



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

.....
ปัญหามหาบัณฑิต

ปริญญา

.....
บัณฑิต

สาขา

.....
บัณฑิต

ภาควิชา

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Factors Influencing Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from the Stock Exchange of Thailand

นามผู้วิจัย นางสาวณิชาวรรณ วิชัยดิษฐ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(..... รองศาสตราจารย์ไพบุลย์ ผ่องวงศ์, M.Acc.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(..... รองศาสตราจารย์ศศิวิมล มีอำพล, D.B.A.)

หัวหน้าภาควิชา

(..... รองศาสตราจารย์ศศิวิมล มีอำพล, D.B.A.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

.....
(..... รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

สิงสิงห์ มทาวินทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนใน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Factors Influencing Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from the Stock
Exchange of Thailand

โดย

นางสาวณิชาวรรณ วิชัยดิษฐ์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบัตรมหาบัณฑิต

พ.ศ. 2555

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ณิชาวรรณ วิชัยดิษฐ์ 2555: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชี ภาควิชาบัญชี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก:
รองศาสตราจารย์ไพบุลย์ ผจงวงศ์, M.Acc. 162 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวปฏิบัติ CSR จากเจ็ททิศธุรกิจเพื่อสังคม ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยทำการศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในปี 2552 และได้รับการประเมิน CGR ประจำปี 2552 โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย จำนวน 215 บริษัท วิธีการศึกษาใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งรวบรวมจากรายงานประจำปี รายงานการดำเนินงานด้านสังคมของบริษัท (CSR Report) เว็บไซต์ของบริษัท และข้อมูลอื่นๆ ที่รวบรวมไว้อยู่ในระบบเผยแพร่ข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET SMART) เทคนิคทางสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับต่ำ โดยมีการเปิดเผยในเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม คือ ขนาดของบริษัท และประเภทอุตสาหกรรม โดยขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมแตกต่างกันมีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยอื่นซึ่งประกอบด้วย ความสามารถในการทำกำไร โครงสร้างเงินทุน โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ และอายุของกิจการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

ข้อเสนอแนะจากการศึกษานี้บริษัทจดทะเบียน ควรให้ความสนใจในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้ครอบคลุมทั้ง 8 แนวปฏิบัติ CSR จากเจ็ททิศธุรกิจเพื่อสังคม (CSR Guidelines) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรกำหนดมาตรฐานในการเปิดเผยข้อมูล และจัดทำรายงานเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจนเพื่อให้การเปิดเผยข้อมูล สมบูรณ์และมีมาตรฐานเดียวกัน

Nitchawan Wichaidist 2012: Factors Influencing Corporate Social Responsibility
Disclosure: Evidence from the Stock Exchange of Thailand. Master of Accountancy,
Major Field: Accounting, Department of Accounting. Thesis Advisor:
Associate Professor Paiboon Pajongwong, M.Acc. 162 pages.

The objectives were to study the association between corporate social responsibility disclosure on CSR Guidelines of the stock exchange of Thailand and the firm's characteristics that listed on the stock exchange of Thailand. The data are collected from the 215 companies that listed on the stock exchange of Thailand in 2009 and were surveyed in Corporate Governance Report of Thai Listed Companies (CGR) in 2009 by Thai Institute of Directors Association. Secondary data were collected from annual reports, CSR Report, company website and the other information on SET SMART database. The statistical analysis was Multiple Regression

The result show that the listed companies disclose about the corporate social responsibility at low level and the good governance issue was the most highly disclosed issue. The company size and industry group were found to influence the corporate social responsibility disclosure. Company size has a positive and significant association with the corporate social responsibility disclosure and the level of corporate social disclosures among industry group are significantly different. Other factors consisting of profitability, capital structure, foreign share ownership and firm age are not significantly associated with the corporate social responsibility disclosure.

Suggestion from this study is all firms should focus in corporate social responsibility disclosure cover all 8 ways of CSR Guidelines of the stock exchange of Thailand and the relevant institute should regulate the standard on social responsibility disclosure for the unify reporting.

_____/_____/2012
Student's signature Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รศ. ไพบุลย์ ผ่องวงศ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่เสียสละเวลาให้คำปรึกษาและชี้แนะ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี นอกจากนี้ยังได้รับคำแนะนำเพิ่มเติมอันเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นจาก รศ.ดร.ศศิวิมล มีอำพล รองกรรมการที่ปรึกษา ดร.สันสกฤต วิจิตรเลขการ ประธานการสอบวิทยานิพนธ์ และรศ.กาญจนา ศรีพงษ์ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณทุกท่านดังกล่าวมาแล้วเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา รวมถึงผู้เขียนตำราเอกสาร บทความต่างๆ ที่ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าและนำมาอ้างอิงในการศึกษาครั้งนี้ และเป็นแนวทางให้ผู้ศึกษาได้นำความรู้มาใช้ประกอบการศึกษาครั้งนี้จนสำเร็จลงได้ รวมทั้งขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือและอยู่เคียงข้างกันเสมอมา ตลอดจนคอยให้คำปรึกษาและคำแนะนำ ซึ่งทำให้การศึกษานี้ประสบผลสำเร็จด้วยดี

และขอกราบขอบพระคุณอย่างยิ่งสำหรับคุณพ่อ และคุณแม่ ที่คอยให้กำลังใจและทำให้ผู้ศึกษาเข้มแข็ง และฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆ ได้ จนพบกับความสำเร็จในวันนี้

ณิชวรรณ วิชัยดิษฐ์

เมษายน 2555

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการศึกษา	5
นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	58
กรอบแนวคิดการศึกษา	75
สมมติฐานการศึกษา	76
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	81
วิธีการเก็บข้อมูล	81
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	89
บทที่ 4 ผลการศึกษาและข้อวิจารณ์	95
ผลการศึกษา	95
ข้อวิจารณ์	108

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	112
สรุปผลการศึกษา	112
ข้อเสนอแนะ	113
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	116
ภาคผนวก	122
ภาคผนวก ก กระดาษทำการ (Working Paper) วัดระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	123
ภาคผนวก ข ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการวัดมูลค่าตัวแปรอิสระ	134
ภาคผนวก ค การตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	153
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	162

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ความหมายของ CSR โดยองค์กรต่างๆ	8
2	พัฒนาการของแนวคิด CSR	17
3	จำนวนบริษัทที่ทำการสำรวจ CGR ปี 2552	53
4	จำนวนบริษัทที่ทำการสำรวจ CGR ปี 2552 จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม	54
5	หลักเกณฑ์การสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	56
6	แสดงสัญลักษณ์ที่ได้รับในแต่ละช่วงคะแนนการประเมิน และการแปลความหมาย	57
7	ผลการสำรวจ CGR ปี 2009 ที่เผยแพร่ในรายงาน Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2009	57
8	สรุปการวัดค่าตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้จากงานวิจัยในอดีตและความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	71
9	จำนวนบริษัทที่ใช้ในการศึกษานี้ จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม	82
10	แสดงส่วนประกอบของแต่ละแนวปฏิบัติในกระดาษทำการส่วนที่ 2	84
11	แสดงช่วงคะแนนที่กำหนดขึ้น โดยใช้ผลการสำรวจจากสมาคมส่งเสริมกรรมการบริษัทไทย	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
12	แสดงการให้คะแนนตามแนวปฏิบัติที่ 2-7	86
13	การเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัท	89
14	คำอธิบายตัวแปรต่างๆที่ใช้ในศึกษา	93
15	ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตามประเภทและระดับของการเปิดเผยข้อมูลตามหลักเกณฑ์ของ Wallace (1998)	96
16	ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตามหมวดอุตสาหกรรม	97
17	ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตาม 8 แนวปฏิบัติ CSR จากเจเอ็มทีศรธุรกิจเพื่อสังคม (CSR Guidelines)	98
18	การสำรวจการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวปฏิบัติที่ 8	99
19	การเปิดเผยตามแนวปฏิบัติเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี จากผลการสำรวจของ CGR ปี 2552	100
20	ค่าเฉลี่ยการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตามรายการที่เปิดเผยในแนวปฏิบัติที่ 2-7	100
21	สถิติเชิงพรรณนาของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัท	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

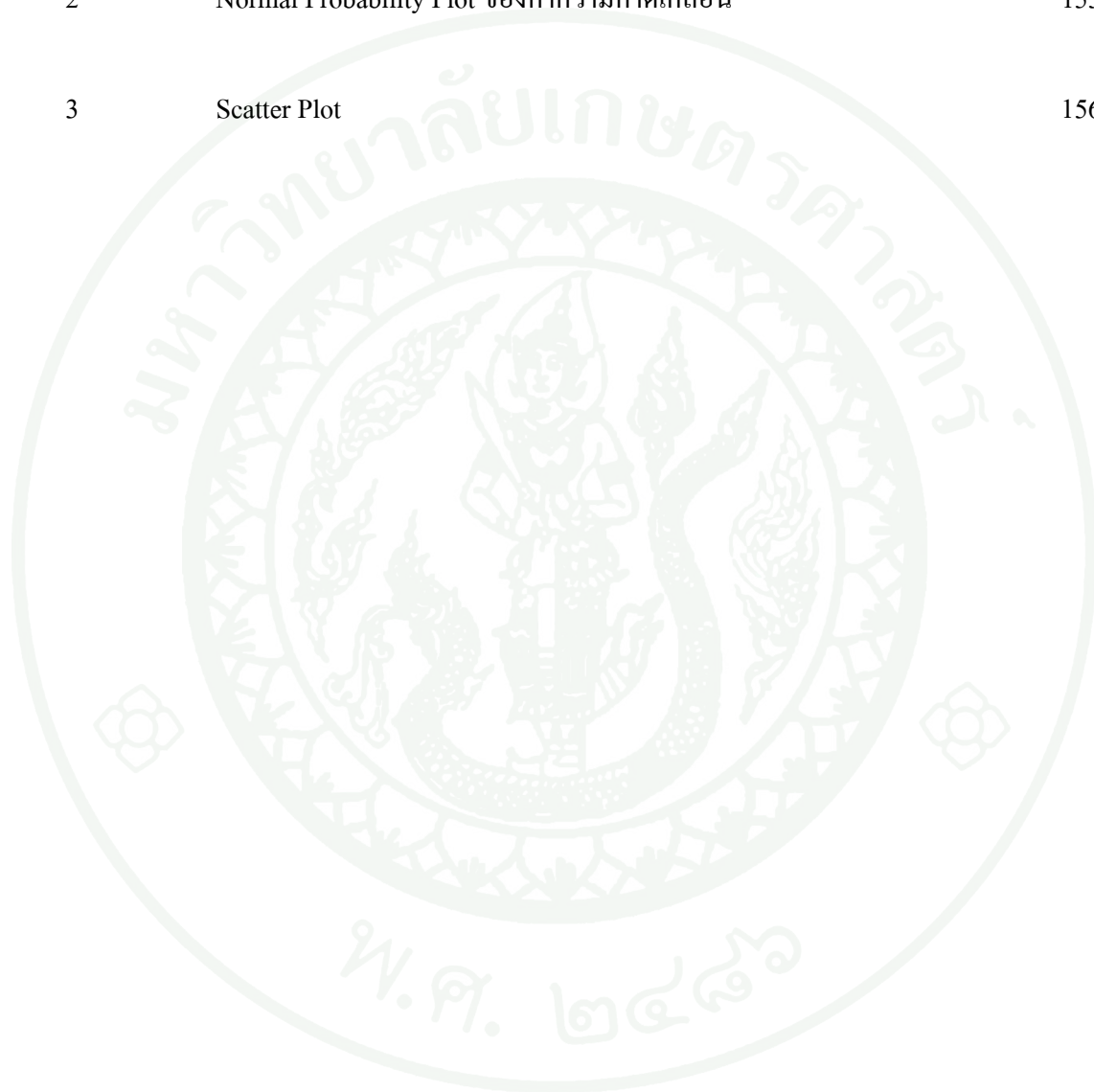
ตารางที่		หน้า
22	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	106
23	การเปรียบเทียบผลการศึกษากับสมมติฐานที่กำหนด	107
ตารางผนวกที่		
1	ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการวัดมูลค่าตัวแปรอิสระ (เรียงตามชื่อย่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์)	135
2	การตรวจสอบโดยใช้สถิติทดสอบ Durbin – Watson	157
3	การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	158

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนภาพ Triple Bottom Line - Venn diagram	10
2	แผนภาพ Triple Bottom Line - Strong Sustainability	11
3	แผนภาพ Sustainability : the Three-legged Stool	12
4	แผนภาพปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	14
5	แผนภาพแสดงพัฒนาการของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม	16
6	แผนภูมิแสดงจำนวนบริษัทที่จัดทำรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมแยกตามประเทศ	34
7	แผนภูมิแท่งแสดงจำนวนรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมแยกตามอุตสาหกรรม	35
8	แผนภูมิวงกลมแสดงจำนวนบริษัทที่นำ GRI มาใช้ และบริษัทที่ใช้บริษัทภายนอกในการประเมินรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท	36
9	แผนภูมิแสดงจำนวนของบริษัทที่ใช้ภาษาอังกฤษและภาษาประจำชาติในการออกรายงาน	36
10	กรอบแนวคิดการศึกษา	75
ภาพผนวกที่		
1	Histogram ของค่าความคาดเคลื่อน	155

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพผนวกที่		หน้า
2	Normal Probability Plot ของค่าความคลาดเคลื่อน	155
3	Scatter Plot	156



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ท่ามกลางกระแสการเคลื่อนตัวของ CSR (Corporate Social Responsibility: ความรับผิดชอบต่อสังคม) ไปสู่ภาคส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐกิจ ภาคอุตสาหกรรม หรือหน่วยงานต่าง ๆ ในภาครัฐและภาคเอกชน ส่งผลให้การที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้น นอกเหนือจากการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพแล้ว การติดต่อสื่อสารกับผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นสิ่งสำคัญอีกประการที่ต้องคำนึงถึง และสื่อกลางที่ธุรกิจใช้ในการติดต่อกับผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไป คือ รายงานประจำปี และการจัดทำรายงานการเงิน หรือ งบการเงิน ซึ่งโดยปกติ สื่อกลางทั้งสองถือเป็นสื่อกลางในการติดต่อระหว่างธุรกิจกับนักลงทุน แต่เมื่อมีกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ามามีอิทธิพลมากขึ้น ผู้มีส่วนได้เสียอื่นจึงเริ่มให้ความสนใจกับข้อมูลของกิจการมากขึ้น รายงานการเงินที่จัดทำขึ้นตามปกติแบบดั้งเดิม จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลได้ครบถ้วน ทำให้มีการจัดทำรายงานในรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลายมากขึ้น

ในระยะแรกๆ การจัดทำรายงานนอกเหนือจากรายงานทางการเงินแล้วนั้น มักจะเป็นไปในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ ที่เน้นการนำเสนอเชิงคุณภาพ ซึ่งต่อมาเมื่อผู้รับข่าวสารเริ่มมีความรู้ และตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดความคาดหวัง และตั้งข้อเรียกร้องจากธุรกิจให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียจึงถูกหยิบยกขึ้นมาพิจารณาในการจัดทำรายงาน เพื่อให้สังคมเกิดความชัดเจนและมั่นใจในภารกิจต่าง ๆ ของธุรกิจ

ในปี ค.ศ. 2002 The Global Reporting Initiative (GRI) ได้จัดพิมพ์แนวทางในการจัดทำรายงานเกี่ยวกับ CSR ขึ้น โดยเป็นแนวทางในการนำเสนอหรือเปิดเผยข้อมูลโดยเน้นการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และได้พัฒนามาเป็นลำดับ โดยคำนึงถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม และขยายขอบเขตครอบคลุมหลายเรื่อง มีการนำเสนอเชิงคุณภาพมาประกอบกับข้อมูลเชิงปริมาณ โดยเฉพาะข้อมูลทางการเงิน เนื่องจากเศรษฐกิจเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญของธุรกิจและสังคมโดยรวม จากการเน้นเพียง

ตัวเลขกำไรในงบการเงิน ที่เรียกกันว่า “บรรทัดสุดท้าย” (Bottom line) ได้มีการปรับเปลี่ยนโดยเพิ่มมิติอื่นเข้าไปด้วยเป็น “สามบรรทัดสุดท้าย” (Triple Bottom Line) หรือการแสดงผลการดำเนินงานสามมิติ คือ ด้านเศรษฐกิจ (เน้นการทำกำไร) สังคม (เน้นประชากร โดยเฉพาะพนักงาน) และสิ่งแวดล้อม (เน้นการใช้ทรัพยากร) เนื่องด้วยรูปแบบการจัดทำรายงานที่ครอบคลุมและชัดเจนขึ้น ส่งผลให้การรายงานเกี่ยวกับ CSR ในปัจจุบัน ได้กลายเป็นเรื่องที่ธุรกิจให้ความสำคัญ เพราะธุรกิจได้นำ CSR มาใช้ในการจัดทำแผนกลยุทธ์ด้วย ดังเช่น เมอร์ค ประเทศไทย ซึ่งได้กล่าวไว้ในรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมประจำปี 2548/2549 ดังนี้ “เรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเรื่องที่ขาดไม่ได้ในการดำเนินธุรกิจของเมอร์ค ประเทศไทย เพราะเมื่อพนักงานมีความสุขและมีแรงบันดาลใจแล้ว สิ่งเหล่านี้ จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และกระตุ้นการซื้อซ้ำคราวต่อ ๆ ไป ซึ่งสิ่งนี้จะส่งผลให้เราสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ถือหุ้นของเรา และบริษัทจะสามารถจัดสรรสิ่งที่ดี เพื่อตอบแทนคืนสู่สังคมได้ในที่สุด ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการของบริษัทนั้นเป็นไปในเชิงบวกอย่างแน่นอน” (เสาวนีย์ ลิขณวัฒน์, 2550: 3-6)

จากผลสำรวจของบริษัท KPMG ชื่อ International Survey of Corporate Sustainability Reporting ในปี ค.ศ. 2002 ชี้ว่า เหตุผลหลักๆ ที่บริษัททำรายงานความยั่งยืน ได้แก่ การลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ พัฒนาสินค้าและบริการเพื่อยกระดับการเข้าถึงตลาดใหม่ เสริมสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ดึงดูดพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ และปรับปรุงการบริหารจัดการความเสี่ยงแบบบูรณาการ นอกจากนี้ผลการสำรวจผู้นำธุรกิจ 200 คนในปีเดียวกันของ Environics International ก็ชี้ชัดว่า ผู้นำ 9 ใน 10 คนเห็นด้วยอย่างมาก (47%) หรือเห็นด้วยเฉย ๆ (43%) กับคำกล่าวที่ว่า ประโยชน์ของการรายงานผลการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมนั้นมีสูงกว่าค่าใช้จ่ายที่บริษัทต้องเสียไปในการจัดทำรายงานดังกล่าว เนื่องจากบริษัทเหล่านี้เล็งเห็นว่าการจัดทำรายงานนั้นมีประโยชน์ต่อตัวบริษัทเอง (สฤณี อาชวานันทกุล, 2548)

นอกจากนี้ “KPMG” ได้เปิดเผยข้อมูลที่ได้รับความสนใจ จากการประชุมสุดยอด CSR Asia ครั้งที่ 6 ในหัวข้อ “ก้าวต่อไปของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขยายวงความร่วมมือด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม” จัดขึ้นโดยบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำของเอเชีย CSR ASIA (ซึ่งเป็นองค์กรเอกชนผู้ให้บริการด้านข้อมูล การฝึกอบรม การทำวิจัย และการให้คำปรึกษาทางด้านการทำธุรกิจแบบยั่งยืนในภูมิภาคเอเชีย) พบว่าปัจจุบันมีบริษัทที่ทำรายงานข้อมูลเกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อมมีมากขึ้น โดยจากการสำรวจ 250 บริษัทในปี 2551 พบว่ามีถึง 83% เมื่อเทียบกับเมื่อ 3 ปีก่อนที่มีบริษัทที่จัดทำรายงานเพียง 52% เท่านั้น โดยปัจจุบันเอเชียถือเป็นภูมิภาคที่มีการทำรายงานเพื่อความยั่งยืน เป็นสัดส่วน 8% ของการ

ทำรายงานทั่วโลก โดย 25% ของทั้งหมดใช้แนวทางของ GRI (global reporting initiative) (ประชาชาติธุรกิจ, 2551)

ในส่วนของประเทศไทยนั้นถึงแม้ว่าทุกบริษัทจะยอมรับว่า CSR เป็นสิ่งสำคัญและเป็นเรื่องจำเป็น แต่ข้อมูลเกี่ยวกับ CSR บางอย่างก็ไม่ได้รับการเปิดเผย และจะเปิดเผยเฉพาะที่จำเป็นหรือถูกบังคับด้วยข้อกำหนดเท่านั้น ทำให้ยังเกิดช่องว่างเกี่ยวกับความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือขององค์กรอยู่บ้าง ทั้งนี้จากผลการสำรวจและจัดอันดับการเปิดเผยข้อมูลด้าน CSR ของ CSR Asia ได้จัดอันดับการเปิดเผยข้อมูลเรื่อง CSR ของบริษัทจดทะเบียนขนาดใหญ่ ในภูมิภาค Asia-Pacific (ประกอบด้วยฮ่องกง มาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย ในปี 2551) โดยพิจารณาจากข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณชนรวมทั้งรายงานประจำปี เว็บไซต์ ข่าวแจก เอกสารเผยแพร่ และเอกสารนำเสนอต่าง ๆ โดยวัดจากตัวบ่งชี้ทาง CSR ทั้ง 62 ปัจจัย ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นหัวข้อใหญ่ๆ ได้ 6 หัวข้อ คือ นโยบายและแนวปฏิบัติ กลยุทธ์ CSR และ การสื่อสาร ตลาด และซัพพลายเชน สถานที่ทำงานและพนักงาน สิ่งแวดล้อม และการลงทุนในชุมชนและการพัฒนาสังคม ซึ่งหากวัดพัฒนาการจากการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในไทยพบว่า ยังคงให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้านการพัฒนาชุมชนเป็นสำคัญ และเป็นที่น่าสังเกตว่าแม้ในหลายบริษัทที่พบจะเป็นบริษัทส่งออก แต่ไม่พบการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านซัพพลายเชนแต่อย่างใด

แต่ในปัจจุบันคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้จัดทำร่างคู่มือช่วยบอกทิศทางดำเนินงานที่มีเป้าหมายด้านธุรกิจควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม ที่เรียกว่า "เจมิทิสธุรกิจเพื่อสังคม" (CSR Guidelines) ซึ่งประกอบด้วยแนวปฏิบัติ 8 หัวข้อ คือ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมชาติ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และ การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยอิงตามมาตรฐาน GRI และ ร่างมาตรฐาน ISO 26000 – Social Responsibility ดังนั้นในอนาคตอันใกล้การเปิดเผยข้อมูลในประเทศไทยย่อมมีแนวโน้มที่ชัดเจนมากขึ้น

นอกจากนี้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้จัดให้มีการมอบรางวัล CSR Awards หรือรางวัลดีเด่นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) เป็นประจำทุกปี บนเวที SET Awards ซึ่งปัจจุบันถือเป็นรางวัลด้าน CSR ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ที่จัดขึ้นเพื่อยกย่องบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่

โดดเด่นในด้านการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ใช้เกณฑ์การตัดสินครอบคลุมตามแนวปฏิบัติหลักใน 8 ด้านตาม "เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม" ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ได้รับการมอบรางวัลดังกล่าวถึงสามปีซ้อน (พ.ศ. 2549, 2551 และ 2552) ซึ่งจะเห็นว่าล้วนเป็นบริษัทที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ แต่พบว่าบริษัทที่มีขนาดเล็กคือ กลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าตลาดไม่เกิน 10,000 ล้านบาท ในกลุ่มที่ 3-4 และ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI ไม่มีบริษัทใดได้รับรางวัลในการมอบรางวัลประจำปี 2552 แต่อย่างใด ซึ่งเป็นบทสะท้อนให้เห็นว่า ในโลกของการขับเคลื่อน CSR ของไทยวันนี้ยังคงมีช่องว่างที่ยังห่างระหว่างองค์กร หัวขบวนที่ดำเนินการมานาน และองค์กรหัวขบวนที่ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นที่ต้องการเติมเต็ม (ประชาชาติธุรกิจ, 2552)

จากประเด็นที่กล่าวข้างต้น จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาถึงคุณลักษณะต่าง ๆ ของบริษัท ซึ่งอาจอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์การศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับมีดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติให้แก่กลุ่มธุรกิจต่างๆ ในการเสริมสร้างความชัดเจนของการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมสำหรับองค์กรธุรกิจแต่ละประเภท ให้สอดคล้องกับประเภทและลักษณะของธุรกิจที่ดำเนินการอยู่
2. เพื่อกระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทั้งนักลงทุน ผู้ที่สนใจ หรือสาธารณชนทั่วไปตระหนักและเห็นความสำคัญของการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นประโยชน์ในการพัฒนาให้มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทยเพิ่มขึ้น
3. เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์คุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของหน่วยงานที่กำกับดูแล ผู้มีส่วนได้เสีย และวงการวิชาการ นำไปสู่แนวทางในการพัฒนารอบหรือตัวชี้วัดในการวัดคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้มีความครอบคลุม และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจไทยในการแข่งขันในเวทีตลาดโลกมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยบริษัททั้งหมดเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในปี 2552 และเป็นบริษัทที่ได้รับการประเมิน CGR ประจำปี 2552 โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ด้วยความสนับสนุนของ ก.ล.ด. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 290 บริษัท ยกเว้น กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน กลุ่มกองทุน และกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ (อยู่ในหมวดอสังหาริมทรัพย์) จำนวน 41 บริษัท เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีลักษณะเฉพาะและโครงสร้างเงินทุนที่แตกต่างจากกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น รวมทั้งธุรกิจขนาดกลาง (MAI) จำนวน 29 บริษัท

และบริษัทมีข้อมูลไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ (เนื่องจากข้อมูลรายงานประจำปี ไม่สามารถสืบค้นใน SET SMART ได้ จำนวน 2 บริษัท มีการเพิกถอนหุ้นจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเนื่องจากการควบรวมกิจการจำนวน 2 บริษัท และข้อมูลไม่เหมาะสมจะนำมาประมวลผล เนื่องจากส่วนของผู้ถือหุ้นติดลบ เพราะขาดทุนสะสมมากกว่าส่วนทุน จำนวน 1 บริษัท) จำนวน 5 บริษัท คงเหลือทั้งสิ้น 215 บริษัท

2. ใช้ข้อมูลจากรายงานประจำปี (Annual Report) ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประจำปี 2552 รายงานการดำเนินงานด้านสังคมของบริษัท (CSR Report) เว็บไซต์ของบริษัท และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรวบรวมไว้ในระบบเผยแพร่ข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET SMART)

3. การวัดระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละบริษัท โดยใช้กระดานทำการประเภทเลือกตอบ (Check List) ซึ่งให้คะแนนสำหรับบริษัทที่เปิดเผยรายการตามที่อยู่ในกระดานทำการ 1 คะแนน หากไม่พบข้อมูลการเปิดเผยรายการตามที่อยู่ในกระดานทำการ จากรายงานประจำปี และรายงานการดำเนินงานด้านสังคมของบริษัท (CSR Report) จะให้คะแนนเท่ากับ 0 คะแนน ทั้งนี้การระบุว่าบริษัทที่ศึกษาในครั้งนี้ไม่เปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม อาจเกิดจากบริษัทนั้น ไม่มีความจำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อดังกล่าว เนื่องจากอาจไม่เกี่ยวข้องกับลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท

นิยามศัพท์

CSR เป็นคำย่อมาจาก Corporate Social Responsibility หรือความรับผิดชอบต่อสังคม

CGR เป็นคำย่อมาจาก Corporate Governance Report of Thai Listed Companies หรือ รายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ซึ่งเป็นรายงานที่นำเสนอผลการสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จัดทำโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

ลักษณะของบริษัท หมายถึง ขนาดของบริษัท ความสามารถในการทำกำไร โครงสร้างเงินทุน โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ อายุของกิจการ และประเภทของอุตสาหกรรม

อายุของกิจการ หมายถึง ช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปีที่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไปจนถึงปี 2552

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในบทนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความหมายและแนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคม
2. วิวัฒนาการของแนวความคิดและรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม
3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม
4. การเพิ่มขึ้นของรายงานเพื่อสังคม
5. ประโยชน์ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม
6. แนวโน้มการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในปัจจุบัน
7. แนวปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
8. รายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2552

ความหมายและแนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคม

การนิยามความหมายของ CSR ของบริษัทในประเทศไทยยังมีความเข้าใจไม่ตรงกันว่า CSR คืออะไร แต่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จะมองว่า CSR คือการมีส่วนร่วมทางสังคมในแง่ของการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ช่วยเหลือสังคมในเชิงงาน “สังคมสงเคราะห์” ให้กับผู้ยากไร้หรือด้อยโอกาส ในขณะที่นิยามของ CSR ที่ได้รับการยอมรับเป็นสากลคือ นิยามที่ผสมผสานเรื่องสิ่งแวดล้อม และสังคมเข้ากับการดำเนินธุรกิจโดยรวมความถึงสิ่งที่ทำจากภายนอกและองค์ประกอบภายในองค์กรควบคู่กันไป จากความเข้าใจ CSR ในมุมมองทำให้การดำเนินงานด้าน CSR ของบริษัทส่วนใหญ่ จะเน้นการช่วยเหลือสังคมซึ่งเป็นเรื่องภายนอกองค์กรแต่ละเรื่องภายในองค์กร เช่นการเสียภาษีอย่างถูกต้องหรือการจัดระบบที่มีธรรมาภิบาล และการปรับกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การไม่ปล่อยน้ำเสียลง

แม่น้ำ (นิติตโครงการบัณฑิตศึกษา สาขาบริหารธุรกิจ ภาคปกติ รุ่นที่ 25 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2552)

การให้นิยาม CSR นั้น หลายๆ องค์กร หรือบุคคลได้กล่าวไว้ในหลายๆ ลักษณะ แล้วแต่มีความเข้าใจที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งในทางสากลแล้วยังไม่มีการกำหนดอย่างชัดเจนถึงนิยามของ CSR ที่เป็นหนึ่งเดียว จึงขอยกตัวอย่างของการให้นิยาม CSR โดยหน่วยงานและสถาบันต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 1 ความหมายของ CSR โดยองค์กรต่างๆ

องค์กร	ความหมาย ของ CSR
UK government	เป็นความร่วมมือของภาคธุรกิจต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจเองและป้องกันความสูญเสีย ซึ่ง CSR อาจเป็นกิจกรรมด้านอาสาสมัคร แต่อย่างน้อยต้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด
European Commission	แนวคิดที่ซึ่งบริษัทได้แทรกเรื่องของความห่วงใยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เข้าไว้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทและในปฏิสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) กับบริษัทอย่างสมัครใจ
Confederation of British Industry	การยอมรับโดยธุรกิจต่างๆ ว่าควรมีความรับผิดชอบไม่เพียงแต่ผลการดำเนินงานเท่านั้น แต่ควรใส่ใจถึงกิจกรรมที่ส่งผลต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วย
World Business Council for Sustainable Development	ความมุ่งมั่นหรือพันธะสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการที่ประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน ตลอดจนครอบครัวของเขา และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคม
CSR ASIA	พันธะสัญญาของบริษัทเพื่อการจัดการในเชิงเศรษฐศาสตร์ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ในขณะที่สร้างความสมดุลกับผลประโยชน์ที่หลากหลายของผู้ถือหุ้น

ที่มา: Crane, Matten and Spence (2008)

สำหรับในประเทศไทยนั้น มีนักวิชาการและหน่วยงานที่ให้คำนิยามเกี่ยวกับ CSR ไว้ดังนี้

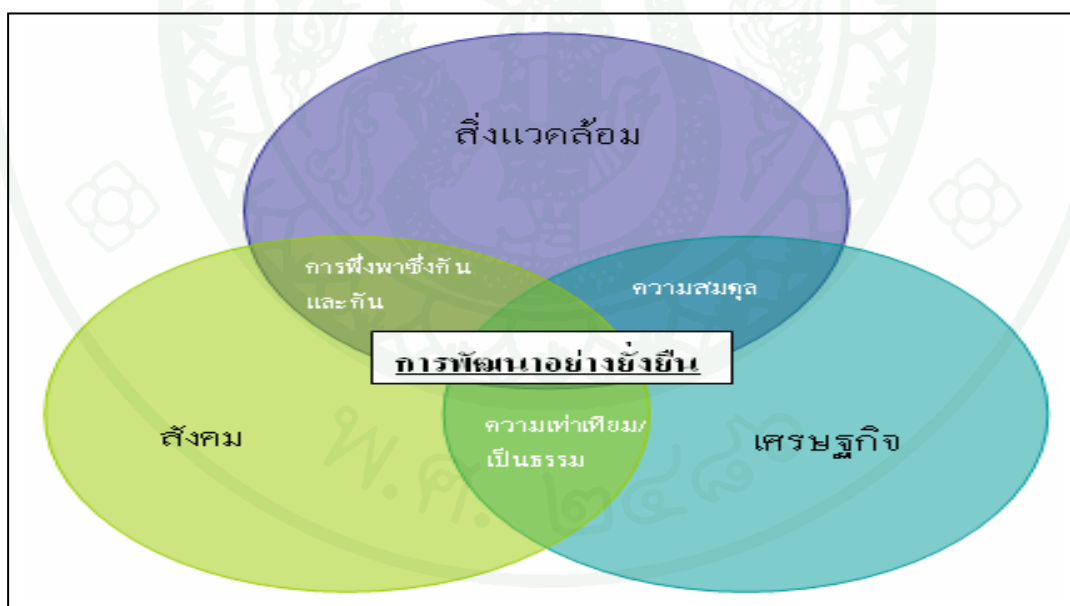
สถาบันไทยพัฒน์ (2553) ได้นิยาม Corporate Social Responsibility (CSR) หรือบรรษัท
บริหารว่า หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้ง
ในระดับใกล้ (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงต่อองค์กร เช่น ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวยุติ พนักงานชุมชนท้องถิ่นที่
องค์กรตั้งอยู่) และระดับไกล (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทางอ้อม เช่น คู่แข่งขันทางธุรกิจ และ
ประชาชนโดยทั่วไป) ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่
จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสิณี (2550) ได้นิยามโดยสรุปไว้ด้วยว่า CSR หรือความรับผิดชอบต่อ
สังคมที่แท้จริงขององค์กรอยู่ที่การแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบ โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม
และสังคมต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ในทุกขั้นตอนของกระบวนการดำเนินธุรกิจ โดยผู้ที่มีส่วน
ได้เสียนี้สามารถเป็นไปได้ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น พนักงาน ชุมชน ลูกค้า คู่ค้า ไปจนถึงสังคมส่วนรวม

คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน
คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ อธิบายว่า CSR เป็นเรื่องของภารกิจที่องค์กร
ตอบสนองต่อประเด็นเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งทำให้ประโยชน์กับคน ชุมชน และ
สังคม นอกจากนั้น ยังเป็นเรื่องของบทบาทขององค์กรธุรกิจต่อสังคม และความคาดหวังของสังคมที่มี
ต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาท เกี่ยวข้องกับกิจกรรม
ต่าง ๆ โดยสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่
การพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท
จดทะเบียนคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2551 อ้างใน สถาบันธุรกิจเพื่อ
สังคม ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อตลาดทุน, 2553)

จากคำนิยามข้างต้นจะสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ หรือ
CSR นั้น คือ การมุ่งให้ธุรกิจบริหารจัดการโดยเริ่มใส่ใจทั้งในด้านผลกำไร สิ่งแวดล้อม และสังคมไป
พร้อม ๆ กัน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน นั่นก็คือแนวคิด Triple Bottom Line (TBL
หรือ 3BL) ของนักวิเคราะห์และนักธุรกิจ John Elkington ผู้ก่อตั้งองค์กร Sustainability ในประเทศ
สหราชอาณาจักร และผู้นำทางความคิดในประเด็นเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งกำหนดนิยามคำว่า Triple
Bottom Line ขึ้นมาในปีค.ศ.1994 เพื่อขยายความหมายของคำว่าพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย

เรื่องของการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Viability) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) และ สิ่งแวดล้อม (Environment Impact) โดยพยายามใช้คำว่า Triple Bottom Line ในสื่อต่างๆเพื่อให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง เช่น บทความเรื่อง 'Win-Win-Win' Business Strategies ในนิตยสาร California Management Review (Elkington, 1994) และเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ง่ายขึ้น Elkington จึงกำหนดตัวย่อ 3Ps ขึ้นมา ซึ่งมาจาก People (มิติด้านสังคม) Planet (มิติด้านสิ่งแวดล้อม) และ Profit (มิติด้านเศรษฐศาสตร์) โดย 3Ps นี้ได้รับการตีพิมพ์ครั้งแรก ใน Shell Report ในปี 1995 จนในที่สุด แนวคิด Triple Bottom Line ก็เกิดการนำไปใช้อย่างแพร่หลาย เนื่องมาจากหนังสือสร้างชื่อของเขาที่ชื่อว่า Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business (Elkington, 1997) โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคมควบคู่กัน กับการประกอบธุรกิจเป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อบริษัทที่มีต่อผู้ที่ได้และเสียประโยชน์จากบริษัทจากการกระทำของบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม (stakeholders) ไม่ใช่แค่เจ้าของหรือผู้ถือหุ้น (shareholders) ดังนั้นภาพใหญ่ของ Triple Bottom Line คือการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบทุนนิยมที่ยั่งยืน ซึ่งเกิดจากมุมมองของนักลงทุนในเรื่องการลงทุน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ [สวทช.], 2552)



ภาพที่ 1 แผนภาพ Triple Bottom Line - Venn diagram

ที่มา: คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน (2550)

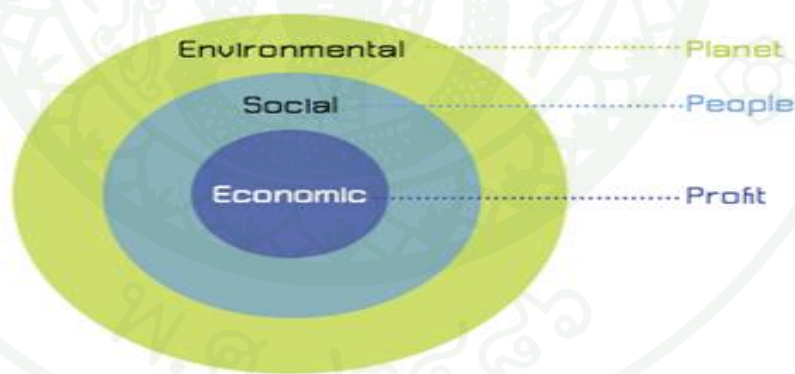
สวทช. (2552) ขยายความไว้ว่า แผนภาพ Triple Bottom Line ประกอบด้วยวงกลม 3 วงซึ่งแสดงถึงมิติทั้ง 3 ด้านคือ มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Planet) มิติด้านสังคม (People) และมิติด้านเศรษฐศาสตร์ (Profit) โดยมีบางส่วนเกี่ยวเนื่องทับซ้อนกัน 2 วง ได้แก่

ส่วนที่มีมิติด้านสิ่งแวดล้อมกับมิติด้านสังคมทับกัน (Bearable) คือ ความสามารถในการให้ประโยชน์ โภชน์ผลต่อกัน หมายถึง การที่สังคมพึงพาธรรมชาติในการดำรงชีวิต มนุษย์อยู่ภายใต้ระบบ นิเวศอย่างเป็นสุข

ส่วนที่มีมิติด้านสังคมกับมิติด้านเศรษฐกิจทับกัน (Equitable) คือ ความเสมอภาคและ ความยุติธรรมของคนในสังคมเมื่อทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจ หมายถึง การกระจายรายได้ ที่เป็นธรรม และการจ่ายค่าแรงที่เหมาะสมกับแรงงานที่เสียไป

ส่วนที่มีมิติด้านเศรษฐกิจกับมิติด้านสิ่งแวดล้อมทับกัน (Viable) คือ ความสมดุลของ ความสามารถในการพัฒนาและเจริญเติบโต หมายถึง การนำทรัพยากรธรรมชาติไปใช้อย่างพอดี โดยไม่เกินขีดจำกัดของธรรมชาติที่จะสามารถสร้างขึ้นมาทดแทนได้ เพื่อให้ประสบผลสำเร็จทาง เศรษฐกิจ

ส่วนพื้นที่การทับซ้อนกันของทั้ง 3 วงตรงกลาง (Sustainable) คือ ความยั่งยืน หมายถึง สถานการณ์ ภาวะ หรือบริบท ที่มีคุณสมบัติทุกอย่างตามที่กล่าวมาข้างต้นรวมกัน



ภาพที่ 2 แผนภาพ Triple Bottom Line - Strong Sustainability

ที่มา: สวทช. (2552)

นอกจากนี้ แผนภาพ Triple Bottom Line ก็สามารถนำมาเปรียบเทียบในแง่ของขนาดของ บริบทได้เช่นกัน ในที่นี้ แสดงถึงวงกลม 3 วงทับซ้อนกัน วงที่ใหญ่ที่สุดหรือมิติที่มีขนาดใหญ่ที่สุดก็ คือ มิติทางสิ่งแวดล้อม วงที่เล็กลงมาหรือมิติที่เล็กลงมาคือ มิติทางสังคม เพราะสังคมมนุษย์มีขนาด เล็กกว่าสิ่งแวดล้อมทั้งปวง และวงที่เล็กที่สุดหรือมิติที่เล็กที่สุดก็คือมิติทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเศรษฐกิจ เป็นหน่วยย่อยของสังคม เป็นเพียงกิจกรรมของมนุษย์



ภาพที่ 3 แผนภาพ Sustainability : the Three-legged Stool

ที่มา: สวทช. (2552)

สวทช. (2552) ได้เปรียบเทียบแผนภาพ Sustainability : the Three-legged Stool และความยั่งยืน โดยให้เหตุผลว่า ความสมดุลของมิติทั้ง 3 คือ มิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านสังคม และมิติด้านเศรษฐศาสตร์ เป็นเช่นเดียวกันกับเก้าอี้ 3 ขา โดยขาทั้ง 3 จะต้องมีความสูงและความแข็งแรงเท่าๆกัน จึงจะรับน้ำหนักได้และไม่ล้ม

มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Planet/โลก)

