกระบวนการเรียนรู้ในธุรกิจ และสังคม

2.2 จริยธรรมทางธุรกิจสามารถใช้เป็นเหตุผลที่ดีให้กับเราในการนำไปใช้หรือเพื่อหลีกเลี่ยงบางสิ่ง เช่น การที่ผู้บริหารนำไปใช้ในกระบวนการตัดสินใจอย่างเป็นรูปธรรม และแสดงความชัดเจนต่อบทบาทของธุรกิจในฐานะตัวแทนทางเศรษฐกิจและการเมือง

2.3 จริยธรรมทางธุรกิจให้เหตุผลที่ดีกับเราในการสร้างธรรมเนียมปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน การจัดการที่ทำให้มีความชัดเจนนี้จะมีผลสะท้อนกลับไปยังการสนับสนุน การปฏิบัติด้านศีลธรรมขององค์กรและส่วนบุคคลในรูปแบบที่เหมาะสม

สำหรับอนันตชัย ยูรประถม (2550, หน้า 27) กล่าวถึงจริยธรรมทางธุรกิจขององค์กรว่ามีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีปทัสถาน (Normative Theory) ซึ่งหมายถึงการที่ผู้นำขององค์กรเป็นผู้รับผิดชอบในการใช้ศีลธรรม (Moral) เป็นเครื่องมือตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ของบริษัทหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือการมีผู้นำที่มีศีลธรรม (Moral Leadership) เป็นผู้กำหนดแนวทางการปฏิบัติขององค์กรที่เกิดคุณค่ามากกว่าข้อกำหนดของบริษัทหรือตามความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ยังคำนึงถึงคุณค่าทางจริยธรรมอื่นๆ เช่น ความเสมอภาค เสรีภาพ และความเป็นธรรมขณะที่ Ferrell, Fraedrich and Ferrell (2000, p. 6) นภาพร ชันธนาภา และศานิต ด้านสมสถิต (2547, หน้า 1-2) อธิบายว่าจริยธรรมทางธุรกิจนั้นจะประกอบไปด้วยหลักการและมาตรฐานที่กำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจของโลก ซึ่งจะผิดหรือถูก มีจริยธรรมหรือไม่มีนั้น ขึ้นอยู่กับการพิจารณาของผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งได้แก่ นักลงทุน ลูกค้ายกกลุ่มผู้สนใจ พนักงาน ระบบทางกฎหมายและชุมชน และไม่ว่าความเห็นของบุคคลเหล่านี้จะถูกต้องหรือไม่ แต่ก็มีอิทธิพลต่อการยอมรับหรือการคัดค้านของสังคมที่มีต่อธุรกิจนั้น

ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมมีความเกี่ยวพันกันเพราะองค์กรต้องรับผิดชอบต่อกลุ่มผลประโยชน์จากกิจกรรมขององค์กร กลุ่มเหล่านี้ถูกเรียกว่า ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) องค์กรต้องตระหนักไม่เพียงแต่ผู้ถือหุ้นเท่านั้นแต่ต้องตระหนักถึงผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่นภายในสภาพแวดล้อมของการดำเนินงานด้วย เพราะความไม่พอใจต่อการดำเนินงานขององค์กรอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา (สมยศ นาวิการ, 2541, หน้า 70-72) ดังนั้น ความประพฤติ

ด้านจริยธรรมของธุรกิจจึงเป็นความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ด้วยการปรับปรุง การดำเนินงานขององค์กร การทำตามที่กฎหมายกำหนด การป้องกันให้เกิดความเสียหายต่ำสุด หรือไม่เกิดขึ้น และสนับสนุนให้เกิดศีลธรรมส่วนบุคคล (Lawrence and Weber, 2011, p. 91)

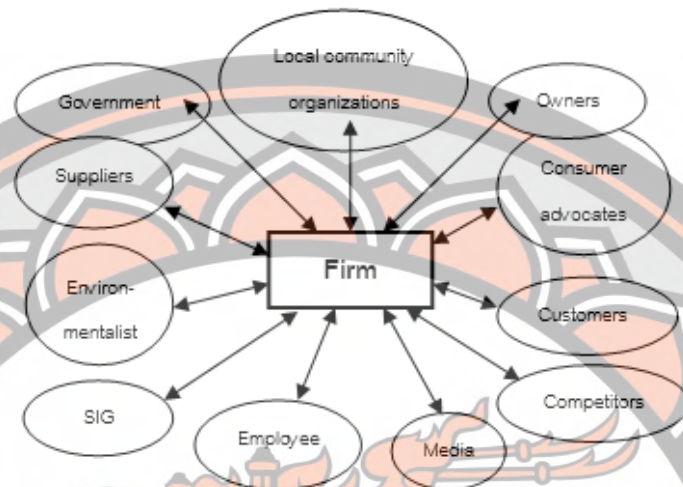
2.2 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory)

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียเดิมนั้นถูกกำหนดบทบาทเป็นทฤษฎีหนึ่งของการจัดการเชิง กลยุทธ์โดย Freeman ต่อมาได้กลายเป็นทฤษฎีที่สำคัญในจริยธรรมทางธุรกิจและมีบทบาทสำคัญ ในการจัดการต่อผลได้ระยะยาวของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในองค์กร (Greenwood and Anderson, 2009, p. 187) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียนี้เกิดขึ้นช่วงปลายยุค ค.ศ. 1950 และระหว่างยุค ค.ศ. 1960 จากการเรียกร้องของพนักงานในกลุ่มสหภาพต่างๆ รวมถึงผู้บริหารและนักเคลื่อนไหว ส่งผลต่อ การจัดการองค์กรสมัยใหม่ ที่องค์กรขนาดใหญ่ได้ให้การยอมรับบุคคลอื่นนอกเหนือจากตนเอง และผู้ถือหุ้น ซึ่งกลายเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียในเวลาต่อมา (Kippenberger, 1996, p. 6) โดยแรกเริ่มเป็นเพียงแนวคิดผู้มีส่วนได้เสียในปี ค.ศ. 1963 ที่ระบุว่า คือกลุ่มต่างๆ ที่ปราศจากการได้รับการสนับสนุนจากองค์กร และต่อมาในปี ค.ศ. 1974 นักทฤษฎี Russell L. Ackoff และ C. West Churchman ได้อธิบายถึงปัญหาทางสังคมหลายประการ ที่สามารถแก้ไขได้โดยการออกแนวคิดใหม่โดยการยอมรับความมีตัวตนของผู้มีส่วนได้เสีย ในระบบสังคม และถูกพิจารณายอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีองค์กรในงานวรรณกรรม ของความรับผิดชอบต่อสังคมและกลายเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ด้านการจัดการ จนกระทั่งได้ ระบุเป็นคำนิยามมาตรฐานโดย Freeman (Zsolnai, 2006, p. 37) และกลายเป็นทฤษฎีผู้มีส่วน ได้เสียของ Freeman (1984) ที่ให้ความหมายว่า “เป็นรูปแบบของกลุ่มต่างๆ ที่ซึ่งมีส่วนได้เสียกับ องค์กรและระบุถึงวิธีการที่ถูกชี้แนะ โดยการจัดการที่มาจากความสนใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เหล่านั้น” และบุคคลหรือกลุ่มต่างๆ ที่มีผลหรือส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจ นโยบาย และ การดำเนินงานขององค์กร (Lawrence and Weber, 2011, p. 7; Commings and Patel, 2009, p. 17) ซึ่งการดำเนินการของผู้มีส่วนได้เสียสามารถส่งผลกระทบต่อภาพพจน์และชื่อเสียงขององค์กร การดำเนินงานทางการเงิน ตลอดจนถึงการได้รับสิทธิอนุญาตให้ดำเนินงาน (United Nations Conference on Trade and Development, p. 5)

Donalson and Preston (1995, pp. 70-71) มีมุมมองว่าในวรรณกรรมที่เกี่ยวกับ ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียนี้ยังไม่มีคำตอบที่ชัดเจนเพียงพอและยังเกี่ยวข้องไปถึงวิธีการ ประเภทของ หลักฐานที่ใช้ในการพิสูจน์รวมถึงเกณฑ์การประเมินมีความแตกต่างกัน จึงได้วิเคราะห์วรรณกรรม ของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียออกมาเป็น 3 มุมมอง คือ 1) Descriptive เป็นการพรรณนาหรือบรรยายถึง ลักษณะเฉพาะและพฤติกรรมองค์กร แนวคิดทฤษฎีรวมถึงการวิจัย 2) Instrumental เป็นเครื่องมือ

ที่ใช้ในการเชื่อมข้อมูลพรรณนาหรือข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อระบุถึงความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการ ผู้มีส่วนได้เสียกับการบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายเดิมขององค์กร เช่น กำไรหรือยอดขาย และ 3) Normative เป็นการอธิบายถึงหน้าที่ขององค์กร รวมถึงการระบุแนวทางปฏิบัติทางด้านศีลธรรม และปรัชญาสำหรับการปฏิบัติงานและการจัดการองค์กร ในขณะที่ Lepineux (2005, pp. 99, 108) มองว่าทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียนี้ยังมีจุดอ่อนและไม่สมบูรณ์ ในส่วนของภาคประชาสังคม (Civil Society) ซึ่งควรจะมีความสูงที่สุดในฐานะของผู้มีส่วนได้เสียในทฤษฎีดังกล่าว และเป็นภาคส่วนสำคัญในสังคมโลกาภิวัตน์ มิใช่แต่เพียงผู้มีส่วนได้เสียในเฉพาะด้านธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่อย่างไรก็ตามจากคำนิยามของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียของ Freeman มีนักวิชาการจำนวนมากได้นำไปใช้ในการสนับสนุนการศึกษาในวิธีที่แตกต่างกันไป Laplume, Sonpar and Litz (2008, p. 1153) ได้ทำการศึกษาโดยการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียของ Freeman ตั้งแต่ปี 1984 - 2007 จำนวน 179 บทความ พบว่า นักวิชาการได้นำทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียไปใช้สนับสนุนในการศึกษาต่างๆ แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ 1) การให้คำนิยามและความสำคัญ (Stakeholder Definition and Salience) 2) การปฏิบัติและการตอบสนองของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Actions and Responses) 3) การปฏิบัติและการตอบสนองขององค์กร (Firm Actions and Responses) 4) ผลการดำเนินงานขององค์กร (Firm Performance) และ 5) การอภิปรายทฤษฎี (Theory Debates)

นอกจากนั้นทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียของ Freeman (1988, p. 42) ยังได้อธิบายถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ ในองค์กรสมัยใหม่ (Modern Corporation) ซึ่งแต่ละกลุ่มสามารถส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือสร้างผลดีให้กับองค์กรรวมถึงสิทธิและหน้าที่ที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร โดยผู้มีส่วนได้เสียจะประกอบด้วย ผู้เป็นเจ้าของ (Owners) ผู้ค้า (Suppliers) พนักงาน (Employees) ลูกค้า (Customers) ชุมชนท้องถิ่น (Local Community) โดยทั้งหมดนี้จะต้องใช้การบริหารจัดการเป็นพิเศษสำหรับองค์กรสมัยใหม่ ต่อมา Freeman (1984, p. 25 as cited in McGee, 2006, p. 192) ได้วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรเพิ่มขึ้นมาเพื่อดูว่าผู้มีส่วนได้เสียใดหรือกลุ่มใดมีผลต่อความสำเร็จระยะยาวขององค์กร ซึ่งองค์กรจะต้องมีการจัดการและการบูรณาการความสัมพันธ์และความสนใจของกลุ่มต่างๆ ดังเสนอเป็นแผนภาพผู้มีส่วนได้เสียในองค์กรรวม 11 กลุ่ม ดังภาพ 8



ภาพ 8 แผนภาพประเภทผู้มีส่วนได้เสียในองค์กร (A Typical Stakeholder Map)

ที่มา: Freeman, 1984, p. 25 as cited in McGee, 2006, p. 193

จากผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ตามทฤษฎีแล้ว Jensen and Sandstrm (2011, p. 473) มองว่าการเปลี่ยนแปลงของโลกาภิวัตน์ส่งผลต่อทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียเช่นกันไม่เฉพาะแต่การสร้างคุณค่าให้กับองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียเท่านั้น แต่ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียนี้ยังมีความเกี่ยวข้องกับพลังอำนาจใหม่ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของการเมืองกลุ่มย่อย การปฏิรูประบบการบริหารราชการและการบังคับบัญชาแบบใหม่ รวมถึงการยอมรับในมิติใหม่ๆ ของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มาจากความรับผิดชอบต่อทางการเมือง

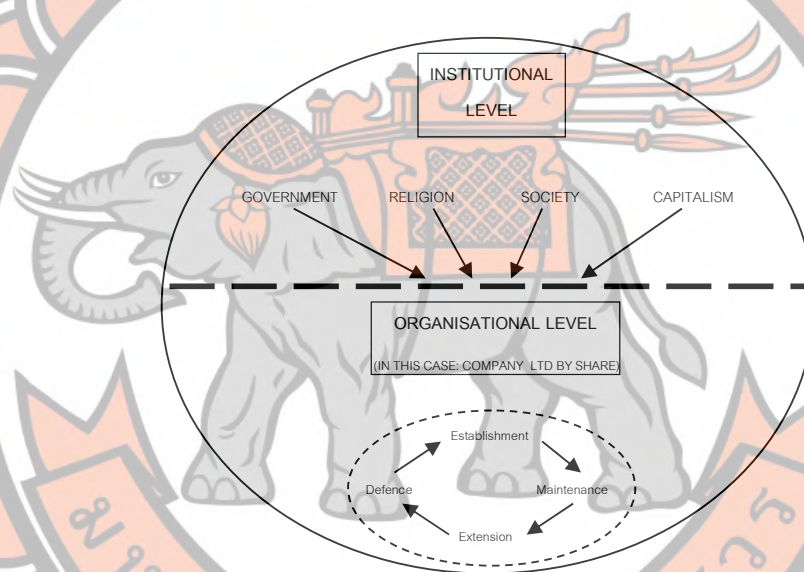
ในการทบทวนวรรณกรรมทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียพบว่า มีบุคคลหรือกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียอย่างหลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละมิติ และมีความเกี่ยวข้องในประเด็นของความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนขององค์กรทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ และนอกเหนือจากทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียแล้วยังมีทฤษฎีความชอบธรรมที่เกี่ยวข้องด้วยเช่นกัน

2.3 ทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory)

ในส่วนของทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นได้มีการประยุกต์ความหมายของทฤษฎีในหลายมุมมองต่างกัน โดยทฤษฎีที่มีการกล่าวถึง คือ ทฤษฎี

ความชอบธรรม หรือ Legitimacy Theory ซึ่งเป็นหนึ่งในทฤษฎีที่ถูกใช้อ้างอิงอย่างมากในเรื่องของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ทฤษฎีความชอบธรรมตามความหมายของ Suchman (1995, p. 574 as incited in Tilling, 2004, p. 2) ความชอบธรรม คือ ความเข้าใจโดยทั่วไปหรือสมมติฐานของการดำเนินการที่เป็นเอกลักษณ์ที่ดีเลิศ ความถูกต้อง หรือความเหมาะสมภายใต้บางระบบโครงสร้างของสังคมที่เป็นมาตรฐาน มีคุณค่า ความเชื่อและค่านิยม และแสดงออกมาเป็น 2 ระดับของทฤษฎีความชอบธรรมได้ดังภาพ 9



ภาพ 9 ระดับชั้นของทฤษฎีความชอบธรรม

ที่มา: Tilling, 2004, p. 3

จากภาพ 9 อธิบายได้ว่าทฤษฎีความชอบธรรมแบ่งเป็นสองระดับ โดยระดับแรก คือ Institutional Level ประกอบด้วย รัฐบาล ความเชื่อทางศาสนา สังคม และระบบทุนนิยมซึ่งทำให้เกิดความเป็นองค์กรในระดับที่สองคือ Organisational Level ประกอบด้วย การก่อตั้ง การดำรงอยู่ การเติบโตและการปกป้อง

สำหรับทฤษฎีความชอบธรรมของ สมเกียรติ ตั้งนโม (2550) ในเชิงรัฐศาสตร์นั้น ได้กล่าวไว้ว่า "ความชอบธรรม (Legitimacy)" ถือเป็นรากฐานเกี่ยวกับอำนาจทางการเมือง ซึ่งได้รับการปฏิบัติโดยความสำนึกในส่วนของรัฐบาลที่ทำให้รัฐมีสิทธิที่จะปกครองและด้วย

การยอมรับบางอย่างจากผู้ถูกปกครองในสิทธิธรรมนั้น ซึ่งบ่อยครั้งมักถูกตีความในลักษณะที่เป็นบรรทัดฐานหรือมาตรฐานที่เป็นไปในเชิงบวกและความหมายในเชิงนี้ได้เป็นที่สนใจมากในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของปรัชญาศีลธรรม (Moral philosophy) แต่ความชอบธรรมในเชิงนิติศาสตร์นั้น ในกรณีของกฎหมายความชอบธรรมควรถูกทำให้แตกต่างไปจาก "ความถูกต้องตามกฎหมาย" อาจกล่าวได้ว่าการกระทำบางอย่างอาจเป็นสิ่งที่ถูกต้องตามกฎหมายแต่ปราศจากความชอบธรรม แต่ในทางกลับกันการกระทำบางอย่างอาจเป็นสิ่งที่ชอบธรรม แต่อาจไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

อนันตชัย ยูประถม (2550, หน้า 26) ได้ระบุแนวคิดและความหมายของความชอบธรรมในเชิงธุรกิจไว้ว่า ธุรกิจได้รับอำนาจในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรบุคคลในการดำเนินธุรกิจนั้นเป็นเพียงสิทธิและอำนาจชั่วคราว และตั้งอยู่ภายใต้ความคาดหวังของสังคมโดยรวม รวมถึงการมีธรรมาภิบาลของธุรกิจ เช่นเดียวกับ จอมขวัญรัฐตะวันออก (2549, หน้า 12-13) ที่ระบุว่า ทฤษฎีความชอบธรรมทำให้หน่วยธุรกิจหรือบริษัทจะต้องดำเนินธุรกิจภายใต้มาตรฐานหรือความคาดหวังที่หลากหลายจากสังคม ไม่ว่าจะเป็นทางอ้อมหรือทางตรง และหน่วยธุรกิจหรือบริษัทจะได้รับผลตอบแทนจากการที่สังคมจะอนุญาตให้มีสิทธิใช้และจัดการทรัพยากรของสังคมได้ ถ้าองค์กรไม่ตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคมจะนำไปสู่การเลิกให้การสนับสนุนของสังคมและจะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ การเลิกให้การสนับสนุน อาทิ ด้านเงินทุนและแรงงาน การคว่ำบาตรไม่ซื้อสินค้าหรือบริการ การออกกฎหมายการควบคุมที่เข้มงวด รวมไปถึงภาพพจน์หรือชื่อเสียงขององค์กรที่ต้องเสียหาย องค์กรมีความชอบธรรมที่จะใช้ทรัพยากรขึ้นอยู่กับความเห็นพ้องต้องกันตามหลักเกณฑ์ของการยอมรับของสังคมที่จะเข้าถึง สิทธิในการอนุญาตให้ดำเนินการ เพราะทุกฝ่ายย่อมมีสิทธิในการเข้าถึงทรัพยากรเหล่านั้นที่จะรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางสังคมเท่าเทียมกัน (Fontaine, Haarman and Schmid, 2006, p. 25)

ในกรณีของสิ่งแวดล้อม Cho and Patten (2007, pp. 639-640) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความชอบธรรมในการเปิดเผยข้อมูลต่อสังคม ได้เสนอแนะขอบเขตของการเปิดเผยเรื่องสิ่งแวดล้อมในรายงานการเงินว่าเป็นหน้าที่ที่ต้องเปิดเผยอันมีที่มาจากความกดดันของสาธารณชนตามแนวคิดของทฤษฎีนี้ หลายองค์กรที่มีการดำเนินงานทำให้สิ่งแวดล้อมเสียหายในเบื้องต้น จะมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวข้องเหล่านั้นและขยายขอบเขตของการนำเสนอเพิ่มมากขึ้น มีความพยายามที่จะจัดการปัญหาและเพิ่มความระมัดระวังให้มากขึ้นโดยใช้การเปิดเผย

เป็นเครื่องมือหนึ่งของความชอบธรรม เช่นเดียวกับ Deegan (2002) ได้ศึกษาพบว่าความชอบธรรมเองก็เป็นแรงจูงใจหนึ่งที่องค์กรหันมาเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานมากขึ้นเช่นกัน

ตั้งแต่ทศวรรษ 1980 หลายองค์กรมีการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมในรายงานประจำปีมากขึ้นมาโดยตลอด อธิบายได้ว่าส่วนหนึ่งมาจากทฤษฎีความชอบธรรมที่เป็นพื้นฐานของแนวคิดเพื่อทำให้เกิดความต่อเนื่องในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ หลายองค์กรแสดงให้เห็นพฤติกรรมที่สังคมให้การยอมรับ ทฤษฎีความชอบธรรมเป็นยุทธวิธีหนึ่งที่องค์กรนำมาใช้สำหรับการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม และใช้ในการตอบสนองต่อประเด็นหรือหัวข้อของการคุกคามต่อความชอบธรรมด้านสิ่งแวดล้อม (Donovan, 2002, p. 344) และทฤษฎีความชอบธรรมนี้ยังช่วยให้องค์กรสามารถที่จะปรับปรุงและรักษาสัญญาที่ให้ไว้กับสังคม โดยทำการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ที่ชอบธรรมทั้ง 4 วิธี คือ

- 1) การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการสื่อสารองค์กรสู่สังคมด้วยวิธีการที่สร้างผลลัพธ์และเป้าหมายในการยกระดับความคาดหวังของสาธารณชนต่อองค์กร
- 2) การพิสูจน์ตัวเองขององค์กรต่อสาธารณชนด้วยการให้ข้อมูลและความรู้ที่จะเป็นการเปลี่ยนแปลงมุมมองของสังคมต่อองค์กร
- 3) สร้างความนิยมให้กับองค์กรและกลายเป็นสัญลักษณ์ของความชอบธรรมในระดับสูงขึ้น
- 4) องค์กรไม่จำเป็นต้องทำหรือเปลี่ยนแปลงภายในเพื่อปิดบัง แต่เป็นการปรับเปลี่ยนความคาดหวังของสังคมมากกว่า (Lindblom, 1993, p. 13 as cited in Bebbington, Larrinaga and Moneva, 2007, p. 352) สำหรับองค์กรที่มีการนำมาใช้ซึ่งกลยุทธ์ด้วยการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม จะแสดงให้เห็นถึงกระบวนการใหม่ที่ได้คำนึงถึงความชอบธรรมไปจนกระทั่งการจัดการให้เหมาะสมกับแนวคิดของสังคม และกลยุทธ์นี้ยังสนับสนุนในทางอ้อมต่อแนวร่วมของระบบความคิดอันเป็นรากฐานของสังคม เศรษฐกิจ การเมืองของประเทศ (Archel, et al., 2009, p. 1284)

ในการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่ประกอบไปด้วย แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) และทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory) ในงานวิจัยนี้ต่างมีความเกี่ยวข้องกัน เนื่องจาก

1. ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียได้กลายเป็นส่วนสำคัญในจริยธรรมทางธุรกิจและในงานวรรณกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Arenas, Lozano and Albareda, 2009, p. 177) มีความสอดคล้องที่เกิดจากปัญหาศีลธรรมและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยรวม จริยธรรมมีรูปแบบและไม่สามารถวัดได้ แต่จริยธรรมทางธุรกิจนั้นสามารถมองเห็นได้กับมูลค่าทางสังคมที่ไม่เป็นตัวเงิน และเน้นไปยังผู้นำขององค์กรที่มีศีลธรรม (อนันตชัย

ยุรประถม, 2007, หน้า 27) เช่นเดียวกับ Reed (1999) ระบุว่าทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียมีองค์ประกอบหลัก 3 ประการสำคัญ คือ จริยธรรม ศีลธรรม และความชอบธรรม

2. ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเชื่อมโยงกับเรื่องของความชอบธรรมมีการระบุถึงนโยบายขององค์กรและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐและชุมชน องค์กรมีภาระรับผิดชอบที่จะต้องตอบสนองความต้องการให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของตนเองโดยพิจารณาถึงความต้องการ (Need) และความสนใจ (Interest) และผลกระทบต่อการดำรงอยู่ขององค์กร (อนันตชัย ยุรประถม, 2550, หน้า 27) ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแสดงพลังต่อการใช้ทรัพยากรขององค์กรหรือปรารถนาถึงความปลอดภัยของพวกเขาผ่านการออกเสียงเลือกตั้ง การแสดงพลังทางเศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมาย (Lawrence and Weber, 2011, p. 12)

จากแนวคิดและทฤษฎีหลักทั้ง 3 ข้างต้นยังมีทฤษฎีย่อยอีก 2 ทฤษฎีที่เป็นส่วนเติมเต็มของงานวิจัยนี้ให้สมบูรณ์ประกอบด้วย ทฤษฎีสัญญาประชาคม และทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สถาบันใหม่ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ตระหนักถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำเนินงานองค์กรโดยรายละเอียดของทฤษฎีดังกล่าวมี ดังนี้

2.4 ทฤษฎีสัญญาประชาคม (Social Contracts Theory)

ทฤษฎีสัญญาประชาคมของ Thomas Hobbes (1588-1679), John Locke (1632-1704) และ Jean Jacques Rousseau (1712-1778) ได้อธิบายว่าเป็นเรื่องของประชาชนเป็นผู้สร้างรัฐ มีเจตนา และสัญญาว่ากันว่ารัฐจะต้องปกครองอย่างเป็นธรรมและกระทำตามเจตนารมณ์ของประชาชน (เอนก วัดแย้ม, 2554) ซึ่งได้กลายมาเป็นทฤษฎีพื้นฐานทฤษฎีแรกๆ ที่อธิบายถึงแนวโน้มการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเนื่องมาจากแนวคิดของสัญญาประชาคมนั้นถูกนำมาใช้เพื่อแสดงถึงสิทธิมนุษยชน (Human Rights) และองค์กรในปัจจุบันเองก็อยู่ภายใต้กฎหมายสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศเช่นเดียวกับประชาชน (Amao, 2007, p. 1) ต่อมา Thomas Donaldson and Thomas Dunfee ได้ศึกษาและประมวลงานวิจัยทางด้านจริยธรรมธุรกิจและพัฒนาออกมาเป็น ทฤษฎีสัญญาประชาคมแบบบูรณาการ (Integrative Social Contract Theory) ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างมากในวรรณกรรมจริยธรรมทางธุรกิจ (Dunfee, 1995, p. 167; 2006, p. 303) และอธิบายถึงทฤษฎีสัญญาประชาคมแบบบูรณาการว่าเกิดขึ้นมาจากการบูรณาการของสัญญา 2 แบบ คือ 1) สัญญาปทัสถานหรือบรรทัดฐาน (Normative Contract) และสัญญาสมมติ (Hypothetical Contract) ที่เกี่ยวข้องกับปรัชญาและเศรษฐกิจการเมืองเช่นเดียวกับสัญญาประชาคม 2) สัญญาโดยนัย (Implicit Contract)

ซึ่งเกิดขึ้นกับสมาชิกของชุมชนโดยเฉพาะ อาทิ องค์กร แผนงานที่อยู่ภายใต้องค์กร กลุ่มย่อย อย่างไรก็ตามไม่เป็นทางการที่อยู่ภายใต้แผนงาน องค์กรเศรษฐกิจระหว่างประเทศ อุตสาหกรรมต่างๆ เป็นต้น ทฤษฎีนี้แสดงถึงผลกระทบขององค์กรที่มีต่อกลุ่มที่หลากหลาย (Donalson and Dunfee, 1994, pp. 254, 273) และยังเป็นพื้นฐานของความเข้าใจของผู้บริหารต่อสัญญาประชาคมเพราะการเปิดเผยข้อมูลนั้นเกิดจากความกังวลของประชาชนที่เตือนองค์กรด้วยการใช้กฎหมาย ระเบียบหรือข้อบังคับ การตัดสินใจเปิดเผยไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อความชอบธรรมนั้นแต่ยังมีที่มาของความเชื่อที่ว่าผู้บริหารต้องสามารถอธิบายได้ถึงสิ่งที่ประชาชนต้องการทราบด้วยการให้ข้อมูลที่เป็นจริงและจะช่วยลดความสงสัยที่องค์กรจะต้องตอบคำถามที่อาจจะเกิดขึ้น (Deegan, 2002, p. 298; Bebbington, Larrinage and Moneva, 2008, p. 372)

ความรับผิดชอบต่อสังคมกับทฤษฎีสัญญาประชาคมนั้นส่งผลต่อการปฏิบัติงานนอกเหนือไปจากสิ่งที่ต้องระมัดระวังไม่ว่าจะเกี่ยวกับความคาดหวังทางเศรษฐกิจ กฎหมาย และจริยธรรมต่อสังคมแล้ว ยังให้ประเด็นในเรื่องของการสร้างความไว้วางใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร เนื่องจากองค์กรมีภาวะผูกพันด้านจริยธรรมต่อพนักงานภายใต้ขอบเขตของกฎหมาย ซึ่งพนักงานจะมีความรู้สึกถึงผลกระทบที่องค์กรมิได้มุ่งหวังแต่ผลกำไรของตนเองอย่างเดียวแต่ยังให้ความสำคัญในเรื่องที่เกี่ยวข้องทั้งหมด พนักงานจะรับรู้ถึงความรู้สึกปลอดภัยจากจริยธรรมที่องค์กรมีในทุกด้าน องค์กรไม่ได้เป็นหนึ่งในบริษัทที่จะล้มละลายหรือต้องมีเรื่องทุจริตในการตกแต่งทางบัญชีซึ่งจะส่งผลให้กองทุนบำเหน็จบำนาญของพนักงานต้องสูญเสียชีวิตและออกจากงานโดยไม่มีอะไรเหลืออยู่จากการทำงานอย่างซื่อสัตย์มาเป็นเวลาหลายปีอย่างเช่นกรณีของบริษัทเอนรอน เป็นต้น (Hasnas as cited in Lister and Media, 2013)

2.5 ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สถาบันใหม่ (New Institutional Economics Theory)

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สถาบันแบบใหม่มีวิวัฒนาการจากเศรษฐศาสตร์มาตรฐานหรือเศรษฐศาสตร์กระแสหลักที่พัฒนามาจากทฤษฎีของสำนักคลาสสิก (Classical Economic) ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ การทำกำไรสูงสุด และนีโอคลาสสิก (Neoclassical Economic) ที่มุ่งเน้นความพึงพอใจของผู้บริโภคสูงสุด เศรษฐศาสตร์แนวสถาบันจึงเป็นเรื่องของการกระทำหรือพฤติกรรมของบุคคลที่ปฏิสัมพันธ์กันจำแนกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ ขัดแย้ง พึ่งพาและบังคับ ซึ่งมีลักษณะของความเป็นจริงของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์มากกว่าเศรษฐศาสตร์ที่สนับสนุนตลาดเสรี (เกรียงศักดิ์ ธีระโกวิทขจร, 2551) และปัจจัยอื่นในสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ผลิตและผู้บริโภค อาทิ การเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม หรือการมีความพอใจส่วนรวม (Social Preference) หรือการมีพฤติกรรมต่างตอบแทน (Reciprocity Motive) เป็นต้น โดย Oliver Williamson ให้คำนิยามว่าเป็นเรื่องของประสิทธิภาพและการจำหน่ายจ่ายแจกไปในภาคส่วนต่างๆ

ในระบบเศรษฐกิจ โดยมีเครื่องมือในการวิเคราะห์คือ ธรรมชาติ (Governance) ที่ถูกกำหนดมาจากปัจจัยแวดล้อมของสถาบันและพลวัตของการเปลี่ยนแปลงที่จะกำหนดขึ้นตามสภาพสังคมเศรษฐกิจของประเทศนั้นๆ (เศรษฐศาสตร์สถาบันแบบใหม่, 2555) ซึ่งเป็นสิ่งที่สถาบันต้องกระทำภายใต้กระบวนการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ (Furubotn and Richter, 2007, p. 1) และมุมมองของเศรษฐศาสตร์สถาบันต่อตลาดแรงงานในประเด็นสำคัญ จากการสังเคราะห์ในงานวรรณกรรมของ Kaufman (2010, pp. 12-18) มีประเด็นสำคัญคือ 1) ปัจจัยด้านแรงงานมนุษย์ (Labor A Human Factor) แรงงานเป็นหนึ่งในกระบวนการผลิตมีหน้าที่และความต้องการที่แตกต่างกันและมีความสัมพันธ์ที่มีลักษณะเฉพาะกับปัจจัยอื่นๆ และสินค้า 2) ความสัมพันธ์ของการจ้างงาน (The Employment Relationship) พนักงานมีความต้องการได้รับบริการจากหน่วยงานหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งได้มาจากข้อตกลงจากสัญญาการจ้างงาน 3) สัญญาการจ้างงานที่ไม่สมบูรณ์ (Incomplete Employment Contracts) เนื่องจากความซับซ้อนของงานหรือต้นทุนแฝง เป็นต้น 4) การแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfect Competition) ของตลาดแรงงานที่มีจำนวนคนงานและฝีมือที่มีประสิทธิภาพแตกต่างกัน 5) การแบ่งส่วนตลาดและระบบการจ้างงานทางเลือก (Segment Markets and Alternative Employment Systems) ซึ่งองค์กรจะเลือกกลยุทธ์ของการจัดการทรัพยากรมนุษย์แตกต่างกันรวมถึงเงื่อนไขในการจ้าง 6) องค์กรและตลาดแรงงานภายใน (Firms and Internal Labor Markets) ทุกองค์กรต่างมีโครงสร้างของการควบคุมตามสายงานบังคับบัญชา 7) ความไม่เสมอภาคของอำนาจในการต่อรอง (Inequality of Bargaining Power) 8) การทำงานร่วมกัน ความไว้วางใจ ความยุติธรรมและความปลอดภัยในงาน (Cooperation, Trust, Fairness and Job Security) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการทำงานของพนักงาน และ 9) กฎของชายภายใต้การบริโภค (Say's Law and Under-Consumption) ตลาดแรงงานยังไม่มีจุดดุลยภาพที่สมบูรณ์เนื่องจากปริมาณและคุณภาพของแรงงานจึงกระทบต่อค่าจ้าง และด้วยประเด็นดังกล่าวจึงทำให้เกิดสถาบันสหภาพแรงงานที่มีอยู่ทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อช่วยในการดูแล เจรจาต่อรองและด้านสิทธิต่างๆ ซึ่งองค์กรและสถาบันมีความแตกต่างกันตามมุมมองของเศรษฐศาสตร์สถาบันแบบใหม่ที่ สมบูรณ์ ศิริประชัย (2552, หน้า 121-122) อธิบายไว้คือ สถาบัน (Institution) มีความหมายกว้างและลึกซึ้งกว่าองค์กร (Organization) เปลี่ยนแปลงได้ยากกว่าขณะที่องค์กรมีความหมายที่ครอบคลุมถึงลักษณะการจัดองค์กรหรือการทำงานขององค์กรที่สังเกตได้ง่าย ในขณะที่สถาบันมีสภาพเป็นกฎหรือระเบียบของสังคมที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น องค์กรการค้าโลกที่มีระเบียบกติกาบังคับใช้ในกลุ่มประเทศสมาชิก

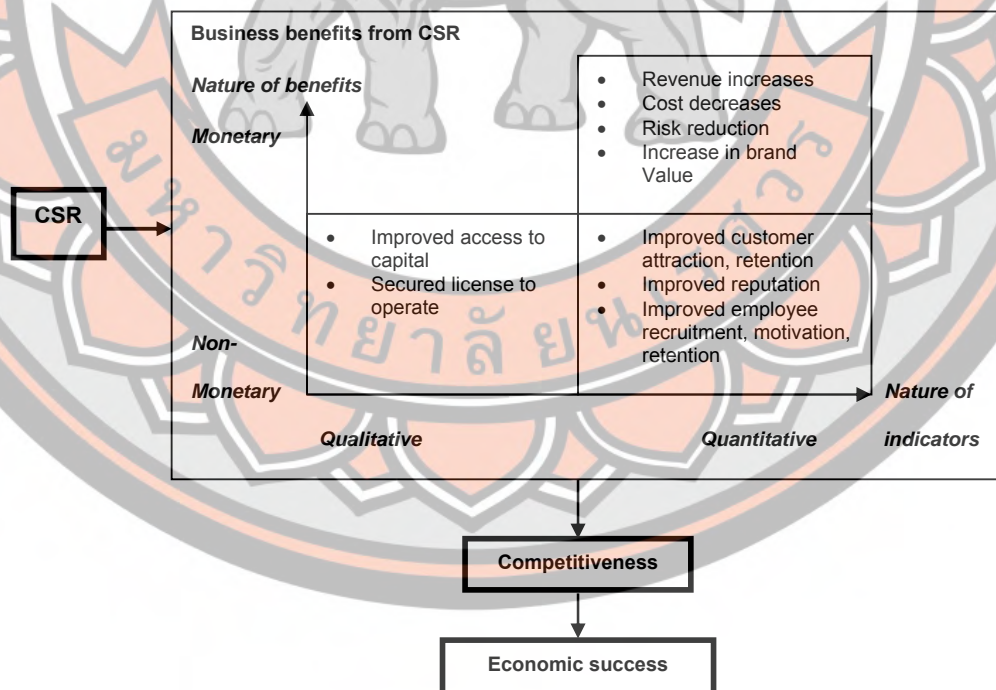
ทั้ง 2 ทฤษฎีย่อย คือ ทฤษฎีสัญญาประชาคมและทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สถาบันใหม่นี้ สนับสนุนแนวคิดทางจริยธรรมธุรกิจ ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียและทฤษฎีความชอบธรรม ซึ่งเป็นการบอกถึงองค์กรไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตนเองเพียงลำพัง องค์กรต้องมีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียภายในและภายนอกโดยเฉพาะผู้มีส่วนได้เสียที่กระทบกับองค์กรโดยตรง เช่น พนักงานหรือประชาชนที่เป็นผู้บริโภคหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กร

2.6 ผลได้กับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

การรายงานหรือการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศที่กำลังพัฒนานั้น มีบริษัทเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ที่ยินยอมรายงานเรื่องดังกล่าวตามความต้องการของตลาดหุ้น รวมถึงมีรูปแบบที่หลากหลายในการรายงานการดำเนินงานอย่างยั่งยืนที่สัมพันธ์กันอย่างมากกับการดำเนินงานของธุรกิจระหว่างประเทศ (Visser, p. 485) ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมก่อให้เกิดผลได้กับองค์กรในหลายประการ เช่น การศึกษาของ Tsoutsoura (2004, pp. 17-18) ที่ผลลัพธ์ชี้ให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์ในทางบวกและนัยสำคัญทางสถิติสนับสนุนต่อความเกี่ยวเนื่องในระดับพื้นฐานของผลประโยชน์ของธุรกิจและ Mansley (2002, pp. 2,12) ที่ปรึกษาของสถาบัน Claros Consulting ได้ทำการศึกษาและสัมภาษณ์นักลงทุนในสถาบันขนาดใหญ่ ผู้บริหารอาวุโสและผู้จัดการกองทุนจะให้ความสนใจอย่างมีนัยสำคัญในการลงทุนในธุรกิจด้านความปลอดภัย และสุขภาพที่ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีผลขึ้นถึงการจัดการที่ดี และมีความชัดเจนในเรื่องของต้นทุนความปลอดภัยที่มีสัดส่วนอยู่เป็นประจำที่สำคัญกับรายการกำไรของกิจการ ในขณะที่ Lin, Yang and Liou (2009, p. 56) พบว่ากิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นไม่ได้ทำให้ความสามารถในการทำกำไรขององค์กรเพิ่มขึ้นในทันที แต่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการลดความเสี่ยง และความเสียหายต่อการประเมินตราสินค้าขององค์กรในระยะยาว และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมสนับสนุนผลได้ทางการเงินในระยะยาวอย่างมากเช่นกันรวมถึงความภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กร (Mandhachitara and Poolthong, 2009, p.122) และสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคในด้านอารมณ์ สังคมและภาพพจน์ (Green and Pelozo, 2011, p. 48) ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมรวมถึงชื่อเสียงในทางบวกขององค์กร ในมุมมองของผู้มีส่วนได้เสีย (Galbreath, 2010, p. 411)

Weber (2008, pp. 248-250) ได้ทำการประมวลข้อมูลถึงประโยชน์ของธุรกิจที่ได้รับจากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจากบรรดานักวิจัยต่างๆ ที่ทำวิจัยทางทฤษฎี และการทดลองและสรุปออกมาเป็นประโยชน์ 5 ประการด้วยกัน คือ 1) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านบวก

ขององค์กร มีผลในด้านจิตใจของผู้คนที่ได้รับอิทธิพลจากการสื่อสารและมีผลต่อการแข่งขันขององค์กร ซึ่งจะถูกตัดสินจากผู้มีส่วนได้เสีย 2) แรงจูงใจด้านบวกที่มีต่อพนักงาน จากผลของการปรับปรุงชื่อเสียงขององค์กรให้พนักงานทำงานในสภาพแวดล้อมที่ดีและการให้พนักงานเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลโดยตรงต่อการดึงดูดความสนใจต่อผู้ที่ต้องการเข้าทำงานในองค์กร 3) การลดต้นทุนต่างๆ ที่เป็นผลมาจากการใช้วิธีการทางกลยุทธ์ระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น การควบคุมเวลาที่สูญเสียไปโดยไร้ประโยชน์ หรือการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้จากนักลงทุนที่มีความสนใจในเรื่องของความยั่งยืนของธุรกิจ 4) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากยอดขายและส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้นจากภาพพจน์ของธุรกิจที่ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นตัวผลักดันผลิตภัณฑ์ของธุรกิจหรือการพัฒนาตลาด และ 5) ลดความเสี่ยงในการดำเนินการจัดการและการต่อต้านจาก NGO เป็นการช่วยสร้างระบบของตัวผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าต่อความยั่งยืนของธุรกิจ รวมถึงการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการลงทุนของผู้ถือหุ้นในหลายบริษัทที่ยึดมั่นในมาตรฐานสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัดและทำให้สร้างมูลค่าในตลาดได้ดีกว่า (Harrington, 2003) และประโยชน์ที่ได้รับสามารถวัดออกมาเป็นผลได้ที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินได้ดังภาพ 10



ภาพ 10 รูปแบบของผลกระทบที่เกิดจากความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ที่มา: Weber, 2008, p. 250

จากภาพ 10 แสดงรูปแบบของผลลัพธ์ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของธุรกิจและการประสบความสำเร็จทางเศรษฐกิจ ผลได้ที่เป็นตัวเงินนั้นประกอบไปด้วย การเพิ่มขึ้นของรายได้ การลดต้นทุน การลดความเสี่ยงและการเพิ่มมูลค่าของตราสินค้า ส่วนผลได้ที่ไม่เป็นตัวเงินจะรวมถึง การปรับปรุงการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความปลอดภัยของบริษัทจากการได้รับใบอนุญาตหรือสิทธิในการดำเนินงาน ซึ่งทำให้เกิดผลได้ทางการแข่งขัน และการประสบความสำเร็จในทางธุรกิจ ดังนั้น โสภณ พรโชคชัย (2552, หน้า 39-42) จึงได้สรุปว่าองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะเกิดผลได้ที่ทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคงสามารถจำแนกออกเป็น 1) การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรกับราคาหุ้นที่ดีที่สุด 3) การเพิ่มขึ้นของรายได้ซึ่งเกิดจากการที่ลูกค้าให้ความเชื่อถือและไว้วางใจ 4) การลดความเสี่ยงของธุรกิจด้วยการทำธุรกิจอย่างเป็นธรรมและเพื่อลดการถูกต่อต้านจากผู้มีส่วนได้เสียทั้งหลาย 5) เข้าถึงแหล่งเงินทุนมากยิ่งขึ้นหาแหล่งเงินกู้ได้ง่ายได้รับความไว้วางใจจากนักลงทุน 6) ประสิทธิภาพที่สูงขึ้นในการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดจากการมุ่งเน้นรักษาสีงแวดล้อมด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่หรือใช้ซ้ำ 7) สร้างทุนมนุษย์ที่เป็นทรัพยากรบุคคลให้รู้จักใส่ใจ รู้จักการทำงานเป็นหมู่คณะและพัฒนาตนเอง และ 8) สร้างตราสินค้าที่สะท้อนชื่อเสียงที่ดีของกิจการซึ่งจูงใจให้ลูกค้าใหม่มาใช้บริการและลูกค้าเก่าให้ความภักดีต่อยี่ห้อสินค้า

โดยสรุปจากข้อมูลของการทบทวนวรรณกรรมในตอนที่ 1 และตอนที่ 2 ที่ผ่านมามีมีการอธิบายถึงแนวคิดและความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในบทบาทที่หลากหลาย แต่มีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ การออกมาแสดงตัวตนขององค์กรธุรกิจว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่พร้อมจะมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ โดยอาจมาจากความสมัครใจขององค์กรเองหรือมาจากบรรทัดฐาน ค่านิยม ประเพณีตลอดจนจากกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ของรัฐหรือสาธารณชน หรือองค์กรระหว่างประเทศ รวมถึงทฤษฎีที่ก่อกำเนิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสำคัญที่ถูกลำนำใช้อ้างอิงและเปิดเผยข้อมูลในงานวรรณกรรมของความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดจนการอธิบายถึงผลได้ที่เกิดจากกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน แต่อย่างไรก็ตามผลได้ที่เกิดขึ้นนั้นต้องมีการนำเสนอในรายละเอียดของการวัดผลได้ดังกล่าวซึ่งในการวัดผลได้จากการดำเนินงานจากกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นสามารถอธิบายกระบวนการของการวัดในตอนที่ 3

ตอนที่ 3 ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานขององค์กรและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

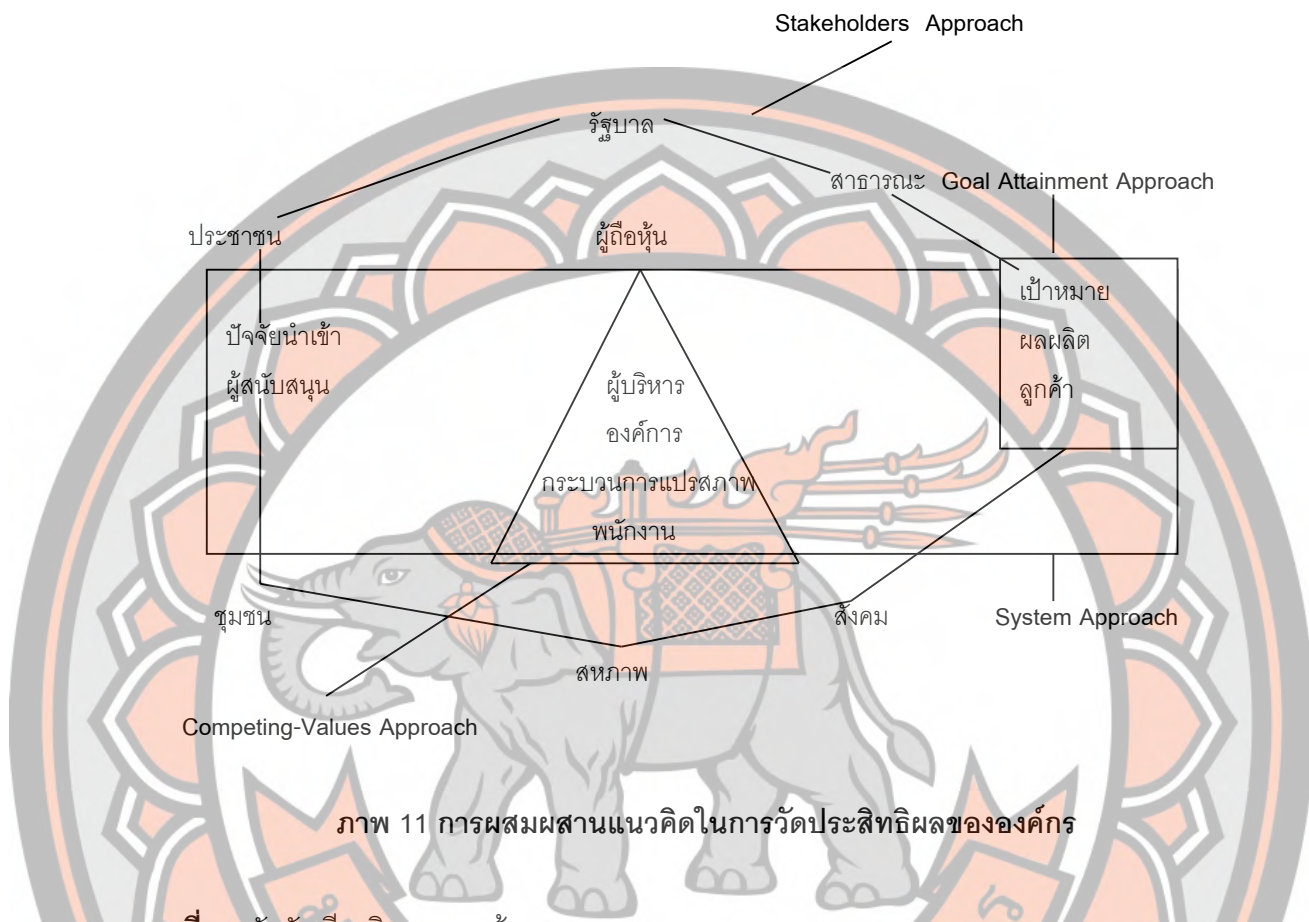
ความรับผิดชอบต่อสังคมได้เข้ามามีส่วนข้องเกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กรในปัจจุบันไม่ว่าจะอยู่ในหรือนอกกระบวนการทางธุรกิจ และเพื่อให้สามารถอธิบายได้ถึงความสัมพันธ์ที่มีระหว่างกันในตอนที 3 นี้จึงเป็นการให้รายละเอียดตั้งแต่แนวคิดของการวัดการดำเนินงาน การวัดการดำเนินงานทั้งที่ไม่เป็นตัวเงินและเป็นตัวเงิน ตลอดจนให้ข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องระหว่างกันทั้งในส่วนทฤษฎีที่ได้ทบทวนไปแล้วข้างต้นกับการดำเนินงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

3.1 แนวคิดการวัดการดำเนินงานขององค์กร

องค์กรทุกองค์กรมีความเป็นสาธารณะ (Publicness) ไม่ว่าจะป็นในภาครัฐหรือเอกชน โดยพิจารณาจากประเด็นต่างๆ คือ 1) อาณัติในการก่อตั้งองค์กร ทุกองค์กรเป็นหน่วยทางสังคมที่ได้รับอาณัติหรืออำนาจนิติจากสังคมให้จัดตั้งขึ้นและดำเนินการอยู่ได้ในสังคมนั้นๆ โดยกลไกของสังคมที่มอบหมายให้มีองค์กรใดองค์กรหนึ่งเกิดขึ้นประกอบด้วย กลไกทางการเมือง กลไกทางเศรษฐกิจและกลไกทางสังคม 2) องค์กรทำงานในระบบสังคมแบบเปิด ซึ่งมีการนำเข้าและใช้ทรัพยากรซึ่งเป็นสิ่งที่มีค่าของสังคมและมีอยู่อย่างจำกัด จึงต้องมีการจัดสรรทรัพยากรซึ่งระบบเปิดนี้สะท้อนความเชื่อมโยงระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อมและความสำคัญขององค์กรต่อสังคม 3) องค์กรมีผลผลิตซึ่งมีอิทธิพลต่อสังคม องค์กรตั้งขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่ในการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นที่ต้องการของสังคมและส่งผลผลิตเหล่านั้นเข้าสู่สภาพแวดล้อม มีกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับที่เกิดจากผลกระทบของการส่งผลผลิตเหล่านั้นสู่สังคม และ 4) การดำเนินงานขององค์กรจะมีผลกระทบต่อสังคมและสภาพแวดล้อมซึ่งอาจมีทั้งส่วนที่ดีและส่วนที่เป็นผลเสีย (วันชัย มีชาติ, 2550, หน้า 12-15)

การดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance) หรือการปฏิบัติงานขององค์กร หมายถึง ผลงานในระดับขององค์กร ซึ่งแสดงออกมาทั้งทางด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นเป้าหมายขององค์กร ตลอดจนการประเมินผลความก้าวหน้าของเป้าหมาย และการปรับเปลี่ยนเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายเหล่านั้นอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (McNamara, 2010) เป็นผลรวมของการปฏิบัติกิจกรรมในกระบวนการทั้งหมดขององค์กร ที่ผู้บริหารขององค์กรจำเป็นต้องเข้าใจถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสูง (วิรัช สงวนวงศ์วาน, 2547, หน้า 265; วิทยา ตำนธำรงกุล, 2546, หน้า 352) องค์กรที่สามารถดำเนินงานเป็นที่ยอมรับของสังคมและถือว่าเป็นองค์กรที่มีประสิทธิผลนั้นขึ้นอยู่กับความเข้าใจและการมองที่ต่างกันของบุคคล ดังนั้นจึงมีการพิจารณาถึงประสิทธิผลและแนวความคิดในการวัดประสิทธิผลขององค์กร ซึ่งวันชัย มีชาติ

(2550, หน้า 324-359) ได้สรุปการวัดประสิทธิผลขององค์กรในรูปแบบผสมผสาน ซึ่งมาจากแนวความคิด 4 แบบด้วยกันคือ 1) แนวคิดด้านการบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment Approach) ที่เชื่อว่าทุกองค์กรมีเป้าหมายของตนเองดังนั้นระดับความสำเร็จขององค์กรจึงวัดได้จากระดับของการบรรลุเป้าหมาย เน้นการให้ความสำคัญกับผลผลิต (Output) 2) แนวคิดเชิงระบบ (System Approach) เป็นแนวคิดที่ได้อิทธิพลมาจากทฤษฎีระบบ (System Approach) ที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานขององค์กรในด้านต่างๆ โดยเชื่อว่าองค์กรทำงานเป็นระบบและประกอบไปด้วยระบบย่อยต่างๆ แบ่งเป็นปัจจัยนำเข้า (Inputs) กระบวนการแปรสภาพภายใน (Process) และผลผลิต (Outputs) 3) แนวคิดผู้มีส่วนได้เสียในองค์กร (The Stakeholders Approach) มองว่าองค์กรมิได้ทำงานโดยอาศัยหลักเหตุผลอย่างเดียวแต่ยังมีมิติทางการเมืองรวมอยู่ด้วย ซึ่งองค์กรต้องปฏิบัติหน้าที่ภายใต้กลุ่มผลประโยชน์หรือผู้มีส่วนได้เสียหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรจำนวนมาก องค์กรต้องมีความสามารถในการเอาชนะใจผู้มีอิทธิพลต่อองค์กรหรือประสานความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายยอมรับได้ ซึ่งอาจไม่ใช่ว่าการตัดสินใจที่ดีที่สุดหรือมีเหตุผลมากที่สุด และแนวคิดนี้เชื่อว่าความอยู่รอดขององค์กรมิได้ขึ้นอยู่กับความสามารถปฏิบัติงานภายในองค์กรเท่านั้น และ 4) แนวคิดด้านการแข่งขันกันของค่านิยมที่แตกต่างในองค์กร (The Competing-Values Approach) แนวคิดนี้เชื่อว่าองค์กรที่ดีขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจหรือมุมมองของแต่ละคนซึ่งมีความเชื่อ ค่านิยมและผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน ซึ่งแต่ละคนจะให้ความสำคัญกับเรื่องต่างๆ ในองค์กรไม่เหมือนกันและทั้ง 4 แนวคิดสามารถแสดงเป็นรูปแบบที่ผสมผสานและสรุปได้ตามภาพ 11



ภาพ 11 การผสมผสานแนวคิดในการวัดประสิทธิผลขององค์กร

ที่มา: วันชัย มีชาติ, 2550, หน้า 358

ในขณะที่ นภดล ร่มโพธิ์ และมนวิภา ผดุงสิทธิ์ (2552, หน้า 11-12) อธิบายว่าการปฏิบัติงานขององค์กรต้องมีการประเมินผล ซึ่งผลของการปฏิบัติงานนั้นเป็นสิ่งที่สามารถวัดได้เป็นตัวเลขหรือความรู้สึกที่สื่อสารได้ด้วยความสามารถที่จะทำให้สำเร็จหรือตั้งใจเป็นพิเศษ ซึ่งผลลัพธ์ของการกระทำเทียบกับสิ่งที่คาดหวังโดยจะเปรียบเทียบด้วยเกณฑ์วัดบางอย่างหรือการอ้างอิงที่คัดเลือกมาซึ่งรวมถึงการแสดงออกในทางด้านศิลปะ การวินิจฉัยเปรียบเทียบ และนอกจากนี้ผลของการปฏิบัติงานจะมีลักษณะสำคัญ 9 ประการ คือ 1) เป็นสิ่งที่แสดงได้โดยกลุ่มมาตรวัดหรือตัวชี้วัดที่อธิบายกระบวนการ 2) เป็นรูปแบบที่ใช้อธิบายการกระทำปัจจุบันส่งผลลัพธ์ในอนาคต 3) คำนียามขึ้นอยู่กับผู้ใช้ 4) การกำหนดความหมายมาจากภายในหรือภายนอกองค์กร 5) สัมพันธ์กับความรับผิดชอบ 6) ผลลัพธ์ต้องอธิบายหรือวัดได้ 7) เป็นแบบจำลองอย่างไม่เป็นทางการที่ต้องมีการติดตามต่อเนื่องและตรวจสอบได้ 8) ตัวชี้วัดหรือการประเมินด้วยการพรรณาต้องไม่สร้างความสับสน และ 9) ผลการปฏิบัติงานเป็นเพียงค่าเปรียบเทียบและต้องการ

การวินิจฉัยและตีความ โดยลักษณะสำคัญเหล่านี้จะเป็นการอธิบายผลลัพธ์ของการดำเนินงานให้ชัดเจน

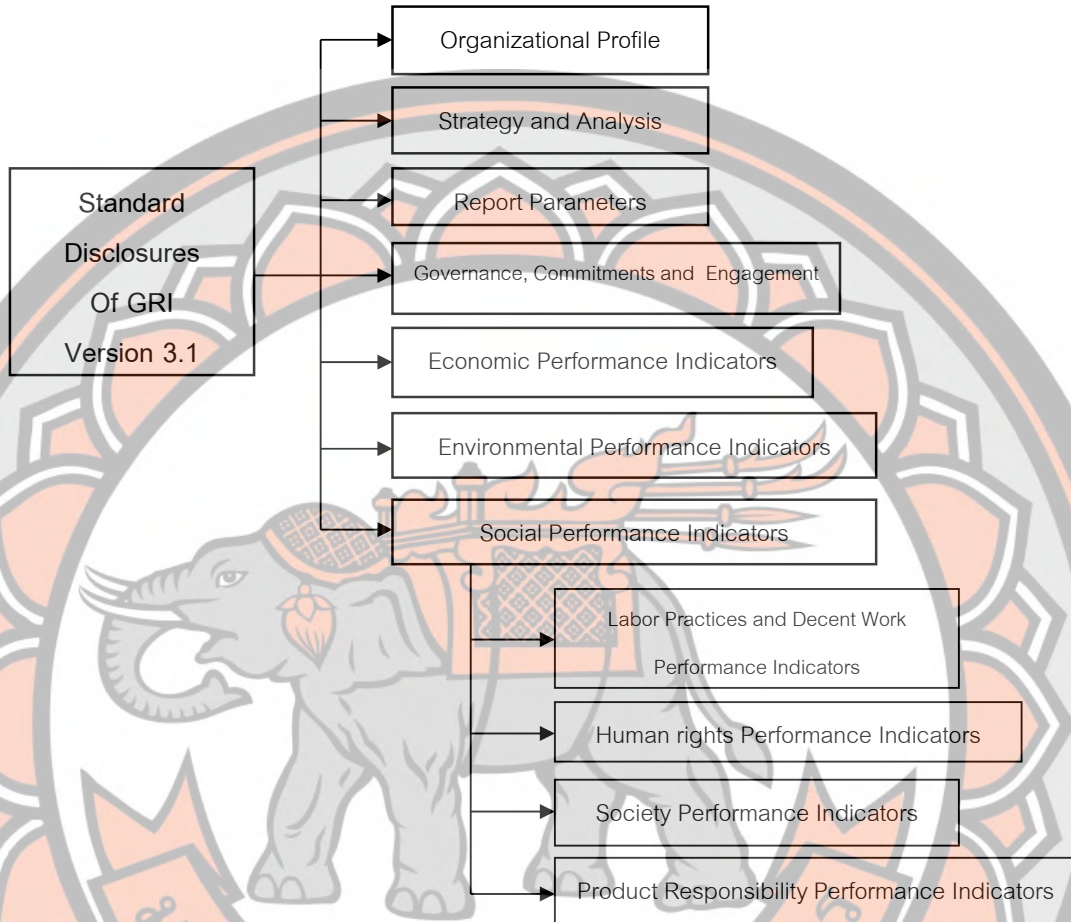
3.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการวัดการดำเนินงานขององค์กร

การวัดผลการดำเนินงานวิธีหนึ่งที่นิยมใช้มากคือ The Balance Scorecard (BSC) โดย Kaplan และ Norton ซึ่งมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย ประกอบไปด้วย การวัดทางการเงิน กระบวนการภายใน ลูกค้า การพัฒนาและการเรียนรู้ (Hubbard, 2009, p. 179) ซึ่งการวัดผลการดำเนินงานแต่เดิมจะเน้นที่การวัดที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน การวัดของ BSC นั้น ได้ขยายการวัดที่ไม่เป็นตัวเงินออกมาโดยการบูรณาการตัววัดที่เชื่อมโยงกับลูกค้า กระบวนการภายใน ธุรกิจ พนักงานและการดำเนินงานระบบ ไปยังความสำเร็จทางการเงินในระยะยาว ซึ่งถูกนำเสนอมาใช้เป็นกลยุทธ์หนึ่งขององค์กร (Kaplan and Norton, 1996, p. 16) BSC นั้นจะแบ่งตัวชี้วัดเป็น 4 มุมมอง คือ 1) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) 2) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) 3) ด้านกระบวนการภายใน (Process Perspective) และ 4) ด้านการเรียนรู้ และการเติบโต (Learning and Growth and Perspective) ซึ่งจะมีความสมดุลในการวัดที่แตกต่างจากตัวชี้วัดแบบดั้งเดิมที่เน้นเฉพาะด้านการเงินเท่านั้น ความสมดุลทั้ง 4 มุมมองเป็นความสมดุลของการวัดอดีต (การเงิน) กับอนาคต (การเรียนรู้และการเติบโต) การวัดภายใน (กระบวนการภายใน) กับภายนอก (ลูกค้า) และจัดแบ่งได้เป็น การวัดที่เป็นตัวเงิน (การเงิน) การวัดที่ไม่เป็นตัวเงิน (ลูกค้า กระบวนการภายใน และการเรียนรู้และการเติบโต) การวัดระยะสั้น (การเงิน) กับระยะยาว (การเรียนรู้และการเติบโต) (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553, หน้า 276)

จาก Balance Scorecard ของ Kaplan และ Norton ได้มีนักวิชาการนำเอา BSC ไปบูรณาการเข้ากับควมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเรียกว่า Sustainability Balanced Scorecard หรือ SBSC ต่อมา Figge, et al. (2002, pp. 274, 279) ได้เพิ่มอีกหนึ่งมุมมอง คือ ด้านที่ไม่ใช่การตลาด (Non-market Perspective) ที่มาจากมุมมองด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่อยู่นอกกรอบตลาดที่สามารถส่งผลกระทบต่อทั้ง 4 มุมมองของ BSC ได้ซึ่งมีตัวชี้วัดตามเป็นเรื่องของ เสรีภาพในการปฏิบัติ ความชอบธรรมและกฎหมาย ขณะที่ Spiller (2000, p. 155) ได้แสดงการบูรณาการจริยธรรมทางธุรกิจที่รวมการวัดการดำเนินงานเรียกว่า Ethical Scorecard ซึ่งให้ความหมายที่เข้าใจเป็นหนึ่งเดียวกันกับความหมายของคำว่าผู้มีส่วนได้เสียมากขึ้นเพิ่มมาจากแนวคิดของ Balance Scorecard ที่เน้นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ถือหุ้นไปสู่การวัดผู้มีส่วนได้เสียอื่นในบริบทของพนักงาน ผู้ค้า ชุมชนและสิ่งแวดล้อม

ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการวัดการดำเนินงานขององค์กร ได้มีการนำแนวคิดของ Triple-Bottom-Line (TBL หรือ 3BL) มาผสมผสานซึ่งเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยม และ

ถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการรายงานความยั่งยืนขององค์กรภายใต้หัวข้อ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคม เพื่อใช้ประเมินผลกระทบต่อกิจกรรมของธุรกิจ ใน 3 มุมมอง ซึ่งถูกสร้างโดย John Elkington ในปี 1994 มีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงออกถึงการเพิ่มคุณค่าของความยั่งยืนในการดำเนินงานขององค์กร และต่อมาได้อธิบายเพิ่มเติมว่าประกอบไปด้วยหลักสำคัญ 3 มุมมอง คือ 1) ความสำเร็จด้านเศรษฐกิจ 2) คุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม และ 3) ความถูกต้องด้านสังคม (Majid and Koe, 2012, p. 300) ในปี 1995 ได้พัฒนาเป็น 3P Formulation ประกอบด้วย คน (People) โลก (Planet) และกำไร (Profit) (Elkington, 1995, as cited in Henriques and Richardson, 2004, p. 3) ซึ่งการรายงานเพื่อความยั่งยืนของ TBL จะเน้นการวัดและการรายงานขององค์กรในมุมมอง ทั้ง 3 ด้านที่สร้างความสมดุลซึ่งกันและกัน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสังคม และการวัดการดำเนินงานขององค์กรตามแนวคิดนี้มีหน่วยงานระหว่างประเทศ คือ องค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (GRI) ได้จัดทำแนวทางการรายงานเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Reporting Guidelines, 2010-2011) ออกมาเพื่อเป็นแนวปฏิบัติสำหรับองค์กร ในประเทศต่างๆ ที่นำไปประยุกต์ใช้กันมากที่สุดโดยให้มาตรฐานการเปิดเผย (Standard Disclosure) มีข้อมูลสำคัญหลักในเรื่องดังนี้ คือ 1) กลยุทธ์และการวิเคราะห์ที่จะต้องให้ภาพที่สัมพันธ์กับความยั่งยืนขององค์กร 2) ประวัติองค์กรในรายละเอียดสำคัญ 3) ข้อพิจารณาประกอบการรายงาน 4) การกำกับดูแล ความรับผิดชอบและข้อตกลง และ 5) กระบวนการจัดการและการดำเนินงาน ซึ่งประกอบไปด้วยตัวชี้วัดด้าน เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งตัวชี้วัดด้านสังคมนั้นจะมีตัวชี้วัดย่อยประกอบ โดยทั้งหมดสามารถแสดงได้ดังภาพ 12 ดังนี้



ภาพ 12 รูปแบบมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลและการวัดการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติของ GRI Version 3.1

นอกจากการวัดการดำเนินงานข้างต้นแล้ว วิรัช สงวนวงศ์วาน (2546, หน้า 269-275) ได้รวบรวมเครื่องมือต่างๆ ที่นิยมใช้ในการตรวจสอบและวัดการดำเนินงานขององค์กรมีอยู่ 4 แบบ คือ 1) การควบคุมทางการเงิน (Financial Controls) เป็นเครื่องมือวัดที่นิยมใช้กันมาตั้งแต่อดีต เป็นการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ที่ใช้ข้อมูลมาจากงบการเงินหลัก คือ งบแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุน โดยส่วนมากจะวิเคราะห์ 4 ด้าน คือ Liquidity Ratios, Leverage Ratios, Activity Ratios และ Profitability Ratios และสำหรับการวิเคราะห์ทั้งงบประมาณจะเป็นแผนตัวเลขสำหรับการจัดสรรทรัพยากรให้กับกิจกรรมต่างๆ มักจัดทำเป็นงบประมาณเกี่ยวกับรายได้รายจ่าย นอกเหนือจากนี้ยังมีวิธีการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added หรือ EVA) และการเพิ่มมูลค่าทางการตลาด (Market Value Added หรือ MVA) 2) การควบคุมข่าวสาร

โดยการเข้าถึงข้อมูลต้องมีความถูกต้อง รวดเร็ว สามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และ ดำเนินการและบริหารองค์การตามที่ผู้บริหารต้องการ 3) Balanced Scorecard Approach เป็นการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรโดยวัดผลใน 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ลูกค้า กระบวนการภายในและนวัตกรรม และ 4) Benchmarking เป็นการค้นหาวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุด จากองค์กรอื่น ทั้งที่เป็นคู่แข่งและที่มีไม่ใช่คู่แข่งแล้วนำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้การดำเนินงานของ องค์กรเกิดประโยชน์สูงสุด และมีมุมมองจากนักวิชาการท่านอื่นที่ได้ระบุการวัดการดำเนินงานเป็น หลายประเด็น

สำหรับ Mitchell (2002) ได้แบ่งการวัดการดำเนินงานออกมาเป็น 4 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) ความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับผู้มีส่วนได้เสีย (Relevance) ที่คิดว่าบริษัท มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการของพวกเขา เช่น การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ การทำงาน ของพนักงาน การเข้าถือหุ้นของผู้ลงทุน 2) ความมีประสิทธิภาพ (Effectiveness) ที่องค์กร ประสบความสำเร็จในการบรรลุถึงกลยุทธ์ พันธกิจ และวิสัยทัศน์ 3) ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) ในการใช้ทรัพยากรด้านการเงิน คน วัสดุดิบ และข้อมูลได้ดีเพียงไร 4) ความมั่นคง ทางการเงิน (Financial Viability) บริษัทสามารถที่จะรักษาผลกำไรไว้ได้และแสดงให้เห็นถึง ศักยภาพที่จะลงทุนระยะยาวได้ดี ขณะที่ Chenhall and Langfield-Smith (2007, pp. 266-275) ได้จำแนกการวัดผลการดำเนินงานออกเป็นแต่ละด้าน คือ 1) ด้านการบัญชีเพื่อการจัดการแบบ ดั้งเดิม (Traditional Management Accounting) เช่น ต้นทุนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความ แปรปรวนเพื่อควบคุมกิจกรรมการผลิต 2) ด้านการจัดการการดำเนินงาน (Operational Management) เกี่ยวกับการศึกษากระบวนการผลิต เพื่อดูว่าหน่วยงานหรือกระบวนการผลิตใด ที่ทำกำไรได้อย่างแท้จริงหรือกระบวนการใดที่ไม่สร้างกำไรให้กับองค์กร 3) ด้านการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เน้นการวัดด้านการพัฒนาเพื่อประเมินผล การปฏิบัติงานที่รวมถึงค่าจ้างพนักงาน การแบ่งปันกำไรและระบบการให้รางวัล 4) ด้านการตลาด (Marketing) เช่น การวัดความพึงพอใจของลูกค้า คุณค่าของตราสินค้า ประสิทธิภาพของกิจกรรม ทางการตลาด และ 5) ด้านกลยุทธ์ (Strategy) จะเป็นแผนที่นำมาใช้เฉพาะควบคู่กับงานด้านอื่น เช่น การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยเทคโนโลยีใหม่จะประสบความสำเร็จหรือไม่ การรับหรือการฝึก พนักงานเพื่อความเป็นไปได้ในการปรับโครงสร้างองค์กรใหม่ และทั้งหมดนี้สามารถวัดได้โดย การใช้ตัวชี้วัดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ที่สืบเนื่องมาจากความสัมพันธ์กันระหว่างผู้มีส่วนได้เสียและการเติบโตทางด้านการเงิน (Mitchell, 2002) ซึ่งเริ่มแรกเกิดจากการบัญชีเพื่อ การจัดการที่ถูกนำมาเป็นปัจจัยแรกสุดในการพัฒนาการวัดผลการดำเนินงานเพื่อช่วยในการวางแผน

และควบคุมองค์กรซึ่งใช้เป็นการวัดภายในองค์กร และการวัดนี้ถูกใช้เพื่อวัดผลการดำเนินงานทางการเงิน ต่อมาผู้บริหารในสายงานอื่น อาทิ ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ได้พัฒนาตัววัดที่มีความเกี่ยวข้องกับสายงานของตนเองขึ้นมา (Chenhall and Langfield-Smith, 2007) ดังนั้น จากแนวคิดและการวัดผลการดำเนินงานดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

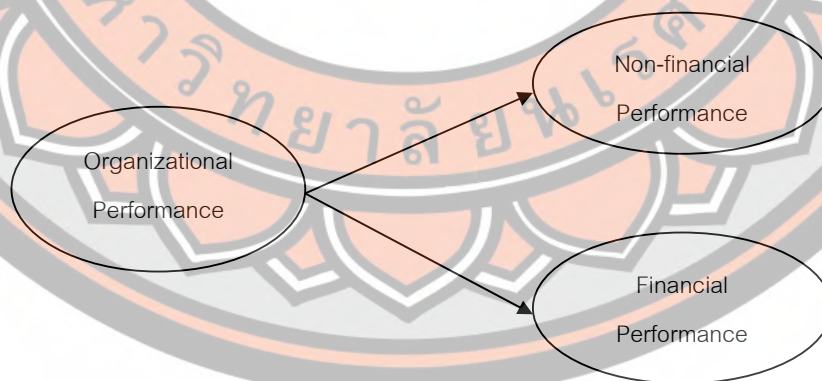
ตาราง 1 แสดงองค์ประกอบการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินและที่เป็นตัวเงิน

องค์ประกอบการวัดผลการดำเนินงาน Organizational Performance (OP)	การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน Non-Financial Performance (NFP)	การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน Financial Performance (FP)
Kaplan and Norton		
- มุมมองด้านการเงิน		✓
- มุมมองด้านลูกค้า	✓	
- มุมมองด้านกระบวนการภายใน	✓	
- มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต	✓	
วิรัช สงวนวงศ์วาน		
- การควบคุมทางการเงิน		✓
- การควบคุมข่าวสาร	✓	
- Balanced Scorecard Approach	✓	✓
- Benchmarking	✓	
Mitchell		
- ความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับผู้มีส่วนได้เสีย	✓	
- ความมีประสิทธิผล	✓	✓
- ความมีประสิทธิภาพ		✓
- ความมั่นคงทางการเงิน		

ตาราง 1 (ต่อ)