เป็นทุนทางธรรมชาติ (Natural Capital) องค์กรจะต้องลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด มีการบำบัดมลภาวะให้มีมลพิษเหลือน้อยที่สุด อย่างน้อยต้องอยู่ตามเกณฑ์ข้อบังคับของกฎหมายที่ระบุไว้ ควรระมัดระวังในการใช้พลังงานและให้ความสำคัญกับแนวคิด A Life Cycle Management (LCM) ซึ่งเป็นการจัดการวงจรชีวิตทั้งหมดของสินค้า และบริการขององค์กร เพื่อเพิ่มความยั่งยืนของการผลิตและบริการให้มากขึ้น ดังนั้นบริษัทที่เน้นในเรื่อง TBL จึงต้องมีความรอบคอบในการใช้พลังงาน การลดของเสียจากการผลิต การบำบัดของเสียและสารพิษก่อนทิ้ง การประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ การออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้วัสดุที่ย่อยสลายเองได้ตามธรรมชาติ การไม่ผลิตสินค้าที่มีสารอันตราย การหลีกเลี่ยงการสร้างปัญหาขยะและมลพิษต่างๆ

มิติด้านสังคม (People/คน)

ขอบเขตจะอยู่ตรงที่การให้ความสำคัญกับ ทูมนมนุษย์ ที่องค์กรต้องให้ความสนใจกับแรงงาน มีการจัดสรรผลประโยชน์แก่พนักงานด้วยความยุติธรรม มีชั่วโมงการทำงานที่เหมาะสม ไม่ใช่แรงงานเด็ก รวมทั้งใส่ใจในเรื่องความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมในการทำงาน ดังนั้นบริษัทที่ยึดหลัก TBL

จะต้องเข้าใจโครงสร้างสังคมที่พึ่งพาอาศัยกัน ควรคำนึงถึงการให้กลับคืนแก่สังคม เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร และสร้างความแข็งแกร่งและเสริมความเจริญเติบโตของชุมชนที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับองค์กร

มิติด้านเศรษฐศาสตร์ (Profit/ผลกำไร)

เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ แต่ความเป็นจริงแล้วแนวคิด TBL เป็นการให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นจากแนวคิดเดิม ๆ เฉพาะ จากเดิมที่ธุรกิจมุ่งเน้นเฉพาะผลตอบแทนด้านการเงินเป็นหลัก ปรับเป็นพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าผสม โดยมุ่งเน้นการสร้างผลตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นจากผลตอบแทนด้านการเงิน หากกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เป็นการย้ายจุดเน้นจาก Single Bottom Line ที่เน้นเรื่องผลตอบแทนทางการเงินเพียงอย่างเดียว ไปเป็น Triple Bottom Line ที่เน้นเรื่องของการสร้างผลตอบแทนทางสังคมและการรักษาสีสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับเป้าหมายเรื่องผลตอบแทนทางเศรษฐกิจนั่นเอง

สำหรับบริบทของประเทศไทย เรามีปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสแก่พสกนิกรชาวไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 ซึ่งเป็นปรัชญาการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของสังคมไทยและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับประเทศอื่น ๆ

ไพฑูริย์ วัฒนศิริธรรม (2549) ได้กล่าวไว้ในวารสารธุรกิจกับสังคม เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจว่าเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางในการพัฒนาของโลกอนาคต เป็นหลักการที่สามารถประยุกต์ใช้ได้ทุกระดับและในทุกภาคส่วนของสังคม ทั้งภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคธุรกิจด้วยเศรษฐกิจพอเพียง เป็นหลักการที่ประกอบด้วย 1. ความพอประมาณ 2. ความมีเหตุผล 3. ความมีภูมิคุ้มกัน 4. การใช้ความรู้ และ 5. การมีคุณธรรม เป็นหลักการที่เน้นความพอดี ความสมดุล ซึ่งนำไปสู่ความมั่นคง ความยั่งยืน และเป็นหลักการที่รวมถึงความรอบคอบ ความระมัดระวัง ความไม่สุ่มเสี่ยง ความไม่สุดโต่ง และความไม่โลภ เป็นอย่างมาก หลักการข้างต้นจึงเหมาะสมที่จะประยุกต์ใช้ได้กับธุรกิจทุกประเภท ทุกขนาด ไม่ว่าจะเล็ก กลาง หรือใหญ่ ธุรกิจที่ประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง ย่อมมีแนวโน้มสูงที่จะอยู่รอดอย่างมั่นคง แม้ในสถานการณ์ยากลำบาก ทั้งเป็นธุรกิจที่ย่อมให้ความสำคัญต่อคุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพไปพร้อมกัน



ภาพที่ 4 แผนภาพปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549 อ้างใน คณะทำงาน ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน, 2551)

แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงจึงเป็นเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ไปพร้อม ๆ กับการพึงพิงตนเอง เกิดภูมิคุ้มกันตนเองและสังคม และสร้างความยั่งยืนในที่สุด สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งในแง่การทำธุรกิจ แน่นอนว่า เมื่อมีการลงทุนก็ต้องมีการหวังผลกำไร แต่ภายใต้แนวคิดภายในกรอบความยั่งยืน ผลกำไรในที่นี้ แตกต่างกับคำจำกัดความเดิม ๆ ตรงที่มีการให้ความสำคัญกับการมุ่งสร้างผลกำไรแก่สังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย ไม่ได้มองถึงผลกำไรขององค์กรและผู้ถือหุ้นเท่านั้น

วิวัฒนาการของแนวความคิดและรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

วิบูลย์ สิมะโชคดี (2549) ได้กล่าวไว้ว่า CSR หรือ Corporate Social Responsibility เริ่มเป็นที่สนใจในระดับสากลมาตั้งแต่การประชุมระดับโลก (Earth Summit) ที่กรุงริโอเดอจาเนโร สหพันธ์สาธารณรัฐบราซิล ในปี 1992 ซึ่งทำให้ทั่วโลกต่างเริ่มตระหนักถึงการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนและผิดทิศทางเนื่องจากการที่มุ่งเน้นแต่เพียงการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียว การประชุมครั้งนั้นทำให้เกิดการตื่นตัวในเรื่องของ การพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development โดยมีการเรียกร้องให้ประเทศต่าง ๆ มีการพัฒนาที่ใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมและประเด็นทางสังคมควบคู่กันไป โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมที่เป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจนั้น ไม่ควรจะมุ่งทำกำไรแต่เพียงอย่างเดียว แต่ต้องคำนึงถึงปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย

นอกจากนี้ยังมีกรอบขององค์กรสหประชาชาติ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในชื่อของ บัญญัติ 9 ประการ หรือ UN Global Compact ที่นายโคฟี อันนัน เลขาธิการองค์การสหประชาชาติ เสนอต่อที่ประชุม World Economic Forum ที่เมืองเดออส ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เมื่อปี ค.ศ. 1999 โดยเรียกร้องให้ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมเป็น พลเมืองที่ดีของโลก (Good Citizenship) ซึ่งเป็นกรอบที่ส่งเสริมสนับสนุนในเรื่องของการพัฒนาที่ยั่งยืน

ต่อมากระแสเรียกร้องของโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนมีความชัดเจนและเข้มข้นมากขึ้น ในปี ค.ศ. 2000 เมื่อองค์กรที่ร่ำรวยที่สุดในโลก (กลุ่มประเทศ OECD หรือ องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา) ได้ออกประกาศเรื่อง แนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ (The OECD Guidelines for Multinational Enterprises) โดยได้นำเรื่อง CSR ใส่เข้าไปเป็นแนวปฏิบัติด้วย แนวปฏิบัตินี้ไม่เพียงแต่เสนอแนะให้บริษัทข้ามชาติมี CSR เท่านั้น แต่ยังเสนอให้บริษัทข้ามชาติติดต่อกับลูกค้ากับคู่ค้าต่าง ๆ ทั่วโลกเฉพาะรายที่มี CSR ด้วยเท่านั้น ดังนั้น แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรมใดที่ไม่มี CSR จะไม่สามารถส่งสินค้าไปขายให้บริษัทข้ามชาติต่าง ๆ ได้ จึงเพิ่มมากขึ้นทุกที ซึ่งหมายความว่า ถ้ากิจการใดสร้างปัญหาสิ่งแวดล้อม หรือมีปัญหาเรื่องการใช้แรงงาน ก็จะมีปัญหาในการค้าขายกับกลุ่มประเทศ OECD ทันที

ในแนวทางการปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติของกลุ่มประเทศ OECD นั้น ได้ระบุถึงขอบเขตทางพฤติกรรม ของธุรกิจอุตสาหกรรมที่พึงประสงค์ไว้ 7 เรื่องด้วยกัน คือ 1. การจ้างงานและแรงงานสัมพันธ์ 2. สิทธิมนุษยชน 3. สิ่งแวดล้อม 4. การเปิดเผยข้อมูล 5. การแข่งขัน 6. การเสียภาษีที่ถูกต้อง 7. การถ่ายทอดวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

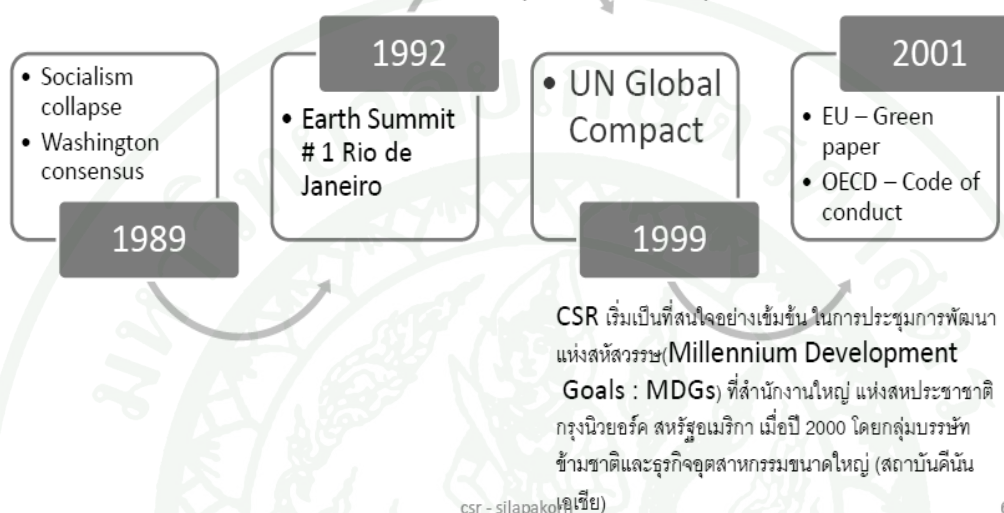
ขณะที่ ธนาคารโลก (World Bank) ได้ระบุถึงขอบเขตของ CSR ว่า CSR ควรมีองค์ประกอบดังนี้ 1. สิ่งแวดล้อม 2. แรงงาน 3. สิทธิมนุษยชน 4. การมีส่วนร่วมกับชุมชน 5. มาตรฐานการดำเนินธุรกิจ 6. ตลาด 7. การพัฒนาองค์กรและการพัฒนาเศรษฐกิจ 8. สุขอนามัย 9. การศึกษาและการพัฒนาภาวะผู้นำ 10. การบรรเทาสาธารณภัย

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมยุคใหม่หลีกเลี่ยงความรับผิดชอบต่อสังคมได้ยาก เพราะการทำกำไรสูงสุดเป็นเรื่องที่สังคมไม่ยอมรับอีกต่อไปแล้ว



United Nations Global Compact

The United Nations Global Compact, also known as Compact or UNGC, is a United Nations initiative to encourage businesses worldwide to adopt sustainable and socially responsible policies, and to report on their implementation



6

ภาพที่ 5 แผนภาพแสดงพัฒนาการของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม
ที่มา: สังคิต พิริยะรังสรรค์ และ สุนทร คุณชัยมั่ง (2553)

อนันตชัย ยุธประถม (2550) กล่าวถึงพัฒนาการแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า แนวความคิด “รับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท” เริ่มได้รับการพูดถึงนับตั้งแต่ศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา จากหลายแนวความคิดและมีชื่อเรียกหาที่แตกต่างกันไป เริ่มจากในปี ค.ศ. 1940 ที่ศาสตราจารย์ Theodor Kreps จาก Stanford Business School ได้กล่าวถึงการทำรายงานที่แสดงถึงการกระทำที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในชื่อเรียกว่า “Social Audit” ต่อมาในปี ค.ศ. 1953 Howard Bowen ได้ตีพิมพ์หนังสือชื่อ Social Responsibilities of the Businessman ซึ่ง Carroll (1999) ได้กล่าวยกย่อง Howard Bowen ไว้ว่าเป็นบิดาแห่ง CSR อย่างไรก็ตาม แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทก็ยังไม่เป็นที่แพร่หลายจนกระทั่งปี ค.ศ. 1960 แนวคิดนี้จึงได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยมีหลาย ๆ แนวคิดและทฤษฎีเข้ามาประยุกต์รวมด้วย เช่น Legitimacy Theory , แนวคิด Social Contract และ Public Responsibility, Stakeholder Theory, Business Ethics และ Corporate Citizenship (Walden & Schwartz, 1997) โดยเราสามารถอธิบายพัฒนาการของแนวคิด CSR ได้เป็นช่วงต่าง ๆ ดังตาราง

ตารางที่ 2 พัฒนาการของแนวคิด CSR

ระยะเวลา (ปี ค.ศ.)	รูปแบบ	คุณลักษณะ
1985-1910	องค์กรรับผิดชอบเฉพาะ เจ้าของและผู้บริหาร	ธุรกิจมีแนวคิดในความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ โดยการสร้างผลกำไรและผลิตสินค้าและบริการ แก่สังคม ในขณะที่แรงงานเป็นสิ่งที่สามารถซื้อ ขายได้
1900-1950	องค์กรรับผิดชอบต่อ เจ้าของ ผู้บริหาร และ พนักงาน	ธุรกิจให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตของ พนักงาน โดยยึดหลักปฏิบัติในเรื่องของการ จัดหาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการทำงาน และสิทธิของพนักงานตามข้อบัญญัติของ สหภาพแรงงาน
1945-1965	องค์กรต้องมีความ รับผิดชอบต่อเจ้าของ ผู้บริหาร พนักงาน และ สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง	ธุรกิจต้องให้ข้อมูลสินค้าที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภค ต้องไม่มีการหลอกลวงในการปฏิบัติธุรกิจต้อง ไม่มีนโยบายราคาที่ไม่เป็นธรรมและทำ การตลาดเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ปลอดภัย
ตั้งแต่ ค.ศ. 1960 เป็นต้น มา	องค์กรต้องมีความ รับผิดชอบต่อเจ้าของ ผู้บริหาร พนักงาน สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และสาธารณชนโดยรวม	ธุรกิจต้องไม่ทำให้สิ่งแวดล้อมโทรมลง ต้องให้ โอกาสกับชนกลุ่มน้อย ทำงานส่งเสริมความเป็น ธรรมในสังคมและให้ความสำคัญต่อสังคมพอ ๆ กับการประกอบธุรกิจและการปฏิบัติตาม กฎหมาย

ที่มา: อนันตชัย ยูประถม (2550 อ้างถึง Yakovieva, 2005)

จากการพัฒนาการของแนวคิด CSR เราได้เห็นมิติที่สำคัญในด้านต่าง ๆ เช่น ขอบเขต
ความรับผิดชอบต่อที่เริ่มต้นจากภายในองค์กรออกไปสู่สังคมภายนอก เราได้เห็นภาพการเชื่อมโยงกัน
มากยิ่งขึ้นขององค์กรกับผู้มีส่วนได้เสีย และสุดท้าย เราได้เห็นรูปแบบการแสวงหาผลกำไรที่ขยาย
ครอบคลุมไปยังเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมในวงกว้าง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการทำ CSR ขององค์กรก็คือ การสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งสิ่งนี้จะเกิดขึ้นได้ด้วยการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีและนำไปสู่การปฏิบัติที่พึงปรารถนา กระบวนการที่ว่ามานี้จะประสบผลสำเร็จได้ต้องใช้เครื่องมือสำคัญก็คือ “การสื่อสาร” องค์กรที่ประสบความสำเร็จในการทำ CSR จะมีเครื่องมือและช่องทางในการติดต่อสื่อสารสำหรับผู้มีส่วนได้เสียที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากหากองค์กรต้องการให้ผู้มีส่วนได้เสีย เข้าใจและกระตุ้นให้นำ CSR ไปสู่ภาคปฏิบัติ จึงจำเป็นต้องมีสื่อที่มีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง เพื่อให้สังคมได้รับรู้ว่าองค์กรมี CSR อย่างไร เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่องค์กรได้อย่างไร รวมทั้งมีการนำเสนอผ่านสื่อที่มีประสิทธิภาพ ไม่เช่นนั้นก็เป็นการลงทุนไปโดยไม่ได้เก็บเกี่ยวเท่าที่ควร

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

ในปัจจุบันช่องทางการสื่อสารที่องค์กรเริ่มให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้น ก็คือ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ ในฐานะองค์กรต้นแบบที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการเป็นองค์กรที่มีการเปิดเผยข้อมูลโปร่งใสตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี ทั้งนี้เพราะการจัดทำข้อมูลดังกล่าวเป็นการแสดงให้เห็นถึงความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานธุรกิจขององค์กรแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายซึ่งข้อมูลดังกล่าวช่วยแสดงให้เห็นถึงการมุ่งรักษาความสมดุลในระบบเศรษฐกิจสภาพแวดล้อม และสังคมให้อยู่ควบคู่ไปกับการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียในธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน คู่ค้า และชุมชนใกล้เคียง ซึ่งการนำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานด้านธุรกิจ การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย การดำเนินงานด้านสังคมนั้น สามารถช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายว่ากระบวนการต่าง ๆ ในการดำเนินงานของธุรกิจ ตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทางนั้น มีการปกป้องสภาพแวดล้อมในทุกขั้นตอนของการดำเนินการเป็นอย่างดี ซึ่งส่งผลให้พนักงานขององค์กรเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและ เกิดพลังใจที่จะทุ่มเททำงานให้กับองค์กร ประการ สำคัญ ข้อมูลในรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมดังกล่าวยังเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ อันดีระหว่างภาคธุรกิจ ภาครัฐ และภาคประชาสังคม ให้เกิดขึ้นจากการที่ภาครัฐและภาคประชาสังคมได้รับทราบบทบาทของภาคธุรกิจในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน อันจะนำไปสู่ความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคมใน การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมด้านต่าง ๆ ต่อไปในอนาคตด้วย (POSTTODAY, 2552)

เนื่องจากธุรกิจได้รับความกดดันจากสังคมจึงมีการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ามาประยุกต์ใช้ในองค์กร ทั้งนี้ ความรับผิดชอบต่อสังคมตามที่ Kok (2007 อ้างถึง Carroll, 1999) กล่าวไว้ คือ ความตระหนักถึงสังคมและความรับผิดชอบต่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมใน วงกว้าง มากกว่าการคำนึงถึงงบกำไรขาดทุนเท่านั้น องค์กรเริ่มให้การส่งเสริมสังคมในรูปแบบของการพัฒนา ทั้งระบบบำนาญของเสีย สร้างมัสยิด ให้ทุนการศึกษา การฝึกอบรมพนักงาน เป็นต้น โดยถูกกระตุ้นให้รักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกเหนือไปจากผลการดำเนินงานทางการเงิน

การบรรลุความสำเร็จของความรับผิดชอบต่อสังคมจะถูกรายงานในรายงานทางสังคม ซึ่งรายงานนี้เป็นการนำแนวคิด Triple Bottom Line มาใช้ โดยถ่ายทอดรายงานเกี่ยวกับผลงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยในส่วนของเศรษฐกิจนั้นไม่จำกัดเพียงผลการดำเนินงานทางการเงิน แต่รวมถึงการส่งเสริมเรื่องความมั่งคั่งของทุนมนุษย์ การสนับสนุนการว่างจ้างหรือผลิตสินค้าในท้องถิ่น (Vu, 2004 อ้างใน Kok, 2007)

ในประเด็นนี้ ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม จึงมีบทบาทเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ข้อมูลทางสังคม เพราะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงในกระบวนการสื่อสารผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ไปสู่กลุ่มผู้ให้ความสนใจภายในชุมชนและสังคมในวงกว้าง

ความใส่ใจของธุรกิจที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแทบทุกธุรกิจ ก่อนที่ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นที่แพร่หลาย มีเพียงรายงานที่จัดทำขึ้นภายในองค์กรซึ่งเป็นรายงานทางการเงินหรืองบการเงินที่จัดทำขึ้นเพื่อเจ้าของธุรกิจเท่านั้น จวบจนได้เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าในหลายประเทศยังคงไม่มีผู้รับผิดชอบหรือข้อบังคับในเรื่องนี้ แต่ขณะนี้หลายบริษัทก็เริ่มจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อผู้มีส่วนได้เสียมากขึ้น สำหรับในประเทศไทยนั้น ปัจจุบันมีการรายงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ไทยในรายงานประจำปี เนื่องจากยังไม่มีกฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือรูปแบบที่เป็นหลักเกณฑ์ให้ทุกบริษัททำการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในทิศทางเดียวกัน โดยเป็นการเปิดเผยตามความสมัครใจของแต่ละองค์กรเท่านั้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นหากองค์กรต้องการให้สังคมรับทราบว่าองค์กรนั้น มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งที่ใช้สื่อสารได้ดีที่สุดก็คือ การจัดทำรายงานหรือเอกสารเผยแพร่ เพื่อให้สังคมหรือผู้มีส่วนได้เสีย ได้ร่วมกันตรวจสอบว่า องค์กรนั้น ๆ ได้ดำเนินการตามที่ได้ให้คำมั่นไว้หรือไม่

ความเป็นมาของรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

Kok (2007) กล่าวว่า ถ้าหากย้อนกลับไปที่ ค.ศ. 1880 ซึ่งเป็นช่วงเวลาของการเริ่มจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม (Guthrie & Parker, 1990; Neu, Warsame, & Pedwell, 1998) และแพร่หลายมากขึ้นไปสู่ประเทศอเมริกาในช่วงปลายปี ค.ศ. 1950-1960 โดยเริ่มเป็นที่กล่าวถึงกันในการนักวิจัยและวิชาการ ซึ่งรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมนี้เป็นรายงานที่บริษัทต้องรายงานการทำการกิจกรรมเพื่อสังคมและผลกระทบที่มีต่อสังคม โดยแนวคิดเกี่ยวกับรายงานทางสังคมนี้ได้รับการพัฒนามาตั้งแต่ช่วงปลายปี ค.ศ. 1960 ภายใต้หัวข้อ การบัญชีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate social accounting) และการตรวจสอบความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate social audit) โดยเริ่มในประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศอังกฤษ และไปสู่ในประเทศเยอรมัน รวมทั้งประเทศทางยุโรปตะวันออก (ในประเทศฝรั่งเศสเรียกว่า 'le bilan social' และ ในประเทศอิตาลี เรียกว่า 'bilancio sociale di impresa') บัญชีและรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมถูกพัฒนามาจากขอบเขตทางบัญชีที่สัมพันธ์กัน การรายงานผลกระทบทางสังคมเริ่มจัดทำในเชิงปริมาณโดยมุ่งหมายให้เป็นระบบและมีการรวบรวมข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมมาทำการอภิปราย ยิ่งไปกว่านั้นรายงานเหล่านี้ได้ขยายรายละเอียด และขอบเขตของแนวปฏิบัติทางบัญชีที่ถือปฏิบัติอยู่ โดยรายงานเฉพาะผู้ถือหุ้นและฝ่ายบริหารโดยเน้นในเรื่องผลกำไรของธุรกิจ โดยสรุปก็คือเพื่อการเปิดเผยว่าธุรกิจตระหนักและรับรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร แม้ว่าจะมีขอบเขตของบัญชีกำกับ แต่การพัฒนา รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมกลับค่อย ๆ พัฒนาเป็นรายงานอิสระตามแต่ละองค์กร

Antal *et al.* (2002) ได้จัดประเภทการพัฒนา รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเป็น 4 ขั้น ได้แก่

1. ช่วงปลายปี ค.ศ. 1950 - ค.ศ. 1960 : มีการสำรวจเกี่ยวกับบัญชีเพื่อสังคม โดยเริ่มในประเทศสหรัฐอเมริกา (Preston, Rey and Dierkes, 1978) ซึ่งเกี่ยวข้องกับหัวข้อต่อไปนี้

1.1 ความศรัทธาของสาธารณชนที่มีต่อการแทรกแซงของหน่วยงานรัฐในประเทศต้นสังคมลดลงเมื่อรัฐไม่สามารถจัดการแก้ไขปัญหาสังคมได้อย่างรวดเร็วและดีขึ้น

1.2 ด้วยตัวชี้วัดทางสังคมที่มีอยู่ พบว่าเพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ของรายงานแบบดั้งเดิมจากรายงานทางการเงินที่มีอยู่ควรเพิ่มเติมบางขอบเขตออกไป

1.3 การแสดงความกดดันทางสังคมต่อธุรกิจเพื่อรวมผลกระทบทางสังคมเข้าไปใน

การตัดสินใจทางธุรกิจและถูกถ่ายทอดในรายงานเพื่อมารับผิดชอบต่อสังคม

1.4 การปรากฏตัวของนักบริหารยุคใหม่ได้รับเอาแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ และนำไปสู่การริเริ่มจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม (Dierkes and Bauer, 1973)

2. ช่วงปลายปี ค.ศ. 1960 - ค.ศ. 1980 : Mathews (1997) อ้างว่า ในช่วงปี ค.ศ. 1970 เป็นช่วงเวลาแห่งการพัฒนารายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยในช่วงเวลาเดียวกัน เหล่านักวิจัยได้ให้การสนับสนุนรายงานที่ไม่มีหลักยึดปฏิบัติ ซึ่งถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างแพร่หลาย เนื่องจากพวกเขาได้กล่าวถึงโครงสร้างของบัญชีการเงินในอดีตอย่างชัดเจนว่าเป็นการรายงานเพื่อผู้ถือหุ้นและเจ้าหน้าที่เท่านั้น (Mathews, 1997) ในขณะที่มีข้อกล่าวหาว่า การบัญชีเพื่อสังคมเป็นเพียงกระแสแฟชั่นของธุรกิจและกระแสสังคม ในส่วนของงานวิจัย รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแขนงหนึ่งของงานวิจัย ซึ่งเป็นหัวข้อที่น่าสนใจและได้รับการพิจารณาอย่างกว้างขวาง (Gray, 2000) ในช่วงเวลานี้ได้มีการเตรียมการทำงาน การเผยแพร่ และการมุ่งพัฒนารายงานความรับผิดชอบต่อสังคมให้สำเร็จ (Dierkes, 1979) นอกจากนี้ในช่วงเวลานี้แนวคิดเกี่ยวกับการรายงานเพื่อสังคมยังนำไปใช้ในยุโรป เช่นในประเทศเยอรมันมีการนำหัวเรื่องไปใช้เป็นข้อตกลงตามประเทศทางแถบยุโรปตะวันออก โดยแรงจูงใจในการรายงาน เนื่องจากความกดดันจากสาธารณชน และเมื่อมีการตระหนักถึงกระบวนการและการตีพิมพ์รายงาน โดยใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการและการสื่อสารกับสาธารณชน (Dierkes and Antal, 1985)

3. ช่วงกลางปี ค.ศ. 1980 - ค.ศ. 1990 : มีการร้องขอโดยองค์กรที่เกี่ยวข้องให้มีการออกกฎหมายบังคับเกี่ยวกับรายงานเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น (Dierkes and Antal, 1986) อย่างไรก็ตามกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ยังมีอยู่จำกัดกว่ารายการตัวชี้วัดรายงานที่มีอยู่ ตลอดช่วงเวลานั้น มีเพียงประเทศฝรั่งเศสที่บัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับรายงานทางสังคมในปี ค.ศ. 1977 โดยครอบคลุมเพียงเรื่องพนักงานเท่านั้น (Chevalier, 1976, in Antal *et al.* (2002) หรือที่เรียกว่า ‘bilan social’ (Gray, 2000) ความก้าวหน้าของรายงานทางสังคมได้ลดลงช่วงกลางตอนปลายปี ค.ศ. 1980 เมื่องานวิจัยได้พบเขาและถดถอยลง ซึ่งเหตุการณ์ในช่วงนี้นำไปสู่การก่อตั้งหน่วยงานต่างๆ ขึ้น รวมทั้งหน่วยงานในประเทศเยอรมัน ไม่สามารถทนต่อเสียงเรียกร้องจากสาธารณชนเกี่ยวกับรายงานทางสังคม เนื่องจากการยอมรับโดยสังคมและมีการตระหนักถึงความสำคัญของรายงานดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น (Hoffman, 2001, in Antal *et al.* (2002)) ยิ่งไปกว่านั้นเนื่องจากภาวะล่มสลายของอดีตสหภาพโซเวียต เป็นการปูทางไปสู่นโยบายเศรษฐกิจสมบูรณ์ใหม่ อันเป็นกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงกับทั่วโลก อันส่งผลให้มีการสร้างแนวคิดสำคัญที่ว่าจะไม่สนับสนุนเพียงความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น แต่จะ

ให้การส่งเสริมรายงานทางสังคมซึ่งยังไม่ได้ได้รับความนิยมในขณะนั้นด้วย ผลงานที่ย่ำแย่ของบริษัทในสหรัฐอเมริกาและบริษัทในประเทศอังกฤษ ในช่วงเวลานั้นได้รับการร้องเรียนโดยผู้ถือหุ้นให้เพิ่มความเอาใจใส่ในเรื่องบรรษัทภิบาล และการเพิ่มมูลค่าของผู้ถือหุ้น ก่อให้เกิดความสนใจในผู้มีส่วนได้เสียตามมา

4. ปลายปี ค.ศ. 1990 ถึงปัจจุบัน : แนวคิดรายงานเพื่อสังคมได้ก้าวหน้าไปอย่างช้าๆ จนนำมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจโดยไม่มีการคัดค้าน ตามที่ Deegan (2002) กล่าวว่าเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของความใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสียและห่วงใยในจริยธรรมทางธุรกิจ รวมทั้งความรับผิดชอบต่อสังคม การเพิ่มความสามารถในการลงทุนเกี่ยวกับจริยธรรมและความจำเป็นสำหรับวิธีการบัญชีเพื่อสังคม แนวใหม่ สำหรับองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ในขณะเดียวกันนักลงทุนรุ่นใหม่ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมได้ออกมาสนับสนุนการรายงานผลงานทางสังคม (Friedman and Miles, 2001) ต่อมาเมื่อการใช้อินเทอร์เน็ตกว้างขวางมากขึ้น ส่งผลให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็วและง่ายยิ่งขึ้น ผู้มีส่วนได้เสียสามารถติดตามพฤติกรรมของบริษัทผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ การตระหนักถึงความสำคัญของเครื่องมือสื่อสารต่อผู้มีส่วนได้เสียแบบสองทิศทางที่มีศักยภาพทำให้ หลายธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงรายงานเพื่อสังคมจากการพิมพ์ออกมาเป็นกระดาษ (Hard Copy) ไปสู่รูปแบบไฟล์ PDF (Portable Document Format) และ HTML (Hyper Text Markup Language) (ACCA, 2004)

นอกจากนี้ตลอดช่วงเวลา ปลายปี ค.ศ. 1990 ถึงต้นปี ค.ศ. 2000 มีการพัฒนาสำหรับรายงานเพื่อสังคมมากขึ้นที่ชัดเจน 3 ประการ (Antal *et al.*, 2002) โดยช่วงแรก มีการเติบโตในการรายงานและถ่ายทอดพฤติกรรมทางสังคมในองค์กรนานาชาติ มีการริเริ่มจัดตั้งกรอบในการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ กรอบ GRI (The Global Reporting Initiative) เป็นแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืน ในปี ค.ศ. 1977 The Global Compact ในปี ค.ศ. 1999 และ The Green Paper of the European Commission ในปี ค.ศ. 2001 ในช่วงที่สอง เป็นการแนะนำแนวคิดการรายงานตามหลัก Triple Bottom Line โดย Elkington ในปี ค.ศ. 1999 กล่าวถึง สังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ (Elkington, 2001) และ สนับสนุนการพัฒนาารายงานเพื่อสังคม ช่วงที่สาม มีการตระหนักถึงองค์ประกอบของความเสถียรของผู้บริหารกองทุนซึ่งเป็นลักษณะของกิจการสังคมสัมพันธ์กับพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทโดยแนะนำแนวปฏิบัติใหม่สำหรับการลงทุนในความรับผิดชอบต่อสังคม (SRI) (Friedman and Miles, 2001) บางส่วนมาพัฒนา

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

จากบทบาทของบริษัทในอดีตที่มุ่งสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับสังคมโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มของหุ้นและทำกำไรให้สูงสุดนั้น ทำให้กรอบแนวคิดความรับผิดชอบต่อของบริษัทถูกจำกัดอยู่ที่ผู้ถือหุ้นกับผู้บริหารระดับสูงเท่านั้น แต่จากแนวคิดในยุคต่อ ๆ มาที่ทำให้เกิดความเชื่อที่ว่าบริษัทไม่ได้เป็นแค่สถาบันทางเศรษฐกิจ (Economic Institute) ที่ต้องปฏิบัติตามกฎ (Social Institute) เท่านั้น แต่ยังเป็นสถาบันทางสังคม (Social Institute) ที่มีส่วนสำคัญในการดูแลส่งเสริมและพัฒนาทางสังคมได้เป็นอย่างดีเช่นเดียวกัน ดังนั้นกรอบความรับผิดชอบต่อบริษัทจึงได้ขยายขอบเขตครอบคลุมเพิ่มเติมไปยังพนักงาน สิ่งแวดล้อมและสังคมในวงกว้างเพิ่มขึ้นอีกด้วย การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้มีเหตุสำคัญส่วนหนึ่งมาจากการมอง CSR ผ่านแนวความคิดและทฤษฎีหลาย ๆ ทฤษฎีด้วยกัน ซึ่งผลที่ได้ก็คือผลของความรับผิดชอบต่อบริษัทที่ตั้งต้นจากภายในและแผ่ขยายไปสู่สังคมในวงกว้างนั่นเอง (ประชาชาติธุรกิจ, 2550)

สำหรับแนวคิดทฤษฎีที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดในบทวรรณกรรมทางการบัญชี คือ Stakeholder theory, Legitimacy theory, Political economy theory และ Corporate Citizenship ซึ่งทฤษฎีทั้ง 4 นี้ยอมรับความจริงที่ว่า เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และบริษัทต่างมีผลกระทบต่อกัน (Gray Owen and Adam, 1996; Ratanajongkol, Davey and Low , 2006)

ทฤษฎีความถูกต้องตามกฎหมาย (LEGITIMACY THEORY)

มุมมองของ CSR จากแนวคิดนี้ เป็นการมองในประเด็นของความชอบธรรมในการดำเนินธุรกิจที่เชื่อว่า อำนาจในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคลของบริษัทนั้นไม่เกิดจากความต้องการของบริษัท แต่ที่จริงอำนาจและสิทธิเหล่านี้ได้มาจากการยอมรับของสังคมที่จะเป็นผู้พิจารณาว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทนั้นตรงตามความคาดหวังของสังคมโดยรวมหรือไม่ และสังคมจะตรวจสอบอยู่เสมอ เนื่องจากเมื่อใดที่สังคมเห็นว่าการกระทำของบริษัทไม่ชอบด้วยประการทั้งปวง บริษัทอาจถูกเพิกถอนการอนุญาตได้ทุกเมื่อ ความอยู่รอดหรือความเจริญเติบโตของบริษัทเองจึงอยู่ที่ว่าการกระทำของบริษัทตรงตามความหวังของสังคมหรือไม่เพียงใด ดังนั้นเมื่อมอง CSR จากมุมมองของความชอบธรรมนี้ จึงเสมือนกับการบอกถึงความตระหนักและการเกี่ยวข้องของชุมชนกับบริษัทที่อีกทางหนึ่งโดยต้องคอยประเมินตนเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แน่ใจได้ว่า การปฏิบัติของตนเองเป็นที่ยอมรับและบรรจบกับความคาดหวังของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและขยาย

ขอบเขตออกไปในวงกว้างอยู่ตลอดเวลา มุมมองจากแนวคิดนี้เปลี่ยนความคิดและความเข้าใจว่า บริษัทเป็นเจ้าของสังคมและสิ่งแวดล้อม แท้ที่จริงบริษัทดำเนินการอยู่ภายใต้การกำหนดของสังคม (ประชาชาติธุรกิจ, 2550)

ดังเช่น Maurer (1971 อ้างใน สุกันยา ห้วยผัด, 2547:31) ได้ให้ความหมายของทฤษฎีความถูกต้องตามกฎหมายไว้ว่า “...กระบวนการที่องค์กรแสดงเหตุผลอันสมควร เพื่อไปสู่ระบบของสิทธิที่เท่าเทียมกันตามกฎหมาย นั่นคือ สิทธิในการรับ การเคลื่อนย้าย และการส่งออกข้อมูล...” ส่วนอีกความหมายหนึ่ง คือ เมื่อระบบค่านิยมขององค์กรสอดคล้องกันกับระบบค่านิยมของสังคมโดยรวม ซึ่งมีองค์กรเป็นส่วนหนึ่งของสังคม แต่เมื่อเกิดความไม่สอดคล้องกันขึ้น สองระบบนี้จะคุกคามไปถึงการกระทำตามกฎหมายขององค์กร (Lindblom, 1994 อ้างถึงใน Kouhy) ทฤษฎีความถูกต้องตามกฎหมายนั้นตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่าองค์กรต้องคำนึงถึงสิทธิของสาธารณชน ถ้าองค์กรไม่ดำเนินธุรกิจภายในขอบเขตที่สังคมกำหนดขึ้น สังคมจะเลิกให้การสนับสนุนองค์กร ซึ่งมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจต่อไปขององค์กรด้วย เนื่องจากทฤษฎีนี้อาจอยู่ท่ามกลางทฤษฎีที่เกี่ยวกับกลยุทธ์ของบริษัท อันเกิดจากความตกลงของสังคมที่เปรียบเสมือนการให้สัญญาประชาคม (Social Contract) ด้วยเหตุนี้ องค์กรที่มีการเปิดเผยข้อมูลทางสิ่งแวดล้อมและสังคมน้อยจะเกิดข้อจำกัดในการใช้ทรัพยากรที่จำเป็น และไม่ได้รับการสนับสนุนให้มีการดำเนินธุรกิจต่อไปจากสังคม นั่นคือสังคมจะเพิกถอน สัญญาประชาคม นอกเสียจากว่าองค์กรจะดำเนินการในการกำหนดกลยุทธ์ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การจัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมแก่สาธารณชน

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (STAKEHOLDER THEORY)

Gray, Owen and Adams (1996 อ้างใน สุกันยา ห้วยผัด, 2547) ได้อ้างถึงแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียไว้ว่า เป็นตัวแทนของมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมขององค์กร โดยองค์กรมีความเป็นไปได้ที่จะมีผู้มีส่วนได้เสียจำนวนมาก ซึ่งผู้มีส่วนได้เสียเหล่านี้ ประกอบด้วย พนักงาน ชุมชน สังคม รัฐ ลูกค้า รวมไปถึง ผู้ขาย คู่แข่งขัน รัฐบาลท้องถิ่น ตลาดทุน กลุ่มอุตสาหกรรม รัฐบาลต่างประเทศ เป็นต้น

Freeman, Wicks and Parmar (2004 อ้างใน ชลินธร รุ่งจำ, 2551) กล่าวว่า ทฤษฎีเกี่ยวกับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้เชื่อมโยงอย่างเหนียวแน่นกับเรื่องของความชอบธรรม (Legitimacy) โดยมุมมองจาก

แนวคิดนี้มุ่งไปยังนโยบายของบริษัทที่สร้างผลกระทบให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็น ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐและชุมชน เป็นต้น โดยบริษัทมีภาระรับผิดชอบที่จะต้องตอบสนองความต้องการให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของตนเอง หรืออีกนัยหนึ่งแนวคิดนี้เป็นเรื่องของการจัดการผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholder management) ของบริษัทโดยพิจารณาถึงความต้องการ (need) และความสนใจ (Interest) และผลกระทบ (effect) ที่เกิดขึ้นจากนโยบายและการดำเนินงานของบริษัท เพราะการที่บริษัทจะสามารถดำรงอยู่ ดำเนิน เจริญก้าวหน้าและล่มสลายถือเป็นความชอบธรรมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทเป็นผู้กำหนดนั่นเอง

ศุกันยา ห้วยผัด (2547 อ้างถึง Gray, Owen and Adams, 1996) ได้อธิบายไว้ว่า การมีอิทธิพลซึ่งกันและกันระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้เสียนั้น สามารถเห็นได้จากความสัมพันธ์พื้นฐานในทางสังคมซึ่งรวมถึงภาระหน้าที่และความรับผิดชอบโดยที่องค์กรต้องรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด ลักษณะของความรับผิดชอบนั้นกำหนดได้จากความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร ด้วยเหตุนี้เองวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรจึงเป็นมาตรฐานและแบบอย่างของวิธีการที่จะแสดงถึงความรับผิดชอบต่อองค์กร ทั้งนี้องค์กรจะให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียโดยเชื่อว่าในแต่ละกลุ่มต้องการให้มีการบริหารจัดการให้เกิดความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เพื่อผลักดันให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร กล่าวคือ ยิ่งผู้มีส่วนได้เสียสำคัญต่อองค์กรมากเท่าไร องค์กรจะยิ่งพยายามในการบริหารจัดการในความสัมพันธ์นี้มากเท่านั้น ซึ่งข้อมูลขององค์กรไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางการเงินหรือข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม จะเป็นส่วนประกอบสำคัญที่องค์กรสามารถนำไปใช้ในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียได้ โดยสรุปตามแนวคิดของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียนี้ องค์กรควรต้องดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยคำนึงถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy Theory)

Gray, Owen and Adams (1996 อ้างใน ศุกันยา ห้วยผัด, 2547) ได้ให้คำจำกัดความของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy Theory) ว่าเป็นการผสมผสานระหว่างลัทธิกรีกและโรมันโบราณ (Classical) หรือลัทธิชนชั้นกลาง (Bourgeois) กล่าวคือ ลัทธิกรีก และโรมันโบราณนั้น จะอ้างอิงบทบาทของรัฐเป็นศูนย์กลางของการวิเคราะห์ ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางโครงสร้างของความไม่ยุติธรรมในสังคม และนำไปสู่เศรษฐศาสตร์การเมืองของชนชั้นกลาง (Bourgeois Political Economy) ซึ่งจะใส่ใจในความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างกลุ่ม และมุ่งให้ความสำคัญกับ เศรษฐศาสตร์ การเมือง และสังคม สามสิ่งนี้เป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกจากกันได้

ดังนั้นองค์กรต้องกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นไปตามความต้องการของสังคม เป็นสิ่งที่สังคมยอมรับเพราะมิฉะนั้นถ้าองค์กรไม่ทำตามสิ่งที่สังคมต้องการ องค์กรจะไม่ได้รับการสนับสนุนจากสังคม โดยการมีความเป็นอิสระเป็นเป็นปัจจัยพื้นฐานของมวลมนุษย เช่น การต่อรองกันระหว่างบริษัทกับกลุ่มสิ่งแวดล้อม หรือระหว่างเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นหรือรัฐ

สวีนนา มั่นจันดา (2551 อ้างถึง Williams, 1999) ได้กล่าวไว้ว่า ในปัจจุบันได้มีการใช้ประโยชน์จากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองเพื่ออ้างอิงในงานวิจัยที่เกี่ยวกับความสมัครใจในการเปิดเผยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองได้นำมาใช้ในการกำหนดลักษณะเฉพาะของการรวบรวมแนวความคิดจากความสำเร็จที่เป็นรากฐาน เช่น ความคิดเห็นเกี่ยวกับความยุติธรรมทางสังคม และความกลมกลืนกันของชุมชน และเป็นที่ยอมรับว่าทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองได้รับอิทธิพลมาจากแนวคิดของ สัญญาทางสังคม (Social Contract) คือ เมื่อใดที่กิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์กรทำไม่เป็นที่ต้องการของสังคม มีความเป็นไปได้ว่าองค์กรนั้น ๆ จะไม่ได้รับการสนับสนุนจากสังคม การหลีกเลี่ยงสถานการณ์เช่นนี้จะช่วยให้คงไว้ซึ่งตำแหน่งหรือสถานะทางสังคมขององค์กร และทำให้สามารถคาดการณ์ได้ถึงการบริหารจัดการที่มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร และเป็นทฤษฎีที่สามารถอธิบายวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับความสมัครใจในการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

Corporate Citizenship (ความเป็นพลเมืองของบริษัท)

พร้อมบุญ พานิชภักดิ์ (2552) ได้อธิบายไว้ว่า ในภาพรวมนั้น corporate social responsibility (CSR) เป็นเพียงขั้นหนึ่งในทางเดินของบริษัทไปสู่ภาวะความเป็นพลเมืองของสังคม ความเป็นพลเมืองนั้น หมายถึงการเป็นสมาชิก “เต็มขั้น” ของสังคมหรือของประชาคมโลก ดังนั้นบริษัทมิได้หยิบ CSR มาเป็นเครื่องประดับการทำงาน แต่นำมาเป็นหัวใจ เป็นแนวคิดที่ต่อเนื่องจาก CSR โดยมีมุมมองว่าบริษัทที่เดินตามสาย CSR นั้นจะสามารถสมานผลประโยชน์ของบริษัทเข้ากับผลประโยชน์และสิทธิของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในบริษัทและภายนอกบริษัทอย่างแท้จริงและยั่งยืน ตั้งอยู่บนความเชื่อว่าบริษัททุกบริษัทล้วนแล้วแต่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่คนบางคน หรือคนบางกลุ่มในสังคม แต่คุณค่าจะเกิดเฉพาะกลุ่มนั้น หรือสามารถเกิดผลประโยชน์แก่คนหมู่มาก หรือสังคมโดยรวมเพียงใด หรือในทางกลับกันขณะที่เกิดผลดีแก่คนบางกลุ่ม บริษัทนั้นก่อให้เกิดผลเสียแก่คนอีกจำนวนหนึ่งหรือไม่ Bradley K. Googins , Philip H. Mirvis and Steven A. Rochlin (2007) กล่าวไว้ใน หนังสือ Beyond Good Company-Next Generation Corporate Citizenship โดยให้นิยาม

คำว่า corporate citizenship (ความเป็นพลเมืองของบริษัท) มีรากความคิดอยู่ในเรื่องของจริยธรรม และจรรยาบรรณของธุรกิจ หรือการตั้งอยู่บนฐานของความดี หรือการกระทำเพื่อความดีของส่วนรวม ความรับผิดชอบที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย และการปฏิบัติภายในกฎเกณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับ เช่น กฎหมาย มาตรฐานด้านธุรกิจ หลักจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพหรือธุรกิจ การปฏิบัติภายใต้กรอบกฎหมายและหลักจรรยาบรรณ ธุรกิจต่าง ๆ สามารถทำได้พอดีกับหลักปฏิบัติเหล่านั้น หรือตัดสินใจที่จะยึดหลักปฏิบัติดำเนินธุรกิจที่สูงกว่าหลักพื้นฐานของกฎหมาย หรือกฎเกณฑ์จรรยาบรรณทั่วไป เช่นการทำให้ระดับมาตรฐานที่สูงกว่าข้อกำหนดทางกฎหมายในการจัดการความปลอดภัยกับพนักงาน หรือการทำให้เกินข้อกำหนดมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

การริเริ่มกิจกรรมที่อยู่ในข่ายความรับผิดชอบต่อของบริษัท หรือ CSR และการก้าวเป็นพลเมืองที่รับผิดชอบต่อสังคม มีนัยในเรื่องการลดผลเสียที่เกิดการทำธุรกิจให้น้อยที่สุด minimize harm และการเพิ่มผลประโยชน์สูงสุด maximize benefit ผลประโยชน์หรือคุณค่าตรงนี้เป็นคุณค่าที่ตกแก่คนหมู่มาก ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น ผู้บริโภค ผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิต สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยรวมการใช้ CSR เป็นวิธีดำเนินงาน แต่ไม่ใช่เป้าหมายในตัวเอง และการตั้งเป้าหมายในการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคมและของโลกจะช่วยให้ผู้บริหารมองเห็นภาพรวม และวางยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจได้ชัดเจน โดยเป็นการมองบริษัทในระดับเดียวกับบุคคลนั้นก็คือการบริจาดด้วยความสมัครใจเพื่อช่วยให้สังคมดีขึ้นอย่างยั่งยืนนั่นเอง

การมอง CSR ด้วยแนวคิดทฤษฎีที่หลากหลาย จะช่วยให้เรารู้ถึงที่มาที่ไป ทำให้เราเห็นมุมมองต่าง ๆ หลากแง่มุม และทำให้เราเข้าใจถึงความหมายของ CSR ได้มากขึ้น และถ้าจะสรุปรวมความคิดโดยรวมแล้วเราอาจจะกล่าวได้ว่า หน้าที่ทางเศรษฐกิจและทางกฎหมายทำให้บริษัทบรรลุวัตถุประสงค์ของการเป็นองค์กรทางธุรกิจ การทำธุรกิจอย่างมีจริยธรรมทำให้บริษัทเป็นองค์กรที่ถูกต้อง แต่การปฏิบัติตนมีความรับผิดชอบต่อสังคมนอกเหนือจากการเป็นเพียงองค์กรที่ถูกต้องนั้น ทำให้บริษัทเป็นบริษัทโดยสมบูรณ์

การเพิ่มขึ้นของรายงานเพื่อสังคม

รมณีนัฏร แก้วกิริยา (2551) ได้กล่าวไว้ว่า KPMG บริษัทบริการมืออาชีพของสหรัฐอเมริการะบุว่า รายงานสำรวจการจัดอันดับบริษัทระดับท็อป 250 บริษัทอเมริกันของ Global Fortune ในปี 2002 บ่งชี้ให้เห็นว่ามีบริษัทอเมริกันรายงานถึงกิจกรรม CSR เพิ่มขึ้นอย่าง

ต่อเนื่อง ในปี 2002 45% ของบริษัทเหล่านี้ทำรายงานกล่าวถึงประเด็นสิ่งแวดล้อม สังคม หรือ พัฒนาการที่ยั่งยืนเพิ่มสูงขึ้นจากที่เคยสำรวจใน ปี 1999 ซึ่งมีจำนวน 15% รายงานเหล่านี้ส่วนใหญ่ ปรากฏในหนังสือรายงานประจำปี โดยมีภาคพิเศษเกี่ยวกับเรื่องการช่วยเหลือชุมชน บ้างก็มีจุลสารประจำปีที่แสดงรายงานเรื่องการช่วยเหลือชุมชนแยกต่างหาก ยกตัวอย่าง ในปี 2003 Starbucks จัดพิมพ์รายงานประจำปีฉบับที่ 2 ใช้ชื่อว่า รายงานเรื่องบรรษัทภิบาล โดยมีการตอกย้ำ ในสารคำนำจากประธานบริษัท/ซีโอโอว่า “รายงานนี้คือวิธีแสดงความโปร่งใสในการทำธุรกิจ เป็นบรรทัดฐานวัดผลงานของเรา รวมทั้งเป็นจุดมาตรฐานสำหรับรายงานในปีต่อ ๆ ไป” พร้อมทั้งอธิบายเพิ่มเติมว่า Starbucks ได้เพิ่มบรรทัดฐานในการรายงานปีที่สอง “เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเราว่าข้อมูลข่าวสารตามรายงานนี้เป็นความจริง เราได้ขอร้องให้ คณะบุคคลภายนอกมาช่วยพิสูจน์ข้อเท็จจริง” บทวิเคราะห์ในเว็บไซต์ Fortune 500 ระบุว่า บริษัทส่วนใหญ่มักทำรายงานพิเศษเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคม โดยมีภาคหนึ่งภายใต้ชื่อ “บรรษัทภิบาล ประชาองค์กร (corporate citizenship) การพัฒนาชุมชน การช่วยเหลือชุมชน หรือ การมีส่วนร่วมในชุมชน” บทความในภาคนี้บางครั้งให้รายละเอียดอย่างยืดเยื้อในหัวข้อเช่น ยอดเงินบริจาคประจำปี ลำดับความเร่งด่วนในการช่วยเหลือ โครงการหลัก ๆ เพื่อช่วยเหลือสังคม บุคลากรอาสา และข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อการอนุรักษ์ที่ยั่งยืน

Crane, Matten and Spence (2008) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจและเหตุผลที่องค์กรธุรกิจ จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม มีดังนี้

1. เพื่อการรักษาการดำเนินงานภายใต้ข้อบังคับของกฎหมาย (legitimacy Theory)

ตามทฤษฎีความถูกต้องตามกฎหมาย (Legitimacy Theory) บริษัทได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูล เพื่อให้เป็นไปตามข้อบังคับทางกฎหมายจากสังคมที่บริษัทดำเนินการอยู่ และเป็นกลยุทธ์เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนรวมภายนอก (โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้เสีย)

2. เพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

ประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมอาจจะคุกคามผลการดำเนินงานขององค์กร เนื่องจาก หากบริษัทละเลยหรือไม่ใส่ใจในประเด็นเหล่านี้ ก็อาจส่งผลให้ลูกค้าต่อต้านไม่บริโภคสินค้า นอกจากนี้ รมณีนัฏร แก้วกิริยา (2553) ได้ชี้แจงว่า ตามที่องค์กรธุรกิจเพื่อบริหารสังคม (Business

for Social Responsibility) สรุปผลวิจัยโดย Environics International Ltd., The Prince of Wales Business Leaders Forum และ The Conference Board ในปี ค.ศ. 1999 ซึ่งทำการสำรวจประชากร 25,000 คนใน 23 ประเทศ ว่าด้วยเรื่องบรรษัทภิบาล (Corporate Social Responsibility) พบว่า

- 90% ของผู้ตอบต้องการให้บริษัทมุ่งเน้นในเรื่องอื่นบ้างนอกจากเรื่องทำกำไรมาก ๆ
- 60% กล่าวว่าเขามองภาพลักษณ์ของบริษัทจากทัศนคติต่อความรับผิดชอบต่อสังคม
- 40% กล่าวว่าเขามีปฏิกิริยาในทางลบหรือแม้แต่พุดจาในทางลบต่อการที่บริษัทไม่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
- 17% รายงานว่าพยายามหลีกเลี่ยงไม่ใช้สินค้าของบริษัทที่เขาองว่าไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

3. เหตุผลทางการเมือง

เป็นที่สังเกตว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่เริ่มเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจทางสังคมเพิ่มขึ้น ทำให้มีการเรียกร้องจากสาธารณชนให้มีการเปิดเผยอย่างโปร่งใสและน่าเชื่อถือมากขึ้นในประเด็นเกี่ยวกับผลกระทบที่องค์กรมีต่อสังคม (หน่วยงานของรัฐก็เช่นเดียวกัน)

4. ความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย

การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมช่วยพัฒนาความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียต่อองค์กร หากองค์กรปฏิบัติตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย โดยต้องสื่อสารเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรไปในทิศทางเดียวกับความคาดหวังทางสังคมและสิ่งแวดล้อมของผู้มีส่วนได้เสีย ความคาดหวังหรือทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสียต่อการแสดงการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมีผลอย่างมากต่อการยอมรับให้บริษัทดำเนินธุรกิจในสังคมได้ ในขณะที่บริษัทที่ดำเนินกิจการโดยไม่ใส่ใจสังคมและสิ่งแวดล้อม มักพบปัญหาความขัดแย้งจากประชาชน และกลุ่มต่อต้านต่าง ๆ อย่างไม่รู้ที่ตาม พบว่าเมื่อบริษัทยอมรับฟังเสียงจากประชาชนอันนำไปสู่การเจรจาและปรับปรุงนโยบายของบริษัท บริษัทนั้น ๆ จะได้รับโอกาสจากประชาชนเสมอ ตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) โดยอาจสื่อในรูปแบบของถ้อยคำหรือพันธะสัญญาที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทจะพิจารณาจากความคาดหวังที่มีอยู่ โดยจะเลือกเปิดเผยข้อมูลการบริหารและนโยบายตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน ในขณะที่เดียวกับบริษัทที่ดำเนินกิจการโดยไม่ใส่ใจสังคมและสิ่งแวดล้อมเสมอมาแต่ต้องประสบภาวะวิกฤตร้ายแรง ทำยที่สรุปพบว่าบริษัทยังคงได้รับโอกาสแก้ตัวจากประชาชนเช่นกัน

5. เหตุผลทางจริยธรรมและการตอบสนองต่อความกดดันจากสังคมภายนอก

องค์กรต้องเผชิญหน้ากับความกดดันจากรัฐบาล นักลงทุน ลูกค้า และคู่แข่งให้ปฏิบัติหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณมากขึ้น รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจึงเป็นเครื่องมือ ที่องค์กรสามารถสื่อสารเกี่ยวกับมูลค่าทางจริยธรรมและแสดงให้เห็นว่าองค์กรทำตามเป้าหมายเหล่านี้ได้ได้อย่างไร

ประโยชน์ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

Allouche (2006) ได้กล่าวไว้ว่า จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้น พบว่ามักเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติโดยคำนึงถึง สิ่งแวดล้อม พนักงาน รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นศีลธรรมหรือจริยธรรม เป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาด้วย ขณะเดียวกันในกรณีที่ไม่มีกรเปิดเผยต่อสาธารณะ ไม่เพียงแก่นักลงทุนเท่านั้น แต่ยังมีผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ในบริษัทจะยังไม่ตระหนักถึงความคืบหน้าขององค์กรในเรื่องดังกล่าว ทำให้ขาดความร่วมมือจากทุกฝ่ายในการร่วมกันพัฒนา โดยประโยชน์ที่คาดไว้จากการตั้งใจเปิดเผยข้อมูลเชื่อมโยงกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ทั้งทางตรงและทางอ้อมนั้นล้วนอยู่บนปัจจัยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ถือหุ้น ดังนี้

1. ประโยชน์ทางตรงในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

ในการจัดการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น จะไปสู่การเพิ่มผลกำไรของบริษัทได้ โดยการเพิ่มมูลค่าขององค์กรนั้น ควรแจ้งให้นักลงทุนได้รับทราบเกี่ยวกับค่านิยมของบริษัทในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะส่งผลให้เพิ่มมูลค่าทางตรงให้แก่บริษัท รวมทั้งสามารถทำให้บริษัทเข้าถึงการจัดหาเงินทุนที่สะดวกขึ้น และลดต้นทุนของเงินลงทุนในบริษัทลงได้

1.1 การเพิ่มความสามารถในการทำกำไร

Derwall *et al.* (2004) ระบุว่าในการสร้างมูลค่าผู้ถือหุ้นนั้น ประเด็นจริยธรรมมักถูกหยิบยกขึ้นมาใช้ แต่ก็ยังคงเป็นประเด็นที่ถูกถกเถียงกัน ในมุมมองหนึ่ง ชี้แจงว่า แหล่งจัดหาเงินทุนของบริษัทเพื่อพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม จะนำไปสู่การทำลายมูลค่าของบริษัท (ต้นทุนเพิ่มขึ้นทำให้ราคาสูงขึ้น เสียเปรียบในการแข่งขันและผลกำไรลดลง) ในทางตรงกันข้าม

การพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้เหนือกว่าและสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ให้แก่องค์กร กล่าวคือ ถ้าเริ่มต้นคาดหวังประโยชน์จากสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้นกว่าต้นทุน ผู้ถือหลักทรัพย์เงินลงทุนความรับผิดชอบต่อสังคมควรได้ผลสำเร็จสูงขึ้นกลับมา ในแง่ของการเปิดเผยข้อมูลต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมควรมีผลบวกต่อมูลค่าของบริษัท โดย Praveen Sinha, Chekitan Dev, และ Tania Salas เสนอแนะว่าบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต้องการผู้ลงทุนเพิ่มอาจหาโอกาสได้ง่าย “เนื่องจากกองทุนร่วมและกองทุนบำนาญบางแห่งถูกกำหนดให้ลงทุนเฉพาะในบริษัทที่ได้รับการยกย่องว่ารับผิดชอบต่อสังคม” (ตัวอย่างเช่น CREF’s Social Choice Fund)

1.2 การเพิ่มแรงดึงดูดใจต่อนักลงทุนและนักวิเคราะห์ทางการเงิน

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมแก่สาธารณชนนั้นยังสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าหุ้น โดยสามารถดึงดูดใจนักลงทุนและลดความเสี่ยงในยามที่องค์กรเผชิญสภาวะวิกฤต และบทความในหนังสือพิมพ์ Financial Times ตีพิมพ์เมื่อเดือนกรกฎาคม 2003 Jane Fuller เขียนไว้ว่า “ไม่อยากจะบอกเลยว่าฉันรู้สึกยอมรับเรื่องบรรษัทภิบาลได้มากขึ้น ไม่ใช่เพราะพวกบริษัท และนักการเมืองช่วยกันทูนน้ำหนักให้กับคำ ๆ นี้ แต่เป็นเพราะบริษัทต่าง ๆ ที่เจอเจอกับความเสี่ยงในเรื่องพวกสังคม สิ่งแวดล้อม และจรรยาบรรณน้อยลงจะควมมีมูลค่าสูงขึ้นในตลาด พุคอีกนัยหนึ่ง นักลงทุนเดิมราคาของปัจจัยด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และจรรยาบรรณเข้าไปในมูลค่าหุ้น นี่เป็นเรื่องของการประเมินต้นทุนต่าง ๆ อย่างเนียนคม”

Business For Social Responsibility ยอมรับว่า บริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านจรรยาบรรณ สังคมและสิ่งแวดล้อมจะ “มีโอกาสเข้าถึงแหล่งทุนที่ปกติเข้าถึงได้ยาก เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว” โดยยกรายงานจาก Social Investment Forum ที่ประเมินว่าหลักทรัพย์ภายใต้การบริหารจัดการในกลุ่มหลักทรัพย์ที่ให้ความสำคัญกับจรรยาบรรณสิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาลมีการเติบโตจาก 639 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 1995 เป็น 1,185 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 1997 และถึง 2.16 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 1999

2. ประโยชน์ทางอ้อมของเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่อสาธารณชน แรกเริ่มจะนำไปสู่ชื่อเสียงของบริษัท ตามมาด้วยความได้เปรียบในด้านการแข่งขัน และในภายหลังจะนำไปสู่ การเพิ่ม

ยอดขาย และความจงรักภักดีของลูกค้า รวมทั้งเพิ่มความผูกพันกับพนักงาน เหล่านี้เป็นประโยชน์ทางอ้อมที่บริษัทจะได้รับจากการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผู้ถือหุ้นเช่นกัน

2.1 การปรับปรุงภาพลักษณ์และชื่อเสียง

ชื่อเสียงขององค์กรเป็นผลมาจากความไว้วางใจที่ผู้มีส่วนได้เสียต่อการดำเนินงาน และความซื่อสัตย์ขององค์กร ซึ่งถูกสั่งสมมาเป็นเวลานานแต่อาจจะถูกทำลายลงในเวลาอันรวดเร็ว เมื่อ Quairel (2004) ชี้แจงว่าการเผยแพร่ข้อมูลของบริษัท อาจเป็นกลยุทธ์ของบริษัท เพื่อผลประโยชน์หรือเป็นไปตามกฎหมาย รายงานกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจึงทำขึ้นเพื่อสร้างการยอมรับหรือภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทนั่นเอง (Hooghiemstra, 2000) นอกจากนี้การมีชื่อเสียงที่ดีในชุมชนเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าในยามวิกฤต Hess Rogovsky และ Dunfee ยกตัวอย่างเรื่องชื่อเสียงในทางดี ของ McDonald's ช่วยบริษัทไว้ได้ในการจลาจลที่เขต South Central Los Angeles ในปี 1992 ความพยายามของบริษัทในการพัฒนาสัมพันธ์ภาพกับชุมชนผ่านทางบ้านการกุศล Randal McDonald และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาโอกาสให้กับบุคลากรสร้างชื่อเสียงให้กับบริษัทอย่างมาก ผู้บริหาร McDonald กล่าวว่า ผู้ก่อการจลาจลไม่แตะต้องร้านของ McDonald's เลย ในขณะที่ธุรกิจรอบ ๆ ได้รับความเสียหายของยับเยิน ร้าน McDonald's จำนวน 60 สาขาปลอดภัยดี

Espinosa and Trombetta (2004) สังเกตว่าในประเทศสเปน คุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปีมาจากชื่อเสียงของบริษัทเป็นปัจจัยหลัก แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าความเชื่อถือของรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเหล่านั้นกลับไม่เคยได้รับการตรวจสอบ (Quairel, 2004) นอกเหนือจากข่าวสารในเชิงบวก องค์กรธุรกิจเพื่อรับผิดชอบต่อสังคม (Business For Corporate Social Responsibility) ยังกล่าวว่า “หน่วยงานรัฐบาลทั้งระดับชาติและท้องถิ่นจะให้ความสำคัญและลดความเข้มงวดแก่บริษัทต่าง ๆ ที่จัดให้มีกิจกรรมเพื่อสังคมและเกินกว่ากฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้มากขึ้น”

2.2 การเพิ่มราคาและความจงรักภักดีของลูกค้า

ปัจจุบันนี้ผู้บริโภคตะวันตกไม่เพียงแต่ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ แต่ยังพิจารณาจากสินค้าที่มีการผลิตตามกฎหมายด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม จากการศึกษา CSR Europe / Mori ร้อยละ 70 ของผู้บริโภคในยุโรปคิดว่าการที่บริษัทดำเนินการตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งสำคัญ

และพึงพอใจที่จะจ่ายเงินสูงขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในทางตรงกันข้าม 1 ใน 6 ของผู้ซื้อจะต่อต้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตมีชื่อเสียงแย่ๆ ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ตามมาคือบริษัทสามารถเพิ่มยอดขายในส่วนขอปริมาณ (ใช้เป็นจุดขาย) และมูลค่า (ใช้ในการเพิ่มราคาผลิตภัณฑ์) ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่า รายได้เป็นแรงจูงใจทางเศรษฐกิจที่สำคัญสำหรับการผลิตสินค้าที่ดีและลักษณะของตลาดที่ดี (Stead and Stead, 1995)

2.3 การสร้างความพึงพอใจของพนักงาน

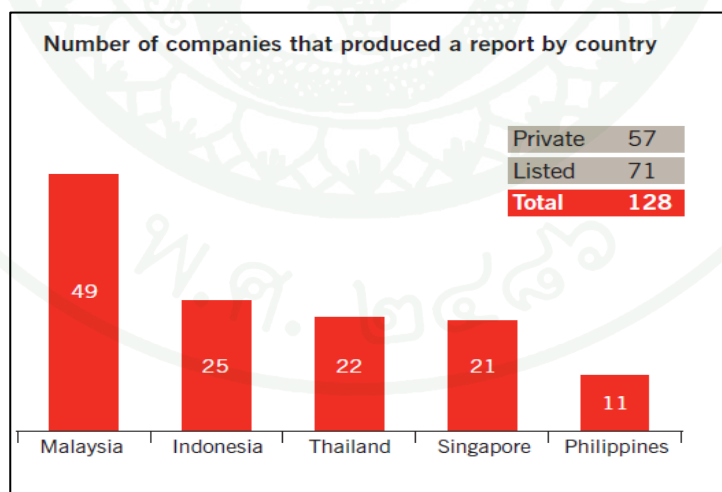
พนักงานไม่เพียงแต่ต้องการเลื่อนตำแหน่งและเงินเดือนเท่านั้น แท้จริงแล้วยังต้องการมีปัจจัยเอื้ออำนวยอื่น ๆ ด้วย แรงจูงใจของพนักงานอาจจะไม่ใช่มูลค่าของเงิน โดยเฉพาะความรู้สึกรักองค์กรของพนักงานเป็นจุดแข็งที่บริษัทใช้สร้างภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดี จากผลสำรวจของ Cone/Roper ยังชี้ให้เห็นว่า การที่บริษัทมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมให้ผลกระทบในทางบวกต่อบุคลากรทั้งที่บุคลากรและบุคลากรในปัจจุบัน จากผลการสำรวจในเดือนมีนาคม 2001 พนักงานในบริษัทที่มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม 38% บอกว่าตนเองมีความภูมิใจในคุณค่าของบริษัทมากกว่าพนักงานในบริษัทที่ไม่มีกิจกรรมดังกล่าว ดังที่อดีตกรรมการบริษัท General Electric, Jack Welch สรุปไว้ว่า ทุกองค์กรต้องการผลกำไร แต่องค์กรล้วนไม่สมบูรณ์แบบจึงต้องการให้พนักงานทำให้มันให้ดีขึ้น ความศรัทธาของพนักงานจะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัท โดยเกิดขึ้นจากการที่พนักงานตระหนักถึงมูลค่าของตนเองและมีศีลธรรมในการปฏิบัติงาน

แนวโน้มของการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในปัจจุบัน

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมักถูกกล่าวถึงว่าเป็นเพียงการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรเท่านั้น แต่มิได้แสดงผลการดำเนินงานทางสังคมที่แท้จริงให้แก่องค์กร (Laufer, 2003) เนื่องจากการทำด้วยความสมัครใจ จึงเป็นปัญหาสำคัญว่าแต่ละองค์กรควรใส่ข้อมูลใดลงไป ในรายงาน ควรวัดผลการดำเนินงานทางสังคมอย่างไร และควรพิสูจน์และตรวจสอบรายงานอย่างไร เนื่องจากวิธีการจัดทำที่ต่างกันนี้จึงเป็นการยากสำหรับผู้เกี่ยวข้องในการประเมินคุณภาพของ CSR ที่แท้จริงของบริษัท

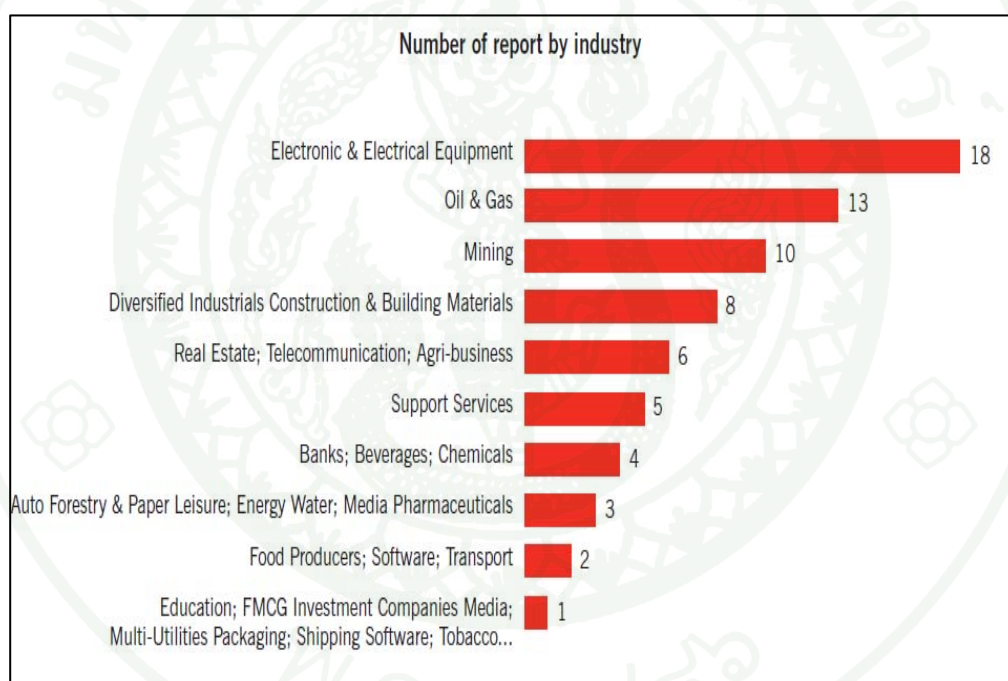
จากการสำรวจ และวิเคราะห์การจัดทำรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทในภูมิภาคอาเซียน (ASEAN) โดย Association of Chartered Certified Accountants (2009) ในหัวข้อ “The Rise of the Report and the Regulator” ซึ่งเลือกมาจำนวน 5 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย เพื่อศึกษาภาพรวมของลักษณะรายงาน กฎหมายข้อบังคับในการจัดทำรายงานดังกล่าว และแนวทางในการเปิดเผยข้อมูลสังคมและสิ่งแวดล้อมในแต่ละประเทศ รวมทั้งขอบเขตของการใช้มาตรฐานที่เป็นสากลและความสัมพันธ์กับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียในสังคม โดยการรวบรวมข้อมูลรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเฉพาะที่มีการจัดทำแยกต่างหากเป็นลักษณะเฉพาะ (Sustainability Report) ระหว่างปี ค.ศ. 2002 - 2009 ทั้งนี้จะไม่รวมข้อมูลที่แสดงเพียงบางส่วนในรายงานประจำปี นอกจากนี้ ยังมีการสัมภาษณ์เกี่ยวกับหัวข้อดังกล่าว โดยการเผชิญหน้าทางโทรศัพท์ และทาง E-mail ซึ่งได้แก่ องค์กรเกี่ยวกับ CSR ในท้องถิ่น ตลาดหลักทรัพย์ และบุคคลทั่วไป

พบว่าบริษัทในภูมิภาคอาเซียนที่ถูกเลือกมานั้นเริ่มมีการจัดทำรายงานในปี ค.ศ. 1999 และเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อย ๆ โดยอยู่ระหว่าง 11- 49 บริษัท ที่ทำการจัดทำรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Sustainability Report) แยกต่างหากจากรายงานประจำปี ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนที่น้อยมาก แบ่งเป็นบริษัทจำกัดจำนวน 57 บริษัท และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 71 บริษัท ดังภาพนี้

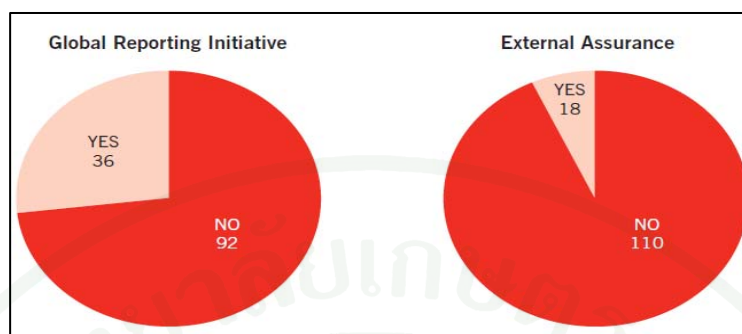


ภาพที่ 6 แผนภูมิแสดงจำนวนบริษัทที่จัดทำรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมแยกตามประเทศ
ที่มา: Association of Chartered Certified Accountants (2009)

สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิต พบว่าธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์จัดทำรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจำนวนมากที่สุด เป็นที่น่าสังเกตว่าบริษัทที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสูงส่วนใหญ่จะจัดทำรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ อุตสาหกรรมน้ำมันและแก๊ส นอกจากนี้ ลักษณะของอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำรายงาน สำหรับอุตสาหกรรมเหมืองแร่ของประเทศอินโดนีเซียและประเทศฟิลิปปินส์ เป็นธุรกิจหลักที่มีการจัดทำรายงานดังกล่าวมากที่สุด และสำหรับประเทศมาเลเซีย บริษัทขนาดใหญ่ที่มีสายผลิตภัณฑ์จำนวนมาก ตีพิมพ์รายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากที่สุด และ 36 บริษัทใช้ GRI (the Global Reporting Initiative) ในการประเมินรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทตนเอง และ 18 บริษัทจ้างบริษัทภายนอกในการประเมินรายงานดังกล่าว



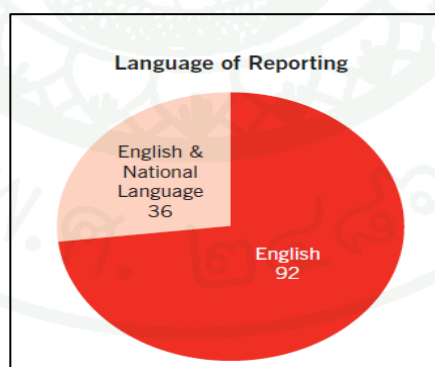
ภาพที่ 7 แผนภูมิแท่งแสดงจำนวนรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมแยกตามอุตสาหกรรม
ที่มา: Association of Chartered Certified Accountants (2009)



ภาพที่ 8 แผนภูมิวงกลมแสดงจำนวนบริษัทที่นำ GRI มาใช้ และบริษัทที่ใช้บริษัทภายนอกในการประเมินรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท

ที่มา: Association of Chartered Certified Accountants (2009)

ในส่วน of ภาษาที่ใช้ในการตีพิมพ์เกือบทั้งหมดจะใช้ภาษาอังกฤษ มีจำนวนเพียงหนึ่งในสี่เท่านั้นที่จัดทำมากกว่า 1 ภาษา โดยเฉพาะประเทศไทยและอินโดนีเซียเท่านั้นที่มีการจัดทำรายงานด้วยภาษาประจำชาติมากที่สุด จำนวนรายงานมีความใกล้เคียงกันระหว่างบริษัทจำกัด และบริษัทจดทะเบียน เนื่องจากบริษัทลูกที่มีบริษัทแม่ที่มีชื่อเสียง (Brand Names) อยู่ในประเทศอื่น มักคำนึงถึงชื่อเสียงของบริษัทแม่ ส่งผลให้ต้องจัดทำรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 9 แผนภูมิแสดงจำนวนของบริษัทที่ใช้ภาษาอังกฤษและภาษาประจำชาติในการออกรายงาน

ที่มา: Association of Chartered Certified Accountants (2009)

จากที่กล่าวมาข้างต้นว่า บริษัทที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และเป็นบริษัทที่คำนึงถึงชื่อเสียง จะตระหนักว่าบริษัทควรมีการรายงานว่าบริษัทได้บริหารอย่างยั่งยืนอย่างไรบ้าง

การออกระเบียบข้อบังคับเพิ่มขึ้นเกี่ยวกับรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

จากประเทศในภูมิภาคอาเซียนที่เลือกมา พบว่ามีรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเริ่มมีความชัดเจนในการออกข้อบังคับเกี่ยวกับการออกรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจว่าบริษัทมีความใส่ใจในการพัฒนาอย่างยั่งยืน สำหรับรายละเอียดของการสำรวจในแต่ละประเทศนั้น มีดังนี้

ประเทศอินโดนีเซีย

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2007 ประเทศอินโดนีเซีย บัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งออกข้อกำหนดให้บริษัทในกลุ่มทรัพยากรเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งเป็นกฎหมายที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียนที่ได้เลือกมา และต่างจากทั่วโลก โดยกฎหมายแนวปฏิบัตินี้ เรียกว่า “Limited Liability Company Law Number 40/2007 และ The Bapepam-LK X.K.6 Regulation ”

สำหรับกฎหมายแนวปฏิบัติ ทั้งสองเรื่องมีรายละเอียดข้อบังคับดังนี้ Limited Liability Company Law Number 40/2007 เป็นการออกข้อกำหนดร้องขอให้บริษัทในกลุ่มทรัพยากรเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมเพื่อสังคม ในเรื่องของการจัดสรรเงินทุนเพื่อกิจกรรม CSR โดยเปิดเผยในเรื่องของงบประมาณที่ใช้ไป และคำนวณต้นทุนในการดำเนินงานเพื่อสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้ ซึ่งจะบังคับให้เปิดเผยข้อมูลทั้งหมดในรายงานประจำปี ต่อมาคือ The Bapepam-LK X.K.6 Regulation เรียกร้องให้บริษัทที่จดทะเบียนทั้งหมดนำเสนอรายงานประจำปี โดยระบุกิจกรรมและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ยังไม่มีความเห็นหรือรายละเอียดที่เป็นต้นแบบในการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว ในปัจจุบันบริษัทเหล่านี้จึงมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในรายงานประจำปีมากขึ้น แต่มักจะมีเพียงกิจกรรมการบริจาคหรือกิจกรรมเพื่อการกุศลเท่านั้น

ประเทศมาเลเซีย

ในปี ค.ศ. 2004 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง Tan Sri Nor Mohamed Yakcop ได้แบ่งปันมุมมองเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในคำปราศรัยพิเศษ ณ งานสัมมนาความรับผิดชอบต่อสังคม

ในหัวข้อ “CSR: การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน” โดยประกาศว่า รัฐบาลจะให้การสนับสนุนการนำมาตรฐานและรายงาน CSR ไปประยุกต์ใช้ โดยรัฐบาลจะไม่ออกข้อบังคับให้ภาคเอกชนเกี่ยวกับเรื่องนี้ เป็นไปตามความสมัครใจของแต่ละองค์กรเท่านั้น นอกจากนี้ยังชี้แจงว่าบริษัทที่เปิดเผยข้อมูลกิจกรรมเพื่อสังคมจะช่วยให้นักลงทุนพิจารณาบริษัทเหล่านี้จากกิจกรรมเพื่อสังคมที่ปฏิบัติได้

รัฐบาลเริ่มให้ความสำคัญในการจัดสรรงบประมาณเกี่ยวกับ CSR ในปี ค.ศ. 2006 นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง Dato' Seri Abdullah Badawi ประกาศว่า บริษัททั้งหมดในตลาดหลักทรัพย์ จะต้องเปิดเผยกิจกรรมเพื่อสังคม โดยการมุ่งสู่การต่อยอดวัฒนธรรมของความรับผิดชอบต่อสังคม ในปี ค.ศ. 2007 ระบุว่า บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ทั้งหมด จะต้องเปิดเผยสถิติแรงงานโดย จำแนก ตามเชื้อชาติ และเพศ

ในเดือนกันยายน ปี ค.ศ. 2006 บริษัทตลาดหลักทรัพย์ของประเทศมาเลเซีย ได้แก้ไขคำสั่งเพิ่มเติม การจัดทำคำอธิบายเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งบริษัทที่จดทะเบียนและบริษัทย่อย ในขณะเดียวกัน Bursa Malaysia ได้เริ่มนำเอากรอบแนวคิด CSR มาเป็นแนวทางสำหรับการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยแบ่งเป็น 4 หัวข้อ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สถานที่ทำงาน ชุมชน และตลาดสินค้า โดยให้ลำดับความสำคัญเท่า ๆ กัน ถึงแม้จะมีการจัดทำแนวทางที่มีประโยชน์ต่อธุรกิจ แต่ยังคงไม่มีข้อปฏิบัติที่ได้วางขอบเขตไว้ว่าควรมีการเปิดเผยมากน้อยเพียงใด

ประเทศฟิลิปปินส์

ในเดือนสิงหาคม ค.ศ. 2009 สมาชิกของ Philippines House of Representatives และบุตรชายของประธานาธิบดี Diosdado “Dato” M. Arroyo ได้เสนอ House Bill 6414 หรือแนวปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคม ปี 2009 (Corporate Social Responsibility Act of 2009) ออกคำสั่งให้บริษัททำการสำรวจความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือมีหน้าที่พิจารณาถึงความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผลกระทบที่มีต่อลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งภายใต้ข้อบังคับนี้ ยังไม่มีความชัดเจนในเรื่องของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ตลาดหลักทรัพย์ของประเทศฟิลิปปินส์ ส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มีการจัดทำรายงานเพิ่มเติม เช่น รายงานเพื่อสิ่งแวดล้อม และงบมูลค่าเพิ่ม เมื่อฝ่ายบริหารเชื่อว่ารายงานเหล่านี้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่มีสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญ และเมื่อพนักงานถูกพิจารณาเป็นกลุ่มผู้ใช้รายงานที่สำคัญ

ประเทศสิงคโปร์

รัฐบาลของประเทศสิงคโปร์ไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับ CSR โดยตรง เมื่อผู้เชี่ยวชาญด้าน CSR และอาจารย์ที่ Singapore Management University Eugene Tan อ้างว่า เนื่องจากรัฐบาลเล็งเห็นว่าควรจูงใจให้การเมืองของสิงคโปร์สอดคล้องกับการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมมากกว่า กล่าวคือ การให้ความสำคัญกับผู้นำที่มีจริยธรรมและส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ยังมีแนวคิดของ Melissa Ong (นักวิจัยเรื่อง CSR ในเอเชียส่วนกลางและทั่วโลก ของ Lee Kuan Yew School) กล่าวว่า การพยายามทำให้ประเทศสิงคโปร์เป็นมิตรทางธุรกิจเท่าที่เป็นไปได้ รัฐบาลจึงคัดค้านการออกกฎหมายในประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งให้เป็นไปโดยความสมัครใจเท่านั้น เนื่องจากรัฐบาลไม่ต้องการทำให้กิจกรรมทางธุรกิจหยุดชะงักโดยการเพิ่มต้นทุนให้กับธุรกิจ จึงมุ่งเน้นในการผสมผสานการสร้างความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ และการใช้การให้รางวัลเป็นสิ่งที่จูงใจ (Carrot Approach) ด้วยการให้รางวัลแก่บริษัทที่มีพฤติกรรมดี และเป็นแนวทางช่วยให้บริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยสมัครใจ

รัฐบาลได้ส่งเสริมการพัฒนา CSR ในเฉพาะด้าน เช่น ส่วนของการจ้างแรงงานและผลงานด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งรัฐบาลได้จัดทำข้อมูลและจัดหาเงินทุนที่สอดคล้องกับการพัฒนา CSR แต่ไม่ระบุว่าสิ่งเหล่านี้ คือ CSR จะไม่มีการส่งเสริมการจัดทำรายงาน มีเพียงการร่วมแบ่งปันความรู้เป็นกรณีศึกษาเฉพาะเรื่องเท่านั้น รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมและประธานของ SPRING Singapore ตัวแทนของรัฐบาล ได้ให้คำอธิบายว่า “ มีผู้มีส่วนได้เสียหลากหลายกลุ่มที่ให้การสนับสนุน CSR ในแง่มุมที่แตกต่างกัน เช่น NTUC (National Trades Union Congress) สนับสนุน CSR ในมุมมองของแรงงาน ในขณะที่ สมาคมผู้บริโภคของประเทศสิงคโปร์ (Consumers Association of Singapore) สนับสนุน CSR จากมุมมองของการปกป้องผู้บริโภค The Singapore National Employers and Business federations (SNEF and SBF) สนับสนุนแผนงานเกี่ยวข้องกับ CSR ที่มีหลากหลายรายงานซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับสมาชิกของ

องค์กร ในส่วนของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง และผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย สนับสนุน CSR ในมุมมองของธรรมาภิบาล (Corporate Governance)

จากที่กล่าวมาจึงไม่มีความคิดเห็นใดที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมบันทึกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแต่อย่างใด

ประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีกระบวนการพัฒนาด้าน CSR เช่นกัน โดยเมื่อเดือนกันยายน ปี ค.ศ. 2007 รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาศักยภาพและความมั่นคงของมนุษย์ นายไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม ได้จัดตั้ง สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute : CSRI) ร่วมกับ 10 ผู้นำองค์กรจากภาคธุรกิจ ได้แก่ ประธานกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ประธานสภาธุรกิจตลาดทุนไทย นายกสมาคมบริษัทหลักทรัพย์ นายกสมาคมบริษัทจัดการลงทุน นายกสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย รองประธานหอการค้าไทย เลขาธิการ สมาคมธนาคารไทย และอุปนายกสมาคมบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางในการสร้างทัศนคติให้แก่องค์กรธุรกิจ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และสร้างความเจริญเติบโตเพิ่มมูลค่าแก่ธุรกิจ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ

เป็นที่น่าสังเกตว่า รัฐบาลมีส่วนร่วมมากขึ้น ตามที่ นายกษิต ภิรมย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ และนายกสมาคมส่งเสริมธรรมาภิบาล ในปี ค.ศ. 2008 ให้ความเห็นว่า “ในการทำ CSR ไม่ควรจำกัดอยู่ที่ภาคเอกชนเท่านั้น แต่ภาครัฐควรต้องนำมาบรรจุให้เป็นวาระแห่งชาติหรือทำเป็นนโยบายแห่งชาติ โดยในประเทศไทย CSR ถือว่ายังไม่ได้อยู่ในระดับนโยบายของรัฐ และไม่เคยมีพรรคการเมืองไหนที่มีนโยบายในเรื่องของธรรมาภิบาล”

ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งมักนำไปกล่าวถึงคู่กับ CSR โดยเป็นแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย แต่ยังไม่มีความชัดเจนเกี่ยวกับแนวปฏิบัติตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้นบริษัททั้งหลายจึงไม่มีทิศทางที่ชัดเจนในการทำ CSR หรือแม้บทในการจัดทำรายงาน ทั้งนี้หลายบริษัทมักอ้างหลักเศรษฐกิจพอเพียงในรายงานและเมื่อมีการสื่อถึงสาธารณชนเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของ CSR

หนึ่งในการริเริ่มที่เกี่ยวข้องกับรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ก็คือ หลักเกณฑ์ธรรมาภิบาลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งการจัดทำและเปิดเผยนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับประเด็นสังคมและสิ่งแวดล้อมถูกกล่าวถึงเมื่อเป็นสิ่งที่ต้องการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม แนวทางการเปิดเผยข้อมูลสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ยังไม่มีที่เกี่ยวข้องกับ CSR โดยเฉพาะมาก่อน ทั้งนี้คู่มือของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งได้รวบรวมเงื่อนไขสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แถลงเพียงว่าบริษัทจำเป็นต้อง “จัดวางระบบควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมการควบคุมสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสม” แต่ที่กล่าวมานี้ไม่มีประเด็นเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลเหล่านี้แต่อย่างใด

เป็นที่น่าสังเกตว่าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้จัดตั้งคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เพื่อจัดวางแนวทางการทำรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และแถลงว่าได้ทำงานร่วมกับสถาบันไทยพัฒน์ โดยมีเป้าหมายเพื่อทำให้บริษัทจดทะเบียนมีมาตรฐานเกี่ยวกับ CSR และมีแนวโน้มที่จะนำ GRI มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย

แม้ว่าปัจจุบันกระบวนการ CSR ในประเทศไทยยังคงต้องการพัฒนาอีกมาก แต่จากกระแสความห่วงใยที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโลกที่รุนแรงจะเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการพัฒนากระบวนการ CSR ในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ที่ได้รับผลดี ย่อมเป็นประชาชน องค์กรธุรกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่จะมีการอนุรักษ์และพัฒนาไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน

แนวปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สำหรับแนวปฏิบัติในเรื่อง CSR แบ่งได้เป็น 8 แนวปฏิบัติ ดังนี้

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
3. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
7. นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

สำหรับแนวปฏิบัติทั้ง 8 หัวข้อที่กล่าวมา ควรมีการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้อย่างบูรณาการ เพื่อความพอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันรวมทั้งมีการใช้ความรู้ควบคู่การมีคุณธรรมในทุกกิจกรรมที่ดำเนินการด้วย ทั้งนี้ แนวปฏิบัติที่ปรากฏใน “เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม” เป็นการรวบรวมแนวปฏิบัติที่ดีจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องอยู่แล้ว โดยธุรกิจสามารถนำแนวปฏิบัติ CSR ไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับทรัพยากรและลักษณะองค์กรของธุรกิจแต่ละแห่งต่อไปได้ จากประสบการณ์ตรงของธุรกิจที่ได้ดำเนินการเรื่อง CSR ควบคู่ไปด้วยนั้น พบว่าจะทำให้ได้รับผลดีตอบแทนกลับมาทั้งประโยชน์ทางตรงและทางอ้อม เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ การค้นพบนวัตกรรม (innovative business) การได้รับความนิยมนิยมและความไว้วางใจจากลูกค้า ตลอดจนการมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นทั้งจากมุมมองของพนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ฯลฯ

1. แนวปฏิบัติ เรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี

หลักการ

เป็นการจัดให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่ มีความรับผิดชอบในการจัดการอย่างโปร่งใส เท่าเทียม เป็นธรรมมีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อันจะนำไปสู่ความเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

แนวปฏิบัติ

ศึกษาและปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในเรื่องหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่ออกโดยหน่วยงานกำกับดูแล หรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น “หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2549” ที่จัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ หลักการดังกล่าวได้รับการปรับปรุงให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการของ OECD (OECD Principles of Corporate Governance, 2004) ซึ่งเนื้อหาของหลักการนี้ได้แบ่งออกเป็น 5 หมวด คือ

1.1 สิทธิของผู้ถือหุ้น

1.2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

1.3 บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

1.4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

1.5 ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท

2. แนวปฏิบัติ เรื่องการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

หลักการ

การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับผู้เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาว ทั้งนี้ ธุรกิจควรถือปฏิบัติตามแนวทางเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์อื่นที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

แนวปฏิบัติ

2.1 หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือหากพบว่ามี ความขัดแย้งทางผลประโยชน์เกิดขึ้น ก็ควรจัดให้มีกระบวนการไกล่เกลี่ยที่เป็นธรรมและมี การเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญอย่างครบถ้วน

2.2 ส่งเสริมการแข่งขันส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี หลีกเลี่ยงพฤติกรรมการเล่นพรรคเล่นพวก หรือร่วมสมคบคิด (ฮั้ว) กัน

2.3 ไม่สนับสนุนการดำเนินการที่มีลักษณะเป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์

2.4 จัดให้มีระบบการบริหารจัดการที่สามารถป้องกันการจ่ายสินบนและทุจริต หรือสามารถตรวจสอบพบได้โดยไม่ชักช้า รวมถึงมีกระบวนการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ พร้อมกับให้ความเป็นธรรมหากเกิดกรณีดังกล่าวขึ้น

2.5 รณรงค์ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานเห็นความสำคัญของการต่อต้านการทุจริต รวมทั้ง การกรรโชกและการให้สินบนในทุกรูปแบบการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

3. แนวปฏิบัติ เรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชน

หลักการ

การเคารพสิทธิมนุษยชนเป็นรากฐานของการพัฒนาทรัพยากรบุคคล อันมีส่วนสัมพันธ์กับ ธุรกิจในลักษณะการเพิ่มคุณค่า และทรัพยากรบุคคลนับเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจในการสร้าง มูลค่าเพิ่มและเพิ่มผลผลิต ดังนั้น ธุรกิจควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขในการทำงาน ให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี และได้มีโอกาสแสดงศักยภาพ ตลอดจนได้รับโอกาสในการฝึกฝน และเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน

แนวปฏิบัติ

3.1 สนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชน โดยหมั่นตรวจสอบตราดูแลมิให้ ธุรกิจของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น ไม่สนับสนุนการบังคับ ใช้แรงงาน (forced labour) ต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก (child labour) เป็นต้น

3.2 ส่งเสริมให้มีการเฝ้าระวังการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชนภายใน ธุรกิจของตน และกระตุ้นให้มีการปฏิบัติตามหลักการสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานสากล โดย ความรับผิดชอบของธุรกิจด้านสิทธิมนุษยชนยังครอบคลุมไปถึงบริษัทในเครือ ผู้ร่วมทุน และคู่ค้า

3.3 จัดให้มีระบบการทำงานที่มุ่งเน้นความปลอดภัยและสุขอนามัยในสถานที่ทำงาน อย่างเหมาะสม เช่น การมีระบบป้องกันมลพิษที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน การจัดให้มี สถานที่ทำงานที่สะอาด เพื่อความปลอดภัยจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นทั้งจากอุบัติเหตุและโรคภัย

3.4 พัฒนาพนักงานเพื่อฝึกฝนทักษะและเพิ่มพูนศักยภาพ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานมีการเรียนรู้ และเลื่อนตำแหน่งเมื่อมีโอกาสมatching

3.5 จัดให้มีเงื่อนไขการจ้างงานที่เป็นธรรมสำหรับพนักงาน และให้พนักงานได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมตามศักยภาพ

3.6 จัดให้มีกระบวนการร้องเรียนอย่างเหมาะสมสำหรับพนักงานที่ได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม

3.7 จัดให้มีการดูแลในเรื่องสวัสดิการแก่พนักงานตามสมควร เช่น จัดให้มีวันลาพักผ่อนประจำปี การทำงานล่วงเวลาที่สมเหตุสมผล การรักษาพยาบาลตามความจำเป็นและสมควร เป็นต้น

3.8 ส่งเสริมให้พนักงานมีคุณภาพในการใช้ชีวิตระหว่างชีวิตการทำงาน และชีวิตส่วนตัว มีการพิจารณาใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสบำเพ็ญประโยชน์ ทำความดีเพื่อสังคม รวมทั้งการปฏิบัติตามหลักธรรมของศาสนาต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกัน

3.9 จัดให้มีนโยบายปกป้องพนักงาน ไม่กลั่นแกล้ง หรือลงโทษทางวินัยกับพนักงานที่มีการรายงานอย่างสุจริตต่อผู้บริหารหรือหน่วยงานของรัฐเกี่ยวกับการกระทำที่ไม่ถูกต้องที่เกิดขึ้นภายในองค์กรธุรกิจ (whistleblower protection)

3.10 ให้ข้อมูลสำคัญแก่พนักงานและตัวแทนพนักงาน เพื่อให้ทราบผลการดำเนินงาน และสภาพที่แท้จริงขององค์กรธุรกิจ

3.11 สนับสนุนการหารือ/ความร่วมมือระหว่างนายจ้างกับพนักงาน และตัวแทนพนักงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงาน

3.12 เคารพสิทธิในการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน ซึ่งครอบคลุมถึงการมีอิสระในการให้ความเห็นโดยปราศจากการแทรกแซง การได้รับข้อมูลหรือความคิดเห็นผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งจัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเสรี

4. แนวปฏิบัติ เรื่องความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

หลักการ

สินค้า และ/หรือ บริการของธุรกิจไม่ควรก่อให้เกิดความเสี่ยง หรืออันตรายต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ธุรกิจควรปรับปรุงมาตรฐานของสินค้า/บริการให้มีความเป็นสากลและให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ รวมทั้งควรพัฒนาสินค้า/บริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการช่วยแก้ไขปัญหาของสังคมด้วย

แนวปฏิบัติ

4.1 ผลิตสินค้า/บริการที่ปลอดภัยและไว้วางใจได้ โดยไม่ผลิตสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค รวมถึงมีกระบวนการเรียกคืนสินค้า/บริการที่ไม่ปลอดภัย

4.2 จัดเก็บข้อมูลผู้บริโภคอย่างปลอดภัย ไม่ส่งต่อข้อมูลผู้บริโภคให้กับผู้อื่น นอกจากจะได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคก่อน

4.3 ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอแก่ผู้บริโภค โดยคำนึงถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เช่น ไม่โฆษณาเกินจริง หลีกเลี่ยงการมีข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ใช้ภาษาเรียบง่ายต่อการทำความเข้าใจ บอกวิธีการใช้สินค้าอย่างปลอดภัยรวมถึงการกำจัดซากขยะหลังการใช้งาน ฯลฯ

4.4 กระตุ้นให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตเห็นความสำคัญของการใช้สินค้า/บริการที่คำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น

4.5 พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการของธุรกิจให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรควบคู่ไปกับการนำพาสังคมผู้บริโภคให้เป็นสังคมคนดี มีวัฒนธรรม และคุณธรรม ที่ยังให้เกิดการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นได้ตลอดไปอย่างยั่งยืน

5. แนวปฏิบัติ เรื่องการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

หลักการ

ชุมชนและสังคมที่เข้มแข็งและมีการพัฒนาที่ยั่งยืน มีความสำคัญยิ่งในฐานะเป็นปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจควรจัดกิจกรรมทางสังคม และ/หรือ มีส่วนร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการผลิตสินค้า/บริการของธุรกิจ โดยการแสดงตัวเป็นพลเมืองที่ดีของชุมชนนั้น พร้อมกับคิดค้นวิธีการที่จะลดและหยุดผลกระทบในทางลบ ต่อชุมชนและสังคม ที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจในที่สุด

แนวปฏิบัติ

5.1 สำรวจ ตรวจสอบสภาพชุมชนและสังคมโดยรอบที่ตั้งของธุรกิจทั้งใกล้และไกลที่ได้รับผลกระทบในทางลบจากการดำเนินการของธุรกิจหรือโครงการที่จะดำเนินการในอนาคตอย่างน้อยเพียงใด เพื่อนำมาพิจารณาแก้ไขปรับปรุงการดำเนินการ มิให้เกิดผลกระทบในทางลบ และสร้างความเสียหายต่อชุมชนและสังคม ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม

5.2 สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมอาสาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนและสังคม

5.3 ร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมในชุมชนและสังคมให้น่าอยู่

5.4 สนับสนุนให้ชุมชนและสังคมมีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานต่าง ๆ อย่างเพียงพอ

5.5 สนับสนุนและมีส่วนร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์สาธารณะ เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการทำความดี ลดบวมขุมเพื่อความอยู่ดีมีสุขภายใต้หลักเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น

5.6 ในการจัดกิจกรรมหรือมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และสังคม ธุรกิจ สามารถขอคำปรึกษาและข้อเสนอแนะได้จาก ก.ล.ต. สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute หรือ CSRI) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ศูนย์ส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคม (CSR) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องได้

6. แนวปฏิบัติ เรื่องการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

หลักการ

การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลก บวกกับปัจจัยความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากเป็นสาเหตุของการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมากเกินกว่าความจำเป็น ยังก่อให้เกิดมลภาวะทั้งทางน้ำ อากาศ ขยะ สารพิษ ฯลฯ ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อนตามมา โดยภาวะโลกร้อนดังกล่าวจะกระทบต่อมนุษย์และระบบนิเวศต่อไป ดังนั้น ธุรกิจจึงมีหน้าที่ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตมนุษย์ด้วยการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยถือว่าการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหน้าที่ร่วมกันของทุกคน

แนวปฏิบัติ

6.1 จัดให้มีระบบการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม และติดตามประเมินผลการดำเนินการดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับประเด็นสิ่งแวดล้อม เช่น ระบบนิเวศ ปัญหาโลกร้อน มลภาวะ ฯลฯ

6.2 ใช้เทคโนโลยีและขั้นตอนการผลิตที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการลดปริมาณและการบำบัดมลพิษก่อนปล่อยสู่ธรรมชาติ

6.3 ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรการประหยัดพลังงาน และมีการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่

6.4 พัฒนาสินค้า/บริการที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัยในการใช้งาน

6.5 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และระบบสาธารณสุข แก่พนักงานและสาธารณชน

6.6 ส่งเสริมให้ลูกค้าตระหนักถึงข้อพึงระวังด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการใช้สินค้า/บริการของบริษัท

6.7 ให้ความรู้และฝึกอบรมพนักงานในเรื่องสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และ สาธารณสุข

6.8 จัดเตรียมแผนฉุกเฉินเพื่อจัดการกับปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งจัดให้มีระบบการรายงานต่อหน่วยงานกำกับดูแลทันทีที่เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว

7. แนวปฏิบัติ เรื่องนวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

หลักการ

ในการดำเนินธุรกิจควรนำแนวคิด CSR มาประยุกต์ผสมผสานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เหมาะสมและสอดคล้องกับการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างกลมกลืน โดยนำความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินงานด้าน CSR มาพัฒนาปรับใช้และคิดค้นให้เกิดนวัตกรรมทางธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์ความสามารถในการแข่งขัน และมูลค่าเพิ่ม ทั้งต่อธุรกิจและสังคมไปพร้อม ๆ กัน (competitiveness with innovative business)

แนวปฏิบัติ

7.1 สํารวจกระบวนการต่าง ๆ ของธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันว่า ก่อให้เกิดความเสี่ยงหรือมีผลกระทบในทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมหรือไม่ อย่างไร และศึกษาหาแนวทางแก้ไขเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว นอกจากนั้น ควรศึกษา พิจารณา และวิเคราะห์กระบวนการทำงานอย่างละเอียดและครอบคลุมทุกด้าน เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาไปสู่การค้นพบนวัตกรรมทางธุรกิจ

7.2 เปิดเผยนวัตกรรมที่ค้นพบในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อกระตุ้นให้ธุรกิจและผู้ประกอบการรายอื่นได้ปฏิบัติตาม

7.3 หมั่นวิเคราะห์แนวทางแก้ไขปัญหา ตลอดจนพัฒนานวัตกรรมตลอดเวลา โดยควรเป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องอย่างไม่หยุดนิ่ง เพื่อสร้างโอกาสในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ และเพื่อความเจริญเติบโตควบคู่การสร้างผลกำไรของธุรกิจอย่างยั่งยืน เนื่องจากความต้องการของ

ผู้บริโภคในศตวรรษที่ 21 จะเปลี่ยนไปสู่ความต้องการสินค้าและบริการที่มีองค์ประกอบด้าน CSR มากขึ้น หากธุรกิจไม่สามารถปรับตัวตอบสนองความต้องการได้ทันทั่วทั้งที่ อาจสูญเสียตลาดและโอกาสทางธุรกิจได้การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

8. แนวปฏิบัติ เรื่องการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

หลักการ

ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ที่กล่าวมาอย่างครบถ้วน โดยข้อมูลที่เปิดเผยนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholders) ทุกฝ่าย ยังช่วยในการสอบทานให้ธุรกิจทราบได้ว่า ได้ดำเนินการในเรื่อง CSR ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ อย่างไร

แนวปฏิบัติ

8.1 จัดทำรายงานเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR report) โดยอาจจะบรรจุไว้ในรายงานประจำปี (annual report) หรือจัดทำเป็นฉบับแยกต่างหากจากรายงานประจำปี ที่เรียกว่า “รายงานความยั่งยืน (sustainability report)” ตามรูปแบบที่สากลยอมรับและควรครอบคลุมเนื้อหาในหัวข้อต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย

8.1.1 การดำเนินงานด้านธุรกิจ กล่าวถึง วิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของธุรกิจที่สะท้อนหลักการและแนวทางปฏิบัติตามหลักการ CSR โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี และผลการดำเนินงาน

8.1.2 การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย กล่าวถึงนโยบายการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยกระบวนการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการฟื้นฟูธรรมชาติ และกระบวนการจัดการของเสียและวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิต ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์ มีคุณค่าต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม

8.1.3 การดำเนินงานด้านสังคม กล่าวถึง นโยบายการจัดการด้านแรงงานและพนักงาน สวัสดิภาพในการทำงานของพนักงานการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน และการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนและสังคมโดยรอบพื้นที่ตั้งของธุรกิจ

8.2 จัดทำข้อมูลในรายงานให้ชัดเจน กระชับ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายหลีกเลี่ยงข้อมูลที่ไม่จำเป็น โดยสรุปการดำเนินการทั้งด้านดีและด้านไม่ดีตามข้อเท็จจริง หากมีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลจากภายนอกให้ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล และกั่นกรองความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำมาเปิดเผยไว้ในรายงาน

8.3 จัดให้มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยสะดวกเช่น จัดทำรายงานทั้งในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจ/บริษัท

ทั้งนี้ในแนວปฏิบัติที่ 8 ผู้ศึกษาจะไม่นำมาใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัทและระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากเป็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ในส่วนของรูปแบบการจัดทำและภาษาที่ใช้ ดังนั้นผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูลในส่วนดังกล่าวในรูปแบบของการสำรวจและเก็บข้อมูลเท่านั้น

รายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2552

โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนเริ่มขึ้นในปี 2544 โดยใช้ชื่อในครั้งแรกว่า Baselineing Corporate Governance Practices of Thai Listed Companies อันเนื่องมาจากวัตถุประสงค์ที่ต้องการใช้ผลจากการสำรวจตามโครงการเป็นพื้นฐานในการติดตามและวัดผลการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการในประเทศไทยเปรียบเทียบกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามมาตรฐานสากล โดยในปีแรกทางสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ได้รับความร่วมมือจากบริษัทที่ปรึกษา McKinsey & Company ในการพัฒนาหลักเกณฑ์ในการสำรวจและประเมินผล รวมถึงได้รับการสนับสนุนทางการเงินในการดำเนินโครงการจากธนาคารโลก (World Bank) ซึ่งทางสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ได้นำผลจากการประเมินตามโครงการดังกล่าวจัดพิมพ์เผยแพร่ในรายงาน Strengthening Corporate Governance Practices of Thai Listed Companies

ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เพื่อเป็นเครื่องมือในการติดตามพัฒนาการของบริษัทไทย โดยได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่เล็งเห็นความสำคัญของโครงการและให้การสนับสนุนทางการเงินภายหลังจากความช่วยเหลือทางการเงินจากธนาคารโลกสิ้นสุดลงในปี 2545 ซึ่งผลสำรวจที่จัดทำขึ้นได้รับการพิมพ์เผยแพร่ในรายงาน Corporate Governance Report of Thai Listed Companies โดยมีรายงานที่จัดพิมพ์แล้วนับตั้งแต่ปี 2544 ถึง ปัจจุบัน และรายงานดังกล่าวได้รับการยอมรับจากคณะกรรมการบริษัทภิบาลแห่งชาติว่าจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาในบริษัทไทย คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ จึงได้มีมติสนับสนุนให้ IOD ดำเนินการอย่างต่อเนื่องต่อไป

ในการดำเนินโครงการ เพื่อให้หลักเกณฑ์และวิธีการที่ใช้ในการสำรวจมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และสามารถใช้ชี้วัดการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ คณะกรรมการสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ได้แต่งตั้งคณะกรรมการโครงการ (Steering Committee) ประกอบด้วยผู้แทนจากองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดทุน เพื่อให้ข้อเสนอแนะและพิจารณาหลักเกณฑ์การสำรวจ แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อผลสำรวจ และการจัดทำรายงาน ตลอดจนแนวทางการประกาศผลสำรวจในภาพรวม ซึ่งในระยะเวลาที่ผ่านมาได้มีการทบทวนและปรับปรุงหลักเกณฑ์ให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านการกำกับดูแลกิจการอยู่เป็นระยะและได้มีการจัดสัมมนานำเสนอผลสำรวจรวมทั้งประกาศรายชื่อบริษัทที่มีผลการประเมินอยู่ในระดับที่ดีให้สังคมได้รับทราบมาโดยตลอด

วัตถุประสงค์โครงการ

1. สำรวจและติดตามพัฒนาการด้านการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย
2. จัดทำรายงาน Corporate Governance Report of Thai Listed Companies (CGR) เพื่อแสดงถึงการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทยในภาพรวม และข้อเสนอแนะ เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการ
3. นำเสนอข้อมูลสำหรับองค์กรกำกับดูแลในการกำหนดนโยบายและกฎระเบียบด้านการกำกับดูแลกิจการ
4. จัดทำรายงานการผลสำรวจเฉพาะบริษัทสำหรับบริษัทที่ต้องการทราบผลของตนเอง เป็นการเฉพาะเจาะจง รวมทั้งข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงให้ดีขึ้น

5. นำผลสำรวจมาใช้ประโยชน์ในกิจกรรมส่งเสริมการค้ากับดูแลกิจการที่ดีอื่นๆ ได้แก่ โครงการ Board of the Year Awards ของสมาคม ส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

บริษัทที่ทำการสำรวจ

บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ใหม่ จะถูกพิจารณาเข้าร่วมโครงการการค้ากับดูแลกิจการทั้งหมด และมีข้อมูลเพียงพอในการประเมิน ยกเว้น บริษัทที่เข้าจดทะเบียนระหว่างปีที่เป็นปีก่อนการสำรวจ และบริษัทที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ

โครงการ CGR ในปี 2552 เป็นการสำรวจข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และบริษัทที่สมัครใจ เช่น บริษัทที่นักวิเคราะห์ไม่น้อยกว่า 5 รายจัดทำบทวิเคราะห์หลักทรัพย์ของบริษัท บริษัทจดทะเบียนใหม่ในปี 2550 ซึ่งเป็นบริษัทที่ยังไม่ได้รับการสำรวจในปี 2551 และบริษัทจดทะเบียนที่สนใจและมีโอกาสปรับปรุงการค้ากับดูแลกิจการให้ดีขึ้นได้ในระยะสั้น รวมจำนวน 290 แห่ง เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของ ก.ล.ด. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ต้องการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำผลประเมิน CGR ไปใช้อย่างแพร่หลายและเกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อบริษัทจดทะเบียนและผู้ใช้ข้อมูล รวมถึงเพื่อให้การติดตามการปรับปรุงผลประเมิน CGR และการพัฒนาการค้ากับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 3 จำนวนบริษัทที่ทำการสำรวจ CGR ปี 2552

บริษัทที่ทำการสำรวจ	จำนวนบริษัท
- บริษัทที่ได้รับผลสำรวจ CGR 2008 ตั้งแต่ 80% ขึ้นไป	145
- บริษัทที่นักวิเคราะห์ไม่น้อยกว่า 5 ราย จัดทำบทวิเคราะห์หลักทรัพย์ของบริษัทในช่วง 3 เดือน (ข้อมูล ณ เดือนพฤษภาคม 2552)	23
- บริษัทจดทะเบียนใหม่ในปี 2550	13
- บริษัทที่สนใจและมีโอกาสปรับปรุงการค้ากับดูแลกิจการได้ในระยะสั้น	73
- บริษัทจดทะเบียนที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการประเมินผล	36
รวม	290

ที่มา: สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (2552)

โดยเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 261 บริษัท และตลาดหลักทรัพย์ใหม่ จำนวน 29 บริษัท นอกจากนี้สามารถจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม ได้ดังตารางที่ 4 นี้

ตารางที่ 4 จำนวนบริษัทที่ทำการสำรวจ CGR ปี 2552 จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

Industry Group	Total
Agro & Food Industry	25
Consumer Products	22
Financials	41
Industrials	31
Property & Construction	54
Resources	16
Services	50
Technology	22
Market for Alternative Investment (MAI)	29
Total Sample Companies	290

ที่มา: สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (2552)

วิธีการสำรวจ

เนื่องจากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนตามโครงการนี้ เป็นการสำรวจและประเมินบริษัทจดทะเบียนพร้อมกันเป็นจำนวนมากภายในระยะเวลาที่จำกัด ทางสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย จึงได้มุ่งเน้นให้การรายงานการสำรวจนี้ เป็นการนำเสนอภาพรวมของการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทยในมุมมองของบุคคลภายนอกที่เข้าถึงเฉพาะข้อมูลที่มีการเปิดเผยต่อสาธารณะแล้วเท่านั้น เช่น รายงานประจำปี แบบ 56-1 หนังสือนัดประชุมและรายงานประชุมผู้ถือหุ้น ข้อมูลอื่นๆ ที่เปิดเผยต่อสาธารณชน เช่น เว็บไซต์ ข้อบังคับบริษัท เป็นต้น โดยไม่ได้เป็นการประเมินการปฏิบัติหรือใช้ข้อมูลภายในขององค์กรในการประเมิน รวมทั้งไม่ใช้การประเมินจากการสำรวจความคิดเห็น แต่เป็นการประเมินจากหลักฐานข้อมูลที่มีการเปิดเผยอย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นวิธีการที่สมาคมฯ เชื่อว่าสามารถสะท้อนคุณภาพของการกำกับดูแลกิจการของบริษัทไทยโดยรวมได้ในระดับหนึ่ง และเป็นวิธีการที่สถาบันต่างๆ ในต่างประเทศที่ทำการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในลักษณะเดียวกันใช้กันอยู่

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในปัจจุบัน พัฒนาเพิ่มเติมมาจากหลักเกณฑ์ที่สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ได้รับความร่วมมือจากบริษัท McKinsey & Company Thailand พัฒนาขึ้นในการดำเนินโครงการในปีแรก โดยอิงหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ Organization for Economic Cooperation and Development (OECD Principles of Corporate Governance) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยประกอบด้วยหลักเกณฑ์รวม 132 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 หมวดหลัก ได้แก่

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น (Rights of Shareholders)
2. การปฏิบัติที่เท่าเทียมกันต่อผู้ถือหุ้น (Equitable Treatment of Shareholders)
3. บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย (Role of Stakeholders)
4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส (Disclosure and Transparency)
5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ (Board Responsibilities)

ตารางที่ 5 หลักเกณฑ์การสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย

หลักเกณฑ์การสำรวจ อิงหลักการ OECD และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย		
	น้ำหนัก (Weight)	จำนวนคำถาม
1. สิทธิของผู้ถือหุ้น (Right of Shareholders)	20%	24
2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Treatment of Shareholders)	15%	15
3. การคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย (Role of Stakeholders)	15%	10
4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส (Disclosure and Transparency)	25%	32
5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ (Board Responsibilities)	25%	50
รวม	100%	132

***สำรวจและให้คะแนนจากข้อมูลที่เปิดเผย**

ที่มา: สถาบันส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (2552)

การนำเสนอผลสำรวจ

ผลการสำรวจในแต่ละปีจะได้รับการนำเสนอผ่านรายงาน Corporate Governance Report of Thai Listed Companies ที่ทางสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยจัดพิมพ์ รวมทั้งการสัมมนาที่สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยจัดร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยคะแนนที่ได้รับจากการประเมินจะสัมพันธ์กับระดับของการเปิดเผยข้อมูลการกำกับดูแลกิจการ มีช่วงคะแนนตั้งแต่ 0 -100 คะแนน และนำผลคะแนนจากการประเมินที่ได้ จัดกลุ่มบริษัทตามช่วงคะแนนที่ได้รับ และให้สัญลักษณ์ตามช่วงคะแนน ตัวอย่างเช่น ช่วงคะแนนระหว่าง 90 – 100 คะแนน เป็นช่วงคะแนนสูงสุดของการประเมิน จะได้รับสัญลักษณ์  ซึ่งหมายความว่า อยู่ในระดับ ดีเลิศ แต่จะไม่ได้รับสัญลักษณ์นี้ หากมีคะแนนประเมินต่ำกว่า 50 คะแนน

ตารางที่ 6 สัญลักษณ์ที่ได้รับในแต่ละช่วงคะแนนการประเมิน และการแปลความหมาย

ช่วงคะแนน	สัญลักษณ์	ความหมาย
ต่ำกว่า 50	—	N/A
50-59		ผ่าน
60-69		พอใช้
70-79		ดี
80-89		ดีมาก
90-100		ดีเลิศ

ที่มา: สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (2552)

ในการนำเสนอผ่านรายงาน Corporate Governance Report of Thai Listed Companies รายชื่อผลการสำรวจ จะเผยแพร่รายชื่อเฉพาะบริษัทที่ได้คะแนนอยู่ในระดับ ดี ขึ้นไป ซึ่งมี 3 กลุ่ม คือ ดี ดีมาก และ ดีเลิศ โดยประกาศรายชื่อบริษัทในแต่ละกลุ่มเรียงตามลำดับตัวอักษรย่อบริษัทในภาษาอังกฤษ

ตารางที่ 7 ผลการสำรวจ CGR ปี 2009 ที่เผยแพร่ในรายงาน Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2009

Recognition Levels	Number of Firms
Excellent	52
Very Good	138
Good	86
Lower Levels	14
Below	
Total Sample Companies	
290	

ที่มา: สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (2552)

จากที่กล่าวมาข้างต้น พบว่าแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในแนวปฏิบัติที่ 1 การกำกับดูแลกิจการที่ดีในการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับ การสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ดังนี้

1. การสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน เป็นผลที่ได้จากการสำรวจและประเมินผลข้อมูลบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ MAI ซึ่งเฉพาะที่เปิดเผยต่อสาธารณะเท่านั้น และเป็นข้อมูลที่ผู้ลงทุนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ ไม่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลการปฏิบัติงานหรือการดำเนินกิจการของบริษัทจดทะเบียน ซึ่งสอดคล้องกับขอบเขตในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งจะวัดระดับการเปิดเผยข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณะ เช่น รายงานประจำปี แบบ 56-1 เว็บไซต์บริษัท

2. หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผลเป็นหลักเกณฑ์เดียวกัน คือหลักเกณฑ์ของ OECD และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 5 หมวด ได้แก่ สิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติที่เท่าเทียมกันต่อผู้ถือหุ้น บทบาทผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ

เนื่องจากผลการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนนี้ได้รับการสำรวจจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ และใช้วิธีการที่สถาบันต่าง ๆ ในต่างประเทศที่ทำการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในลักษณะเดียวกันใช้กันอยู่ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงนำผลการสำรวจดังกล่าวมาใช้ในการให้คะแนนในแนวปฏิบัติที่ 1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี ของระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัทมีผลกระทบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

Balkaoui and Karpik (1989) ศึกษาว่าปัจจัยของการตัดสินใจทางธุรกิจมีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสังคมหรือไม่ โดยทำการศึกษาความสัมพันธ์ 3 ประเด็น ดังนี้ 1. การเปิดเผยข้อมูลเพื่อสังคม (social disclosure) กับ ผลการดำเนินงานทางสังคม (social performance) 2. การเปิดเผยข้อมูลเพื่อสังคม (social disclosure) กับ ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ (economic performance) บนพื้นฐานของตัวแปรทางบัญชีหรือการตลาด และ 3. ผลการดำเนินงานทางสังคม (social performance) กับ ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ (economic performance) ซึ่งได้ศึกษาจากบริษัทในประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวน 23 บริษัท ช่วงปี ค.ศ. 1973 ที่ได้รับการจัดอันดับจากการสำรวจของนิตยสาร Business and Society Review ซึ่งมีความโดดเด่นด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้เกณฑ์จาก Ernst&Ernst, 1973 ในการประเมิน ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรมนุษย์ พลังงาน และความเกี่ยวข้องกับชุมชน โดยนำผลการสำรวจดังกล่าวมาใช้ในการศึกษาในเรื่องการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสังคม กับ ผลการดำเนินงานทางสังคม และสำหรับในเรื่องของผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ จะใช้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และผลตอบแทนจากราคาหลักทรัพย์ วัดจากค่าเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ จำนวน 5 ปี ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970-1974 นอกจากนี้ยังมีตัวแปรควบคุม 2 ด้าน ได้แก่ ตัวแปรด้านต้นทุนการติดตามและควบคุมการบริหาร วัดจากอัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และสัดส่วนของกำไรทั้งหมดต่อกำไรที่ยังไม่ได้จัดสรร และ ตัวแปรสถานะทางการเมือง (Political visibility) วัดจากขนาดของบริษัท โดยใช้ค่าลอการิทึมธรรมชาติของยอดขาย และใช้อัตรามูลค่าสินทรัพย์ถาวรต่อยอดขายในการวัดผล โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบความสัมพันธ์ทั้ง 3 ประเด็น

ผลการศึกษาแบ่งเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1. พบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสังคม กับ ผลการดำเนินงานทางสังคม บ่งชี้ให้เห็นว่ากิจกรรมทางสังคมจะถูกเปิดเผยสู่สังคมผ่านรายงานผลการดำเนินงานทางสังคม (Social Report)

2. พบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสังคม กับ ตัวแปรสถานะทางการเมือง ซึ่งวัดจากขนาดจากยอดขาย และ อัตรามูลค่าสินทรัพย์ถาวรต่อยอดขาย บ่งชี้ให้เห็นว่า บริษัทที่มีขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะถูกควบคุมให้เปิดเผยให้เปิดเผยรายงานผลการดำเนินงานทางสังคมมากกว่าบริษัทที่มีขนาดเล็ก

3. พบความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญระหว่างการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสังคม กับ โครงสร้างเงินทุน บ่งชี้ให้เห็นว่า บริษัทที่มี leverage ratio สูงจะเปิดเผยข้อมูลทางสังคมน้อยกว่า เนื่องจากอัตราส่วนดังกล่าว จะทำให้บริษัทต้องรักษาระดับอัตราส่วนนี้ให้เป็นไปตามเงื่อนไขของ สัญญาการกู้ยืม ดังนั้นจึงต้องเลือกแนวทางปฏิบัติทางบัญชีเพื่อเพิ่มกำไรของบริษัทในปัจจุบันให้ สูงขึ้นเมื่อเทียบกับในอนาคต และเพื่อให้ได้กำไรจากการดำเนินงานสูงขึ้น จึงต้องลดต้นทุนลง รวมทั้งต้นทุนที่เกิดจากการดำเนินงานทางสังคม ซึ่งก็สรุปได้ว่าค่า Leverage Ratio ส่งผลต่อความ ระมัดระวังทางการบัญชีของบริษัท และมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการเปิดเผยข้อมูลทางสังคม

นอกจากการศึกษาของ Balkaoui and Karpik (1989) จะใช้เกณฑ์การประเมินของ Ernst & Ernst (1973) มาใช้ในการประเมินผลงานเพื่อสังคม (Social Performance) แล้ว ยังพบการศึกษาซึ่ง ได้นำกรอบดังกล่าวมาใช้ในการศึกษาต่อยอดและหัยขงงานวิจัยของ Balkaoui and Karpik (1989) มาใช้ในการอ้างอิง ดังเช่น Hackston and Milne (1996), Haron, Ismail and Yahya (2007)

Hackston and Milne (1996) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยของการเปิดเผยข้อมูลสังคมและ สิ่งแวดล้อมของบริษัทในประเทศนิวซีแลนด์ โดยทำการศึกษาจากรายงานประจำปีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศนิวซีแลนด์และมีมูลค่าตลาด(Market Capitalization) สูง ที่สุด 50 อันดับแรก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 1992 แต่นำมาใช้ทดสอบจำนวน 47 บริษัท เนื่องจาก บริษัทดังกล่าวไม่จัดส่งรายงานประจำปีให้ตลาดหลักทรัพย์ ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาสาระ (Content Analysis) โดยการใช้ทั้งวิธีนับประโยคและนับจำนวนหน้าของการรายงาน ตามการ ประยุกต์ใช้หัวข้อการประเมินของ Ernst & Ernst (1978) และ Ng (1985) ประกอบด้วย 6 หัวข้อ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม พลังงาน สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน อื่น ๆ เกี่ยวกับพนักงาน (เช่น การฝึกอบรม ผลตอบแทน ประสิทธิภาพงาน การแบ่งแยกสีผิวหรือสิทธิสตรี เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ ความเกี่ยวข้องกับชุมชน อื่น ๆ (เช่น การเปิดเผยนโยบายทั่วไปของบริษัท และนโยบายที่เกี่ยวข้อง กับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในส่วนต่างๆ ของสังคม) สำหรับตัวแปรอิสระที่ใช้ในการ ทดสอบได้แก่ ขนาดของบริษัท โดยวัดจากค่าลอการิทึมธรรมชาติของมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคา ตลาด ค่าลอการิทึมธรรมชาติของยอดขาย และค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม ความสามารถในการทำกำไร โดยวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) และอัตรา ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และประเภทของอุตสาหกรรม (โดยแบ่งเป็น High Profile และ Low Profile ตามการศึกษาของ Roberts (1992) ซึ่งแบ่งธุรกิจที่มีการดำเนินงานสร้างผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การผลิตสารเคมีหรืออุตสาหกรรมหนัก จำแนกเป็น High Profile และบริษัท

จำพวกงานบริการ การผลิตอาหารหรือสิ่งอุปโภคบริโภคเล็ก ๆ ในครัวเรือน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย จำแนกเป็น Low Profile) จากนั้นจะให้คะแนน 1 แก่บริษัทที่เป็น High Profile และ 0 แก่บริษัทที่เป็น Low Profile เนื่องจากผลการศึกษาของ Roberts (1992) ระบุว่าบริษัทที่ดำเนินกิจกรรมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมนั้น (High Profile) จะมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสูงกว่าบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย (Low Profile) ประเทศที่เป็นเจ้าของ(บริษัทแม่) และประเทศที่จัดทำรายงานวัดจากการให้คะแนน 1 คะแนน เมื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อื่นนอกจากภายในประเทศ และใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบความสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า การวัดผลด้วยการนับจำนวนหน้าและการนับประโยชน์ได้ผลออกมาสอดคล้องกัน และขนาดของบริษัทและประเภทอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกแบบมีนัยสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ความสามารถในการทำกำไรไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว นอกจากนี้ยังพบว่าบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อื่นจะมีการเปิดเผยข้อมูลสังคมและสิ่งแวดล้อมมากกว่าบริษัทอื่น ๆ