องค์ประกอบการวัดผลการดำเนินงาน Organizational Performance (OP)	การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน Non-Financial Performance (NFP)	การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน Financial Performance (FP)
Chenhall and Langfield-Smith		
- ด้านการบัญชีเพื่อการจัดการแบบดั้งเดิม		✓
- ด้านการจัดการการดำเนินงาน	✓	
- ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	✓	
- ด้านการตลาด	✓	
- ด้านกลยุทธ์	✓	

และจากตารางข้างต้นสามารถสรุปเป็นองค์ประกอบการวัดผลการดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance) ได้เป็น 1) การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-financial Performance) และ 2) การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (Financial Performance) และแสดงเป็นแบบจำลองได้ดังภาพ 13



ภาพ 13 แบบจำลองการวัดผลการดำเนินงานขององค์กร

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎีและความรับผิดชอบต่อสังคมกับการวัดผลดำเนินงานขององค์กร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะนำเสนอในประเด็นหลักของแนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ ทฤษฎี ผู้มีส่วนได้เสียและทฤษฎีความชอบธรรม รวมถึงการวัดผลการดำเนินงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินตลอด โดยทั้งหมดของงานวิจัยจะเน้นเฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ

ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมทางธุรกิจได้มีการศึกษาจากนักวิจัยหลายท่านและมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเด็น อาทิ Svensson and Wood (2011, pp. 21-35) ได้ทำการศึกษาและสรุปกรอบแนวคิดของจริยธรรมทางธุรกิจ และองค์กรจากโครงสร้างกระบวนการและการดำเนินงานขององค์กร โดยสามารถแบ่งออกมาได้เป็น 4 ส่วน แต่ละส่วนจะมีความเชื่อมโยงกัน อธิบายได้ ดังนี้

1. Across Organizations จริยธรรมธุรกิจทั่วทั้งองค์กรนั้นเกิดจากปัจจัยสำคัญ คือ ความคาดหวังและการรับรู้ที่แตกต่างกันไปของแต่ละองค์กร และความแตกต่างของสังคมและสถานที่ที่อยู่โดยรอบองค์กร อิทธิพลและความเชื่อที่มีอำนาจเหนือกว่า หรือความเชื่อที่ว่าจะมีอะไรเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจตามหลักจริยธรรม

2. Ethical Structures โครงสร้างทางจริยธรรม เป็นส่วนสนับสนุนความเชื่อมโยงจริยธรรมทั่วทั้งองค์กร โดยทำเป็นกลยุทธ์ เป็นยุทธวิธีและระดับของการดำเนินงานของธุรกิจ เป็นส่วนที่สามารถใช้อ้างอิงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่นในชุมชนและสังคม และในโครงสร้างทางจริยธรรมยังสามารถแบ่งออกเป็นส่วนย่อยได้อีก คือ การประมวลจริยธรรม (Code of ethics) การตรวจสอบด้านจริยธรรม (Ethical audits) ผู้ตรวจการด้านจริยธรรม (Ethics ombudsman) คณะกรรมการด้านจริยธรรม (Ethics committee) คณะกรรมการฝึกอบรมด้านจริยธรรม (Ethics training committee) และการสนับสนุนการแจ้งเรื่องผู้กระทำผิดด้านจริยธรรม (Support to whistle-blowers)

3. Ethical Process กระบวนการทางจริยธรรม องค์กรต้องตระหนักถึงคุณค่าทางจริยธรรมและหลักการที่มีการเปลี่ยนแปลงและแตกต่างกันในแต่ละบริบท องค์กรต้องมีการสร้างกระบวนการที่นำไปสู่การวางระเบียบจริยธรรมทางธุรกิจตามโครงสร้างเพื่อสนับสนุนทีมงานในภาคปฏิบัติ และพฤติกรรมทางจริยธรรม ประกอบด้วยส่วนย่อย ดังนี้ การประเมินผลการปฏิบัติงานด้านจริยธรรม (Ethical performance appraisal) การฝึกอบรมทีมงาน (Staff education) จัดทำเป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์ (Aid in strategic planning) ผลของการไม่ปฏิบัติ

ตาม (Consequences for a breach) การสื่อสารเกี่ยวกับจริยธรรมของพนักงานในองค์กร (Communication of the code to the organization's workers) การเผยแพร่จริยธรรมให้กับทีมงานใหม่ (Dissemination of the code to new staff) การเผยแพร่จริยธรรมให้กับลูกค้า (Dissemination of the code to customers) การเผยแพร่จริยธรรมให้กับผู้ค้า (Dissemination of the code to suppliers) การสื่อสารเกี่ยวกับจริยธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ (Communication of the code to other stakeholders) และการปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับจริยธรรม (Revision of the code)

4. Ethical Performance การดำเนินงานด้านจริยธรรม ประกอบด้วยส่วนย่อย คือ การแก้ไขปัญหาด้านจริยธรรม (Resolving ethical dilemmas) การช่วยให้องค์กรสร้างกำไร (Assist the bottom line) ความมีประสิทธิภาพของจริยธรรม (Effectiveness of the code) คุณค่าและหลักการทางจริยธรรมบางอย่างนั้นอาจแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศขึ้นอยู่กับการวัดของโครงสร้าง กระบวนการและการดำเนินงานด้านจริยธรรมและการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมซึ่ง Gomez and Manzanare (2011, p. 569) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพยายามในการบูรณาการคุณค่าทางจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสู่กลยุทธ์ธุรกิจโดยเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management) นวัตกรรมเทคโนโลยีและการพัฒนามนุษย์ และผลของการวิเคราะห์แสดงให้เห็นถึงความพยายามขององค์กรที่จะเชื่อมโยงระหว่างการเริ่มต้นของความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลได้ทางการแข่งขันตลอดจนการพัฒนาที่เป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน เช่น ทุนมนุษย์ (Human Capital) และความสามารถด้านนวัตกรรม โดยใช้การจัดการองค์ความรู้เป็นเครื่องมือสำคัญ ในขณะที่ Simmons (2008, p. 8) ได้ทำการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมและการจัดการด้านจริยธรรมและศีลธรรมในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเน้นที่ธรรมาภิบาลของพนักงานโดยองค์กรต้องมีความรับผิดชอบต่อเรื่องการสร้างความเข้าใจให้พนักงานรับรู้ถึงการปฏิบัติอย่างเที่ยงธรรมที่องค์กรมีต่อพนักงานด้วยการวัดที่มีประสิทธิภาพ Valentine and Fleischman (2008, p. 657) ได้ศึกษาในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานจริยธรรมอย่างมืออาชีพ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและความเข้าใจต่อบทบาทของจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ความเป็นมืออาชีพจะมีได้นั้นต้องมีการพัฒนามาตรฐานของจริยธรรมเพื่อกระตุ้นความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากการปฏิบัติดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันกับทัศนคติด้านจริยธรรมของพนักงานที่ดีขึ้น

Vitell, Ramos and Nishihara (2010, p. 467) ได้ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งจริยธรรมได้มีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจปัจจุบัน โดยเน้นในด้านการปฏิบัติที่ถูกต้องตามกฎหมายอย่างจริงจังเพื่อ

การตัดสินใจทางธุรกิจที่ดีและผลการศึกษานับสนุนถึงการสร้างความเข้าใจถึงบทบาทความสำคัญของจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อประสิทธิภาพขององค์กรว่าเป็นตัวกลางที่มีอิทธิพลในการคิดทางศีลธรรมแบบสัมพัทธนิยม (Relativistic) และจิตนิยมหรืออุดมการณ์นิยม (Idealism) ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่บังเกิด และยังพบความสัมพันธ์ระหว่างสัมพัทธนิยมในด้านลบ จิตนิยมในด้านบวกกับคุณค่าจริยธรรมองค์กรและความพึงพอใจในงาน

Fan (2005, p. 341) ได้ศึกษาในเรื่องของการสร้างตราสินค้าเชิงจริยธรรม (Ethical Branding) ว่ามีความเชื่อมโยงกับชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งพบว่ามูลค่าของคุณค่าตราสินค้าในรูปแบบดั้งเดิมถูกนิยามและถูกวัดในทางเศรษฐกิจเป็นตัวเงิน ซึ่งรูปแบบนี้มีข้อบกพร่อง 2 ประการ คือ 1) องค์กรประกอบส่วนที่ขาดหายไป คือ ความรับผิดชอบต่อกฎหมายและจริยธรรมตราสินค้าที่ดีต้องถูกต้องตามกฎหมายเทียบเท่ากับศีลธรรม ดังนั้นมูลค่าของตราสินค้าจึงต้องประเมินทั้งสองด้าน คือ ด้านการเงินและด้านศีลธรรม 2) คุณค่าตราสินค้าแบบดั้งเดิม เน้นที่ตัวผลิตภัณฑ์มากกว่าองค์กร ตราสินค้าและการสร้างตราสินค้ามีผลกระทบต่อสังคมโดยรวมและไม่เพียงแค่อุตสาหกรรมที่ซื้อสินค้าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผู้ถือหุ้น ผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสียที่เป็นผู้ส่งผลกระทบต่อจิตใจในการสร้างตราสินค้า ตราสินค้าเชิงจริยธรรมช่วยยกระดับชื่อเสียงขององค์กร เพิ่มความแข็งแกร่งให้กับตราสินค้า ในทางตรงกันข้ามพฤติกรรมที่ไร้จริยธรรมใดๆ จะเป็นตัวทำลายและสร้างความเสียหายให้กับสินทรัพย์ไม่มีตัวตนโดยรวมทั้งหมดและกลายเป็นหลักฐานในทางที่เสียหายให้กับองค์กร และ Balmer, Fukukawa and Gray (2007, p. 7) ได้กล่าวถึงในเรื่องของอัตลักษณ์องค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรม จากการศึกษาความเป็นมา และการจัดการของอัตลักษณ์องค์กรเชิงจริยธรรม ที่มีกรอบแนวคิดจากความรับผิดชอบต่อสังคม และทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียนั้น ได้กล่าวถึงอัตลักษณ์ของจริยธรรม (Ethical identity) เป็นเหมือนกับรูปแบบความสัมพันธ์กับบุคคลที่สามภายใต้การแลกเปลี่ยนของชุมชนของธุรกิจและสังคม และจากเรื่องนี้ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมในเรื่องของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียกับความรับผิดชอบต่อสังคมในหัวข้อต่อไป

3.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียได้มีนักวิจัยได้ทำการศึกษาในหลายประเด็นที่แตกต่างกัน อาทิ การจำแนกผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรซึ่ง Lepineux (2003 as cited in Pesqueux and Damak-Ayadi, 2005, p. 6) ได้แบ่งผู้มีส่วนได้เสียเป็นประเภทต่างๆ คือ 1) ผู้ถือหุ้น 2) ผู้มีส่วนได้เสียภายใน เช่น พนักงาน สหภาพแรงงาน 3) หุ้นส่วนดำเนินการ เช่น ลูกค้า ผู้ค้า เจ้าหนี้ และ 4) ชุมชนในสังคม เช่น รัฐ สหภาพการค้า องค์กรที่มีใช้รัฐบาล ภาคประชาสังคม และทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียนั้นได้นำเสนอแนวทางใหม่ในการให้องค์กรคิดมากขึ้นเกี่ยวกับ

ความรับผิดชอบต่อสังคมนอกเหนือจากผู้ถือหุ้นแล้วยังมีผู้มีส่วนได้เสียอื่นที่เป็นส่วนสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับองค์กร ซึ่งงานวิจัยหลายเรื่องที่ได้จำแนกผู้มีส่วนได้เสียในระบบธุรกิจต่างๆ และจากงานวิจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กร กรณีศึกษาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอิตาลีของ Longo, Mura and Bonoli (2005, pp. 28-31) นั้นได้สรุปประเภทของผู้มีส่วนได้เสียที่มีความคาดหวังจากองค์กรดังตาราง 2 ดังนี้

ตาราง 2 แสดงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียกับการดำเนินงานขององค์กร (The “grid of values”)

ผู้มีส่วนได้เสีย	ระดับคุณค่าความคาดหวัง
พนักงาน (Employees)	สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน การพัฒนาทักษะของพนักงาน สุขภาวะ (Wellbeing) และความพึงพอใจของพนักงานและคุณภาพของงาน ความเป็นธรรมในสังคม (Social equity)
ผู้ค้า (Suppliers)	ความเป็นหุ้นส่วนระหว่างกันกับบริษัทที่ทำการสั่งซื้อกับผู้ค้า ระบบการวิเคราะห์และการเลือกผู้ค้า
ลูกค้า (Customers)	ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ความปลอดภัยของผู้บริโภคจากการใช้ผลิตภัณฑ์
ลูกค้า (Customers)	การปกป้องผู้บริโภค ความโปร่งใสในการให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค
ชุมชน (Community)	การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชน การป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อม

ในขณะที่ Papasolomou, Krambia and Katsioloudes (2005, pp. 263-276) ได้ทำการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักธุรกิจชาวไซปรัสที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม มีการจำแนกผู้มีส่วนได้เสียจากการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจากนักธุรกิจโดยมีพื้นฐานที่มีความเกี่ยวข้องกับจริยธรรมทางธุรกิจ ธรรมภิบาลและจรรยาบรรณธุรกิจ ซึ่งสรุปได้ดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงการดำเนินการในมุมมองผู้มีส่วนได้เสียหลัก

ผู้มีส่วนได้เสีย	การดำเนินการในมุมมองของผู้มีส่วนได้เสีย
พนักงาน (Employees)	<p>จัดให้สภาพแวดล้อมในการทำงานมีความเป็นมิตรเสมือนครอบครัว</p> <p>การมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการจัดการทรัพยากรมนุษย์</p> <p>จัดให้มีระบบค่าจ้างและรางวัลสำหรับพนักงานอย่างเที่ยงธรรม</p> <p>การมีส่วนร่วมในการสื่อสารแบบเปิดและปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้กับพนักงาน</p> <p>การลงทุนในการพัฒนาพนักงาน</p> <p>ส่งเสริมให้มีอิสระในการพูดและสนับสนุนสิทธิพนักงานในการพูดและรายงานความกังวลที่มีต่องานได้</p> <p>จัดให้เด็กได้รับการดูแลจากบิดามารดาเพิ่มมากขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด</p> <p>การมีส่วนร่วมในการจ้างเพศอื่นและสนับสนุนการทำงานของผู้หญิง ชนกลุ่มน้อยและผู้พิการ</p> <p>การดูแลพนักงานทั้งหมดอย่างยุติธรรมและให้เกียรติ</p>
ลูกค้า (Consumers)	<p>ให้ความเคารพสิทธิผู้บริโภค</p> <p>เสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ</p> <p>ให้ข้อมูลที่ซื่อสัตย์ ซื่อตรงและเป็นประโยชน์</p> <p>สินค้าและบริการต้องให้ความปลอดภัยและเหมาะสมกับจุดมุ่งหมายในการใช้</p> <p>ไม่โฆษณาหลอกลวงและสร้างความเข้าใจผิด</p> <p>เปิดเผยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ</p> <p>ไม่ส่งเสริมการขายที่หลอกลวง</p> <p>ไม่หลอกลวงด้านราคา</p>
ชุมชน (Community)	<p>สนับสนุนความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างองค์กรกับชุมชน</p> <p>การลงทุนในชุมชนด้วยการดำเนินงานขององค์กร</p> <p>การเริ่มดำเนินกิจกรรมพัฒนาชุมชน</p> <p>ส่งเสริมให้พนักงานเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมชุมชน</p>

ตาราง 3 (ต่อ)

ผู้มีส่วนได้เสีย	การดำเนินการในมุมมองของผู้มีส่วนได้เสีย
นักลงทุน (Investors)	พยายามให้มีการแข่งขันจากผลตอบแทนในการลงทุน การมีส่วนร่วมกับธุรกิจที่มีการดำเนินงานอย่างซื่อสัตย์และ ยุติธรรมกับผู้ถือหุ้น
ผู้ค้า (Suppliers)	การมีส่วนร่วมทางการค้าอย่างยุติธรรม
สิ่งแวดล้อม (Environment)	แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

Cheng and Ahmad (2010, p. 593) ได้ใช้ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียของ Freeman ในการศึกษาความเป็นหนึ่งเดียวกันกับการเข้าถึงผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Approach) ในความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกรณีศึกษาธุรกิจข้ามชาติในปิ่นังโดยเน้นมุมมองภายใน และภายนอก ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียแบบ Three-domain approach ของ Schwartz และ Carroll ซึ่งประกอบด้วย เศรษฐกิจ จริยธรรมและกฎหมายที่มีความสำคัญเทียบเท่ากัน และปัจจัยที่มีอิทธิพลในการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคมของการพัฒนาผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม และจากการศึกษา พบว่า ธุรกิจข้ามชาติในประเทศที่กำลังพัฒนามีวิธีการใหม่เพิ่มมากขึ้นในการรวมเข้าเป็นหนึ่งเดียวกันกับความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งมุมมองภายในและภายนอกในการดำเนินงาน ซึ่งในที่สุดแล้วได้มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการที่เป็นพื้นฐานของการประเมินผู้มีส่วนได้เสีย และมีแนวโน้มการให้ความสำคัญด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านจริยธรรมและด้านกฎหมายเทียบเท่ากัน และพบว่าการดำเนินงานระหว่างประเทศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และแสดงการเพิ่มขึ้นของอิทธิพลทางความคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของนักลงทุนข้ามชาติในประเทศที่เข้าไปดำเนินงาน โดยไม่ได้เกิดจากผลกระทบจากการทำธุรกิจข้ามชาติหรืออิทธิพลโดยตรงจากนักกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นเดียวกับประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงในการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจข้ามชาติ

Bae, Kang and Wang (2010, p. 151) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียกับโครงสร้างเงินทุน (Capital Structure) จากมุมมองที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและพนักงาน ซึ่งองค์กรที่มีชื่อเสียงจะให้ความสำคัญในเรื่องของการดูแลพนักงานอย่างยุติธรรมกับการตัดสินใจเรื่องโครงสร้างเงินทุน ด้วยการวัดจากดัชนีการดูแลพนักงาน (Employee Treatment Index) องค์กร

จะใช้นโยบายความเป็นมิตรกับพนักงานเพื่อรักษาอัตราส่วนหนี้สินให้ต่ำ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ทางลบระหว่างอำนาจของการเพิ่มผลได้ทางการเงิน (Leverage) และชื่อเสียงขององค์กรในการดูแลพนักงานให้ดี โดยปรากฏอย่างชัดเจนในการวัดจากชื่อเสียงขององค์กรจาก 100 บริษัทที่ดีที่สุดสำหรับการทำงาน (100 Best Companies to Work for) โดยนิตยสาร Fortune และจากรูปแบบการวัดที่หลากหลายและประเด็นด้านเศรษฐกิจ (Endogeneity) และยังพบอีกว่าเมื่อไรที่องค์กรพบปัญหาทางการเงินสินทรัพย์ที่องค์กรมีอยู่ถูกนำมาเป็นทางเลือกในการแก้ปัญหาได้น้อยและมีการให้ความสำคัญกับพนักงานมากกว่าซึ่งผลของการศึกษานี้จึงสนับสนุนทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียต่อโครงสร้างเงินทุน

3.3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีความชอบธรรม

ทฤษฎีความชอบธรรมได้มีการนำไปใช้เพื่ออ้างอิงในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างหลากหลายโดยเฉพาะประเด็นในด้านการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และการเปิดเผยหรือรายงานด้านสิ่งแวดล้อม ดังรายละเอียดงานวิจัยต่อไปนี้

Guthrie (2006, p. 29) ได้นำทฤษฎีความชอบธรรมไปใช้ในการทดสอบทางเลือกในการนำเสนอการเปิดเผยข้อมูลของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในประเทศออสเตรเลีย พบว่า องค์กรที่พิจารณาถึงการเป็นจุดสนใจในสายตาสาธารณะชนจะมีความเป็นไปได้ในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าองค์กรที่ไม่ต้องการเป็นจุดสนใจ และพบว่า ประวัติความเป็นมาขององค์กรมีอิทธิพลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลเช่นกัน ซึ่งองค์กรที่เป็นจุดสนใจต่อสาธารณะชนนั้นอาจมีผลมาจากการทำผิดกฎหมายในสายตาของประชาชนบางกลุ่ม และได้รับความกดดันอย่างมากในการจัดการความเข้าใจมากกว่าองค์กรปกติ โดยเฉพาะมีหลายบริษัทใช้การรายงานเป็นกลยุทธ์หนึ่งเพื่อเปลี่ยนแปลงความเข้าใจ ความคาดหวัง และการเบี่ยงเบนความสนใจของสาธารณชนที่มีต่อองค์กรในทางลบ ในขณะที่ Cuganesan, Guthrie and Ward (2010, p. 169) พบว่า องค์กรที่เป็นบริษัทย่อยในภาคอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในประเทศออสเตรเลียมีส่วนร่วมของการให้การเปิดเผยที่มากขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลยุทธ์ในการเปิดเผยเป็นอิทธิพลสำคัญในประเด็นของความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย และ Magness (2006, p. 540) พบว่า หลายองค์กรนั้นจะพยายามรักษาภาพพจน์ของตนเองในสายตาของสาธารณชนตลอดจนการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้นกว่าองค์กรอื่นเช่นเดียวกับ Lanis and Richardson (2013, p. 75) ได้ทดสอบเชิงประจักษ์กับทฤษฎีความชอบธรรมด้วยการเปรียบเทียบการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับองค์กรที่มีปัญหาภาษี และองค์กรที่ไม่มีปัญหาภาษีตั้งแต่ปี 2001-2006 จำนวน

40 บริษัท ในประเทศออสเตรเลีย พบว่า องค์กรที่มีปัญหาการเปิดเผยข้อมูลกันมากขึ้น เพื่อบรรเทาความกังวลของสาธารณชนจากผลกระทบด้านลบที่มีต่อการกระทำขององค์กร และการเปิดเผยทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นแรงจูงใจหนึ่งที่องค์กรนำมาใช้ (Deegan, 2002, p. 282)

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้สื่อสารกันระหว่างธุรกิจและสังคมซึ่ง Branco and Rodrigues (2008, p. 178) ได้ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมแก่สาธารณชนทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารในประเทศโปรตุเกส โดยอ้างอิงจากทฤษฎีความชอบธรรมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน สิ่งแวดล้อม ลูกค้า และผลิตภัณฑ์ และชุมชน พบว่า องค์กรให้ความสำคัญในการรายงานประจำปีและเปิดเผยผ่านสื่อมากกว่าอินเทอร์เน็ต และข้อมูลที่เปิดเผยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมจะให้ความสำคัญด้านชุมชนมากกว่า ในขณะที่ Archel, et al. (2009, p. 1284) ได้ศึกษาวิเคราะห์รายละเอียดที่เชื่อมโยงร่วมกันระหว่างกลยุทธ์ความชอบธรรมขององค์กรกับลักษณะเฉพาะของสิ่งแวดล้อมทางการเมือง (Political Environment) โดยการวิเคราะห์จากวาทกรรม (Discourse Analysis) ในการเปิดเผยข้อมูลทางสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทขนาดใหญ่ในภาคส่วนยานยนต์ของประเทศสเปนในบริบทของความสัมพันธ์ทางกิจกรรมระหว่างองค์กร สังคมและรัฐ โดยการนำข้อมูลในรายงานประจำปี ข้อมูลจากพนักงานและสื่อ พบว่า องค์กรได้ศึกษาการใช้กลยุทธ์การเปิดเผยข้อมูลทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อแสดงความชอบธรรมในการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่และใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจในสังคมและกลยุทธ์นี้ยังช่วยสนับสนุนทั้งทางตรงและทางอ้อมตลอดจนการร่วมมือกับภาครัฐและในประเทศไทยจากการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมของบริษัทในอุตสาหกรรมการผลิตและบริการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของ จอมขวัญ รัชตะวรรณ (2549, หน้า 59) พบว่า รางวัลด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งโดยรวมแล้วมีจำนวนเพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าอาจมีความแตกต่างในแต่ละอุตสาหกรรม และเน้นไปยังทรัพยากรมนุษย์ เปิดเผยเกี่ยวกับข่าวในด้านดี ซึ่งอธิบายแนวโน้มนี้ได้ว่ามาจากทฤษฎีความชอบธรรม ทฤษฎีเศรษฐกิจการเมืองและเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ (Ratanajongkol, Davey and Low 2006, p. 67)

3.3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-financial Performance Measurement) และการวัดผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (Financial Performance Measurement)

ในการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม และการวัดผลดำเนินงานขององค์กรนั้น แบ่งเป็นการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-financial Performance) และการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (Financial Performance) มีรายละเอียด ดังนี้

1. การวัดผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-financial Performance Measurement)

การวัดผลการดำเนินงานในด้านที่ไม่เป็นตัวเงินของ Hoque (2005, pp. 475-476) สำหรับใช้ในการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรแบ่งเป็น 3 มุมมอง คือ

- 1) ด้านลูกค้า เช่น การแนะนำผลิตภัณฑ์ ใหม่ ความพึงพอใจ การให้บริการที่รวดเร็ว
- 2) ด้านกระบวนการภายในขององค์กร เช่น การใช้วัตถุดิบ แรงงาน การปรับโครงสร้างองค์กร ความสัมพันธ์กับลูกค้า และ 3) ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร เช่น การฝึกหัดและการพัฒนาทีมงาน สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน ส่วนแบ่งตลาด ต้นทุนในการปรับปรุงและทำใหม่ แต่สำหรับส่วนที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนใหญ่จะอ้างถึงการวัดในกลุ่มของการตลาด ทรัพยากรมนุษย์และสังคม ในขณะที่ Brine, Brown and Hackett (2007, pp. 50-51) กล่าวถึงตัวผลักดันทางเศรษฐกิจ (Economic Drivers) ของความรับผิดชอบต่อสังคมที่สามารถเลือกนำมาใช้เป็นตัวชี้วัดได้ เช่น การสรรหาพนักงาน การดูแลพนักงาน นวัตกรรมและการเรียนรู้ ชื่อเสียงขององค์กรจากลูกค้า ผู้ค้า ชุมชนหรือผู้มีส่วนได้เสีย การจัดการความเสี่ยงเพื่อลดความสูญเสีย ตำแหน่งทางการตลาดและคุณค่าของตรายี่ห้อ การลดต้นทุนดำเนินการ จำนวนการลงทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ใบอนุญาตในการประกอบการ เป็นต้น ขณะที่นักวิจัยอื่นได้ใช้ตัววัดที่แตกต่างกันออกไป เช่น Jacobs, Singhal and Subramanian (2010, p. 430) ใช้ตัววัดเป็นการรายงานด้านสิ่งแวดล้อม รางวัลและใบประกาศเกียรติคุณที่ได้รับ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับมูลค่าหุ้นที่เพิ่มขึ้นขององค์กรขณะที่งานวิจัยของ Wang (2010, p. 341) มุ่งเน้นไปยังการวัดคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) โดยมองว่าเป็นตัววัดหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจและการดำเนินงานด้านสังคม และการศึกษา พบว่า มีความเชื่อมโยงในทางบวกกับคุณค่าของตราสินค้าที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากในการดำเนินงานสำหรับองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ในอนาคตอย่างมาก หรือ Galbreath (2010, p. 418) ใช้ตัววัดใน 4 มิติ คือ เศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และจิตสำนึกกับขนาดและอายุขององค์กร กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

ความพึงพอใจของลูกค้า ชื่อเสียงองค์กรต่อการวัดผลได้ขององค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในประเทศออสเตรเลีย และ Lorraine, Collison and Power (2004, p. 7) ใช้เหตุการณ์ของข่าวเกี่ยวกับผลกระทบของสิ่งแวดล้อมขององค์กรในด้านดีหรือด้านที่ไม่ดีเป็นตัววัดที่ส่งผลกระทบต่อตลาดหุ้น ในประเทศอังกฤษ ดังนั้นแสดงว่าการวัดการดำเนินงานกับความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถวัดได้ด้วยมุมมองที่หลากหลาย และในตาราง 4 จะเป็นการสรุปรวมตัววัดการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินจากการศึกษาค้นคว้ามี ดังนี้

ตาราง 4 แสดงการสรุปตัววัดที่ใช้ในการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินกับความรับผิดชอบต่อสังคมและจากการค้นคว้าเพิ่มเติม

ตัววัดที่ไม่เป็นตัวเงิน	นักวิจัย											รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
การตลาดและสังคม												
ชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร	✓	✓	✓	✓	✓							5
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน		✓		✓	✓	✓						4
การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์				✓				✓				2
คุณค่าตราสินค้า		✓						✓	✓			3
กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	✓								✓			2
ทรัพยากรมนุษย์												
การจ้างและรักษาพนักงาน		✓			✓					✓		3
การให้รางวัล									✓			1
การฝึกหัดและพัฒนาพนักงาน		✓				✓						2
สุขภาพและความปลอดภัย												
ของพนักงาน		✓				✓						2

ตาราง 4 (ต่อ)

ตัววัดที่ไม่เป็นตัวเงิน	นักวิจัย												รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Non-financial Performance													
การดำเนินงาน													
การจัดการความเสี่ยง		✓	✓		✓					✓	✓		5
กระบวนการผลิต			✓	✓			✓		✓				4
ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย			✓									✓	2
ความสัมพันธ์กับผู้ค้า						✓							1

หมายเหตุ: นักวิจัยคนที่ 1- 12 คือ

1. Galbreath (2010)
2. Brine, Brown and Hackett (2007)
3. Heal (2005)
4. Kong (2002)
5. Epstein and Roy (2001)
6. Hoque (2005)
7. Lau and Sholihin (2005)
8. Wang (2010)
9. Chenhall and Smith (2007)
10. Ghoul, et al. (2011)
11. Toppinen (2011)
12. Becchetti, et al. (2011)

2. การวัดผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (Financial Performance Measurement)

การวัดการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินขององค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นได้มีนักวิจัยนำเสนอในรูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับการดำเนินงานทางการเงิน นิยมใช้ ROA เป็นหลักและอาจประกอบด้วยตัววัดอื่นๆ เช่น

Manescu and Belu (2009, p. 1) ใช้ ROA หรือ Brine, Brown and Hackett (2007, p. 54) ใช้ตัววัดทางบัญชีเพื่อประเมินการดำเนินการทางการเงินกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในประเทศออสเตรเลีย 277 แห่งในปี 2006 ด้วย ROA ROE และ ROS และผลลัพธ์ได้แสดงไปในทิศทางของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของยอดขายและเงินทุน แต่ในขณะเดียวกันก็มีการลดลงของผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ขณะที่ Kang et al. (2009) ทำการศึกษาผลกระทบด้านบวกและลบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานของบริษัทที่อยู่ในธุรกิจบริการ โดยใช้วิธีการดำเนินวิจัยการวิเคราะห์ตัวชี้วัดความแตกต่างใน 2 มิติ คือ ผลกำไรทางบัญชีในการวัดการดำเนินงานทางการเงินระยะสั้นและมูลค่าของธุรกิจโดยการวัดการดำเนินงานทางการเงินระยะยาว และใช้ตัววัด ROA และ ROE ในธุรกิจต่างๆ เช่น โรงพยาบาล คาสิโน ภัตตาคาร สายการบิน หรือ Repetto and Dias (2006, p. 18) ได้ทดลองสร้างตัววัดที่เรียกว่า TRUEVA ที่มาจากการรวมกันของตัววัด True Value Added และ Economic Value Added เพื่อใช้ในการศึกษาในธุรกิจสายการบินของประเทศสหรัฐอเมริกา TRUEVA เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการจัดการและสำหรับนักลงทุนใช้เพื่อถ่วงการดำเนินการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมกับการบูรณาการทางการเงินที่เป็นมาตรฐาน โดยการให้ข้อมูลภายในทางการเงินที่สำคัญของความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและการเปิดเผยในทุกส่วนของการบินที่ทางการเงินของบริษัท หรือการค้นพบของ Mahoney and Roberts (2007, p. 242) ที่ทดสอบความสัมพันธ์ของการดำเนินงานด้านสังคมขององค์กรกับการดำเนินงานด้านการเงินของบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศแคนาดา พบว่า องค์ประกอบของตัววัดด้านสังคมขององค์กร มีความสัมพันธ์ร่วมกันกับ ROE แต่ไม่สัมพันธ์กับ ROA แต่ถ้าเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติของสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับ ROA นอกจากนี้ Watson, et al. (2004, p. 626) ได้ใช้ตัววัด P/E ratio, M/B ratio, ROI, Profit margin และ Operating margin ในการวัดผลกระทบของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental management systems) กับการดำเนินงานทางการเงินด้วยเช่นกัน และตาราง 5 จะสรุปเป็นตัววัดจากงานวิจัยต่างๆ ดังนี้

ตาราง 5 แสดงการสรุปตัววัดที่ใช้ในการวัดผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินกับ
ความรับผิดชอบต่อสังคมและจากการค้นคว้าเพิ่มเติม

ตัววัดที่เป็นตัวเงิน	นักวิจัย											รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Financial Performance												
ROA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
ROE		✓		✓		✓	✓	✓		✓		6
ROS		✓				✓	✓		✓			4
ROI									✓		✓	2
P/E ratio				✓					✓			2
M/B ratio									✓			1
Tobin's Q ratio	✓			✓								2
Total Sales		✓	✓									2
Sale and Income										✓		1
Growth rate of sales			✓								✓	2
Margin Profit										✓		1
EPS: Earning per share										✓		1
DTA :Debt to total assets		✓										1
ADV:Ratio of advertising expenditure to total assets			✓									1
Growth rate of net income/ investment										✓		1
Growth rate of equity										✓		1

หมายเหตุ: นักวิจัยคนที่ 1 – 11 คือ

1. Inoue and Lee (2011)
2. Aras, Aybars and Kutlu (2010)

3. Wang (2010)
4. Kang, Lee and Huh (2009)
5. Manescu and Belu (2009)
6. Brine, Brown and Hackett (2007)
7. Tsoutsoura (2004)
8. Mahoney and Roberts (2007)
9. Watson, et al. (2004)
10. Vitezic (2010: 2011)
11. Lau and Sholihin (2005)

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยของต่างประเทศในด้านของตัวชี้วัดทางการเงินกับความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลลัพธ์งานวิจัยส่วนใหญ่ชี้ให้เห็นเป็นทางบวก และงานวิจัยประเด็นนี้ในกลุ่มของประเทศกำลังพัฒนาเริ่มมีมากขึ้น แต่ก็มีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องดังกล่าวบางส่วนที่ผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามงานวิจัยส่วนใหญ่ตามที่ได้ทบทวนวรรณกรรม ดังเช่นที่ บุรณภพ สมเศรษฐ์, ภิรายุ แส่นบุตดา และมนวิภา ผดุงสิทธิ์ (2556, หน้า 38) ได้ทำวิจัยในประเด็นของความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานด้านการเงินโดยดูจากขนาดขององค์กรที่มีขนาดเล็ก และขนาดกลางจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีผลวิจัยในส่วนของผลการดำเนินงานทางการเงิน พบว่า อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมด้านการจ้างงานและชุมชน ส่วนอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) และมูลค่าทางการตลาดขององค์กร (Tobin's Q) ไม่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 3 ด้าน คือ สิ่งแวดล้อม การจ้างงาน และชุมชน หรือการวิจัยของ Ramasamy, Ting and Yeung (2007, pp. 21-33) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศมาเลเซียว่ามีความเชื่อมโยงกัน แต่ในส่วนของกำไรที่เป็นตัวเงินจากกิจกรรมดังกล่าวยังไม่สามารถจำแนกให้เห็นได้อย่างชัดเจน กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้ต้นทุนขององค์กรเพิ่มขึ้นและยังไม่สามารถรับประกันได้ถึงผลตอบแทนที่จะกลับคืนมา แต่ยังคงพออนุมานได้ว่าบริษัทที่ทำกิจกรรมให้กับสังคมจะมีทิศทางของราคาหุ้นที่ดีกว่าบริษัทที่ไม่ได้ทำกิจกรรมดังกล่าว

สำหรับผลลัพธ์จากการวิจัยการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม และการดำเนินงานขององค์กรทั้งที่ไม่เป็นตัวเงินและเป็นตัวเงินที่มีความสัมพันธ์กัน สามารถสรุป ได้ดังตาราง 6 ดังนี้

ตาราง 6 แสดงผลลัพธ์การวิจัยที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของ องค์กร

ชื่องานวิจัย	ผู้วิจัย	ผลลัพธ์ของการวิจัย	
		การดำเนินงาน ที่ไม่เป็นตัวเงิน	การดำเนินงาน ที่เป็นตัวเงิน
Effect of corporate ability and reputation on organizations' performance and CSR (2013)	Montree Piriyakul. Boonthawan Wingwon.	มีอิทธิพล อย่างมีนัยสำคัญ	-
ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดขององค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานด้านการเงิน (2556)	บุรณภพ สมเศรษฐ์. ภริยาฯ แสตนนุดดา. มนวิภา ผดุงสิทธิ์.	-	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางบวก กับตัวแปรบางตัว
Does financial performance have an impact on corporate sustainability and CSR disclosure – a case of croatian companies. (2012)	Neda Vitezic. Tina Vuko. Barbara Morec.	-	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางบวก
How does corporation social responsibility benefits firm? Evidence from Australia. (2010)	Jeremy Galbreath.	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางบวก	-
An empirical study of the relationship between corporate social responsibility disclosure and organizational performance: Evidenc from Libya	Nagib Salem Bayoud. Marie Kavanagh. Geoff Slaughter.	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางบวก	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางบวก
Corporate social responsibility Influence, employee commitment and organizational performance. (2010)	Imran Ali, et al.,	มีอิทธิพล อย่างมีนัยสำคัญ	-