Haron, Ismail and Yahya (2007) ศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Disclosure) ของบริษัทในประเทศมาเลเซียโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาสาระ (Content analysis) ทำแบบประเมินผล (Checklist) ลงบนกระดาษทำการ บันทึกจำนวนของระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้หัวข้อเกณฑ์การประเมินของ Ernst & Ernst (1978) จำนวน 5 หัวข้อได้แก่ สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรมนุษย์ พลังงาน ความเกี่ยวข้องกับชุมชน และผลิตภัณฑ์ ทำการศึกษาจากรายงานประจำปีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศมาเลเซีย (Kuala Lumpur Stock Exchange) จำนวน 78 บริษัท ในปี ค.ศ. 2000 โดยปัจจัยที่ใช้ในการทดสอบได้แก่ ขนาดของบริษัทวัดจากอัตราส่วนหมุนเวียนของยอดขาย (Sale Turnover) โครงสร้างเงินทุนของบริษัท ซึ่งวัดจากอัตราส่วน Book Value ของหนี้สินรวม ต่อ Book Value ของส่วนของผู้ถือหุ้น และ ประเภทของอุตสาหกรรม ซึ่งแบ่ง 9 ประเภทตามเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิต สินค้าอุปโภคบริโภค การเงินธนาคาร พาณิชยกรรมและบริการ อสังหาริมทรัพย์ ก่อสร้าง เกษตรกรรม การโรงแรม และ อุตสาหกรรมสินค้าหลากหลายสายผลิตภัณฑ์ และแบ่ง เป็น High Profile และ Low Profile ตามการศึกษาของ Roberts (1992) และ Hackston and Milne (1996) นำตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่าขนาดของบริษัทและโครงสร้างเงินทุน มีอิทธิพลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสังคม โดยที่ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ในขณะที่โครงสร้างเงินทุนมีความสัมพันธ์ในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Balkaoui and Karpik (1989) ในส่วนของประเภทอุตสาหกรรมนั้น จากการศึกษาไม่พบความแตกต่างระหว่างความสัมพันธ์ของบริษัทประเภท High Profile และ Low Profile ที่มีต่อระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมแต่อย่างใด

Elsayed (2006) ศึกษาเรื่องการทดสอบผลกระทบของทรัพยากรที่มีอยู่และขนาดของบริษัทที่มีต่อการกำหนดเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทโดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากบริษัทในสหราชอาณาจักร จำนวน 173 บริษัท ของช่วงปี ค.ศ. 1999 ซึ่งเคยใช้ศึกษาจากงานวิจัยในอดีต โดยแบ่งการกำหนดเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อมออกเป็น 2 ประเด็นคือ กลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัทที่ตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และผลการดำเนินงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ผ่านมาของบริษัท ในด้านการตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมนั้น จะวัดผลการสำรวจของการประเมินจาก Pensions and Investment Research Consultants Ltd. (PIRC) และด้านผลการดำเนินงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จะวัดผลจากการสำรวจของ การมอบรางวัลและการจัดอันดับของนิตยสาร Management Today และนำทั้ง 2 ประเด็น มาแยกศึกษา กับตัวแปรต้น ได้แก่ ทรัพยากรที่มีอยู่ขององค์กร ซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม, ขนาดของบริษัท ซึ่งวัดจาก ค่าลอการิทึมธรรมชาติของจำนวนพนักงาน และตัวแปรควบคุม ได้แก่ ความเสี่ยงของบริษัท วัดจากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น การประชาสัมพันธ์ วัดจากอัตราส่วนสินทรัพย์ไม่มีตัวตนต่อยอดขาย ความเข้มข้นของเงินทุน โดยวัดจากอัตราส่วนเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรต่อสินทรัพย์รวม อายุของกิจการ วัดจากระยะเวลาตั้งแต่กิจการเปิดดำเนินการถึงปีที่ทำการศึกษา และผลกระทบของอุตสาหกรรม โดยแบ่งตาม การให้รหัสของ Standard Industrial Classification (SIC) โดยใช้เลข 2 หลักหน้าสุดจาก 4 หลัก ของการให้รหัสดังกล่าวในการแทนค่า และทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่าขนาดของบริษัทมีผลต่อผลการดำเนินงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และขนาดของบริษัทและทรัพยากรที่มีอยู่มีผลต่อกลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัทที่ตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในทิศ

ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน ในส่วนของตัวแปรควบคุมนั้น พบว่า มีเพียงอายุของกิจการซึ่งมีผลต่อผลการดำเนินงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และกลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัทที่ตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในทิศทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผลกระทบของอุตสาหกรรมก็มีผลต่อการดำเนินงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และกลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัทที่ตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเช่นกัน

Stanwick and Stanwick (1998) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผลงานด้านสังคมขององค์กร และตัวแปร 3 ตัวแปร ได้แก่ ขนาดของบริษัท, ผลการดำเนินงานทางการเงิน และผลงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างบริษัทในช่วงเวลา ปี ค.ศ. 1987-1992 ซึ่งเป็นบริษัทในประเทศสหรัฐอเมริกาที่ได้รับการจัดอันดับ 500 ลำดับบริษัทที่เป็นเลิศด้านการควบคุมการปลดปล่อยมลพิษในรายงานการบริหารจัดการปล่อยสารพิษของตัวแทนการปกป้องสิ่งแวดล้อมในอเมริกา และข้อมูลระดับความสามารถในการทำกำไรและยอดขาย จากนิตยสาร Fortune Corporate Reputation Index โดยการสำรวจจากผู้บริหารจำนวน 800 คน และผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกอุตสาหกรรม โดยประเมินภายในอุตสาหกรรมเอง และให้คะแนน 8 ระดับจาก 0 (ไม่ดี) ถึง 8 (ดีเยี่ยม) จาก 8 คุณลักษณะ ได้แก่ 1.คุณภาพของการบริหาร 2.คุณภาพของสินค้าและบริการ 3.นวัตกรรมใหม่ 4.มูลค่าการลงทุนระยะยาว 5.ความมั่นคงทางการเงิน 6.ความสามารถในการดึงดูดพัฒนา และรักษานักลงทุนที่มีความสามารถ 7.ความฉลาดในการบริหารสินทรัพย์ขององค์กร และ 8.ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เข้าเงื่อนไขพบว่ามี จำนวน 111 บริษัทในปี ค.ศ. 1987 จำนวน 102 บริษัทในปี ค.ศ. 1988 จำนวน 120 บริษัทในปี ค.ศ. 1989 จำนวน 125 บริษัท ในปี ค.ศ. 1990 จำนวน 118 บริษัทในปี ค.ศ. 1991 และจำนวน 121 บริษัทในปี ค.ศ. 1992 เป็นการวัดด้านผลงานด้านสังคมขององค์กร และการวัดขนาดของบริษัท โดยการวัดจากยอดขายประจำปีของบริษัท และการวัดผลการดำเนินงานทางการเงิน จากระดับความสามารถในการทำกำไรโดยใช้อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงานต่อยอดขาย และการวัดผลงานด้านสิ่งแวดล้อม จากระดับของการปล่อยมลพิษของบริษัท ซึ่งได้รับจากรายงานการควบคุมการปล่อยสารเคมีของ EPA ซึ่งจัดทำจากบริษัท 500 อันดับสูงสุด ในช่วงปี ค.ศ. 1987-1992 รายงานนี้ประกอบด้วยข้อมูลการปล่อยสารพิษทางอากาศ น้ำ ใต้ดิน และภาคพื้นดิน และ การบำบัดก่อนออกสู่ภายนอก โดยใช้ระดับการปล่อยสารมลพิษในปีเดียวกับยอดขาย และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความถดถอย (Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า 2 ใน 6 ปีของการศึกษา (ปี ค.ศ. 1987 และ 1990) ขนาดของบริษัท, ผลการดำเนินงานทางการเงิน และผลงานด้านสิ่งแวดล้อม มีผลกระทบต่อระดับผลงานด้านสังคมของบริษัท บริษัทที่มีขนาดใหญ่กว่า มีระดับความสามารถในการทำกำไรสูงกว่า และระดับการปล่อยมลพิษต่ำกว่า รวมทั้งมีระดับผลงานด้านสังคมสูงกว่า นอกจากนี้ 3 ใน 4 ปีที่คงเหลือ (ปี ค.ศ. 1998, 1991, 1992) พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างผลงานด้านสังคมและยอดขายและความสามารถในการทำกำไร และในปี ค.ศ. 1989 พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความสามารถในการทำกำไร และ ผลงานด้านสังคมขององค์กร

Ahmad, Hassan and Mohammad (2003) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่กระตุ้นให้บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศมาเลเซีย เปิดเผยข้อมูลเพื่อสิ่งแวดล้อม ในรายงานประจำปี ค.ศ. 1999 จำนวน 299 บริษัท โดยตัวแปรอิสระ ได้แก่ ขนาดของบริษัท ซึ่งวัดจากค่าลอการิทึมฐาน 10 ของมูลค่าสินทรัพย์รวม โครงสร้างทางการเงินวัดจากอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม ความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ผลกระทบจากอัตราภาษีวัดจากอัตราภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีต่อรายได้สุทธิก่อนการหักภาษี ประเภทของสำนักงานสอบบัญชี ให้ 1 คะแนนเมื่อเป็นสำนักงานสอบบัญชีในกลุ่ม Big 5 และให้ 0 คะแนนหากไม่ใช่ ประเภทของอุตสาหกรรม ให้ 1 คะแนนเมื่ออยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และให้ 0 คะแนนหากไม่ใช่ ทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า การเปิดเผยข้อมูลเพื่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับโครงสร้างทางการเงิน และประเภทของสำนักงานสอบบัญชี ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ไม่พบความสัมพันธ์ใด ๆ

Haniffa and Cooke (2005) ศึกษาผลกระทบของวัฒนธรรมและการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยศึกษาจากรายงานประจำปีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศมาเลเซีย เปรียบเทียบระหว่างปี ค.ศ. 1996 และ 2002 ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาสาระ (Content Analysis) ด้วยการนับคำ และการใช้แบบประเมินผล (Checklist) ในการวัดระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งประกอบด้วย 5 หัวข้อ ดังนี้ สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรบุคคล ความรับผิดชอบต่อชุมชน ผลิตภัณฑ์และบริการ และประโยชน์หรือมูลค่าที่เพิ่มขึ้น และมีตัวแปรอิสระ คือคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการ ได้แก่ โครงสร้างคณะกรรมการโดย

วัดจากสัดส่วนของกรรมการที่เป็นชาวมาเลเซียต่อคณะกรรมการบริษัททั้งหมด โครงสร้างการเป็นเจ้าของ โดยวัดจากสัดส่วนของผู้ถือหุ้นที่เป็นชาวมาเลเซียต่อผู้ถือหุ้นทั้งหมด สัดส่วนกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร วัดจากสัดส่วนของกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหารต่อคณะกรรมการบริษัททั้งหมด ผู้ถือหุ้นต่างชาติ วัดจากสัดส่วนของการถือครองหุ้นที่เป็นชาวต่างชาติต่อผู้ถือหุ้นทั้งหมด และมีตัวแปรควบคุม ได้แก่ ขนาดของบริษัท วัดจากสินทรัพย์รวม, ความสามารถในการทำกำไร วัดจากอัตราผลตอบแทนของส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) โครงสร้างเงินทุน วัดจากอัตราส่วนหนี้สินไม่หมุนเวียนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด การจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อื่น วัดโดยให้คะแนน 1 คะแนนเมื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มากกว่า 1 แห่ง และให้ 0 คะแนนหากไม่ใช่ ประเภทอุตสาหกรรม แบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค, อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง พาณิชยกรรมและบริการ เกษตรและเหมืองแร่ และอุตสาหกรรม ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบความสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และโครงสร้างคณะกรรมการ โครงสร้างการเป็นเจ้าของ ผู้ถือหุ้นต่างชาติ แต่พบความสัมพันธ์เชิงลบกับสัดส่วนของกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร และในส่วนของตัวแปรควบคุม พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับ ขนาดของบริษัท ความสามารถในการทำกำไร และ ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อื่น แต่ไม่พบความสัมพันธ์กับโครงสร้างเงินทุน และประเภทอุตสาหกรรม

Mohd, Atan and Zainon (2007) ศึกษาการคำนึงถึงการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ประเทศมาเลเซีย โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท ที่มีมูลค่าตลาดรวม (Market Capitalization) สูงที่สุดในเดือน มิถุนายน ปี ค.ศ. 2001 แบ่งเป็น 5 กลุ่มธุรกิจหลักได้แก่ พาณิชยกรรมและบริการ, การเงินการธนาคาร สินค้าอุปโภคบริโภค อุตสาหกรรมผลิตสินค้าหลากหลายผลิตภัณฑ์ และ อื่นๆ มี 55 ข้อในการประเมินเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งแบ่งเป็น 4 หัวข้อ ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า ชุมชน และธรรมชาติ โดยให้การให้ 1 คะแนน สำหรับการเปิดเผยในแต่ละหัวข้อเหล่านี้ และให้ 0 คะแนนสำหรับบริษัทที่ไม่เปิดเผย และบันทึกข้อมูลแต่ละบริษัทลงในกระดาษทำการ (Score sheet) และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ด้านขนาดบริษัท ซึ่งวัดจากมูลค่าของหลักทรัพย์ตามราคาตลาด และผลการดำเนินงาน ซึ่งวัดจาก กำไรสุทธิก่อนหักภาษี กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ใช้เทคนิคการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า 45% ของบริษัทที่เปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนรวม และมีจำนวนเพียง 13 บริษัทที่เปิดเผยข้อมูลมากกว่า 70% จากแบบการประเมินทั้งหมด นอกจากนี้พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของธุรกิจและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลวิธีของ Person's Correlation โดยผลการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างขนาดของบริษัท ผลการดำเนินงาน และการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

Roshima, Yuserrie and Hasnah (2009) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และองค์ประกอบของการกำกับดูแลกิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในมาเลเซีย จำนวน 150 บริษัท ในปี 2006 โดยศึกษาการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม 5 ด้าน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Hackston and Milne (1996) โดยใช้การให้ 1 คะแนน สำหรับการเปิดเผยในแต่ละหัวข้อเหล่านี้ และให้ 0 คะแนนสำหรับบริษัทที่ไม่เปิดเผย ในส่วนขององค์ประกอบของการกำกับดูแลกิจการ ได้แก่ จำนวนคณะกรรมการผู้บริหาร โครงสร้างคณะกรรมการบริษัท วัดจากสัดส่วนของกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารต่อจำนวนกรรมการทั้งหมด การควบคุมตำแหน่งของประธานกรรมการ คณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนผู้ถือหุ้น 10 อันดับแรกต่อจำนวนหุ้นทั้งหมด สัดส่วนการถือหุ้นสามัญของผู้บริหาร ร้อยละของการถือครองหุ้นที่เป็นชาวต่างชาติต่อผู้ถือหุ้นทั้งหมด การถือครองหุ้นโดยรัฐบาล ตัวแปรควบคุม ได้แก่ ขนาดของบริษัทซึ่งวัดจาก ค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม และความสามารถในการทำกำไรโดยวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบความสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า คณะกรรมการตรวจสอบ และการถือครองหุ้นโดยรัฐบาล มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และตัวแปรควบคุม พบว่าขนาดของบริษัท และความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นกัน

Liu and Anbumozhi (2009) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสิ่งแวดล้อม ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลบริษัทที่ใช้ในการศึกษาจาก เว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และทำการเลือกตัวอย่างแบบมีระบบ ในทุก ๆ อุตสาหกรรม โดยเลือกบริษัทถัดไปช่วงละ 5 ลำดับจากที่เลือก ได้ทั้งหมด 175 บริษัท นำข้อมูลรายงานประจำปี และข้อมูลที่เปิดเผยผ่านเว็บไซต์ของบริษัท ประจำปี 2006 มา

ประเมินระดับการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environment Disclosure Index) โดยออกแบบจาก Global Reporting Initiative (GRI) และ the Environmental Information Disclosure Measurement ของ China State Environmental Protection Administration (SEPA) และตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ความกดดันจากรัฐ (Government Pressure) วัดโดยให้ 1 คะแนนเมื่อเป็นบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และให้ 0 คะแนน หากไม่ใช่ ความกดดันจากผู้ถือหุ้น (Shareholder Pressure) วัดจากร้อยละของการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นสูงสุด 10 อันดับแรก ความกดดันจากเจ้าหนี้ (Creditor Pressure) วัดจากอัตราส่วนหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Asset turnover) ตัวแปรควบคุม ได้แก่ ศักยภาพในการเรียนรู้ วัดจากร้อยละของพนักงานที่จบการศึกษาระดับวิชาชีพของจำนวนพนักงานทั้งหมด อายุของกิจการ วัดจากจำนวนปีที่ตั้งแต่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จนถึงปี 2006 ที่ตั้งของบริษัท วัดโดย ให้ 1 คะแนนเมื่อบริษัทตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออก เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่เศรษฐกิจพัฒนาแล้ว และ ให้ 0 คะแนน หากไม่ใช่ ความสามารถในการทำกำไร วัดจากอัตราผลตอบแทนของส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) และ ขนาดของบริษัท วัดจากค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบความสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า ความกดดันทางสังคม และ ขนาดของบริษัท มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับระดับการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสิ่งแวดล้อม แต่ไม่พบความสัมพันธ์ใด ๆ ระหว่างความกดดันจากผู้ถือหุ้น ความกดดันจากเจ้าหนี้ ศักยภาพในการเรียนรู้ อายุของกิจการ ที่ตั้งของบริษัท และความสามารถในการทำกำไร กับระดับการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสิ่งแวดล้อม

สำหรับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ในประเทศไทย มีดังนี้

มนตรี ช่วยชู (2539) ได้ทำการศึกษารูปแบบรายงานการบัญชีความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงประจักษ์มีวัตถุประสงค์เพื่อพิจารณารูปแบบรายงานเนื้อหา วิธีวัดค่า และวิธีการเปิดเผยข้อมูลการบัญชีความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมกับประเทศไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับบริษัทในประเทศไทยที่ต้องการจัดทำรายงานและเปิดเผยข้อมูลการบัญชีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความสมัครใจ โดยการสำรวจข้อมูลการบัญชีความรับผิดชอบต่อสังคมจากรายงานประจำปี พ.ศ. 2538 ของบริษัทมหาชนทุกบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวม 402 บริษัท

ผลการศึกษาพบว่าบริษัทขนาดใหญ่กว่ามีการเปิดเผยข้อมูลการบัญชีความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าบริษัทขนาดเล็กกว่าในบางเรื่อง เช่น ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผลกระทบต่อชุมชน ส่วนที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาล ส่วนที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน และส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการ และในบางขนาดของสิ่งที่นำมาใช้วัดขนาดของบริษัท เช่น เมื่อพิจารณาจากทุนจดทะเบียนชำระแล้ว จำนวนพนักงาน จำนวนสินทรัพย์ และจำนวนรายได้ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากสาเหตุการแบ่งกลุ่มตัวอย่าง สิ่งทีนำมาใช้วัดขนาดของบริษัท วิธีการทางสถิติที่ใช้ เป็นต้น และบริษัทขนาดใหญ่กว่าเปิดเผยข้อมูลในระดับที่น่าไปใช้ประโยชน์ได้มากกว่าบริษัทขนาดเล็ก

Ratanajongkol, Davey and Low (2006, อ้างใน สุวิณา มั่นจินดา, 2551) ได้ทำการศึกษารายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทย เพื่อที่จะตรวจสอบขอบเขตและลักษณะของการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ที่บริษัทขนาดใหญ่ที่สุด 40 อันดับแรกในประเทศไทยซึ่งมีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดรวม (Market capitalization) สูงที่สุดเป็นเกณฑ์ในการกำหนดขนาดบริษัท ซึ่งบริษัทที่ทำการศึกษานั้นอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต กลุ่มการบริการ กลุ่มการเงิน และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ โดยใช้รายงานประจำปีในช่วงเวลาปี ค.ศ. 1997, 1999 และ 2001 และวิเคราะห์เนื้อหาสาระ (Content Analysis) โดยการใช้จำนวนคำ (word) ที่เปิดเผยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม และศึกษาแนวโน้มในช่วงเวลา 5 ปี โดยมีหัวข้อที่สำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับด้าน CSR 5 หัวข้อ คือ 1) สิ่งแวดล้อม 2) พลังงาน 3) ผลิตภัณฑ์และลูกค้า 4) ชุมชน 5) ทรัพยากรมนุษย์ และแบ่งเป็นข้อมูลที่เป็นตัวเงิน (Monetary) ข้อมูลที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-monetary) และข้อมูลที่เป็นการอธิบายหรือการประกาศต่างๆ (Declarative) และแบ่งเป็นเนื้อหาในด้านที่ดี (Good news) เนื้อหาในด้านที่ไม่ดี (Bad news) และเนื้อหากลางๆ (Neutral news)

การศึกษาพบว่า ระหว่างปี 1997 และปี 2001 แนวโน้มของจำนวนการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น โดยหัวข้อเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีการเปิดเผยมากที่สุด คือ ด้านทรัพยากรมนุษย์ รองลงมาคือด้านชุมชน ส่วนใหญ่เป็นการเปิดเผยเชิงบรรยาย ส่วนการเปิดเผยข้อมูลที่ไม่เป็นตัวเงินนั้นมีระดับการเปิดเผยเพิ่มขึ้น แต่การเปิดเผยที่เป็นตัวเงินนั้นมีสัดส่วนที่ลดลงจากปี 1999 ถึง ปี 2001 และการเปิดเผยนั้นส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาในด้านที่ดี การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละอุตสาหกรรมนั้นก็จะเน้นการเปิดเผยในหัวเรื่องที่ต่างกันไป เช่น บริษัทที่อยู่ในกลุ่มการผลิตมีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือ ด้านทรัพยากรมนุษย์ บริษัทที่อยู่ในกลุ่มการเงินนั้นจะเน้นการเปิดเผยด้านทรัพยากรมนุษย์และด้านชุมชน (ในปี 2001) บริษัทที่อยู่ในกลุ่มบริการ กลุ่มการเงิน และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ นั้นไม่มีการเปิดเผยข้อมูลด้านพลังงานเลยในปี

2001 สรุปคือ บริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่ต่างกัน ก็จะเน้นการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต่างกันออกไป บริษัทที่อยู่ในกลุ่มการผลิตก็จะเน้นด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทที่อยู่ในกลุ่มบริการก็จะเน้นที่ด้านทรัพยากรมนุษย์ บริษัทที่อยู่ในกลุ่มการเงินและบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ก็จะเน้นที่ด้านทรัพยากรมนุษย์ ส่วนการเปิดเผยข้อมูลด้านพลังงานนั้นไม่ได้รับความสนใจ

ศุกันยา ห้วยผัด (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนของการมีกรรมการเป็นเครือญาติ ระดับการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการสัดส่วนของกรรมการอิสระ และการรวมตำแหน่งของประธานกรรมการกับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีตัวแปรควบคุม คือ ขนาดของบริษัท วัดจากค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม, ผลการดำเนินงาน วัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เฉลี่ย 3 ปี ในช่วงปี พ.ศ. 2546-2548 และประเภทอุตสาหกรรม แบ่งออกเป็น 8 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มวัสดุก่อสร้างและสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ และก่อสร้าง กลุ่มทรัพยากร กลุ่มบริการ และกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากรายงานประจำปีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวน 80 บริษัท โดยการใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จากทั้งหมด 399 บริษัท ในปี พ.ศ. 2538 จาก 8 กลุ่มธุรกิจ โดยใช้ตารางเลขสุ่ม และเลือกตัวอย่างบริษัทที่จะเป็นตัวแทนของประชากรในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม และเทคนิคทางสถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เก็บรวบรวมข้อมูลคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระดานทำการที่พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม

ผลการศึกษาพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนตัวแปรอื่นซึ่งประกอบด้วย สัดส่วนของการมีกรรมการเป็นเครือญาติ สัดส่วนของกรรมการอิสระ และการรวมตำแหน่งของประธานกรรมการไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยส่งเสริมให้บริษัทมีคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความสมัครใจมากขึ้น นอกจากนี้พบว่า

บริษัทที่มีขนาดใหญ่จะมีคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมดีกว่าบริษัทขนาดเล็ก และคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจะแตกต่างกันในแต่ละอุตสาหกรรม แต่ผลการดำเนินงานไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

ชลินทร์ ฐีจำ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมตาม 7 ประเด็นหลักของร่างมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมฉบับใหม่ (ISO 26000) ได้แก่ ประเด็นที่ 1 ธรรมชาติขององค์กร ประเด็นที่ 2 สิทธิมนุษยชน ประเด็นที่ 3 ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน ประเด็นที่ 4 สิ่งแวดล้อม ประเด็นที่ 5 การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ประเด็นที่ 6 ประเด็นด้านผู้บริโภค และ ประเด็นที่ 7 การพัฒนาสังคม กับองค์ประกอบของคณะกรรมการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100 ประจำปี 2549 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลที่เปิดเผยในรายงานประจำปี โดยองค์ประกอบของคณะกรรมการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ร้อยละของกรรมการอิสระต่อคณะกรรมการบริษัททั้งหมด และการรวมหรือแยกตำแหน่งระหว่างประธานกรรมการกับกรรมการผู้จัดการ ตัวแปรควบคุม คือ ขนาดของบริษัท โดยวัดมูลค่าจากมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) และมูลค่าสินทรัพย์รวม (Total Asset)

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทที่จดทะเบียนมีคะแนนการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมโดยเฉลี่ย 14 คะแนน จากคะแนนเต็ม 34 คะแนน คิดเป็นอัตราร้อยละ 41 และมีจำนวนบรรทัดการรายงานโดยเฉลี่ย 432 บรรทัด ประเด็นที่ได้รับการเปิดเผยมากที่สุด คือ ประเด็นที่ 1 ว่าด้วยธรรมชาติขององค์กรเป็นอัตราร้อยละ 81 แต่ประเด็นที่ได้รับการเปิดเผยน้อยได้แก่ ประเด็นที่ 2 ว่าด้วยสิทธิมนุษยชน และประเด็นที่ 5 ว่าด้วยการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม โดยมีคะแนนน้อยที่สุดเป็นอัตราร้อยละ 4 และร้อยละ 23 ตามลำดับ และพบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม กับร้อยละของกรรมการอิสระต่อคณะกรรมการบริษัททั้งหมด และขนาดของบริษัท ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01 แต่ไม่พบความสัมพันธ์กับการรวมหรือแยกตำแหน่งระหว่างประธานกรรมการกับกรรมการของผู้จัดการ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ในอดีตมีการทำโครงการวิจัยเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำนวนมาก โดยกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกันไป ขึ้นกับประเด็นที่ผู้ศึกษาสนใจ โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้สามารถสรุปได้ ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 สรุปการวัดค่าตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้จากงานวิจัยในอดีต และความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	วิธีการวัดมูลค่าที่ใช้ในการศึกษา	ผู้ทำการศึกษา	ความสัมพันธ์/ ผลการศึกษา
1. ขนาดของบริษัท	1.1 สินทรัพย์รวม (Total Asset)	Haniffa and Cooke (2005), ชลินธร ฐูจำ (2551)	(+)* (+)
	1.2 ค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม	Hackston and Milne (1996), Liu and Anbumozhi (2009), Roshima, Yuserrie and Hasnah (2009), ศุกันยา ห้วยผัด (2550)	(+)* (+)* (+)* (+)
	1.3 ค่าลอการิทึมฐาน 10 ของสินทรัพย์รวม	Ahmad, Hassan and Mohammad (2003)	X
	1.4 ยอดขาย (Sales)	Stanwick and Stanwick (1998)	(+)
	1.5 ค่าลอการิทึมธรรมชาติของยอดขาย	Balkaoui and Karpik (1989), Hackston and Milne (1996)	(+)* (+)*
	1.6 อัตราส่วนหมุนเวียนของยอดขาย (Sale Turnover)	Haron, Ismail and Yahya (2007)	(+)*
	1.7 มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization)	Mohd, Atan and Zainon (2007), ชลินธร ฐูจำ (2551)	(+)* (+)
	1.8 ค่าลอการิทึมของมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด	Hackston and Milne (1996)	(+)*

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	วิธีการวัดมูลค่าที่ใช้ในการศึกษา	ผู้ทำการศึกษา	ความสัมพันธ์/ ผลการศึกษา
1. ขนาดของบริษัท (ต่อ)	1.9 ค่าลอการิทึมธรรมชาติของจำนวนพนักงาน	Elsayed (2006)	(+)*
2. ความสามารถในการทำกำไร	2.1 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)	Hackston and Milne (1996), Ahmad, Hassan and Mohammad (2003), Elsayed (2006)	X X (+)*
	2.2 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	Hackston and Milne (1996), Haniffa and Cooke (2005), Liu and Anbumozhi (2009), Roshima, Yuserrie and Hasnah (2009), ศุภกันยา ห้วยผัด (2550)	X (+)* X (+)* X
	2.3 กำไรก่อนหักภาษี (Net profit before Tax)	Mohd, Atan and Zainon (2007)	(+)*
	2.4 อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงานต่อยอดขาย	Stanwick and Stanwick (1998)	(+)

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	วิธีการวัดมูลค่าที่ใช้ในการศึกษา	ผู้ทำการศึกษา	ความสัมพันธ์/ ผลการศึกษา
3. โครงสร้างเงินทุน	3.1 อัตราส่วนหนี้สินไม่หมุนเวียนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด	Haniffa and Cooke (2005)	X
	3.2 อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	Balkaoui and Karpik (1989),	(-)*
		Haron, Ismail and Yahya (2007),	(-)*
		Elsayed (2006)	X
	3.3 อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	Ahmad, Hassan and Mohammad (2003)	(-)*
4. โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ	4.1 สัดส่วนของการถือครองหุ้นที่เป็นชาวต่างชาติต่อผู้ถือหุ้นทั้งหมด	Haniffa and Cooke (2005),	(+)*
		Roshima, Yuserrie and Hasnah (2009)	X
5. อายุของกิจการ	5.1 อายุของกิจการ (จำนวนปีตั้งแต่บริษัทเปิดกิจการจนถึงปีที่ทำการศึกษา)	Elsayed (2006)	(-)*
	5.2 อายุของกิจการ (จำนวนปีตั้งแต่บริษัทเข้าจดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน จนถึงปีที่ทำการศึกษา)	Liu and Anbumozhi (2009)	X

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	วิธีการวัดมูลค่าที่ใช้ในการศึกษา	ผู้ทำการศึกษา	ความสัมพันธ์/ ผลการศึกษา
6. ประเภทของ อุตสาหกรรม	6.1 การแบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมตามผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม โดย (0,1) แทน 1 เมื่อเป็นกลุ่ม High Profile คือ กลุ่มที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมาก	Hackson and Milne (1996), Ahmad, Hassan and Mohammad (2003), Haron, Ismail and Yahya (2007)	/ X X
	6.2 การกำหนดเป็น Dummy Variable ในแต่ละ อุตสาหกรรม	Haniffa and Cooke (2005), Elsayed (2006), ศุภกันยา ห้วยผัด (2550)	/ X /
	6.3 การศึกษาเชิงสำรวจ จากการวิเคราะห์เนื้อหาสาระ (Content Analysis)	Ratanajongkol, Davey and Low (2006), มนตรี ช่วยชู (2539)	≠ ≠
โดย (+)	หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม		
(-)	หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงลบกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม		
*	หมายถึง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ		
X	หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม		
/	หมายถึง มีความสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม		
≠	หมายถึง ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีความแตกต่างกัน		

กรอบแนวความคิดการศึกษา

ตัวแปรต้น

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัท

1. ปัจจัยด้านขนาดของบริษัท
2. ปัจจัยทางด้านความสามารถในการทำกำไร
3. ปัจจัยทางด้านโครงสร้างเงินทุน
4. ปัจจัยทางด้านโครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ
5. ปัจจัยทางด้านอายุของกิจการ
6. ปัจจัยทางด้านประเภทอุตสาหกรรม



ตัวแปรตาม

ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
3. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
7. นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

ภาพที่ 10 กรอบแนวความคิดการศึกษา

สมมติฐานการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัท 6 ด้าน ได้แก่ ขนาดของบริษัท ความสามารถในการทำกำไร โครงสร้างเงินทุน โครงสร้างการถือหุ้นของชาวต่างชาติ อายุของกิจการ และประเภทอุตสาหกรรม และตั้งเป็นสมมติฐานเพื่อการศึกษาสำหรับทิศทางการสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และความแตกต่างของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละประเภทอุตสาหกรรมได้ดังนี้

ขนาดของบริษัท

ผลการศึกษาส่วนใหญ่พบว่าขนาดองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (Balkaoui and Karpik, 1989; Stanwick and Stanwick, 1998; Hackston and Milne, 1996; Haniffa and Cooke, 2005; Elsayed, 2006; Haron, Ismail and Yahya, 2007; Mohd, Atan and Zainon, 2007; Liu and Anbumozhi, 2009; Roshima, Yuserrie and Hasnah, 2009; สุกันยา ห้วยผัด, 2550 และ ชลินธร ฐัจจำ, 2551) เนื่องจากบริษัทขนาดใหญ่มีกิจกรรมทางสังคม ผลกระทบต่อสังคมและชุมชนมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก และเป็นที่เฝ้ามองจากกลุ่มต่างๆ ในสังคมมากกว่า นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้ถือหุ้นที่มีจำนวนมากกว่า ซึ่งอาจใส่ใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท และสื่อสารข้อมูลเหล่านี้ผ่านรายงานประจำปีซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (Hackston and Milne, 1996 อ้างถึง Cowen *et al.*, 1987)

นอกจากนี้บริษัทที่มีขนาดใหญ่จะมีความพร้อมและศักยภาพมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมด้านกำลังทรัพย์หรือกำลังคน อีกทั้งบริษัทที่มีขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะได้รับความสนใจและแรงกดดันจากภายนอก ทั้งจากนักลงทุน ผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ รวมทั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก ส่งผลให้บริษัทที่มีขนาดใหญ่มีความกระตือรือร้นหรือใส่ใจกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าบริษัทที่มีขนาดเล็กกว่า (ชลินธร ฐัจจำ, 2551) ดังนั้นในการศึกษานี้ จึงตั้งสมมติฐานว่า

H_1 : ขนาดองค์กร (วัดจากค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม) มีผลทิศทางบวกต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

ความสามารถในการทำกำไร

Haniffa and Cooke (2005) ได้กล่าวไว้ในงานวิจัยของเขาว่า บริษัทที่มีผลการดำเนินงานทางการเงินที่ดีนั้นจะมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่า เนื่องจากปัจจัยนี้จะส่งผลให้ฝ่ายบริหารมีอิสระและความยืดหยุ่น ในการจัดทำและเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผู้ถือหุ้น และการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อแสดงถึงการสนับสนุนและให้ความสำคัญช่วยเหลือ และความผาสุกของสังคม แต่สำหรับบริษัทที่มีผลการดำเนินงานที่ไม่ดีจะให้ความสำคัญกับการทำกำไรให้แก่บริษัทมากกว่าที่จะเสียค่าใช้จ่ายไปกับความรับผิดชอบต่อสังคม ผลการศึกษาพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความสามารถในการทำกำไรและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ดังเช่นการศึกษาของ Stanwick and Stanwick (1998), Elsayed (2006), Mohd, Atan and Zainon (2007) และ Roshima, Yuserrie and Hasnah (2009) และ ดังนั้นในการศึกษานี้ จึงตั้งสมมติฐานว่า

H_2 : ความสามารถในการทำกำไร (วัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น) มีผลทิศทางบวกต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

โครงสร้างเงินทุน

จากผลการศึกษาของ Balkaoui and Karpik (1989), Ahmad, Hassan and Mohammad (2003) และ Haron, Ismail and Yahya (2007) พบว่าโครงสร้างเงินทุนมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดย Balkaoui and Karpik (1989) ได้กล่าวไว้ว่า มีแนวโน้มที่ผู้จัดการในบริษัทที่มี leverage ratio สูง จะเลือกแนวทางปฏิบัติทางบัญชี เพื่อปรับลดระดับค่า Leverage ratio ของบริษัทต่ำลงให้อยู่ในระดับที่ต้องการ ทั้งในด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ให้กู้เงินในด้านความสามารถในการชำระหนี้ และดึงคืนต้นทุน เพื่อลดอัตรา leverage ratio ให้ได้ค่าตามเงื่อนไขกับผู้ให้กู้ จึงต้องเพิ่มกำไรในปีปัจจุบัน โดยลดต้นทุนที่เกิดจากการดำเนินงานเพื่อส่งคมลง ซึ่งก็สรุปได้ว่าค่า Leverage Ratio จะส่งผลต่อความระมัดระวังทางการบัญชีของบริษัท

นอกจากนี้ Haron, Ismail and Yahya (2007) อ้างถึง Smith and Warner (1979) ได้ให้เหตุผลว่าการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการบริหารจัดการและชำระหนี้จะช่วยลดต้นทุนในการก่อหนี้ลงได้ เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลอาจช่วยให้ผู้ถือหุ้น และผู้ให้กู้ สามารถประเมินการเติบโตของ

บริษัท ความเสี่ยง ตลอดจนอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุน จึงเป็นเหตุให้บริษัทที่มีอัตรา leverage ratio สูงกว่า จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลมากขึ้น แต่จากศึกษากลับพบความสัมพันธ์ระหว่าง โครงสร้างเงินทุนและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในทิศทางตรงข้ามกัน Haron, Ismail and Yahya (2007) จึงอธิบายผลการศึกษาดังกล่าวไว้ว่าในประเทศมาเลเซียนั้นอาจมีการอาศัย เครื่องมือ หรือช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ที่สามารถให้ความเชื่อมั่นและเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหนี้, ผู้ถือหุ้น และฝ่ายบริหาร ในการประเมินความสามารถในการชำระหนี้ และการปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันไว้ นอกเหนือจากรายงานประจำปีได้ โดยหากข้อมูลเพิ่มเติม จากช่องทางอื่น ๆ ซึ่งมีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ครบถ้วนและทันต่อเวลามากกว่า ก็เป็นไปได้ว่า เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารเหล่านี้ จะได้รับการให้ความสำคัญในการเป็นแหล่งเปิดเผยข้อมูล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการสร้างความมั่นใจแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องได้มากกว่ารายงานประจำปี และ Ahmad, Hassan and Mohammad (2003) ได้ให้ความเห็นว่า ในขณะที่เดียวกันบริษัทที่มี leverage ratio ต่ำก็จะเปิดเผยเกี่ยวกับรายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากกว่าเพื่อเป็นมาตรการป้องกัน ในการทำให้ เชื่อมั่นว่าระดับความเสี่ยงทางการเงินของบริษัทอยู่ในระดับที่เหมาะสมอยู่เสมอ โดยมุ่งหวังว่าระดับ ความเสี่ยงที่เผยแพร่ นั้นจะยังคงอยู่ในระดับเดิมหรือได้รับการพิจารณาว่าต่ำลง โดยนักลงทุนในตลาด ดังนั้นในการศึกษานี้ จึงตั้งสมมติฐานว่า

H₃ : โครงสร้างเงินทุน(วัดจากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น) มีผลทิศทางลบต่อ ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ

จากการศึกษาลักษณะของบริษัทที่มีผลกระทบต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าโครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบ ต่อสังคม จากงานวิจัยของ Haniffa and Cooke (2005) พบว่ามีความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมี นัยสำคัญ เนื่องจากโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่มีความแตกต่างกันนี้อาจส่งผลต่อการเพิ่มช่องว่างทาง กฎหมายมากขึ้น เมื่อผู้ถือหุ้นเป็นชาวต่างชาติ จึงมีความต้องการในการเปิดเผยข้อมูลที่แตกต่างกัน เพิ่มขึ้น เนื่องจากการแบ่งแยกระหว่างฝ่ายบริหารจัดการและส่วนของเจ้าของต่างภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็น กลุ่มที่มีสัดส่วนการถือหุ้นสูง ดังเช่นตลาดหลักทรัพย์ของประเทศมาเลเซีย ซึ่งนักลงทุนส่วนมากจะ เป็นชาวต่างชาติ ทำให้การเปิดเผยข้อมูลจึงต้องเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งข้อมูลทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ก็จะถูกนำเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจมากขึ้น เพื่อการสร้างความพึงพอใจแก่นักลงทุนใน

ด้านจริยธรรมส่งผลให้การได้รับกระแสเงินทุนไหลเข้าอย่างต่อเนื่อง สำหรับในประเทศไทยนั้นพบว่า ในช่วง 4 เดือนแรกของ ปี พ.ศ. 2552 จำนวนหลักทรัพย์ทั้งหมด 466 หลักทรัพย์ มีนักลงทุนต่างชาติ ถือครองหลักทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 22.95 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยคิดเป็นร้อยละ 34.17 ของมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดทั้งหมด (สุมิตรา ตั้งสมวรพงษ์ และ พูนสิทธิ์ ว่องวัชรชัย, 2553) ดังนั้นในการศึกษานี้ จึงตั้งสมมติฐานว่า

H₄: โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ (วัดจากสัดส่วนของจำนวนหุ้นที่ถือโดยผู้ถือหุ้นต่างชาติต่อจำนวนหุ้นทั้งหมด) มีผลทิศทางบวกต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

อายุของกิจการ

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกิจการและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น Elsayed (2006) พบว่าอายุของกิจการมีความสัมพันธ์ในทางลบอย่างมีนัยสำคัญกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม กล่าวคือ บริษัทที่มีอายุน้อยกว่าจะมีความเป็นอิสระมากกว่า และมีความสามารถมากกว่าในวงตำแหน่งในตลาดได้โดยการให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ของบริษัทในส่วนของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากบริษัทใหม่จะมีสินทรัพย์ใหม่ซึ่งไม่ละเมิดต่อกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเผชิญกับปัญหาน้อยกว่าบริษัทที่มีอายุมาก ในส่วนของการเลือกกระหว่างการพัฒนาและและการเริ่มดำเนินโครงการเกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อมใหม่ โดยในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาของเดิมนั้นจะใช้ต้นทุนสูงกว่า หากเทียบกับการสร้างใหม่ซึ่งจะได้ตามมาตรฐานที่สังคม และรัฐต้องการมากกว่า เช่น การลงทุนจัดซื้อเทคโนโลยีใหม่ ๆ การสื่อสารและถ่ายทอดแนวความคิดการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของการบริหารเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไปยังพนักงาน และบริษัทที่มีอายุน้อยกว่าจะมีแนวโน้มที่กระตือรือร้นในการปกป้องสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคมมากกว่าบริษัทที่มีอายุมากกว่า ดังนั้นในการศึกษานี้ จึงตั้งสมมติฐานว่า

H₅: อายุของกิจการ (วัดจากจำนวนปีนับตั้งแต่ปีที่จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน จนถึงปี 2552) มีผลทิศทางลบต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

ประเภทของอุตสาหกรรม

จากผลงานวิจัยในอดีตของ Hackston and Milne (1996) พบว่า บริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง ซึ่งจัดเป็นกลุ่ม High Profile เช่น อุตสาหกรรมการผลิต สารเคมี ทรัพยากร และ อุตสาหกรรมหนัก เป็นต้น จะมีจะมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าอุตสาหกรรมประเภท Low Profile ซึ่งจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่ำ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร สิ่งอุปโภคบริโภคในครัวเรือน และการบริการ เป็นต้น เนื่องจากบริษัทจะได้รับการเฝ้าติดตามและคาดหวังจากผู้บริโภค ให้มีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทมากกว่าอุตสาหกรรมอื่น ดังนั้นบริษัทจึงต้องเพิ่มการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อจัดการความกดดันและเสียงวิพากษ์วิจารณ์จากสังคม เช่นเดียวกับงานวิจัยในประเทศไทย พบว่าประเภทอุตสาหกรรมมีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกัน ในแต่ละ ประเด็นในการเปิดเผยข้อมูล ทั้งนี้ล้วนขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งจะเปิดเผยมากหรือน้อยในแต่ละประเด็นแตกต่างกันไป (Ratanajongkol, Davey and Low, 2006; Elsayed, 2006; มนตรี ช่วยชู, 2539; สุกันยา ห้วยผัด, 2550) ดังนั้นในการศึกษานี้ จึงตั้งสมมติฐานว่า

H₀: บริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมแตกต่างกันมีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกัน

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในส่วนของวิธีการศึกษาจะกล่าวถึง วิธีการเก็บข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วิธีการเก็บข้อมูล

ในส่วนของวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจะกล่าวถึง แหล่งของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แหล่งข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลแบบทุติยภูมิ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. การรวบรวมข้อมูลและผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องในอดีตเกี่ยวกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยรวบรวมจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสาร บทความ รายงานการวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องที่มีการเก็บรวบรวมไว้ในแหล่งและฐานข้อมูลต่างๆ เช่น ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยต่างๆ ห้องสมุดมารวย รวมทั้งข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์
2. ข้อมูลของการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัท โดยเก็บรวบรวมจากรายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประจำปี 2552 รายงานการดำเนินงานด้านสังคมของบริษัท (CSR Report) เว็บไซต์ของบริษัท และฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ที่รวบรวมไว้ในระบบเผยแพร่ข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET SMART)

3. ผลการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประจำปี 2552 หรือ Corporate Governance Report of Thai Listed Companies (CGR) 2009 ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ซึ่งเผยแพร่ใน www.thai-iod.com

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยบริษัททั้งหมดเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2552 และเป็นบริษัทที่ได้รับการประเมิน CGR ประจำปี 2552 โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ด้วยความสนับสนุนของ ก.ล.ด. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 290 บริษัท ยกเว้น กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน กลุ่มกองทุน และกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ (อยู่ในหมวดอสังหาริมทรัพย์) จำนวน 41 บริษัท เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีลักษณะเฉพาะและโครงสร้างเงินทุนที่แตกต่างจากกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น รวมทั้งธุรกิจขนาดกลาง (MAD) จำนวน 29 บริษัท และบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ (เนื่องจากข้อมูลรายงานประจำปี ไม่สามารถสืบค้นใน SET SMART ได้ จำนวน 2 บริษัท มีการเพิกถอนหุ้นจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเนื่องจากการควบรวมกิจการจำนวน 2 บริษัท และข้อมูลไม่เหมาะสมจะนำมาประมวลผล เนื่องจากส่วนของผู้ถือหุ้นติดลบ เพราะขาดทุนสะสมมากกว่าส่วนทุน จำนวน 1 บริษัท) จำนวน 5 บริษัท คงเหลือทั้งสิ้น 215 บริษัท ซึ่งสามารถจำแนกเป็นกลุ่มได้ 7 กลุ่มโดยแบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรม ตามเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 จำนวนบริษัทที่ใช้ในการศึกษานี้ จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ลำดับ	กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวนบริษัท
1	กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร	25
2	กลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค	22
3	กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	29
4	กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	54
5	กลุ่มทรัพยากร	16
6	กลุ่มบริการ	47
7	กลุ่มเทคโนโลยี	22
รวมทั้งรวม		215

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้แบบประเมินผล (Checklist) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งออกแบบโดยศึกษาจากแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2552 ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยแบ่งเป็น 8 แนวปฏิบัติ ได้แก่

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
3. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
7. นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

แบบประเมินผล (Checklist) จัดทำในรูปแบบของกระดาษทำการ (Working Paper) ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คะแนนที่ได้ตามแบบประเมินผลระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวปฏิบัติที่ 1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี จำนวน 1 หัวข้อหลัก ประกอบด้วย 1 หัวข้อย่อย ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice)

ส่วนที่ 2 คะแนนที่ได้ตามแบบประเมินผลระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวปฏิบัติที่ 2 - 7 ของแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Question) ประกอบด้วยทั้งหมด 27 หัวข้อหลัก และ 75 หัวข้อย่อย ทั้งนี้หัวข้อหลักจะเป็นหัวข้อใหญ่ที่ครอบคลุมหัวข้อย่อยที่เกี่ยวข้องไว้ทั้งหมด โดยบริษัทใดที่เปิดเผยหัวข้อย่อยได้

มากกว่า จะถือว่าเปิดเผยข้อมูลได้มีคุณภาพมากกว่า เนื่องจากคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลพิจารณาจากความครอบคลุมในรายละเอียดแต่ละหัวข้อหลัก ดังตารางที่ 10 นี้

ตารางที่ 10 แสดงส่วนประกอบของแต่ละแนวปฏิบัติ ในกระดาศทำการส่วนที่ 2

ลำดับที่	เรื่อง	จำนวนหัวข้อหลัก	จำนวนหัวข้อย่อย
2	การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม	3	9
3	การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	5	16
4	ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	4	12
5	การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	6	16
6	การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	6	15
7	นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม	3	7
รวมทั้งหมด		27	75

ส่วนที่ 3 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ 8 การการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม มีจำนวน 2 หัวข้อหลัก ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice) เกี่ยวกับการสำรวจรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และภาษาที่ใช้ในการจัดทำรายงานเพื่อ ความรับผิดชอบต่อสังคม

ส่วนที่ 4 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัท ได้แก่ ขนาดของบริษัท ความสามารถในการทำกำไร โครงสร้างเงินทุน โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ อายุของกิจการ และประเภทของอุตสาหกรรม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์สาระ (Content Analysis) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. เก็บข้อมูลวัดระดับการเปิดเผยข้อมูลข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจากกระดาษทำการ(Working Paper) ซึ่งออกแบบตามแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเกณฑ์คะแนนที่ได้รับจากการประเมินผลมีดังนี้

1.1 ส่วนที่ 1 เรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีเกณฑ์การให้คะแนน เป็นระดับคะแนน ตั้งแต่ 1 – 4 โดยเกณฑ์การให้คะแนนจะสอดคล้องกับผลการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ดังตารางที่ 11 นี้

ตารางที่ 11 แสดงช่วงคะแนนที่กำหนดขึ้น โดยใช้ผลการสำรวจจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

ช่วงคะแนนของ CGR	การแปรผลจากระดับคะแนน	คะแนนที่ได้รับ
90 - 100	 ดีเลิศ	4
80 - 89	 ดีมาก	3
70 - 79	 ดี	2
ต่ำกว่า 70	ต่ำกว่า  ต่ำกว่าระดับ ดี	1

ทั้งนี้เนื่องจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย จะเผยแพร่ข้อมูลเฉพาะรายชื่อบริษัทที่ได้รับการประเมิน CGR อยู่ในระดับ ดี ขึ้นไป ได้แก่ ระดับ ดี ดีมาก และ ดีเลิศ ในการศึกษาครั้งนี้จึงให้คะแนนโดยนำผลการสำรวจดังกล่าวมาประกอบการให้คะแนน โดย ระดับดีเลิศ เท่ากับ 4 คะแนน ระดับดีมาก เท่ากับ 3 คะแนน ระดับดี เท่ากับ 2 คะแนน และต่ำกว่าระดับดี เท่ากับ 1 คะแนน ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทที่ต่ำกว่าระดับดีจะไม่ได้รับการเผยแพร่ถึงช่วงคะแนนแท้จริงที่ได้รับในระดับที่ต่ำกว่าดี ซึ่งอาจเป็น ระดับ พอใช้ ผ่าน หรือไม่สามารถระบุได้ (N/A) ซึ่งมีอยู่ทั้งสิ้นจำนวน 14 บริษัท จึงทำการให้คะแนนในภาพรวมเป็น 1 คะแนน สำหรับบริษัทที่มีช่วงคะแนนตกอยู่ในสามระดับคะแนนนี้

1.2 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ 2 - 7 ของแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีทั้งหมด 27 คะแนน มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

โดยจะพิจารณาถึงข้อมูลที่มีการเปิดเผย หากมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละหัวข้อหลัก ให้คะแนน 1 คะแนน และ ถ้าไม่มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละหัวข้อหลัก ให้คะแนน 0 คะแนน ดังนั้นแต่ละหัวข้อหลักจึงมีคะแนนเต็มเท่ากับ 1 คะแนน

ถ้าหัวข้อหลักใดมีมากกว่า 1 หัวข้อย่อย ก็จะมีการถ่วงน้ำหนักคะแนนของหัวข้อหลักนั้นๆ โดยการหาคะแนนเฉลี่ยของหัวข้อหลัก ดังนี้

$$\text{คะแนนเฉลี่ยของหัวข้อหลัก} = \frac{\text{คะแนนที่ได้รวมทุกหัวข้อย่อยของแต่ละหัวข้อหลัก}}{\text{จำนวนหัวข้อย่อยของแต่ละหัวข้อหลัก}}$$

ตารางที่ 12 แสดงการให้คะแนนตามแนวปฏิบัติที่ 2-7

แนวปฏิบัติ	หัวข้อหลัก ที่	จำนวน หัวข้อ ย่อย	คะแนนเฉลี่ย ของแต่ละหัวข้อ ย่อย	รวมคะแนน เต็มแต่ละแนว ปฏิบัติ
2. การประกอบธุรกิจด้วยความ เป็นธรรม	2.1	4	0.25	3
	2.2	3	0.33	
	2.3	2	0.50	
3. การเคารพสิทธิมนุษยชนและ การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็น ธรรม	3.1	2	0.50	5
	3.2	5	0.20	
	3.3	3	0.33	
	3.4	3	0.33	
	3.5	3	0.33	

ตารางที่ 12 (ต่อ)

แนวปฏิบัติ	หัวข้อหลัก ที่	จำนวน หัวข้อ ย่อย	คะแนนเฉลี่ย ของแต่ละหัวข้อ หลัก	รวมคะแนน เต็มแต่ละ หัวข้อหลัก
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	4.1	3	0.33	4
	4.2	4	0.25	
	4.3	3	0.33	
	4.4	2	0.50	
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	5.1	3	0.33	6
	5.2	2	0.50	
	5.3	2	0.50	
	5.4	2	0.50	
	5.5	4	0.25	
	5.6	3	0.33	
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	6.1	3	0.33	6
	6.2	3	0.33	
	6.3	2	0.50	
	6.4	2	0.50	
	6.5	3	0.33	
	6.6	2	0.50	
7. นวัตกรรมและการเผยแพร่	7.1	2	0.50	3
นวัตกรรมจากการดำเนินงาน	7.2	2	0.50	
รับผิดชอบต่อสังคม	7.3	3	0.33	
รวม		75		27

ตัวอย่าง

หากบริษัท ก เปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในหัวข้อหลักที่ 2.1 โดยมีการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อย่อยจำนวน 3 ข้อ จากทั้งหมด 4 ข้อ แสดงว่าบริษัท ก จะได้รับคะแนนในหัวข้อหลักที่ 2.1 เท่ากับ 0.75 คะแนน จากคะแนนเต็ม 1 คะแนน

ทั้งนี้การที่บริษัทได้ 0 คะแนน เนื่องจากไม่มีการเปิดเผยข้อมูลนั้น หากไม่พบข้อมูลการเปิดเผยรายการตามที่อยู่ในกระดานทำการ ในรายงานประจำปี จะให้คะแนนเท่ากับ 0 คะแนน โดยการระบุว่าบริษัทที่ศึกษาในครั้งนี้ไม่เปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น บริษัทอาจไม่มีความจำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อดังกล่าว เนื่องจากอาจไม่เกี่ยวข้องกับลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท

1.3 เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนที่ 3 ซึ่งเกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ 8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม จำนวน 2 หัวข้อหลัก โดยเป็นการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ จึงไม่มีการให้คะแนนสำหรับส่วนนี้

2. เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนที่เกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัท โดยเก็บข้อมูลดังตารางที่ 13 นี้

ตารางที่ 13 การเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัท

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัท	ข้อมูลที่เก็บรวบรวม
1.ขนาดของบริษัท	มูลค่าสินทรัพย์รวม
2.ความสามารถในการทำกำไร	อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)
3.โครงสร้างเงินทุน	อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)
4.โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ	สัดส่วนของจำนวนหุ้นที่ถือโดยผู้ถือหุ้นต่างชาติต่อจำนวนหุ้นทั้งหมด (%)
5.อายุของกิจการ	ระยะเวลาจำนวนปีนับตั้งแต่ปีที่จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน จนถึงปี 2552
6.ประเภทของอุตสาหกรรม	แบ่งประเภทตามที่กำหนดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยไม่รวมกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน กลุ่มกองทุน และกองทุนรวม อสังหาริมทรัพย์ รวมทั้งธุรกิจขนาดกลาง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์การเปิดเผยข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้กระดาศทำการวัดระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท จำนวน 215 บริษัท สำหรับรอบระยะเวลาบัญชี พ.ศ. 2552 ซึ่งจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1.1 คะแนนที่ได้ตามแบบประเมินผล จากกระดาศทำการ (Working Paper) ส่วนที่ 1 และ 2 คำนวณดัชนีการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure index) ดังสมการนี้

$$\text{ดัชนีการเปิดเผยข้อมูล} = \frac{\text{คะแนนจริงจากหัวข้อหลักที่แต่ละบริษัทได้รับ}}{\text{คะแนนรวมสูงสุดที่แต่ละบริษัทจะได้รับ (31 คะแนน)}}$$

โดยที่ $0 \leq$ ดัชนีการเปิดเผยข้อมูล ≤ 1

โดยคะแนนเต็ม 31 คะแนนนี้ มาจากระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ในกระดาษาทำการ ในส่วนที่ 1 คะแนนเต็มเท่ากับ 4 คะแนน และจากส่วนที่ 2 คะแนนเต็มเท่ากับ 27 คะแนน

นำดัชนีการเปิดเผยข้อมูล มาจำแนกระดับการเปิดเผยข้อมูล เป็น 3 ระดับ คือ สูง ปานกลาง และต่ำ จากหลักเกณฑ์ Wallace, (1998 อ้างใน อลิศรา ผลววรรณ, 2547 และ ญัฐวรรณ ศิริธำนันท์, 2550) ดังนี้

ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลที่มีค่ามากกว่า	0.65	เป็นการเปิดเผยในระดับสูง
ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลที่มีค่าระหว่าง	0.45-0.65	เป็นการเปิดเผยในระดับปานกลาง
ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลที่มีน้อยกว่า	0.45	เป็นการเปิดเผยในระดับต่ำ

1.2 กำหนดค่าสถิติของดัชนีการเปิดเผยข้อมูลในแต่ละระดับ โดยใช้สถิติพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.3 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท แนวปฏิบัติที่ 8 จะสำรวจรูปแบบการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ในเรื่องรูปแบบการเผยแพร่การดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ต่อสาธารณชนในแต่ละบริษัท วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description statistics) ซึ่งประกอบด้วย จำนวนบริษัท และร้อยละของจำนวนบริษัททั้งหมด

2. การวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรอิสระ

2.1 เก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยของลักษณะธุรกิจที่ได้นำมาศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ขนาดของบริษัท ความสามารถในการทำกำไร โครงสร้างเงินทุน โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ อายุของกิจการ และ ประเภทของอุตสาหกรรม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมตาม 7 แนวปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัท 6 ปัจจัย ได้แก่ ขนาดของบริษัท ความสามารถในการทำกำไร โครงสร้างเงินทุน โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ อายุของกิจการ และประเภทของอุตสาหกรรม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 นำดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม มาคำนวณหาโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยเทคนิคดังกล่าวเป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์จะประมาณหรือพยากรณ์ค่าของตัวแปรตาม จากตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่ต้องการพยากรณ์ โดยจะต้องมีการกำหนดหรือทราบค่าตัวแปรอิสระล่วงหน้า ในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุจะต้องทำการตรวจสอบเงื่อนไขการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (ศุภันยา ห้วยผัด, 2550) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) ดังต่อไปนี้

3.1.1 ทดสอบค่าคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงปกติ โดยใช้ Normal Probability Plot และสถิติทดสอบ Kolmogorov-Smirnov Test (K-S Test) พบว่ามีการแจกแจงแบบปกติ (ภาคผนวก ค)

3.1.2 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเป็นศูนย์ โดยใช้เทคนิคกำลังสองน้อยที่สุด (ภาคผนวก ค)

3.1.3 ทดสอบค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ที่ไม่ทราบค่า โดยใช้แผนภาพการกระจาย (Scatter Plot) พบว่ามีค่าคงที่ (ภาคผนวก ค)

3.1.4 ทดสอบค่าความคลาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระกัน โดยใช้สถิติ Durbin-Watson ผลการทดสอบพบว่าเป็นอิสระกัน (ภาคผนวก ค)

3.1.5 ทดสอบตัวแปรอิสระ X_i และ X_j ต้องเป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และ Variance Inflation Factor (VIF) ผลการทดสอบพบว่าตัวแปรมีความเป็นอิสระต่อกัน (ภาคผนวก ค)

3.2 เมื่อทดสอบเงื่อนไขการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุครบทุกข้อ นำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความสัมพันธ์ ดังสมการนี้

$$CSDI = \beta_0 + \beta_1(SIZE) + \beta_2(PROFIT) + \beta_3(CAPSTR) + \beta_4(FOROWN) + \beta_5(AGE) + \beta_6(IT_1) + \beta_7(IT_2) + \beta_8(IT_3) + \beta_9(IT_4) + \beta_{10}(IT_5) + \beta_{11}(IT_6) + \varepsilon$$

โดยที่ CSDI = ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

SIZE = ค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม ณ 31 ธ.ค. 2552

PROFIT = ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

CAPSTR = โครงสร้างเงินทุนวัดจากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

FOROWN = โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติวัดจากสัดส่วนของจำนวนหุ้นที่ถือโดยผู้ถือหุ้นต่างชาติต่อจำนวนหุ้นทั้งหมด

AGE = อายุของกิจการวัดจากระยะเวลาจำนวนปี นับตั้งแต่ปีที่จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน จนถึงปี 2552

IT₁ = ประเภทอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

IT₂ = ประเภทอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภค

IT₃ = ประเภทอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม

IT₄ = ประเภทอุตสาหกรรมทรัพยากร

IT₅ = ประเภทอุตสาหกรรมบริการ

IT_6 = ประเภทอุตสาหกรรมเทคโนโลยี

β_0 = ค่าคงที่ของสมการถดถอย

$\beta_1, \dots, \beta_{11}$ = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัวที่ 11

ε = ค่าความคลาดเคลื่อน

ตารางที่ 14 คำอธิบายตัวแปรต่างๆที่ใช้ในการศึกษา

บทบาทของตัวแปร	สัญลักษณ์	การวัดค่า
ตัวแปรต้น		
1. ขนาดของบริษัท	SIZE	ค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม
2. ความสามารถในการทำกำไร	PROFIT	อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)
3. โครงสร้างเงินทุน	CAPSTR	อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)
4. โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ	FOROWN	สัดส่วนของจำนวนหุ้นที่ถือโดยผู้ถือหุ้นต่างชาติต่อจำนวนหุ้นทั้งหมด
5. อายุของกิจการ	AGE	ระยะเวลาจำนวนปีนับตั้งแต่ปีที่จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน จนถึงปี 2552
6. ประเภทอุตสาหกรรม		
6.1 เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	IT_1	วัดค่าโดยตัวแปรหุ่น (Dummy Variables) โดยกำหนดให้ตัวแปรหุ่นแต่ละตัวจะมีค่าเป็น 1 เมื่อเป็นบริษัทที่อยู่ในประเภทอุตสาหกรรมนั้นๆ และมีค่าเป็น 0 เมื่อเป็นบริษัทที่อยู่ในประเภทอุตสาหกรรมอื่น
6.2 สินค้าอุปโภคและบริโภค	IT_2	
6.3 สินค้าอุตสาหกรรม	IT_3	
6.4 ทรัพยากร	IT_4	
6.5 บริการ	IT_5	
6.6 เทคโนโลยี	IT_6	

ตารางที่ 14 (ต่อ)

บทบาทของตัวแปร	สัญลักษณ์	การวัดค่า
ตัวแปรตาม		
ระดับการเปิดเผยข้อมูลความ รับผิดชอบต่อสังคม	CSDI	ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อ สังคมซึ่งประเมินตามแนวปฏิบัติเกี่ยวกับ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตาม แนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บทที่ 4

ผลการศึกษาและวิจารณ์

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจะนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

1. ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1. ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตาม 7 แนวปฏิบัติ CSR จากเพิ่มทิศธุรกิจเพื่อสังคม (CSR Guidelines) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 15 นี้

ตารางที่ 15 ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตามระดับของการเปิดเผยข้อมูลตามหลักเกณฑ์ของ Wallace (1998)

(n=215)

ระดับการเปิดเผย	ดัชนีการเปิดเผยข้อมูล	บริษัทที่เปิดเผย		ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม			
		จำนวน	ร้อยละ	ต่อสังคม			
				ค่าเฉลี่ย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
สูง	มากกว่า 0.65	12	5.58	0.7191	0.66	0.89	0.0694
ปานกลาง	0.45-0.65	40	18.61	0.5147	0.45	0.64	0.0533
ต่ำ	น้อยกว่า 0.45	163	75.81	0.2783	0.03	0.44	0.1031
รวม		215	100.00	0.3467	0.03	0.89	0.1594

จากตารางที่ 15 เมื่อแบ่งระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตาม Wallace (1988) พบว่าบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ คือประมาณร้อยละ 35 ของรายการทั้งหมดที่ควรเปิดเผย ซึ่งบริษัทส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 75.81 ของบริษัทที่ทำการประเมินมีการเปิดเผยข้อมูลอยู่ในระดับต่ำ คือ น้อยกว่าร้อยละ 45 ของข้อมูลที่ควรเปิดเผย รองลงมาประมาณร้อยละ 18.61 มีการเปิดเผยข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง และ ส่วนที่เหลือร้อยละ 5.58 ของบริษัทที่ทำการประเมินทั้งหมด มีการประเมินข้อมูลอยู่ในระดับสูง คือสูงกว่าร้อยละ 65 ของรายการทั้งหมดที่ควรเปิดเผย โดยบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลต่ำที่สุด มีการเปิดเผยข้อมูลได้ครอบคลุมเพียงร้อยละ 3 ของเนื้อหาที่ควรเปิดเผย และบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลสูงที่สุดมีการเปิดเผยข้อมูลครอบคลุมร้อยละ 89 ของรายการทั้งหมด

โดยค่าดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSDI) นั้น คำนวณมาจากผลคะแนนในกระดานทำการส่วนที่ 1 และ 2 ซึ่งมีคะแนนเต็มเท่ากับ 31 คะแนน ซึ่งนำเสนอไว้ในตารางภาคผนวกที่ 1 หน้าที่ 135

ในส่วนของแนวปฏิบัติที่ 8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมจะทำการสำรวจรูปแบบการจัดทำรายงานและภาษาที่ใช้เท่านั้น จะไม่มีการนำมาหาความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัท ดังผลการศึกษาในตารางที่ 18 หน้าที่ 99

ตารางที่ 16 ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตามหมวดอุตสาหกรรม

(n = 215)

อุตสาหกรรม	จำนวน ตัวอย่าง	ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม			
		สังคม			ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
		ค่าเฉลี่ย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	
กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	24	0.3191	0.0323	0.7070	0.1465
กลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค	22	0.3097	0.0806	0.5355	0.1477
กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	29	0.3257	0.0806	0.7312	0.1791
กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	54	0.3204	0.0914	0.8898	0.1535
กลุ่มทรัพยากร	16	0.5515	0.1597	0.7796	0.1796
กลุ่มบริการ	48	0.3388	0.0430	0.5833	0.1288
กลุ่มเทคโนโลยี	22	0.3762	0.1694	0.6769	0.1168

จากตารางที่ 16 พบว่า เมื่อนำค่าเฉลี่ยดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมาเรียงลำดับจากมากไปน้อยในแต่ละอุตสาหกรรม บริษัทในกลุ่มทรัพยากรเปิดเผยข้อมูลได้อย่างมีคุณภาพมากที่สุด โดยเปิดเผยรายละเอียดถึงร้อยละ 55.15 ของรายละเอียดทั้งหมดที่บริษัทควรเปิดเผย รองลงมาคือ บริษัทในกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มบริการ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร และกลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค โดยมีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมคิดเป็นร้อยละ 37.62, 33.88, 32.57, 32.04, 31.91 และ 30.97

ตารางที่ 17 ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตาม 8 แนวปฏิบัติ CSR จาก
เจเอ็มทีศรธุรกิจเพื่อสังคม (CSR Guidelines)

หัวข้อ	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี	0.6907	1
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม	0.3853	2
3. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	0.3750	3
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	0.3178	4
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	0.2741	5
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	0.2736	6
7. นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม	0.1341	7

จากตารางที่ 17 เมื่อนำข้อมูลจากกระดานทำการทั้ง 2 ส่วน ที่เก็บรวบรวมได้มาคำนวณดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ค่าเฉลี่ยดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเกี่ยวกับเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีค่าสูงที่สุด เฉลี่ยร้อยละ 69.07 รองลงมาคือ เรื่องการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม เฉลี่ยร้อยละ 38.53 เรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม เฉลี่ยร้อยละ 37.50 เรื่องความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เฉลี่ยร้อยละ 31.78 เรื่องการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม มีค่าใกล้เคียงกับเรื่องการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยเฉลี่ยร้อยละ 27.41 และ 27.36 ตามลำดับ และเรื่องนวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือร้อยละ 13.41 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลในเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีมากที่สุด ซึ่งนำมาจากผลการสำรวจ CGR ปี 2552 อาจเนื่องจากการกำกับดูแลกิจการที่ดีนั้นรายการส่วนใหญ่เป็นรายการขั้นพื้นฐานที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนดให้เปิดเผยเพื่อรักษาสิทธิของผู้ถือหุ้น และเป็นรายการที่กฎหมายบังคับให้บริษัทต้องเปิดเผย หรือต้องแจ้งต่อหน่วยงานที่กำกับดูแล ส่วนเรื่องที่บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำที่สุด คือ นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากปัจจุบัน การพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมของภาคเอกชนไทยยังอยู่ในขอบเขตที่จำกัด โดยเห็นได้จากธุรกิจนวัตกรรมภายในประเทศยังมีอยู่จำนวนน้อย เนื่องจากสังคมอุตสาหกรรมของประเทศส่วนใหญ่ยังดำเนินธุรกิจแบบรับจ้างผลิต จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่มีเวลาคิด สร้างสรรค์

พัฒนา หรือต่อ ยอดให้เกิดเป็นนวัตกรรม โดยเฉพาะในด้านกำลังคนและเทคโนโลยีที่จะนำไปสู่การพัฒนา นวัตกรรม นอกจากนี้ผู้นำขององค์กรก็ถือเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญ โดยเฉพาะการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนานวัตกรรมในองค์กรแต่ละองค์กรนั้นๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดโอกาสหรืออุปสรรคทางธุรกิจ (ณรงค์ สกฤตศิริรัตน์, 2552)

ตารางที่ 18 การสำรวจการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ตามแนวปฏิบัติที่ 8

รูปแบบการเผยแพร่การดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม	จำนวนบริษัท	ร้อยละ
รายงานประจำปีของบริษัท	215	100.00
รายงานเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม (CSR Report)	13	6.05
เผยแพร่การดำเนินงานเพื่อสังคมผ่านเว็บไซต์ของบริษัท	82	38.14
อื่น ๆ	2	0.93

ในการสำรวจรูปแบบการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่าการจัดทำรายงาน CSR ของบริษัททั้งหมดที่ทำการศึกษามีสถานะเป็นเพียงหนังสือรายงานข้อมูลประจำปี ที่เป็นการรวบรวมความเคลื่อนไหวของการดำเนินกิจกรรมด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในรอบปี โดยเนื้อหาของรายงานส่วนใหญ่ เป็นข้อมูลจากโครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ ขององค์กร และได้มีการจัดทำเป็นเอกสารรายงานที่เรียกกันว่า CSR Report เผยแพร่ควบคู่กับรายงานประจำปี (Annual Report) ขององค์กร โดยคิดเป็นร้อยละ 6.05 ของบริษัทที่ทำการศึกษาทั้งหมด ซึ่งมีชื่อเรียกที่หลากหลาย อาทิเช่น รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR report), รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development หรือ SD report), รายงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ประมาณร้อยละ 82 มีการเผยแพร่ข้อมูลการดำเนินงานเพื่อสังคมผ่านเว็บไซต์ของบริษัท ในลักษณะของการรายงานนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและกิจกรรมเพื่อสังคมที่บริษัทได้ดำเนินการในรอบปี และเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบอื่น ๆ เท่ากับร้อยละ 0.93 ซึ่งได้แก่ รูปแบบวารสารเพื่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 1 บริษัทและไฟล์วีดิโอรวมกิจกรรมเพื่อสังคม จำนวน 1 บริษัท

สำหรับภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลนั้น พบว่าทุกบริษัทมีการเผยแพร่ข้อมูลโดยใช้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เนื่องจากในการเปิดเผยข้อมูลผ่านรายงานประจำปี หากบริษัทจด

ทะเบียนมีผู้ถือหุ้นที่เป็นต่างชาติก็จำเป็นต้องจัดทำและนำส่งฉบับภาษาอังกฤษให้กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยด้วย รวมทั้งเพื่อสื่อสารข้อมูลของบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งในไทยและต่างชาติ จึงต้องมีการจัดทำทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาสากลที่ใช้กันทั่วโลก

ตารางที่ 19 การเปิดเผยตามแนวปฏิบัติเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี จำแนกตามผลการสำรวจของ CGR ปี 2552

ช่วงคะแนนของ CGR		คะแนนที่ได้รับใน กระดาษทำการ	จำนวน บริษัท	ร้อยละ
90 - 100	ดีเลิศ	4	36	16.74
80 - 89	ดีมาก	3	103	47.91
70 - 79	ดี	2	65	30.23
ต่ำกว่า 70	ต่ำกว่าระดับ ดี	1	11	5.12
		รวม	215	100.00

จากตารางที่ 17 เมื่อพิจารณาคะแนนที่ได้รับจากการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในแนวปฏิบัติเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามผลการสำรวจของ CGR ปี 2552 พบว่า บริษัทที่ได้รับการประเมินในเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีอยู่ในระดับดีมาก ร้อยละ 47.91 ซึ่งมีมากที่สุดรองลงมา คือ ระดับดี ร้อยละ 30.23 ระดับดีเลิศ ร้อยละ 16.74 และต่ำสุด คือระดับที่ได้รับคะแนนน้อยกว่าระดับดี ร้อยละ 5.12

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตามรายการที่เปิดเผยในแนวปฏิบัติที่ 2 -7

รายการ	ค่าเฉลี่ย
แนวปฏิบัติที่ 2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม	
2.1 การต่อต้านการทุจริต และการคอร์รัปชัน	0.3698

ตารางที่ 20 (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย
แนวปฏิบัติที่ 2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม (ต่อ)	
2.2 การแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี	0.4750
2.3 การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์	0.3116
แนวปฏิบัติที่ 3 การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	
3.1 การไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน	0.2233
3.2 ความปลอดภัย และสุขอนามัยในสถานที่ทำงาน	0.3572
3.3 การพัฒนาความรู้และศักยภาพในการทำงาน	0.4425
3.4 จัดให้มีเงื่อนไขการทำงานและสวัสดิการที่เป็นธรรมสำหรับพนักงาน และเหมาะสมตามศักยภาพ	0.5071
3.5 ส่งเสริมด้านแรงงานสัมพันธ์	0.3437
แนวปฏิบัติที่ 4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	
4.1 การผลิตสินค้า/บริการที่ปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพผู้บริโภค	0.4103
4.2 การจัดการข้อมูลของผู้บริโภค อย่างมีความรับผิดชอบต่อ	0.3256
4.3 การผลิตสินค้า/บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	0.3628
4.4 พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการของธุรกิจให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร ควบคู่ไปกับการนำพาสังคมผู้บริโภคให้เป็นสังคมคนดี มีวัฒนธรรมและ คุณธรรมที่ยังให้เกิดการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นได้ตลอดไปอย่างยั่งยืน	0.1721
แนวปฏิบัติที่ 5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	
5.1 การปฏิบัติต่อสังคม	0.3883
5.2 การจัดกิจกรรมหรือให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการศึกษาและวัฒนธรรม	0.5419
5.3 การจัดกิจกรรมหรือให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการพัฒนาและเข้าถึงเทคโนโลยี	0.1000
5.4 การจัดกิจกรรมหรือให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการสร้างรายได้และความมั่งคั่ง	0.1721

ตารางที่ 20 (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย
แนวปฏิบัติที่ 5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (ต่อ)	
5.5 การจัดกิจกรรมหรือให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี	0.3547
5.6 การลงทุนด้านสังคม	0.0864
แนวปฏิบัติที่ 6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	
6.1 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและระบบ สาธารณสุขแก่พนักงานและสาธารณชน	0.3933
6.2 การจัดให้มีระบบการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม	0.2725
6.3 การพัฒนาเทคโนโลยีการจัดการผลิตและบริการที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม	0.1349
6.4 การปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและรางวัลจากการประเมินโดย หน่วยงานภายนอก	0.2674
6.5 การส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	0.2023
6.6 การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่พนักงานและชุมชนในเรื่องสิ่งแวดล้อม	0.3698
แนวปฏิบัติที่ 7 นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม	
7.1 การสำรวจองค์กรเพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาไปสู่การค้นพบ นวัตกรรมทางธุรกิจ	0.2163
7.2 การเปิดเผยนวัตกรรมที่ค้นพบในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและต่อการ พัฒนาชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม	0.0605
7.3 หมั่นวิเคราะห์แนวทางแก้ไขปัญหา ตลอดจนพัฒนานวัตกรรมตลอดเวลา โดยเป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องอย่างไม่หยุดนิ่ง	0.1250

จากตารางที่ 20 เมื่อพิจารณาแยกเป็นแต่ละหัวข้อหลัก ของการเปิดเผยข้อมูลความ รับผิดชอบต่อสังคม เฉพาะแนวปฏิบัติที่ 2 – 7 พบว่า รายการที่มีคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลสูงสุด คือ รายการการจัดกิจกรรมหรือให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการศึกษา และวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.5419 รองลงมาคือ รายการการจัดให้มีเงื่อนไขการจ้างงานและ

สวัสดิการที่เป็นธรรมสำหรับพนักงาน และเหมาะสมตามศักยภาพ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.5071 และรายการที่มีคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลต่ำที่สุด ในเรื่องการเปิดเผยนวัตกรรมที่ค้นพบในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อเองและต่อการพัฒนาชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.0605

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม พบว่ารายการการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 0.4750 และรายการการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 0.3116

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม พบว่ารายการการจัดให้มีเงื่อนไขการทำงานและสวัสดิการที่เป็นธรรมสำหรับพนักงาน และเหมาะสมตามศักยภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 0.5071 และรายการการไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 0.2233

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค พบว่ารายการการผลิตสินค้า/บริการที่ปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 0.4103 และรายการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการของธุรกิจให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรควบคู่ไปกับการนำพาสังคมผู้บริโภคให้เป็นสังคมคนดี มีวัฒนธรรมและคุณธรรมที่ยังให้เกิดการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นได้ตลอดไปอย่างยั่งยืนมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 0.1721

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม พบว่ารายการการจัดกิจกรรมหรือให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการศึกษา และวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 0.5419 และรายการการลงทุนด้านสังคมมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 0.0864

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม พบว่ารายการการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและระบบสาธารณสุขแก่พนักงาน และสาธารณชน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 0.3933 และรายการการพัฒนาเทคโนโลยีการจัดการผลิตและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 0.1349

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องนวัตกรรมและการเผยแพร่วัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่ารายการสำรวจองค์กรเพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาไปสู่การค้นพบนวัตกรรมทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 0.2163 และรายการการเปิดเผยนวัตกรรมที่ค้นพบในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อเองและต่อการพัฒนาชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 0.0605

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ลักษณะ โดยทั่วไปของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัท ซึ่งแสดงในรูปค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงในตารางที่ 21 นี้

ตารางที่ 21 สถิติเชิงพรรณนาของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัท

(n=215)				
ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. ขนาดของบริษัท	22.4479	19.56	27.73	1.5847
2. ความสามารถในการทำกำไร	7.0042	-460.66	60.17	35.5789
3. โครงสร้างเงินทุน	1.1638	0.01	26.62	2.1223
4. โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ	17.2320	0.00	90.12	18.4332
5. อายุของกิจการ	14.3814	2.00	34.00	7.6607

จากตารางที่ 21 พบว่า ตัวแปรขนาดของบริษัท ซึ่งพิจารณาจากค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม พบว่า บริษัทที่มีขนาดเล็กที่สุด เท่ากับ 19.56 และบริษัทที่มีขนาดใหญ่ที่สุด เท่ากับ 27.73 โดยในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 22.45 ส่วนตัวแปรความสามารถในการทำกำไร ซึ่งพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) พบว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 7.00 ซึ่งถือว่าเป็นอัตราค่อนข้างสูง แต่เมื่อพิจารณาค่าสูงสุดและค่าต่ำสุด เท่ากับ 60.17 และ -460.66 ตามลำดับ จะเห็นว่ามี ความแตกต่างค่อนข้างกว้างเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาในส่วน of ตัวแปรโครงสร้างเงินทุน ซึ่งพิจารณาจากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.16 ซึ่งถือว่ามีความเสี่ยงทางการเงินอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากมีสัดส่วนของหนี้สินรวม ต่อส่วนของผู้

ผู้ถือหุ้นในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีการใช้เงินทุนจากการก่อหนี้ หรือกู้ยืม ใกล้เคียงกับการระดมทุนจากนักลงทุน แต่เมื่อพิจารณาจากค่าสูงสุดและต่ำสุด พบว่าบางบริษัทมีความเสี่ยงทางการเงินอยู่ในระดับสูงมาก ถึง 26.62 ในขณะที่บางบริษัทมีความเสี่ยงทางการเงินอยู่ในระดับที่ต่ำมากเพียง 0.01 เท่านั้น ในส่วนของตัวแปร โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาตินั้น พิจารณาจากอัตราส่วนของจำนวนหุ้นที่ถือโดยผู้ถือหุ้นต่างชาติต่อจำนวนหุ้นทั้งหมด พบว่าโดยเฉลี่ยบริษัทมีอัตราส่วนการถือหุ้นของชาวต่างชาติ ร้อยละ 17.23 ของหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งสิ้น และพบว่า มีบริษัทที่ไม่มี การถือหุ้นโดยชาวต่างชาติ ในขณะที่บริษัทที่มีการถือหุ้นโดยชาวต่างชาติสูงสุด เท่ากับร้อยละ 90.12 ของหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งสิ้น ซึ่งแสดงถึงลักษณะของการเป็นบริษัทย่อยหรือสาขาของบริษัทต่างประเทศ และตัวแปรอายุของกิจการซึ่งพิจารณาจากระยะเวลาจำนวนปีนับตั้งแต่วันที่จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน จนถึงปี 2552 (ปีที่ใช้ในการศึกษา) พบว่าโดยรวมนี้อายุเฉลี่ยประมาณ 15 ปี ซึ่งมีตั้งแต่บริษัทที่เข้ามาจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์น้อยที่สุด เท่ากับ 2 ปี จนถึงบริษัทที่มีประสบการณ์ดำเนินงานในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นเวลายาวนานถึง 34 ปี

ตัวแปรข้างต้นถูกนำมาวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแต่ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุควรตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ซึ่งผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ทุกประการ (ภาคผนวก ข)

เมื่อทดสอบเงื่อนไขการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุครบทุกข้อ นำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังสมการนี้

สมการความถดถอยเชิงพหุ

$$CSDI = \beta_0 + \beta_1(SIZE) + \beta_2(PROFIT) + \beta_3(CAPSTR) + \beta_4(FOROWN) + \beta_5(AGE) + \beta_6(IT_1) + \beta_7(IT_2) + \beta_8(IT_3) + \beta_9(IT_4) + \beta_{10}(IT_5) + \beta_{11}(IT_6) + \varepsilon$$

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัทที่จดทะเบียน

ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

(n=215)

ตัวแปรอิสระ	สัมประสิทธิ์ความ ถดถอย (Beta)	t	P-value
ค่าคงที่	-1.108	-7.840	0.000
ขนาดของบริษัท	0.064	9.903	0.000*
ความสามารถในการทำกำไร	0.000	-0.948	0.344
โครงสร้างเงินทุน	-0.012	-1.617	0.107
โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ	0.000	-0.631	0.529
อายุของกิจการ	0.000	0.415	0.678
อุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	0.021	0.674	0.501
อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภค	0.054	1.629	0.105
อุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม	0.034	1.206	0.229
อุตสาหกรรมทรัพยากร	0.131	3.677	0.000*
อุตสาหกรรมบริการ	0.032	1.308	0.192
อุตสาหกรรมเทคโนโลยี	0.062	1.985	0.048*

$R^2 = 0.463$, Adjusted $R^2 = 0.434$, F-Value = 15.912, Sig. F = 0.000

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 22 สรุปได้ว่าขนาดของบริษัทซึ่งวัดจากมูลค่าสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งพบว่าค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.064 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และมีความสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. = 0.000 และประเภทอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ อุตสาหกรรมทรัพยากร ค่า Sig = 0.000 และกลุ่มเทคโนโลยี ค่า Sig = 0.048 โดยตัวแปรอ้างอิง (Reference Category) ของการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ส่วนตัวแปรอื่นนอกจากนี้ คือ ความสามารถในการ