ตาราง 6 (ต่อ)

ชื่องานวิจัย	ผู้วิจัย	ผลลัพธ์ของการวิจัย	
		การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน	การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน
Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on company in the hospital industry. (2009)	Kyung Ho Kang. Seoki Lee. Chan Huh.	มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก	ไม่สามารถสรุปได้
Corporate social responsibility and financial performance: the “virtuous circle” (2008)	Edward Nelling. Elizabeth Webb.	มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก	มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก
Corporate social responsibility and financial performance in the Australian context. (2007)	Matthew Brine. Rebecca Brown. Greg Hackett.	-	ไม่มีความสัมพันธ์
Corporate social performance, financial performance and institutional ownership in Canadian firms. (2007)	Lois Mahoney. Robin W.Roberts.	-	มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับตัวแปรบางตัว

การศึกษาค้นคว้าความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานขององค์กรในมิติที่ไม่เป็นตัวเงินกับมิติที่เป็นตัวเงินมีนักวิจัยหลายท่านได้ทำการทดสอบกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร เช่นเดียวกับ Mishra and Suar (2010, pp. 571-601) ขององค์กรในประเทศอินเดียโดยใช้แหล่งข้อมูลจากผู้จัดการอาวุโสและผู้บริหารระดับสูงรวมไปถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียชั้นพื้นฐาน (Primary Stakeholder) ในการตอบแบบสอบถามและใช้ข้อมูลจากรายงานทางการเงิน โดยหาความสัมพันธ์ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้เสีย พนักงาน นักลงทุน สิ่งแวดล้อม ผู้ค้า จะส่งผลให้เกิดผลกระทบทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรและผลการวิจัยพบว่าการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้เสียชั้นพื้นฐานสามารถสร้างผลได้และกำไรให้กับองค์กรในประเทศอินเดีย

สำหรับวรรณกรรมและการวิจัยที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในภูมิภาคเอเชียในกลุ่มของประเทศที่กำลังพัฒนานั้น ส่วนใหญ่จะมีปรากฏอยู่ในประเทศจีน อินเดีย อินโดนีเซีย

มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ปากีสถาน ไทย เวียดนาม และสำหรับประเทศไทยนั้นจากการสำรวจยังมีอัตราการตอบรับในเรื่องดังกล่าวค่อนข้างน้อยอยู่ในกลุ่มเดียวกันกับประเทศฮ่องกงและมาเลเซีย แต่ในขณะเดียวกันประเทศไทยให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมในมุมมองภายนอก (External Aspects) ในประเด็นของแรงงานเด็กและจริยธรรม (Visser, 2008, pp. 477-478)

3.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กร งานวิจัยนี้ได้ใช้องค์กรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างคือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเนื่องจากมีความเกี่ยวข้องและผลกระทบกับผู้มีส่วนได้เสียหลายฝ่ายค่อนข้างมากดังที่ Freeman ได้จำแนกไว้ตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย และเป็นองค์กรที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลืองมากกว่าบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียน มีกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจเป็นจำนวนมาก (จอมขวัญ รัชตะวรรณ, 2549, หน้า 74) บริษัทที่เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ผ่านการพิจารณาจากสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. และคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์ย่อมถือได้ว่าเป็นบริษัทที่มีผลการดำเนินงานที่ดีและมีฐานะมั่นคงในระดับหนึ่ง รวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใสเป็นที่ยอมรับของสาธารณชน อีกประการหนึ่ง คือ เป็นการสร้างความภาคภูมิใจให้กับพนักงานของบริษัท หากบริษัทนั้นมีผลประกอบการ และภาพลักษณ์ที่ดีมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รวมถึงประโยชน์ในด้านการระดมเงินทุนจากผู้ลงทุนทั้งภายในและนอกประเทศได้ง่าย รวดเร็วและความสะดวกในการแข่งขัน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ม.ป.ป) สำหรับด้านของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ Triple-Bottom-Line (TBL หรือ 3BL) ของ John Elkington ซึ่งเน้นการวัดและการรายงานขององค์กรในมุมมองทั้ง 3 ด้านที่สร้างความสมดุลซึ่งกันและกัน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสังคม และได้นำมาประยุกต์กับมาตรฐานการรายงานของ GRI Version 3.1 ซึ่งผู้วิจัยได้จัดให้เป็นตัวแปรอิสระ และสำหรับด้านผลการดำเนินงานใช้แนวคิดการวัดของ The Balance Scorecard (BSC) ของ Kaplan และ Norton โดยวัดเฉพาะภายในองค์กร 3 องค์ประกอบ คือ 1) ด้านการเงินใช้ตัววัด คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าทางการตลาดขององค์กร (Tobins' Q) 2) ด้านลูกค้าใช้ตัววัด คือ ชื่อเสียงองค์กร และ 3) ด้านการเรียนรู้และเติบโตใช้ตัววัด คือ ความผูกพันของพนักงาน (Employee Commitment) โดยทั้งหมดจะนำมาสรุปเป็น 2 ด้าน คือ การดำเนินงานที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งผู้วิจัยได้จัดให้เป็นตัวแปรตาม โดยมีรายละเอียดของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด ดังนี้

3.4.1 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility Information Disclosures)

โดยการประยุกต์ใช้จากมาตรฐานของ GRI (Global Reporting Initiative, 2010-2011) จากนั้นกำหนดเป็นตัวแปรอิสระจำนวน 1 ตัวแปร และเป็นตัวแปรแฝงตัวที่ 1 คือ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility Information Disclosures) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร โดยมีรายละเอียด คือ

1. ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (Economic Indicators) มีรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินงาน ด้านเศรษฐกิจ (Economic Performance) และผลกระทบด้านเศรษฐกิจทางอ้อม (Indirect Economic Impacts) เพื่อแสดงการไหลของเงินทุนของผู้มีส่วนได้เสียที่แตกต่างกันรวมถึงผลกระทบหลักทางเศรษฐกิจขององค์กรตลอดจนทางสังคม

2. ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Indicators) มีรายละเอียดเกี่ยวกับวัสดุดิบ (Materials) พลังงาน (Energy) น้ำ (Water) ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) การปล่อยน้ำทิ้งหรือของเสีย (Emissions, Effluents and Waste) และผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service) เป็นการแสดงผลกระทบขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนในมิติของสิ่งแวดล้อมต่อระบบธรรมชาติของสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต

3. ตัวชี้วัดด้านสังคม (Social Indicators) มีรายละเอียดเกี่ยวกับการปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี (Labor Practice and Decent Work) สิทธิมนุษยชน (Human Rights) สังคมและชุมชน (Society) และความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ (Product Responsibility) เพื่อแสดงผลกระทบที่มีต่อระบบสังคมภายใต้การดำเนินการขององค์กร

3.4.2 การวัดผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-financial Performance)

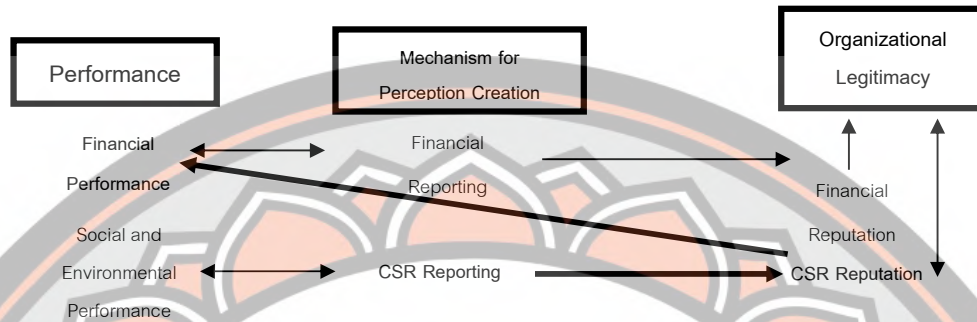
เป็นตัวแปรตามตัวที่ 1 และเป็นตัวแปรแฝงตัวที่ 2 ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัวแปร ดังนี้

1. ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation) ชื่อเสียง คือ การรับรู้การดำเนินงานในอดีตและภาพของพฤติกรรมในอนาคตที่องค์กรไม่สามารถแยกจากกันและอยู่ในบริบทของสิ่งใดก็ตามที่กำลังกระทำอยู่ในตลาด ชื่อเสียงไม่ใช่ตราสินค้า (Brand) เพราะว่าตราสินค้านั้นถูกสร้างขึ้นเป็นสัญลักษณ์ขององค์กรที่ออกแบบมาเพื่อผู้บริโภคและเพื่อขาย และถึงแม้ว่าชื่อเสียงไม่สามารถจำแนกเป็นสินทรัพย์ได้ในงบดุลแต่ก็สามารถมองเห็นได้ในภาพรวมของสินทรัพย์ขององค์กร เป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนและไม่มีค่าเพราะทำให้ในเรื่องของความรู้สึกมากกว่าตัวเงิน (Brady and Honey, 2007, pp. 6-11) ชื่อเสียงขององค์กรนั้นมีความสำคัญอย่างมากด้วยแนวคิดที่ว่า

1) ชื่อเสียงเป็นของตัวผลักดันมูลค่าองค์กรเป็นอันดับแรก 2) มูลค่าองค์กรนั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรม

ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย 3) เป้าหมายของข้อเสนอนั้นอยู่ที่การแบ่งปันในสิ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจกับองค์กร 4) การยอมรับว่าผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ เป็นสมาชิกขององค์กร 5) การสร้างและการปกป้องข้อเสียเป็นพื้นฐานหนึ่งของการเป็นผู้นำ และ 6) เป้าหมายของข้อเสียเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ขององค์กร (Liehr-Gobbers and Storck, 2011, p. 17)

การเปิดเผยหรือการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่นำมาใช้ในการจัดการความเสี่ยงด้านชื่อเสียงขององค์กร โดยมีการสรุปการศึกษาการวัดองค์ประกอบของชื่อเสียงมี 5 องค์ประกอบ คือ 1) การดำเนินงานทางการเงิน 2) คุณภาพของการบริหารจัดการ 3) การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม 4) คุณภาพของพนักงาน และ 5) คุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งในแต่ละองค์ประกอบจะขึ้นอยู่กับผู้บริหารแต่ละคนที่ให้ความหมายของชื่อเสียงในมุมมองที่ต่างกัน (Bebbingtion, Larrinaga and Moneva, 2007, pp. 337-340) ที่ต้องได้รับการจัดการอย่างระมัดระวังเพราะมีการศึกษาพบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อชื่อเสียงและจากนั้นจะส่งผลไปสู่พฤติกรรมของผู้บริโภค พนักงานและผู้ลงทุนอย่างมาก (Maden, et al., 2012, p. 655) และการศึกษาของ Arshad, Othman and Othman (2012, p. 1073) เรื่องของผลกระทบของการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมในกลุ่มธนาคารอิสลามประเทศมาเลเซียกับชื่อเสียงและการดำเนินงานขององค์กร พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญจากการจัดการหลักที่มาจากการทำกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรกับผู้มีส่วนได้เสียโดยมีมุมมองว่าเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะสร้างผลการดำเนินงานที่ดีเลิศอย่างต่อเนื่องให้กับองค์กร โดย Bebbington, Larrinaga and Moneva (2008, pp. 344-345) ได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ชื่อเสียง การดำเนินงานทางการเงินและการรายงาน จนถึงความชอบธรรมขององค์กรออกมาดังภาพ 14



ภาพ 14 การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ชื่อเสียง การดำเนินงานทางการเงินและความชอบธรรมขององค์กร

ที่มา: Bebbington, Larrinaga and Moneva, 2007, p. 345

จากภาพข้างต้นแสดงให้เห็นถึงการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กรและกระทบไปยังการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งสุดท้ายแล้วจะทำให้องค์กรมีการรายงานการเงินที่ดีและโปร่งใส ในขณะที่การศึกษาของ Vitezic (2011, pp. 85, 91, 93) ในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมก็พบว่ามีความสัมพันธ์ด้านบวกของการดำเนินงานทางการเงินกับชื่อเสียงขององค์กรในกลุ่มตัวอย่างของบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศโครเอเชีย จัดเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและสนับสนุนสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ซับซ้อน

2. ความผูกพันของพนักงาน (Employee Commitment) พนักงานเป็นกลุ่มหนึ่งของผู้มีส่วนได้เสียในองค์กรที่มีคุณค่าและมีอิทธิพลที่สามารถส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรได้ (Greenwood and Anderson, 2009; Bae, Kang and Wang, 2011, p. 130; Bayoud, Kavanagh and Slughter, 2012, p. 38) พนักงานมีความคาดหวังถึงสิ่งที่จะได้รับจากองค์กร และได้รับการช่วยเหลือเวลาที่ลำบากจากองค์กรทั้งในเรื่องของความปลอดภัย ค่าจ้าง ผลประโยชน์และการให้ความสำคัญในงาน และจะตอบแทนกลับสู่องค์กรด้วยความภักดีและการปฏิบัติตามคำสั่ง แต่อย่างไรก็ตาม พนักงานมีความรับผิดชอบต่อในฐานะเป็นพลเมืองหนึ่งในสังคมขององค์กร จึงมีความคาดหวังที่พวกเขาจะสามารถพูดเกี่ยวกับองค์กรได้อย่างอิสระการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายและคุณค่าที่จะนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและพนักงานอย่างมาก (Freeman, 1988, p. 42) และทัศนคติที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น พนักงานมองว่าองค์กรเองเป็นรากฐานสำคัญในสังคม เพราะเป็นส่วนหนึ่งของการเติบโตทางเศรษฐกิจ และบางองค์กรมีพลังอำนาจมากในบางประเทศ

มีอิทธิพลในการกำหนดความเจริญก้าวหน้าของชุมชน ซึ่งในขณะเดียวกันก็มีความรู้สึกที่ว่าถ้าองค์กรประพัตติตนเป็นพลเมืองที่ดีพนักงานจะมีความรู้สึกภูมิใจที่ตนเองได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรเหล่านั้น (Rodrigo and Arenas, 2008, pp. 270-271) ส่งผลให้พนักงานจะรักษาภาพพจน์ของตนเองให้ดีที่สุดและมีความภูมิใจในตนเองอย่างมากถ้าพวกเขาทำงานในองค์กรที่มีชื่อเสียงในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Papasolomou, Krambia and katsiolouides, 2005, p. 274; Helm, 2010, p. 5) ซึ่งวิธีการประเมินผลดังกล่าวอาจวัดผลจากความพึงพอใจของพนักงาน การรักษาพนักงานและผลผลิตของพนักงาน (นภดล ร่มโพธิ์ และมนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2552, หน้า 29) การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคนิคและสภาพการปฏิบัติงาน (Figge, Hahn, Schaltegger and Wagner, 2002, p. 280)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร เป็นความผูกพันทางใจที่เป็นความรู้สึกของพนักงานกับองค์กร อาทิ การยอมรับเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานขององค์กร ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร โดยแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ 1) Attitudinal Commitment เป็นความผูกพันที่เกิดจากทัศนคติ ความภูมิใจในการทำงานให้องค์กร 2) Programatic Commiment เป็นความผูกพันที่เกิดจากผลตอบแทนที่องค์กรมีให้กับพนักงาน และ 3) Royalty Based Commitment เป็นความผูกพันที่เกิดจากความรู้สึกดีต่อองค์กรหรืออยากตอบแทนองค์กร (พรรัตน์ แสงเดงหาญ, 2551) หากคุณค่าของพนักงานคือการสะท้อนคุณค่าขององค์กร ดังนั้น การที่องค์กรให้ความเอาใจใส่ในสิ่งเดียวกันกับพวกเขาแล้ว พนักงานจะมีพลังและสร้างผลผลิตได้มากขึ้น แม้แต่การให้คุณค่าของการริเริ่มการเสียสละหรือการบอกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะสร้างผลได้เป็นความผูกพันของพนักงานเพิ่มขึ้น (Thorne, Ferrell and Ferrell, 2008, p. 301; Willard, 2010) และจากการศึกษาของ Bayoud, Kavanagh and Slaughter (2012, p. 46) ยืนยันถึงการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กรเป็นอย่างมากรวมถึงกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอื่นๆ ที่องค์กรได้ปฏิบัติทำให้พนักงานตระหนักถึงศีลธรรมและมีแรงจูงใจเพิ่มขึ้นต่อการยึดติดและให้ความภักดีแก่องค์กรเช่นเดียวกับความผูกพัน ในขณะที่ Gross and Holland (2011, p. 1) มองความเชื่อมโยงนี้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นตัวผลักดันความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรและให้ผลตอบแทนย้อนกลับเป็นความสำเร็จของธุรกิจ และจากการศึกษาของทั้งสองสรุปว่าความรับผิดชอบต่อสังคมได้เข้ามาเป็นส่วนสำคัญที่เพิ่มขึ้นในมิติของการดำเนินงานที่ส่งอิทธิพลต่อพนักงานทั้งในด้านความผูกพัน ความตั้งใจในการทำงานและการรักษาพนักงานไว้

กับองค์กร ซึ่งความผูกพันของพนักงานนั้นเป็นตัวชี้วัดหนึ่งที่ส่งผลได้ในการดำเนินงานทางการเงินขององค์กร (Matthews, 2013)

3.4.3 การวัดผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (Financial Performance)

เป็นตัวแปรตามตัวที่ 2 และเป็นตัวแปรแฝงตัวที่ 3 ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้ใช้การวัดจากตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร คือ 1) ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets: ROA) เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ที่มีอยู่ของกิจการ 2) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (Return on Sales: ROS) เป็นอัตราส่วนที่แสดงยอดขายที่ก่อให้เกิดกำไรสุทธิหรือประสิทธิภาพในการทำกำไร และ 3) มูลค่าทางการตลาดขององค์กร Tobin's Q เป็นการวัดมูลค่ากิจการในด้านผู้ถือหุ้น โดยมีรายละเอียดของสูตร ดังนี้

1. Return on total assets (ROA) ซึ่งอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมนี้ เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ขององค์กร (บริกแฮม และสูลตัน, 2543, หน้า 37; อภิชาติ พงศ์สุพัฒน์, 2544, หน้า 120; Brigham, Gapenski and Ehrhardt, 1999, p. 83) โดยคำนวณจาก

$$\text{Return on Total Assets (ROA)} = \frac{\text{Net Income Available to Common Stockholders}}{\text{Total Assets}}$$

2. Return on sales (ROS) หรือ Profit margin on sales เป็นอัตราผลตอบแทนต่อยอดขายเป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิของกิจการที่มีความสัมพันธ์กับยอดขาย (บริกแฮม และสูลตัน, 2543, หน้า 44; อภิชาติ พงศ์สุพัฒน์, 2544, หน้า 120; Brigham, Gapenski and Ehrhardt, 1999, p. 81) โดยคำนวณจาก

$$\text{Return on Sales (ROS)} = \frac{\text{Net Income Available to Common Stockholders}}{\text{Sales}}$$

or Profit Margin on Sales

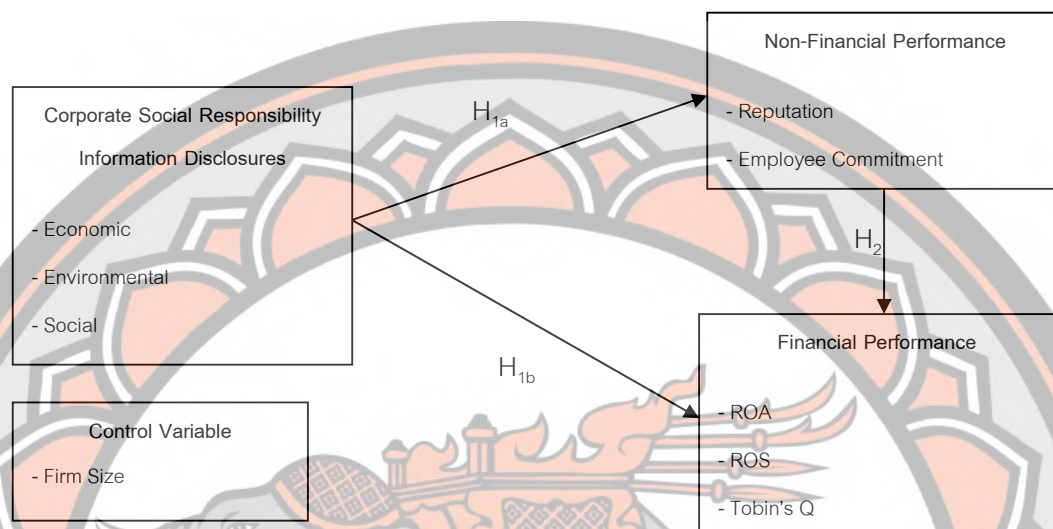
3. Tobin's Q เป็นการวัดผลการดำเนินงานเพื่อใช้วัดมูลค่าทางการตลาดขององค์กร ในการคาดการณ์การตัดสินใจจ่ายลงทุนในอนาคตซึ่งสะท้อนภาพได้ดีกว่า Return on Investments หรือ ROI ที่ใช้ข้อมูลตัวเลขทางบัญชีเพียงเท่านั้นแต่ Tobin's Q จะผสมผสานมูลค่าทางการตลาดขององค์กรที่รวมการคาดการณ์เกี่ยวกับการลงทุนในอนาคต (นภดล ร่มโพธิ์ และ มนวิกา ผดุงสิทธิ์, 2552, หน้า 132) โดยคำนวณจากอัตรามูลค่าตลาดต่อราคาตามบัญชีตามแนวทางของ Limpaphayom and Connelly (2004, p. 30) ดังนี้

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Market Value of Equity} + \text{Firm Debt (Book Value of Debt)}}{\text{Total Assets}}$$

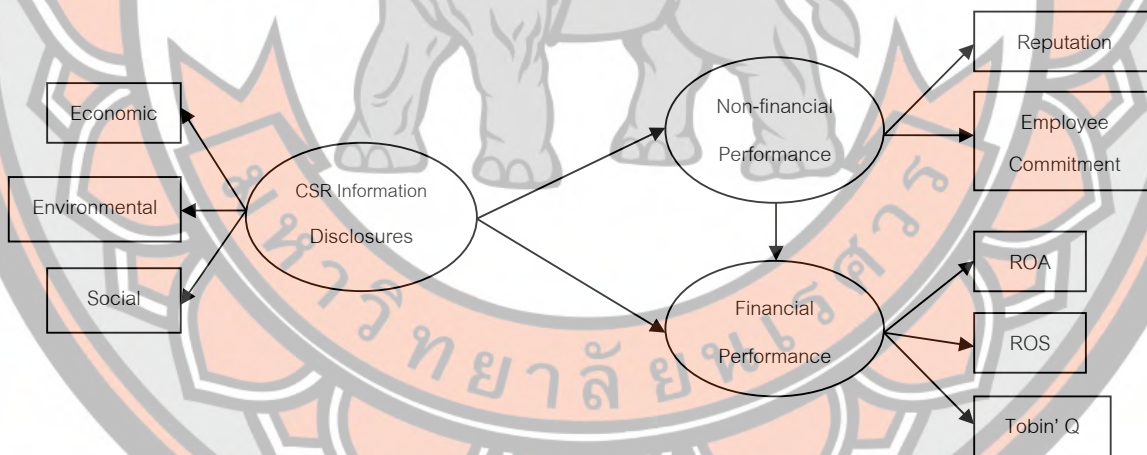
3.4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับตัวแปรควบคุม

ตัวแปรควบคุมในการวิจัยนี้ คือ ขนาดขององค์กร (Firm Size) โดยใช้ขนาดของสินทรัพย์รวม (Size of Total Assets) เพื่อควบคุมความแตกต่างทางการเงินของแต่ละองค์กร (Kang, Lee and Huh, 2009, p. 4) เพราะบริษัทจดทะเบียนจำนวนมากในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีขนาดของสินทรัพย์ที่มากน้อยต่างกัน และขนาดขององค์กรเองก็มีความสัมพันธ์ในด้านของความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นกัน (Aras, Aybars and Kuitlu, 2009, p. 244)

จากข้อมูลที่ศึกษาและจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยจึงได้สร้างกรอบแนวคิดและรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินขององค์กรได้ดังภาพ 15 และสร้างเป็นแบบจำลองหรือรูปแบบความสัมพันธ์ของโครงสร้างเชิงเส้นตามกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพ 16



ภาพ 15 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 16 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3.5 สมมติฐานการวิจัย

การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้เป็นประเด็นที่มีการศึกษาเพิ่มมากขึ้นในหลายประเทศและในหลายอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการศึกษาหรือการวิจัยถึงความเชื่อมโยงกับการดำเนินงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินในต่างประเทศ แต่สำหรับ

ประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทยก็ได้รับแนวคิดและการปฏิบัติเข้ามาใช้ในองค์กรเมื่อไม่นานมานี้และกำลังมีการขยายตัวไปยังทุกภาคส่วนด้วยเช่นกัน จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในงานดังกล่าวสำหรับประเทศไทยนั้นยังมีไม่เพียงพอและกลายเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานการวิจัยนี้เพื่อใช้ในบริบทของการศึกษาขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นมาจากแนวคิดและทฤษฎีที่ประกอบด้วย 1) แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ กล่าวถึงองค์กรที่มีหน้าที่ต้องรับผิดชอบต่อสาธารณะที่ไม่ได้จำกัดตัวเองที่อยู่แต่การทำกำไรสูงสุดแต่เพียงอย่างเดียวและเป็นการแสดงถึงความชัดเจนขององค์กรในฐานะที่เป็นตัวแทนทางเศรษฐกิจและการเมือง 2) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียได้กล่าวถึงการดำเนินธุรกิจต้องพิจารณาถึงผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อการดำเนินงานหรือการตัดสินใจขององค์กร และ 3) ทฤษฎีความชอบธรรมนั้นผลักดันให้องค์กรต้องเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจากความคาดหวังต่อระบบโครงสร้างทางสังคมที่ให้คุณค่าต่อมาตรฐาน และความน่าเชื่อถือ และในขณะเดียวกันการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรได้ปฏิบัติก็สามารถส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรทั้งด้านที่เป็นตัวเงินหรือไม่เป็นตัวเงินโดยการใช้ตัววัดแบบต่างๆ ที่มีการพิสูจน์ออกมาในรูปของการศึกษาวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการใช้เครื่องมือในการวัดดังกล่าวจึงเป็นที่มาของสมมติฐาน ดังนี้

H1a. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่งผลต่อการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน

H1b. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน

H2. การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ส่งผลต่อการดำเนินงานทั้งด้านที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินจากการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการทั้งหมดในบทที่ 2 ผู้วิจัยได้นำมาออกแบบวิธีการดำเนินการวิจัยที่ประกอบไปด้วยกระบวนการ ดังนี้ คือ ขั้นตอนการวิจัย และระเบียบวิธีวิจัย โดยในส่วนของระเบียบวิธีวิจัยจะประกอบไปด้วย ประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับและมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการวิจัย

เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงประจักษ์ที่มีความสมบูรณ์และนำมาใช้ในการตอบจุดมุ่งหมายของงานวิจัยนี้ได้ จึงมีขั้นตอนของการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนาแนวคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานขององค์กรในด้านที่ไม่เป็นตัวเงินกับด้านที่เป็นตัวเงิน

ขั้นตอนที่ 2 การหาตัวแปรที่ได้จากการสืบค้น วิเคราะห์ สังเคราะห์ เข้าด้วยกันจากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 จากนั้นนำมาหาความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานขององค์กรกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีตัวแปรที่สำคัญในงานวิจัยนี้เป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility Information Disclosures) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) จะประกอบด้วยการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-financial Performance) กับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (Financial Performance) โดยมีตัวแปรควบคุม (Control Variable) เป็นขนาดของธุรกิจ (Firm Size) จากสินทรัพย์รวม (Size of Total Assets) และแสดงเป็นกรอบแนวคิดดังภาพ 15 และรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุดังภาพ 16 ในบทที่ 2

ขั้นตอนที่ 3 จัดเตรียมข้อมูลและแบบสอบถาม ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ซึ่งขั้นตอนนี้จะเป็นการสร้างเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการศึกษาการเปิดเผยข้อมูล

ความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยส่วนที่ไม่เป็นตัวเงิน

ขั้นตอนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลเป็น 2 ส่วนคือ 1) จากแบบสอบถามจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อใช้วัดค่าตัวแปรอิสระและตัวแปรที่ไม่เป็นตัวเงิน และ 2) เก็บข้อมูลตัวเลขจากงบการเงินปี 2555 ของบริษัทที่ตอบแบบสอบถามกลับคืนมาเพื่อใช้วัดค่าตัวแปรที่เป็นตัวเงิน

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและตรวจสอบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของตัวแปร (Structural Equation Modeling: SEM) โดยใช้สถิติวิเคราะห์และใช้โปรแกรมลิสเรล (Linear Structure Relationship: LISREL) ในการประมวลผลเพื่อให้ได้คำตอบของงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผลและการสรุปผลการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยแบ่งกระบวนการเป็น ประชากรในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ประชากรในการวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยนี้ต้องการทราบว่าสำหรับประเทศไทยแล้ว 1) การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจะส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรที่ไม่เป็นตัวเงินและที่เป็นตัวเงินหรือไม่ และ 2) การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมจะส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินหรือไม่ จึงได้กำหนดประชากรในการวิจัยเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากเป็นองค์กรที่มีการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวต่อสาธารณชนและมีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียค่อนข้างมาก โดยใช้ฐานข้อมูลปี 2555 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำแนกออกเป็น 8 กลุ่มอุตสาหกรรมประกอบด้วย 1) กลุ่มทรัพยากร 2) กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ก่อสร้าง 3) กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 4) กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม 5) กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค 6) กลุ่มเทคโนโลยี 7) กลุ่มธุรกิจการเงิน และ 8) กลุ่มบริการ รวมจำนวนทั้งหมด 459 บริษัท โดยไม่รวมกลุ่มบริษัท MAI (Market for Alternative Investment) บริษัทที่อยู่ในระหว่างการฟื้นฟูกิจการหรือปรับโครงสร้างหนี้ (Rehabilitation or Debt Restructuring) และบริษัทที่มีลักษณะเป็นกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ (Property Fund) โดยข้อมูลบริษัทที่เป็นกลุ่มประชากรในการวิจัย แสดงรายละเอียดดังตาราง 7

ตาราง 7 แสดงกลุ่มอุตสาหกรรม และจำนวนบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทยปี 2555

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวน บริษัท	กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวน บริษัท
ทรัพยากร	29	สินค้าอุตสาหกรรม	80
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	87	เทคโนโลยี	38
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	40	ธุรกิจการเงิน	57
สินค้าอุปโภคบริโภค	40	บริการ	88
รวมทั้งหมด 459 บริษัท			

เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีเพียงพอต่อการวิเคราะห์และให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้ส่งแบบสอบถามบริษัทละ 2 ฉบับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นตัวแทนบริษัทหรือตัวแทนองค์กร คือ 1) ผู้บริหาร (ระดับต้น ระดับกลาง ระดับสูง) และ 2) พนักงานทั่วไป และส่งแบบสอบถามไปยังบริษัททั้งหมดจำนวน 459 บริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำให้งานวิจัยนี้มีลักษณะเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยเช่นกัน

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานขององค์กรที่ใช้รูปแบบของความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมลิสเรล เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สำหรับตัวแปรหลายตัว ทำให้จำนวนบริษัทตามกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) ของงานวิจัยจำนวน 8 ตัวแปร ต้องใช้ตัวอย่างในจำนวนที่เหมาะสมเพื่อการวิเคราะห์ ในขณะที่มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ขนาดของข้อมูลที่ต้องใช้ในการวิเคราะห์แตกต่างกัน เช่น การอ้างอิงขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์กำหนดกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 100 และอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่าง และจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรสังเกตได้ควรจะเป็น 20:1 ตามที่ นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542, หน้า 53-54) และ Kline (2011, p. 11) ได้ระบุไว้ (อ้างอิงใน สุภมาส อังคุโชติ, สมถวิล วิจิตวรธนา และรัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์, 2554, หน้า 25) หรืออาจใช้อัตราส่วนระหว่างจำนวนกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์ที่ถูกประมาณค่าเป็นอัตราส่วนระหว่าง 5:1 ถึง 10:1 ของ Chou (1987 อ้างอิงใน ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2543, หน้า 28) ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงสรุปขนาดของประชากรที่ต้องใช้วิเคราะห์ไม่ต่ำกว่า 100 บริษัท และด้วยจำนวนแบบสอบถามสมบูรณณ์ที่ตอบกลับมาและนำมาใช้การวิเคราะห์งานวิจัยนี้ได้มีจำนวน 112 บริษัท จึงเทียบเท่าเป็นหน่วยตัวอย่างต่อตัวแปรสังเกตได้คือ 14:1

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้มี 2 ประเภท คือ

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ** โดยใช้แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้ประยุกต์จากมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลจากรายงานเพื่อความยั่งยืนของ GRI Version 3.1 และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมา ออกเป็นแบบ สอบถามสำหรับกลุ่มประชากรจำนวน 2 กลุ่ม คือ ฉบับที่ 1 สำหรับผู้บริหารและ ฉบับที่ 2 สำหรับพนักงานทั่วไปในองค์กร โดยแบบสอบถามของทั้ง 2 กลุ่ม จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนรวมทั้งหมด 65 ข้อ มีดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทและรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการวัดการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับรวม 39 ข้อ ประกอบด้วย

1. ตัววัดด้านเศรษฐกิจ (Economic) จำนวน 5 ข้อ
2. ตัววัดด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) จำนวน 10 ข้อ
3. ตัววัดด้านสังคม (Social) จำนวน 24 ข้อ ซึ่งมีองค์ประกอบของคำถามเกี่ยวกับ แรงงาน (Labor Practices and Decent Work) สิทธิมนุษยชน (Human Rights) สังคมและชุมชน (Society) และความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ (Product Responsibility)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการวัดการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน แบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ รวม 19 ข้อ ประกอบด้วย

1. ตัววัดด้านชื่อเสียงขององค์กร (Reputation) จำนวน 8 ข้อ
2. ตัววัดด้านความผูกพันของพนักงาน (Employee Commitment) จำนวน 11 ข้อ

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ** เพื่อใช้ในการวัดการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน จากข้อมูลในงบการเงิน รายงานประจำปี และจากเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของบริษัทที่ได้ ตอบแบบสอบถามกลับคืนมาเพื่อเก็บข้อมูลทางการเงินปี 2555 จากนั้นนำข้อมูลตัวเลขที่ได้มา คำนวณค่าตามสูตรเพื่อหาอัตราส่วนทางการเงินที่กำหนดคือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (Return on Sales) และมูลค่าขององค์กร (Tobin's Q) โดยรายละเอียดของตัวแปรแฝง (Latent Variable) ของการเปิดเผยข้อมูล ความรับผิดชอบต่อสังคมและตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) ในรูปของข้อคำถามที่เป็น ตัววัดการดำเนินงานขององค์กรที่ไม่ใช่ตัวเงินและตัววัดการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินมีการนำมา ประยุกต์ใช้จากแหล่งอ้างอิงทางวิชาการดังตาราง 8

ตาราง 8 แสดงตัวแปร จำนวนข้อคำถามและแหล่งอ้างอิง

ประเภทตัวแปร	จำนวนข้อ	แหล่งอ้างอิง
ตัวแปรแฝง 1. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม		
หมายถึง คุณลักษณะของการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร		
ตัวแปรสังเกตได้ 1.1		Global Reporting
การเปิดเผยข้อมูลด้านเศรษฐกิจ	5	Initiative.Sustainability Reporting
หมายถึง ระดับของการเปิดเผยข้อมูลการ		Guidelines (Version 3.1)
เคลื่อนไหวหรือการไหลของเงินทุนขององค์กรกับผู้		(2010-2011)
มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ผลเชิงเศรษฐกิจ และผลกระทบ		สถาบันไทยพัฒนา. รายงานเพื่อความ
ด้านเศรษฐกิจทางอ้อม		ยั่งยืน (2555)
ตัวแปรสังเกตได้ 1.2	10	Global Reporting
การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม		Initiative.Sustainability Reporting
หมายถึง ระดับของการเปิดเผยข้อมูล		Guidelines (Version 3.1)
ผลกระทบต่อองค์กรที่มีต่อระบบธรรมชาติของ		(2010-2011)
สิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิตขององค์กร ได้แก่ พลังงาน		สถาบันไทยพัฒนา. รายงานเพื่อความ
ระบบนิเวศที่ดิน น้ำและอากาศ		ยั่งยืน (2555)
ตัวแปรสังเกตได้ 1.3	24	Global Reporting
การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคม		Initiative.Sustainability Reporting
หมายถึง ระดับของการเปิดเผยข้อมูลการ		Guidelines (Version 3.1)
ปฏิบัติด้านแรงงาน สิทธิมนุษยชน สังคมและ		(2010-2011)
ชุมชน และความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ของ		สถาบันไทยพัฒนา. รายงานเพื่อความ
องค์กร		ยั่งยืน (2555)
ตัวแปรแฝง 2. การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน		
หมายถึง ผลการประเมินการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินจากมุมมองภายในองค์กร		
ตัวแปรสังเกตได้ 2.1 ชื่อเสียงขององค์กร		Bayoud, Kavanage and
หมายถึง ระดับของการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อ	8	Slaughter (2012)
กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรใน		Kim, Lee, Lee and Kim (2010)
ด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม		กัญญารัตน์ ชีระวานิชผล (2552)

ตาราง 8 (ต่อ)

ประเภทตัวแปร	จำนวนข้อ	แหล่งอ้างอิง
ตัวแปรสังเกตได้ 2.2 ความผูกพันของพนักงาน หมายถึง ระดับความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในด้านของทัศนคติและความภาคภูมิใจที่มีต่อองค์กร	11	Bayoud, Kavanagh and Slaughter (2012) Amanfu (2011) Helm (2010) Kim, Lee, Lee and Kim (2010) Turker (2008)
ตัวแปรแฝง 3. การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานที่แสดงถึงความสามารถในการประกอบกิจการขององค์กร ซึ่งสามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวคือ		
ตัวแปรสังเกตได้ 3.1 ผลตอบแทนในการใช้สินทรัพย์ (ROA) หมายถึง อัตราส่วนที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ขององค์กร	1	Brigham, Gapenski and Ehrhardt (1999) อภิชาติ พงศ์สุพัฒน์ (2544) บริกแฮมและฮุสตัน (2543)
ตัวแปรสังเกตได้ 3.2 ผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) หมายถึง อัตราผลตอบแทนต่อยอดขายที่แสดงความสามารถในการทำกำไรสุทธิที่สัมพันธ์กับยอดขาย	1	Brigham, Gapenski and Ehrhardt (1999) อภิชาติ พงศ์สุพัฒน์ (2544) บริกแฮมและฮุสตัน (2543)
ตัวแปรสังเกตได้ 3.3 อัตราส่วน Q หรือมูลค่าขององค์กร (Tobin's Q) หมายถึง อัตราส่วนของมูลค่าบริษัทในตลาดหุ้นกับสินทรัพย์รวมในการวัดมูลค่าทางการตลาดขององค์กร	1	Limpahayomand Connelly (2004) Bae, Kang and Wang (2010) นกอดล รมโพธิ์ และมนวิภา ผดุงสิทธิ์ (2552)

โดยตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดจะมีตัวแปรควบคุมเป็นขนาดของบริษัทวัดจากลูกการที่ม
 ธรรมชาติของสินทรัพย์รวม

ขั้นตอนของการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มีรายละเอียดขั้นตอน ดังนี้

1. การสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเครื่องมือในการวิจัย โดยสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อวัดการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบ ต่อสังคมกับผลการดำเนินงานขององค์กรที่ไม่เป็นตัวเงิน และได้กำหนดคำถามอยู่ภายใต้กรอบแนวคิดจากการค้นคว้าและให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย รวมถึงปรับปรุง ข้อคำถามจากรายงานความยั่งยืนของ GRI 3.1 ให้มีความเหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย โดยรายละเอียดของคำถามจะเป็นข้อมูลในปี 2555 และแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว

2. การสร้างแบบสอบถาม แบ่งเป็น

คำถามส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อใช้อธิบาย ลักษณะของกลุ่มประชากรที่ศึกษาและใช้ในการอธิบายผลการวิจัย โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียง คำตอบเดียว เช่น เพศ อายุงาน ตำแหน่งงานบริหาร ประสบการณ์ในการทำงาน

คำถามส่วนที่ 2 และ 3 มีลักษณะเป็นคำตอบแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยเป็นรายละเอียดข้อคำถามของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย คือ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน จำนวนรวมทั้งหมด 58 ข้อ โดยมีมาตรวัดระดับคือ

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

จากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาวิพากษ์กับอาจารย์ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ และ ปรับแก้ตามคำแนะนำ

3. ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ หลังจาก ที่วิพากษ์และปรับแก้ข้อคำถามกับอาจารย์ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านแล้ว ผู้วิจัยได้นำไปให้ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เป็นผู้พิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามเพื่อตรวจสอบ ความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหาเกี่ยวกับตัวแปร โดยพิจารณาความสอดคล้องของ แบบสอบถามด้วยการคำนวณหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยใช้สูตร ในการคำนวณ คือ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับคำนิยาม

R คือ คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

+1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อความนั้นวัดได้สอดคล้องตรงตามนิยาม

0 คะแนน เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อความนั้นวัดได้สอดคล้องตรงตามนิยาม

-1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อความนั้นไม่สอดคล้องตรงตามนิยาม

ซึ่งผลการวิเคราะห์แบบสอบถามจะต้องมีค่า IOC ที่อยู่ระหว่าง 0.60 ถึง 1.00 โดยผลการวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญภายนอกจำนวน 5 ท่าน งานวิจัยนี้มีข้อความที่มีข้อความตรงกับเนื้อหาและความเหมาะสมเป็นค่าดัชนีความสอดคล้องในระดับ 0.88 ดังรายละเอียดในตาราง 9

ตาราง 9 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องความเที่ยงตรงแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญ

ประเด็นคำถาม	คะแนนผู้เชี่ยวชาญ					รวม
	1	2	3	4	5	
ด้านเศรษฐกิจ	0.50	0.75	0.50	1.00	0.75	3.50
ด้านสิ่งแวดล้อม	1.00	1.00	0.80	1.00	0.80	4.60
ด้านสังคม	0.70	1.00	0.83	1.00	0.78	4.30
ชื่อเสียงองค์กร	0.88	1.00	1.00	1.00	0.88	4.75
ความผูกพันของพนักงาน	0.80	1.00	1.00	1.00	1.00	4.80
ค่าเฉลี่ยความเที่ยงตรง (IOC) = 0.88						

4. ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและได้รับการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับบริษัทที่มี

คุณลักษณะเช่นเดียวกันกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อวิเคราะห์ค่าความเที่ยงโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยมีค่าความเที่ยงไม่ต่ำกว่า 0.70 โดยในงานวิจัยฉบับนี้ นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกัน 30 ราย ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในภาพรวม 0.92 และมีรายละเอียดความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกตได้ดังตาราง 10

ตาราง 10 แสดงค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

ประเด็นแบบสอบถาม	จำนวนข้อคำถาม	ค่าความเชื่อมั่น
1. ด้านเศรษฐกิจ	5	0.87
2. ด้านสิ่งแวดล้อม	10	0.93
3. ด้านสังคม	24	0.94
4. ชื่อเสียงขององค์กร	8	0.91
5. ความผูกพันของพนักงาน	11	0.95
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเฉลี่ยรวม		0.92

จากตาราง 10 ผลการวัดค่าความเชื่อมั่นของแต่ละตัวแปรสังเกตได้ พบว่าค่าความเชื่อมั่นที่ได้มีค่าระหว่าง 0.87 - 0.95 โดยมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในภาพรวมของแบบสอบถามในงานวิจัยเท่ากับ 0.92 ซึ่งเป็นค่าที่สูงมาก แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นและเหมาะสมเพียงพอที่นำมาใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเฉพาะส่วนที่เป็นแบบสอบถามของปี 2555 โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกันยายน 2556 - มีนาคม 2557 เป็นระยะเวลา 7 เดือน ส่งแบบ สอบถามและทวงถามรวมทั้งหมด 3 ครั้ง มีข้อมูลที่สมบูรณ์นำมาใช้ในงานวิจัยได้จำนวน 120 บริษัท ส่วนข้อมูลที่เป็นตัวเงินได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนธันวาคม 2556 - มีนาคม 2557 มีรายละเอียด คือ

1. ติดต่อขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อขอความอนุเคราะห์จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มประชากรในการวิจัย

2. ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์และส่งเป็นจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังกลุ่มบริษัทเป้าหมาย โดยใช้ระยะเวลาการติดตามทวงถามทางโทรศัพท์ไปรษณีย์ และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในการเก็บข้อมูลรอบแรกไม่สามารถได้กลุ่มตัวอย่างเพียงพอกับการวิจัย จึงได้ดำเนินการส่งครั้งที่ 2 และครั้งที่ 3 จึงเก็บข้อมูลได้เพียงพอที่จะใช้ในการวิเคราะห์

3. ตรวจสอบและคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จากนั้นนำข้อมูลในแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงบันทึกข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามที่ได้รับคำตอบกลับทุกครั้งไม่ว่าจะเป็นทางไปรษณีย์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลทางการเงินไปพร้อมกันกับขั้นตอนที่ 4 รายละเอียดของการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามแสดงตาราง 11

ตาราง 11 แสดงรายละเอียดการเก็บรวบรวมข้อมูล

รายละเอียด	จำนวนบริษัทที่ ส่งแบบสอบถาม	จำนวนบริษัท ที่ตอบกลับ
แบบสอบถามครั้งที่ 1 ส่งทางไปรษณีย์	459	83
แบบสอบถามครั้งที่ 2 ส่งทางไปรษณีย์	376	35
แบบสอบถามครั้งที่ 3 ส่งทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	212	9
รวมบริษัทที่ตอบกลับ 127 บริษัท		
แบบสอบถามที่ได้รับคืนและไม่สามารถใช้วิเคราะห์ได้		2 บริษัท
แบบสอบถามของบริษัทที่ไม่มีรอบระยะเวลาบัญชี 31 ธันวาคม		5 บริษัท
แบบสอบถามที่ตัดค่าผิดปกติ (Outliers)		8 บริษัท
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้สุทธิ (ทั้งทางไปรษณีย์และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์)		112 บริษัท
อัตราการตอบกลับของบริษัทที่ใช้ในการวิเคราะห์ $(112 \times 100) \div 459 = 24.40\%$		

รายละเอียดของการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปทั้งหมด 459 บริษัท บริษัทละ 2 ชุด สำหรับผู้บริหาร 1 ชุด และพนักงานทั่วไป 1 ชุด

ในครั้งที่ 1 และตอบกลับมาโดยนับเป็นหน่วยบริษัท คือ 83 บริษัท และมีส่งคืนไม่ถึงมือผู้รับจำนวน 1 บริษัท จึงได้ทำการส่งไปตามที่อยู่ใหม่และนำส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ครั้งที่ 2 จำนวน 376 บริษัท มีตอบกลับคืนมาจำนวน 35 บริษัท จากนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการส่งแบบสอบถามครั้งที่ 3 โดยส่งเป็นจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ตามเว็บไซต์ของบริษัทจำนวน 212 บริษัท มีตอบกลับมา 9 บริษัท ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมจำนวนแบบสอบถามที่ตอบกลับมามี 127 บริษัท แต่มีแบบสอบถามที่ตอบไม่สมบูรณ์ 2 บริษัท และมีรอบระยะเวลาบัญชีไม่ตรงกับวันที่ 31 ธันวาคม 5 บริษัท อย่างไรก็ตาม จำนวน 120 บริษัทที่ใช้ในการวิจัยนี้ต้องมีการเก็บข้อมูลการดำเนินงานทางการเงินที่ต้องมีการวิเคราะห์หาค่าผิดปกติ (Outliers) ออกไป 8 บริษัท ทำให้คงเหลือบริษัทที่ใช้ในการวิจัยนี้มีจำนวน 112 บริษัท (จากแบบสอบถามจำนวน 205 ชุด)

ดังนั้น จำนวนสุทธิของบริษัทที่ตอบกลับแบบสอบถามและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์คือ 112 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.40 หรือ 24.40%

4. จากขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยเก็บและรวบรวมข้อมูลที่เป็นตัวเงินจากงบการเงิน (ROA และ ROS) และข้อมูลในเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ (Tobin's Q) ของงวดปีบัญชี 2555 เฉพาะบริษัทที่ตอบแบบสอบถามกลับคืนมาจากนั้นนำตัวเลขมาคำนวณและบันทึกข้อมูล แต่เพื่อให้งานวิจัยนี้ทราบผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินชัดเจนมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้เก็บข้อมูลที่ทางการเงินของงวดปีบัญชี 2556 เพื่อทำการพิสูจน์เพิ่มเติมอีกครั้ง (ส่วนที่วิเคราะห์เพิ่มเติมปี 2556 ดูภาคผนวก ค และภาคผนวก ง)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรม SPSS for Window และ LISREL โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. คัดเลือกแบบสอบถามเฉพาะฉบับที่มีความสมบูรณ์จำนวน 112 บริษัท เพื่อทำการบันทึกข้อมูลจำแนกตามตัวแปรอิสระ คือ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสังคม กับจำแนกเป็นตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน ประกอบด้วยชื่อเสียงองค์กรและความผูกพันของพนักงาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยของแต่ละแปรสังเกตได้ที่เหมาะสมตามการอ้างอิงของ บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว (2535, หน้า 24) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง ระดับการเปิดเผยหรือระดับการประเมินมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง ระดับการเปิดเผยหรือระดับการประเมินมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 - 3.50 หมายถึง ระดับการเปิดเผยหรือระดับการประเมินปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง ระดับการเปิดเผยหรือระดับการประเมินน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง ระดับการเปิดเผยหรือระดับการประเมินน้อยที่สุด

2. บันทึกข้อมูลของตัวแปรที่เป็นผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินจากงวดปีบัญชี 2555 คือ ROA ROS และ Tobin's Q และจากนั้นทำการตรวจสอบหาค่าผิดปกติ (Outliers) โดยให้ค่าคะแนนมาตรฐานมีพิสัยระหว่าง -3 ถึง +3 หากผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินของบริษัทใดมีคะแนนมาตรฐานเกินกว่าที่กำหนดจะถือว่าเป็นค่าผิดปกติและทำการตัดชุดข้อมูลของบริษัทนั้นออกไป บริษัทที่เหลือจากการตัดค่าผิดปกติจะนำมาเก็บข้อมูลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน และมีรายละเอียดดังตาราง 12

ตาราง 12 แสดงจำนวนบริษัทที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

รายละเอียด	จำนวนบริษัท
บริษัทที่ตอบแบบสอบถามกลับมา	127
หัก แบบสอบถามของบริษัทที่ไม่สามารถใช้ได้	7
บริษัทคงเหลือ	120
หัก บริษัทที่มีค่าทางการเงินผิดปกติ :	
ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	6
ผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS)	2
มูลค่าขององค์กร (Tobin's Q)	-
บริษัทเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคงเหลือ	112

3. ทำการวิเคราะห์ค่าของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดของปี 2555 ด้วยการใช้อยู่สถิติ ดังนี้ สถิติหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Analysis) โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows และใช้ขนาดของกิจการโดยหาค่าเฉลี่ยจากลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm) ของสินทรัพย์รวมเป็นตัวแปรควบคุม

4. ทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งเป็นตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามที่เป็นผล

การดำเนินงานขององค์กรทั้งที่ไม่เป็นตัวแทนและเป็นตัวแทนปี 2555 เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากกลุ่มประชากรโดยใช้โปรแกรมลิสเรล (LISREL) ตามรูปแบบที่ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งมีตัวแปรที่ประกอบไปด้วยตัวแปรแฝงภายนอกและภายใน ผลการวิเคราะห์จะนำเสนอในรูปแบบของการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยค่าดัชนีที่นำมาใช้ในการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นหรือโมเดลลิสเรลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีดังนี้ (นงลักษณ์ วิรัชชัย 2542, หน้า 53-55 อ้างอิงใน กุณที วงศ์จันทร์มณี, 2551, หน้า 138)

4.1 ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) เป็นค่าสถิติที่ใช้การทดสอบสมมติฐานทางสถิติว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าเป็นศูนย์ ค่าที่ได้จากการทดสอบควรมีค่าต่ำ ยิ่งมีค่าที่ใกล้ศูนย์มากเท่าไร แสดงว่าโมเดลลิสเรลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ส่วนใหญ่มักกำหนดไว้ที่ 0.05

4.2 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เป็นการเปรียบเทียบระดับความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของสองโมเดล ถ้าค่าไคสแควร์มีค่าสูงเมื่อเทียบกับองศาอิสระต้องปรับโมเดลใหม่ให้มีค่าลดลงมากกว่าค่าแรก แสดงว่าโมเดลใหม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีขึ้น ถ้าค่าดัชนี GFI เป็นอัตราส่วนของผลต่างระหว่างฟังก์ชันความกลมกลืนจากโมเดลก่อนปรับและหลังปรับโมเดลกับฟังก์ชันความกลมกลืนก่อนปรับโมเดล ค่าดัชนี GFI จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 และ 1 ค่าดัชนี GFI ที่เข้าใกล้ 1.00 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.3 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) เมื่อนำดัชนี GFI มาปรับแก้ โดยคำนึงถึงขนาดขององศาความอิสระ จำนวนตัวแปร และขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะได้ค่าดัชนี AGFI เข้าใกล้ 1.00 แสดงว่า โมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.4 ค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Residual: RMR) ที่ขึ้นอยู่กับหน่วยการวัดของตัวแปร ควรมีค่าต่ำกว่า .05 เพื่อแสดงโมเดลที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.5 ดัชนีรากค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนจากการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) ควรมีค่าต่ำกว่า .05 จึงถือว่าโมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ในการวิจัยนี้ได้ทำการพิสูจน์รูปแบบของความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นเพิ่มเติมอีก 2 ครั้ง คือ

1. ผลการดำเนินงานขององค์กรในส่วนตัวเงินปี 2556 เพื่อดูผลกระทบที่สืบเนื่องมาจากการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของปี 2555 และ

2. ผลการดำเนินงานขององค์กรในส่วนตัวเงิน คำนวณจากผลต่างของอัตราส่วนทางการเงินระหว่างปี 2555 และ 2556 เพื่อดูผลกระทบที่สืบเนื่องมาจากการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของปี 2555 โดยการวิเคราะห์และการอภิปรายผลเพิ่มเติมนี้ ดูที่ภาคผนวก ค และภาคผนวก ง



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเพื่อศึกษาเรื่อง “การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” นำเสนอผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เพื่อให้มีการนำเสนอผลการวิจัยให้มีความสมบูรณ์ สามารถวิเคราะห์ข้อมูลและทำความเข้าใจผลการวิเคราะห์ได้ตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนค่าสถิติและตัวแปรในการวิจัย ดังตาราง 13

ตาราง 13 แสดงสัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนค่าสถิติและตัวแปร

สัญลักษณ์	ความหมาย
→	แทน ความสัมพันธ์ที่เป็นสาเหตุและผล โดยตัวแปรที่อยู่ต้นลูกศรเป็นสาเหตุและตัวแปรที่อยู่ปลายลูกศรเป็นผล
○	แทน ตัวแปรแฝง (Observed Variable)
□	แทน ตัวแปรสังเกตได้ (Latent Variable)

ตาราง 13 (ต่อ)

สัญลักษณ์	ความหมาย
สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ	
\bar{X}	แทน ค่าเฉลี่ย
S.D	แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
χ^2	แทน ค่าสถิติไค-สแควร์
df	แทน องศาอิสระ
R^2	แทน ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง หรือค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
p-value	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
GFI	แทน ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน
AGFI	แทน ค่าดัชนีวัดระดับความกลืนที่ปรับแล้ว
RMR	แทน ค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน
RMSEA	แทน ค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ย
TE	แทน อิทธิพลรวม
DE	แทน อิทธิพลทางตรง
IE	แทน อิทธิพลทางอ้อม
สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรแฝง	
CSR	แทน การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม
NFI	แทน การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน
FIN	แทน การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน
สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรตัวแปรสังเกตได้	
ECO	แทน ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ
ENV	แทน ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม

ตาราง 13 (ต่อ)

สัญลักษณ์	ความหมาย
SOC	แทน ตัวชี้วัดด้านสังคม
REP	แทน ชื่อเสียงองค์กร
COM	แทน ความผูกพันของพนักงาน
ROA	แทน อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์
ROS	แทน อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย
TOBIN	แทน มูลค่าขององค์กร

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้รวบรวมข้อมูลจากบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยรวม 112 บริษัท จากจำนวน 459 บริษัท และอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามดังสรุปในตาราง 14

ตาราง 14 แสดงจำนวนบริษัทที่ตอบกลับแบบสอบถามแยกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวนบริษัท ที่ส่ง แบบสอบถาม	จำนวน บริษัท ที่ตอบกลับ	ร้อยละ การตอบกลับ ของกลุ่ม	ร้อยละ การตอบ กลับ ภาพรวม
ทรัพยากร	29	13	44.83	2.83
อสังหาริมทรัพย์และ ก่อสร้าง	87	21	24.13	4.58
เกษตรและอุตสาหกรรม อาหาร	40	13	32.50	2.83
สินค้าอุปโภคบริโภค	40	12	30.00	2.61
สินค้าอุตสาหกรรม	80	23	28.75	5.01
เทคโนโลยี	38	5	13.16	1.09

ตาราง 14 (ต่อ)

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวนบริษัท ที่ส่ง แบบสอบถาม	จำนวน บริษัท ที่ตอบกลับ	ร้อยละ การตอบกลับ ของกลุ่ม	ร้อยละ การตอบ กลับ ภาพรวม
ธุรกิจการเงิน	57	6	10.52	1.31
บริการ	88	19	21.59	4.14
รวม	459	112		24.40

จากข้อมูลในตาราง 14 อธิบายได้ ดังนี้

การตอบกลับของบริษัทในภาพรวมคิดเป็นร้อยละ 24.40 ของจำนวน 112 บริษัท จากจำนวนที่ส่งแบบสอบถามไปทั้งหมด 459 บริษัท โดยเรียงลำดับของการตอบกลับจากมากไปน้อย คือ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมร้อยละ 5.01 กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างร้อยละ 4.58 กลุ่มบริการ 4.14 กลุ่มทรัพยากรและกลุ่มเกษตรอุตสาหกรรมอาหารตอบกลับจำนวนเท่ากัน คือ ร้อยละ 2.83 กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค 2.61 และกลุ่มธุรกิจการเงินร้อยละ 1.31 และกลุ่มเทคโนโลยีร้อยละ 1.09 ตามลำดับ

หากพิจารณาเฉพาะรายกลุ่มอุตสาหกรรมแล้วจะพบว่า กลุ่มที่ให้การตอบกลับมากที่สุด คือ กลุ่มทรัพยากรจากการส่งแบบสอบถามไปทั้งหมด 29 บริษัท มีการตอบกลับมา 13 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 44.83 ต่อมา คือ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมส่งแบบสอบถามไปทั้งหมด 40 บริษัท มีการตอบกลับจำนวน 13 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 32.50 สำหรับกลุ่มที่ตอบกลับน้อยที่สุด คือ กลุ่มธุรกิจการเงินจากการส่งแบบสอบถามไปทั้งหมด 57 บริษัท มีการตอบกลับมา 6 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 10.52

สำหรับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามงานวิจัยมีจำนวนทั้งสิ้น 205 ชุด จาก 112 บริษัท มีรายละเอียดดังตาราง 15

ตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	88	42.90
หญิง	117	57.10
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	32	15.61
30 – 40 ปี	76	37.07
41 – 50 ปี	60	29.27
สูงกว่า 50 ปี	37	18.05
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	7.32
ปริญญาตรี	107	52.19
ปริญญาโท	81	39.51
ปริญญาเอก	2	0.98
ตำแหน่งงาน		
ผู้บริหารระดับต้น	21	10.24
ผู้บริหารระดับกลาง	49	23.90
ผู้บริหารระดับสูง	28	13.66
พนักงาน	107	52.20
ประสบการณ์ในการทำงาน		
น้อยกว่า 3 ปี	49	23.90
3 – 6 ปี	51	24.88
7 – 10 ปี	27	13.17
มากกว่า 10 ปี	78	38.05

จากข้อมูลตาราง 15 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.10 อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.07 มีคุณวุฒิทางการศึกษาระดับปริญญาตรี

เป็นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 52.19 ผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ระดับสำคัญ คือ ตำแหน่งงานในระดับพนักงานทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 52.20 และสำหรับตำแหน่งงานในระดับผู้บริหารจะอยู่ในระดับกลางมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 23.90 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.05

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สำหรับข้อมูลแบบสอบถามที่ได้รับจากการตอบกลับจากบริษัทต่างๆ ผู้วิจัยได้นำมาบันทึกข้อมูลและดำเนินการในขั้นตอนต่อไปคือ การเก็บตัวเลขทางการเงินของบริษัทจากงบการเงินปี 2555 ที่ผ่านการตรวจสอบและรับรองจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทยจาก แบบ 56-1 รายงานประจำปี เว็บไซต์ของบริษัทและข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หลังตัดค่าผิดปกติทางการเงินออกแล้ว (Outliers) คงเหลือบริษัทจำนวน 112 บริษัท เพื่อนำมาคำนวณหาค่าทางการเงิน จากนั้นจึงนำข้อมูลทั้งหมดเข้ามาสู่กระบวนการใช้เครื่องมือวิจัยดังที่ได้กำหนดไว้แล้ว และนำเสนอผลการวิเคราะห์สถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยมีตัวแปรควบคุมเป็นขนาดของสินทรัพย์รวม ดังแสดงในตาราง 16

ตาราง 16 แสดงค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)		
ECO ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ	3.813	0.712
ENV ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม	3.505	0.860
SOC ตัวชี้วัดด้านสังคม	3.761	0.684
ผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI)		
REP ชื่อเสียงองค์กร	3.952	0.661
COM ความผูกพันของพนักงาน	3.881	0.639

ตาราง 16 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
ผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN)		
ROA ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์	0.060	0.071
ROS ผลตอบแทนต่อยอดขาย	0.086	0.149
TOBIN มูลค่าขององค์กร	1.542	0.761
สินทรัพย์รวม (SIZE)	7.09E+10	3.0573E+11

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์แยกอธิบายตามตัวแปรแฝง ดังนี้

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) พิจารณาจากค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้เรียงลำดับคือ ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (ECO) ($\bar{X} = 3.813$, S.D. = 0.712) ตัวชี้วัดด้านสังคม (SOC) ($\bar{X} = 3.761$, S.D. = 0.684) และตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) ($\bar{X} = 3.505$, S.D. = 0.860) มีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (ECO) ด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) และด้านสังคม (SOC) โดยรวมแล้วระดับของการเปิดเผยข้อมูลของค่าเฉลี่ยตัวชี้วัดมีการเปิดเผยข้อมูลในระดับที่มาก

การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) พิจารณาจากค่าเฉลี่ยของตัวแปรสังเกตได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเรียงตามลำดับคือ ชื่อเสียงองค์กร (REP) ($\bar{X} = 3.952$, S.D. = 0.661) และความผูกพันของพนักงาน (COM) ($\bar{X} = 3.881$, S.D. = 0.639) โดยรวมแล้วระดับการประเมินความคิดเห็นจากค่าเฉลี่ยของตัวแปรทั้ง 2 ตัว ของการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินอยู่ในระดับมาก

การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) พิจารณาจากค่าเฉลี่ยของตัวแปรสังเกตได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเรียงตามลำดับคือ มูลค่าขององค์กร (TOBIN) ($\bar{X} = 1.542$, S.D. = 0.761) ผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) ($\bar{X} = 0.086$, S.D. = 0.149) และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ($\bar{X} = 0.060$, S.D. = 0.071)

โดยตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดในการวิเคราะห์ถูกควบคุมด้วยขนาดของสินทรัพย์รวม (SIZE)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของการเปิดเผยข้อมูล ความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย

การสังเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นหรือโมเดลสมการ
โครงสร้าง จะต้องมีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ระหว่างตัวแปร
สังเกตได้จำนวน 8 ตัวแปร พบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05
มีตัวแปรที่สัมพันธ์กันในทางบวก ดังแสดงในตาราง 17

ตาราง 17 แสดงเมทริกซ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ปี 2555

ตัวแปร	ECO	ENV	SOC	REP	COM	ROA	ROS	TOBIN	SIZE
ECO	1.000								
ENV	0.627**	1.000							
SOC	0.654**	0.722**	1.000						
REP	0.663**	0.709**	0.698**	1.000					
COM	0.539**	0.567**	0.632**	0.778**	1.000				
ROA	-0.027	-0.022	0.002	0.026	-0.032	1.000			
ROS	0.031	0.065	0.084	0.159	0.079	0.585**	1.000		
TOBIN	-0.015	-0.011	-0.022	0.042	0.086	0.495**	0.251**	1.000	
SIZE	0.191*	0.073	0.147	0.153	0.174	-0.096	0.174	-0.083	1.000

** Pearson correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Pearson correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้จากตาราง 17 สามารถอธิบายผล ดังนี้

3.1 ตัวแปรสังเกตได้ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSRD) มีค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยรวมกับตัวแปรสังเกตได้ของการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวแทน (NFI) โดยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังนี้ ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) ตัวชี้วัดด้านสังคม (SOC) และตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (ECO) มีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงองค์กร (REP) ในทางบวกที่ระดับ 0.709

0.698 และ 0.663 ตามลำดับ สำหรับความผูกพันของพนักงาน (COM) นั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับตัวชี้วัดด้านสังคม (SOC) ด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) และด้านเศรษฐกิจ (ECO) ที่ระดับ 0.632 0.567 และ 0.539 ตามลำดับ สำหรับตัวแปรควบคุมที่เป็นขนาดขององค์กร (SIZE) จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีความสัมพันธ์กับตัวแปรการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินคือตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (ECO) ที่ระดับ 0.191

3.2 ตัวแปรสังเกตได้ของการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับตัวแปรสังเกตได้ของการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าขององค์กร (TOBIN) โดยรวมไม่พบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญ เช่นเดียวกันกับตัวแปรสังเกตได้ของการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมกับตัวแปรสังเกตได้ของการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) โดยรวมไม่พบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญ

3.3 สำหรับความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มของตัวแปรแฝงแต่ละตัวในการสังเกตจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า ในกลุ่มของตัวแปรแฝงการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มีตัวแปรสังเกตได้ที่มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก คือ ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (ECO) มีความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดด้านสังคม (SOC) และตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) ที่ระดับ 0.654 และ 0.627 ตามลำดับ ในขณะที่ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) มีความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดด้านสังคม (SOC) ที่ 0.722 ต่อมาตัวแปรแฝงการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) มีตัวแปรสังเกตได้ คือ ชื่อเสียงองค์กร (REP) มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงาน (COM) ในทิศทางบวกที่ระดับ 0.778 สำหรับตัวแปรแฝงการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ตัวแปรสังเกตได้ คือ ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าขององค์กร (TOBIN) ในทิศทางบวกที่ระดับ 0.585 และ 0.495 ตามลำดับ และผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) มีความสัมพันธ์กับมูลค่าขององค์กร (TOBIN) ที่ระดับ 0.251

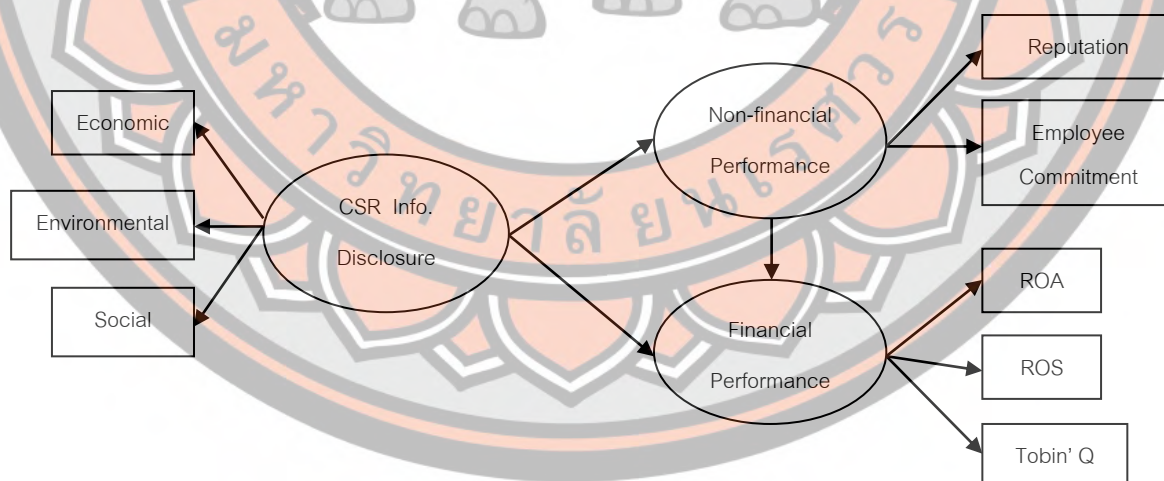
ดังนั้น การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สรุปได้ว่า ตัวแปรสังเกตได้ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) คือ ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (ECO) ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) และตัวชี้วัดด้านสังคม (SOC) กับตัวแปรสังเกตได้ของการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) คือ ชื่อเสียงองค์กร (REP) และความผูกพันของพนักงาน (COM) มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะเดียวกัน ตัวแปรสังเกตได้ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) คือ ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (ECO) ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) และตัวชี้วัดด้านสังคม (SOC) และตัวแปรสังเกตได้ของการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) คือ ชื่อเสียงขององค์กร (REP) และความผูกพันของพนักงาน (COM) ไม่มีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญกับตัวแปรสังเกตได้ของการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าขององค์กร (TOBIN)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบจากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 จากนั้นได้เก็บข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อทำการวิเคราะห์ค่าทางสถิติเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้แล้วจึงนำวิเคราะห์ประมวลผล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.1 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นจากการทบทวนวรรณกรรม



ภาพ 17 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากภาพ 17 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของงานวิจัยมาจากการทบทวนวรรณกรรมมีรายละเอียด คือ

4.1.1 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility Information Disclosure) ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระได้แนวคิดมาจากจริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics) และงานวิจัยที่ศึกษาโดย Svensson and Wood (2011); Gomez and Manzanare (2011); Vitell, Ramos and Nishihara (2010) ที่มีผลของการศึกษาสรุปภาพรวมได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้นอยู่กับความคาดหวังและการรับรู้ที่แตกต่างกัน โครงสร้างและกระบวนการทางจริยธรรมที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียในองค์กรมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศที่จะไปนำบูรณาการในด้านขององค์ความรู้ นวัตกรรมและการพัฒนามนุษย์ และมีทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory) ร่วมกับทฤษฎีสัญญาประชาคม (Social Contracts Theory) ที่แสดงผลกระทบขององค์กรที่มีต่อกลุ่มต่างๆ ในสังคม ซึ่งทั้งสองทฤษฎีเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการศึกษาของ Cho and Patten (2007) and Donaldson and Dunfee (1994) ที่องค์กรมีหน้าที่ต้องเปิดเผยข้อมูลต่อสังคม ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ ทฤษฎีความชอบธรรมและทฤษฎีสัญญาประชาคมมาผสมผสานกันเป็นตัวแปรการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีตัวแปรสังเกตได้ คือ ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (Economic) สิ่งแวดล้อม (Environmental) และสังคม (Social) ที่ประยุกต์มาจากรายงานขององค์การแห่งความร่วมมือว่าด้วยการรายงานสากล หรือ The Global Reporting Initiative (GRI) ที่ได้ให้แนวทางรายงานเพื่อความยั่งยืน Sustainability Reporting Guidelines Version 3.1 ของปี 2010-2011

4.1.2 การดำเนินงานองค์กร (Organizational Performance) เป็นเรื่องของการกระทำหรือพฤติกรรมบุคคลที่ปฏิสัมพันธ์กันและกระทำภายใต้กระบวนการทางเศรษฐกิจ ที่จะแสดงออกมาในรูปของการดำเนินงานขององค์กรทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ถูกสนับสนุนจากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สถาบันใหม่ (New Institutional Economics Theory) โดย เกรียงศักดิ์ ธีระโกวิททจร, 2551; Frurbotn and Richeter, 2007 และเลิศชัย สุธรรมานนท์, 2550 และจากทฤษฎีของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) ของ Freeman (1984: 1988) ที่ได้แบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็นกลุ่มต่างๆ ที่สามารถส่งผลได้หรือผลเสียต่อการดำเนินงานขององค์กร และในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้แบ่งตัวแปรตามเป็น 2 ตัวแปร คือ

1. ตัวแปรการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-financial Performance) ถูกนำมาใช้วัดในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมในงานวิจัยของ Galbreath (2010); Brine Brown and Hackett (2007); Hoque (2005); Heal (2005); Figge, et al. (2002) และผู้วิจัย

นำมาประยุกต์เป็นตัวแปรสังเกตได้ในงานวิจัยนี้ คือ ชื่อเสียงองค์กร (Reputation) และความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการวัดแบบ The Balance Scorecard ของ Kaplan and Norton (1996)

2. ตัวแปรการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (Financial Performance) เป็นส่วนหนึ่งของการวัดแบบ The Balance Scorecard ที่อยู่ในมุมมองด้านการเงินของ Kaplan and Norton (1996) และผู้วิจัยใช้การวัดโดยใช้อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio) ซึ่งมีนักวิจัยนำมาใช้ในงานวิจัยความรับผิดชอบต่อสังคมคือ Inoue and Lee (2011); Vitezic (2010); Wang (2010); Kang, Lee and Huh (2009) โดยประยุกต์ใช้เป็นตัวแปรสังเกตได้ คือ ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าขององค์กร (Tobin's Q)

4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยโปรแกรมลิสเรล (LISREL) เพื่อประมวลผลหาความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากข้อมูลปี 2555 และสามารถประมวลผลการวิเคราะห์ค่าที่เหมาะสมได้ในการประมวลผลในครั้งแรกเท่านั้น พิจารณาจากค่าความสอดคล้องตามตาราง 18

ตาราง 18 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ปี 2555

ลำดับ	ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการวิเคราะห์
1	P-value	>0.05	0.77	ผ่านเกณฑ์
2	$(\chi^2) / df$	≤ 2.00	$12.39/17 = 0.72$	ผ่านเกณฑ์
3	GFI	>0.90	0.97	ผ่านเกณฑ์
4	AGFI	>0.90	0.94	ผ่านเกณฑ์
5	RMSEA	<0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์
6	RMR	<0.05	0.01	ผ่านเกณฑ์

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 18 สามารถตรวจสอบความถูกต้องของรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ว่าค่าระดับความมีนัยสำคัญ (P-value) เท่ากับ 0.77 แสดงว่า

ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 8 ตัวแปรมีความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

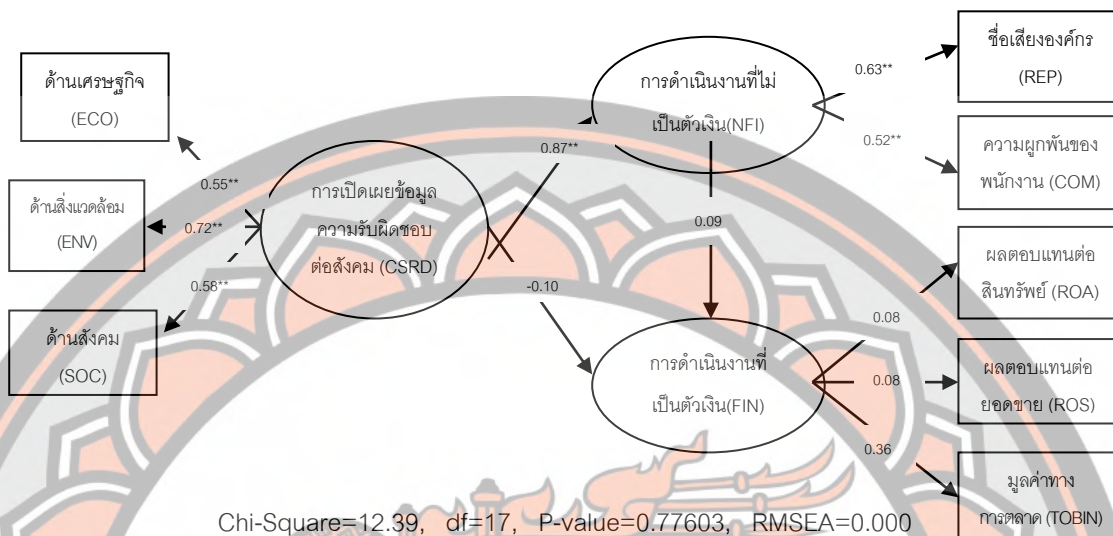
ค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 12.39 ระดับองศาอิสระ (df) เท่ากับ 17 มีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 0.72 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงปกติและกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 100 จึงทำให้รูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (GFI) เท่ากับ 0.97 แสดงปริมาณความแปรปรวน และความแปรปรวนร่วมที่รูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นถูกยอมรับว่ามีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.94 แสดงถึงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่ยอมรับรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นที่ปรับแก้ด้วยองศาความเป็นอิสระมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน (RMSEA) หรือค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ยเท่ากับ 0.00 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษ (RMR) เท่ากับ 0.01 แสดงค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนที่น้อยทำให้รูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ค่าแล้วสามารถสรุปผลได้ว่า ความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี 2555 ตามสมมติฐานผ่านเกณฑ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรการวัดแต่ละตัวเป็นตัวแปรที่สามารถวัดได้จริง แสดงดังภาพ 18



ภาพ 18 ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2555

4.3 การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถสรุปรายงานผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุได้ตามตาราง 19

ตาราง 19 แสดงค่าสถิติผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี 2555

ตัวแปรเหตุ	ตัวแปรผล			การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน			การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน		
				ตัวเงิน			ตัวเงิน		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)	0.87**	-	0.87**	-0.02	0.08	-0.10			

ตาราง 19 (ต่อ)

ตัวแปรเหตุ	ตัวแปรผล	การดำเนินงานที่ไม่เป็น ตัวเงิน (NFI)			การดำเนินงานที่เป็น ตัวเงิน (FIN)			
		TE	IE	DE	TE	IE	DE	
		การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI)	-	-	-	0.09	-	0.09
หมายเหตุ. 1. *p<0.05 **p<0.01								
2. TE=Total Effect=ค่าอิทธิพลผลรวม, IE=Indirect Effect=ค่าอิทธิพลทางอ้อม, DE=Direct Effect=ค่าอิทธิพลทางตรง								
3. ค่าสถิติ Chi-Square=12.39, df=17, P-value=0.776, RMSEA=0.000, RMR=0.009, GFI=0.97, AGFI=0.94								
ตัวแปร	REP	COM	ROA	ROS	TOBIN	ECO	ENV	SOC
ความเที่ยง	0.92	0.66	1.12	0.30	0.22	0.59	0.70	0.72
ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของสมการโครงสร้าง (R ² -square)	ตัวแปร				NFI	FIN		
					0.76	0.00		

จากตาราง 19 การทดสอบรูปแบบความสัมพันธ์ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปี 2555 มีความสอดคล้องกันตามค่าสถิติ และนำมาอธิบายถึงค่าอิทธิพลได้ว่าตัวแปรการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) นั้นได้รับอิทธิพลทางตรงจากการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.87 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในขณะที่ตัวแปรการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) นั้น พบว่าตัวแปรดังกล่าวไม่ได้รับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมจากตัวแปรการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) เพราะเป็นค่าอิทธิพลที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกันกับการไม่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI)

โดยสรุปแล้วค่าอิทธิพลที่แสดงให้ความหมายว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่ดีขึ้นจะส่งผลทางตรงโดยรวมต่อการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI)

ทั้งด้านชื่อเสียงขององค์กร (REP) และความผูกพันของพนักงาน (COM) ที่มีต่อองค์กรดีขึ้น แต่การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ไม่ส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ในด้านของผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าขององค์กร (TOBIN)



บทที่ 5

บทสรุป

การศึกษาการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายของการวิจัย 2 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน และที่เป็นตัวเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในบริบทความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้ง 8 กลุ่มอุตสาหกรรม จำนวน 112 บริษัท จากนั้นประมวลผลโดยใช้เทคนิครูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (SEM) ทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเพื่อตอบคำถามตามจุดมุ่งหมายและสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quatitative Research) มีตัวแปรอิสระสำคัญ คือ การเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR/D) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร คือ 1) ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (ECO) 2) ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) และ 3) ตัวชี้วัดด้านสังคม (SOC) สำหรับตัวแปรตามมีจำนวน 2 ตัวแปร ตัวแปรตามลำดับแรก คือ การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัวแปร คือ 1) ชื่อเสียงขององค์กร (REP) และ 2) ความผูกพันของพนักงาน (COM) ส่วนตัวแปรตามลำดับสอง คือ การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร คือ 1) ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) 2) ผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และ 3) มูลค่าทางการตลาดขององค์กร (TOBIN)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR/D) ในด้านของตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) มีความสัมพันธ์ในระดับสูงสุดกับการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ในด้านชื่อเสียงองค์กร (REP) เท่ากับ 0.709 และมีคู่ตัวแปรอื่นที่มีความสัมพันธ์กันสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ 1) ตัวชี้วัดด้านสังคม (SOC) กับชื่อเสียงองค์กร (REP) เท่ากับ 0.698 2) ตัวชี้วัดด้านสังคม (SOC) กับความผูกพันของพนักงาน (COM) เท่ากับ 0.632 และ 3) ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) กับความผูกพันของพนักงาน (COM) เท่ากับ 0.567

ตามลำดับ สำหรับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) พบว่าไม่มีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญเช่นเดียวกับการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ไม่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นกัน

การตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้น (SEM) ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยที่สร้างจากทฤษฎี กรอบแนวคิด และนิยามศัพท์ คือ 1) แบบสอบถามที่มีข้อความเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินขององค์กร โดยให้ผู้บริหารและพนักงานเป็นตัวแทนขององค์กร ในการตอบแบบสอบถาม มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และ 2) ข้อมูลทางการเงินจากการเงินของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ที่มีการตอบกลับของแบบสอบถาม และข้อมูลจากเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี 2555 จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมลิสเรล (LISREL) เพื่อหาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และหาค่าอิทธิพลระหว่างการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานขององค์กรทั้งที่ไม่เป็นตัวเงินและที่เป็นตัวเงิน และสรุปผลได้ว่า

1. มีความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตั้งแต่ครั้งแรกของการวิเคราะห์โดยที่ไม่ต้องทำการปรับรูปแบบ พิจารณาจากค่าดัชนีที่ผ่านเกณฑ์ คือ ค่าระดับความมีนัยสำคัญ (P-value) เท่ากับ 0.77 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 8 ตัวแปร ในภาพรวมมีความสอดคล้องกลมกลืนดีของรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 12.39 ระดับองศาอิสระ (df) เท่ากับ 17 มีค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 0.72 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.97 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.94 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.00 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.01

2. ตัวแปรการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.87 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

3. การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ไม่ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ไม่ได้รับอิทธิพลจากการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาของงานวิจัยเรื่องการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และการดำเนินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถูกสนับสนุนด้วยแนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ ทฤษฎีความชอบธรรม ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย ทฤษฎีสัญญาประชาคม และทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สถาบันใหม่ รวมถึงแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานตลอดจนงานวิจัยต่างๆ และการวิเคราะห์ผลจากกลุ่มเป้าหมายด้วยการใช้เครื่องมือวิจัยที่กำหนดและสถิติที่ใช้ สามารถอภิปรายผลตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยและตอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. จุดมุ่งหมายการวิจัย ข้อ 1. เพื่อศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินและที่เป็นตัวเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น สามารถจำแนกการอภิปรายผลเพื่อตอบสมมติฐานได้ ดังนี้

1.1 สมมติฐาน H1a. พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในระดับที่มีนัยสำคัญ (อิทธิพลทางตรง 0.87) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของตัวแปรแล้ว พบว่าการเปิดเผยข้อมูลในด้านของเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมจะส่งผลต่อชื่อเสียงและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ผลของงานวิจัยในประเด็นนี้จึงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยอื่น คือด้านชื่อเสียงขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bayoud, Kavanageh and Slaughter (2012, p. 156) ที่พบว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นนำไปสู่ความมีชื่อเสียงขององค์กร การเปิดเผยข้อมูลมากขึ้นจะส่งผลต่อชื่อเสียงมากขึ้นเช่นกัน และยังแสดงในมิติของการเป็นเครื่องมือสื่อสารที่จะปกป้องหรือยกระดับของภาพพจน์และชื่อเสียงขององค์กรรวมถึงการเป็นปัจจัยทางกลยุทธ์ประเภทหนึ่งที่ยังคงนำมาใช้ปัจจุบัน (Hooghiemstra, 2000, p. 64; Vitezic, 2011, p. 94) องค์กรขนาดใหญ่มองว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างคุณค่าให้กับบริษัทและผู้บริหารให้ความสำคัญในทางปฏิบัติ บางกิจกรรมถูกออกแบบมาเป็นพิเศษเพื่อให้วัตถุประสงค์บรรลุความสำเร็จโดยกิจกรรมนั้นสามารถมองเห็นได้เพื่อเป็นการรับประกันถึงชื่อเสียงขององค์กรที่ตามมา (Husted and Allen, 2007, p. 606)

ด้านความผูกพันของพนักงาน พนักงานเป็นผู้มีส่วนได้เสียในองค์กรที่มีคุณค่า และมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร (Greenwood and Anderson, 2009; Bae, Kan and Wang, 2011, p. 130; Bayoud Kavanagh and Slugher, 2012, p. 38) พนักงานเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียสำคัญตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Freeman, 1988, p.42) ผลของงานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Bayoud Kavanagh and Slugher (2012, p. 47) ที่สนับสนุนว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กรเพิ่มขึ้น เพียงแต่ระดับและข้อมูลของการเปิดเผยอาจแตกต่างกันระหว่างประเทศที่กำลังพัฒนาและประเทศที่พัฒนาแล้ว นอกจากนี้ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมอาจเกิดมาจากการที่องค์กรให้ความสำคัญต่อการสื่อสารไปยังภายนอก และสร้างความเข้าใจให้กับพนักงานที่มีต่อองค์กร สนับสนุนด้วยการศึกษาของ Gond, et al. (2010, p. 35) ที่แสดงให้เห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงต่อกระบวนการทางสังคมในองค์กร เป็นการบูรณาการสองกลไกให้เกิดการขับเคลื่อนและกระตุ้นการยอมรับความรับผิดชอบต่อสังคมกับทัศนคติในสถานที่ทำงาน และพฤติกรรมของพนักงาน ซึ่งท้ายที่สุดจะส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร การเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลให้พนักงานเกิดความรู้ความเข้าใจและยอมรับ เช่นเดียวกับ Ali, et al. (2010, pp. 2799, 2801) ระบุว่าความเข้าใจของพนักงานในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะส่งผลต่อระดับความผูกพันของพนักงานและส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร และจะยกระดับมากขึ้นหากพนักงานได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรืองานเหล่านั้นทั้งในด้านของกิจกรรมทางสังคม ชุมชน การทำงานในสภาพแวดล้อมและ การมีสวัสดิการพนักงานที่ดี การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้กับผู้บริโภค การปฏิบัติตามกฎระเบียบรัฐ ได้ทำงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งหมดนี้จะเป็นปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร และทำให้องค์กรมีการปรับปรุงการดำเนินงานอยู่เสมอ

สำหรับประเทศไทยอยู่ในกลุ่มของประเทศกำลังพัฒนา องค์กรธุรกิจในปัจจุบันมีการยอมรับและเริ่มพัฒนากระบวนการและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น มีการเปิดเผยข้อมูลและเผยแพร่ผ่านการสื่อสารในหลายรูปแบบ และผลได้ตามมาที่ชัดเจน คือ ชื่อเสียงและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ดังนั้นสมมติฐานนี้จึงยืนยันได้ถึงแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่ได้พบทวนมาและในบริบทของประเทศไทยแล้วมีผลลัพธ์เช่นเดียวกับงานวิจัยของต่างประเทศ

1.2 สมมติฐาน H1b. จากผลการวิจัย พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้ตัวแปรสังเกตได้ของการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ประกอบด้วยตัววัด คือ ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าขององค์กร (Tobin's Q) เพื่อหาคำตอบตามสมมติฐานว่าการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) จะส่งผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน (FIN) ขององค์กรหรือไม่ จากรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นไม่พบอิทธิพลที่มีนัยสำคัญ และผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวไม่สอดคล้องกับการศึกษาของนักวิจัยส่วนใหญ่ตามที่ได้ทบทวนวรรณกรรมว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมรวมไปถึงกิจกรรมทางสังคมมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งผลลัพธ์ของงานวิจัยนี้เป็นไปในทิศทางที่คล้ายคลึงกันกับงานวิจัยของ บุรณภพ สมเศรษฐ์, ภิรายุ แส่นบุตตา และมนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2556, หน้า 53) ที่อธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ว่าสาเหตุที่ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานทางการเงินขององค์กรในประเทศไทยเกิดจากตัวแปรส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์กัน เพราะมีความเป็นไปได้ว่าการทำกิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศไทยยังไม่สามารถสะท้อนประโยชน์ให้เห็นในระยะเวลาอันสั้นได้ อาจเนื่องมาจากประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนาจึงให้ความสำคัญต่อการยอมรับในเรื่องดังกล่าวแตกต่างกันกับประเทศอื่นหรือประเทศที่พัฒนาแล้ว และผลของงานวิจัยนี้ไปสอดคล้องกับการศึกษาของ Ramasamy, Thing and Yeung (2007, p. 33) ในประเทศมาเลเซียซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนากลุ่มเดียวกันกับประเทศไทยว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะมีผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินนั้นจะมีความชัดเจนก็ต่อเมื่อองค์กรได้มีการบันทึกรายการไปยังกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อที่จะได้ทราบถึงต้นทุนของการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและรายได้ที่เพิ่มขึ้นขององค์กรจากการทำกิจกรรมเพื่อสังคมนั้น ซึ่งกระบวนการบันทึกรายการดังกล่าวอาจต้องใช้ระบบการบัญชีต้นทุนเข้ามามีส่วนร่วม หรือมีการจัดทำบัญชีอย่างเหมาะสม (Letmathe and Doost , 2000) อีกประการหนึ่ง Smith, et al. (2010, p. 89) ได้สรุปเพิ่มเติมว่าขึ้นอยู่กับประเพณีและวัฒนธรรมของสังคมของแต่ละประเทศที่ให้การตอบสนองและการรับรู้แตกต่างกัน รวมถึงเหตุการณ์ที่มีความซับซ้อนทำให้การศึกษาในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานขององค์กรอาจต้องใช้ทฤษฎีอื่นในการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต (Cheung, 2010, p. 21) และสำหรับในส่วนของตัววัดการดำเนินงานทางการเงินในงานวิจัยอาจมีข้อจำกัดที่สำคัญในเรื่องของความเชื่อถือได้ของข้อมูลว่าองค์กรได้มีการตัดสินใจที่จะให้ความสำคัญเรื่องของสังคม และ

สิ่งแวดล้อมรวมเข้าไว้ในกระบวนการทำงานของธุรกิจด้วยหรือไม่ (Brine, Brown and Hackett, 2007, p. 55)

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินขององค์กรไม่ส่งผลต่อกัน จากการค้นคว้าเพิ่มเติมผู้วิจัยพบว่าได้มีนักวิชาการบางท่านได้พยายามที่จะหาวิธีการพิสูจน์ผลกระทบของการดำเนินงานทางการเงินที่เกิดจากความรับผิดชอบต่อสังคมในงานวิจัยเชิงประจักษ์ต่างๆ เพื่อหาความสัมพันธ์ดังกล่าวแต่ก็ยังไม่มียุทธวิธีที่แน่ชัด แต่ก็พอจะอธิบายได้ว่าเป็นเพราะความแตกต่างของตัวแปรระดับปฏิบัติการและความไม่สอดคล้องกันของตัวแปรที่ศึกษาวิจัย แต่ในการศึกษาของ Lin, Yang and Liou (2009, p. 61) ได้อธิบายในมุมมองที่ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมไม่อาจทำให้การดำเนินงานทางการเงินหรือผลประโยชน์ขององค์กรเพิ่มขึ้นได้ในทันที หากก็เป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อเป้าหมายในการควบคุมทางการเงินระยะสั้นให้เกิดความสมดุลและใช้ลดความเสี่ยงของความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อมูลค่าขององค์กรได้ในระยะยาวรวมถึงความยั่งยืน ดังนั้นการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอาจไม่ได้มีอิทธิพลทางตรงต่อการดำเนินงานทางการเงินอย่างชัดเจน แต่อย่างน้อยก็ได้ให้ประโยชน์กับกลุ่มของนักลงทุนที่ต้องการข้อมูลและกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้ได้รับความพึงพอใจในการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว (Gelb and Strawser, 2001, p. 11)

ผลลัพธ์ของสมมติฐานในประเด็นนี้ในอนาคตอาจมีการพิสูจน์ และให้ความชัดเจนมากขึ้นหากเป็นไปตามข้อคิดเห็นในการศึกษาของ Jamari and Mirshak (2007, p. 260) ที่ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมในบริบทของประเทศที่กำลังพัฒนาต้องมีการวางแผนอย่างเป็นระบบและมีความมุ่งมั่นที่แข็งแกร่งในการสร้างค่านิยมใหม่ให้เป็นแรงจูงใจที่เกิดกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในสังคมเพราะจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สมบูรณ์ในประเทศกำลังพัฒนาได้อย่างแท้จริง และทำให้แหล่งข้อมูลที่จะนำมาใช้ในงานวิจัยตามสมมติฐานนี้มีความสมบูรณ์และน่าเชื่อถือมากขึ้นในอนาคต

2. จุดมุ่งหมายการวิจัย ข้อ 2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตามสมมติฐาน H2. การค้นพบในการวิจัยนี้พบว่าการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นไม่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินที่ประกอบด้วยชื่อเสียงองค์กร (REP) และความผูกพันของพนักงาน (COM) ทั้งสองตัวแปรนี้เป็นลักษณะของสิ่งที่ไม่เป็นตัวตนเป็นนามธรรมที่ไม่สามารถระบุมูลค่าได้อย่างชัดเจน ในขณะที่

การศึกษาของ Vitezic (2011, pp. 8, 94) ระบุข้อคิดเห็นว่าการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินนั้นสามารถสร้างผลกระทบกับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินได้ เช่นเดียวกับ Surroca, Tribo and Waddock (2010, p. 482) ที่ได้สังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณในเรื่องเดียวกันพบว่าส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก และความรับผิดชอบต่อสังคมมีบทบาทเป็นตัวเร่งการพัฒนาสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนในด้านต่างๆ หรือการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินไม่ว่า ชื่อเสียงขององค์กรทุนมนุษย์หรือพนักงานในองค์กร นวัตกรรมและวัฒนธรรมที่นำไปสู่ผลได้ทางการเงินที่ดีขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างแข็งแกร่ง แต่ในงานวิจัยนี้ผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐาน สาเหตุส่วนหนึ่งอาจเกิดจากความซับซ้อนของข้อมูลทางการเงินที่ต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษา เพราะการดำเนินงานของธุรกิจมีความแตกต่างกันอย่างมากในแต่ละอุตสาหกรรมย่อมส่งผลต่อลักษณะของข้อมูลทางการเงินที่แตกต่างกันมากเช่นกัน ตลอดจนการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ใหม่ๆ ที่ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจจะส่งผลต่อการดำเนินงาน ดังนั้นอาจต้องใช้เวลายาวนานขึ้นในการพิสูจน์ (Velde, Vermeir and Corten, 2005, pp.135-136)

อย่างไรก็ตาม ภาพรวมของความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กรส่วนใหญ่ถูกวิเคราะห์ในมุมมองของกำไรทางเศรษฐกิจที่ขึ้นอยู่กับความเชื่อทางสังคม เพราะว่ามีมุมมองด้านการดำเนินงานทางการเงินนั้นจะถูกครอบงำโดยระบบเศรษฐกิจแบบตลาดเสรี ความรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืนเป็นแนวคิดที่กว้างรวมถึงการดำเนินการที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมดที่องค์กรสร้างเป็นนโยบายด้านบวกกับประเด็นด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมนอกเหนือจากด้านเศรษฐกิจปกติ ความตั้งใจ ทัศนคติและการจัดการในมุมมองที่มีต่อการดำเนินทางสังคมที่แสดงถึงความเคารพแก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด ไม่สำคัญว่าความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นตัวสนับสนุนส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพียงอย่างเดียวหรือจะเป็นวิธีใหม่ที่จะทำให้องค์กรได้รับประโยชน์ การพัฒนาอย่างยั่งยืนจึงเป็นคุณค่าและความจำเป็นที่จะต้องได้รับการส่งเสริมในอนาคต เพราะได้กลายเป็นส่วนประกอบสำคัญของหลักจริยธรรม ซึ่งเป็นผลประโยชน์ที่ธุรกิจและสังคมจะต้องลงทุนระยะยาว แม้นักวิจัยหลายท่านจะพบความสัมพันธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานทางการเงินก็ตาม แต่ก็ยังคงเป็นความท้าทายที่จะถูกประเมินออกมาเป็นผลกระทบเชิงปริมาณได้ ซึ่งหลายองค์กรก็ใช้การรับรู้ว่าการเปิดเผยข้อมูลที่มากขึ้นจะเป็นการปรับปรุงภาพพจน์และชื่อเสียงขององค์กร การเพิ่มขึ้นของรายได้ กำไรที่สูงขึ้น การจูงใจพนักงานและการลดต้นทุน (Vitezic, Vuko and Morec, 2012, p. 45)

บทสรุปของการวิจัยนี้ ผู้วิจัยพบความสัมพันธ์ที่เห็นได้ชัดเจนระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และถึงแม้ว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินจะไม่ส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินขององค์กรก็ตาม แต่ในรายละเอียดของข้อมูลที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยพบว่าในการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดขององค์กร (Firm Size) กับตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (Economic) ซึ่งในระยะยาวมีความเป็นไปได้ที่ความรับผิดชอบต่อสังคมจะส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน สอดคล้องกับเหตุการณ์ปัจจุบันที่องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่บางแห่งในประเทศไทยได้เริ่มให้ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น มีการริเริ่มที่จะทำการปันส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าสู่กระบวนการทางธุรกิจที่ชัดเจนขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และเพื่อการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในอนาคต มีดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 สำหรับองค์กรธุรกิจในประเทศไทยที่มีกระบวนการผลิตหรือมีผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ผลของการวิจัยนี้จะเป็นสิ่งยืนยันให้องค์กรสามารถนำไปใช้เพื่อให้มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น และนำไปใช้กับองค์กรธุรกิจทั่วไปได้เช่นกัน

1.2 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อการสร้างชื่อเสียง และผูกพันของพนักงาน องค์กรธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการวางแผนงานเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่องค์กรบางแห่งอาจต้องใช้ความพร้อมด้านระยะเวลาและเงินทุนตลอดจนกระบวนการสร้างความรู้ความเข้าใจรวมถึงการสร้างทัศนคติให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร

1.3 ผลของการวิจัยเป็นสิ่งยืนยันถึงผลได้ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้สาธารณชนหรือผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องมีทัศนคติและสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร และกระตุ้นให้ธุรกิจทุกระดับมีความต้องการที่จะปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น และสร้างคุณค่าและความมั่นคงให้กับองค์กร

1.4 ผลของการวิจัยสามารถนำไปใช้ในมุมมองของนักลงทุนทั้งในและนอกประเทศ ที่ให้ความใส่ใจต่อองค์กรที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว

2. ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

2.1 งานวิจัยนี้ผู้วิจัยพบว่าบริษัทที่อยู่ในกลุ่มของอุตสาหกรรมมีการตอบกลับแบบสอบถามในจำนวนที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าบริษัทที่อยู่ในกลุ่มของอุตสาหกรรมการผลิตที่มีผลกระทบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมมากจะมีความพยายามในการใช้ช่องทางของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้าใจให้แก่สาธารณชนมากกว่ากลุ่มอุตสาหกรรมบริการ และการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวจะมีมากในบริษัทที่ก่อตั้งมานาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bayoud, Kavanagh and Slaughter (2012, p. 21) ที่ระบุว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจะสูงกว่าบริษัทที่มีการดำเนินงานส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย ดังนั้นจากการตอบกลับของแบบสอบถามบริษัทที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจบริการจะให้การตอบกลับน้อย อาจเนื่องมาจากเป็นองค์กรที่ส่งผลกระทบในมิติของสิ่งแวดล้อมน้อย งานวิจัยในอนาคตอาจต้องระบุดังกล่าวโดยเฉพาะ และเพื่อให้เกิดผลเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจนอาจต้องให้การวิจัยเชิงคุณภาพเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น และใช้เวลาในการเก็บข้อมูลที่ยาวนานขึ้นกว่าเดิม

2.2 งานวิจัยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กรในอนาคตสามารถทดสอบในมิติอื่นได้ อาทิ การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในมุมมองของลูกค้า นักลงทุน ชุมชน เจ้าหนี้ ลูกหนี้และผู้มีส่วนได้เสียอื่น แต่สำหรับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินที่ต้องใช้รูปแบบตัววัดทางการเงินในกรณีศึกษาของประเทศไทยอาจต้องใช้ข้อมูลมากกว่าหนึ่งรอบปีบัญชีหรือองค์กรมีข้อมูลทางบัญชีที่เกี่ยวข้องสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับตัวเลขทางการเงินได้ ส่งผลให้การใช้ตัววัดทางการเงินให้ผลลัพธ์ที่ชัดเจน

2.3 ตัววัดทางการเงินที่นำมาใช้ในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม อาจต้องศึกษาและทดลองใช้ตัววัดทางการเงินอื่นนอกเหนือจาก ROA ROS และ Tobin's Q

2.4 งานวิจัยเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กรในบริบทของประเทศไทย อาจต้องแยกศึกษาในเชิงลึกแต่ละมิติหรือวิจัยเป็นกรณีศึกษา โดยเฉพาะจากตัวอย่างบริษัทที่มีความพร้อมในการให้ข้อมูลทั้งด้านเงินลงทุน การจัดสรรทรัพยากร เข้าสู่กระบวนการทำงานเพื่อสังคมและผลได้ที่เกิดขึ้นสามารถวัดได้อย่างเป็นรูปธรรม



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยพระปริยัติธรรม

บรรณานุกรม

- กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. (2555). **ผลประโยชน์ของไทยจากความร่วมมือกับ OECD**. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2556, จาก <http://www.mfa.go.th/business/th/customize/16524-ผลประโยชน์ของไทยจากความร่วมมือกับ-OECD.htm>
- กัญญาวัฒน์ ชีระวานิชผล. (2552). **ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์กิจการและผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม พ.ศ. 2553. (2554). **ราชกิจจานุเบกษา ฉบับที่ 4272**. 128(18 ง). หน้า 1-133.
- กุลมณี วงศ์จันทร์มณี. (2551). **รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตภาคเหนือ**. วิทยานิพนธ์ กศ.ด., มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- กลุ่มไทยทำปรัชญา. (2554). **จริยศาสตร์เชิงคุณธรรม. สารานุกรมปรัชญาออนไลน์ ฉบับสังเขป**. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2554, จาก <http://www.philospedia.net/virtueethics.html>
- เกรียงศักดิ์ ธีระโกวิทขจร. (2551). **เศรษฐศาสตร์สถาบันกับกรณีเลิกจ้างประธานสหภาพไทรอัมพ์**. **Direct Thinking**. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2556, จาก <http://kriangsakt.blogspot.com/2008/08/blog-post.html>
- จอมขวัญ รัชตะววรรณ. (2549). **การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมของบริษัทในอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมบริการ การวิจัยเชิงประจักษ์: บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- จิตติมา คงจำเนียร. (2553). **Top 5 โมเดล CSR สู่ความเป็นเลิศ**. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2554, จาก <http://www.greenthaiproduct.com/index.php?mo=14&newsid=215825>
- จินตนา บุญบงการ. (2552). **สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 8)**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลลสิทธิ์. (2543). **โมเดล LISREL เพื่อการวิจัย**. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2555, จาก <http://www.watpon.com/lisrel/>

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2555). **นโยบายการกำกับดูแลกิจการของกลุ่มตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2555, จาก http://www.set.or.th/th/about/overview/setcg_p2.html
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **ข้อมูลการเข้าจดทะเบียน: ประโยชน์ในการเข้าจดทะเบียน**. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2556, จาก http://www.set.or.th/th/products/listing/info_p1.html
- นภดล รั่มโพธิ์ และมนวิกา ผดุงสิทธิ์. (2552). **เครื่องมือการประเมินผลการปฏิบัติงานองค์กร**. กรุงเทพฯ: คณะบุคคลอิเมจิเนียร์ริง.
- นภาพร ชันธนาภา และศานิต ด้านสมสถิต. (2547). **จริยธรรมและสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- นิตยา วงศ์ภินันท์วัฒนา, วิไลลักษณ์ แสงอรุณ, วรณศิริศิลป์ ทิมแย้มประเสริฐ และวันดี อืดปัญญา. (2547). การเปรียบเทียบของการเปิดเผยข้อมูลนโยบายสิ่งแวดล้อมของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **วารสารบริหารธุรกิจ**, 103. 15-36.
- บริกแฮม ยูจีน เอฟ และฮุสตัน โจเอลเอฟ. (2543). **การจัดการการเงิน**. กรุงเทพฯ: บุ๊คเน็ต.
- บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว. (2535). การอ้างอิงประชากรเมื่อใช้เครื่องมือแบบมาตราส่วนประมาณค่ากับกลุ่มตัวอย่าง. **วารสารวัดผลการศึกษา**, 3(1), 24.
- บุรณภพ สมเศรษฐ์, ภิญญา แสนบุตดา และมนวิกา ผดุงสิทธิ์. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดขององค์กร ความรับผิดชอบทางสังคม และผลการดำเนินงานด้านการเงิน. **วารสารวิชาชีพบัญชี**, 9(24), 37-58.
- พรรัตน์ แสงดงหาญ. (2551). **Commitment VS Engagement**. Productivity Corner จัดหมายข่าวรายเดือนสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 9(103), สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.gotoknow.org/posts/114919>
- พร้อมบุญ พาณิชภักดิ์. (2552). **มาช่วยกันวัดผล CSR**. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2554, จาก http://www.thaigoodgovernance.org/webpage/news_activity.php?id=155
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2553). **การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน**. นนทบุรี: ริงค์ ปียอนด์บุ๊กส์.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2555). **การจัดการจริยธรรมทางธุรกิจ: ฐานรากของซีเอสอาร์ปฐมเหตุ**. กรุงเทพฯ: บรรณศิลป์ ฟรินติ้ง.

- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2552). ความรับผิดชอบต่อสังคม. ใน **อัญญาขันธวิทย์, ศิลปพร ศรีจันเพชร และเดือนเพ็ญ จันทศิริศรี (บรรณาธิการ), การกำกับดูแลเพื่อสร้างมูลค่ากิจการ**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ และวรภัทร ไตรณะเกษม. (2553). SRI, CG และ CSR. สืบค้นเมื่อ 28 ธันวาคม 2553, จาก <http://soonsap.wordpress.com/2010/02/07/sri-cg-and-csr/>
- มนตรี ชูวายุ. (2539). **การเสนอรูปแบบรายงานการบัญชีความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทย การวิจัยเชิงประจักษ์**. วิทยานิพนธ์ บช.ด., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- มันชัย สุทธิพันธ์. (2556). **ทางออกของธุรกิจไทยสู่หนทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน. วารสารบริหารธุรกิจคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 36(137), 38-50.
- วิทยา ชีวภูมิทัต. (2553). **พลัง CSR สู่อันดับเลิศ ฉบับ ADVANCE**. กรุงเทพฯ: สุานพิมพ์. วิทยา ด้านธำรงกุล. (2546). **การบริหาร**. กรุงเทพฯ: เอ็ดดูเคชั่น.
- วิรัช สงวนวงษ์วาน. (2547). **การจัดการและพฤติกรรมองค์กร (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วันชัย มีชาติ. (2550). **การบริหารองค์กร (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ศิริชัย สาครรัตนกุล. (2548). ระดมสมอง. **ประชาชาติธุรกิจ**. 3705(29). สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2554, จาก <http://www.theproof.sgs.com/th/03/iso-26000-part-1-jan.htm>
- ศุภมิตร เตชะมนตรีกุล. (2540). **การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมสำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: แนวทางและรูปแบบ**. วิทยานิพนธ์ บช.ด., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- เศรษฐศาสตร์สถาบันแบบใหม่. (2012). **เศรษฐศาสตร์สถาบัน**. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2556, จาก <http://www.stou.ac.th/stouonline/LOM/data/sec/Alternative/02-01-02.html>
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2551). **เพิ่มทิศธุรกิจเพื่อสังคม**. กรุงเทพฯ: ไอคอนพริ้นติ้ง.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2554). **OECD Guidelines: ข้อเสนอแนะของกลุ่ม OECD**. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2555, จาก http://www.csri.or.th/new2012/index.php?option=com_k2&view=item&id=227:oece-guidelines

- สถาบันไทยพัฒนา. (2554). รายงานเพื่อความยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2554,
จาก <http://thaicsr.blogspot.com/2011/02/reporting-csr.html>
- สถาบันไทยพัฒนา. (2555). ซีเอสอาร์คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2555,
จาก http://thaicsr.blogspot.com/2006/03/blog-post_20.html
- สถาบันไทยพัฒนา. (2555). รายงานเพื่อความยั่งยืน REPORTING YOUR CSR Update GRI
version 3.1. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยพัฒนา.
- สภาวิชาชีพบัญชี มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 1. (2555). การนำเสนองบการเงิน.
สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2557, จาก <http://www.fap.or.th/index.php?lay=show&ac=article&Id=539822186&Ntype=57>
- สภาวิชาชีพบัญชี มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 37. (2552). ประมาณการหนี้สิน หนี้สิน
ที่อาจเกิดขึ้น และสินทรัพย์ที่อาจเกิดขึ้น. สืบค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2554,
จาก <http://www.fap.or.th/fap/?q=node/427>
- สมเกียรติ ตั้งนโม. (2550). Legitimacy: ว่าด้วยความชอบธรรมตักยุด VS ความชอบธรรม
ร่วมสมัย. มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน. สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2552,
จาก <http://www.midnightuniv.org/midnight2544/0009999565.html>
- สมยศ นาวิการ. (2541). การบริหารเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ:
ผู้จัดการ.
- สมบูรณ์ ศิริประชัย. (2552). เศรษฐศาสตร์สถาบันแบบใหม่: แนวการวิเคราะห์ข้ามพ้น
กระแสหลัก?. วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์. 27(1), 118-147.
- สมบัติ ทิมทรัพย์. (2004). คุณธรรมและจริยธรรมนักบริหาร. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2554,
จาก <http://www.ombudsman.go.th/10/ethical/ethical0.pdf>
- สุภมาส อังคุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชณีกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2554). สถิติวิเคราะห์
สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม
LISREL (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เจริญดีมีนคองการพิมพ์.
- โสภณ พรโชคชัย. (2552). CSR แบบ Win Win. CSR. 3, 39-42.
- อภิชาติ พงศ์สุพัฒน์. (2544). การเงินธุรกิจ. กรุงเทพฯ: ศูนย์การพิมพ์ดิจิทัล.
- เอนก วัดแย้ม. (2554). ทฤษฎีสัญญาประชาคม (Theory of the Social Contract).
ANEK MPA2_2010. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2556, จาก <http://mpa2011.blogspot.com>

- อนันตชัย ยूरประดม.(2550). CSR จากแนวคิดสู่วิธีปฏิบัติ. **วารสาร Productivity World**.
 สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2552, จาก [http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/
 knw_pworld/image_content/71/pw71_4lds3.pdf](http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/71/pw71_4lds3.pdf)
- อัญญา ชันธวิทย์, ศิลปพร ศรีจันเพชร และเดือนเพ็ญ จันศิริศรี. (2552). **การกำกับดูแล
 เพื่อสร้างมูลค่ากิจการ**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- Ali, I., Rehman, K. U., Ali, S. I., Yousaf, J. and Zia, M. (2010). Corporate Social
 Responsibility Influences, Employee Commitment and Organizational
 Performance. *African Journal of Business management*, 4(12), 2796-2801.
- Amanfu, A. A. (2011). Analysis of the effect of employee engagement on the
 performance of and organization a case study of Guinness Ghana Breweries
 LTD. Thesis, M.B.A., Maastricht School of Management, Netherlands.
- Amao, O. O. (2007). **Corporate Social Responsibility, Social Contract, Corporate
 Personhood and Human Right Law: Understanding The Emerging
 Responsibilities Of Modern Corporations**. Retrieved June 2, 2013,
 from http://works.bepress.com/olufemi_amao/1/
- Aras, G., Aybars, A. and Kutlu, O. (2009). Managing corporate performance:
 Investigating the relationship between corporate social responsibility and
 financial performance in emerging markets. *International Journal of Productivity
 and Performance Management*, 59, 229-254.
- Archel, P., Husillos, J., Larrinaga, C. and Spence, C. (2009). Social disclosure,
 legitimacy theory and the role of the state. *Accounting, Auditing & Accountability
 Journal*, 22, 1284-1307.
- Arenas, D., Lozano, J. M. and Albareda, L. (2009). The Role of NGOs in CSR: Mutual
 Perceptions Among Stakeholders. *Journal of Business Ethics*, (88), 175-197.
- Arshad, R., Othman, S. and Othman, R. (2012). Islamic Corporate Social Responsibility,
 Corporate Reputation and Performnce. *World Academy of Science, Engineering
 and Technology*, 64, 1070-1074.
- Arussi, A. S. A., Selamat, M. H. and Hanefah, M. M. (2009). Determinant of financial and
 environmental disclosures through the internet by Malaysian companies.
Financial and Environmental Disclosures, 17(1), 59-76.