ทำกำไร โครงสร้างเงินทุน โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ และอายุของกิจการ ไม่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ ขนาดของบริษัท และประเภทของอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 1 และข้อที่ 6 คือขนาดบริษัท มีผลทิศทางบวกต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมแตกต่างกันมีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกัน สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบกับสมมติฐานที่คาดการณ์ไว้ ได้ดังตารางที่ 21 นี้

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบผลการศึกษากับสมมติฐานที่กำหนด

ลักษณะของบริษัท			สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
ขนาดของบริษัท			+	+
ความสามารถในการทำกำไร			+	ไม่มีความสัมพันธ์
โครงสร้างเงินทุน			-	ไม่มีความสัมพันธ์
โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ			+	ไม่มีความสัมพันธ์
อายุของกิจการ			-	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทของอุตสาหกรรม			แตกต่างกัน	แตกต่างกัน
โดย	+	=	มีสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน	
	-	=	มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน	

ข้อวิจารณ์

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยพิจารณาว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจาก 8 แนวปฏิบัติ CSR จากเข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม (CSR Guidelines) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตั้งสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ไว้ 6 สมมติฐาน แยกตามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประจำปี 2552 ซึ่งพบว่าในอดีตได้มีผู้วิจัยหลายท่าน มีผลวิจัยความสอดคล้องและแตกต่างกัน ดังนี้

ขนาดของบริษัท

ขนาดของบริษัทซึ่งพิจารณาจากมูลค่าสินทรัพย์รวม จากผลการศึกษา พบว่าขนาดบริษัทมีผลกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ บริษัทที่มีขนาดใหญ่กว่าจะมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าบริษัทที่มีขนาดของบริษัทเล็กกว่า ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีตของ Balkaoui and Karpik (1989), Hackston and Milne, (1996), Stanwick and Stanwick (1998), Haniffa and Cooke (2005), Elsayed (2006), Haron, Ismail and Yahya (2007), Mohd, Atan and Zainon (2007), Liu and Anbumozhi (2009), สุกันยา ห้วยผัด (2550) และ ชลินธร ฐัจฉา (2551) ที่พบว่าขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคม

ทั้งนี้อาจเนื่องจากบริษัทขนาดใหญ่มีกิจกรรมทางสังคม ผลกระทบต่อสังคมและชุมชนมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก และเป็นที่เฝ้ามองจากกลุ่มต่างๆ ในสังคมมากกว่า นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้ถือหุ้นที่มีจำนวนมากกว่า ซึ่งอาจใส่ใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท และสื่อสารข้อมูลเหล่านี้ผ่านรายงานประจำปีซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (Hackston and Milne, 1996 อ้างถึง Cowen et al., 1987) นอกจากนี้บริษัทที่มีขนาดใหญ่จะมีความพร้อมและศักยภาพมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมด้านกำลังทรัพย์หรือกำลังคน อีกทั้งบริษัทที่มีขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะได้รับความสนใจและแรงกดดันจากภายนอก ทั้งจากนักลงทุน ผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ รวมทั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก ส่งผลให้บริษัทที่มีขนาดใหญ่มีความกระตือรือร้นหรือใส่ใจกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าบริษัทที่มีขนาดเล็กกว่า (ชลินธร ฐัจฉา, 2551)

ความสามารถในการทำกำไร

ความสามารถในการทำกำไร ซึ่งพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น จากผลการศึกษา พบว่าความสามารถในการทำกำไร ไม่มีผลกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีตของ Hackston and Milne (1996), Ahmad, Hassan and Mohammad (2003), Elsayed (2006), Liu and Anbumozhi (2009) และ ศุภันยา ห้วยผัด (2550) ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้คาดการณ์ไว้

ทั้งนี้อาจเนื่องจากการที่บริษัทจะดำเนินการเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับทัศนคติของผู้บริหารเป็นสำคัญ โดยผู้บริหารที่มีความสนใจจะนำประเด็นเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักของกิจการ และจัดสรรงบประมาณเพื่อกิจกรรมดังกล่าว ไม่ได้ขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานเป็นสำคัญ ดังนั้นไม่ว่าผลการดำเนินงานของบริษัทจะเป็นในทิศทางใด หากผู้บริหารไม่ได้ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทก็จะมีคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับต่ำ (ศุภันยา ห้วยผัด, 2550)

โครงสร้างเงินทุน

โครงสร้างเงินทุน ซึ่งพิจารณาจากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ผลการศึกษาพบว่าโครงสร้างเงินทุน ไม่มีผลกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีตของ Haniffa and Cooke (2005) และ Elsayed (2006) ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้คาดการณ์ไว้

ทั้งนี้เนื่องจาก ทุกวันนี้กิจการส่วนใหญ่โดยเฉพาะองค์กรที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะมีการจัดทำหนังสือรายงานประจำปี ซึ่งมุ่งรายงานผลประกอบการทางธุรกิจและสถานะทางการเงิน ขณะเดียวกันแม้ว่าจะมีหลายองค์กรเริ่มจัดทำหนังสือรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยังคงเป็นเพียงหนังสือรวบรวมความเคลื่อนไหว ของการดำเนินกิจกรรมด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยประมวลข้อมูลจากโครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ เป็นการเน้นรายงานเชิงผลงานแต่ละ โครงการ แต่มิได้มุ่งรายงานผลลัพธ์ หรือผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของกิจการ ในบริบทของการพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างแท้จริง (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, 2554) ส่งผลให้เจ้าหนี้ ผู้ถือหุ้น รวมทั้งนักลงทุน ไม่สามารถนำข้อมูลด้าน

สังคมและสิ่งแวดล้อมมาใช้ประกอบการตัดสินใจได้เท่าที่ควร จึงยังคงเน้นเฉพาะข้อมูลในส่วนตัวเลขทางการเงินหรือความสามารถในการดำเนินงานของบริษัทเท่านั้น

โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ

โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ ซึ่งพิจารณาจากอัตราส่วนของจำนวนหุ้นที่ถือโดยผู้ถือหุ้นต่างชาติต่อจำนวนหุ้นทั้งหมด จากผลการศึกษา พบว่าโครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ ไม่มีผลกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีตของ Roshima, Yuserrie and Hasnah (2009) และไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้คาดการณ์ไว้

ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศไทยที่ผ่านมา แม้บริษัทที่มีบริษัทแม่อยู่ในต่างประเทศ จะนำตัวแบบกิจกรรมเพื่อสังคมมาจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นภูมิปัญญาจากภายนอก แต่พบว่าสามารถประยุกต์เชื่อมโยงเข้ากับท้องถิ่นในการแก้ไขเหตุทางสังคมได้อย่างสอดคล้องเหมาะสม จนสามารถดำเนินงานได้สำเร็จลุล่วง และในบางกรณีบริษัทที่มีบริษัทแม่อยู่ในต่างประเทศ ก็มีได้ใช้ตัวแบบมาจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ แต่ได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการออกแบบและพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมเช่นเดียวกับบริษัทไทย จึงส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมระหว่างบริษัทไทยกับบริษัทที่มีบริษัทแม่อยู่ในต่างประเทศ ไม่ปรากฏความแตกต่างในการดำเนินงานที่เป็นเหตุให้เกิดปัญหาหรืออุปสรรคภายใต้บริบทของสังคมไทยจากเรื่องลักษณะของวิสาหกิจแต่อย่างใด (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, 2550)

อายุของกิจการ

อายุของกิจการ ซึ่งพิจารณาจากจำนวนปีนับตั้งแต่ปีที่จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน จนถึงปี 2552 จากผลการศึกษา พบว่า อายุของกิจการ ไม่มีผลกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีตของ Liu and Anbumozhi (2009) และไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้คาดการณ์ไว้

ทั้งนี้อาจเนื่องจากในปัจจุบันนี้ แม้ว่าบริษัทอาจจะเพิ่งเริ่มกิจการ ก็สามารถศึกษารูปแบบการดำเนินการด้าน CSR ของบริษัทอื่นเป็นแนวทางได้ หรืออาจเข้าร่วมกิจกรรม CSR กับบริษัทอื่นได้ เช่นเดียวกันในลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ร่วมกันในด้านการทำ

กิจกรรมเพื่อสังคม และหากบริษัทมีข้อสงสัยหรือต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบต่อสังคมก็สามารถขอคำปรึกษาและข้อเสนอแนะได้จาก สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, สถาบันไทยพัฒนา, ก.ส.ศ., ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ศูนย์ส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคม, กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีอยู่หลายหน่วยงานด้วยกัน ดังนั้นอายุของกิจการจึงไม่ถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการจัดทำกิจกรรมเพื่อสังคมและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมแต่อย่างใด

ประเภทของอุตสาหกรรม

บริษัทที่อยู่ในหมวดอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Hackston and Milne (1996); Elsayed (2006); Ratanajongkol, Davey and Low (2006); มนตรี ช่วยชู (2539) และ สุกัญญา ห้วยผัด (2550) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้คาดการณ์ไว้ เนื่องจากประเภทอุตสาหกรรมมีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกัน ในแต่ละ ประเด็นในการเปิดเผยข้อมูล ทั้งนี้ล้วนขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งจะเปิดเผยมากหรือน้อยในแต่ละประเด็นแตกต่างกันไป นอกจากนี้ยังพบว่า อุตสาหกรรมประเภทกลุ่มทรัพยากรมีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเนื่องจากธุรกิจพลังงานและเหมืองแร่ เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรของประเทศและจัดอยู่ในกลุ่มที่บริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง จึงมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมสูง เนื่องจากบริษัทจะได้รับการเฝ้าติดตามและคาดหวังจากผู้บริโภค ให้มีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทมากกว่าอุตสาหกรรมอื่น ดังนั้นบริษัทจึงต้องเพิ่มการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อจัดการความกดดันและเสียงวิพากษ์วิจารณ์จากสังคม (Hackston and Milne, 1996) นอกจากนี้ธุรกิจในกลุ่มนี้มักมีภาครัฐหรือหน่วยงานของรัฐถือหุ้นในธุรกิจ จึงได้รับการควบคุมและกำกับดูแลในเรื่องการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่ากลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทจดทะเบียนแห่งแรกๆ ที่จัดทำรายงานความยั่งยืนอย่างเป็นระบบตามมาตรฐาน GRI และเป็นบริษัทชั้นนำที่จัดอยู่ในอันดับ 3 ของประเทศไทย และ อันดับที่ 81 ของเอเชีย ในด้านการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ซึ่งจัดโดย CSR ASIA นอกจากนี้ยังได้รับ รางวัล Best Corporate Social Responsibility Award 2009 จากนิตยสาร Finance Asia Magazine จึงเป็นการกระตุ้นให้บริษัทอื่น ๆ ที่อยู่ในประเภทอุตสาหกรรมเดียวกันนี้ มีการพัฒนาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทตนเองให้ดีขึ้น เพื่อสามารถแข่งขันกับบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันได้

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมตาม 7 แนวปฏิบัติ CSR จากเข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม (CSR Guidelines) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเพื่อศึกษาความแตกต่างของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแต่ละหมวดอุตสาหกรรม โดยทำการศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในปี 2552 และได้รับการประเมิน CGR ประจำปี 2552 โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย จำนวน 215 บริษัท วิธีการศึกษาใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งรวบรวมจากรายงานประจำปี รายงานการดำเนินงานด้านสังคมของบริษัท (CSR Report) เว็บไซต์ของบริษัท และข้อมูลอื่นๆ ที่รวบรวมไว้อยู่ในระบบเผยแพร่ข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET SMART) และข้อมูลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบประเมินผลในการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อให้คะแนน และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์สถิติพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า การเปิดเผยโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ คือประมาณร้อยละ 35 ของรายการทั้งหมดที่ควรเปิดเผย โดยมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเกี่ยวกับเรื่องการค้ากับดูแลกิจการที่ดีมากที่สุด และน้อยที่สุดในเรื่องนวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ในส่วนแนวปฏิบัติที่ 8 การสำรวจรูปแบบของการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า ทุกบริษัทมีการเผยแพร่ข้อมูลโดยจัดทำเป็นส่วนหนึ่งในรายงานประจำปีของบริษัท และประมาณร้อยละ 82 มีการเผยแพร่กิจกรรมเพื่อสังคมผ่านเว็บไซต์ของบริษัท โดยพบว่ามีเพียงร้อยละ 6.05 เท่านั้น ที่มีการจัดทำรายงานการดำเนินงานด้านสังคมแยกต่างหาก นอกจากนี้ภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลทุกบริษัทจัดทำทั้งรูปแบบภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

จากผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถสรุปผลการศึกษาได้ว่า ขนาดของ บริษัทมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมแตกต่างกันมีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยได้ผลสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ ได้แก่ ความสามารถในการทำกำไร โครงสร้างเงินทุน โครงสร้างของผู้ถือหุ้น ต่างชาติ และ อายุของกิจการ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษารั้งนี้

1. บริษัทจดทะเบียนและบริษัทที่กำลังจะเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ควรให้ความสนใจในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้ครอบคลุมทั้ง 8 แนวปฏิบัติ CSR จากเข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม (CSR Guidelines) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเฉพาะการรายงานเกี่ยวกับนวัตกรรมและการเผยแพร่ข่าวสารนวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจากการศึกษานี้ พบว่าหัวข้อดังกล่าวได้รับการเปิดเผยข้อมูลน้อยที่สุด จึงควรได้รับความสนใจจากบริษัทมากที่สุดขณะนี้ โดยการนำเอาองค์ความรู้ที่มีอยู่หรือที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่นั้นเพื่อพัฒนาไปภาคธุรกิจให้เติบโตมากขึ้น นำไปสู่การสร้างสรรค์ประโยชน์เชิงสังคม และเป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยวิธีการใหม่ที่ไม่เกิดผลเสียหรือผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

2. จากผลการศึกษาพบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของบริษัทกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้าบริษัทมีขนาดใหญ่กว่าจะมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าแต่บริษัทที่มีขนาดเล็กกว่าจะมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมน้อยกว่า จึงต้องให้ความรู้ความเข้าใจแก่บริษัทขนาดเล็กมากขึ้น โดยบริษัทขนาดเล็กไม่ควรนำปัจจัยด้านขนาดมาเป็นอุปสรรคในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กร เนื่องจากในปัจจุบันการจัดทำกิจกรรมเพื่อสังคมนั้นมีหลายด้าน โดยบางเรื่องก็ไม่จำเป็นต้องใช้เงิน หรือบางเรื่องก็เป็นการดำเนินการภายในกิจการที่พึงทำตามปกติอยู่แล้ว (CSR- In- Process) เช่น การดูแลพนักงานเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน การพัฒนาพนักงาน การมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เป็นต้น และการทำ CSR บางเรื่องก็เป็นการดำเนินการ

ที่ใช้ทรัพยากรบุคคลของบริษัทดำเนินการได้ เช่น การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เป็นต้น (ผู้จัดการ 360°รายสัปดาห์, 2552) ดังนั้นแม้จะมีขนาดเล็กก็สามารถจัดทำกิจกรรมเพื่อสังคมในองค์กรได้เช่นเดียวกันกับบริษัทที่มีขนาดใหญ่

3. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรกำหนดมาตรฐานในการเปิดเผยข้อมูล และจัดทำรายงานเพื่อมารับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจนเพื่อให้การเปิดเผยข้อมูลเป็นไปด้วยความสมบูรณ์ มีมาตรฐานเดียวกัน เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าปัจจุบันการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นจึงควรมีการให้ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมแก่บริษัทต่างๆ เพิ่มขึ้น โดยการจัดอบรม รวมทั้งมีการเผยแพร่ให้แพร่หลายมากขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มความรู้ ความเข้าใจแก่บริษัทจดทะเบียนและบริษัทที่กำลังจะเข้าจดทะเบียน รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจจะเริ่มจัดทำรายงานเพื่อมารับผิดชอบต่อสังคมกับองค์กรตนเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2552 เพียงปีเดียวเท่านั้น ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจศึกษาในลักษณะของข้อมูลที่เป็นอนุกรมเวลา (Time series) เพื่อศึกษาถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในช่วงเวลาต่าง ๆ เพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร

2. ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ขนาดของบริษัท ความสามารถในการทำกำไร โครงสร้างเงินทุน โครงสร้างของผู้ถือหุ้นต่างชาติ อายุของกิจการ และประเภทของอุตสาหกรรม ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปอาจจะพิจารณาตัวแปรหรือปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น โครงสร้างของผู้ถือหุ้น มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ (EVA) สภาพคล่องทางการเงิน ประเภทของสำนักงานสอบบัญชี เป็นต้น

3. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเป็นบริษัทที่ได้รับการประเมิน CGR ในปีเดียวกัน ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างบริษัทอื่นๆ เช่น บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) นอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่างเดิม หรืออาจหาความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้ผลจากคะแนนจากการประเมิน CGR ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย เพื่อนำมาศึกษาความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

4. ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจศึกษาเปรียบเทียบการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทยกับประเทศต่างๆ เช่น ประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย หรือประเทศในกลุ่มอาเซียน เนื่องจากกลุ่มประเทศดังกล่าวเริ่มให้ความสนใจในเรื่องการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้น และกำลังมีการพัฒนาไปพร้อม ๆ กับประเทศไทย จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจถึงพัฒนาการและการเติบโตของประเทศเหล่านี้ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะเป็นประโยชน์และแนวทางในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทยต่อไป

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กองบรรณาธิการนิตยสาร BrandAge Essential. 2552. **Super CSR**. กรุงเทพมหานคร: BrandAge.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน. 2551. **เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไอคอนพริ้นติ้ง.

ชลินทร์ รุ่งจำ. 2551. **ความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและองค์ประกอบของคณะกรรมการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัฐวรรณ ศิริธำ. 2550. **ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณรงค์ สกลศิริรัตน์. 2552. **INNOVATIVE PEOPLE** (Online). <http://www.nia.or.th/innolinks/page.php?issue=200903§ion=1>, 3 เมษายน 2553.

ธานินทร์ ศิลปจารุ. 2552. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. กรุงเทพมหานคร: เอส.อาร์. พริ้นติ้ง แมสโปรดักส์.

นิติตโครงการปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาคปกติ รุ่นที่ 25 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2552. **รายงานการสัมมนาเชิงวิชาการ เรื่อง CSR สร้างคุณค่าสู่ธุรกิจไทย**.

ประชาชาติธุรกิจ. 2550. **The Myth of CSR: ตอนที่ 2 ต้นแนวคิดและทฤษฎีของ CSR** (Online). <http://www.edfthai.org/csr/content.asp?cid=1>, 21 ธันวาคม 2552.

ประชาชาติธุรกิจ. 2551. เกาะติดเวที CSR Asia ยิ่งวิกฤต CSR ยิ่งจำเป็น (Online).

http://www.imageplus.co.th/index.php?ds=content_detail&sec=2&type=&id=XaIPHMaDrD0NoBzT, 25 ธันวาคม 2552.

ประชาชาติธุรกิจ. 2552. เจาะลึก CSR Awards 2009 ช่องว่างที่ยังห่างของผู้นำ และผู้ตาม (Online).

<http://www.thaitrainingzone.com/HrdNewsDetail.asp?id=113>, 11 มกราคม 2553.

พร้อมบุญ พานิชภักดิ์. 2552. คอลัมน์ CEO TALK (Online). <http://www.wiseknow.com/blog/2009/05/12/2452/>, 5 กุมภาพันธ์ 2553.

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. 2553. การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Online). http://infopress.co.th/ebook/CSR_ebook.pdf, 3 เมษายน 2553.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. 2550. เหลียวหน้าหลังแลหน้า “ซีเอสอาร์” ปี 2550 (Online). <http://thaicsr.blogspot.com/2007/01/2550.html>, 1 มกราคม 2554.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. 2553. CSR Report สไต์ ISO 26000 (Online). <http://www.csrthailand.net/detail/355>, 20 ธันวาคม 2553.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. 2554. เดินหน้า CSR Report จับตาบริษัทในตลาดหุ้น (Online). <http://www.manager.co.th/mgrweekly/viewnews.aspx?NewsID=9540000021431>, 1 มีนาคม 2554.

ผู้จัดการ 360°รายสัปดาห์. 2552. 4 กลยุทธ์เพิ่มดีกรี CSR สร้างกระแสขับเคลื่อนทั่วประเทศ (Online). <http://thaicsr.blogspot.com/2010/01/2552.html>, 5 ธันวาคม 2553.

มนตรี ช่วยชู. 2539. การเสนอรูปแบบรายงานการบัญชีความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทย : การวิจัยเชิงประจักษ์. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รมณีชัยภัทร แก้วกิริยา, ม.ร.ว. 2551. **บรรษัทภิบาล (ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร).**

กรุงเทพมหานคร: ยูนิเวอร์แซล พับลิชชิง. แปลจาก Kotler, Lee. 2005. **Corporate Social Responsibility Doing the Most Good for Your Company and Your Cause.** Hoboken, N.J.: Wiley.

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. 2549. “CSR กับความปลอดภัย.” วารสาร **Engineering Today**.

กรุงเทพมหานคร: บริษัท เทคโนโลยี มีเดีย จำกัด, 96-97.

ศุกันยา ห้วยผัด. 2550. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการบัญชี, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สถาบันไทยพัฒน์. 2553. **Report CSR** (Online). <http://thaicsr.blogspot.com/2011/02/reporting-csr.html>, 15 สิงหาคม 2553.

สังคีต พิริยะรังสรรค์ และ สุนทร คุณชัยมั่ง. 2551. เอกสารการค้นคว้าประกอบการศึกษาใน หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชนรรมาภิบาล มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม (Online). http://www.imageplus.co.th/index.php?ds=content_detail&sec=1&type=2&id=VdgYkHLirRXV2BxD&page=1, 15 กรกฎาคม 2553.

สตฤณี อาชวานันทกุล. 2552. **มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูล ซีเอสอาร์ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน (ฉบับ)** (Online). <http://www.onopen.com/sarinee/09-03-05/4656>, 5 มีนาคม 2552.

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย. 2552. **CGR Report 2009** (Online). <http://www.thai-iod.com/en/publications-detail.asp?id=63>, 4 เมษายน 2553.

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. 2552. **มิติพื้นฐานของการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน.** (Online). <http://www.qlickbranding.com/learn/chap2/04.html>, 3 สิงหาคม 2553.

เสาวนีย์ ลิขวัฒณ์. 2550. “รายงาน CSR.” วารสาร **สื่อพลัง** 15 (3): 3-6.

- สุมิตรา ตั้งสมวรพงษ์ และ พูนสิทธิ์ ว่องวัชชัย. 2553. แนวทางส่งเสริมการลงทุนของนักลงทุนต่างประเทศในตลาดหุ้นไทย (Online). http://www.set.or.th/setresearch/files/cmresearch/2010.03_CMRI_Research_Paper.pdf, 12 ตุลาคม 2553.
- สุวีณา มั่นจันดา. 2551. การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อนันตชัย ชูประถม. 2550. “เปิดตำนาน CSR พิสูจน์คุณค่าจากภายใน.” เพื่อการเพิ่มผลผลิต. 12 (70): 32-36.
- อลิศรา ผลาวรรณ. 2547. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทกับระดับการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Ahmad, Z., S. Hassan, and J. Mohammad. 2003. “Determinants of environmental reporting in Malaysia.” **International Journal of Business Studies** 11: 69-90.
- Belkaoui, A. and P. G. Karpik. 1989. “Determinants of the corporate decision to disclose social information.” **Accounting, Auditing and Accountability Journal** 2(1): 36-51.
- Crane, A., D. Matten, and L. J. Spence (eds.). 2008. **Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context**. London: Routledge.
- Elsayed, K. 2006. “Reexamining the Expected Effect of Available Resources and Firm Size on Firm Environmental Orientation: An Empirical Study of UK Firms.” **Journal of Business Ethics** 65: 297-308.

- Hackston, D. and M. J. Milne. 1996. "Some determinants of social disclosure practice: a comparative economic analysis." **Accounting, Auditing and Accountability Journal** 9 (1): 77-108.
- Haniffa, R. M. and T. E. Cooke. 2005. "The Impact of Culture and Governance On Corporate Social Reporting." **Journal of Accounting and Public Policy** 24: 391-430.
- Haron, H., I. Ismail., and S. Yahya. 2007. "Factor Influencing Corporate Social Disclosure Practices In Malaysia." In Datuk Dr. Mohd Tap bin Salleb. (ed.). **Corporate Social Responsibility: Our First Look**. 2nd ed. Malaysian Institute of Integrity, 58-87.
- Allouche, J. (ed.). 2006. **Corporate social responsibility**. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Liu, X. and V. Anbumozhi. 2009. "Determinant factors of corporate environmental information disclosure: an empirical study of Chinese listed companies." **Journal of Cleaner Production** 17: 593–600.
- Mohd, P., R. Atan, and S. Zainon. 2007. "Corporate attention to social responsibility disclosure: A study of Malaysian companies." In Datuk Dr. Mohd Tap bin Salleb. (ed.). **Corporate Social Responsibility: Our First Look**. 2nd ed. Malaysian Institute of Integrity, 88-106.
- Stanwick, P. A. and S. D. Stanwick. 1998. "The relationship Between Corporate Social Performance, and Organizational Size, Financial Performance, and Environmental Performance: An Empirical Examination." **Journal Business Ethics** 17: 195-204.
- Ratanajongkol, S., H. Davey., and M. Low. 2006. "Corporate Social Reporting in Thailand: The News is All Good and Increasing." **Qualitative Research in Accounting & Management** 3 (1): 67-83.

Roshima, S., Z. Yuserrie, and H. Hasnah. 2009. "The relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate governance characteristics in Malaysian public listed companies." **Social Responsibility Journal** 5(2): 212-216

Kok, T. K. 2007. "Corporate Social Reporting: Development and Issues." In Datuk Dr. Mohd Tap bin Salleb. (ed.). **Corporate Social Responsibility: Our First Look**. 2nd ed. Malaysian Institute of Integrity, 44-51.

The ACCA-Association of Chartered Certified Accountants. 2010. **Sustainability Reporting: Sustainability Disclosure amongst companies in selected ASEAN member countries and responses from Stakeholders** (Online). <http://www.accaglobal.com/documents/sustainabilityreportingfutur.pdf> , 5 พฤษภาคม 2553.





ภาคผนวก ก

กระดาษทำการ (Working Paper) วัดระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

กระดาษาทำการ (Working Paper) วัดระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม										
รายการ					เปิดเผย	ไม่เปิดเผย				
ส่วนที่ 1 การประเมินจากรายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2552										
หัวข้อที่ 1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี										
1.1 ผลที่ได้จากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย										
ระดับคะแนนที่ได้รับ					4	3	2	1	-	-
ส่วนที่ 2 คะแนนที่ได้จากการวัดระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม หัวข้อที่ 2-6										
หัวข้อที่ 2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม										
2.1 การต่อต้านการทุจริต และการคอร์รัปชัน										
2.1.1 นโยบายหรือจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Conduct) เรื่องการต่อต้านการคอร์รัปชัน เช่น การให้หรือรับของขวัญ หรือประโยชน์อื่นใด การจ่ายสินบนและทุจริต										
2.1.2 หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือหากพบว่ามี ความขัดแย้งทางผลประโยชน์เกิดขึ้น ก็ควรจัดให้มีกระบวนการใกล้เคียงที่เป็นธรรม และมีการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญอย่างครบถ้วน										
2.1.3 การจัดให้มีระบบการบริหารจัดการที่สามารถป้องกันการจ่ายสินบนและทุจริต หรือสามารถตรวจสอบพบได้โดยไม่ชักช้า รวมถึงมีกระบวนการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ พร้อมกับการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญอย่างครบถ้วน (Internal Control)										
2.1.4 ผนวกให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานเห็นความสำคัญของการต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการกรรโชก และการให้สินบนในทุกรูปแบบ										
2.2 การแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี										
2.2.1 นโยบายหรือจรรยาบรรณทางธุรกิจที่ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี หลีกเลี่ยงพฤติกรรมการเล่นพรรคเล่นพวก หรือร่วมสมคบคิด (ฮั้ว) กัน										

รายการ	เปิดเผย	ไม่ เปิดเผย
2.2.2 การดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับกฎหมายการแข่งขันที่เป็น ธรรม และไม่ใช้วิธีการใดๆ ให้ได้มาซึ่งข้อมูลและทำลายชื่อเสียง ของกลุ่มอย่างผิดกฎหมายและขัดต่อจริยธรรม		
2.2.3 ไม่มีข้อพิพาทใด ๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่งทางการค้า		
2.3 การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์		
2.3.1 นโยบายหรือจรรยาบรรณทางธุรกิจในการไม่สนับสนุนการ ดำเนินการที่มีลักษณะเป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือ ลิขสิทธิ์		
2.3.2 มีข้อมูลการจ่ายค่าชดเชยสำหรับทรัพย์สินหรือลิขสิทธิ์ที่เข้าไปถื สิทธิ์หรือมีการนำไปใช้		
หัวข้อที่ 3 การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม		
3.1 การไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน		
3.1.1 กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติในการจัดจ้างแรงงานทั้งพนักงาน และคู่ธุรกิจ ด้วยความเคารพในสิทธิมนุษยชน โดยไม่สนับสนุน การบังคับใช้แรงงาน และต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก เป็นไปตาม ข้อกำหนดตามมาตรฐานสากล และ กฎหมายแรงงานเป็นหลัก		
3.1.2 ให้ความเสมอภาคและเท่าเทียมกันในกลุ่มที่ต้องได้รับการดูแล เป็นพิเศษ เช่น สตรี และคนพิการให้มีส่วนร่วมกับการองค์กร		
3.2 ความปลอดภัย และสุขอนามัยในสถานที่ทำงาน		
3.2.1 นโยบายหรือจรรยาบรรณธุรกิจ ด้านชีวอนามัยและความปลอดภัย ในการทำงานของพนักงาน		
3.2.2 การจัดให้มีระบบการทำงานที่มุ่งเน้นความปลอดภัยและ สุขอนามัยในสถานที่ทำงานอย่างเหมาะสม เช่น การมีระบบ ป้องกันมลพิษที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างปฏิบัติงาน การจัดให้มี สถานที่ทำงานที่สะอาด เพื่อความปลอดภัยจากอันตรายที่อาจ เกิดขึ้นทั้งจากอุบัติเหตุ และ โรคภัย		
3.2.3 การจัดให้ลูกจ้างทุกคนได้รับการฝึกอบรมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน		
3.2.4 รายงานข้อมูลด้านชีวอนามัย และความปลอดภัยอันเนื่องมาจาก การทำงาน เช่น สถิติการเกิดอุบัติเหตุ และการบาดเจ็บจากการ ทำงาน เป็นต้น		

รายการ	เปิดเผย	ไม่เปิดเผย
3.2.5 การได้รับรองมาตรฐานหรือรางวัลที่แสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยในการทำงาน		
3.3 การพัฒนาความรู้และศักยภาพในการทำงาน		
3.3.1 นโยบายในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานในองค์กร เพื่อฝึกฝนทักษะและเพิ่มพูนศักยภาพ เช่น การสนับสนุนการศึกษาต่อ หรือหลักสูตรเพื่อเพิ่มความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career path) ของพนักงาน เป็นต้น		
3.3.2 แผนการส่งเสริมสุขภาพ และความกินดีอยู่ดี เช่น แผนการสร้างอาชีพเสริม แผนการออมเงินวัยเกษียณ เป็นต้น		
3.3.3 ส่งเสริมให้พนักงานมีคุณภาพในการใช้ชีวิตระหว่างการทำงาน และชีวิตส่วนตัว มีการพิจารณาใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง และส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสนำปัญหาประโยชน์ต่อสังคม และปฏิบัติตามหลักธรรมศาสนาต่างๆ อย่างเท่าเทียมกัน		
3.4 จัดให้มีเงื่อนไขการจ้างงานและสวัสดิการที่เป็นธรรมสำหรับพนักงาน และเหมาะสมตามศักยภาพ		
3.4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลตอบแทนรวมของพนักงาน และลักษณะผลตอบแทน เช่น เงินเดือน โบนัส เงินสมทบ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เป็นต้น		
3.4.2 จัดให้มีการดูแลในเรื่องสวัสดิการแก่พนักงานตามสมควร ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิต เช่น การตรวจสุขภาพประจำปีของพนักงาน การรักษาพยาบาลตามความจำเป็นและสมควร การจัดหาที่พักและรถรับส่งพนักงาน การสนับสนุนทุนการศึกษาบุตร เป็นต้น		
3.4.3 จัดให้มีการดูแลในเรื่องสวัสดิการแก่พนักงานตามสมควร โดยการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน เช่น จัดกิจกรรมสันทนาการหรือกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ เป็นต้น		
3.5 ส่งเสริมด้านแรงงานสัมพันธ์		
3.5.1 การให้ข้อมูลสำคัญแก่พนักงานและตัวแทนพนักงาน เพื่อให้ทราบผลการดำเนินงานและสภาพที่แท้จริงขององค์กรธุรกิจ เช่น จำนวนพนักงานของบริษัท ข้อมูลอัตราการหมุนเวียนของพนักงาน การเปลี่ยนแปลงจำนวนพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ		

รายการ	เปิดเผย	ไม่ เปิดเผย
3.5.2 จัดให้มีนโยบายปกป้องพนักงาน ไม่กลั่นแกล้ง หรือลงโทษทางวินัยกับพนักงานที่มีการรายงานอย่างสุจริตต่อผู้บริหารหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวกับการกระทำที่ไม่ถูกต้องที่เกิดขึ้นภายในองค์กรธุรกิจ (Whistle-blower protection)		
3.5.3 การเคารพสิทธิในการแสดงความคิดเห็นของพนักงานซึ่งครอบคลุมถึงการมีอิสระในการให้ความเห็น โดยปราศจากการแทรกแซง การได้รับข้อมูลหรือความคิดเห็นผ่านสื่อต่างๆ รวมทั้งจัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเสรี		
หัวข้อที่ 4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค		
4.1 การผลิตสินค้า/บริการที่ปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพผู้บริโภค		
4.1.1 คุณภาพของการผลิตและให้บริการที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานอุตสาหกรรม หรือมาตรฐานอื่นจากภาครัฐ/เอกชน		
4.1.2 แนวทางการเรียกเก็บคืน การซ่อมบำรุง รับประกัน หรือชดเชยความเสียหายอันเกิดจากความบกพร่องของผลิตภัณฑ์และบริการ		
4.1.3 การรายงานข้อร้องเรียนจากผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์/บริการ		
4.2 การจัดการข้อมูลของผู้บริโภค อย่างมีความรับผิดชอบ		
4.2.1 มีนโยบายการรักษาความลับของลูกค้า โดยจัดเก็บข้อมูลผู้บริโภคอย่างปลอดภัย ไม่ส่งต่อข้อมูลผู้บริโภคให้กับผู้อื่น นอกจากได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคก่อน		
4.2.2 การสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภค		
4.2.3 ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอแก่ผู้บริโภค โดยคำนึงถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคเป็นสำคัญ		
4.2.4 จัดตั้งหน่วยงานหรือช่องทางสื่อสารในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการแก่ผู้บริโภค(Call Center)		
4.3 การผลิตสินค้า/บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		
4.3.1 กระตุ้นให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตเห็นความสำคัญของการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการที่คำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น โดยการนำเสนอนโยบายการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม		

รายการ	เปิดเผย	ไม่เปิดเผย
4.3.2 การผลิตสินค้า/บริการ ภายใต้แนวคิด การลดการใช้ (Reduce) ใช้ซ้ำ (Reuse) และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)		
4.3.3 การดำเนินธุรกิจอย่างใส่ใจต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การเลือกใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน และ น้ำ การบริหารจัดการของเสียจากการผลิต/บริการ ให้เป็นศูนย์หรือเหลือน้อยที่สุด		
4.4 พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการของธุรกิจให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร ควบคู่ไปกับการนำพาสังคมผู้บริโภคให้เป็นสังคมคนดี มีวัฒนธรรมและคุณธรรมที่ยังให้เกิดการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นได้ตลอดไปอย่างยั่งยืน		
4.4.1 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยและการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการหรือบรรพบุรุษภัณฑ์ รวมถึงระบบการจัดการผลิตและบริการที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม		
4.4.2 โครงการหรือแผนงานในอนาคตเกี่ยวกับงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิต/บริการ		
หัวข้อที่ 5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม		
5.1 การปฏิบัติต่อสังคม		
5.1.1 นโยบาย/จรรยาบรรณธุรกิจเกี่ยวกับการร่วมดำเนินกิจกรรมระหว่างองค์กรกับชุมชน		
5.1.2 การสำรวจตรวจสอบสภาพชุมชนและสังคมโดยรอบที่ตั้งของธุรกิจทั้งใกล้และไกลว่าได้รับผลกระทบในทางลบจากการดำเนินการของธุรกิจหรือโครงการที่จะดำเนินการในอนาคตมากน้อยเพียงใด เช่น การจัดโครงการรับฟังความคิดเห็น การจัดกิจกรรมผู้นำชุมชนพบผู้บริหาร เป็นต้น		
5.1.3 การได้รับรางวัลหรือการจัดอันดับด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคม		
5.2 การจัดกิจกรรมหรือให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการศึกษาและวัฒนธรรม		
5.2.1 แผนการดำเนินงาน และกิจกรรมการสนับสนุนการศึกษาให้แก่คนในท้องถิ่น เช่น การให้ทุนการศึกษา การรับนักศึกษาฝึกงาน การให้บุคคลภายนอกเข้าเยี่ยมชมบริษัท การสนับสนุนอุปกรณ์กีฬา และการเรียน เป็นต้น		

รายการ	เปิดเผย	ไม่ เปิดเผย
5.2.2 แผนงาน และกิจกรรมทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น และกิจกรรมการปกป้องหรืออนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในชุมชน โดยการให้ความร่วมมือในการดำเนินงานและกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี จารีตต่างๆ ในชุมชน เช่น การทำนุบำรุงพุทธศาสนา ประเพณีพื้นบ้าน ศิลปกรรม โบราณสถาน และโบราณวัตถุ เป็นต้น		
5.3 การจัดกิจกรรมหรือให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคมด้านการพัฒนาและเข้าถึงเทคโนโลยี		
5.3.1 แผนการดำเนินงาน และกิจกรรมการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างง่ายให้แก่ชุมชน เช่น การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น		
5.3.2 การจัดกิจกรรม หรือการเป็นผู้สนับสนุนในการพัฒนาวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี เช่น การจัดค่ายวิทยาศาสตร์เพื่อเยาวชน, การสนับสนุนโครงการการแข่งขันหรือสัมมนาเชิงวิชาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น		
5.4 การจัดกิจกรรมหรือให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคมด้านการสร้างรายได้และความมั่งคั่ง		
5.4.1 การจัดกิจกรรมสร้างอาชีพ เพิ่มรายได้แก่ชุมชน เช่น การส่งเสริมให้พนักงานบริษัทสินค้าที่ผลิตในชุมชน การเข้าร่วมกับหน่วยงานราชการ หรือท้องถิ่น จัดหลักสูตรพัฒนาฝีมือแรงงาน และอาชีพในชุมชน เป็นต้น		
5.4.2 โปรแกรมการสนับสนุนการส่งเสริมหรือจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน เช่น การจัดตั้งสหกรณ์ชุมชน เป็นต้น		
5.5 การจัดกิจกรรมหรือให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคมด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี		
5.5.1 โครงการสนับสนุนการมีสุขภาพที่ดีของพนักงาน และชุมชน เช่น โครงการตรวจสุขภาพ การทำฟัน การให้วัคซีน การจัดลานกีฬา จัดทำสื่อหรือจัดวิทยากรร่วมให้ข้อมูลด้านสุขภาพ โรคอันตราย ตามสภาพท้องถิ่น การจัดหาผ้าสะอาดหรือประปาชุมชน เป็นต้น		
5.5.2 การสนับสนุนในกิจกรรมที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว		

รายการ	เปิดเผย	ไม่ เปิดเผย
5.5.3 ร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมในชุมชนและสังคมให้น่าอยู่ โดยสนับสนุนให้ชุมชนและสังคมมีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานต่างๆ อย่างเพียงพอ เช่น สถานพยาบาล สถานศึกษา ถนน เป็นต้น		
5.5.4 สนับสนุนและมีส่วนร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์สาธารณะ กิจกรรมอาสา และสาธารณกุศล เช่น การจัดการส่งเสริมการทำ ความดี ต่อต้านยาเสพติด ช่วยเหลือผู้ประสบภัยต่าง ๆ เป็นต้น		
5.6 การลงทุนด้านสังคม		
5.6.1 การจัดตั้งคณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อส่งเสริมและพัฒนา กิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท		
5.6.2 ข้อมูลทางการเงินที่ใช้ไปเพื่อลงทุนพัฒนาและสนับสนุนสังคม และชุมชน		
5.6.3 การติดตามและประเมินผลความสำเร็จและคุณภาพของโครงการ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม		
หัวข้อที่ 6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม		
6.1 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและระบบ สาธารณสุขแก่พนักงานและสาธารณชน		
6.1.1 วัตถุประสงค์ และการจัดตั้งบริษัท เป้าหมายการดำเนินงานและ กลยุทธ์ของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม		
6.1.2 การรายงานผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอันเนื่องจากการดำเนินงาน ของบริษัท เช่น มลพิษทางอากาศ น้ำเสีย มลพิษทางกลิ่นและเสียง ปริมาณสารพิษและของเสียที่ปล่อยออกสู่ภายนอก		
6.1.3 ข้อพิพาทหรือการถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม		
6.2 การจัดให้มีระบบการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม		
6.2.1 ดำเนินมาตรการที่จะป้องกันของเสียและมลพิษโดยการใช้การ จัดการและมลพิษอย่างเหมาะสม เช่น การลดของเสียจาก แหล่งกำเนิด, การนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ การนำของเสียมาเข้า กระบวนการรีไซเคิล การนำของเสียกลับมาใช้ในกระบวนการ ผลิต การบำบัดของเสียก่อนปล่อยออกสู่ภายนอก และการกำจัด ของเสียโดยไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น		

รายการ	เปิดเผย	ไม่ เปิดเผย
6.2.2 การติดตามและประเมินผลการดำเนินการที่มีต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ		
6.2.3 จัดเตรียมแผนฉุกเฉินเพื่อจัดการกับปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งจัดให้มีระบบการรายงานต่อหน่วยงานกำกับดูแลทันทีที่เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว		
6.3 การพัฒนาเทคโนโลยีการจัดการผลิตและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		
6.3.1 การใช้เทคโนโลยีและขั้นตอนการผลิตที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการลดปริมาณและการบำบัดมลพิษก่อนปล่อยสู่ธรรมชาติ เช่น Green Technology Clean Technology การเลือกใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น		
6.3.2 ข้อมูลทางการเงินที่ใช้ไปเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีมาตรฐาน และการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม		
6.4 การปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและรางวัลจากการประเมินโดยหน่วยงานภายนอก		
6.4.1 การได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม		
6.4.2 รางวัลหรือประกาศนียบัตรการรับรองด้านสิ่งแวดล้อม		
6.5 การส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ		
6.5.1 การปลูกจิตสำนึกของพนักงานและชุมชน ให้เห็นคุณค่าของการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และคุ้มค่าที่สุด เช่น การมีมาตรการประหยัดพลังงาน และการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่		
6.5.2 รายงานปริมาณการใช้พลังงาน น้ำ ทรัพยากรธรรมชาติที่มีการนำมาใช้ในกิจกรรมการผลิตและบริการ		
6.5.3 ทดแทนแหล่งทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไปด้วยแหล่งทรัพยากรอื่นที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้และมีผลกระทบต่ำ		
6.6 การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่พนักงานและชุมชนในเรื่องสิ่งแวดล้อม		
6.6.1 การให้ความรู้และฝึกอบรมพนักงานในเรื่องสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และสาธารณสุข		
6.6.2 การส่งเสริมกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของชุมชนและสังคม เช่น การปลูกป่าในชุมชน กิจกรรมสร้างจิตสำนึกรักและดูแลสิ่งแวดล้อมของชุมชนและสังคม เป็นต้น		

รายการ	เปิดเผย	ไม่ เปิดเผย
หัวข้อที่ 7 นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม		
7.1 การสำรวจองค์กรเพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาไปสู่การค้นพบนวัตกรรมทางธุรกิจ		
7.1.1 การสำรวจกระบวนการต่างๆ ของธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันว่าก่อให้เกิดความเสี่ยงหรือผลกระทบในทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมหรือไม่ อย่างไร		
7.1.2 ศึกษาแนวทางแก้ไขเพื่อลดผลกระทบในทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่เกิดจากกระบวนการทำงาน โดยการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางธุรกิจที่มีประโยชน์ขึ้น เริ่มจาก Process Innovation หรือ Product Innovation หรือ Service Innovation		
7.2 การเปิดเผยนวัตกรรมที่ค้นพบในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อเองและต่อการพัฒนาชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม		
7.2.1 ดำเนินการเผยแพร่ผลงานและความสำเร็จด้านนวัตกรรม ทั้งในรูปแบบการจัดประชุม นิทรรศการ และการประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวด้านนวัตกรรมในธุรกิจและผู้ประกอบการรายอื่นได้ปฏิบัติตาม		
7.2.2 ดำเนินการเผยแพร่ผลงานและความสำเร็จด้านนวัตกรรม ในรูปแบบของสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวด้านนวัตกรรมในธุรกิจและผู้ประกอบการรายอื่นได้ปฏิบัติตาม		
7.3 หมั่นวิเคราะห์แนวทางแก้ไขปัญหา ตลอดจนพัฒนานวัตกรรมตลอดเวลา โดยเป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องอย่างไม่หยุดนิ่ง		
7.3.1 สนับสนุนการยกระดับทักษะความสามารถด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ ได้แก่ การจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญ การจัดการประชุมสัมมนา การพัฒนาความรู้ และแรงจูงใจในการสร้างสรรค์ผลงานของคนในองค์กร		
7.3.2 การจัดทำแผนงานและเงินทุนสนับสนุนการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมโครงการใหม่ๆ ในองค์กร		
7.3.3 รางวัลที่ได้รับจากการพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม		

ส่วนที่ 3 การสำรวจรูปแบบการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

หัวข้อที่ 8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

8.1 รูปแบบการเผยแพร่การดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทต่อสาธารณชน

- ☐ เผยแพร่ในรายงานประจำปีของบริษัท
- ☐ จัดทำเป็นรายงานเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม (CSR Report)
- ☐ เผยแพร่การดำเนินงานเพื่อสังคมผ่านเว็บไซต์ของบริษัท
- ☐ อื่น ๆ.....