- Bae, K. H., Kang, J. K. and Wang, J. (2010). Employee treatment and firm leverage: A test of the stakeholder theory of capital structure. *Journal of Financial Economics*, (100), 130-153.
- Balmer, J. M. T., Fukukawa, K. and Gray, E. R. (2007). The Nature and Management of Ethical Corporate Identity: A Commentary on Corporate Identity, Corporate Social Responsibility and Ethics. *Journal of Business Ethics*, (76), 7-15.
- Baltazar, P. P. D. A. (2011). *Corporate Social Responsibility from and Employees' Perspective: Contributes for Understanding Job Attitudes*. Doctoral dissertation, Ph.D., University of Lisbon, Portugal.
- Baird, P. L., Geylani, P. C. and Roberts, J. A. (2012). Corporate Social and Financial Performance Re-Examined: Industry Effects In a Linear Mixed Model Analysis. *Journal Business Ethics*, (109), 367-388.
- Bayoud, N. S., Kavanagh, M. and Slaughter, G. (2012). Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Reputation in Developing Countries: The Case of Libya. *Journal of Business and Policy Research*, 7(1), 131-160.
- Bayoud, N. S., Kavanagh, M. and Slaughter, G. (2012). Corporate Social Responsibility Disclosure and Employee Commitment: Evidence from Libya. *International Journal of Economics and Finance*, 4(5), 37-50.
- Bayoud, N. S., Kavanagh, M. and Slaughter, G. (2012). Factors Influencing Levels of Corporate Social Responsibility Disclosure by Libyan Firms: A Mixed Study. *International Journal of Economics and Finance*. 4(4), 13-29.
- Bebbington, J., Larrinaga C. and Moneva J. M. (2007). Corporate Social Reporting and Reputation Risk Management. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 21(3), 337-358.
- Bebbington, J., Larrinaga C. and Moneva J. M. (2008). Legitimation Reputation / The Reputation of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(3), 371-374.
- Becchetti, L., Ciciretti, R. Hasan. I. and Kobeissi, N. (2011). Corporate social responsibility and shareholder's value. *Journal of Business Research*, 1-8.

- Beschorner, J. (2006). Ethical Theory and Business Practices: The Case of Discourse Ethics. *Journal of Business Ethics*, (66), 127-139.
- Brady, A. and Honey, G. (2007). *Corporate reputation: perspective of measuring and managing a principal risk*. United Kingdom: The Technical Department CIMA.
- Branco, M. C. and Rodrigues, L. L. (2008). Social responsibility disclosure: A study of proxies for the public visibility of Portuguese banks. *The British Accounting Review*, 40, 161-181.
- Brine, M., Brown, R. and Hackett, G. (2007). Corporate Social Responsibility and Financial Performance in the Australian Context. *Economic Roundup*, 47-58.
- Brown, T. M. (2005). *Corporate Integrity: Rethinking Organizational Ethics and Leadership*. United Kingdom, The University Press, Cambridge.
- Chen, H. and Wang, X. (2011). Corporate social responsibility and corporate financial performance in China: an empirical research from Chinese firms. *Corporate Governance*, 11(4), 361-370.
- Chenhall, H. R. and Langfield-Smith, K. (2007). Multiple Perspectives of Performance Measures. *European Management Journal*, (25), 266-282.
- Cheng, L. W. and Ahmad, J. (2010). Incorporating stakeholder approach in corporate social responsibility (CSR): a case study at multinational corporations (MNCs) in Penang. *Social Responsibility Journal*, 6(4), 593-610.
- Cheung, P. and Mak, W. (2010). *The Relation Between Corporate Social Responsibility Disclosure and Financial Performance: Evidence from The Commercial Banking Industry*. Master of Financial Risk Management, Canada.
- Cho, C. H. and Patten, D. M. (2007). The role of environmental disclosures as tool of legitimacy: A research note. *Accounting, Organizations and Society*, 32, 639-647.
- Chung, K. H. and Pruitt, S. W. (1994). A Simple Approximation of Tobin's q. *Financial Management*, 23(2), 70-74.
- Comings, L. and Patel, C. (2009). Stakeholder Literature Review. *Studies in Managerial and Financial Accounting*, 19, 17-51.

- Cuganesan, S., Guthrie, J. and Ward, L. (2010). Examining CSR disclosure strategies within the Australian food and beverage industry. *Accounting Forum*, 34, 169-183.
- Deegan, C. (2002). Introduction the legitimising effect of social and environmental disclosures - a theoretical foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), 282-311.
- Donaldson, T. and Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.
- Donaldson, T. and Dunfee, T. W. (1994). Toward a unified conception of business ethics: Integrative social contracts theory. *Academy of Management Review*, 19(2), 252-284.
- Donovan, G. O. (2002). Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 344-371.
- Douglas, A., Doris, J. and Johnson, B. (2004). Case study: Corporate social reporting in Irish financial institutions. *The TQM magazine*, 16(6), 387-395.
- Dunfee, T. W. (1995). Introduction to the Special Issue on Social Contracts and Business Ethics. *Business Ethics Quarterly*, 5(2), 167-171.
- Dunfee, T. W. (2006). A Critical Perspective of Integrative Social Contracts Theory: Recurring Criticisms and Next Generation Research Topics. *Journal of Business Ethics*, 68, 303-328.
- Elkington, J. (2004). Enter the Triple Bottom Line. In H. Adrian and R. Julie. (Eds.), *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up? Assessing the Sustainability of Business and CSR* (p.2). UK: Earthscan.
- Epstein, M. J. and Roy, M. J. (2001). Sustainability in action: Identifying and measuring the key performance drivers. *Long Rang Planning*, 34, 585-604.

- European Commission. (2011). **Communication from The Commission to The European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and The Committee of The Regions: A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility**. Retrieved January 15, 2013, from <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681&from=EN>
- Fan, Y. (2005). Ethical branding and corporate reputation. **Corporate Communications: An International Journal**, 10(4), 341-350.
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J. and Ferrell, L. (2000). **Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases** (4th ed.). Boston, New York: Houghton Mifflin Company.
- Figge, F., Hahn, T., Schaltegger, S. and Wagner, M. (2002). The Sustainability Balanced Scorecard – Linking Sustainability Management to Business Strategy. **Business Strategy and the Environment**, 11, 269-284.
- Fontaine, C., Haarman, A., and Schmid, S. (2006). **The Stakeholder Theory**. Stakeholder Theory of The MNC. Retrieved January 15, 2013, from <http://www.edalys.fr/documents/Stakeholders%20theory.pdf>
- Freeman, R.E. (1988). Stakeholder Theory of the Modern Corporation: Kanitian Capitalism. **General Issues in Business Ethics**, 38-48.
- Freeman, R. E. and McVea, J. (2006). A Stakeholder Approach to Strategic Management. In J. McGee (Ed). **The Blackwell Encyclopedia of Management: Strategic Management** (2nd ed., p. 193). Blackwell Publishers.
- Furubotn, E. G. and Richter, R. (2007). **Institutions and Economic Theory: The Contribution of the New Institutional Economics**. The United State of America: The University of Michigan Press Manufactured.
- Galbreath, J. (2010). How does corporate social responsibility benefits firm? Evidence From Australia. **European Business Review**, 22(4), 411-431.
- Gelb, S. D. and Strawser, A. J. (2001). Corporate Social Responsibility and Financial Disclosure: An Alternative Explanation for Increased Disclosure. **Journal of Business Ethics**, 33, 1-13.

- Global Reporting Initiative. (2010-2011). **Sustainability Reporting Guidelines** (Version 3.1). Retrieved March 29, 2012, from <https://www.globalreporting.org/reporting/reporting/latest-guidelines/g3-1-guidelines/Pages/default.aspx>
- Ghoul, E. S., Guedhami, O., Kwok, C. Y. C. and Mishra, R. D. (2011). Does corporate social responsibility affect the cost of capital?. *Journal of Banking & Finance*, 35, 2388-2406.
- Gomez, F. G. and Manzanares, M. J. D. (2011). Ethics and corporate social responsibility integrated into knowledge management and innovation technology A case study. *Journal of Management Development*, 30(6), 569-581.
- Gond, Jean-Pascal., El-Akremi, A., Igalens, J. and Swaen, V. (2010). Corporate Social Responsibility Influence on Employees. *ICCSR Research Paper Series*, Nottingham University Business School, (54), 1-46.
- Gray, R., Kouhy, R. and Lavers, S. (1995). Methodological themes: Constructing a research database of social environmental reporting by UK companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 78-101.
- Green, T. and Peloza, J. (2011). How does corporate social responsibility create value for consumer?. *Journal of Consumer Marketing*, 1(28), 48-56.
- Green Products and Service. (2013). *The Corporate Social Responsibility Newswire*. Retrieved January 16, 2013, from http://www.csrwire.com/green_products
- Greenwood, M. and Anderson, E. (2009). I used to be an employee but now I am a stakeholder: Implications of labeling employees as stakeholder. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 47, 186-200.
- Gross, R. and Holland, B. (2011). White Paper: **Corporate Social Responsibility and Employee Engagement: Making the Connection**. Retrieved May 1, 2013, from http://www.mandrake.ca/bill/news/articles_june_2011.asp
- Guthrie, J. (2006). Legitimacy Theory: A Story of Reporting Social and Environmental Matters Within The Australian Food and Beverage Industry. Retrieved January 12, 2013, from www.csringreece.gr/.../research/CSR-1290000469.pdf

- Harrington, C. (2003). Socially responsible investing. *Journal of Accountancy*, 2(3), 52-61.
- Hart, G. and Owen, D. (1991). Environmental Disclosure in the Annual Reports of British Companies: A Research Note. *Accounting Auditing & Accountability*. 4(3), 51-61.
- Heal, G. (2005). Corporate social responsibility: An economic and financial framework. *The Geneva Papers on Risk and Insurance*. 3(30), 387-390.
- Helm, S. (2010). Employees' awareness of their impact on corporate reputation. *Journal of Business Research*, 3(3), 1-7.
- Henriques, A. and Richardson, J. (2004). *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up? Assessing the Sustainability of Business and CSR*. UK and USA, Earthscan.
http://www.mandrake.ca/bill/news/articles_june_2011.asp
- Holme, R., and Watts, P. (2000). *Corporate social responsibility: making good business sense*. Conches-Geneva: World Business Council for Sustainable Development.
- Hohnen, P. and Potts, J. (2007). *Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business*. International Institute for Sustainable Development.
Retrieved January 12, 2013, from http://www.iisd.org/pdf/2007/csr_guide.pdf
- Hooghiemstra, R. (2000). Corporate Communication and Impression Management: New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting. *Journal of Business Ethics*, 27, 56-68.
- Hoque, Z. (2005). Linking environmental uncertainty to non-financial performance Measures and performance: a research note. *The British Accounting Review*, 37, 471-481.
- Hubbard, G. (2009). Measuring Organizational Performance: Beyond the Triple Bottom Line. *Business Strategy and the Environment*, (19), 177-191.
- Husted, B. W. and Allen, D. B. (2007). Strategic Corporate Social Responsibility and Value Creation among Large Firms: Lessons from the Spanish Experience. *Long Range Planning*, 40, 549-610.

- Inoue, Y., and Lee, S. (2011). Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries. *Tourism Management*, 32, 790-804.
- International Organization for Standardization. (2008). *ISO and social responsibility*. Retrieved September 19, 2010, from <http://www.iso.org/iso/socialresponsibility.pdf>
- International Organization for Standardization. (2010). *ISO 26000:2010. Guidance on Social Responsibility*. Retrieved December 26, 2010, from http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=42546
- Jacobs, W. B., Singhal, R. V. and Subramanian R. (2010). An Empirical Investigation of Environmental Performance and the Markets Value of the Firm. *Journal of Operation Management*, (28), 430-441.
- Jamli, D. and Mirshak, R. (2007). Corporate Social Responsibility (CSR): Theory and Practice in a Developing Country Context. *Journal of Business Ethics*, (72), 243-262.
- Jensen, T. and Sandstrom. (2011). Stakeholder Theory and Globalization: The Challenges of Power and Responsibility. *Organization Studies*, 32(4), 473-488.
- Kang, K.H., Lee, Seoki. and Huh, C. (2009). Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on company in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*. 3(4), 1-11.
- Kaplan, S. R., and Norton, P. D. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. USA: Harvard Business School Publishing.
- Kaufman, B. E., (2010). *Institutional Economics and the Theory of What Unions Do*. Retrieved June 10, 2013, from http://aysps.gsu.edu/2010_working_papers.html
- Kim, H. R., Lee, M., Lee, H. T. and Kim, N. M. (2010). Corporate Social Responsibility and Employee-Company Identification. *Journal of Business Ethics*, 95, 557-569.
- Kippenberger, T. (1996). How the theory developed (stakeholders). *The Antidote*, 1(2), 6-7.

- Kong, N., Salzmänn, O., Steger, U. and Ionescu-Somers, A. (2002). Moving business/industry towards sustainable consumption: The role of NGOs. *European Management Journal*, 2(30), 109-127.
- Lanis, R. and Richardson, G. (2013). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: a test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26(1), 75-100.
- Laplume, A. O., Sonpar, K. and Litz, R. A. (2008). Stakeholder Theory: Reviewing a Theory That Moves Us. *Journal of Management*, 34(6), 1152-1189.
- Lau, C. M. and Sholihin, M. (2005). Financial and nonfinancial performance measures: How do they affect job satisfaction. *The British Accounting Review*, 37, 389-413.
- Lawrence T. A. and Weber, J. (2011). *Business and Society: Stakeholders, Ethics, Public Policy* (13th ed.). Singapore, The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Lepineux, F. (2005). Stakeholder theory, society and social cohesion. *Corporate Governance*, 5(2), 99-110.
- Letmathe, P. and Doost, R. K. (2000). Environmental cost accounting and auditing. *Managerial Auditing Journal*, 15(8), 424-431.
- Liehr, G. K. and Storck, C. (2011). Reputation Management. In S. Helm, K. Liehr-Gobbers and C. Storck (Eds). *Reputation Management (Management for Professionals)* (pp. 17-20). Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.
- Limpahayom, P. and Connelly, J. T. (2004). *Corporate Governance in Thailand*. Retrieved January 16, 2013, from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=965300
- Lin, C. H., Yang, H. L. and Liou, D. Y. (2009). The impact of corporate social responsibility on financial performance: Evidence from business in Taiwan. *Technology in Society*, (31), 56-63.
- Lister, J. and Media, D. (2013). How Organization Theory of Ethical and Social Responsibility Affects the Workplace. *Chron*. Retrieved June 6, 2013, from <http://smallbusiness.chron.com/organization-theory-ethical-social-responsibility-affects-workplace-17849.html>

- Longo, M., Mura, M. and Bonoli, A. (2005). Corporate social responsibility and corporate performance: the case of Italian SMEs. **Corporate Governance**, 5(4), 28-42.
- Lorraine, H. N., Collison, D. J. and Power, D. M. (2004). An Analysis of the Stock Market Impact of Environment Performance Information. **Accounting Forum**, 28, 7-26.
- Magness, V. (2006). Strategic posture, financial performance and environmental disclosure: An empirical test legitimacy theory. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, 19(4), 540-563.
- Mahoney, L. and Roberts, R. W. (2007). Corporate social performance, financial Performance and institutional ownership in Canadian firms. **Accounting Forum**, 31, 233-253.
- Majid, I.A. and Koe, Wei-Loon. (2012). Sustainable Entrepreneurship (SE): A Revised Model Based on Triple Bottom Line (TBL). **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 2(6), 300.
- Mandhachitara, R. and Poolthong, Y. (2009). A model of customer loyalty and corporate social responsibility. **Journal of Services Marketing**, 25(2), 122-133.
- Manescu, C. and Belu, C. (2009). **Strategic Corporate Social Responsibility and Economic Performance**. Genson, Sweden: Department of Economics School of Business, Economics and Law University of Gothenburg.
- Mansley, M. (2002). **Health & Safety indicators for institutional investors: A report to the Health and Safety Executive**. Retrieved October 7, 2009, from <http://www.hse.gov.uk/revitalising/csr.pdf>
- Marden, C., Arikan, E., Telci, E. E. and Kantur, D. (2012). Linking corporate social responsibility to corporate reputation: a study on understating behavioral consequence. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, (58), 655-664.
- Matthews, R. (2013). The Benefits of Employee Engagement in Sustainability. **Green Conduct**. Retrieved May 12, 2013, from <http://www.greenconduct.com/blog/2013/04/03/the-benefits-of-employee-engagement-in-sustainability/>
- McGee, J. (2006). **The Blackwell Encyclopedia of Management, Strategic Management** (2nd ed.). Wiley-Blackwell.

- McNamara, C. (2010). Organizational Performance Management-Evaluating and Improving Organizations. **Free Management Library**. Retrieved November 1, 2011, from <http://managementhelp.org/organizationalperformance/index.html>
- Mishra, S. and Suar, D. (2010). Does Corporate Social Responsibility Influence Firm Performance of Indian Companies?. **Journal of Business Ethics**, (95), 571-601.
- Mitchell, H. (2002). Strategic worth of human resources: Driving organizational performance. **Universalia**. Retrieved October 7, 2011, from <http://www.exinfm.com/pdffiles/stratworth.pdf>
- Piriyaku, M. and Wingwon, B. (2013). Effect of Corporate Ability and Reputation on Organizations' Performance and CSR. **African Journal of Business Management**, 7(9), 738-749.
- Nelling, E. and Webb, E. (2008). Corporate social responsibility and financial performance: the "virtuous circle" revisited. **Springer**. Retrieved May 22, 2013, from <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11156-008-0090-y>
- OECD. (2011). **OECD Guidelines for Multinational Enterprises** (2011 Ed.). Retrieved May 22, 2013, from <http://dx.doi.org/10.1787/9789264115415-en>
- Papasolomou, D. I., Krambia, K. M. and Katsioloudes, M. (2005). Corporate social responsibility: the way forward? Maybe not!: A preliminary study in Cyprus. **European Business Review**, 17(3), 263-279.
- Pesqueux, Y. and Damak-Ayadi, S. (2005). Stakeholder theory in perspective. **Corporate Governance**, 5(2), 5-21.
- Ramasamy, B., Ting, H. W. and Yeung, M. C. Y. (2007). Does It Pay to be Good in Developing Countries? The Relationship between CSR and Financial Performance in Malaysia. **Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance**, 3(1), 21-36.
- Ratanajongkol, S., Davey, H. and Low, M. (2006). Corporate social reporting in Thailand: The news is all good and increasing. **Qualitative Research in Accounting & Management**, 3(1), 67-83.

- Repetto, R. and Dias, D. (2006). **TRUEVA: A new integrated financial measure of environmental exposure** (no.200606). Yale Center for Environmental Law and Policy Working Paper Series. Retrieved May 22, 2013, from <http://envirocenter.yale.edu/uploads/workingpapers/WorkingPaper-200602-Repetto.pdf>
- Reed, D. (1999). Stakeholder Management Theory: Acritical Theory Perspective. **Business Ethics Quarterly**, 9(2), 453-484.
- Richardson, A. J. and Welker, M. (2001). Social disclosure, financial disclosure and the cost of equity capital. **Accounting, Organizations and Society**, (26), 597-616.
- Rodrigo, P., and Arenas, D. (2008). Do Employees Care About CSR Programs? A Typology of Employees According to their Attitudes. **Journal of Business Ethics**, 83, 265-283.
- Simmons, J. (2008). CSR and management: Ethics and morality in human resource management. **Social Responsibility Journal**, 4(1), 8-23.
- Smith, J. V. D. L., Adhikari, A., Tondkar, R. H. and Andrews, R. L. (2010). The impact of corporate social disclosure on investment behavior: A cross-national study. **J. Account. Public Policy**, (29), 177-192.
- Spiller, R. (2000). Ethical Business and Investment: A Model For business and Society. **Journal of Business Ethics**, (27), 149-160.
- Srivastava, V. and Sahay, A. (2008). **The Evolutionary Journey of CSR in 11th Annual Convention of The Strategic Management Forum**. Indian Institute of Technology Kanpur, India.
- Steiner, A. G. and Steiner, F. J. (2003). **Business, Government, and Society: A Managerial Perspective, Text and Cases** (10th ed.). New York, McGraw-Hill Irwin.
- Stuebs, M. and Sun, L. (2011). Corporate social responsibility and firm reputation. **Journal of Accounting, Ethics & Public Policy**, 12(1), 33-55.
- Surroca, J. Tribo, J. A. and Waddock, S. (2010). Corporate Responsibility and Financial Performance: The Role of Intangible Resources. **Strategic Management Journal**, 31, 463-490.

- Svensson, G. and Wood, G. (2011). A Conceptual framework of corporate and business ethics across organizations: Structure, processes and performance. *The Learning Organization*, 18(1), 21-35.
- The Commission. (2001). **Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility**. Retrieved May 31, 2013, from http://www.csr-in-commerce.eu/document_library.php/en/717/green-paper-quotpromoting-a-european-framework-for-corporate-social-responsibilityquot-com2001366-fi
- Thorne, D. M., Ferrell, O. C. and Ferrell, L. (2008). **Business and Society: A Strategic Approach to Social Responsibility** (3rd ed.). New York: Houghton Mifflin.
- Tilling, M. V. (2004). Refinements to Legitimacy Theory in Social and Environmental Accounting. *Social and Behavioural Sciences*. Retrieved May 31, 2013, from <http://www.flinders.edu.au/sabs/index.cfm?6C5249DF-C51E-B62D-38CD-CD51F248E021>
- Toppinen, A. N. Li. (2011). Corporate responsibility and sustainable competitive advantage in forest-based industry: Complementary or conflicting goals?. *Forest Policy and Economics*, 13, 113-123.
- Tsoutsoura, M. (2004). **Corporate social responsibility and financial performance**. California: Haas school of business, University of California at Berkeley. Retrieved October 9, 2009, from <http://repositories.cdlib.org/crb/wps/7/>
- Turker, D. (2008). Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study. *Journal of Business Ethics*, (85), 411-427.
- United Nation Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2002). **Guidance on Accounting and Financial Reporting for Environmental Costs and Liabilities**. Retrieved January 16, 2013, from <http://unctad.org/en/pages/DIAE/ISAR/Environmental-Accounting-and-Reporting.aspx>
- Valentine, S. and Fleischman, G. (2008). Professional Ethical Standard, Corporate Social Responsibility, and the Perceived Role of Ethics and Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, (82), 657-666.

- Velde, E. V., Vermeir, W. and Corten. (2005). Finance and accounting: Corporate social responsibility and financial performance. *The international journal of business in society*, 5(3), 129-138.
- Visser, W. (2008). Corporate Social Responsibility in Developing Countries. In C. Andrew, Mc.W. Abigail, M. Dirk, M. Jeremy and S. S. Donald (Ed.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility* (pp. 473-499). Great Britain: Oxford University Press.
- Vitell, S. J., Ramos, E. and Nishihara, C. M. (2010). The Role of Ethics and Social Responsibility in Organizational Success: A Spanish Perspective. *Journal of Business Ethics*, (91), 467-483.
- Vitezic, N. (2010). *A Measurement System of Corporate Social Responsibility in The Pharmaceutical Industry of The Region*. Dublin, Ireland: EABR&ETLC Conference Proceeding. 666-676.
- Vitezic, N. (2011). Corporate Reputation and Social Responsibility: An Analysis of Large Companies in Croatia. *International Business & Economics Research Journal*, 10(8), 85-95.
- Vitezic, N., Vuko, T. and Morec, T. (2012). Does Financial Performance Have An Impact On Corporate Sustainability And CSR Disclosure – A Case Of Croatian Companies. *Journal of Business Management*, (5), 40-47.
- Wang, H. D. (2010). Corporate social performance and financial-based brand equity. *Journal of Product & Brand Management*. 335-345.
- Watson, K., Klingenberg, B., Polito, T. and Geurts, G. T. (2004). Impact of environmental management system implementation on financial performance. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 6(15), 622-628.
- Weber, M. (2008). The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR. *European Management Journal*, (26), 247-261.

Willard, B. (October 12, 2010). **CSR Efforts Correlate with Employee Engagement.**

Retrieved April 30, 2013, from <http://sustainabilityadvantage.com>

[/2010/10/12/csr-efforts-correlate-with-employee-engagement/](http://sustainabilityadvantage.com/2010/10/12/csr-efforts-correlate-with-employee-engagement/)

Wren, A. D. (2005). **The History of Management Thought** (5th ed.). Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

Zheng, Y. (2006). **Reviewing the discourse on what CSR and Sustainability means for business and compare a range of CSR reports with Sustainability reports to identify the differences.** Norwich, School of Environmental Science, University of East Anglia. Retrieved January 6, 2012, from [www.uea.ac.uk /env/all/teaching/.../Zheng_Yu.pdf](http://www.uea.ac.uk/env/all/teaching/.../Zheng_Yu.pdf)

Zsolnai, L. (2006). **Extended stakeholder theory.** *Society and Business Review*, 1(1), 37-44.

Zunker, T. (2011). **Determinants of the Voluntary Disclosure of Employee Information in Annual Reports: An Application of Stakeholder Theory.** Doctoral dissertation, Ph.D., Bond University, Queensland.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำหรับผู้บริหาร

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

(ฉบับผู้บริหาร / กรรมการผู้จัดการ / ผู้อำนวยการ /
ผู้จัดการ / หัวหน้าฝ่าย / หัวหน้าแผนก / หัวหน้างาน)

เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 3 ส่วน จำนวนรวม 8 หน้า

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ของตัวเลือกที่ท่านต้องการ

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ () ต่ำกว่า 30 ปี () 30 - 40 ปี
() 41 - 50 ปี () สูงกว่า 50 ปี
3. ระดับการศึกษา () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
() ปริญญาโท () ปริญญาเอก
4. ตำแหน่งการบริหารของท่าน () ผู้บริหารระดับต้น () ผู้บริหารระดับกลาง
() ผู้บริหารระดับสูง
5. ประสบการณ์ในตำแหน่งบริหารของท่านที่ทำอยู่ในปัจจุบัน
() น้อยกว่า 3 ปี () 3 - 6 ปี
() 7 - 10 ปี () มากกว่า 10 ปี

ส่วนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทท่านในช่วงปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2555) โดยการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวอาจอยู่ในรูปของรายงานประจำปี รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม วารสารบริษัท งบการเงิน เว็บไซต์ ประกาศ ข่าวสารภายในบริษัท สื่อหรือสิ่งพิมพ์ต่างๆ

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องการประเมินที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุดในความคิดเห็นของท่าน

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านเศรษฐกิจ					
1. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าทางเศรษฐกิจทางตรง อาทิ เปิดเผยข้อมูลด้านรายได้ ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ผลตอบแทนให้กับพนักงาน การบริจาคและการลงทุนในชุมชน กำไรสะสม เงินปันผล และภาษีที่นำส่งรัฐ	5	4	3	2	1
2. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน โอกาส และความเสี่ยงที่บริษัทอาจประสบหรือได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ แผ่นดินไหว อุทกภัย หรือเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในหรือนอกประเทศ	5	4	3	2	1
3. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลนโยบายการดำเนินงานเกี่ยวกับชุมชน เช่น การจ้างแรงงานในชุมชน การสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นในสถานที่ตั้งหรือแหล่งดำเนินงานของบริษัท การสนับสนุนค่าใช้จ่ายหรือมีส่วนร่วมในโครงการฝึกอาชีพให้กับชุมชน เป็นต้น	5	4	3	2	1

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลความคุ้มครองที่มีต่อ ภาวะผูกพันในโครงการผลประโยชน์ให้กับพนักงาน หลังเกษียณหรือหลังออกจากงานของบริษัท	5	4	3	2	1
5. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาและ ผลกระทบจากการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน และ การบริการที่ให้สิทธิพิเศษเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน หรือการเข้าไปมี ส่วนร่วมในการบริการสังคม	5	4	3	2	1
ด้านสิ่งแวดล้อม					
6. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบหรือวัสดุ ที่ใช้ในกระบวนการผลิตหรือการดำเนินงานของบริษัท	5	4	3	2	1
7. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการใช้วัตถุดิบ หรือวัสดุที่ถูกนำมารีไซเคิล (Recycle) หรือนำกลับมา ใช้ซ้ำ (Reuse)	5	4	3	2	1
8. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการใช้พลังงาน ของบริษัท เช่น น้ำมัน ก๊าซ ถ่านหิน พลังงานไฟฟ้า พลังงานน้ำ ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
9. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลด้านการประหยัด พลังงาน มีการให้ข้อมูลพลังงานที่สามารถประหยัดได้ การใช้พลังงานทดแทน หรือมีการริเริ่มใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สามารถประหยัดพลังงานได้	5	4	3	2	1
10. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่าง ประหยัด การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) หรือการ นำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse)	5	4	3	2	1

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
11. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับน้ำทิ้ง สิ่งปฏิกูลของเสีย และกระบวนการกำจัดสิ่งเหล่านั้นที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัท	5	4	3	2	1
12. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบสำคัญที่มาจากการดำเนินงานของบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิตในระบบนิเวศในพื้นที่ที่บริษัทตั้งอยู่หรือดำเนินงาน	5	4	3	2	1
13. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการสนับสนุนการปกป้องหรือฟื้นฟูระบบนิเวศในพื้นที่ที่บริษัทตั้งอยู่หรือดำเนินงาน	5	4	3	2	1
14. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือได้มีการริเริ่มให้มีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	5	4	3	2	1
15. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท	5	4	3	2	1
ด้านสังคม					
(การปฏิบัติด้านแรงงาน)					
16. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลจำนวนรวมของแรงงานแยกตามประเภทของการว่าจ้าง สัญญาจ้าง การจ้างพนักงานเข้าใหม่ พันสภาพหรือลาออก	5	4	3	2	1
17. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลจำนวนของพนักงานที่ได้รับความคุ้มครองผลประโยชน์เกี่ยวกับการจ้างงาน	5	4	3	2	1
18. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าแก่พนักงาน กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงสัญญาการจ้างงาน	5	4	3	2	1

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
19. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับอัตรา การบาดเจ็บของพนักงาน โรคที่เกิดจากการทำงาน จำนวนวันและอัตราของการขาดงาน หรือมีพนักงาน เสียชีวิตจากการปฏิบัติงาน แยกตามเพศและภูมิภาค	5	4	3	2	1
20. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลโครงการ/แผนงาน เพื่อช่วยเหลือแรงงานและครอบครัว ตลอดจนการให้ ความรู้ การฝึกอบรม การให้คำปรึกษา และ การป้องกันความเสี่ยงต่อโรคร้ายแรงที่อาจเกิดขึ้นกับ พนักงาน	5	4	3	2	1
21. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลจำนวนชั่วโมงเฉลี่ย การฝึกอบรมของพนักงานต่อคนต่อปี แยกตามเพศ และหน้าที่	5	4	3	2	1
22. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับอัตราเงินเดือน และค่าตอบแทนขั้นพื้นฐานของพนักงาน แยกตามเพศ และหน้าที่	5	4	3	2	1
(สิทธิมนุษยชน) *					
23. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับข้อตกลงหรือ สัญญาการลงทุน กับคู่ค้า ผู้รับเหมา หุ้นส่วนการค้า ต่างๆ ที่ได้มีการรวมประเด็นด้านการไม่ละเมิดสิทธิ มนุษยชน	5	4	3	2	1
24. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความ สนับสนุนเสรีภาพแก่พนักงานในการเข้าร่วมกลุ่ม สมาคม สหภาพ และการร่วมเจรจาต่อรองในเรื่องที่มี นัยสำคัญ	5	4	3	2	1

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
25. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการไม่สนับสนุนให้ใช้แรงงานบังคับ เช่น การบังคับการใช้แรงงานคนโดยไม่สมัครใจ การบังคับการใช้แรงงานเด็ก	5	4	3	2	1
26. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูล นโยบาย ในการฝึกอบรมที่เกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยส่วนบุคคล	5	4	3	2	1
27. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนการร้องทุกข์ด้านสิทธิมนุษยชนที่บริษัทได้รับเรื่องไว้ รวมไปถึงวิธีการแก้ไข	5	4	3	2	1
(สังคมและชุมชน)					
28. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลแผนงาน โครงการ ที่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับสังคม ชุมชนและท้องถิ่น และมีการประเมินผลแผนงานหรือ โครงการเหล่านั้น	5	4	3	2	1
29. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทที่อาจส่งผลกระทบต่อหรือมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อทางลบต่อสังคม ชุมชนและท้องถิ่น	5	4	3	2	1
30. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการในการป้องกันและบรรเทาผลกระทบเชิงลบในการดำเนินงานของบริษัทที่อาจจะเกิดขึ้นกับสังคมชุมชนและท้องถิ่น	5	4	3	2	1
31. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลการวิเคราะห์ความเสี่ยงเกี่ยวกับหน่วยธุรกิจที่อาจก่อให้เกิดการทุจริตไม่ว่าจะเป็นหน่วยธุรกิจ在公司หรือนอกบริษัท	5	4	3	2	1

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
32. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการฝึกอบรมการให้ความรู้แก่พนักงานในเรื่องนโยบายวิธีดำเนินการต่อต้านการทุจริตในองค์กร	5	4	3	2	1
33. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการหรือบทลงโทษที่ใช้ในกรณีที่มีการทุจริตเกิดขึ้นในองค์กร	5	4	3	2	1
34. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือผลักดันนโยบายสาธารณะต่างๆ ตัวอย่างเช่น โครงการเศรษฐกิจพอเพียง โครงการส่งเสริมสุขภาพของประชาชน นโยบายพัฒนาสังคม การส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้สู่ชุมชน เป็นต้น	5	4	3	2	1
(ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์)					
35. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับการประเมินผลกระทบด้านความปลอดภัยแล้ว หรือมีการปรับปรุงผลกระทบดังกล่าวแล้ว	5	4	3	2	1
36. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลชนิดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือกระบวนการที่เป็นสาระสำคัญและจำเป็นต้องแสดงไว้ในฉลากหรือป้ายตามที่กฎหมายกำหนด	5	4	3	2	1
37. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า หรือมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า	5	4	3	2	1
38. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการร้องทุกข์ของลูกค้า เช่น จากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าถูกละเมิด	5	4	3	2	1

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
39. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานการเข้าไปมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามกฎหมาย มาตรฐาน และมาตรการตามความสมัครใจที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการตลาด การโฆษณา การสนับสนุน และการส่งเสริมต่างๆ	5	4	3	2	1

* สิทธิมนุษยชน คือ ความเสมอภาค เสรีภาพ ปลอดภัยและความมั่นคงในชีวิต

ส่วนที่ 3: คำถามเกี่ยวกับการประเมินชื่อเสียงขององค์กรและความผูกพันของพนักงานในบริษัทของท่านโดยการประเมินในช่วงปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2555)

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องการประเมินที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุดในความคิดเห็นของท่าน

ชื่อเสียงขององค์กร	ระดับการประเมิน				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
40. บริษัทได้แสดงวิสัยทัศน์อย่างชัดเจนในอนาคตเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทให้แก่สาธารณชนได้รับทราบ	5	4	3	2	1
41. บริษัทมีผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือกระบวนการผลิต ที่ผู้บริโภคทราบดีว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
42. บริษัทได้ให้ความใส่ใจต่อสังคมและชุมชนในระดับที่น่าพึงพอใจ	5	4	3	2	1

ชื่อเสียงขององค์กร	ระดับการประเมิน				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
43. บริษัทได้ทำการจัดสรรส่วนแบ่งกำไรในจำนวนที่เหมาะสมกลับคืนสู่สังคมและชุมชน โดยบูรณาการเข้ากับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท	5	4	3	2	1
44. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินอย่างโปร่งใส มีธรรมาภิบาลและให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน	5	4	3	2	1
45. สาธารณชนให้ความชื่นชมและยกย่องบริษัทของท่านในการดำเนินงานที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	5	4	3	2	1
46. บริษัทของท่านสมควรได้รับรางวัลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมจากหน่วยงานต่างๆ เช่น ภาครัฐบาล ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย องค์กรเอกชนในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น	5	4	3	2	1
47. ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทท่านเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ได้รับความสนใจจากผู้สมัครงาน หรือ มีผู้ต้องการเข้าร่วมงานกับบริษัทเพิ่มมากขึ้น	5	4	3	2	1
ความผูกพันของพนักงาน					
48. บริษัทของท่านได้ให้ผลตอบแทน รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่พนักงานสมควรได้รับอย่างเหมาะสม	5	4	3	2	1
49. บริษัทได้จัดให้มีวันหยุดพักผ่อน ลาภิจ ลาป่วย ลาพักร้อนให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม	5	4	3	2	1
50. บริษัทได้สร้างบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดีให้กับพนักงาน	5	4	3	2	1

ความผูกพันของพนักงาน	ระดับการประเมิน				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
51. กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัททำให้พนักงานได้รับเกียรติและได้รับการยกย่องจากสังคม	5	4	3	2	1
52. บริษัทให้การสนับสนุนหรือมีการกระตุ้นให้พนักงานได้ทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความสมัครใจ	5	4	3	2	1
53. บริษัทมีการสนับสนุนให้พนักงานทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการให้สิทธิพิเศษ เช่น การทำกิจกรรมโดยไม่ถือเป็นวันลา เป็นต้น	5	4	3	2	1
54. พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ ความใส่ใจ และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม	5	4	3	2	1
55. พนักงานของบริษัทมีความคิดริเริ่ม รวมไปถึงการปฏิบัติและส่งเสริมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยได้รับการสนับสนุนจากบริษัท	5	4	3	2	1
56. ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกมั่นคงทั้งทางร่างกายและจิตใจในการทำงานให้กับบริษัท	5	4	3	2	1
57. ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทส่งผลให้พนักงานมีความจงรัก รักดีและมีความรู้สึกภูมิใจที่ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท	5	4	3	2	1
58. พนักงานมีความพึงพอใจต่อการให้การสนับสนุนการส่งเสริมและการทำกิจกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท	5	4	3	2	1

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ได้เสียสละเวลาตอบแบบสอบถามฉบับนี้

ภาคผนวก ข แบบสอบถามสำหรับพนักงาน

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
(ฉบับพนักงาน)

เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 3 ส่วน จำนวนรวม 8 หน้า

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ของตัวเลือกที่ท่านต้องการ

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ () ต่ำกว่า 30 ปี () 30 – 40 ปี
() 41 – 50 ปี () สูงกว่า 50 ปี
3. ระดับการศึกษา () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
() ปริญญาโท () ปริญญาเอก
4. ตำแหน่งงานของท่านในปัจจุบัน.....
5. ประสบการณ์ในงานของท่านที่ทำอยู่ในปัจจุบัน
() น้อยกว่า 3 ปี () 3 – 6 ปี
() 7 – 10 ปี () มากกว่า 10 ปี

ส่วนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทท่านในช่วงปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2555) โดยการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวอาจอยู่ในรูปของรายงานประจำปี รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม วารสารบริษัท งบการเงิน เว็บไซต์ ประกาศ ข่าวสารภายในบริษัท สื่อหรือสิ่งพิมพ์ต่างๆ

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องการประเมินที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุดในความคิดเห็นของท่าน

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านเศรษฐกิจ					
1. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าทางเศรษฐกิจทางตรง อาทิ เปิดเผยข้อมูลด้านรายได้ ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ผลตอบแทนให้กับพนักงาน การบริจาคและการลงทุนในชุมชน กำไรสะสม เงินปันผล และภาษีที่นำส่งรัฐ	5	4	3	2	1
2. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน โอกาส และความเสี่ยงที่บริษัทอาจประสบหรือได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ แผ่นดินไหว อุทกภัย หรือเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ในหรือนอกประเทศ	5	4	3	2	1
3. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลนโยบายการดำเนินงานเกี่ยวกับชุมชน เช่น การจ้างแรงงานในชุมชน การสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นในสถานที่ตั้งหรือแหล่งดำเนินงานของบริษัท การสนับสนุนค่าใช้จ่ายหรือมีส่วนร่วมในโครงการฝึกอาชีพให้กับชุมชน เป็นต้น	5	4	3	2	1

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลความคุ้มครองที่มีต่อ ภาวะผูกพันในโครงการผลประโยชน์ให้กับพนักงาน หลังเกษียณหรือหลังออกจากงานของบริษัท	5	4	3	2	1
5. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาและ ผลกระทบจากการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน และ การบริการที่ให้สิทธิพิเศษเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน หรือการเข้าไปมี ส่วนร่วมในการบริการสังคม	5	4	3	2	1
ด้านสิ่งแวดล้อม					
6. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบหรือวัสดุ ที่ใช้ในกระบวนการผลิตหรือการดำเนินงานของบริษัท	5	4	3	2	1
7. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการใช้วัตถุดิบ หรือวัสดุที่ถูกนำมารีไซเคิล (Recycle) หรือนำกลับมา ใช้ซ้ำ (Reuse)	5	4	3	2	1
8. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการใช้พลังงาน ของบริษัท เช่น น้ำมัน ก๊าซ ถ่านหิน พลังงานไฟฟ้า พลังงานน้ำ ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
9. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลด้านการประหยัด พลังงาน มีการให้ข้อมูลพลังงานที่สามารถประหยัดได้ การใช้พลังงานทดแทน หรือมีการริเริ่มใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สามารถประหยัดพลังงานได้	5	4	3	2	1
10. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่าง ประหยัด การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) หรือการ นำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse)	5	4	3	2	1

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
11. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับน้ำทิ้ง สิ่งปฏิกูลของเสีย และกระบวนการกำจัดสิ่งเหล่านั้นที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัท	5	4	3	2	1
12. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบสำคัญที่มาจากการดำเนินงานของบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิตในระบบนิเวศในพื้นที่ที่บริษัทตั้งอยู่หรือดำเนินงาน	5	4	3	2	1
13. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการสนับสนุนการปกป้องหรือฟื้นฟูระบบนิเวศในพื้นที่ที่บริษัทตั้งอยู่หรือดำเนินงาน	5	4	3	2	1
14. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือได้มีการริเริ่มให้มีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	5	4	3	2	1
15. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท	5	4	3	2	1
ด้านสังคม					
(การปฏิบัติด้านแรงงาน)					
16. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลจำนวนรวมของแรงงานแยกตามประเภทของการว่าจ้าง สัญญาจ้าง การจ้างพนักงานเข้าใหม่ พ้นสภาพหรือลาออก	5	4	3	2	1
17. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลจำนวนของพนักงานที่ได้รับความคุ้มครองผลประโยชน์เกี่ยวกับการจ้างงาน	5	4	3	2	1
18. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าแก่พนักงาน กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงสัญญาการจ้างงาน	5	4	3	2	1

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
19. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับอัตราการบาดเจ็บของพนักงาน โรคที่เกิดจากการทำงาน จำนวนวันและอัตราของการขาดงาน หรือมีพนักงานเสียชีวิตจากการปฏิบัติงาน แยกตามเพศและภูมิภาค	5	4	3	2	1
20. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลโครงการ/แผนงาน เพื่อช่วยเหลือแรงงานและครอบครัว ตลอดจนการให้ความรู้ การฝึกอบรม การให้คำปรึกษา และการป้องกันความเสี่ยงต่อโรคร้ายแรงที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงาน	5	4	3	2	1
21. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลจำนวนชั่วโมงเฉลี่ยการฝึกอบรมของพนักงานต่อคนต่อปี แยกตามเพศและหน้าที่	5	4	3	2	1
22. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับอัตราเงินเดือนและค่าตอบแทนขั้นพื้นฐานของพนักงาน แยกตามเพศและหน้าที่	5	4	3	2	1
(สิทธิมนุษยชน) *					
23. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับข้อตกลงหรือสัญญาการลงทุน กับคู่ค้า ผู้รับเหมา หุ้นส่วนการค้าต่างๆ ที่ได้มีการรวมประเด็นด้านการไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน	5	4	3	2	1
24. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญสนับสนุนเสรีภาพแก่พนักงานในการเข้าร่วมกลุ่มสมาคม สหภาพ และการร่วมเจรจาต่อรองในเรื่องที่มีนัยสำคัญ	5	4	3	2	1

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
25. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการไม่สนับสนุนให้ใช้แรงงานบังคับ เช่น การบังคับการใช้แรงงานคนโดยไม่สมัครใจ การบังคับการใช้แรงงานเด็ก	5	4	3	2	1
26. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูล นโยบาย ในการฝึกอบรมที่เกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยส่วนบุคคล	5	4	3	2	1
27. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนการร้องทุกข์ด้านสิทธิมนุษยชนที่บริษัทได้รับเรื่องไว้ รวมไปถึงวิธีการแก้ไข	5	4	3	2	1
(สังคมและชุมชน)					
28. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลแผนงาน โครงการ ที่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับสังคม ชุมชนและท้องถิ่น และมีการประเมินผลแผนงานหรือ โครงการเหล่านั้น	5	4	3	2	1
29. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทที่อาจส่งผลกระทบต่อหรือมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อทางลบต่อสังคม ชุมชนและท้องถิ่น	5	4	3	2	1
30. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการในการป้องกันและบรรเทาผลกระทบเชิงลบในการดำเนินงานของบริษัทที่อาจเกิดขึ้นกับสังคม ชุมชนและท้องถิ่น	5	4	3	2	1
31. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลการวิเคราะห์ความเสี่ยงเกี่ยวกับหน่วยธุรกิจที่อาจก่อให้เกิดการทุจริตไม่ว่าจะเป็นหน่วยธุรกิจในบริษัทหรือนอกบริษัท	5	4	3	2	1
32. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการฝึกอบรมการให้ความรู้แก่พนักงานในเรื่องนโยบายวิธีดำเนินการต่อต้านการทุจริตในองค์กร	5	4	3	2	1

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
30. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการในการป้องกันและบรรเทาผลกระทบเชิงลบในการดำเนินงานของบริษัทที่อาจจะเกิดขึ้นกับสังคมชุมชนและท้องถิ่น	5	4	3	2	1
31. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลการวิเคราะห์ความเสี่ยงเกี่ยวกับหน่วยธุรกิจที่อาจก่อให้เกิดการทุจริตไม่ว่าจะเป็นหน่วยธุรกิจ在公司หรือนอกบริษัท	5	4	3	2	1
32. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการฝึกอบรมการให้ความรู้แก่พนักงานในเรื่องนโยบายวิธีดำเนินการต่อต้านการทุจริตในองค์กร	5	4	3	2	1
33. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการหรือบทลงโทษที่ใช้ในกรณีที่มีการทุจริตเกิดขึ้นในองค์กร	5	4	3	2	1
34. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือผลักดันนโยบายสาธารณะต่างๆ ตัวอย่างเช่น โครงการเศรษฐกิจพอเพียง โครงการส่งเสริมสุขภาพของประชาชน นโยบายพัฒนาสังคม การส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้สู่ชุมชน เป็นต้น	5	4	3	2	1

* สิทธิมนุษยชน คือ ความเสมอภาค เสรีภาพ ความปลอดภัยและความมั่นคงในชีวิต

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับการเปิดเผยข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
(ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์)					
35. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับการประเมินผลกระทบด้านความปลอดภัยแล้ว หรือมีการปรับปรุงผลกระทบดังกล่าวแล้ว	5	4	3	2	1
36. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลชนิดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือกระบวนการที่เป็นสาระสำคัญและจำเป็นต้องแสดงไว้ในฉลากหรือป้ายตามที่กฎหมายกำหนด	5	4	3	2	1
37. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า หรือมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า	5	4	3	2	1
38. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการร้องทุกข์ของลูกค้า เช่น จากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าถูกละเมิด	5	4	3	2	1
39. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานการเข้าไปมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามกฎหมาย มาตรฐาน และมาตรการตามความสมัครใจที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการตลาด การโฆษณา การสนับสนุน และการส่งเสริมต่างๆ	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 3: คำถามเกี่ยวกับการประเมินชื่อเสียงขององค์กรและความผูกพันของพนักงานในบริษัทของท่านโดยการประเมินในช่วงปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2555)

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องการประเมินที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุดในความคิดเห็นของท่าน

ชื่อเสียงขององค์กร	ระดับการประเมิน				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
40. บริษัทได้แสดงวิสัยทัศน์อย่างชัดเจนในอนาคตเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทให้แก่สาธารณชนได้รับทราบ	5	4	3	2	1
41. บริษัทมีผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือกระบวนการผลิต ที่ผู้บริโภคทราบดีว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
42. บริษัทได้ให้ความสนใจต่อสังคมและชุมชนในระดับที่น่าพึงพอใจ	5	4	3	2	1
43. บริษัทได้ทำการจัดสรรส่วนแบ่งกำไรในจำนวนที่เหมาะสมกลับคืนสู่สังคมและชุมชน โดยบูรณาการเข้ากับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท	5	4	3	2	1
44. บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินอย่างโปร่งใส มีธรรมาภิบาลและให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน	5	4	3	2	1
45. สาธารณชนให้ความชื่นชมและยกย่องบริษัทของท่านในการดำเนินงานที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	5	4	3	2	1
46. บริษัทของท่านสมควรได้รับรางวัลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมจากหน่วยงานต่างๆ เช่น ภาครัฐบาล ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย องค์กรเอกชนในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น	5	4	3	2	1

ชื่อเสียงขององค์กร	ระดับการประเมิน				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
47. ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทท่านเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ได้รับความสนใจจากผู้สมัครงาน หรือมีผู้ต้องการเข้าร่วมงานกับบริษัทเพิ่มมากขึ้น	5	4	3	2	1
ความผูกพันของพนักงาน					
48. บริษัทของท่านได้ให้ผลตอบแทน รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่พนักงานสมควรได้รับอย่างเหมาะสม	5	4	3	2	1
49. บริษัทได้จัดให้มีวันหยุดพักผ่อน ลาภิจ ลาป่วย ลาพักร้อนให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม	5	4	3	2	1
50. บริษัทได้สร้างบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดีให้กับพนักงาน	5	4	3	2	1
51. กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ทำให้พนักงานได้รับเกียรติและได้รับการยกย่องจากสังคม	5	4	3	2	1
52. บริษัทให้การสนับสนุนหรือมีการกระตุ้นให้พนักงานได้ทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความสมัครใจ	5	4	3	2	1
53. บริษัทมีการสนับสนุนให้พนักงานทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการให้สิทธิพิเศษ เช่น การทำกิจกรรมโดยไม่ถือเป็นวันลา เป็นต้น	5	4	3	2	1
54. พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ ความใส่ใจ และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม	5	4	3	2	1
55. พนักงานของบริษัทมีความคิดริเริ่ม รวมไปถึงการปฏิบัติและส่งเสริมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยได้รับการสนับสนุนจากบริษัท	5	4	3	2	1

ความผูกพันของพนักงาน	ระดับการประเมิน				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
56. ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกมั่นคงทั้งทางร่างกายและจิตใจในการทำงานให้กับบริษัท	5	4	3	2	1
57. ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทส่งผลให้พนักงานมีความจงรักภักดีและมีความรู้สึกภูมิใจที่ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท	5	4	3	2	1
58. พนักงานมีความพึงพอใจต่อการให้การสนับสนุนการส่งเสริมและการทำกิจกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท	5	4	3	2	1

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ได้เสียสละเวลาตอบแบบสอบถามฉบับนี้

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ภาคผนวก ค การวิเคราะห์ตัวแปรสังเกตได้ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กร ปี 2556

เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัยในบทที่ 4 ของปี 2555 เฉพาะการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ผู้วิจัยจึงได้ทำการพิสูจน์เพิ่มเติมตามคำแนะนำของคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์เพื่อดูผลกระทบต่อเนื่องในส่วนของการทำงานที่เป็นตัวเงินขององค์กรในปี 2556 มีรายละเอียดคือ

1. วิเคราะห์สถิติหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินคือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าขององค์กร (TOBIN) ปี 2556 ดังตาราง 20

ตาราง 20 แสดงค่าสถิติ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
ปี 2555		
การเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคม (CSRD)		
ECO ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ	3.813	0.712
ENV ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม	3.505	0.860
SOC ตัวชี้วัดด้านสังคม	3.761	0.684
ผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI)		
REP ชื่อเสียงองค์กร	3.952	0.661
COM ความผูกพันของพนักงาน	3.881	0.639
ปี 2556		
ผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN)		
ROA ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์	0.057	0.079
ROS ผลตอบแทนต่อยอดขาย	0.114	0.205
TOBIN มูลค่าขององค์กร	1.417	0.685
สินทรัพย์รวม (SIZE)	7.80E+10	3.4062E+11

ปี 2556 การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) พิจารณาค่าเฉลี่ยของตัวแปรสังเกตได้ พบว่ามีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเรียงตามลำดับคือ มูลค่าขององค์กร (TOBIN) ($\bar{X} = 1.417$, S.D. = 0.685) ผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) ($\bar{X} = 0.114$, S.D. = 0.205) และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ($\bar{X} = 0.057$, S.D. = 0.079) ซึ่งมีค่าไม่แตกต่างกับปี 2555

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ปี 2556

เพื่อยืนยันผลความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของปี 2555 จากบทที่ 4 ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินของปี 2556 เพิ่มเติม โดยที่ตัวแปรการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และตัวแปรการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) มาจากข้อมูลของปี 2555 และตัวแปรการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ใช้ข้อมูลของปี 2556 และใช้ขนาด (SIZE) ของสินทรัพย์รวมปี 2556 เป็นตัวแปรควบคุม ซึ่งการวิเคราะห์ดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการดูผลกระทบต่อเนื่องทางการเงิน

ตาราง 21 แสดงเมทริกซ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ปี 2556

ตัวแปร	ECO	ENV	SOC	REP	COM	ROA	ROS	TOBIN	SIZE
ECO	1.000								
ENV	0.627**	1.000							
SOC	0.654**	0.722**	1.000						
REP	0.663**	0.709**	0.698**	1.000					
COM	0.539**	0.567**	0.632**	0.778**	1.000				
ROA	0.065	-0.024	0.013	0.063	-0.027	1.000			
ROS	0.140	-0.021	0.024	0.060	0.029	0.532**	1.000		
TOBIN	-0.006	0.007	-0.022	0.025	0.106	0.378**	0.314**	1.000	
SIZE	0.190*	0.072	0.147	0.155	0.173	-0.074	0.086	-0.072	1.000

** Pearson correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Pearson correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากตาราง 21 ค่าสหสัมพันธ์ที่สัมพันธ์กันของตัวแปรสังเกตได้ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) สามารถอธิบายค่าได้เช่นเดียวกับผลการวิจัยในบทที่ 4 เนื่องจากฐานการวิเคราะห์ข้อมูลมาจากปีเดียวกันคือปี 2555

ดังนั้น ในตาราง 21 จะวิเคราะห์ผลเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินของปี 2556 เท่านั้น

ตัวแปรสังเกตได้ของการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ปี 2555 กับตัวแปรสังเกตได้ของการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ปี 2556 โดยรวมไม่พบความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับกับตัวแปรสังเกตได้ของการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ปี 2555 กับตัวแปรสังเกตได้ของการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ปี 2556 ไม่พบความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญ

สำหรับความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มของตัวแปรแฝงการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ปี 2556 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าขององค์กร (TOBIN) ในทิศทางบวก ที่ระดับ 0.532 และ 0.378 ตามลำดับ และผลตอบแทนต่อยอดขายมีความสัมพันธ์กับมูลค่าองค์กร ที่ระดับ 0.314

3. การวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ปี 2556 ประมวลผลจากฐานข้อมูลโดยการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินใช้ฐานข้อมูลจากปี 2555 และการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินใช้ฐานข้อมูลตัวเลขการเงินจากปี 2556 และพิจารณาค่าความสอดคล้องตามตาราง 22 ดังนี้

ตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ปี 2556

ลำดับ	ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการวิเคราะห์
1	P-value	>0.05	0.56	ผ่านเกณฑ์
2	$(\chi^2) / df$	≤ 2.00	$15.52/17 = 0.91$	ผ่านเกณฑ์
3	GFI	>0.90	0.97	ผ่านเกณฑ์
4	AGFI	>0.90	0.93	ผ่านเกณฑ์
5	RMSEA	<0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์
6	RMR	<0.05	0.01	ผ่านเกณฑ์

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 22 สามารถตรวจสอบความถูกต้องของรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ว่า

ค่าระดับความมีนัยสำคัญ (P-value) เท่ากับ 0.56 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 8 ตัวแปร มีความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

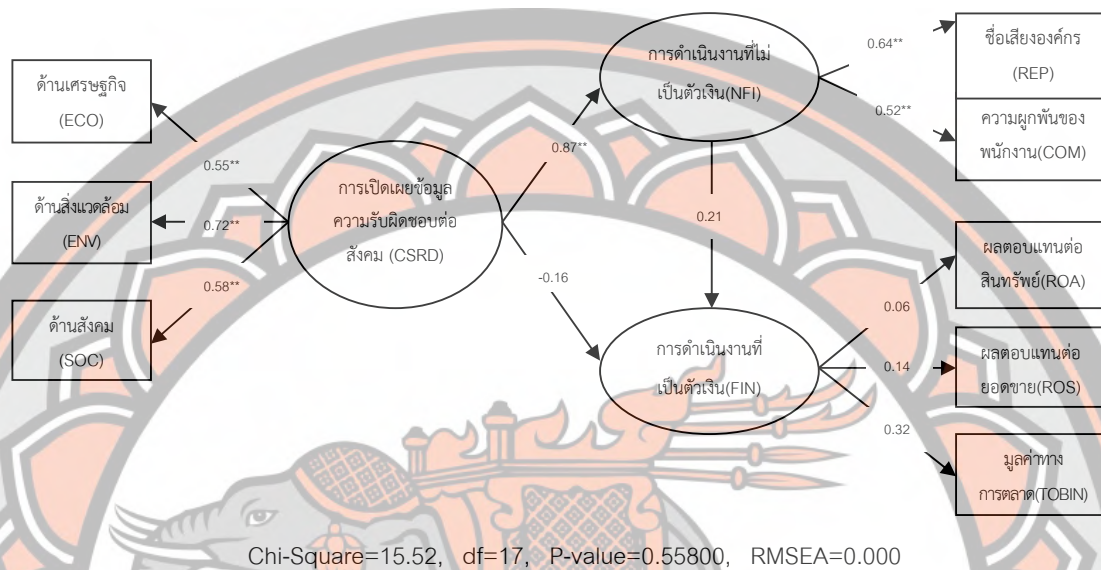
ค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 15.52 ระดับองศาอิสระ (df) เท่ากับ 17 มีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 0.91 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงปกติและรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (GFI) เท่ากับ 0.97 แสดงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่รูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.93 แสดงถึงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่ยอมรับรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นที่ปรับแก้ด้วยองศาความเป็นอิสระมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน (RMSEA) หรือค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ยของปี 2556 เท่ากับ 0.00 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษ (RMR) เท่ากับ 0.01 เช่นเดียวกับปี 2555 แสดงค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนที่น้อยทำให้รูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนสามารถสรุปผลได้ว่าความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี 2556 ตามสมมติฐานผ่านเกณฑ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรการวัดแต่ละตัวเป็นตัวแปรที่สามารถวัดได้จริง แสดงดังภาพ 19



ภาพ 19 ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2556

ตาราง 23 แสดงค่าสถิติผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กรปี 2556

ตัวแปรผล	การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI)			การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN)		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE
การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSRD)	0.87**	-	0.87**	0.03	0.19	-0.16
การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI)				0.21	-	0.21

ตาราง 23 (ต่อ)

ตัวแปรผล	การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI)			การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN)				
	TE	IE	DE	TE	IE	DE		
ตัวแปรเหตุ								
หมายเหตุ. 1. *p<0.05 **p<0.01								
2. TE=Total Effect=ค่าอิทธิพลผลรวม, IE=Indirect Effect=ค่าอิทธิพลทางอ้อม, DE=Direct Effect=ค่าอิทธิพลทางตรง								
3. ค่าสถิติ Chi-Square=15.52, df=17, P-value=0.558, RMSEA=0.000, RMR=0.008, GFI=0.97, AGFI=0.93								
ตัวแปร	REP	COM	ROA	ROS	TOBIN	ECO	ENV	SOC
ความเที่ยง	0.92	0.65	0.64	0.44	0.22	0.59	0.70	0.72
ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของสมการโครงสร้าง				ตัวแปร	NFI	FIN		
(R ² -square)					0.76	0.01		

จากตาราง 23 การทดสอบรูปแบบความสัมพันธ์ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปี 2556 สำหรับตัวแปรการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ปี 2556 นั้น พบว่าตัวแปรดังกล่าวไม่ได้รับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมจากตัวแปรการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ของปี 2555 เพราะเป็นค่าอิทธิพลที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกับกรณีที่ไม่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ของปี 2555 เช่นกัน

ภาคผนวก ง การวิเคราะห์ตัวแปรสังเกตได้ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กร จากผลต่างระหว่างปี 2555 – 2556

เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัยในบทที่ 4 ของปี 2555 และภาคผนวก ค เฉพาะตัวแปรแฝงการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) เพื่อดูผลกระทบต่อเนื่องในส่วนของการทำงานที่เป็นตัวเงินขององค์กรหลังจากปี 2555 โดยใช้ผลต่างทางการเงินระหว่างปี 2555 - 2556 มีรายละเอียด คือ

1. วิเคราะห์สถิติหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินคือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าขององค์กร (TOBIN) จากผลต่างระหว่างปี 2555 - 2556 ดังตาราง 24

ตาราง 24 แสดงค่า สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
ปี 2555		
การเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)		
ECO ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ	3.813	0.712
ENV ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม	3.505	0.860
SOC ตัวชี้วัดด้านสังคม	3.761	0.684
ผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI)		
REP ชื่อเสียงองค์กร	3.952	0.661
COM ความผูกพันของพนักงาน	3.881	0.639
ผลต่างระหว่างปี 2555 -2556		
ผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN)		
ROA ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์	-0.002	0.055
ROS ผลตอบแทนต่อยอดขาย	0.028	0.222
TOBIN มูลค่าขององค์กร	-0.131	0.432
สินทรัพย์รวม (SIZE)	7.09E+10	3.0573E+11

ผลต่างของการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ระหว่างปี 2555 – 2556 บริษัทบางแห่ง มีผลประกอบการที่เป็นการดำเนินงานทางการเงินลดลง ดังนั้น การพิจารณาค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ มีดังนี้ ผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) ผลตอบแทน ต่อยอดขาย ($\bar{X} = 0.028$, S.D. = 0.222) ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ($\bar{X} = -0.002$, S.D. = 0.550) และมูลค่าขององค์กร (TOBIN) ($\bar{X} = -0.131$, S.D. = 0.432) ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ผลต่างปี 2555 - 2556

เพื่อยืนยันผลความสัมพันธ์ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานขององค์กรในส่วนที่เป็นตัวเงินครั้งที่สองของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าขององค์กร (TOBIN) จึงวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินโดยให้ตัวแปรการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และตัวแปรการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) มาจากข้อมูลของปี 2555 และตัวแปรการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ใช้ข้อมูลผลต่างระหว่างปี 2555 - 2556 และใช้ขนาด (SIZE) ของสินทรัพย์รวมปี 2556 เป็นตัวแปรควบคุม ซึ่งการวิเคราะห์ดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการยืนยันผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินจากบทที่ 4 และภาคผนวก ค

ตาราง 25 แสดงเมทริกซ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ผลต่างปี 2555 - 2556

ตัวแปร	ECO	ENV	SOC	REP	COM	DROA	DROS	DTOBIN	SIZE
ECO	1.000								
ENV	0.627**	1.000							
SOC	0.654**	0.722**	1.000						
REP	0.663**	0.709**	0.698**	1.000					
COM	0.539**	0.567**	0.632**	0.778**	1.000				
DROA	0.127	-0.005	0.021	0.057	0.003	1.000			
DROS	0.109	-0.063	-0.035	-0.051	-0.026	0.529**	1.000		
DTOBIN	0.022	0.020	-0.029	0.065	-0.030	0.180	0.071	1.000	
SIZE	0.190*	0.072	0.147	0.155	0.173	0.015	-0.038	0.033	1.000

** Pearson correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Pearson correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากตาราง 25 ตัวแปรสังเกตได้ของการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคม (CSRD) และการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวแทน (NFI) ไม่พบความสัมพันธ์ที่นัยสำคัญกับตัวแปรสังเกตได้ของการดำเนินงานที่เป็นตัวแทน (FIN) ที่เป็นผลต่างระหว่างปี 2555 และปี 2556

สำหรับความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของการดำเนินงานที่เป็นตัวแทน (FIN) ที่เป็นผลต่างระหว่างปี 2555 - 2556 ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) ในทิศทางบวกที่ระดับ 0.529

3. การวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่างปี 2555 และปี 2556 เนื่องจากตัวแปรแฝงของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวแทนไม่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวแทนทั้งในปี 2555 (บทที่ 4) และในปี 2556 (ภาคผนวก ค) ผู้วิจัยจึงได้ปรับฐานข้อมูลการดำเนินงานที่เป็นตัวแทนโดยใช้ผลต่างทางการเงินระหว่างปี 2555 และปี 2556 เพื่อทำการยืนยันผลอีกครั้ง

การวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นจึงประมวลผลจากฐานข้อมูล คือ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวแทนใช้ฐานข้อมูลจากปี 2555 และการดำเนินงานที่เป็นตัวแทนใช้ฐานข้อมูลตัวเลขผลต่างของการดำเนินงานทางการเงินระหว่างปี 2555 - 2556 ซึ่งพิจารณาค่าความสอดคล้องตามตาราง 26 ดังนี้

ตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ผลต่างระหว่างปี 2555 - 2556

ลำดับ	ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการวิเคราะห์
1	P-value	>0.05	0.70	ผ่านเกณฑ์
2	$(\chi^2) / df$	≤ 2.00	$13.50/17 = 0.79$	ผ่านเกณฑ์
3	GFI	>0.90	0.97	ผ่านเกณฑ์
4	AGFI	>0.90	0.94	ผ่านเกณฑ์
5	RMSEA	<0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์
6	RMR	<0.05	0.01	ผ่านเกณฑ์

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 26 สามารถตรวจสอบความถูกต้องของรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ว่า

ค่าระดับความมีนัยสำคัญ (P-value) เท่ากับ 0.70 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้มีความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

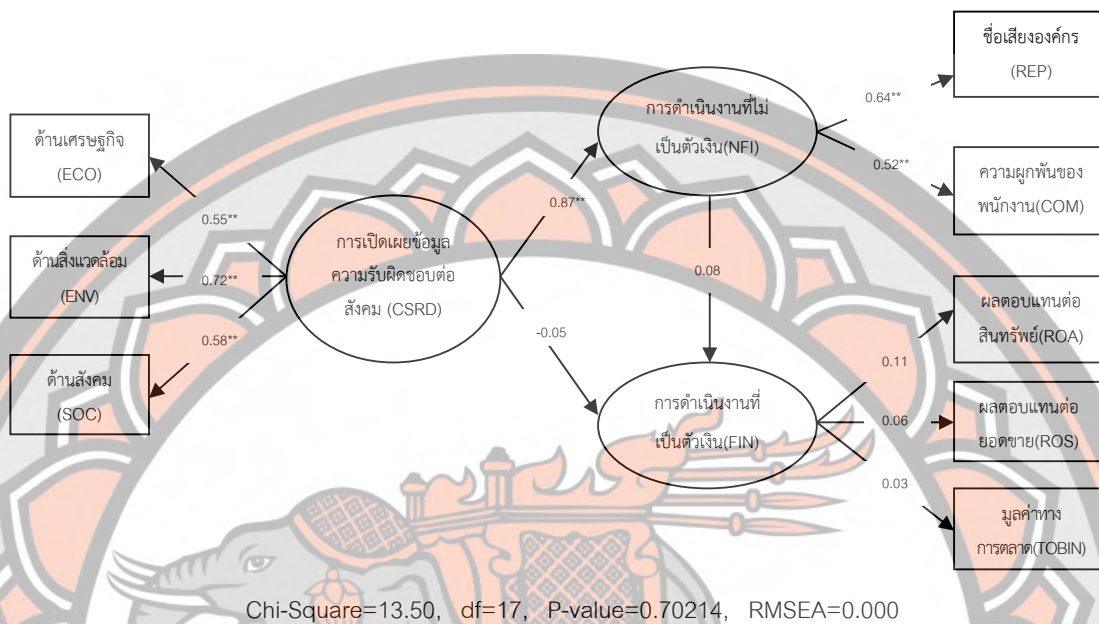
ค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 13.50 ระดับองศาอิสระ (df) เท่ากับ 17 มีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 0.79 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงปกติและรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (GFI) เท่ากับ 0.97 แสดงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่รูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.94 แสดงถึงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่ยอมรับรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นที่ปรับแก้ด้วยองศาความเป็นอิสระมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน (RMSEA) หรือค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ยของปี 2556 เท่ากับ 0.00 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษ (RMR) เท่ากับ 0.01 แสดงค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนที่น้อยทำให้รูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนสามารถสรุปผลได้ว่าความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยระหว่างปี 2555 และปี 2556 ตามสมมติฐานผ่านเกณฑ์ แสดงดังภาพ 20



ภาพ 20 ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2555 - 2556

ตาราง 27 แสดงค่าสถิติผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กรปี 2555 - 2556

ตัวแปรเหตุ	การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI)			การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN)		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE
การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)	0.87**	-	0.87**	0.03	0.08	-0.05
การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI)				0.08	-	0.08

ตาราง 27 (ต่อ)

ตัวแปรเหตุ	การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI)			การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN)				
	TE	IE	DE	TE	IE	DE		
ตัวแปร	REP	COM	ROA	ROS	TOBIN	ECO	ENV	SOC
ความเที่ยง	0.93	0.65	4.31	0.06	0.01	0.59	0.70	0.72
ค่าสัมประสิทธิ์การดำเนินงานของสมการโครงสร้าง (R ² -square)				ตัวแปร	NFI	FIN		
					0.76	0.01		

จากตาราง 27 การทดสอบรูปแบบความสัมพันธ์ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของผลต่างระหว่างปี 2555 - 2556 สำหรับตัวแปรการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) นั้น ได้ผลลัพธ์ไม่แตกต่างกับปี 2555 และปี 2556 นั่นคือ ไม่พบค่าอิทธิพลทั้งจากการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และตัวแปรการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ที่มีต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN)

สรุปการพิสูจน์ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากภาคผนวก ค และภาคผนวก ง แสดงให้เห็นว่าผลของการวิเคราะห์ค่าสถิติในภาพรวมมีความสอดคล้องตามเงื่อนไข และเมื่อพิจารณารายละเอียดการส่งอิทธิพลของตัวแปร พบว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ปี 2555 มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ปี 2555 ในขณะที่การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ปี 2555 ไม่มีอิทธิพลที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ปี 2555 และ ปี 2556 เช่นเดียวกับการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ปี 2555 ไม่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ของปี 2555 และปี 2556 ดังนั้น ผลการวิเคราะห์และการอภิปรายผลในภาคผนวก ค และภาคผนวก ง ไม่แตกต่างจากรายละเอียดในบทที่ 4 และบทที่ 5



ประวัติผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยพระนคร

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล	สินีนานู วงศ์เทียนชัย
วัน เดือน ปี เกิด	20 สิงหาคม 2514
ที่อยู่ปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก ถนนพหลโยธิน ตำบลไม้งาม อำเภอเมือง จังหวัดตาก 63000
ที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก ถนนพหลโยธิน ตำบลไม้งาม อำเภอเมือง จังหวัดตาก 63000
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	อาจารย์สังกัดสาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนาตาก
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2542 บช.ม. (การบัญชีมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2537 บธ.บ. (การบัญชี) ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลคลองหก

มหาวิทยาลัยนเรศวร