8.2 ภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทต่อสาธารณชน

- ☐ ภาษาไทย
- ☐ ภาษาอังกฤษ
- ☐ อื่น.....

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

1. ขนาดของบริษัท
 1. มูลค่าสินทรัพย์รวม = _____ บาท
2. ความสามารถในการทำกำไร
 1. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = _____
3. โครงสร้างเงินทุน
 1. อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน = _____
4. โครงสร้างของผู้ถือหุ้น
 1. สัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติ = _____ %
5. อายุของกิจการ
 1. อายุของกิจการ = _____ ปี
6. ประเภทของอุตสาหกรรม

☐ เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

☐ สินค้าอุปโภคบริโภค

☐ วัสดุก่อสร้างและสินค้าอุตสาหกรรม

☐ อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

☐ ทรัพยากร

☐ บริการ

☐ เทคโนโลยี



ภาคผนวก ข

ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการวัดมูลค่าตัวแปรอิสระ

ตารางผนวกที่ 1 ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการวัดมูลค่า
ตัวแปรอิสระ (เรียงตามชื่อย่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดานทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPST R	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
1	ADVANC	4	16.98	20.98	0.68	125025.73	23.00	0.74	42.69	18	7
2	AFC	2	1.45	3.45	0.11	982.74	0.32	0.05	3.65	34	2
3	AH	2	10.72	12.72	0.41	9545.46	-2.46	1.22	41.77	7	3
4	AHC	3	5.68	8.68	0.28	970.96	6.51	0.37	3.82	17	6
5	AIT	2	4.12	6.12	0.20	1944.21	30.18	0.89	5.04	6	7
6	AKR	3	4.95	7.95	0.26	2272.22	-26.96	2.03	0.23	3	5
7	AMATA	3	11.00	14.00	0.45	12982.38	8.37	1.24	25.44	12	4
8	AOT	3	14.13	17.13	0.55	146143.21	0.96	0.98	19.92	5	6
9	AP	3	4.83	7.83	0.25	19006.81	25.00	1.32	25.23	17	4
10	APRINT	2	5.87	7.87	0.25	2081.29	13.10	0.20	9.65	17	6
11	APURE	2	1.42	3.42	0.11	694.01	11.30	0.68	1.56	16	1
12	ASIA	2	8.53	10.53	0.34	4576.41	6.80	0.76	3.27	20	6

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
13	ASIMAR	4	11.22	15.22	0.49	819.10	-26.96	2.84	1.53	13	6
14	BAFS	4	12.22	16.22	0.52	6843.56	14.79	1.14	22.03	7	5
15	BANPU	4	17.13	21.13	0.68	101416.77	28.04	0.81	40.00	20	5
16	BAT-3K	2	2.50	4.50	0.15	3206.41	21.53	1.07	24.25	14	3
17	BCP	4	18.97	22.97	0.74	53891.00	33.00	1.08	6.50	15	5
18	BEC	3	7.37	10.37	0.33	8791.150	35.83	0.20	26.66	13	6
19	BECL	4	10.35	14.35	0.46	42750.84	10.10	1.43	22.38	14	6
20	BGH	3	9.05	12.05	0.39	30358.71	13.00	1.06	9.77	18	6
21	BH	3	11.77	14.77	0.48	8566.99	24.10	0.57	39.77	20	6
22	BIGC	3	8.13	11.13	0.36	36698.27	15.80	0.94	48.9	17	6
23	BLAND	2	5.65	7.65	0.25	38675.81	7.26	0.31	34.64	17	4
24	BLISS	2	3.25	5.25	0.17	342.73	-460.66	26.62	2.18	5	7
25	BMCL	3	15.08	18.08	0.58	42750.84	-27.44	3.54	5.53	3	6

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
26	BROCK	2	5.42	7.42	0.24	1246.10	1.49	0.03	0.02	3	4
27	BSBM	2	9.07	11.07	0.36	2291.90	5.98	0.18	30.90	4	4
28	BWG	3	13.87	16.87	0.54	1038.36	-6.92	0.59	2.34	2	6
29	CCET	3	11.60	14.60	0.47	46604.78	8.44	1.92	33.97	8	7
30	CCP	2	2.50	4.50	0.15	2537.73	-45.16	9.54	0.15	6	4
31	CENTEL	3	9.33	12.33	0.40	19816.99	2.50	2.27	8.59	19	6
32	CI	1	3.27	4.27	0.14	3463.20	-6.24	2.08	0.29	7	4
33	CK	3	10.67	13.67	0.44	29469.86	1.63	4.34	4.92	14	4
34	CM	3	7.53	10.53	0.34	1305.48	17.4	0.08	42.18	16	1
35	CMR	2	3.25	5.25	0.17	2772.52	4.73	0.88	0	15	6
36	CPALL	3	10.32	13.32	0.43	44441.46	28.10	1.24	34.81	6	6
37	CPF	3	18.92	21.92	0.71	115698.28	20.27	1.10	19.16	22	1
38	CPH	1	2.08	3.08	0.10	1155.77	0.95	0.21	1.84	17	2

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
39	CPL	2	6.43	8.43	0.27	1104.51	9.48	0.16	20.41	15	2
40	CPN	4	14.87	18.87	0.61	50895.45	29.85	1.68	24.34	14	4
41	CSC	3	4.70	7.70	0.25	2089.22	12.36	0.30	47.05	32	3
42	CSL	3	9.67	12.67	0.41	1982.73	28.83	0.89	19.67	5	7
43	CTW	2	3.07	5.07	0.16	4735.50	8.85	0.35	48.78	34	3
44	DCC	2	8.22	10.22	0.33	3632.31	38.5	0.34	13.15	17	4
45	DELTA	3	11.07	14.07	0.45	27077.91	12.70	0.53	90.12	14	7
46	DRT	4	10.75	14.75	0.48	2347.75	24.46	0.47	0.77	4	4
47	DSGT	2	2.08	4.08	0.13	2241.89	24.79	0.79	75.98	3	2
48	DTAC	2	11.98	13.98	0.45	100079.90	10.86	0.60	48.91	2	7
49	EASON	2	7.35	9.35	0.30	669.76	14.13	0.40	0.03	4	3
50	EASTW	3	13.28	16.28	0.53	9147.78	12.96	0.44	20.2	12	5
51	EE	3	7.15	10.15	0.33	1544.49	-4.22	0.01	0.01	17	1

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
52	EGCO	4	20.00	24.00	0.77	62919.69	13.99	0.02	44.57	14	5
53	EIC	3	4.95	7.95	0.26	638.39	-4.48	0.03	1	6	7
54	EPCO	2	4.90	6.90	0.22	682.51	16.68	0.13	15.24	16	6
55	ERAWAN	4	10.37	14.37	0.46	13288.82	-6.49	2.76	16.75	21	6
56	ESTAR	2	1.83	3.83	0.12	4297.08	0.46	0.03	0.58	15	4
57	FANCY	1	2.08	3.08	0.10	1506.80	5.78	0.03	28	15	2
58	GC	4	3.03	7.03	0.23	828.09	25.82	1.10	0.28	4	3
59	GENCO	3	7.48	10.48	0.34	1266.82	-7.19	0.25	1	9	6
60	GFPT	3	4.57	7.57	0.24	8165.87	25.62	0.79	6.09	17	1
61	GLOW	3	9.57	12.57	0.41	84486.86	13.44	1.63	44.33	4	5
62	GRAMMY	3	8.12	11.12	0.36	6925.82	17.16	0.99	22.07	14	6
63	GSTEEL	4	16.47	20.47	0.66	56332.03	-44.42	1.09	14.42	3	3
64	GYT	2	1.70	3.70	0.12	3627.31	8.09	0.36	66.79	31	3

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
65	HANA	3	11.02	14.02	0.45	15810.91	16.00	0.22	77.2	16	7
66	HEMRAJ	4	11.70	15.70	0.51	13680.67	6.00	0.65	47.63	17	4
67	HMPRO	3	5.67	8.67	0.28	13866.03	22.34	1.63	17.00	8	6
68	ICC	4	12.60	16.60	0.54	13917.65	5.69	0.18	2.66	31	2
69	IFEC	3	9.85	12.85	0.41	769.30	14.77	0.56	0.10	21	2
70	IHL	2	1.50	3.50	0.11	1664.85	14.65	1.24	15.00	4	3
71	INET	3	5.98	8.98	0.29	785.32	2.00	0.29	3.46	8	7
72	IRPC	4	15.97	19.97	0.64	114194.31	7.68	0.59	6.55	14	5
73	ITD	2	6.03	8.03	0.26	53982.42	-15.79	3.70	7.15	15	4
74	JCT	2	1.83	3.83	0.12	667.70	16.85	0.09	0.66	19	2
75	JUTHA	2	7.57	9.57	0.31	2239.79	10.69	2.59	2.72	20	6
76	KCE	3	11.10	14.10	0.45	8807.77	6.92	2.55	8.59	21	7
77	KDH	3	6.07	9.07	0.29	311.13	-7.43	0.20	0.28	20	6

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
78	KH	2	4.42	6.42	0.21	4781.15	24.63	0.48	2.38	5	6
79	KSL	4	10.83	14.83	0.48	24307.30	7.77	1.51	6.54	4	1
80	KWC	3	5.65	8.65	0.28	459.82	9.42	0.40	3.03	29	6
81	KWH	2	6.70	8.70	0.28	1070.40	0.23	1.01	66.54	13	4
82	KYE	2	10.45	12.45	0.40	4239.35	28.88	0.45	42.87	15	2
83	LANNA	3	11.62	14.62	0.47	4350.55	28.94	0.62	7.73	15	5
84	LEE	2	7.62	9.62	0.31	2329.11	15.29	0.12	4.86	19	1
85	LH	3	6.58	9.58	0.31	46920.41	15.00	0.72	29.75	20	4
86	LPN	3	14.18	17.18	0.55	8088.04	27.86	0.54	37.26	15	4
87	LRH	2	7.42	9.42	0.30	21700.43	0.73	0.31	48.99	16	6
88	LST	3	4.20	7.20	0.23	4796.51	15.20	1.11	42.09	13	1
89	MAJOR	2	9.07	11.07	0.36	11269.15	1.67	1.52	28.60	7	6
90	MAKRO	3	9.60	12.60	0.41	22921.58	17.7	1.62	27.09	15	6

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
91	MANRIN	1	0.33	1.33	0.04	530.8	-5.56	0.06	1.38	18	6
92	MBK	3	14.85	17.85	0.58	29143.16	10.77	1.02	20.14	13	4
93	MCOT	3	9.90	12.90	0.42	9692.64	19.00	0.29	4.38	5	6
94	MCS	1	4.12	5.12	0.17	3443.54	33.31	0.80	28.97	4	4
95	METRO	2	4.67	6.67	0.22	2838.62	-17.49	1.62	0.03	4	4
96	MFEC	3	6.70	9.70	0.31	2019.52	14.05	1.72	1.86	6	7
97	MILL	2	8.92	10.92	0.35	6716.13	8.43	1.96	2.65	2	4
98	MINT	3	10.98	13.98	0.45	28270.82	11.50	1.45	27.88	21	1
99	MJD	1	3.15	4.15	0.13	8307.98	16.97	2.47	3.48	2	4
100	MK	3	6.93	9.93	0.32	5986.96	12.09	0.30	17.96	19	4
101	MODERN	3	7.87	10.87	0.35	3171.05	11.80	0.24	22.78	19	2
102	MSC	3	4.87	7.87	0.25	2004.91	5.95	0.77	0.53	13	7
103	NCH	4	7.10	11.10	0.36	2995.07	2.75	0.47	0.17	5	4

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
104	NEP	2	3.87	5.87	0.19	838.65	11.68	0.36	5.09	22	3
105	NIPPON	2	5.73	7.73	0.25	368.47	-2.39	0.32	6.59	22	3
106	NMG	3	6.17	9.17	0.30	3308.19	-5.95	3.12	9.11	21	6
107	NWR	3	1.33	4.33	0.14	4568.68	6.56	2.06	0.60	14	4
108	OCC	3	8.60	11.60	0.37	690.70	14.25	0.31	4.53	22	2
109	OGC	3	7.03	10.03	0.32	3094.68	-0.08	1.03	7.81	16	2
110	OHTL	2	1.17	3.17	0.10	2618.76	10.61	1.18	49.00	21	6
111	OISHI	3	9.77	12.77	0.41	3471.80	32.01	0.49	5.36	5	1
112	PF	3	6.08	9.08	0.29	14476.74	5.91	1.12	19.10	16	4
113	PG	3	12.80	15.80	0.51	1424.69	10.77	0.14	0.75	21	2
114	PLE	2	0.83	2.83	0.09	9540.04	-62.23	4.28	3.00	7	4
115	POST	3	3.12	6.12	0.20	1852.39	-12.60	1.38	30.00	25	6
116	PRANDA	3	10.43	13.43	0.43	4268.39	8.98	0.49	22.86	19	2

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
117	PRG	2	9.72	11.72	0.38	5154.85	6.45	0.42	1.01	16	1
118	PRIN	2	4.92	6.92	0.22	5818.07	17.10	0.93	3.98	4	4
119	PRO	2	6.28	8.28	0.27	1042.73	-92.58	1.43	28.27	5	6
120	PS	3	10.70	13.70	0.44	18871.07	31.00	0.45	7.10	4	4
121	PSL	3	12.43	15.43	0.50	22140.13	18.29	0.29	44.30	16	6
122	PTT	4	20.17	24.17	0.78	1103589.72	12.82	1.22	16.30	8	5
123	PTTAR	4	16.92	20.92	0.67	154609.142	16.22	1.56	11.30	2	5
124	PTTCH	4	18.67	22.67	0.73	160250.92	6.90	0.59	12.75	4	3
125	PTTEP	4	11.80	15.80	0.51	300710.61	15.99	1.10	21.30	16	5
126	Q-CON	2	5.83	7.83	0.25	2019.26	1.69	0.58	0.80	5	4
127	QH	3	6.67	9.67	0.31	28257.81	14.30	1.26	30.14	18	4
128	RASA	3	4.45	7.45	0.24	1200.18	12.62	1.05	0	2	4
129	RATCH	4	15.93	19.93	0.64	69341.82	15.77	0.56	14.29	9	5

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
130	RCI	3	5.53	8.53	0.28	1282.12	-15.39	1.27	2.19	20	4
131	RCL	3	2.37	5.37	0.17	27145.77	0.55	1.35	23.96	21	6
132	ROBINS	3	10.32	13.32	0.43	10608.22	15.54	0.56	32.52	17	6
133	ROCK	2	5.03	7.03	0.23	640.04	-1.87	1.74	6.38	15	2
134	ROJNA	3	5.83	8.83	0.28	20739.18	10.52	1.76	38.01	14	4
135	RS	3	5.98	8.98	0.29	1703.63	13.63	2.07	2.28	6	6
136	S&J	3	10.62	13.62	0.44	2991.83	12.24	0.55	1.67	21	2
137	S&P	3	8.70	11.70	0.38	2754.05	14.60	0.35	6.03	20	1
138	SAMART	4	10.72	14.72	0.47	15518.51	12.03	2.12	21.71	16	7
139	SAMCO	3	1.83	4.83	0.16	2686.65	6.04	0.52	9.05	16	4
140	SAMTEL	4	9.68	13.68	0.44	5991.26	20.62	2.80	0.08	13	7
141	SAT	4	12.97	16.97	0.55	6191.91	11.58	1.16	14.50	4	3
142	SC	4	8.57	12.57	0.41	10855.73	12.94	0.76	5.86	6	4

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
143	SCC	4	23.58	27.58	0.89	315991.87	25.40	1.40	25.00	34	4
144	SCCC	2	18.33	20.33	0.66	24349.62	17.99	0.49	48.28	32	4
145	SCP	2	4.20	6.20	0.20	915.99	9.27	1.43	3.19	18	4
146	SEAFCO	2	7.03	9.03	0.29	1640.12	8.00	1.51	0.11	5	4
147	SE-ED	4	12.27	16.27	0.52	2125.39	32.24	1.86	17.40	18	6
148	SFP	2	3.08	5.08	0.16	2734.01	7.16	0.20	10.75	24	1
149	SHANG	2	5.20	7.20	0.23	6583.90	-2.72	0.22	48.41	19	6
150	SHIN	3	6.87	9.87	0.32	61540.17	18.00	0.36	43.08	19	7
151	SIAM	1	8.70	9.70	0.31	3209.26	2.12	0.47	5.29	17	2
152	SIM	4	9.15	13.15	0.42	6138.98	5.02	1.60	24.68	6	7
153	SINGER	3	5.33	8.33	0.27	1936.67	7.00	2.62	43.48	25	6
154	SIRI	3	3.83	6.83	0.22	25374.66	15.88	1.51	25.55	13	4
155	SIS	4	8.80	12.80	0.41	2983.26	26.40	1.99	50.33	5	7

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
156	SITHAI	3	7.13	10.13	0.33	7720.50	1.15	0.54	7.72	18	2
157	SMIT	2	2.03	4.03	0.13	2010.86	2.93	0.47	2.76	4	3
158	SNC	4	9.70	13.70	0.44	2534.23	7.98	0.49	29.49	5	3
159	SORKON	1	3.20	4.20	0.14	999.99	14.73	2.99	0.22	16	1
160	SPACK	2	3.92	5.92	0.19	1112.92	14.48	0.29	0.05	5	3
161	SPALI	3	9.67	12.67	0.41	15189.91	32.00	0.94	17.91	16	4
162	SPORT	1	0.83	1.83	0.06	1167.56	6.00	0.98	0.21	13	6
163	SPSU	3	5.00	8.00	0.26	2559.42	-5.81	0.25	4.44	13	3
164	SSC	3	9.78	12.78	0.41	9765.76	5.50	0.53	43.56	34	1
165	SSF	3	2.00	5.00	0.16	2427.37	14.20	0.23	5.93	20	1
166	SSI	4	16.38	20.38	0.66	42773.25	7.72	1.41	26.51	15	3
167	SSSC	2	4.93	6.93	0.22	3776.55	6.80	1.07	40.72	13	3
168	SST	2	9.07	11.07	0.36	716.04	10.57	0.37	0.02	22	6

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
169	STANLY	3	8.72	11.72	0.38	7933.06	9.53	0.16	47.10	18	3
170	STEC	3	7.27	10.27	0.33	8799.70	6.89	0.95	25.82	17	4
171	STPI	3	2.48	5.48	0.18	6370.05	60.17	1.52	8.98	13	4
172	SUSCO	3	9.68	12.68	0.41	1871.87	8.88	0.40	0.50	19	5
173	SVH	2	3.42	5.42	0.17	6567.45	11.71	0.37	0.09	19	6
174	SVI	3	8.70	11.70	0.38	3984.61	23.20	1.02	5.57	20	7
175	SYNTEC	3	3.18	6.18	0.20	4594.08	16.28	1.10	4.94	16	4
176	TASCO	3	10.27	13.27	0.43	12513.83	18.92	3.39	36.10	18	4
177	TCB	2	4.68	6.68	0.22	9272.06	8.34	0.36	44.49	19	3
178	TCC	1	3.95	4.95	0.16	374.25	-16.75	0.06	4.54	18	5
179	TCP	3	9.47	12.47	0.40	6029.77	4.04	0.18	0.01	13	3
180	TF	3	5.45	8.45	0.27	8506.65	17.57	0.14	21.25	31	1
181	TFD	3	7.37	10.37	0.33	3002.42	2.56	1.98	0.05	18	4

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
182	THAI	3	12.30	15.30	0.49	271694.09	14.80	4.10	7.92	18	6
183	THCOM	4	6.25	10.25	0.33	27403.28	-3.00	0.75	4.84	15	7
184	TICON	2	3.58	5.58	0.18	11109.07	13.27	1.22	11.03	7	4
185	TIPCO	4	8.20	12.20	0.39	4670.42	10.40	1.35	11.77	20	1
186	TIW	3	6.73	9.73	0.31	979.63	5.65	0.16	43.60	16	4
187	TKS	2	5.07	7.07	0.23	1957.90	7.14	1.64	5.61	6	7
188	TLUXE	2	7.93	9.93	0.32	1192.05	9.43	0.33	26.28	15	1
189	TMT	2	6.42	8.42	0.27	2935.72	14.49	0.70	5.08	4	3
190	TNL	3	9.62	12.62	0.41	2943.55	5.89	0.10	0.38	22	2
191	TOP	4	15.38	19.38	0.63	137744.70	16.83	0.92	13.29	5	5
192	TPC	3	14.05	17.05	0.55	21520.68	13.90	0.61	4.74	25	3
193	TPP	2	6.42	8.42	0.27	732.86	2.54	0.06	15.93	19	3
194	TRU	3	7.18	10.18	0.33	2581.42	-4.66	0.10	9.50	15	3

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดาษทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
195	TRUBB	1	0.00	1.00	0.03	4615.80	13.09	3.92	3.53	18	1
196	TRUE	3	10.03	13.03	0.42	116420.99	15.93	9.94	14.02	16	7
197	TSTE	3	10.73	13.73	0.44	2260.73	7.80	0.50	0.12	19	6
198	TSTH	3	13.47	16.47	0.53	24837.07	0.49	0.55	78.38	7	4
199	TTA	4	11.07	15.07	0.49	47623.74	2.54	0.52	22.98	14	6
200	TUF	2	13.47	15.47	0.50	35869.94	21.79	0.95	41.22	15	1
201	TVO	3	8.70	11.70	0.38	9179.71	31.46	0.78	1.64	19	1
202	TWFP	2	4.73	6.73	0.22	970.01	27.40	0.19	35.69	20	1
203	TYM	3	4.67	7.67	0.25	1978.54	0.54	1.26	0	2	4
204	UMI	3	7.90	10.90	0.35	2349.31	10.04	0.87	0.16	20	4
205	UNIQ	3	8.12	11.12	0.36	4831.70	9.58	2.22	4.00	2	4
206	UP	3	10.15	13.15	0.42	732.42	2.36	0.34	0.65	32	3
207	UPF	2	7.85	9.85	0.32	587.82	30.59	0.39	3.48	31	2

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายชื่อบริษัท	คะแนนจากกระดานทำการ			CSDI	SIZE (ล้านบาท)	PROFIT	CAPSTR	FOROWN (%)	AGE (ปี)	TYPE
		ส่วนที่ 1	ส่วนที่ 2	รวม (เต็ม 31 คะแนน)							
208	UPOIC	3	6.45	9.45	0.30	1024.22	18.39	0.10	0.46	18	1
209	UT	2	0.50	2.50	0.08	1024.05	-4.49	0.57	1.14	29	2
210	UTP	2	0.50	2.50	0.08	1827.16	0.36	0.49	2.86	5	3
211	UV	3	4.07	7.07	0.23	3763.65	0.40	0.76	16.80	21	4
212	VNT	3	13.00	16.00	0.52	15290.94	7.13	0.08	52.72	14	3
213	WACOAL	3	13.18	16.18	0.52	5279.87	7.58	0.11	35.73	26	2
214	WAVE	3	5.45	8.45	0.27	533.31	-2.33	0.14	0.13	15	6
215	WORK	2	9.18	11.18	0.36	1137.74	7.15	0.12	0.04	5	6

โดย	CSDI	=	ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม
	SIZE	=	ขนาดของบริษัท (สินทรัพย์รวม ณ 31 ธ.ค. 52)
	PROFIT	=	ความสามารถในการทำกำไร (อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น)
	CAPSTR	=	โครงสร้างเงินทุน (อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น)

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

FOROWN	=	โครงสร้างผู้ถือหุ้นต่างชาติ (สัดส่วนจำนวนหุ้นที่ถือโดยผู้ถือหุ้นต่างชาติต่อจำนวนหุ้นทั้งหมด)
AGE	=	อายุของกิจการ (ระยะเวลาจำนวนปีนับตั้งแต่ปีที่จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน จนถึงปี 2552)
TYPE	=	ประเภทอุตสาหกรรมสามารถแทนค่าได้ 7 ประเภท ดังนี้
1	=	กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร
2	=	กลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค
3	=	กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม
4	=	กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง
5	=	กลุ่มทรัพยากร
6	=	กลุ่มบริการ
7	=	กลุ่มเทคโนโลยี



ภาคผนวก ค
การตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ
(Multiple Regression Analysis)

การตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุจะต้องทำการตรวจสอบเงื่อนไขการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) ดังต่อไปนี้

1. ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเป็นศูนย์ นั่นคือ $E(e) = 0$

การหาค่า a และ b โดยทำให้ผลบวกกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมีค่าต่ำสุด จะทำให้ $\sum e_i = 0$ เนื่องจากค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อน $\frac{\sum e_i}{n} = 0 = 0$

ดังนั้นเงื่อนไขข้อนี้จึงเป็นจริงเสมอ

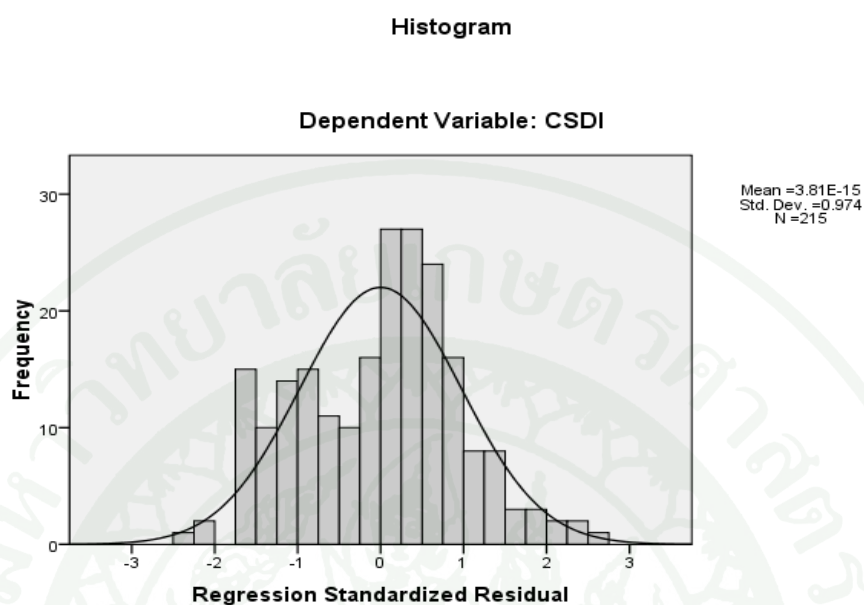
2. ความคลาดเคลื่อน e เป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ

ทดสอบการแจกแจงแบบปกติโดยใช้สถิติทดสอบ Kolmogorov – Smirnov Test (K – S Test) เป็นการเปรียบเทียบค่าฟังก์ชันการแจกแจงสะสมของข้อมูลตัวอย่างกับค่าฟังก์ชันการแจกแจงสะสมของข้อมูลภายใต้สมมติฐานว่า ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ ถ้าค่าความแตกต่างต่ำแสดงว่าการแจกแจงเป็นปกติ โดยมีสมมติฐานของการทดสอบคือ

H_0 : ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

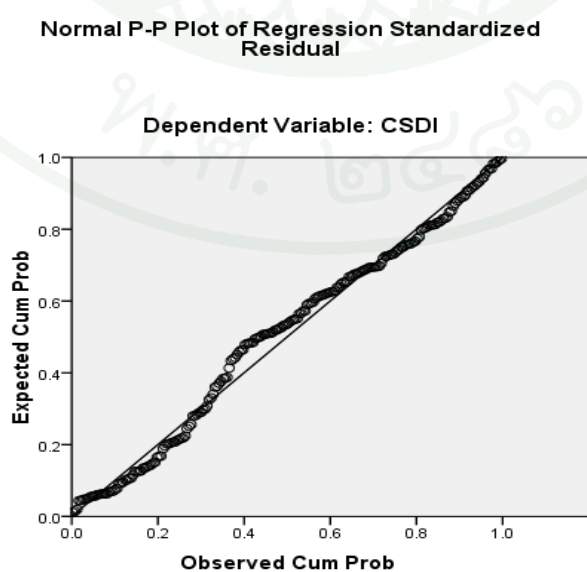
H_1 : ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ

ผลการทดสอบจะพิจารณาได้จากค่า Sig. ถ้าค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานนี้ แสดงว่า ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ จากผลการทดสอบการแจกแจงของดัชนีการเปิดเผยข้อมูล พบว่า มีค่าเท่ากับ Sig. 0.039 แสดงว่าค่าคลาดเคลื่อนไม่มีการแจกแจงแบบปกติ ดังนั้นจึงต้องตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลเชิงปริมาณโดยพิจารณาจาก Histogram ของค่าความคลาดเคลื่อนดังภาพผนวกที่ 1 นี้



ภาพผนวกที่ 1 Histogram ของค่าความคลาดเคลื่อน

เมื่อพิจารณา Histogram ของค่าความคลาดเคลื่อนในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของดัชนีการเปิดเผยข้อมูลจะเห็นว่าค่อนข้างมีความสมมาตร จึงถือได้ว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติหรือใกล้เคียงแบบปกติ นอกจากนี้เพื่อความแม่นยำจึงมีการพิจารณารูป Normal Probability Plot ของค่าความคลาดเคลื่อนดังภาพผนวกที่ 2 นี้

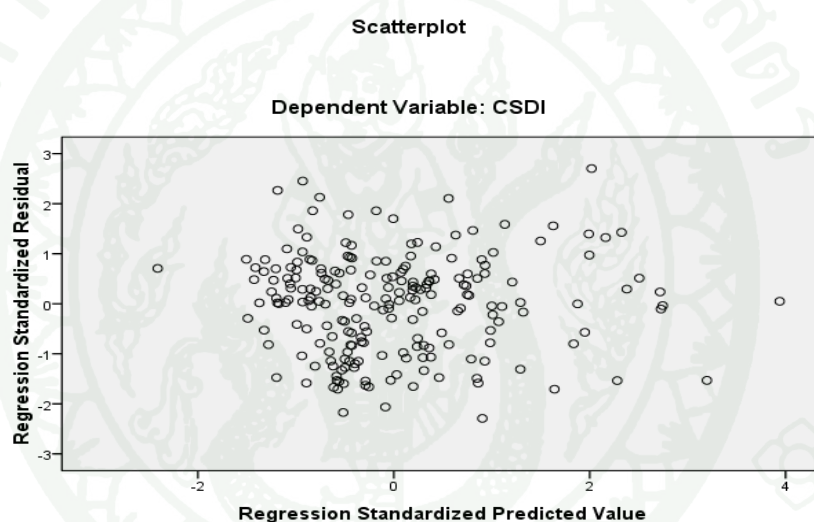


ภาพผนวกที่ 2 Normal Probability Plot ของค่าความคลาดเคลื่อน

จากกราฟ Normal Probability Plot ของข้อมูลจริงที่เกิดขึ้นกับค่าที่คาดไว้จะพบว่า ค่าจริงของข้อมูลจะอยู่รอบๆ เส้นตรงโดยอยู่เหนือและใต้เส้นตรงเล็กน้อย แต่จุดส่วนใหญ่ก็อยู่ในรูปเส้นตรง ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า ความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงที่สมมาตรหรือเป็นแบบปกติ

3. ค่าแปรปรวนของ e คือ σ^2 ซึ่งต้องคงที่ทุกค่าของ X

การตรวจสอบเกี่ยวกับความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนโดยวิธีการพล็อตกราฟระหว่างความคลาดเคลื่อน (e_i) กับค่าทำนายของตัวแปรตาม (Y_i) ดังภาพภาพผนวกที่ 3



ภาพผนวกที่ 3 Scatter Plot

จากภาพผนวกที่ 3 พบว่า ค่า e จะกระจายอยู่รอบๆ ศูนย์ หรือค่า e มีค่าในช่วงใดช่วงหนึ่งแคบๆ ไม่ว่า Y จะเปลี่ยนไปอย่างไร ดังนั้นค่าแปรปรวนของค่าคลาดเคลื่อนมีค่าคงที่

4. ค่าคลาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระกัน

การตรวจสอบว่าค่าความคลาดเคลื่อนที่ i และ j เป็นอิสระกันหรือไม่ ทำการตรวจสอบโดยใช้สถิติทดสอบ Durbin – Watson ดังแสดงไว้ในตารางผนวกที่ 2

ตารางผนวกที่ 2 การตรวจสอบโดยใช้สถิติทดสอบ Durbin – Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
(A)	0.680(a)	0.463	0.434	0.11994	2.129

จากตารางผนวกที่ 2 พบว่า Durbin-Watson ซึ่งมีค่าใกล้ 2 (นั่นคือมีค่าในช่วง 1.5 ถึง 2.5) จะสรุปได้ว่าค่าความคลาดเคลื่อนที่ i และ j เป็นอิสระกัน

5. ตัวแปรอิสระ X_i และ X_j ต้องเป็นอิสระกัน

การตรวจสอบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ผู้ศึกษาทำการตรวจสอบจากค่าสถิติ Pearson Correlation โดยตัวแปรที่นำมาใช้ในการพยากรณ์ไม่ควรมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป คือ ตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นจะไม่มีผลกระทบที่รุนแรงในการตีความหมายของผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ดังนี้

ตารางผนวกที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

		CSDI	SIZE	PROFIT	CAPSTR	FORO WN	AGE	IT ₁	IT ₂	IT ₃	IT ₄	IT ₅	IT ₆
CSDI	Pearson	1	0.637**	0.144*	-0.063	0.204**	-0.012	-0.062	-0.080	-0.052	0.365**	-0.028	0.061
	Correlation												
	Sig		0.000	0.017	0.179	0.001	0.431	0.181	0.122	0.225	0.000	0.343	0.187
SIZE	Pearson	0.637**	1	0.183**	0.035	0.353**	-0.060	-0.056	-0.226**	-0.101	0.306**	-0.032	0.061
	Correlation												
	Sig	0.000		0.004	0.304	0.000	0.189	0.206	0.000	0.070	0.000	0.323	0.189
PROFIT	Pearson	0.144*	0.183**	1	-0.797**	0.116*	0.119*	0.082	0.023	-0.009	0.042	-0.025	-0.145*
	Correlation												
	Sig	0.017	0.004		0.000	0.045	0.041	0.117	0.371	0.445	0.271	0.356	0.017
CAPSTR	Pearson	-0.063	0.035	-0.797**	1	-0.109	-0.157**	-0.057	-0.119*	-0.110	-0.037	-0.008	0.249**
	Correlation												
	Sig	0.179	0.304	0.000		0.055	0.010	0.205	0.041	0.054	0.294	0.452	0.000
FORO WN	Pearson	0.204**	0.353**	0.116*	-0.109	1	0.134*	-0.039	-0.069	0.063	-0.002	-0.024	0.105
	Correlation												
	Sig	0.001	0.000	0.045	0.055		0.025	0.285	0.158	0.180	0.488	0.365	0.062

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

		CSDI	SIZE	PROFIT	CAPSTR	FORO	AGE	IT ₁	IT ₂	IT ₃	IT ₄	IT ₅	IT ₆
		WN											
AGE	Pearson	-0.012	-0.060	0.119*	-0.157**	0.134*	1	0.176**	0.260**	-0.023	-0.114*	0.045	-0.145*
	Correlation												
	Sig	0.431	0.189	0.041	0.010	0.025		0.005	0.000	0.367	0.048	0.256	0.017
IT ₁	Pearson	-0.062	-0.056	0.082	-0.057	-0.039	0.176	1	-0.120*	-0.140*	-0.101	-0.190**	-0.120*
	Correlation						**						
	Sig	0.181	0.206	0.117	0.205	0.285	0.005		0.040	0.020	0.071	0.003	0.040
IT ₂	Pearson	-0.080	-0.226**	0.023	-0.119*	-0.069	0.260	-0.120*	1	-0.133*	-0.096	-0.181**	-0.114*
	Correlation						**						
	Sig	0.122	0.000	0.371	0.041	0.158	0.000	0.040		0.025	0.081	0.004	0.048
IT ₃	Pearson	-0.052	-0.101	-0.009	-0.110	0.063	-0.023	-0.140*	-0.133*	1	-0.112	-0.212**	-0.133*
	Correlation												
	Sig	0.225	0.070	0.445	0.054	0.180	0.367	0.020	0.025		0.051	0.001	0.025

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

		CSDI	SIZE	PROFIT	CAPSTR	FORO	AGE	IT ₁	IT ₂	IT ₃	IT ₄	IT ₅	IT ₆
WN													
IT ₄	Pearson	0.365**	0.306**	0.042	-0.037	-0.002	-0.114*	-0.101	-0.096	-0.112	1	-0.152*	-0.096
	Correlation												
	Sig	0.000	0.000	0.271	0.294	0.488	0.048	0.071	0.081	0.051		0.013	0.081
IT ₅	Pearson	-0.028	-0.032	-0.025	-0.008	-0.024	0.045	-0.190**	-0.181**	-0.212**	-0.152*	1	-0.181**
	Correlation												
	Sig	0.343	0.323	0.356	0.452	0.365	0.256	0.003	0.004	0.001	0.013		0.004
IT ₆	Pearson	0.061	0.061	-0.145*	0.249**	0.105	-0.145**	-0.120*	-0.114*	-0.133*	-0.096	-0.181**	1
	Correlation												
	Sig	0.187	0.189	0.017	0.000	0.062	0.017	0.040	0.048	0.025	0.081	0.004	.

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

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

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ พบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง แต่อยู่ในระดับที่น้อยกว่า 0.80 ดังนั้นจึงไม่ส่งผลกระทบให้เกิดปัญหา Multicollinearity แม้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรจะมีค่าไม่สูงมากเพราะตัวแปรอิสระบางตัวอาจมีความสัมพันธ์ในเชิงเส้นตรงกับตัวแปรอิสระอื่น ดังนั้นวิธีที่มีประสิทธิภาพอีกวิธีหนึ่งในการตรวจสอบว่าเกิดปัญหา Multicollinearity หรือไม่ คือการคำนวณค่า Variance Inflation Factor (VIF) และค่า Tolerance ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวถูกอธิบายโดยตัวแปรอิสระตัวอื่นในระดับใด ถ้าค่า VIF มีค่ามากก็แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่นๆ มาก และตามปกติค่า VIF ที่มากกว่า 10 ขึ้นไป และค่า Tolerance ของตัวแปรมีค่าใกล้ศูนย์ จะถือว่าอยู่ในระดับที่จะก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ได้ ซึ่งจากการตรวจสอบพบว่าค่า VIF ที่สูงสุดในการศึกษาครั้งนี้มีค่าเพียง 3.451 (CAPSTR) เท่านั้น และค่า Tolerance ที่ต่ำสุดมีค่า 0.290 (CAPSTR) ดังนั้นผลลัพธ์ที่ได้นี้จึงสามารถเป็นเครื่องยืนยันได้ว่าการศึกษานี้จะไม่เกิดปัญหา Multicollinearity แฝงอยู่ในสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ และการตีความผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์จะมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับที่สูง

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ – นามสกุล

นางสาวณิชาวรรณ วิชัยดิษฐ์

วัน เดือน ปี ที่เกิด

วันที่ 1 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2528

สถานที่เกิด

จังหวัดนครศรีธรรมราช

ประวัติการศึกษา

บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน

นักบัญชีระดับ 5

สถานที่ทำงานปัจจุบัน

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด