



ความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์กรกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคาร
ที่อยู่ในดัชนี SET 50

ชลันดา นุราฤทธิ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2556

**The Relationship between a Level of Corporate Social Responsibility
Disclosure and Corporate Financial Performance of
the Banking Companies in the SET 50 index**

Chalanda Nurarit

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Accountancy Program
Faculty of Accounting, Dhurakij Pundit University**

2013

| | |
|----------------------|----------------|
| เลขทะเบียน..... | 0226804 |
| วันลงทะเบียน..... | - 2 ต.ค. 2556 |
| เลขเรียกหนังสือ..... | 657.6333 |
| | ๕๒๕๘๐ |
| | [2556] |



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา บัญชีมหาบัณฑิต


หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์กรกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคาร
ที่อยู่ในดัชนี SET 50


เสนอโดย ชลันดา นุราฤทธิ์

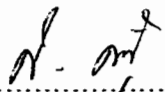
สาขาวิชา การบัญชี

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว



..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนิตา จิตรน้อมรัตน์)


..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(อาจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู)


..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

จารย์ ชยสมบัติ
..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.จารวี ชยสมบัติ)

คณะบัญชีรับรองแล้ว


..... คณบดีคณะบัญชี
(อาจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู)

วันที่ ๑๖ เดือน สิงหาคม พ.ศ.2556.....

| | |
|-------------------|--|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | ความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัท หมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 |
| ชื่อผู้เขียน | ชลันดา นุราฤทธิ์ |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | ดร. พัทธนันท์ เพชรเชิดชู |
| สาขาวิชา | การบัญชี |
| ปีการศึกษา | 2555 |

บทคัดย่อ

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องเนื่องจากแนวคิดนี้เป็นหนึ่งในแนวทางในการสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มีการนำแนวคิดนี้ไปใช้อย่างกว้างขวางและมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ในรายงานประจำปีเพื่อเป็นข้อมูลเพิ่มเติมให้กับผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบถึงการดำเนินงาน งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงิน

ในการศึกษาครั้งนี้ ประชากร คือ กลุ่มบริษัทที่อยู่ในหมวดธุรกิจธนาคารในดัชนี SET 50 (บริษัท) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ กระจายทำการและแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในรายงานประจำปีในระหว่างปี 2550 ถึงปี 2553 รวมทั้งใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันในการทดสอบสมมติฐาน

ผลจากการวิจัยพบว่า บริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในมิติภายในด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด สำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในมิติภายนอกพบว่า บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพด้านสินค้าหรือบริการด้านการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการและด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมมากที่สุด ทั้งยังพบว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลประกอบการทางการเงินในส่วนของอัตราดอกเบี้ยรับ ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ

Thesis Title The relationship between a level of corporate social responsibility disclosure and corporate financial performance of the banking companies in the SET 50 index

Author Chalanda Nurarit

Thesis Advisor Dr. Pattanant Petchchedchoo

Department Accountancy

Academic Year 2012

ABSTRACT

Corporate social responsibility (CSR) has long been recognized as CSR is one of the guidelines to promote organizational sustainability. Thai listed companies have adopted CSR concepts widely and disclose CSR-related information in their annual reports to supply information regarding their CSR actions to their stakeholders. This research aims at studying a level of CSR disclosure and at examining the relationship between a level of CSR disclosure and corporate financial performance.

In this study, the population was a group of listed companies in a banking sector in SET 50 index. Working papers and questionnaires were used as a research tool for collecting data. In addition, the researcher conducted a study by using a content analysis of annual reports ranging from 2550 to 2553. Also, Pearson's correlation coefficient was applied to testing hypothesis.

The findings were that the companies tend to disclose internal dimension of CSR focusing on corporate governance and business transparency and that external dimension of CSR relating to product/service qualities, consumer concerns and business ethics were more disclosed. Moreover it was found that a level of CSR disclosure and corporate financial performance, which were interest revenue rate, net interest margin, gross profit margin, net profit margin, return on assets and return on equities are positively and significantly correlated.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างสมบูรณ์ โดยได้รับความอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างดียิ่งจาก ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้ความรู้ คำปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่อง รวมถึงชี้แนะและช่วยเหลือในสิ่งต่างๆ แก่ผู้วิจัยด้วยดีตลอดมา จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งอย่างยิ่งต่อความเมตตากรุณาของท่านและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย อีกทั้งจารึกพระคุณนี้ไว้มิลืมนั่น

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เชียง เกาซิด ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน โปรแกรม SPSS for window ที่กรุณาอบรม ให้ความรู้ และแนะนำวิธีการวิเคราะห์และประมวลผล รวมทั้งการให้คำแนะนำต่างๆ ที่เป็นประโยชน์กับงานวิจัยฉบับนี้

ขอขอบคุณ คุณวิยะดา จินदानุภาวัตต์ เลขานุการหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต ที่คอยช่วยเหลือ ดูแล และประสานงานต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการจัดทำวิทยานิพนธ์นี้ ขอขอบคุณ คุณฐิติรัตน์ ดิษฐานพงศ์ คุณอุบลวรรณ แสงตรง และคุณจิรนุช เตรีออินทร์ ที่ช่วยเหลือด้านข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และสมาชิกในครอบครัวทุกท่าน สำหรับการดูแล อบรม และเป็นกำลังใจอันสำคัญยิ่งสำหรับผู้วิจัย และขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคน ที่สละเวลาอันมีค่าในการแนะนำ และให้ความช่วยเหลือเรื่องต่างๆ จนกระทั่งวิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์

คุณค่าและประโยชน์ใดๆ อันพึงได้รับจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่บิดามารดา คณาจารย์ ตลอดจนผู้มีอุปการะทุกท่าน ที่มีส่วนทำให้การจัดทำวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ชลันดา นุราฤทธิ

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ฉ |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | ง |
| กิตติกรรมประกาศ..... | จ |
| สารบัญตาราง..... | ฉ |
| สารบัญภาพ..... | ฎ |
| บทที่ | |
| 1. บทนำ..... | 1 |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย..... | 4 |
| 1.3 สมมติฐานของงานวิจัย..... | 4 |
| 1.4 ขอบเขตของงานวิจัย..... | 5 |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 8 |
| 1.6 นิยามศัพท์..... | 8 |
| 1.7 โครงร่างงานวิจัย..... | 10 |
| 1.8 บทสรุป..... | 10 |
| 2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 11 |
| 2.1 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร..... | 11 |
| 2.1.1 วิวัฒนาการของแนวคิด CSR..... | 11 |
| 2.1.2 ความหมายของ CSR..... | 12 |
| 2.1.3 การดำเนินการด้าน CSR..... | 14 |
| 2.1.4 การจัดประเภท CSR..... | 20 |
| 2.1.5 การรายงานหรือการเปิดเผยข้อมูล CSR..... | 28 |
| 2.1.6 การวัดระดับการดำเนินงานด้าน CSR..... | 36 |
| 2.2 ผลประกอบการทางการเงิน..... | 41 |
| 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผล ประกอบการทางการเงิน..... | 47 |

สารบัญ (ต่อ)

| บทที่ | หน้า |
|--|------|
| 2.4 บทสรุป..... | 49 |
| 3. ระเบียบวิธีวิจัย..... | 52 |
| 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา..... | 52 |
| 3.2 กลุ่มประชากร/กลุ่มตัวอย่าง..... | 53 |
| 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล..... | 54 |
| 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 69 |
| 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 69 |
| 3.6 บทสรุป..... | 70 |
| 4. ผลการศึกษา..... | 72 |
| 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา..... | 73 |
| 4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี..... | 73 |
| 4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี..... | 81 |
| 4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม..... | 84 |
| 4.1.4 ผลการวิเคราะห์คะแนนสุทธิต่อการเปิดเผยข้อมูล CSR | 85 |
| 4.1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลประกอบการทางการเงินขององค์กร..... | 88 |
| 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน..... | 90 |
| 4.2.1 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์..... | 90 |
| 4.2.2 การทดสอบสมมติฐาน..... | 97 |
| 4.3 บทสรุป..... | 109 |
| 5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ..... | 110 |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา..... | 111 |
| 5.1.1 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR ของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ใน ดัชนี SET 50..... | 111 |
| 5.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR กับผลประกอบการ ทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50..... | 112 |

สารบัญ (ต่อ)

| บทที่ | หน้า |
|---|------|
| 5.2 อภิปรายผลการศึกษา..... | 113 |
| 5.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา..... | 113 |
| 5.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน..... | 120 |
| 5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย..... | 123 |
| 5.4 ข้อเสนอแนะ..... | 123 |
| 5.5 บทสรุป..... | 124 |
| บรรณานุกรม..... | 125 |
| ภาคผนวก..... | 134 |
| ก กระดาษทำการ..... | 135 |
| ข คณะกรรมการเปิดเผยข้อมูล CSR..... | 137 |
| ประวัติผู้เขียน..... | 143 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 2.1 แนวปฏิบัติสำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง... | 19 |
| 2.2 การจัดประเภท CSR..... | 29 |
| 2.3 การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี..... | 35 |
| 2.4 สรุปวิธีการวัดผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)..... | 39 |
| 2.5 สรุปคะแนนการกำหนดระดับความสำคัญในการวิเคราะห์เนื้อหา..... | 41 |
| 2.6 สรุปผลประกอบการทางการเงินที่ผู้วิจัยใช้ศึกษาในอดีต..... | 46 |
| 2.7 สรุปงานวิจัยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงิน. | 50 |
| 3.1 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย..... | 53 |
| 3.2 กระดาษทำการสำหรับการวิจัย..... | 54 |
| 3.3 หลักเกณฑ์การให้คะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณ..... | 57 |
| 3.4 การแปลความหมายของคะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณ..... | 57 |
| 3.5 ลักษณะการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ..... | 60 |
| 3.6 หลักเกณฑ์การให้คะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ..... | 60 |
| 3.7 การแปลความหมายของคะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ..... | 61 |
| 3.8 หลักเกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญในการเปิดเผยข้อมูล CSR | 63 |
| 3.9 การแปลความหมายของระดับคะแนนระดับความสำคัญในการเปิดเผยข้อมูล CSR..... | 64 |
| 3.10 การแปลความหมายของคะแนนสุทธิของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR | 65 |
| 4.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติ ภายในกับผลประกอบการทางการเงิน..... | 92 |
| 4.2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติ ภายในกับผลประกอบการทางการเงิน..... | 93 |
| 4.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติ ภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน..... | 94 |
| 4.4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติ ภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน..... | 96 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 4.5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิง คุณภาพในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน..... | 98 |
| 4.6 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน..... | 100 |
| 4.7 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิง ปริมาณในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน..... | 101 |
| 4.8 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน..... | 103 |
| 4.9 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิง คุณภาพในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน..... | 104 |
| 4.10 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน..... | 106 |
| 4.11 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิง ปริมาณในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน..... | 107 |
| 4.12 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน..... | 109 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 2.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร..... | 27 |
| 2.2 กรอบแนวคิดในการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของ Ahmed and Uchida..... | 44 |
| 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 52 |
| 3.2 ตัวอย่างภาพสำหรับการวิเคราะห์ลักษณะการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ..... | 59 |
| 3.3 ขั้นตอนการวิเคราะห์ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR..... | 62 |
| 3.4 สรุปกระบวนการในการวิจัย..... | 71 |
| 4.1 การเปิดเผยข้อมูล CSR ในมิติภายใน จำแนกตามลักษณะการเปิดเผย..... | 73 |
| 4.2 การเปิดเผยข้อมูล CSR ในมิติภายนอก จำแนกตามลักษณะการเปิดเผย..... | 74 |
| 4.3 การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายใน จำแนกตามหัวข้อการเปิดเผย..... | 75 |
| 4.4 การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายใน จำแนกตามหัวข้อการเปิดเผย..... | 76 |
| 4.5 การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายนอก จำแนกตามหัวข้อการเปิดเผย.. | 77 |
| 4.6 การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายนอก จำแนกตามหัวข้อการเปิดเผย.. | 78 |
| 4.7 การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายใน จำแนกตามปี..... | 78 |
| 4.8 การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายใน จำแนกตามปี..... | 79 |
| 4.9 การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายนอก จำแนกตามปี..... | 80 |
| 4.10 การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายนอก จำแนกตามปี..... | 80 |
| 4.11 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายใน..... | 81 |
| 4.12 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายใน..... | 82 |
| 4.13 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายนอก..... | 83 |
| 4.14 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายนอก..... | 83 |
| 4.15 ระดับความสำคัญของข้อมูล CSR ในมิติภายในจากแบบสอบถาม..... | 84 |
| 4.16 ระดับความสำคัญของข้อมูล CSR ในมิติภายนอกจากแบบสอบถาม..... | 85 |
| 4.17 คะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายใน..... | 86 |
| 4.18 คะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายใน..... | 87 |
| 4.19 คะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายนอก..... | 87 |
| 4.20 คะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายนอก..... | 88 |

สารบัญภาพ (ต่อ)

| ภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 4.21 ผลประกอบการทางการเงินขององค์กร..... | 89 |



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินธุรกิจท่ามกลางสภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันมาก รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของสังคมและการเมืองที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องล้วนส่งผลกระทบต่อองค์การ การที่องค์การดำเนินธุรกิจโดยมีจุดมุ่งหมายในการแสวงหากำไรเพียงอย่างเดียวนั้นอาจไม่เพียงพอต่อการอยู่รอดและไม่สามารถสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่องค์การได้หากไม่ได้ใส่ใจในกระบวนการดำเนินธุรกิจทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียควบคู่กันไปด้วย ซึ่งในปัจจุบันแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ (Corporate Social Responsibility: CSR) เป็นเรื่องที่ได้รับการสนใจและเป็นที่ยอมรับของสังคมโลกมากขึ้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสถาบันธุรกิจเพื่อสังคมศูนย์พัฒนาตลาดทุน, 2553, น. 4) เนื่องจากเป็นแนวคิดที่ส่งเสริมให้องค์การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยจะพิจารณาตั้งแต่ผู้มีส่วนได้เสียในองค์การ ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียนอกองค์การ เช่น ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน คู่แข่งขัน ประชาชน และสิ่งแวดล้อม (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2553) เพื่อให้องค์การสามารถทำความเข้าใจ ความคาดหวัง ความต้องการและข้อจำกัดของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละฝ่ายด้วยการประสานความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อสร้างคุณค่าที่มีต่อสังคม (ปารีณา ประยุกต์วงศ์ และ แมท โอเซ็น, 2552) การดำเนินการด้าน CSR ยังส่งผลให้้องค์การสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน สร้างชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือให้้องค์การ สร้างแรงจูงใจในการทำงานและรักษาพนักงานให้อยู่กับ้องค์การ ลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน สร้างความสัมพันธ์กับนักลงทุนและสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ตลอดจนการขอรับการดำเนินงานจากสังคม (มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2553; สถาบันธุรกิจเพื่อสังคมและศูนย์พัฒนาตลาดทุน, 2553; โสภณ พร โชคชัย, 2551) อีกทั้ง ในปัจจุบันการวัดผลสำเร็จหรือประเมินผลไม่เพียงแต่ผลประกอบการจากตัวเลขทางการเงินหรือความพึงพอใจของลูกค้าเท่านั้น ยังสามารถวัดได้จากความสามารถของ้องค์การที่ทำได้ตามความคาดหวังของสังคม โดยการให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนสำคัญในการกำหนดถึงความอยู่รอดและความก้าวหน้าของธุรกิจที่จะเติบโตได้ในระยะยาวและอย่างยั่งยืนในอนาคต

นอกจากนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมองค์การทั้งในระดับสากลและในประเทศไทย ได้เสนอแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานด้าน CSR ตัวอย่างเช่น องค์การสากลที่ชื่อว่า องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development: OECD) เป็นองค์การที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์สำคัญในการส่งเสริมให้กลุ่มบริษัทข้ามชาติ (Multinational Companies) ประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งกลุ่มทำงานขององค์การสหประชาชาติ ที่ได้จัดตั้ง ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) ขึ้นเพื่ออรรถรงค์ให้บริษัทดำเนินธุรกิจ โดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม โลกมากขึ้นรวมทั้งองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Standard Organization) ที่ได้ร่างมาตรฐาน ISO 26000 หรือ มอก. 26000 เพื่อกำหนดมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) และเพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้กับบริษัท องค์กร หน่วยงาน และสถาบันทั่วโลก รวมไปถึงผู้มีส่วนได้เสียขององค์การได้เพิ่มความตระหนักและสร้างความเข้าใจในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

ในประเทศไทยนั้น มีองค์การทั้งภาครัฐและเอกชนที่ส่งเสริมเรื่อง CSR อยู่มากมาย องค์การเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมให้ตระหนักในเรื่อง CSR เช่น สถาบันธุรกิจเพื่อสังคมของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แผนก CSR ของมูลนิธิต่างๆ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (เดอะเนทเวิร์คประเทศไทย) (ปารีณา ประยุกต์วงศ์ และ แมท โอเซ็น, 2552, น. 17)

การดำเนินการด้าน CSR นั้นมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งหลักเกณฑ์ในการจำแนกประเภทของ CSR นั้นมีอยู่หลากหลาย เช่น การจำแนกตามบทบาทและความเกี่ยวข้องของหน่วยงาน การจำแนกตามทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินงาน การจำแนกตามประเภทของผู้มีส่วนได้เสีย เป็นต้น (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2551; European commission, 2001)

การจำแนก CSR ตามบทบาทและความเกี่ยวข้องของหน่วยงานสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ CSR ที่แยกจากระบวนการทางธุรกิจ CSR ที่อยู่ในกระบวนการทางธุรกิจ และ CSR ที่ถือว่าเป็นกระบวนการทางธุรกิจ

อีกทั้งถ้าจำแนก CSR ตามทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินงานสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ CSR ที่ใช้ทรัพยากรภายในและ CSR ที่ใช้ทรัพยากรภายนอก

หากเราจำแนก CSR ตามประเภทของผู้มีส่วนได้เสีย เราสามารถแบ่งประเภทของ CSR ออกเป็น 2 ประเภท คือ CSR ในมิติภายใน และ CSR ในมิติภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับคำแนะนำในการดำเนินการด้าน CSR ของคณะกรรมการสหภาพยุโรปว่าด้วยเรื่อง CSR (European commission on CSR) ทั้งนี้การดำเนินกิจกรรม CSR ที่เป็นมิติภายในจะเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร

เช่น ลูกจ้าง ผู้บริหารองค์กร ส่วนการดำเนินกิจกรรม CSR ที่เป็นมิติกายนอกจะเกี่ยวข้องกับผู้มี ส่วนได้เสียภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้า เจ้าหนี้ เป็นต้น หากแต่เน้นนโยบายในการดำเนินกิจกรรมด้าน CSR จะแตกต่างกันไปตามลักษณะค่านิยมขององค์กร ว่าองค์กรใดจะเน้นการดำเนินกิจกรรม CSR ด้านมิติกายใน หรือ องค์กรใดจะเน้นการดำเนินกิจกรรม CSR ด้านมิติกายนอก

สำหรับในประเทศไทย แนวคิดด้าน CSR ได้รับการยอมรับและมีการปฏิบัติอย่างเป็น รูปธรรมเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2549 ในบริษัทขนาดใหญ่ (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2551) ทั้งนี้เนื่องจาก บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (บริษัทจดทะเบียนฯ) ได้รับการสนับสนุนการดำเนินการ ด้าน CSR จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยมีการมอบรางวัลด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ให้แก่บริษัทจดทะเบียนฯ ที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนฯ วางแผนนโยบายและแนวปฏิบัติด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้ชัดเจน

แนวคิด CSR ได้รับการยอมรับและปฏิบัติในบริษัทจดทะเบียนฯ ที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจ ธนาคารด้วยกัน บริษัทจดทะเบียนฯ เหล่านี้ได้ถือเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจเพื่อเสริม ภาพลักษณ์และเพื่อสร้างการยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสียและสังคมเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจาก ผลกระทบจากวิกฤตทางเศรษฐกิจ ปี 2540 ส่งผลต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือที่มีต่อธนาคาร ดังนั้นการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นภาพลักษณ์ที่สำคัญอย่างยิ่งที่สร้าง ความน่าเชื่อถือและสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืน (Fan อ่างถึงใน กัญญารัตน์ ชีระวานิชผล, 2551, น. 20)

ภายใต้การสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทจดทะเบียนฯ ขนาด ใหญ่ทุกกลุ่มได้พัฒนาการดำเนินการ CSR มาอย่างต่อเนื่อง ทำให้การดำเนินกิจกรรม CSR ถือเป็น กิจกรรมหลักอย่างหนึ่ง รวมทั้งกิจกรรม CSR ถือเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดต้นทุนผลได้ (Cost - Benefit) ในรูปแบบที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายเหล่านี้ล้วนมีผลกระทบต่อผลประกอบการ ขององค์กรในอนาคต ดังนั้นคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ด.) จึงให้ ความสำคัญกับการดำเนินการด้าน CSR และได้ชี้แนะให้บริษัทจดทะเบียนฯ กำหนดนโยบายและ เปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานประจำปีเพื่อส่งเสริมคุณภาพของข้อมูลที่เปิดเผย ในรายงานประจำปี ทั้งนี้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะได้ทราบถึงข้อมูลในการดำเนินการด้าน CSR เพื่อให้เข้าใจถึงสภาพการดำเนินธุรกิจที่แท้จริงขององค์กร อีกทั้งการเปิดเผยข้อมูลที่เพียงพอใน เรื่องที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบของธุรกิจที่ครบถ้วน จะผลักดันให้ธุรกิจมี แนวทางในการยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของ องค์กรและผลประกอบการที่มั่นคงในระยะยาว (ศุภกันยา ห้วยผัด, 2550)

ด้วยสาเหตุนี้จึงเป็นที่มาของแนวคิดที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล (Level of disclosure) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) กับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนขนาดใหญ่ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะทำให้ทราบว่าบริษัทจดทะเบียนขนาดใหญ่ในหมวดธุรกิจธนาคารมีการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะใด และมีการเปิดเผยมากเพียงใด เน้นมิติใด อันจะบ่งบอกถึงระดับการเปิดเผยข้อมูลว่าอยู่ในระดับใด และระดับการเปิดเผยข้อมูลมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการด้านการเงินขององค์กรหรือไม่และอย่างไร ผลจากการศึกษาสามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้องค์กรและสังคมได้รับผลตอบแทนอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50

1.3 สมมติฐานของงานวิจัย

ในการศึกษานี้ได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยมีสมมติฐานในการศึกษาดังนี้

- 1) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน

H_0 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายในไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

H_1 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายในมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

- 2) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน

H_0 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

H_2 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

3) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

H_0 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

H_3 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

4) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

H_0 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

H_4 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

ในการศึกษาความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล (Level of disclosure) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) กับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 นี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัยไว้ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร

ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาข้อมูลจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในหมวดธุรกิจธนาคารที่มีรายชื่อหลักทรัพย์ที่นำมาใช้ในการคำนวณดัชนี SET 50 Index ซึ่งเป็นกลุ่มที่นักลงทุนให้ความสนใจ เนื่องจากหลักทรัพย์ในกลุ่มนี้มีมูลค่าตลาดรวม (Market Capitalization) ประมาณร้อยละ 77 ของมูลค่าหลักทรัพย์ทั้งหมด (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2553) และเป็นกลุ่มที่มีสภาพคล่องในการซื้อขายสม่ำเสมอ รวมทั้งจากการวิจัยที่พบว่ากลุ่มบริษัทขนาดใหญ่มีปริมาณการเปิดเผยข้อมูล CSR โดยรวมมากกว่ากลุ่มบริษัทขนาดเล็ก (พิมพ์ลภัสชาญสมิง, 2553) หลักทรัพย์กลุ่มนี้จึงสะท้อนภาพรวมในตลาดอย่างเห็นได้ชัด โดยกำหนดให้รายชื่อหลักทรัพย์ในกลุ่มบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่นำมาใช้ในการคำนวณดัชนี SET50 Index อย่าง

ต่อเนื่องในระหว่างปี พ.ศ. 2550 ถึง ปี พ.ศ. 2553 เป็นข้อมูลในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยมีหลักทรัพย์ที่เข้าหลักเกณฑ์ดังกล่าวดังนี้

- 1) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
- 2) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- 3) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
- 4) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- 5) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
- 6) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล (Level of disclosure) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) กับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 โดยใช้วิธีการศึกษาข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 56-2) จากฐานข้อมูลออนไลน์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งเนื้อหาในการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลประเภทความรับผิดชอบต่อสังคมและผลประกอบการทางการเงินขององค์กร

1.4.2.1 ประเภท CSR

ในการศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์ระดับการเปิดเผยข้อมูลประเภท CSR โดยแบ่งประเภท CSR ตามความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

CSR มิติภายใน ได้แก่

- 1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน
- 2) สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน
- 3) การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร
- 4) ธรรมเนียมปฏิบัติและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ

CSR มิติภายนอก ได้แก่

- 1) สินค้าหรือบริการ
- 2) การดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ
- 3) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
- 4) ชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม

1.4.2.2 ผลประกอบการทางการเงิน

ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาผลประกอบการทางการเงินด้านความสามารถในการทำกำไร เนื่องจากผลประกอบการในด้านความสามารถในการทำกำไรเป็นสิ่งจูงใจให้มีผู้ไปสนใจลงทุนในองค์การมากขึ้นเช่น การลงทุนในหุ้นหรือการกู้ยืม เป็นต้น โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากอัตราส่วนที่สำคัญดังต่อไปนี้

- 1) อัตราดอกเบี้ยรับ (Interest Revenue Rate)
- 2) อัตราดอกเบี้ยจ่าย (Interest Expense Rate)
- 3) ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย (Net Interest Margin)
- 4) อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)
- 5) อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)
- 6) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Asset: ROA)
- 7) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE)
- 8) กำไรต่อหุ้น (Earning Per Share: EPS)

1.4.3 ขอบเขตด้านเวลา

ในการศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากที่องค์การในประเทศไทยมีการนำแนวคิด CSR มาเป็นแนวปฏิบัติประกอบการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการนำแนวคิด CSR มาปฏิบัติในประเทศไทยพบว่ามีการกล่าวถึงกระแสดังกล่าวจำนวนมากรวมถึงพิพัฒนา ยอดพฤติกานต์ และคณะ (2551) ที่ได้กล่าวไว้ว่า “กระแสซีเอสอาร์ในเมืองไทย ได้ถูกจุดประกายขึ้นอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในปี 2549 และได้ถูกบรรจุเป็นแนวปฏิบัติที่ผนวกเข้ากับการดำเนินธุรกิจ นอกเหนือไปจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบที่อยู่นอกกระบวนการทางธุรกิจ เช่น การบริจาค หรือการอาสาช่วยเหลือสังคมเช่นที่ผ่านมา” นอกจากนี้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการมอบรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ให้แก่บริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2549 นี้ ดังนั้นในปี พ.ศ. 2549 จึงเป็นช่วงเวลาที่แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมได้รับการยอมรับและมีการปฏิบัติอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงเห็นว่าหลังจากปี พ.ศ. 2549 ที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการมอบรางวัลและให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม จึงทำให้องค์การต่างๆ ในประเทศไทยมีการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้มากขึ้น ดังนั้นในการวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาข้อมูล CSR ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ถึง ปี พ.ศ. 2553

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้องค์กรและสังคมได้รับผลตอบแทนอย่างยั่งยืน
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนในการใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนในองค์กรที่มีการเติบโตอย่างยั่งยืน
3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจในการตระหนักถึงการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

1.6 นิยามศัพท์

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร ทั้งมีติภายในและมีติภายนอกองค์กร โดยคำนึงถึงด้านทรัพยากรมนุษย์ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ อันประกอบด้วย พนักงาน ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ลูกค้า ชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม อันนำไปสู่การดำรงอยู่อย่างยั่งยืนขององค์กร

มีติภายใน หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจที่องค์กรดำเนินการอยู่สามารถควบคุมได้ โดยตรงและมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นและพนักงาน ซึ่งประกอบด้วย การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กรและธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ

มีติภายนอก หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจที่องค์กรดำเนินการอยู่อาจจะควบคุมไม่ได้ โดยตรงและมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร ได้แก่ คู่ค้า คู่แข่ง ลูกค้า ชุมชนและสังคมซึ่งประกอบด้วย สินค้าและบริการ การดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมและชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กรในรายงานประจำปีทั้งมีติภายในและมีติภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ อันประกอบด้วย พนักงาน ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ลูกค้า ชุมชนและสังคม

อัตราดอกเบี้ยรับ (Interest Revenue Rate) หมายถึง อัตราผลตอบแทนที่ธนาคารได้รับจากการปล่อยสินเชื่อให้ลูกค้า

อัตราดอกเบี้ยจ่าย (Interest Expense Rate) หมายถึง อัตราผลตอบแทนที่ธนาคารจะต้องจ่ายให้กับลูกค้าที่นำเงินมาฝากไว้กับธนาคาร

ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย (Net Interest Margin) หมายถึง ผลต่างระหว่างอัตราดอกเบี้ยรับกับอัตราดอกเบี้ยจ่าย

อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) หมายถึง อัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรขั้นต้นของกิจการ โดยการเปรียบเทียบระหว่างกำไรขั้นต้นกับยอดขายเพื่อประเมินความสามารถขั้นต้นของธุรกิจว่าสามารถทำกำไรเบื้องต้นได้มากน้อยเพียงใด

อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) หมายถึง อัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิของกิจการ โดยการเปรียบเทียบระหว่างยอดขายกับกำไรสุทธิเพื่อประเมินผลกำไรที่หักค่าใช้จ่ายทุกรายการแล้ว

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Asset: ROA) หมายถึง อัตราส่วนที่ชี้ถึงประสิทธิภาพของกิจการในการนำสินทรัพย์ไปลงทุนให้เกิดผลตอบแทนโดยเป็นค่าที่แสดงถึงผลกำไรที่กิจการหาได้จากสินทรัพย์ทั้งหมดที่กิจการใช้ดำเนินการ

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) หมายถึง อัตราส่วนที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อวัดผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารงานเพื่อให้เกิดผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นที่เป็นเจ้าของกิจการ

อัตรากำไรต่อหุ้น (Earning Per Share: EPS) หมายถึง ส่วนของกำไรสุทธิที่แบ่งเฉลี่ยแก่หุ้นสามัญแต่ละหุ้น

หมวดธุรกิจธนาคาร (BANK) หมายถึง การจัดหมวดหมู่ของโครงสร้างทางกลุ่มอุตสาหกรรมตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งแบ่งออกเป็น 8 กลุ่มหลัก โดยหมวดธุรกิจธนาคารอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน ประกอบด้วยหมวดอุตสาหกรรมย่อย 3 หมวด ได้แก่ ธนาคาร (BANK) เงินทุนและหลักทรัพย์ (FIN) และประกันภัยและประกันชีวิต (INSUR)

ดัชนี SET 50 หมายถึง ดัชนีราคาหุ้นที่ตลาดหลักทรัพย์จัดทำขึ้นเพื่อใช้แสดงระดับและความเคลื่อนไหวของราคาหุ้นสามัญ 50 หลักทรัพย์ที่มีมูลค่าตามราคาตลาดสูงและการซื้อขายมีสภาพคล่องอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ตลาดหลักทรัพย์จะมีการพิจารณาเลือกหุ้นสามัญ 50 หลักทรัพย์เพื่อใช้ในการคำนวณ SET50 Index ทุกๆ 6 เดือน

1.7 เคำรำงำนวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล (Level of disclosure) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) กับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 นี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกระบวนการและวิธีการศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับปัญหาการวิจัยโดยจัดลำดับขั้นตอนในการนำเสนอออกเป็น 5 บท ดังนี้

บทที่ 1 เป็นบทนำ จะกล่าวถึงที่มาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตของงานวิจัย สมมติฐานของงานวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย รวมทั้งนิยามศัพท์

บทที่ 2 จะกล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วยแนวคิด ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ผลประกอบการทางการเงิน ความสัมพันธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงิน รวมทั้งผลงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผลงานวิจัยเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและผลงานวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงิน

บทที่ 3 จะกล่าวถึงระเบียบวิธีวิจัยซึ่งประกอบด้วยกรอบแนวคิดในการศึกษา การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การทดสอบเครื่องมือ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลรวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งในการศึกษานี้ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์ทางสถิติ (Statistic Analysis)

บทที่ 4 จะกล่าวถึงผลการศึกษาโดยการบรรยายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยจัดลำดับการนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งในการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะเริ่มจากการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล และการวิเคราะห์เชิงอนุมานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

บทที่ 5 บทสรุปผลการศึกษาซึ่งเป็นการสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะ

1.8 บทสรุป

ในบทนี้ผู้วิจัยได้อธิบายถึงความสำคัญของปัญหางานวิจัย วัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา สมมติฐานของงานวิจัย ขอบเขตของงานวิจัย นิยามศัพท์รวมทั้งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย ในบทที่ 2 ถัดไป จะกล่าวถึงแนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร รวมทั้งแนวคิดเกี่ยวกับผลประกอบการทางการเงิน และความสัมพันธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงิน อีกทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล (Level of disclosure) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) กับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 ผู้วิจัยได้ทบทวนและรวบรวมข้อมูลจาก แนวคิด ทฤษฎี บทความและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR)

2.1.1 วิวัฒนาการของแนวคิด CSR

2.1.2 ความหมายของ CSR

2.1.3 การดำเนินการด้าน CSR

2.1.4 การจัดประเภท CSR

2.1.5 การรายงานหรือการเปิดเผยข้อมูล CSR

2.1.6 การวัดระดับการดำเนินงานด้าน CSR

2.2 ผลประกอบการทางการเงิน (Financial Performance)

2.3 ความสัมพันธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงิน

2.1 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR)

2.1.1 วิวัฒนาการของแนวคิด CSR

แนวคิดของ CSR มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน โดยเริ่มมีการกล่าวถึงแนวคิดนี้ตั้งแต่ประมาณทศวรรษที่ 20 แต่อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาของ Carroll (1999) แสดงให้เห็นว่า แม้จะมีการกล่าวถึง CSR มาหลายครั้งแต่ยังไม่เป็นที่ปรากฏชัดเจน โดยในปี ค.ศ. 1940 ศาสตราจารย์ Theodor Kreps ได้กล่าวว่า องค์กรควรมีการวัดผลการดำเนินงานด้านสังคม และใช้คำว่า “Social Audit” เป็นครั้งแรก

ต่อมาในช่วง ค.ศ.1950 ซึ่งถือว่าเป็นยุคแห่งการเริ่มต้นแนวคิด CSR โดยในปี ค.ศ. 1953 Howard Bowen ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดา แห่ง CSR (Carroll, 1999) ได้เขียนหนังสือเรื่อง “Responsibilities of the Businessman” ซึ่งกล่าวถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักธุรกิจ และได้ให้คำจำกัดความของ CSR ไว้ว่า “CSR หมายถึง ภาระหน้าที่ของนักธุรกิจที่จะต้องดำเนินการตามนโยบายดังกล่าวในการตัดสินใจหรือปฏิบัติตามแนวทางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และค่านิยมของสังคม” (Bowen, 1953 อ้างถึงใน Carroll, 1999, pp. 270) แต่แนวคิด CSR ก็ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย จนกระทั่งในช่วง ค.ศ. 1960 แนวคิด CSR ได้ขยายตัวและแพร่กระจายมากขึ้นและในช่วง ค.ศ. 1970 แนวคิด CSR ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เช่น Legitimacy Theory, Social contract, Public responsibility, Stakeholder Theory, Business ethics และ Corporate citizenship (Carroll, 1999)

สำหรับในประเทศไทย แนวคิดเรื่อง CSR ได้เกิดขึ้นพร้อมกับการดำเนินธุรกิจในสังคมไทยมาเป็นเวลายาวนาน ในรูปของการทำบุญ การบริจาคเพื่อการกุศล หรือการอาสาช่วยเหลืองานส่วนรวม เพียงแต่คนไทยยังไม่ได้เรียกกิจกรรมเหล่านี้ว่า CSR (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2551) จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2549 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ริเริ่มการมอบรางวัล CSR Award ให้กับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ที่มีการดำเนินงานด้าน CSR โดดเด่น รวมทั้งได้จัดตั้งสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดำเนินการด้าน CSR จากนั้น แนวคิด CSR จึงเป็นที่รู้จักในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

2.1.2 ความหมายของ CSR

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นมายาวนาน และในปัจจุบันแนวคิดนี้ได้รับการส่งเสริมในองค์กรภาคธุรกิจภาคใหญ่ เพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติให้องค์กรได้รับการยอมรับจากสังคม และพัฒนาให้องค์กรเกิดความยั่งยืน (Sustainability) แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มีกำหนดค่านิยม CSR ที่เป็นสากลและเป็นที่ยอมรับกัน โดยทั่วไป ค่านิยมที่กำหนดขึ้นนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ขององค์กร เช่น

องค์กรเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR network organization) (อ้างถึงใน โสภณ พรโชคชัย, 2553, น. 13) ให้ความหมายของ CSR ไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) คือ การที่องค์กรธุรกิจดำเนินการตามความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียไม่เพียงแต่ลูกค้าและนักลงทุน แต่ยังรวมถึงลูกจ้าง คู่ค้า ชุมชน หน่วยงานราชการ และสังคมโดยรวมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าองค์กรมีความโปร่งใสและเชื่อถือได้

คณะกรรมการของสหภาพยุโรป (Commission of the European Communities) ได้

นำเสนอกรอบแนวคิดด้าน CSR และได้ให้ความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) คือ แนวคิดที่บริษัทผสานความห่วงใยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียภายใต้พื้นฐานการกระทำด้วยความสมัครใจ (ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม, 2550)

องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization: ISO) ได้เริ่มมีการพิจารณา มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000: Social Responsibility) เพื่อให้บริษัท องค์กร หน่วยงาน และสถาบันทั่วโลก รวมไปถึงผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ได้เพิ่มความตระหนักและสร้างความเข้าใจในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม ISO ได้ระบุคำนิยามของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) ในมาตรฐาน ISO 26000 ว่า CSR คือ การที่องค์กรมีภาระหน้าที่ที่ต้องส่งเสริมเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ประโยชน์กับชุมชนและสังคม นอกจากนั้นยังเป็นเรื่องของบทบาทขององค์กรธุรกิจ ในสังคมและความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจทั้งนี้ องค์กรธุรกิจต้องดำเนิน CSR ด้วยความสมัครใจและผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ และ CSR สามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม, 2550)

คณะกรรมการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนในคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) คือการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการเพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2551)

จากการศึกษาของ Dahlsrud (2006) ที่ได้รวบรวมคำนิยามความรับผิดชอบต่อสังคม ผลจากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าคำนิยามที่มีอยู่นั้นมีความสอดคล้องกัน ซึ่งแบ่งออกได้ 5 มิติ ได้แก่

1. มิติด้านสิ่งแวดล้อม (The environmental dimension) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติโดยการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้สะอาดและการดำเนินธุรกิจอย่างใส่ใจในสิ่งแวดล้อม
2. มิติด้านสังคม (The social dimension) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสังคม โดยการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสังคม รวมทั้งการพิจารณาขอบเขตของผลกระทบต่อชุมชน
3. มิติด้านเศรษฐศาสตร์ (The economic dimension) หมายถึง เศรษฐกิจทางสังคมหรือในมุมมองของการเงินรวมถึงการอธิบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในส่วนของการดำเนินธุรกิจ การสนับสนุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

4. มิติด้านผู้มีส่วนได้เสีย (The stakeholder dimension) หมายถึง การมีปฏิสัมพันธ์กับกับผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร

5. มิติด้านความสมัครใจ (The voluntariness dimension) หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด

จากข้อมูลข้างต้น สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) หมายรวมถึง การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจทั้งภายนอกและภายในองค์กร โดยคำนึงถึงผลกระทบด้านทรัพยากรมนุษย์ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ อันประกอบด้วย พนักงาน ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ลูกค้า ชุมชนและสังคม อันนำไปสู่การดำรงอยู่อย่างยั่งยืนขององค์กร

2.1.3 การดำเนินการด้าน CSR

การดำเนินการด้าน CSR มีหลากหลายรูปแบบ ไม่มีรูปแบบที่แน่นอน หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับสากลและในประเทศไทยได้เสนอแนวปฏิบัติด้าน CSR ไว้หลากหลาย แต่อย่างไรก็ตามประเด็นการปฏิบัติของหน่วยงานต่างๆ ดังกล่าวต่างอยู่บนพื้นฐานแนวทางการปฏิบัติที่คล้ายคลึงกัน คือ ส่งเสริมสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม เช่น

โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nation Environment Program: UNEP) เป็นโครงการด้านสิ่งแวดล้อมแรกที่เกิดขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 2515 เนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่งทวีความรุนแรงและส่งผลกระทบต่อประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก สหประชาชาติ (United Nations: UN) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและได้จัดการประชุมว่าด้วยเรื่องสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ (UN Conference on the Human Environment) ขึ้นครั้งแรกที่กรุงสต็อกโฮล์มประเทศสวีเดน จากการประชุมดังกล่าวทำให้ทั่วโลกตื่นตัวและหันมาให้ความสนใจในการดำเนินกิจกรรมที่ช่วยดูแลป้องกัน และแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม และได้ร่วมกันจัดตั้ง UNEP ขึ้นเพื่อดูแลด้านสิ่งแวดล้อมในภาคต่างๆ รวมถึงภาคธุรกิจด้วย ทั้งนี้เพื่อเป็นการรำลึกถึงเหตุการณ์สำคัญดังกล่าว จึงกำหนดให้ วันที่ 5 มิถุนายนของทุกปีเป็นวันสิ่งแวดล้อมโลก (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2551)

นอกจากนี้ องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) ได้จัดทำแนวทางปฏิบัติสำหรับวิสาหกิจข้ามชาติ (Guideline for Multinational Enterprises) เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนระหว่างประเทศ โดยกำหนดให้บริษัทข้ามชาติเหล่านั้น ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม แต่แนวทางปฏิบัติสำหรับวิสาหกิจข้ามชาติ (Guideline for Multinational Enterprises) นี้ได้รับการยอมรับจากประเทศซึ่งจำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วเท่านั้น

ต่อมา OECD ได้ปรับปรุง แนวทางปฏิบัติสำหรับวิสาหกิจข้ามชาติ (Guideline for Multinational Enterprises) อีกครั้งในปี พ.ศ. 2543 และเกิดเป็นกระแสการดำเนินการด้าน CSR ระหว่างประเทศ เพราะเน้นการนำไปปฏิบัติจริงในทุกประเทศ ไม่จำกัดเฉพาะในกลุ่มประเทศสมาชิก OECD โดยประเด็นที่ OECD ได้กล่าวถึงประกอบด้วย นโยบายทั่วไป การเปิดเผยข้อมูล ความสัมพันธ์กับลูกจ้างและอุตสาหกรรม สิ่งแวดล้อม การต่อต้านการรับสินบน ผลประโยชน์ของผู้บริโภค วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การแข่งขัน รวมทั้งการชำระภาษีซึ่งสอดคล้องกับข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติว่าด้วยผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมโลก (UN Global Compact) ที่ได้เสนอให้บริษัทต่าง ๆ เข้าร่วมทำข้อตกลงภายใต้หลักสากล 10 ประการ สำหรับนำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งหลักสากล 10 ประการดังกล่าวประกอบด้วย ประเด็นหลัก 4 เรื่อง ได้แก่ สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต

นอกจากนี้คณะกรรมการของสหภาพยุโรป (Commission of the European Communities) ได้นำเสนอกรอบแนวคิด CSR โดยประกอบด้วย 2 มิติหลัก คือ มิติภายใน และมิติภายนอก เพื่อให้บริษัท องค์กร หน่วยงาน และสถาบันทั่วโลก รวมไปถึงผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ได้เพิ่มความตระหนักและสร้างความเข้าใจในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม

มิติภายในและมิติภายนอก ที่กำหนดโดยคณะกรรมการของสหภาพยุโรป (Commission of the European Communities) มีความสอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร 7 ประการที่กำหนดไว้ใน ISO 26000 อันได้แก่การกำกับดูแลองค์กร สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม การปฏิบัติที่เป็นธรรม ประเด็นผู้บริโภค และการพัฒนาชุมชนด้านสังคมและเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการบูรณาการการปฏิบัติอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

นอกจากการดำเนินงานขององค์กรดังกล่าวแล้ว ยังมีองค์กรอื่นที่ส่งเสริมเรื่องของการเปิดเผยข้อมูล CSR เช่น องค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (Global Reporting Initiatives: GRI) ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไรอันตั้งขึ้นตามความสนับสนุนของโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme: UNEP) ซึ่ง GRI ได้กำหนดมาตรฐานและพัฒนากรอบการเปิดเผยข้อมูล CSR เพื่อเป็นแนวทางในการรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรต่างๆ ในเรื่องของการให้ความสำคัญและการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อช่วยให้องค์กรต่าง ๆ สามารถประเมินแนวทางการพัฒนาจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนให้กับองค์กรรวมทั้งทำให้ผู้ใช้ภายนอกสามารถเปรียบเทียบผลงานระหว่างองค์กรได้ ในปัจจุบันกรอบการรายงานของ GRI ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง โดยมีองค์กรต่างๆมากกว่า 1,000 องค์กรในกว่า 60 ประเทศที่ใช้กรอบการรายงานของ GRI ในการรายงาน CSR

สำหรับกรอบการรายงานของ GRI ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ดังนี้

- 1) หลักในการทำรายงานและคำแนะนำ ประกอบด้วย
 - 1.1) การเลือกข้อมูลที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับองค์กรอย่างชัดเจน
 - 1.2) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย
 - 1.3) การนำเสนอบริบทของความยั่งยืน
 - 1.4) ความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูล
 - 1.5) ความสมดุลของเนื้อหา
 - 1.6) การเปรียบเทียบได้
 - 1.7) ความถูกต้องเที่ยงตรง
 - 1.8) ความทันท่วงทีของรายงาน
 - 1.9) ความชัดเจน และ
 - 1.10) ความเชื่อถือได้ของข้อมูล
- 2) หลักในการจัดทำรายงาน หรือการเปิดเผยข้อมูล ประกอบด้วย
 - 2.1) ด้านสิ่งแวดล้อม
 - 2.2) ด้านสิทธิมนุษยชน
 - 2.3) ด้านแรงงานและพนักงาน
 - 2.4) ด้านสังคม
 - 2.5) ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และ
 - 2.6) ด้านเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ นักลงทุนในปัจจุบันต่างต้องการข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและการกำกับดูแลกิจการขององค์กรเพิ่มมากขึ้นและใช้เป็นข้อมูลสำคัญในการประกอบการตัดสินใจลงทุนในองค์กร สหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (International Federation of Accountants หรือ IFAC) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการเปิดเผยข้อมูล CSR จึงได้เผยแพร่รายงานเรื่อง ความต้องการข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลของนักลงทุน (Investors Demand for Environmental, Social, and Governance Disclosures: Implications for Professional Accountants in Business) เพื่อเป็นแนวทางในการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว รวมทั้งเสนอแนะแนวทางสำหรับนักบัญชีขององค์กรในการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้แก่นักลงทุนได้รับทราบโดยตัวชี้วัดที่ใช้นั้น ได้ประยุกต์จากตัวชี้วัดของ GRI ซึ่งประกอบด้วย

1) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) ได้แก่

1.1) ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจการ (Climate change Greenhouse Gas (GHG) emissions)

1.2) อัตราส่วนปริมาณของเสียและการกำจัด (Waste and waste recycling ratio)

1.3) มูลค่าของการใช้จ่ายน้ำ (Water)

1.4) ค่าปรับที่เป็นตัวเงินหรือการลงโทษที่ไม่ได้อยู่ในรูปของตัวเงินจากการไม่ปฏิบัติตามข้อบังคับหรือกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Fines/provisions)

1.5) การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ/การใช้พลังงานทางเลือก (Energy efficiency/renewable energy use)

1.6) ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity)

2) ด้านสังคม (Social) ได้แก่

2.1) สุขภาพและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน (Workplace health and safety)

2.2) การพัฒนาบุคลากร (Human capital development: training and qualification)

2.3) การจัดการบุคลากร (Human capital management: staff turnover, maturity and diversity, absenteeism)

3) ด้านการกำกับดูแลกิจการ (Governance) ได้แก่

3.1) ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการ (Board effectiveness)

3.2) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder engagement)

3.3) จรรยาบรรณ ความเสี่ยงจากการถูกดำเนินคดี และการทุจริต (Conduct, litigation risks, corruption)

สำหรับในประเทศไทย แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมฝังตัวอยู่ในขนบธรรมเนียม ศาสนาและวัฒนธรรมในรูปของการทำบุญ การบริจาคเพื่อการกุศล หรือการอาสาช่วยเหลืองานส่วนรวม (พิพัฒน์ ยอดพฤฒิการณ, 2551) แนวคิด CSR เริ่มเด่นชัดในสังคมไทย เมื่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้จัดทำคู่มือ เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Guidelines) เพื่อนำเสนอแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการบูรณาการให้เข้ากับหลักเศรษฐกิจพอเพียง (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2551)

โดยแนวปฏิบัติในเรื่อง CSR ได้แบ่งออกเป็น 8 หัวข้อ ประกอบด้วย การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรม จากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมและการ

จัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเห็นได้ว่าแนวปฏิบัตินี้ได้ครอบคลุมแนวทางการปฏิบัติของหน่วยงานสากลต่าง ๆ ดังที่กล่าวข้างต้น

จากการศึกษาแนวทางการปฏิบัติด้าน CSR แสดงให้เห็นว่าหน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ แม้จะเสนอแนวทางปฏิบัติที่แตกต่างกันไปบ้างเล็กน้อย แต่อย่างไรก็ตามหน่วยงานหรือองค์กรเหล่านั้นล้วนมีวัตถุประสงค์ในทางเดียวกัน ประกอบด้วย

1) วัตถุประสงค์ด้านสิ่งแวดล้อม คือ ความรับผิดชอบต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานต่างๆขององค์กร รวมทั้งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง การให้ความสำคัญต่อระบบนิเวศ การปรับปรุงสมรรถนะของตนเองรวมทั้งองค์กรอื่น ๆ ที่อยู่ในความรับผิดชอบต่อขององค์กร

2) วัตถุประสงค์ด้านสิทธิมนุษยชน คือ สิทธิพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนควรได้รับอย่างเท่าเทียมกัน เช่น ระบบสาธารณสุข สิทธิในการทำงาน การศึกษา เป็นต้น นอกจากนี้ องค์กรควรเคารพต่อสิทธิมนุษยชน ไม่ละเมิดต่อสิทธิของผู้อื่น

3) วัตถุประสงค์ด้านการปฏิบัติต่อพนักงาน คือ การกำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างยุติธรรม รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับพนักงาน นอกจากนี้ยังรวมถึงนโยบายในการสรรหา การโอนย้ายคนงาน การเลิกจ้าง การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ การจ่ายค่าตอบแทน สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน

4) วัตถุประสงค์ด้านธรรมาภิบาล คือ ระบบที่องค์กรใช้ในการตัดสินใจดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งเป็นการจัดให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่ โปร่งใส เท่าเทียม เป็นธรรมและสามารถตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

5) วัตถุประสงค์ด้านการประกอบธุรกิจอย่างเป็นธรรม คือ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์อื่นที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

6) วัตถุประสงค์ด้านการดูแลผู้บริโภค คือ การดูแลผู้บริโภคในทุกกระบวนการของสินค้าหรือบริการ ตั้งแต่การผลิต การขาย ไปจนถึงการทิ้งให้ปลอดภัย โดยไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงหรืออันตรายต่อผู้บริโภค รวมถึงการให้ความรู้และสารสนเทศที่ถูกต้อง องค์กรจึงควรปรับปรุงมาตรฐานของสินค้าหรือบริการให้มีความเป็นสากลและให้ทุกคนเข้าถึงได้ รวมทั้งควรพัฒนาสินค้าหรือบริการเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาสังคม

ตารางที่ 2.1 แนวปฏิบัติสำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

| CSR \ แนวปฏิบัติ | OECD | UNGC | European Commission | ISO 26000 | GRI | IFAC | SEC |
|---------------------------------|------|------|---------------------|-----------|-----|------|-----|
| 1. สิ่งแวดล้อม | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2. สิทธิมนุษยชน | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| 3. การปฏิบัติด้านแรงงาน | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 4. ชรรมาภิบาล | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 5. การประกอบธุรกิจอย่างเป็นธรรม | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ |
| 6. การดูแลผู้บริโภค | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| 7. ชุมชนและสังคม | | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| 8. การต่อต้านการทุจริต | ✓ | ✓ | | ✓ | | | ✓ |
| 9. วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี | ✓ | | | | | | |
| 10. นวัตกรรม | | | | | | | ✓ |

7) วัตถุประสงค์ด้านชุมชนและสังคม คือ การสนับสนุนและสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจขององค์กรรวมไปถึงสังคมในวงกว้างด้วย โดยการมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคมผ่านกิจกรรมเพื่อสังคม หรือการช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่น ด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

8) วัตถุประสงค์ด้านการต่อต้านการทุจริต คือ การดำเนินงานในทางต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการกรรโชกและการให้สินบนในทุกรูปแบบ

9) วัตถุประสงค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คือ การคิดค้นและการใช้หลักวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม

10) วัตถุประสงค์ด้านนวัตกรรม คือ การนำความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินงานด้าน CSR มาพัฒนาปรับใช้และคิดค้นให้เกิดนวัตกรรมทางธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์ ความสามารถในการแข่งขันและมูลค่าเพิ่ม ทั้งต่อธุรกิจและสังคมไปพร้อม ๆ กัน

แนวทางในการดำเนินกิจกรรมด้าน CSR ที่นำเสนอโดยองค์การนานาชาติและองค์การในประเทศ สามารถสรุปได้ดังตาราง 2.1 จากตารางจะเห็นว่า มีเพียง OECD และ SEC ที่รวมประเด็นด้านนวัตกรรมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของ CSR และในส่วนของ IFAC นั้น จะไม่ได้ระบุถึงประเด็นด้านการดูแลผู้บริโภค ชุมชนและสังคม

2.1.4 การจัดประเภท CSR

นอกจากการเสนอแนวปฏิบัติจากหน่วยงานต่าง ๆ ข้างต้นแล้ว ผู้เชี่ยวชาญด้าน CSR และหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ จัดประเภท CSR ไว้ดังนี้

2.1.4.1 การจัดประเภท CSR โดยพิจารณาความเกี่ยวข้องของ CSR กับกระบวนการทางธุรกิจ

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ และคณะ (2551) จัดประเภท CSR โดยพิจารณาตามบทบาทและความเกี่ยวข้องของหน่วยงานซึ่งสอดคล้องกับ ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม (2550) ที่จัดประเภท CSR ออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

1) CSR ที่แยกจากกระบวนการทางธุรกิจ (CSR-after-process) คือ การดำเนินกิจกรรมของหน่วยงาน ซึ่งโดยมากเป็นองค์การธุรกิจที่แสวงหากำไร เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมในด้านต่างๆ โดยกิจกรรมที่ดำเนินการนั้นมักแตกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการและเกิดขึ้นภายหลัง ซึ่งเป็นกิจกรรมที่อยู่นอกเหนือเวลาทำงานตามปกติ เช่น การแจกจ่ายสิ่งของช่วยบรรเทาสาธารณภัย การเป็นอาสาสมัครช่วยบำเพ็ญสาธารณประโยชน์

2) CSR ที่รวมอยู่ในกระบวนการทางธุรกิจ (CSR-in-process) หรือ ธุรกิจเพื่อสังคม คือ การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการทำงานหลักของกิจการ หรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้เป็นกิจกรรมที่อยู่ในเวลาทำงานปกติของกิจการ เช่น การป้องกันหรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน

3) CSR ที่ถือเป็นกระบวนการทางธุรกิจ (CSR-as-process) คือการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมโดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรให้กับตนเอง เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อมุ่งสร้างประโยชน์ต่อสังคมเป็นหลัก เช่น มูลนิธิ/สมาคมการกุศลองค์กรที่เป็นองค์การสาธารณประโยชน์ ประชาชน และส่วนราชการ

นอกจากนี้ พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ และคณะ (2551) ยังได้แบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมตามทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินงาน ประกอบด้วย

1) การดำเนิน CSR โดยใช้ทรัพยากรภายใน (Corporate-driven CSR) เป็นการดำเนินกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กรเป็นหลัก เช่น การที่องค์กรบริจาคเงินที่ได้จากกำไรในกิจการ หรือบริจาคสินค้าและบริการของบริษัทเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยสึนามิ ถือเป็น การเสียสละทรัพยากรที่เป็นสิ่งของหรือตัวเงินของบริษัท

2) การดำเนิน CSR โดยใช้ทรัพยากรภายนอก (Social-driven CSR) เป็นการดำเนินกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรนอกองค์กรเป็นหลัก เช่น การเชิญชวนให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการของ

บริษัทในช่วงเวลาการรณรงค์โดยบริจาครายได้จากการขายสินค้าและบริการส่วนหนึ่งต่อทุก ๆ การซื้อแต่ละครั้ง ให้แก่หน่วยงานหรือมูลนิธิที่ช่วยเหลือผู้ประสบภัยสึนามิ ถือเป็นภาระคัมเงินบริจาคจากการซื้อของลูกค้า และมอบหมายให้ผู้อื่นที่มีใจพนักงานในองค์กรลงแรงช่วยเหลือในพื้นที่

2.1.4.2 การจัดประเภท CSR โดยพิจารณาวัตถุประสงค์ของ CSR

Kotler and Lee (อ้างถึงใน พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2553) ได้จำแนกประเภทความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 6 ประเภท ประกอบด้วย

1) การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) เป็นการจัดหาเงินทุน วัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคมนั้น ตลอดจนสนับสนุนการระดมทุน การมีส่วนร่วม หรือการเฟ้นหาอาสาสมัครเพื่อการดังกล่าว

2) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) เป็นการอุดหนุนหรือการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือหรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคมจำเพาะหนึ่ง ๆ ซึ่งมักมีเวลาที่จำกัดแน่นอน หรือดำเนินการแบบจำเพาะผลิตภัณฑ์หรือให้แก่การกุศลที่ระบุไว้

3) การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) เป็นการสนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมหรือด้านสุขภาพ

4) การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็นการช่วยเหลือประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปของการบริจาคเงินหรือวัสดุสิ่งของ เป็นกิจกรรม CSR ที่พบเห็นในแทบทุกองค์กรธุรกิจ โดยส่วนมากมักจะเป็นไปตามกระแสความต้องการจากภายนอกหรือมีผู้เสนอให้ทำมากกว่าจะเกิดจากการวางแผนหรือออกแบบกิจกรรมจากภายในองค์กรเอง

5) การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community volunteering) เป็นการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน คู่ค้าร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่และเพื่อตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรให้ความสนใจหรือห่วงใย

6) การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือในเชิงร่วมกันแก้ไขด้วยการช่วยเหลือเยียวยาปัญหาทางสังคมนั้น ๆ ด้วยกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการยกระดับสุขภาพของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม

2.1.4.3 การจัดประเภท CSR โดยพิจารณาจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

คณะกรรมการของสหภาพยุโรป (Commission of the European Communities) (อ้างถึงใน ฉฉฉฉ ฉฉฉฉฉฉ, 2550) ได้กล่าวไว้ว่า CSR นั้นมีอยู่สองมิติหลัก คือ CSR มิติภายใน และ CSR มิติภายนอก

CSR มิติภายใน คือ การดำเนินกิจกรรม CSR ภายในองค์กร และเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร รวมทั้ง เป็นกิจกรรมที่องค์กรสามารถควบคุมได้โดยตรง กิจกรรม CSR ประกอบด้วย 5 กิจกรรมหลัก ดังนี้

1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การให้ข้อมูลที่โปร่งใสกับพนักงานในทุกๆ ด้านการให้ความสมดุลระหว่างงาน ชีวิตครอบครัวและการพักผ่อน การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมรวมทั้งการให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมในระดับต่าง ๆ หรือแม้แต่การมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์

2) สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน แม้จะมีกฎหมายควบคุมดูแลด้าน สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน แต่การกระจายงาน ไปสู่ผู้ส่งมอบ (Supplier) ทำให้บริษัทควบคุมไม่ทั่วถึง บริษัทจึงต้องคำนึงถึงการเลือกใช้ผู้ส่งมอบ (Supplier) ที่มีคุณธรรม จรรยาบรรณต่อพนักงาน เพื่อเป็นการควบคุมดูแลอีกทางหนึ่ง เนื่องจากหากเกิดผลร้ายจากการที่ใช้ผู้ส่งมอบ (Supplier) ที่ไม่ใส่ใจสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานของลูกจ้างเมื่อเกิดกรณีขึ้นมา ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีก็จะสะท้อนมายังบริษัทแม้บริษัทผู้ว่าจ้างด้วย

3) การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง การบริหารองค์กรที่มีนโยบายที่จะรับผิดชอบต่อพนักงานในกรณีที่เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมือง รวมทั้งการปรึกษาหารือ และสร้างความร่วมมือกันในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุน ผู้บริหาร พนักงาน หรือแม้แต่ลูกค้า ย่อมนำมาซึ่งการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4) การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร เป็นการจัดการการผลิตสินค้า/บริการ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการลดการใช้ทรัพยากรและการปล่อยสารพิษ/ของเสีย ซึ่งเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นผลดีต่อองค์กรนั้น ๆ เอง อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนด้านพลังงาน และการจัดการของเสียต่างๆ ซึ่งนำไปสู่ผลกำไรที่สูงขึ้น ความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้น และที่สำคัญเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัท ถือว่าได้ประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

5) บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ การดำเนินงานในขั้นตอนการตัดสินใจต่าง ๆ ด้วยความโปร่งใส ทำให้เกิดการบริหารจัดการที่มีความโปร่งใส ทั้งทางบัญชีและ

กระบวนการตัดสินใจในทุกระดับนำไปสู่ข้อมูลที่มีความชัดเจน สามารถเข้าถึงได้โดยนักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดระบบการลงทุนในสังคมโดยรวมที่มีประสิทธิภาพ

CSR มิติภายนอก คือ การดำเนินกิจกรรม CSR ภายนอกองค์กรและเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กรที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้โดยตรงกิจกรรม CSR มิติภายนอก ประกอบด้วย 5 กิจกรรมหลัก ดังนี้

1) การบริหารจัดการคู่ค้า (Suppliers) และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) โดยคำนึงถึง CSR นั้นคือในการเลือก คู่ค้า (Suppliers) และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) นั้น ควรคำนึงถึงบทบาทการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นๆ เพื่อเป็นการขยายความรับผิดชอบต่อสังคม จากองค์กรของตนไปสู่องค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และป้องกันปัญหาที่อาจจะตามมาจากความซับซ้อนของระบบธุรกิจสมัยใหม่ที่ยากต่อการควบคุมให้ครอบคลุมไปทั่วห่วงโซ่ธุรกิจ (Supply Chain)

2) การดูแลผู้บริโภค โดยระบบการดูแลผู้บริโภคในทุกๆ กระบวนการของสินค้าหรือบริการ ตั้งแต่การผลิต การขาย ไปจนถึงการทิ้ง ให้ปลอดภัย มีประสิทธิภาพทั้งในเชิงคุณภาพและราคา และมีจริยธรรม นอกจากนั้นยังสามารถแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคด้วยการเลือกผลิต/จำหน่าย สินค้า/บริการเฉพาะด้านให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคหรือแม้แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถใช้ได้กับทุกกลุ่ม

3) ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง (Local Communities) การมีส่วนร่วมช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมชุมชน (และใกล้เคียง) ผ่านการบริจาคหรือกิจกรรมสาธารณประโยชน์ใด ๆ ที่จะช่วยพัฒนาชุมชนและนำไปสู่ความแข็งแรงของชุมชนนั้นๆ ซึ่งผลตอบแทนที่บริษัทจะได้รับ คือภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่ความร่วมมือและพร้อมจะช่วยเหลือองค์กร

4) ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง โดยการบริจาค ทำกิจกรรมหรือสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อแก้ไขและพัฒนาสังคมในประเด็นที่บริษัทเกี่ยวข้อง สนใจ ซึ่งถือเป็นการแสดงบทบาทผู้นำทางธุรกิจต่อการสร้างความเปลี่ยนแปลงต่อสังคมอย่างชัดเจนและควรเป็นอย่างยิ่งที่จะวัดผลได้ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนและการหาพันธมิตรในการปฏิบัติงานที่ดี ซึ่งจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดี

5) การรับผิดชอบต่อโลกในมิติต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชนและประเด็นสำคัญอื่น ๆ ในระดับภูมิภาค และหรือ ระดับโลก ตามความเหมาะสมและศักยภาพขององค์กร บริษัทสามารถร่วมมือกับ องค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น รัฐบาล NGO สถาบันการศึกษา องค์กรธุรกิจอื่น

Polasek (2008) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศสาธารณรัฐเช็ก จากผลการสำรวจทั้งมิติภายในและมิติภายนอกของความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า องค์กรมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมดังนี้

CSR มิติภายใน

CSR มิติภายใน เป็น CSR ที่เกี่ยวเนื่องกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรเป็นหลัก พบว่ากิจกรรมส่วนใหญ่ใน 5 อันดับแรกประกอบด้วย

- 1) สุขภาพและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน
- 2) แรงจูงใจของพนักงานและระบบการศึกษา
- 3) ความยืดหยุ่นในชั่วโมงการทำงานของพนักงาน
- 4) เงินสมทบของบริษัทเพื่อบำนาญ และหรือ ประกันชีวิตของพนักงาน และ
- 5) ความร่วมมือของผู้บริหารระดับสูงในการหาหรือปรึกษาเรื่องที่สำคัญของพนักงาน

งานวิจัยของ Polasek (2008) สรุปได้ว่ากิจกรรมดังกล่าวข้างต้นเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในการดึงดูดและรักษานักบุคลากรที่มีคุณภาพขององค์กร ประโยชน์ที่ได้รับจากมิติภายในของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม คือ พนักงานมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น การเพิ่มขึ้นของความจงรักภักดีของพนักงาน รวมทั้งการลดลงของอัตราการเปลี่ยนแปลงพนักงานในองค์กร

CSR มิติภายนอก

CSR มิติภายนอก เป็น CSR ที่เกี่ยวเนื่องกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กรเป็นหลัก กิจกรรมที่พบมากที่สุดในการมีส่วนร่วมของบริษัท SMEs ในประเทศสาธารณรัฐเช็ก เกี่ยวกับกิจกรรมในมิติภายนอก คือ

- 1) การสนับสนุนทางการเงินสำหรับองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร (57 %)
- 2) การสนับสนุนการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬา (48 %)
- 3) การสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรม (46 %)

งานวิจัยของ Polasek (2008) ได้สรุปในตอนท้ายว่า เหตุผลหลักในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติภายนอก คือ การพัฒนาภาพลักษณ์ การสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานของรัฐและการพัฒนาชื่อเสียงขององค์กร

นอกจากนี้ คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติสำหรับละตินอเมริกาและแคริบเบียน (UNEconomic Commission for Latin America and the Caribbean: ECLAC) ได้ร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ได้แก่ Organization of American States (OAS), Caribbean Association of Industry and Commerce (CAIC) และ Young Americas Business Trust สืบสวนการส่งเสริมความ

รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคแคริบเบียน โดยได้แบ่งความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 2 มิติ คือ CSR มิติภายในและ CSR มิติภายนอก

CSR มิติภายใน เป็น CSR ที่เกี่ยวเนื่องกับผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรจะเกี่ยวเนื่องกับประเด็นดังต่อไปนี้

1) ผลประโยชน์พนักงาน (Worker benefits) องค์กรที่มีการปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อทบทวนการรักษาไว้ซึ่งพนักงานขององค์กร จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายและสนธิสัญญาระหว่างประเทศ และแนวทางปฏิบัติในเรื่องสิทธิและผลประโยชน์พนักงาน การที่องค์กรให้เกี่ยวกับผลประโยชน์พนักงานเหล่านี้จะส่งผลให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น พนักงานมีขวัญและกำลังใจเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตราการรักษาพนักงานไว้สูงขึ้นและนำไปสู่ผลประโยชน์ขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากองค์กรมีการฝึกอบรมพนักงานเหล่านั้น

2) การสรรหาพนักงาน (Recruitment) เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งได้รวมถึง การมีนโยบายที่ยุติธรรม และความเท่าเทียมกันในการจ้างงาน ซึ่งไม่ควรมีการแบ่งเพศ เชื้อชาติ หรืออายุ

3) การเจรจาต่อรอง (Collective bargaining) องค์กรสามารถตัดสินใจเลิกจ้างงานได้ตามความต้องการ ดังนั้นการเจรจาต่อรองผ่านสหภาพและกลุ่มตัวแทนลูกจ้าง ซึ่งหมายถึงพนักงานมีอำนาจในการต่อรองบางส่วนก็เกี่ยวกับมูลค่าการบริการของพวกเขา โดยผ่านการเจรจาต่อรอง องค์กรและพนักงานสามารถต่อรองกันได้ในเรื่องค่าแรง มาตรฐานการปฏิบัติงาน ตารางเวลาการทำงาน การชดเชยและเรื่องอื่นที่เกี่ยวข้อง

4) การสื่อสารกับพนักงาน (Communication with workforce) การให้ความสำคัญกับช่องทางที่เหมาะสมของการสื่อสารระหว่างผู้จัดการกับพนักงาน ทำให้เกิดความมั่นใจว่าสามารถทราบถึงความคิดเห็นของพนักงานและผู้จัดการสามารถตอบสนองเกี่ยวกับข่าวสารที่ได้รับมา ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง การผลิตดีขึ้น ใช้นเวลาน้อยลงและมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เป็นธรรมชาติมากขึ้น องค์กรจึงต้องกำหนดกฎสำหรับการจัดการการโต้แย้งและข้อร้องเรียนจากพนักงาน โดยบางองค์กรอาจจะมีการทำตามแนวทางการปฏิบัติที่เป็นทางการเพื่อจุดประสงค์ทางกฎหมายและความโปร่งใส ในขณะที่บริษัทอื่น ๆ อาจมีกลไกที่เป็นทางการน้อยกว่าในการแก้ไขปัญหาแรงงาน

5) การใช้ผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่น (Using Local Suppliers) ในการกำกับดูแลที่ดี องค์กรควรใช้ทรัพยากรและบริการจากผู้จัดจำหน่ายในท้องถิ่นก่อนที่จะมองหาผู้ค้าในต่างประเทศ โดยการดำเนินธุรกิจร่วมกับผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นทำให้มีการหมุนเวียนทรัพยากรในประเทศ ซึ่งเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นและเป็นการให้โอกาสในการเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังเป็น

การให้โอกาสผู้จัดจำหน่ายในท้องถิ่นในการเรียนรู้และร่วมกันปฏิบัติในสิ่งที่ดีที่สุดในสิ่งที่เพิ่มคุณภาพการบริการ

6) การต่อต้านการทุจริต (Anticorruption) จากการสำรวจจะสังเกตเห็นว่าองค์กรมีข้อมูลบางอย่างที่ไม่สมควรใจในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ซึ่งบริษัทอาจให้ข้อมูลในสิ่งที่พวกเขาเชื่อว่าเป็นคำตอบที่ยอมรับของสังคมและเป็นสิ่งที่ผู้สำรวจต้องการจะทราบ และยังพบว่าองค์กรมักตีความ “การทุจริต” เป็นปัญหาทางการเมือง

CSR มิติภายนอกเป็น CSR ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร จะเกี่ยวข้องกับประเด็นดังต่อไปนี้

1) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder engagement) โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ประสบความสำเร็จจะต้องสอดคล้องกับผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ผู้มีส่วนได้เสียเหล่านี้อาจรวมถึงลูกค้า ผู้กำกับดูแลรัฐบาล ผู้ถือหุ้น พนักงาน ชุมชน และหุ้นส่วนทางธุรกิจ ระดับของการรวมของผู้มีส่วนได้เสียในกระบวนการขององค์กรในการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคมและการดำเนินงานจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการยอมรับและความสำเร็จของโครงการดังกล่าวโดยเฉพาะชุมชน

2) การช่วยเหลือหรือการบริการชุมชน (Community services/contributions) ในการพัฒนาโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรต้องพิจารณา 2 จุด คือ 1) สิ่งที่เกี่ยวข้องกับโครงการมากที่สุดที่ลงทุนแล้วมีโอกาสร่วมความสำเร็จสูงสุด 2) ผลตอบแทนเมื่อเสร็จสิ้นโครงการดังนั้นจึงเป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมของการริเริ่มทำโครงการที่มีส่วนร่วมกับชุมชน

3) คุณภาพของสินค้าและบริการ (Product and service quality) น้อยกว่า 3% ของบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีการรายงานว่าพวกเขาจะเรียกคืนสินค้าหรือยุติการให้บริการเนื่องจากการละเมิดสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ หรือฉลากเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ถูกต้องหรือการโฆษณาที่ผิดของสินค้า/บริการ ผลลัพธ์เหล่านี้อาจบ่งบอกถึงสินค้าที่มีคุณภาพและบริการสูงของบริษัท ซึ่งอาจมีข้อบ่งชี้ของการตรวจสอบที่ไม่เพียงพอของกฎระเบียบที่มีคุณภาพในภูมิภาคแคริบเบียน

4) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer / client satisfaction) การดำรงอยู่ขององค์กร ความยั่งยืนทางการเงินขององค์กร การเติบโตและการขยายตัว ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นเป้าหมายขององค์กร ซึ่งกุญแจสำคัญในการบรรลุเป้าหมายเหล่านี้ คือ การรักษาความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ซึ่งการจัดหาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงยังคงเป็นส่วนสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า

2.1.4.4 การจัดประเภท CSR โดยพิจารณาจากนโยบายขององค์กร

Matten and Moon (2004) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกรอบแนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมในอเมริกาและยุโรป ซึ่งสามารถแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

1) การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน (Explicit CSR) เป็นกิจกรรมที่เกิดจากนโยบายที่ชัดเจนของบริษัท (corporate policies) ที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่เท่ากับหรือมากกว่ามาตรฐานต่าง ๆ ที่กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่กฎหมายกำหนดไว้ รวมทั้งกรอบกติกาของสังคมที่มีอยู่ เป็นกิจกรรมที่รวมงานอาสาสมัคร (voluntary) กิจกรรมในโครงการตามกลยุทธ์ของบริษัท (self-interest driven policies) ที่บริษัทมุ่งดำเนินไปเพื่อประโยชน์ต่อทั้งกิจการของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย

2) การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน (Implicit CSR) เป็นกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติตามงานที่ผูกพัน ตามการตกลงหรือรับมอบหมาย ตามกรอบของมาตรฐานต่างๆที่กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งกรอบกติกาของสังคมที่มีอยู่

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมีความหลากหลาย องค์กรมีการดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมีการใช้ทรัพยากรที่อยู่ภายใน องค์กรและการใช้ทรัพยากรภายนอกองค์กรเป็นหลัก ซึ่งกิจกรรมที่ดำเนินอยู่นั้นมีทั้งกิจกรรมที่รวมอยู่ในกระบวนการหลักของธุรกิจและการดำเนินการที่แยกออกต่างหากจากกระบวนการดำเนินธุรกิจหลักของกิจการ แต่อย่างไรก็ตามการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ นั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ มิติภายใน และมิติภายนอกองค์กร ดังข้อมูลสรุปในตารางที่ 2.2

2.1.5 การรายงานหรือการเปิดเผยข้อมูลด้าน CSR

การรายงานหรือการเปิดเผยข้อมูลด้าน CSR เป็นเรื่องที่สำคัญ (ประจิต หาวัตร และคณะ, 2547) เนื่องจากการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นวิธีการสื่อสารที่องค์กรจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายได้รับรู้ถึงโครงการหรือกิจกรรมที่องค์กรดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Douglas, Doris, & Johnson, 2004) โดยมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อให้สังคมและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องยอมรับ และเกิดความเชื่อมั่นในองค์กร รวมทั้งยังทำให้้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่นและสามารถอยู่ร่วมกับองค์กรได้อย่างยั่งยืน (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2551) อีกทั้งข้อมูลในรายงานจะเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญให้ผู้ลงทุนใช้ประกอบการตัดสินใจพิจารณาลงทุนในบริษัทที่มีการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ตารางที่ 2.1 การจัดประเภท CSR

| เกณฑ์การแบ่ง | ผู้วิจัย | มิติภายใน | มิติภายนอก |
|---|--|--|--|
| ความเกี่ยวข้องของ CSR กับกระบวนการทางธุรกิจ | พิพัฒนา ยอดพฤติกการณ (2551) และ ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม (2550) พิพัฒนา ยอดพฤติกการณ (2551) | Corporate-driven CSR CSR-in-process | Social-driven CSR CSR-after-process |
| วัตถุประสงค์ของ CSR | Kotler and Lee (อ้างถึงในพิพัฒนา ยอดพฤติกการณ, 2553) | 1) การบริจาคเพื่อการกุศล 2) การอาสาช่วยเหลือชุมชน 3) การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม อาสาช่วยเหลือชุมชน | 1) การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม 2) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม 3) การตลาดเพื่อมุ่งแก้ปัญหาสังคม |
| กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย | European commission (อ้างถึงใน ฉนิิน เอี่ยมสะอาด, 2550) Polasek (2008) | 1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม 2) สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน 3) การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง 4) การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร 5) บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ 1) สุขภาพและความปลอดภัยใน สถานที่ทำงาน 2) แรงจูงใจของพนักงานและระบบการศึกษา 3) ความยืดหยุ่นในชั่วโมงการทำงานของพนักงาน | 1)การจัดการกับ Supplier และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ที่รับผิดชอบต่อสังคม 2) การดูแลผู้บริโภค 3) ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง 4) ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม 5) การรับผิดชอบต่อโลก 1) การสนับสนุนทางการเงิน หรืออื่นๆขององค์กรที่ไม่แสวงหากำไร 2) การสนับสนุนการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬา |

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

| เกณฑ์การแบ่ง | ผู้วิจัย | มิติภายใน | มิติภายนอก |
|-----------------------|--|---|---|
| กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย | Polasek (ต่อ) UN Economic Commission for Latin America and the Caribbean : ECLAC (2008) | 4) เงินสมทบของบริษัทเพื่อปัญญาและหรือประกันชีวิตของพนักงาน 5) ความเต็มใจของผู้บริหารระดับสูงเพื่อหรือหรือบริการเรื่องที่สำคัญของพนักงาน 1) ผลประโยชน์ 2) การสรรหาพนักงาน 3) การเจรจาต่อรอง 4) การสื่อสารกับพนักงาน 5) การใช้ผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่น 6) การต่อต้านการทุจริต | 3) การสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรม 1) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย 2) การช่วยเหลือ หรือการบริการชุมชน 3) คุณภาพของสินค้าและบริการ 4) ความพึงพอใจของลูกค้า |
| นโยบายขององค์กร | Matten and Moon (2004) | 1) การกำหนดนโยบายด้าน CSR ที่ชัดเจนขององค์กร 2) การกำหนดนโยบายด้าน CSR ที่มีได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน เป็นการดำเนินการที่เท่ากับกฎหมายกำหนด หรือตามภาระผูกพันที่กำหนด (Implicit CSR) | 1) การดำเนินการกิจกรรม CSR ในฐานะที่เป็นพลเมือง 2) การดำเนินการ CSR ในฐานะที่เป็นพลเมือง 3) การดำเนินการ CSR ในฐานะที่เป็นพลเมือง 4) การดำเนินการ CSR ในฐานะที่เป็นพลเมือง 5) การดำเนินการ CSR ในฐานะที่เป็นพลเมือง 6) การดำเนินการ CSR ในฐานะที่เป็นพลเมือง |

นอกจากนี้ IFAC ยังเปิดเผยว่า ในปัจจุบัน นักลงทุนต้องการข้อมูลด้านความยั่งยืนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักลงทุนในกลุ่มการลงทุนที่รับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Investing: SRI) ที่ใช้ข้อมูลด้านความยั่งยืนในการประกอบการพิจารณาตัดสินใจองค์การที่มีความยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสังคมองค์การต่างๆจึงต้องเปิดเผยข้อมูลด้านCSR เพิ่มขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นว่านักลงทุนเห็นว่าเป็นองค์การที่สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับนักลงทุน

IFAC ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว จึงได้เปิดเผยรายงานเรื่องความต้องการข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านธรรมาภิบาลของนักลงทุน (Investor Demand for Environmental Social Governance Disclosures: ESG disclosures) พร้อมทั้งระบุตัวชี้วัดเพื่อเป็นแนวทางในการจัดเตรียมข้อมูลสำหรับการเปิดเผยข้อมูลให้ตรงกับความต้องการของนักลงทุน

ในประเทศไทย คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้เสนอแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดทำรายงานเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR Report) โดยองค์การอาจะระบุไว้ในส่วนของรายงานประจำปี (Annual Report) หรือจัดทำเป็นฉบับแยกต่างหากจากรายงานประจำปีที่เรียกว่า รายงานความยั่งยืน (Sustainability Report)

การเปิดเผยข้อมูลขององค์การนั้น ได้รับความสนใจจากนักวิจัยจำนวนมากในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูล CSR (ศุกันยา ห้วยผัด, 2550; พิมพ์ภัทษานุสมิง, 2553; สุภาวดี จันทร์โถม, 2553; Ahmad, Sulaiman, & Siswanto, 2003) ข้อมูลที่องค์การเปิดเผยนั้นมีทั้งการเปิดเผยข้อมูลแบบบังคับ (Mandatory Disclosure) คือ การเปิดเผยข้อมูลที่องค์การต้องปฏิบัติตามระเบียบและข้อบังคับในการดำเนินธุรกิจ และการเปิดเผยข้อมูลแบบสมัครใจ (Voluntary Disclosure) คือ การเปิดเผยข้อมูลที่องค์การดำเนินการด้าน CSR เพิ่มเติมจาก กฎ ข้อบังคับ ตามความสมัครใจขององค์การ (Cowan & Gadenne, 2005)

ศุกันยา ห้วยผัด (2550) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 80 บริษัท เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อใช้เป็นคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของแต่ละรายการและรวบรวมข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระดาษทำการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า ระดับของการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญและสัดส่วนของการมีกรรมการเป็นเครือญาติ สัดส่วนของกรรมการอิสระและการรวมตำแหน่งของประธานกรรมการ ไม่มีความสัมพันธ์กับ

คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังพบว่าบริษัทขนาดใหญ่มีคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก

ชลินทร รุ่งจำ (2551) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและองค์ประกอบของคณะกรรมการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100 ในปี 2549 จำนวน 100 บริษัท ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปีและแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี โดยใช้แบบประเมินผลในการวิเคราะห์เนื้อหาและนับจำนวนบรรทัดเพื่อให้คะแนนการเปิดเผยข้อมูล ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและค่าสถิติ Eta จากการศึกษา พบว่า บริษัทจดทะเบียนรายงานผลความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด ด้านสิทธิมนุษยชน และด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรมน้อยที่สุด ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่าร้อยละของกรรมการอิสระต่อกรรมการบริษัททั้งหมดมีความสัมพันธ์กับขนาดบริษัท

พิมพ์ลภัส ชาญสมิง (2553) ได้ศึกษาปริมาณการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี 2551 จำนวน 409 บริษัท ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปีโดยใช้กระดาษทำการ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีค่าเฉลี่ยปริมาณการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุดคือกลุ่มทรัพยากร และผลที่ได้จากการศึกษาปริมาณการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมโดยจำแนกตามระดับผู้มีส่วนได้เสียพบว่าผู้มีส่วนได้เสียระดับที่บริษัทมีการเปิดเผยมากที่สุดคือพนักงาน สำหรับปัจจัยด้านขนาดของบริษัท พบว่า กลุ่มบริษัทขนาดใหญ่มีปริมาณการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมมากกว่ากลุ่มบริษัทขนาดเล็ก

สุภาวดี จันทร์โถม (2553) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างขนาดองค์กรกับระดับการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัทกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 67 บริษัท โดยกำหนดให้สินทรัพย์รวมและจำนวนพนักงานเป็นตัวแทนของขนาดขององค์กร โดยแบ่งข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดีชุมชนและสังคม การปฏิบัติต่อพนักงานและสิทธิมนุษยชน ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ จากผลการวิจัย พบว่าบริษัทขนาดใหญ่มีระดับการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก และยังพบว่าบริษัทในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมมีการเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการมากที่สุด รองลงมา

คือ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริ โภคและด้านชุมชนและสังคม ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า สินทรัพย์รวมและจำนวนพนักงานมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความ รับผิดชอบต่อสังคม

Guthrie and Parker (1990) ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลทางสังคมขององค์การโดยการ วิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างประเทศ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และ ออสเตรเลีย จำนวน 150 บริษัท โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า ในประเทศสหราชอาณาจักรมี การเปิดเผยข้อมูลทางสังคมในรายงานประจำปีมากที่สุด (ร้อยละ 98) รองลงมา คือ สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 85) และสุดท้ายที่มีการเปิดเผยข้อมูลเพียงร้อยละ 56 คือประเทศออสเตรเลีย โดยเนื้อหาที่ เปิดเผยนั้น ประกอบด้วย ข้อมูลด้านทรัพยากรมนุษย์ การมีส่วนร่วมในชุมชน สิ่งแวดล้อม พลังงาน สินค้าและด้านอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังพบว่า ประเทศสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกามีการเปิดเผย ข้อมูลด้านการเงินและข้อมูลที่ไม่ใช่ตัวเงิน ในขณะที่ประเทศออสเตรเลียเปิดเผยข้อมูลในลักษณะ ของข้อความหรือการบรรยาย

Ahmad, Sulaiman and Siswantoro (2003) ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อ สังคมขององค์การในรายงานประจำปีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศ มาเลเซีย (Kuala Lumpur Stock Exchange: KLSE) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากบริษัทที่อยู่ในกระดาน หลักของ KLSE ในปีพ.ศ. 2543 โดยแบ่งความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม พลังงาน สินค้าและผู้บริ โภค ชุมชน พนักงาน และอื่น ๆ สำหรับลักษณะการเปิดเผย ข้อมูลแบ่งออกเป็น การเปิดเผยจำนวนเงิน การเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณที่ไม่ใช่จำนวนเงินและการ เปิดเผยในลักษณะของการบรรยาย รวมทั้งศึกษาเนื้อหาที่เปิดเผยว่าเป็นไปในทางที่ดี หรือทางที่ไม่ดี และนับจำนวนประโยชน์ในการวัดระดับการเปิดเผยข้อมูล จากผลการศึกษา พบว่า บริษัทส่วนใหญ่ เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับด้านสินค้าและผู้บริ โภค ด้านพนักงาน และด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน ตามลำดับ รวมทั้งเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณน้อย อีกทั้งจากการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า การเปิดเผย ข้อมูลต่อสาธารณะจะมีความโน้มเอียงไปในทางที่ดีซึ่งเป็นบรรทัดฐานในการเปิดเผยข้อมูลและ สอดคล้องกับการศึกษาในประเทศที่กำลังพัฒนาอื่น ๆ ที่มีการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณหรือข้อมูล ทางการเงินและข้อมูลในทางที่ไม่ดีมีปริมาณน้อย

Sweeney and Coughlan (2008) ศึกษาเกี่ยวกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของ องค์การในอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันผ่านมุมมองของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย โดยวิธีการพิจารณา เนื้อหาของประเภทการสื่อสาร ในรายงานประจำปีและวิธีการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียขององค์การ ที่มุ่งเน้นไปที่การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการวิเคราะห์ข้อมูลรายงานประจำปีและ รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในกลุ่ม FTSE4Good ซึ่งเน้นความหลากหลายของ

อุตสาหกรรม จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันมีความแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียและการรายงานนี้เป็นความคาดหวังส่วนใหญ่ของการสื่อสาร ซึ่งชี้ให้เห็นว่าองค์การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวัง ดังนั้น จึงเป็นหลักฐานได้ว่าการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งในการสื่อสารการตลาด

ผลวิจัยจากรวบรวมกรณีข้างต้น สามารถสรุปได้ในตารางที่ 2.3 ซึ่งรวบรวมกรณีดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การมีความแตกต่างกันซึ่งระดับการเปิดเผยข้อมูลนั้นจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์การ (Kavitha & Anita, 2011) และจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ พบว่า ประเด็นการเปิดเผยข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ (ทั้งแบบบังคับและสมัครใจ) เกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี ประกอบด้วย

- 1) ด้านสิ่งแวดล้อม
- 2) ด้านชุมชนและสังคม
- 3) ด้านพนักงานและสิทธิมนุษยชน
- 4) ด้านลูกค้าหรือผู้บริโภค
- 5) ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- 6) ด้านสิทธิของผู้ถือหุ้น
- 7) ด้านพลังงาน
- 8) ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- 9) ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
- 10) ด้านลูกค้า
- 11) ด้านคู่แข่ง
- 12) ด้านเจ้าหน้าที่

จากการพิจารณา ความหมาย แนวปฏิบัติ การแบ่งประเภทความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ พบว่า การดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การนั้นมีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียขององค์การทุกฝ่าย ทั้งผู้มีส่วนได้เสียภายในและภายนอกองค์การซึ่งสอดคล้องกับพีพัตน์ ยอดพฤติกุล (2553) ที่มีการกล่าวถึงคำว่าสังคมในความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การว่าเป็นการพิจารณาตั้งแต่ผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์การ ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียภายนอก

ตารางที่ 2.3 การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี

| CSR \ ผู้วิจัย* | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| สิ่งแวดล้อม | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| ชุมชนและสังคม | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| พนักงานและสิทธิมนุษยชน | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ |
| ลูกค้าหรือผู้บริโภค | | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | ✓ |
| ผลิตภัณฑ์หรือบริการ | ✓ | | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ |
| สิทธิของผู้ถือหุ้น | ✓ | | | | | | | ✓ | ✓ |
| พลังงาน | | | | | ✓ | ✓ | | | ✓ |
| การกำกับดูแลกิจการที่ดี | | | ✓ | | | | | | |
| การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม | | ✓ | ✓ | | | | | | |
| คู่ค้า | | | | | | | ✓ | | |
| คู่แข่ง | | | | | | | ✓ | | |
| เจ้าหน้าที่ | | | | | | | ✓ | | |

หมายเหตุ. * หมายถึง ผู้วิจัยการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้แก่

1. ศุภันยา ห้วยผัด (2550)
2. ชลินทร์ รุ่งจำ (2551)
3. สุภาวดี จันทร์โถม (2552)
4. พิมพ์ภัส ชาญสมิง (2553)
5. Guthrie and Parker (1990)
6. Ahmad, Sulaiman and Siswanto (2003)
7. Saleha, Zulkiflib and Muhamadc (2008)
8. Ponnu and Okoth (2009)
9. Yao, Wang, and Song (2011)

องค์กร ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นสังคมใกล้และสังคมไกล โดยสังคมใกล้ คือ ผู้ที่มีส่วนได้เสียเกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ และสังคมไกล คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่

แข่งขัน ประชาชนทั่วไป

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงจำแนก CSR ออกเป็น 2 ประเภท ตามกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย คือ CSR มิติภายใน และ CSR มิติภายนอก โดยใช้เกณฑ์การจำแนกดังกล่าว เป็นต้นแบบในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

CSR มิติภายใน คือ กิจกรรมทางธุรกิจที่องค์กรดำเนินการอยู่ สามารถควบคุมได้ โดยตรงและมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร ได้แก่ ผู้บริหาร พนักงานและผู้ถือหุ้น ซึ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

- 1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน
- 2) สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน
- 3) การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร
- 4) ธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ

CSR มิติภายนอก คือ กิจกรรมทางธุรกิจที่องค์กรดำเนินการอยู่ อาจจะไม่ควบคุมไม่ได้ โดยตรงและมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง ชุมชนและสังคมซึ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

- 1) สินค้าหรือบริการ
- 2) การดูแลผู้บริโภคและผู้ให้บริการ
- 3) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
- 4) ชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม

2.1.6 การวัดระดับการดำเนินงานด้าน CSR

การวัดระดับการดำเนินงานด้าน CSR มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลต่อองค์กรที่ดำเนินงานด้าน CSR ว่า มีความสำเร็จหรือไม่ เพียงใด แต่การวัดระดับการดำเนินงานด้าน CSR นั้นค่อนข้างซับซ้อน เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงาน CSR มักเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนั้นจึงมีความพยายามที่จะแปลงข้อมูลเชิงคุณภาพนั้นให้เป็นข้อมูลที่วัดได้ (เชิงปริมาณ) ซึ่งการวัดระดับการดำเนินงานด้าน CSR มีหลายหลายวิธี เช่น การใช้ดัชนีความยั่งยืนที่คิดค้น โดยบริษัทวิจัยหรือตลาดหลักทรัพย์ วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา เป็นต้น

2.1.6.1 การใช้ดัชนีความยั่งยืนที่คิดค้นโดยบริษัทวิจัยหรือตลาดหลักทรัพย์

การใช้วิธีนี้ส่วนมากจะพบในประเทศที่พัฒนาแล้ว เนื่องจากมีองค์กรหรือหน่วยงานที่คิดค้นหรือวิจัยดัชนีนี้โดยเฉพาะ แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการประเมินผลด้าน CSR นั้นเป็นเรื่องใหม่และมีความซับซ้อนในการประเมินผล รวมทั้งไม่มีมาตรฐานในการวัดและกำหนดรูปแบบในการรายงานดังเช่นกับการรายงานทางบัญชี จึงทำให้วิธีประเมินผลหรือวิธีการสร้างดัชนีของแต่ละ

หน่วยงานนั้นมีความแตกต่างกัน เช่น ดัชนีของ KLD และดัชนีของ Bloomberg ที่ผู้วิจัยในอดีตเคยศึกษา

1) ดัชนีสังคม ดอมินิ 400 (Domini 400 Social Index) หรือดัชนีของ KLD

ดัชนีสังคม ดอมินิ 400 เป็นดัชนีที่สร้างขึ้นโดยบริษัท KLD Research & Analytics (KLD) ซึ่งก่อตั้งเมื่อปีค.ศ.1989 โดย Peter Kinder, Steve Lydenbery และ Amy Domini ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยผู้ผลิตดัชนีวัดความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในอเมริกา 400 แห่ง โดยหลักเกณฑ์ในการสร้างดัชนี ประกอบด้วยเกณฑ์การคัดออกและเกณฑ์คุณภาพหลายตัว อาทิ

เกณฑ์การคัดออก เช่น ไม่รวมบริษัทผลิตไฟฟ้าที่ลงทุนในไฟฟ้านิวเคลียร์หรือได้ไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้านิวเคลียร์

เกณฑ์เชิงคุณภาพ เช่น การประเมินประวัติบริษัทในประเด็นต่างๆ เช่นสภาพแวดล้อม ความหลากหลายทางเชื้อชาติ ความสัมพันธ์กับพนักงานและสินค้า

KLD ใช้หลักเกณฑ์เหล่านี้ในการเลือกบริษัทเพื่อสร้างดัชนี ดอมินิ 400 โดยบริษัทที่อยู่ในดัชนี KLD ประกอบด้วย บริษัทในดัชนี S&P 500 จำนวน 250 บริษัท บริษัทขนาดใหญ่ที่ไม่อยู่ในดัชนี S&P 500 จำนวน 100 บริษัท และบริษัทที่มีความโดดเด่นด้านสังคม 50 บริษัท รวมทั้งหมด 400 บริษัท จากนั้น KLD จะติดตามบริษัทในดัชนี ดอมินิ 400 โดยพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดอย่างใกล้ชิดเพื่อกำหนดค่าดัชนีความยั่งยืน (สฤณี อาชวานันทกุล, 2549)

2) คะแนนการเปิดเผยข้อมูลอีเอสจีของบลูมเบิร์ก (ESG Disclosure Score)

คะแนนการเปิดเผยข้อมูลอีเอสจีของบลูมเบิร์กเป็นการวิเคราะห์คะแนนความยั่งยืนของบลูมเบิร์ก โดยการผนวกประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล (Environment, Social, Governance: ESG) ซึ่งข้อมูลแต่ละด้านจะถูกนำมาถ่วงน้ำหนักก่อนประมวลผลเป็นคะแนนเพื่อสะท้อนระดับความสำคัญและความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรม (เช่นปริมาณน้ำที่ใช้ทางตรง โดยวิธีการสูบน้ำมาใช้ในกระบวนการผลิต) เป็นตัวเลขที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม มากกว่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เพราะอุตสาหกรรมแรกใช้ทรัพยากรน้ำมหาศาลกว่าอุตสาหกรรมหลังหลายเท่าตัว) (สฤณี อาชวานันทกุล, 2554)

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลด้าน CSR โดยการใช้นำดัชนีความยั่งยืนที่คิดค้นโดยบริษัทวิจัยหรือตลาดหลักทรัพย์ พบว่า ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวัดระดับ CSR ขององค์กรต่างๆ เป็นแนวทางในการศึกษา เช่น แนวทางของ KLD: Kinder Lydenberg and Domini (Tsoutsoura, 2004) และแนวทางของ IFAC ที่เรียกว่า ESG Disclosure Score ของ Bloomberg (Cheung, 2010) เป็นต้น ซึ่งการใช้ผลการวัดระดับจากองค์กรนั้นจะจำกัดข้อมูลในการศึกษาเฉพาะในประเทศที่มีองค์กรที่วัดระดับ CSR สำหรับในประเทศไทยนั้น ยังขาดหน่วยงานที่รับผิดชอบ

ชัดเจน ในการวัดระดับการดำเนินงานด้าน CSR ขององค์กร

2.1.6.2 การใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) คือ วิธีการวิจัยอีกวิธีหนึ่ง ที่ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่สื่อสารหรือเปิดเผยซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ รวมทั้งสามารถอธิบายในเชิงปริมาณได้

นอกจากนี้ Guthrie ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหาในรายงานประจำปีเป็นเทคนิคสำหรับการรวบรวมข้อมูลซึ่งเกี่ยวข้องกับการกำหนดรหัสหรือกำหนดหัวข้อ (codifying) ของข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นหมวดหมู่ไว้ล่วงหน้า เพื่อจะได้เป็นรูปแบบในการนำเสนอและการรายงานข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาที่จะมีประสิทธิภาพนั้นควรกำหนดวิธีวิเคราะห์ที่ต้องการให้ชัดเจนก่อนที่จะลงมือวิเคราะห์ (Guthrie & Mathews, 1985; Guthrie et al., 2004 อ้างถึงใน Guthrie & Abeysekera, 2006: 15)

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) คือ เทคนิคการวิจัยที่พยายามจะบรรยายเนื้อหาของข้อความหรือเอกสาร โดยมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ ใช้วิธีการเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบ และเน้นความเป็นวัตถุวิสัย (Objectivity) และอิงกรอบทฤษฎี การบรรยายนี้จะเน้นเนื้อหาตามที่ปรากฏ ไม่เน้นการตีความหรือการหาความหมายที่ซ่อนไว้เบื้องหลัง ทั้งนี้ ผู้วิจัยต้องไม่มีอคติหรือใส่ความคิดเห็นความรู้สึกของตนเองเข้าไป (Mayring, 2001; Williamson & Long, 2005 อ้างถึงในนงน้อย ย่านวารี, 2549, น. 7)

จากการพิจารณาความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหา สามารถกล่าวได้ว่า การวิเคราะห์เนื้อหา คือ การวิเคราะห์ข้อมูลที่เปิดเผยอย่างเป็นระบบ โดยการกำหนดขอบเขตหรือประเด็นของข้อมูลที่จะศึกษา แล้วนำมาวิเคราะห์ตามเนื้อหาหรือข้อมูลที่เปิดเผย นอกจากนี้ยังสามารถอธิบายข้อมูลในเชิงปริมาณได้ด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า ผู้วิจัยได้พยายามแปลงข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหาให้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งใช้วิธีที่แตกต่างกัน เช่น

1) การใช้ปริมาณของข้อมูลที่เปิดเผย

วิธีนี้ผู้วิจัยจะกำหนดขอบเขตเนื้อหาสำหรับการวิเคราะห์ โดยการกำหนดเป็นรูปแบบ (Theme) หรือหัวข้อที่เกี่ยวข้อง จากนั้นพิจารณาวิเคราะห์เนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่เปิดเผยข้อมูล ถ้าหากพบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องจะเลือกข้อมูลนั้นเพื่อแปลงเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การนับจำนวนคำ จำนวนประโยค จำนวนหน้า เป็นต้น

ตารางที่ 2.4 สรุปวิธีการวัดผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

| ผู้วิจัย | วิธีการวัดผล | | | | | |
|---|--------------|---------|-------------|-----------|----------------|-------------|
| | จำนวนเอกสาร | จำนวนคำ | จำนวนประโยค | จำนวนหน้า | สัดส่วนของหน้า | จำนวนบรรทัด |
| Adams et al. (1995); Gray et al. (1995a); Gray et al. (1995b) | ✓ | | | | ✓ | |
| Adams and Harte (1998); Ball et al. (forthcoming); Buhr and Freedman (1996); Roberts (1991); Simmons and Neu (1996); Thomas and Kenny (1996) | ✓ | | | | | |
| Adams et al. (1998); Ernst and Ernst (1978); Guthrie and Parker (1989); Guthrie and Parker (1990); Harte and Owen (1991); O'Dwyer and Gray (1998); Trotman and Bradley (1981) | | | | | ✓ | |
| Buhr (1998); Hackston and Milne (1996); Cowen et al. (1987) | ✓ | | ✓ | ✓ | | |
| Deegan and Rankin (1996) | | ✓ | | ✓ | | |
| Deegan and Gordon (1996); Ince (1997); Neu et al. (1998); ZeAghal and Ahmed (1990) | | ✓ | | | | |
| Tsang (1998) | ✓ | | ✓ | | | |
| ชลินทร ฐัจจำ (2551), ทิมพ์ลภัส ชาญสมิง (2553) | | | | | | ✓ |

ที่มา: ประยุกต์จาก Unerman (1999)

วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาโดยการวัดจากปริมาณของข้อมูลที่เปิดเผย เป็นวิธีวิจัยอีกวิธีหนึ่ง ที่ได้รับความสนใจจากผู้วิจัยจำนวนมากในการเลือกใช้สำหรับการวิเคราะห์การเปิดเผยข้อมูล แต่อย่างไรก็ตาม ยังคงมีข้อโต้แย้งเกี่ยวกับวิธีที่ดีที่สุด สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหา จากการศึกษาของ Unerman (1999) ที่ศึกษาปัญหาในการวัดผลโดยการใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหาในการวัดการรายงานทาง

สังคม พบว่า งานวิจัยแต่ละงานมีความขัดแย้งกันในการกำหนดวิธีการที่ดีที่สุดในการวัดการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมในเชิงปริมาณ ซึ่งวิธีส่วนใหญ่ ได้แก่ การนับจำนวนเอกสาร จำนวนคำ จำนวนประโยค จำนวนหน้า และสัดส่วนของหน้า แต่ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติม พบว่าการใช้จำนวนประโยคน่าจะมีความถูกต้องมากกว่าการใช้สัดส่วนของหน้า

2) การกำหนดระดับความสำคัญ

วิธีการเบื้องต้นในการวิเคราะห์วิธีนี้ยังคงเหมือนวิธีแรก คือ การกำหนดเป็นรูปแบบ (Theme) หรือหัวข้อที่เกี่ยวข้อง จากนั้นพิจารณาวิเคราะห์เนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่เปิดเผยข้อมูล เพียงแต่ทำการแปลงข้อมูลเป็นเชิงปริมาณนั้น ได้กำหนดเป็นระดับความสำคัญของข้อมูลที่เปิดเผย เช่น ถ้าไม่เปิดเผยข้อมูล 0 คะแนน ถ้าเปิดเผยแค่ข้อมูลนั้น ไม่ใช่จำนวนเงิน 1 คะแนน และถ้าเปิดเผยจำนวนเงินให้ 2 คะแนน เป็นต้น ซึ่งวิธีนี้จะเห็นได้ว่าการกำหนดระดับความสำคัญของข้อมูลไว้ล่วงหน้าดังตารางที่ 2.5

3) การพิจารณาจากคุณภาพของข้อมูลที่เปิดเผย

วิธีการเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูลยังคงเหมือนวิธีข้างต้น แต่ได้เพิ่มรายละเอียดในการวิเคราะห์ โดยการวิเคราะห์รายละเอียดทั้งหมดของการเปิดเผยข้อมูล เช่น เปิดเผยในลักษณะของข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน รูปภาพ เป็นต้น ซึ่งวิธีนี้ส่วนใหญ่แปลงข้อมูลให้เป็นเชิงปริมาณ โดยใช้ความถี่ของข้อมูลที่เปิดเผยเป็นตัววัด (Steenkamp, 2007)

การวัดระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR มีหลากหลายวิธี แม้ว่าจะยังไม่มีข้อสรุปเกี่ยวกับวิธีที่ดีที่สุดสำหรับการวัดระดับการเปิดเผยข้อมูล แต่นักวิจัยที่ศึกษาด้านนี้ได้พยายามประยุกต์วิธีการวัดระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดเพื่อให้ผลการศึกษาใกล้เคียงความจริงมากที่สุด

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การดำเนินการด้าน CSR เป็นสิ่งที่องค์กรกระทำโดยความสมัครใจ และยังไม่มีความหมายหรือนโยบายการปฏิบัติที่เป็นแนวทางเดียวกัน การวัดระดับการดำเนินงานด้าน CSR จึงเป็นงานที่ค่อนข้างท้าทาย สำหรับในการศึกษานี้จะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีหลัก เนื่องจากเป็นวิธีที่ผู้วิจัยส่วนใหญ่มักใช้วิธีนี้ในการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี ส่วนตัวชี้วัดระดับการดำเนินงานด้าน CSR นั้น จะใช้ทั้งตัวชี้วัดระดับการดำเนินงานด้าน CSR ที่เป็นเชิงปริมาณ (เพื่อวัดปริมาณในการเปิดเผยข้อมูล) และตัวชี้วัดระดับการดำเนินงานด้าน CSR ที่เป็นเชิงคุณภาพ (เพื่อวัดคุณภาพของข้อมูลที่เปิดเผยในรายงานประจำปี)

ตารางที่ 2.5 สรุปคะแนนการกำหนดระดับความสำคัญในการวิเคราะห์เนื้อหา

| ผู้วิจัย | ระดับความสำคัญ | | | | | |
|---|----------------|------------------------------|---|----------------------|--|--|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Schneider (2006) | ไม่เปิดเผย | ไม่ เกี่ยวข้อง | ไม่ชัดเจน | ข้อความ | ข้อมูลเชิง ปริมาณ หรือตัว จำนวน เงิน | ข้อมูลเชิง ปริมาณ หรือตัว จำนวนเงิน และ ข้อความ |
| Bozzolan, Favotto and Ricceri (2003) | ไม่เปิดเผย | มูลเชิง คุณภาพ | ข้อมูลเชิง ปริมาณ | - | - | - |
| Guthrie, Petty, and Ferrier& Wells (1999) | ไม่เปิดเผย | ข้อความ หรือการ บรรยาย | ข้อมูล ตัวเลข ทั่วไป | จำนวน เงิน | - | - |
| Saleha, Zulkiflib, and Muhamadc (2008) | ไม่เปิดเผย | มูลเชิง คุณภาพ | ไม่ใช่ข้อมูล เชิง ปริมาณ แต่ สอดคล้อง กับตัวชี้วัด | ข้อมูลเชิง ปริมาณ | - | - |
| ศุกันยา ห้วยผัด (2550) | ไม่เปิดเผย | เปิดเผย | - | - | - | - |

ที่มา: ประยุกต์จาก Schneider (2006)

2.2 ผลประกอบการทางการเงิน

ผลประกอบการทางการเงิน คือ ความสามารถขององค์กรในการสร้างรายได้ในช่วงเวลาที่กำหนดซึ่งตัวชี้วัดที่ใช้ในการวัดผลประกอบการทางการเงินขององค์กรนั้นมีหลายประเภท เช่น อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร (Profitability Ratio) อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Efficiency Ratio) อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Financial Policy Ratio) อัตราส่วนคุณภาพสินทรัพย์ (Asset Quality Ratio) เป็นต้น

สำหรับการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาอัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) เนื่องจากในการดำเนินธุรกิจขององค์กรแสวงหากำไร การวัดผลประกอบการจะใช้ตัววัดที่ประเมินประสิทธิภาพในการทำกำไร เพื่อจูงใจให้มีผู้สนใจลงทุนมากขึ้นในรูปแบบของการลงทุนในหุ้น หรือเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้กู้ยืม หากต้องการขยายการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการศึกษาในอดีต ดังนี้

ดิษพงษ์ ชัยวิชญชาติ (2546) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ไทยหลังวิกฤติเศรษฐกิจ โดยศึกษาจากข้อมูลรายไตรมาสของงบการเงินของธนาคารพาณิชย์ไทยจำนวน 12 ธนาคาร ตั้งแต่ปี 2540 - 2545 ซึ่งความสามารถในการทำกำไรที่ศึกษาประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราดอกเบี้ยรับ อัตราดอกเบี้ยจ่าย ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย โครงสร้างรายได้ กำไร(ขาดทุน) ต่อหุ้นและเงินสด โดยจำแนกข้อมูลตามจำนวนของสินทรัพย์ ส่วนแบ่งการตลาดและจำนวนสาขาของธนาคาร ผลจากการศึกษา พบว่า ธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารที่มีความสามารถในการทำกำไรสูงสุด ภายหลังจากวิกฤติเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังพบว่า ธนาคารพาณิชย์ที่มีจำนวนสินทรัพย์ ส่วนแบ่งทางการตลาดและจำนวนสาขาที่มากกว่า จะมีความสามารถในการทำกำไรสูงกว่า

จิณห์วรา เชื้อเมืองพาน (2552) ศึกษาความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ไทย โดยศึกษาข้อมูลรายไตรมาส จำนวน 18 ไตรมาสและแบ่งกลุ่มธนาคารออกเป็น 3 กลุ่มตามส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์รวม โดยวิธีวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางสถิติโดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน ผลจากการศึกษาพบว่า ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยรับและจ่าย อัตราส่วนหนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ทุกกลุ่มในทิศทางที่ตรงกับสมมติฐาน อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อรายได้รวมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ทุกกลุ่มในทิศทางตรงข้าม แต่ยกเว้นกลุ่มธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ ส่วนอัตราส่วนค่าธรรมเนียมและบริการต่อรายได้รวมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ทุกกลุ่มในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นกลุ่มธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็ก

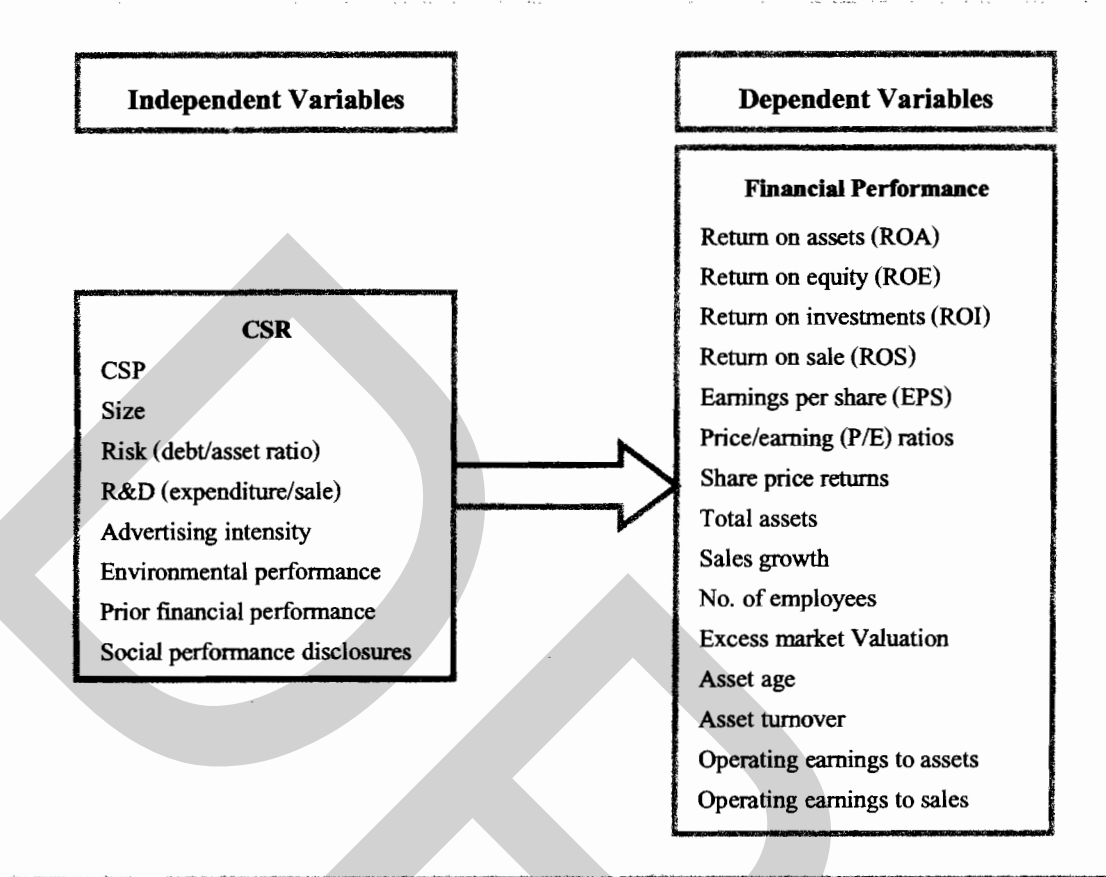
บุษบา นุชิตภาพ (2551) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูล CSR กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี SET 100 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วง พ.ศ. 2547 - 2549 จำนวน 50 บริษัท ผลการดำเนินงานที่ศึกษาประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อรายได้รวม ผลการศึกษาพบว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี SET 100 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กัญญารัตน์ ชีระวาณิชผล (2552) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง CSR กับกลยุทธ์ของกิจการ ชื่อเสียง และผลประกอบการของกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า จากการเพิ่มตัวแปรด้านการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลยุทธ์กิจการ พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคม การบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลยุทธ์กิจการ ชื่อเสียง และผลประกอบการด้านการเงินมีความสัมพันธ์กัน

ฉัฐมน อภิพัฒน์พงศ์ (2553) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมกับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงานที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้วิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ของเพียร์สันในการวัดความสัมพันธ์ จากการศึกษาพบว่า การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรเฉพาะในส่วนของอัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ เฉพาะในไตรมาสที่ 1 - 2 ของปี 2550 เท่านั้น แต่ไม่พบความสัมพันธ์ในช่วงเวลาอื่น ซึ่งชี้ให้เห็นว่าอาจจะมีบางปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในช่วงดังกล่าว เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง

Ahmed and Uchida (2009) ศึกษาเกี่ยวกับกรอบแนวคิดความเชื่อมโยงของ CSR และผลประกอบการทางการเงิน ผลการศึกษาพบว่า การวัดผลประกอบการทางการเงินสามารถวัดได้ทั้งในรูปแบบของผลตอบแทนของนักลงทุน (investors return) และผลตอบแทนทางบัญชี (accounting return) และได้สรุปผลการศึกษาโดยการนำเสนอกรอบแนวคิด CSR กับผลการวัดผลการดำเนินงานด้านการเงิน ดังแสดงในภาพที่ 2.2

Choi et al. (2010) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง CSR และผลประกอบการทางการเงินของบริษัทในประเทศเกาหลี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างบริษัทจำนวน 1,122 บริษัท ในข้อมูลระหว่างปี 2002 - 2008 ใช้ดัชนีความรับผิดชอบต่อสังคมชนิดไม่ถ่วงน้ำหนัก (equal-weighted CSR index) และดัชนีความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้เสียถ่วงน้ำหนัก (stakeholder-weighted CSR index) ในการวัดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สำหรับผลประกอบการขององค์กรจะวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) และ Tobin's Q ผลการศึกษาพบว่า ดัชนีความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้เสียถ่วงน้ำหนัก (stakeholder-weighted CSR index) และผลประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีความรับผิดชอบต่อสังคมชนิดไม่ถ่วงน้ำหนัก (equal-weighted CSR index) กับผลประกอบการทางการเงิน



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของ Ahmed and Uchida

ที่มา: Ahmed and Uchida (2009)

Cheung and Mak (2010) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูล CSR กับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทในกลุ่มธนาคาร โดยใช้ดัชนีวัดการเปิดเผยข้อมูล CSR (หรือ ESG Disclosure) ในการวัดการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและผลประกอบการทางการเงินอื่นได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และอัตราผลตอบแทนประจำปี ผลการศึกษาพบว่า ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทในกลุ่มธนาคาร

Tsoutsoura (2004) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการด้านการเงิน เป็นการศึกษาเชิงประจักษ์โดยศึกษาข้อมูลของบริษัทในกลุ่ม S&P 500 โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี 1996 – 2000 ใช้ Kinder Lydenberg Domini (KLD Scoring) เป็นตัวชี้วัด

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและใช้อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และอัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) วัดผลประกอบการด้านการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีความเชิงสัมพันธ์เชิงบวกกับผลประกอบการด้านการเงิน

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงินสามารถสรุปข้อมูลผลประกอบการทางการเงินที่ผู้วิจัยในอดีตศึกษาได้ดังตารางที่ 2.6

ข้อมูลในตารางที่ 2.6 สามารถอธิบายได้ว่า โดยส่วนใหญ่แล้วผู้วิจัยจะเลือกใช้อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) (กัญญารัตน์ ชีระวานิชผล, 2551; Tsoutsoura, 2004; Ahmed & Uchida, 2009) เพื่อวัดผลการดำเนินงานด้านการเงิน

นอกจากอัตราส่วนข้างต้นยังมีผู้วิจัยที่เลือกใช้อัตราส่วนอื่น ๆ เพิ่มเติมได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) (กัญญารัตน์ ชีระวานิชผล, 2551; Tsoutsoura, 2004) อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit Margin) อัตราส่วนกำไรต่อหุ้น (Earnings per Share) (Ahmed & Uchida, 2009) อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) (บุษบา นุชิตภาพ, 2551) และ Tobin's Q (Choi et al., 2010)

รวมทั้งจากงานวิจัยในอดีตหลายงานที่กล่าวถึง การวัดผลประกอบการหรือความสามารถในการทำกำไรเฉพาะของบริษัทในอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน โดยใช้ อัตราดอกเบี้ยรับ (Interest Revenue Rate) อัตราดอกเบี้ยจ่าย (Interest Expense Rate) และส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย (Interest Spread) (ศิษพงษ์ ชัยวิญญาติ, 2546; จินห์วรา เชื้อเมืองพาน, 2552)

การศึกษานี้ที่มุ่งศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคาร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาผลประกอบการทางการเงินที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มธุรกิจดังกล่าว ดังนี้

- 1) อัตราดอกเบี้ยรับ (Interest Revenue Rate) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนที่ธนาคารได้รับจากการปล่อยสินเชื่อให้ลูกค้า
- 2) อัตราดอกเบี้ยจ่าย (Interest Expense Rate) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนที่ธนาคารจะต้องจ่ายให้กับลูกค้าที่นำเงินมาฝากไว้กับธนาคาร
- 3) ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย (Net Interest Margin) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ผลต่างระหว่างอัตราดอกเบี้ยรับกับอัตราดอกเบี้ยจ่าย

ตารางที่ 2.6 สรุปผลประกอบการทางการเงินที่ผู้วิจัยใช้ศึกษาในอดีต

| อัตราส่วนทางการเงิน | ผู้วิจัย | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|--------------------------------|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| อัตรากำไรขั้นต้น | | | | | | | | ✓ | | |
| อัตรากำไรสุทธิ | | | ✓ | | | | | | | |
| อัตราคอกเบียร์รับ | | ✓ | | | | | | | | |
| อัตราคอกเบียร์จ่าย | | ✓ | | | | | | | | |
| ส่วนต่างอัตราคอกเบียร์ | | ✓ | | ✓ | | | | | | |
| อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ |
| อัตราผลตอบแทนจากยอดขาย | | | | | ✓ | ✓ | | | | |
| กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้น | | ✓ | | | | | | ✓ | | |
| Tobin's Q | | | | | | | ✓ | | ✓ | |

หมายเหตุ.* หมายถึง ผู้ศึกษาเกี่ยวกับผลประกอบการทางการเงิน ได้แก่

1. คิชพงษ์ ชัยวิชญชาติ (2546)
2. บุษบา นุชิตภาพ (2551)
3. จินห์วรา เชื้อเมืองพาน (2552)
4. กัญญารัตน์ ชีระวานิชผล (2552)
5. Tsoutsoura (2004)
6. Saleha, Zulkiflib, and Muhamadc (2008)
7. Ahmed and Uchida (2009)
8. Choi, Kwak and Choe (2010)
9. Cheung and Mak (2010)

4) อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรขั้นต้นของกิจการ โดยการเปรียบเทียบระหว่างกำไรขั้นต้นกับยอดขายเพื่อประเมินความสามารถขั้นต้นของธุรกิจว่าสามารถทำกำไรเบื้องต้นได้มากน้อยเพียงใด

5) อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรสุทธิของกิจการ โดยการเปรียบเทียบระหว่างยอดขายกับกำไรสุทธิเพื่อประเมินผลกำไรที่หักค่าใช้จ่ายทุกรายการแล้ว

6) ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Asset: ROA) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของกิจการในการนำสินทรัพย์ไปลงทุนให้เกิดผลตอบแทน โดยเป็นค่าที่แสดงถึงผลกำไรที่กิจการหาได้จากสินทรัพย์ทั้งหมดที่กิจการใช้ดำเนินการ

7) อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารงานเพื่อให้เกิดผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นที่เป็นเจ้าของกิจการและ

8) อัตรากำไรต่อหุ้น (Earning per Share: EPS) เพื่อวิเคราะห์ส่วนของกำไรสุทธิที่แบ่งเฉลี่ยแก่หุ้นสามัญแต่ละหุ้น

2.3 ความสัมพันธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงิน

การดำเนินการด้าน CSR นอกจากส่งผลให้องค์กรสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน สร้างชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือให้องค์กร สร้างแรงจูงใจในการทำงานและรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กร ลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน สร้างความสัมพันธ์กับนักลงทุนและสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ตลอดจนการได้รับการยอมรับการดำเนินงานจากสังคมแล้ว ยังมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการขององค์กรด้วย โดยมีงานวิจัยในอดีตที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง CSR กับผลประกอบการทางการเงิน ดังสรุปในตารางที่ 2.7

จากข้อมูลในตารางที่ 2.7 สามารถอธิบายได้ดังนี้จากการศึกษาในอดีตพบว่า ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงิน มีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้าน CSR ที่หลากหลาย เช่น การวิเคราะห์เนื้อหา การใช้ดัชนีวัด CSR ขององค์กร อีกทั้ง ผลประกอบการทางการเงินที่ผู้วิจัยศึกษานั้นก็แตกต่างกันไปเช่นกัน ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้นั้นมีทั้งสัมพันธ์ (กัญญารัตน์ ชีระวานิชผล, 2552; Tsoutsoura, 2004; Saleha, Zulkiflib & Muhamadc, 2008) และไม่สัมพันธ์กัน (บุษบา นุชิตภาพ, 2551; Cheung & Mak, 2010) แต่อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมโดยศึกษาจากการอภิปรายข้อมูลของผู้วิจัยในอดีตจะพบลักษณะความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันไป ดังนี้

จากผลการศึกษาของบุษบา นุชิตภาพ (2551) พบว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี 100 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กัน แต่อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากตัวชี้วัดของผลการดำเนินงานทางการเงิน พบว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งขัดแย้งกับผล

การศึกษาของ Tsoutsoura (2004) ที่พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับ ROA อีกทั้ง พบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งสอดคล้องกับ Tsoutsoura (2004)

แต่อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาของบุษบา นุชิตภาพ (2551) พบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับอัตรากำไรสุทธิต่อรายได้รวมอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการศึกษาของ Tsoutsoura (2004) พบความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับอัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้จากการศึกษาของกัญญารัตน์ ชีระวานิชผล (2552) พบว่า ผลประกอบการมีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อลูกค้า และความรับผิดชอบต่อพนักงาน แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้กับผลประกอบการของกิจการ แต่ทั้งนี้จากการวิเคราะห์โดยรวมพบว่า การบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลยุทธ์กิจการ ชื่อเสียงกิจการ และผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสัมพันธ์กัน

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จะเห็นได้ว่า ผลที่ได้จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงินนั้นมีทั้งสัมพันธ์และไม่สัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Beurden and Gosling (2008) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงินขององค์กร โดยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า งานวิจัยร้อยละ 68 พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลประกอบการทางการเงิน ส่วนร้อยละ 26 ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงิน นอกจากนี้ยังพบว่า งานวิจัยร้อยละ 6 พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางลบกับผลประกอบการทางการเงิน จากผลการวิจัยจึงแสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่แล้วความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลประกอบการทางการเงิน

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้นเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร แสดงให้เห็นว่าองค์กรต่างตระหนักและให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้องค์กรได้รับการยอมรับและเป็นการสร้างชื่อเสียงให้องค์กร และส่งผลต่อผลประกอบการขององค์กรในที่สุด ซึ่งจะเห็นได้จากผลการวิจัยเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงินที่พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านการเงิน อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยรวม ยังไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์การเปิดเผยข้อมูลประเภทความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่ามีการดำเนินกิจกรรม

ความรับผิดชอบต่อสังคมประเภทใดบ้างและมีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กรหรือไม่ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงประเด็นในเรื่องของความสำคัญของประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและต้องการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล (Level of disclosure) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) กับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50

2.4 บทสรุป

ในบทนี้ผู้วิจัยได้อธิบายเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร แนวคิดเกี่ยวกับผลประกอบการทางการเงินและความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงิน ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมสามารถแบ่ง CSR ตามประเภทของผู้มีส่วนได้เสียได้ 2 ประเภทคือมิติภายใน และมิติภายนอก ในบทที่ 3 ถัดไปจะกล่าวถึงกรอบแนวคิดในการศึกษา ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการวัดค่าของข้อมูล การพัฒนาสมมติฐานการวิจัย และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 2.7 สรุปงานวิจัยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงิน

| ชื่องานวิจัย/ผู้วิจัย (ปี) | ตัวแปรที่ศึกษา | | เครื่องมือ/วิธีวิจัย | ผลการวิจัย |
|--|--|--|--|---|
| | CSR | CFP | | |
| ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี 100 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย / ปุณยานุชิตภาพ (2551) | <ol style="list-style-type: none"> 1) สิ่งแวดล้อม 2) พนักงาน 3) ชุมชนและสังคม 4) ผลิตภัณฑ์และบริการ 5) สิทธิของผู้ถือหุ้น | <ol style="list-style-type: none"> 1) ROA 2) ROE 3) Net profit margin | <p>เครื่องมือ การฉายทำการ วิธีวิจัย 1) สถิติเชิงพรรณนา 2) การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย</p> | <p>ผลการวิจัย ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี 100 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย</p> |
| ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์กิจการและผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย / กัญญารัตน์ จีระวานิชผล (2552) | <ol style="list-style-type: none"> 1) พนักงาน 2) ลูกค้า 3) คู่ค้า 4) ชุมชน | <ol style="list-style-type: none"> 1) ROA 2) ROE 3) ROS | <p>เครื่องมือ 1) การสัมภาษณ์ 2) แบบสอบถาม วิธีวิจัย 1) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน 2) การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ</p> | <p>การบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลยุทธ์กิจการ ชื่อเสียงกิจการ และผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสัมพันธ์กัน</p> |
| Corporate Social Responsibility and Financial Performance/Tsouitsoura (2004) | <p>ดัชนี KLD Kinder Lydenberg Domini (KLD Scoring)</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1) ROA 2) ROE 3) ROS | <p>การวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis)</p> | <p>ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลประกอบการด้านการเงิน</p> |

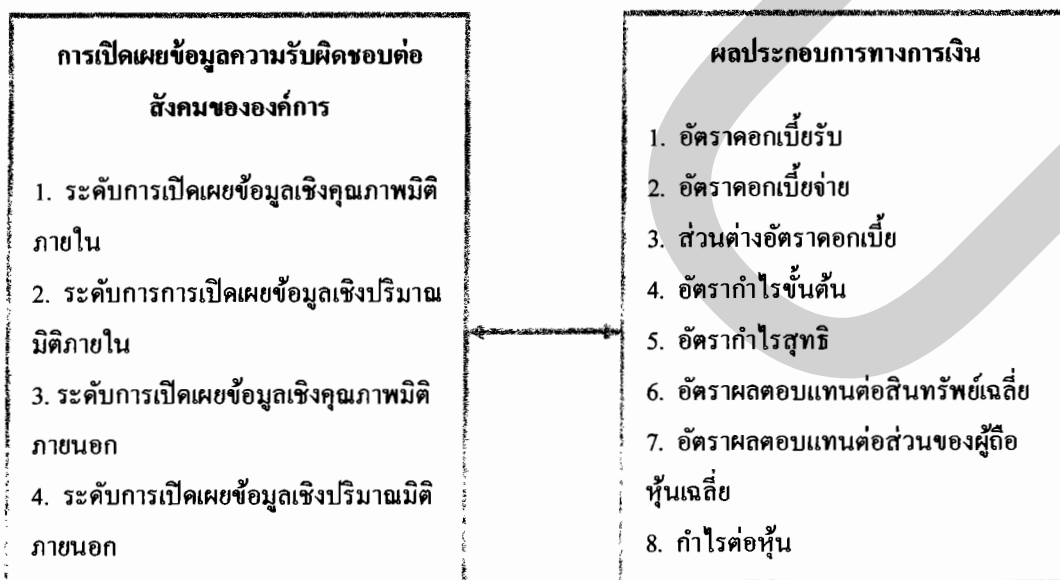
ตารางที่ 2.7 (ต่อ)

| ชื่องานวิจัย/ผู้วิจัย (ปี) | ตัวแปรที่ศึกษา | | เครื่องมือ/วิธีวิจัย | ผลการวิจัย |
|---|---|--|---|---|
| | CSR | CFP | | |
| An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility Disclosure and Financial Performance in an Emerging Market/Saleha ,Zulkifli, and Muhamadc (2008) | 1) ความสัมพันธ์กับพนักงาน 2) สิ่งแวดล้อม 3) การมีส่วนร่วมกับชุมชน 4) สินค้า | 1) ROA 2) stock market return 3) Tobin's Q | เครื่องมือ กระดาษทำการ วิจัย 1) สถิติพรรณนา 2) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) | ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพทางการเงิน |
| Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance: Evidence from Korea /Choi, Kwak and Choe (2010) | ใช้ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย | 1) ROA 2) ROE 3) Tobin's Q | แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 แบบ คือ 1) ดัชนี CSR แบบถ่วงน้ำหนัก 2) ดัชนี CSR แบบไม่ถ่วงน้ำหนัก วิจัย การวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) | ดัชนีความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้เสียถ่วงน้ำหนัก(stakeholder-weighted CSR index)กับผลประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญแต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีความรับผิดชอบต่อสังคมชนิดไม่ถ่วงน้ำหนัก (equal-weighted CSR index)กับผลประกอบการทางการเงิน |
| The Relation between Corporate Social Responsibility disclosure and Financial Performance : evidence from the commercial banking industry / Cheung and Mak (2010) | ดัชนี ESG disclosure Score ของ Bloomberg - Environment - Social - Governance | 1) ROA 2) ROE 3) share price return | การวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) | ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลประกอบการทางการเงิน |

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล (Level of disclosure) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) กับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 นี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี รวมทั้งใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลแบบ 1) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ระดับการเปิดเผยข้อมูลประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม และ 2) การวิเคราะห์เชิงสถิติ (Statistic Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล (Level of disclosure) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) กับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 รวมทั้งการทดสอบสมมติฐานในการศึกษานี้

3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.2 กลุ่มประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรในการศึกษานี้ คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในหมวดธุรกิจธนาคารที่มีรายชื่อหลักทรัพย์ที่นำมาใช้ในการคำนวณดัชนี SET 50 Index ซึ่งเป็นกลุ่มที่นักลงทุนให้ความสนใจ เนื่องจากหลักทรัพย์ในกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีสภาพคล่องในการซื้อขายสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง ตลอดจนมีการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อแสดงถึงการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และจากการวิจัยที่พบว่ากลุ่มบริษัทขนาดใหญ่มีปริมาณการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมมากกว่ากลุ่มบริษัทขนาดเล็ก (พิมพ์ลภัส ชาญสมิง, 2553) หลักทรัพย์กลุ่มนี้จึงสะท้อนภาพรวมในตลาดอย่างเห็นได้ชัด โดยกำหนดให้รายชื่อหลักทรัพย์ในหมวดธุรกิจธนาคารที่นำมาใช้ในการคำนวณดัชนี SET 50 Index อย่างต่อเนื่องในระหว่างปี 2550 – 2553 เป็นข้อมูลในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามหลักเกณฑ์ข้างต้นพบว่าหลักทรัพย์ในหมวดธุรกิจธนาคารที่นำมาใช้ในการคำนวณดัชนี SET 50 Index อย่างต่อเนื่องในระหว่างปี 2550 – 2553 มีจำนวน 6 หลักทรัพย์ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาในครั้งนี้มีทั้งสิ้น 24 ข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 3.1 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

| หมวดธุรกิจธนาคาร | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | รวม |
|--------------------------------------|------|------|------|------|-----|
| 1. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 4 |
| 2. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 4 |
| 3. ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 4 |
| 4. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 4 |
| 5. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 4 |
| 6. ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 4 |
| รวมจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 |

ในการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในหมวดธุรกิจธนาคาร โดยศึกษาข้อมูล 4 ปีย้อนหลัง เนื่องจากในการศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในรายงานประจำปี ซึ่งมีจำนวนมากและต้องใช้ระยะเวลาในการวิเคราะห์

รวมทั้งระยะเวลาในการศึกษาที่มีจำกัด และจากการศึกษางานวิจัยด้านการวิเคราะห์เนื้อหายังพบว่า ผู้ศึกษาส่วนใหญ่กำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษาจำนวนไม่มากนัก

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ในการวัดค่าระดับการเปิดเผยข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่งและใช้เครื่องมือในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลหลายรูปแบบเพื่อให้ได้ผลวิจัยที่น่าเชื่อถือและถูกต้องภายในเวลาที่จำกัด ขั้นตอนในการพัฒนางานวิจัยมีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 จัดทำกระด้ายทำการ

กระด้ายทำการที่ได้พัฒนา จะมาจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมและผลประโยชน์ทางการเงิน ซึ่งผู้วิจัยจะใช้กระด้ายทำการในการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลด้าน CSR ของบริษัทจดทะเบียนๆที่อยู่ในหมวดธุรกิจธนาคาร กระด้ายทำการประกอบด้วยสคัมภ์และแถวต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2 กระด้ายทำการสำหรับการวิจัย

| รายการการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม | ลักษณะการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ | | | | | | | การเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณ | | | | |
|---|----------------------------------|--------|-----------|---------------|--------|--------------------------|---------------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------------|-----------|------------|
| | ข้อความ | ตัวเลข | จำนวนเงิน | แผนภูมิ/ตาราง | รูปภาพ | ระดับของการเปิดเผยข้อมูล | แสดงสถิติ/ตัวชี้วัด | คะแนนสุทธิ | ปริมาณการเปิดเผย (จำนวนตัว) | ระดับของการเปิดเผยข้อมูล | ตัวชี้วัด | คะแนนสุทธิ |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |

ในการศึกษานี้ได้สร้างกระด้ายทำการเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลระดับของการเปิดเผยข้อมูลของแต่ละรายการในการเปิดเผยข้อมูลประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม และเก็บรวบรวมข้อมูลผลประโยชน์ทางการเงิน โดยข้อมูลในกระด้ายทำการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ความรับผิดชอบต่อสังคม และส่วนที่ 2 ผลประกอบการทางการเงิน ขั้นตอนในการจัดทำกระด้ายทำการประกอบด้วย

1) ทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อรวบรวมข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยแบ่งประเภทความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น มิติภายใน และ มิติภายนอก จากนั้น พิจารณารายการที่มีเนื้อหา รายละเอียด ที่สอดคล้องกันไว้เป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อให้ได้รายการที่ครอบคลุมรายละเอียดทั้งหมด กระชับ และชัดเจน รวมทั้งระบุคำอธิบายสั้นๆของแต่ละรายการ เพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย เช่น การจัดการทรัพยากรมนุษย์ คือ การให้ความสำคัญกับพนักงาน เกี่ยวกับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน การส่งเสริมการเรียนรู้ การฝึกอบรม การคัดเลือกหรือการสรรหาพนักงาน โดยข้อมูลกระดาษทำการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ความรับผิดชอบต่อสังคม

การเก็บรวบรวมข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแบ่งออกเป็น ข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมดังนี้

1.1) สร้างกระดาษทำการโดยใช้ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม

1.2) กำหนดคำสำคัญ (key word) สำหรับใช้ในการค้นหาของแต่ละรายการ เช่น การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพหลักสิทธิมนุษยชน คำสำคัญ คือ ทรัพยากรบุคคล พนักงาน การเรียนรู้ การฝึกอบรม การคัดเลือก การสรรหา

ส่วนที่ 2 ผลประกอบการทางการเงิน

สำหรับผลประกอบการทางการเงินมีจำนวน 8 รายการ ประกอบด้วย

- 1) อัตราดอกเบี้ยรับ (Interest Revenue Rate)
- 2) อัตราดอกเบี้ยจ่าย (Interest Expense Rate)
- 3) ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย (Net Interest Margin Rate)
- 4) อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)
- 5) อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)
- 6) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Asset: ROA)
- 7) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE)
- 8) กำไรต่อหุ้น (Earning Per Share: EPS)

2) การวัดค่าระดับการเปิดเผยข้อมูล

จากงานวิจัยของ Beretta and Bozzolan (2004) ที่มีแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลว่า คุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลนั้นขึ้นอยู่กับปริมาณ (Quantity) และความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Richness of content) ซึ่งสอดคล้องกับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เนื่องจากการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการดำเนินการโดยสมัครใจ การ

เปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจึงมีลักษณะที่แตกต่างกันไป การจะศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจึงจำเป็นต้องพิจารณาทั้งในด้านปริมาณและด้านคุณภาพควบคู่กันไป ดังนั้นในการศึกษานี้จึงกำหนดการวัดค่าระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น ดัชนีเชิงปริมาณและดัชนีเชิงคุณภาพ

ดัชนีปริมาณเชิงสัมบูรณ์ (Absolute Quantity Index)

เป็นการวัดปริมาณของการเปิดเผยข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการวัดปริมาณในการเปิดเผยข้อมูลนั้นมีหลากหลายวิธีอาจจะเป็นการนับจำนวนหน้า จำนวนประโยคหรือจำนวนคำ สำหรับการศึกษานี้จะวิเคราะห์ดัชนีปริมาณ โดยใช้การนับจำนวนคำเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในรายงานประจำปี เนื่องจากเป็นข้อมูลเชิงปริมาณที่มีความชัดเจนมากที่สุด (Lajili & Zeghal, 2005 อ้างถึงใน โชติญาณ์ หิตะพงศ์, 2549)

การวัดปริมาณการเปิดเผยข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ 1) ดัชนีปริมาณเชิงสัมบูรณ์ (Absolute Index) คือการวัดจากปริมาณข้อมูลที่ต้องมีการเปิดเผยจริง และ 2) ดัชนีเชิงสัมพัทธ์ (Relative Quantity Index) คือ การวัดจากปริมาณการเปิดเผยข้อมูลขององค์กรโดยการนำปริมาณที่เปิดเผยจริงเปรียบเทียบกับค่าประมาณในการเปิดเผยโดยการแทนค่าในสมการวิเคราะห์ความถดถอยกำลังสองน้อยที่สุด (OLS Regression) โดยใช้กลุ่มอุตสาหกรรมและขนาดขององค์กรเป็นตัวแปรอิสระ (Beretta & Bozzolan, 2004) รวมทั้งจากงานวิจัยเชิงประจักษ์จำนวนมากที่แสดงให้เห็นว่าระดับของการเปิดเผยข้อมูลจะขึ้นอยู่กับกลุ่มอุตสาหกรรมและขนาดขององค์กร (อ้างถึงใน Beretta & Bozzolan ,2004) ดังนั้นงานวิจัยที่มีการศึกษาระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมจึงเลือกใช้ดัชนีปริมาณเชิงสัมพัทธ์ (โชติญาณ์ หิตะพงศ์, 2549) แต่สำหรับการศึกษานี้เป็นการศึกษาเพียง 1 กลุ่มอุตสาหกรรมจึงเลือกใช้ดัชนีปริมาณเชิงสัมบูรณ์

สำหรับดัชนีปริมาณเชิงสัมบูรณ์ในการศึกษานี้จึงเป็นดัชนีที่นำจำนวนคำมาเป็นตัวแทนของปริมาณที่เปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละองค์กร กล่าวคือ หลังจากการนับจำนวนคำจากรายงานประจำปีแล้ว จากนั้นนำจำนวนคำทั้งหมดที่เปิดเผยไปวิเคราะห์ด้วย โปรแกรม SPSS เพื่อกำหนดระดับการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งแบ่งระดับในการเปิดเผยข้อมูลเป็น 5 ระดับ (โชติญาณ์ หิตะพงศ์, 2549) โดยกำหนดให้เปอร์เซ็นต์ไทล์ ที่ 20 40 60 80 และ 100 เป็นตัวกำหนดในการพิจารณาระดับคะแนนปริมาณในการเปิดเผยข้อมูล 1 2 3 4 และ 5 ตามลำดับ เช่น การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม เรื่อง สินค้าหรือบริการ ผู้วิจัยนับจำนวนคำที่เปิดเผยได้จำนวน 3,741 คำ ซึ่งอยู่ในระดับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 50 ดังนั้นจึงอยู่ในระดับคะแนน 3 (ตามตารางหลักเกณฑ์การให้คะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณ ดังตารางที่ 3.3)

ตารางที่ 3.3 หลักเกณฑ์การให้คะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณ

| คะแนน | ปริมาณการเปิดเผยข้อมูล (ระดับเปอร์เซ็นต์ไทล์) | |
|-------|---|------------------|
| 5 | มากที่สุด | (80.01 – 100.00) |
| 4 | มาก | (60.01 – 80.00) |
| 3 | ปานกลาง | (40.01 – 60.00) |
| 2 | น้อย | (20.01 – 40.00) |
| 1 | น้อยที่สุด | (00.00 – 20.00) |

ระดับคะแนนที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ในการแปลความหมายของระดับคะแนน คำนวณ ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตรากว้าง} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

แต่ละช่วงของระดับคะแนนห่างกัน 0.8 จึงสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 การแปลความหมายของคะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณ

| ระดับคะแนน | การแปลความหมาย |
|-------------|---|
| 4.21 – 5.00 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับมากที่สุด |
| 3.41 – 4.20 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับมาก |
| 2.61 – 3.40 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับน้อย |
| 1.00 – 1.80 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับน้อยที่สุด |

ดัชนีคุณภาพ (Quality Index)

ดัชนีคุณภาพเป็นการพิจารณาความสมบูรณ์ของข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรทั้งในด้านต่างๆ อาทิ ข้อความหรือการบรรยาย ตัวเลข จำนวนเงิน รูปภาพ เป็นต้น จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลที่ผ่านมาได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ระดับการเปิดเผยข้อมูลไว้หลายระดับ เช่น

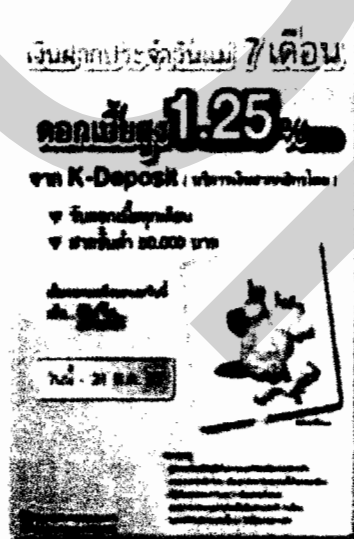
Guthrie, Petty, Ferrier and Wells (1999) ได้แบ่งระดับการเปิดเผยข้อมูลเป็น 4 ระดับ ประกอบด้วย ถ้าไม่เปิดเผยข้อมูลให้ 0 คะแนน ถ้าเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของข้อความหรือการบรรยายให้ 1 คะแนน เปิดเผยข้อมูลตัวเลขทั่วไปเช่น จำนวนพนักงาน ให้ 2 คะแนน และถ้าเปิดเผยข้อมูลที่เป็นจำนวนเงินให้ 3 คะแนน และจากการศึกษาที่ผ่านมายังมีการแบ่งระดับการเปิดเผยข้อมูลเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ โดยกำหนดให้ 0 คะแนนถ้าหากไม่มีการเปิดเผยข้อมูล 1 คะแนน เป็นการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ และ 2 คะแนนเป็นการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณ (Bozzolan, Favotto & Ricceri, 2003 อ้างถึงใน Schneider (2006)) นอกจากนี้ยังมีการกำหนดระดับการเปิดเผยข้อมูลโดยการเพิ่มรายละเอียดของข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณเพิ่มขึ้น โดยการกำหนดระดับการเปิดเผยตั้งแต่ 0 – 5 คะแนน ดังนี้ 0 คะแนน ไม่มีการเปิดเผยข้อมูล 1 คะแนน เป็นการเปิดเผยข้อมูลที่ไม่สำคัญหรือไม่เกี่ยวข้อง (Immaterial) 2 คะแนน เป็นการเปิดเผยข้อมูลที่คลุมเครือหรือไม่ชัดเจน (Obscure) 3 คะแนน เป็นการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นข้อความการบรรยาย (Descriptive) 4 คะแนน เป็นการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณหรือตัวจำนวนเงิน (Quantitative/Monetary) และ 5 คะแนน ถ้าเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณหรือตัวจำนวนเงินและข้อความ (Quantitative/Monetary and Descriptive)

นอกจากการกำหนดระดับคะแนนโดยการกำหนดเป็นระดับความสำคัญแล้ว Steenkamp (2007) ยังได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการเปิดเผยข้อมูลโดยระบุเป็นความถี่ของข้อมูล ซึ่งจากการศึกษาของ โดย Steenkamp (2007) ได้จำแนกระดับการเปิดเผยข้อมูลออกเป็น 3 รูปแบบ คือ

- 1) การเปิดเผยข้อมูลตามรูปแบบการเปิดเผย (Form of disclosure) ประกอบด้วย ข้อความ ตาราง รูปภาพ
- 2) การเปิดเผยข้อมูลตามลักษณะการเปิดเผย (Nature of disclosure) ประกอบด้วย ข้อความ/การบรรยาย ตัวเลข จำนวนเงิน และ
- 3) การเปิดเผยข้อมูลตามแหล่งการเปิดเผย (Location of disclosure)

นอกจากนี้ จากการศึกษาหลักเกณฑ์การให้คะแนนของ จอมขวัญ รัชตะวรรณ (2549) และ ศุภันษา ห้วยผัด (2550) ยังมีการกำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการนับจำนวนรวมของรายการที่เปิดเผย

จากการพิจารณาหลักเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่า การเปิดเผยข้อมูลในเชิงคุณภาพนั้น ควรจะครอบคลุมทั้งรูปแบบ และเนื้อหาของข้อมูล อาทิ ข้อความ รูปภาพ ตาราง ตัวเลข จำนวนเงิน เป็นต้น รวมทั้งหากกำหนดคะแนนตามลำดับความสำคัญอาจจะไม่ครอบคลุมตามลำดับความสำคัญทั้งหมด เนื่องจากลักษณะในการเปิดเผยข้อมูลมีจำนวนมาก ดังนั้นในการศึกษานี้ จึงกำหนดลักษณะข้อมูลของการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพออกเป็น 5 รายการ ประกอบด้วย ข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน ตาราง/แผนภูมิ และรูปภาพ เนื่องจากเห็นว่าลักษณะทั้ง 5 รายการนี้ได้ครอบคลุมทั้งรูปแบบและเนื้อหาในการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพในระดับหนึ่งแล้ว และกำหนดหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน โดยการนับจำนวนรวมของรายการที่เปิดเผย เช่น



ผลิตภัณฑ์เงินรับฝากประจำใหม่ ได้แก่ “เงินฝากประจำวันแม่ 7 เดือน” ซึ่งสามารถระดมเงินรับฝากได้ประมาณ 65,000 ล้านบาท และมีลูกค้าเข้าร่วมโครงการสูงถึง 38,000 ราย นอกจากนี้ ยังมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มคือ “ผลิตภัณฑ์เงินฝากประจำเพื่อผู้สูงอายุ” สำหรับผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป โดยให้อัตราดอกเบี้ยพิเศษที่ยกเว้นภาษีอัตราดอกเบี้ยเงินรับฝากพร้อมความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลและค่ารักษาพยาบาล

ภาพที่ 3.2 ตัวอย่างภาพสำหรับการวิเคราะห์ลักษณะการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากเนื้อหาในการเปิดเผยข้างต้นพบว่า เป็นการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยมีลักษณะในการเปิดเผยดังนี้

1. ข้อความ คือ เป็นการเปิดเผยข้อมูลด้วยการบรรยายข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
2. ตัวเลข คือ เป็นการเปิดเผยข้อมูลด้วยการนำเสนอเป็นตัวเลข เช่น มีลูกค้าเข้าร่วมโครงการสูงถึง 38,000 ราย

3. จำนวนเงิน คือ เป็นการเปิดเผยข้อมูลด้วยการนำเสนอเป็นจำนวนเงิน เช่น สามารถระดมเงินรับฝากได้ประมาณ 65,000 ล้านบาท และ

4. รูปภาพ คือ เป็นการเปิดเผยข้อมูลด้วยการนำเสนอเป็นรูปภาพ

ดังนั้น เมื่อนับจำนวนรายการ การเปิดเผยข้อมูลข้างต้น ได้จำนวน 4 รายการ คือ ข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน และรูปภาพ ดังนั้น การเปิดเผยข้อมูลรายการดังกล่าว จึงมีค่าคะแนนเท่ากับ 4 คะแนน

ตารางที่ 3.5 ลักษณะการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ

| ลักษณะการเปิดเผย | การวิเคราะห์ข้อมูล |
|----------------------|--|
| ข้อความ (Texts) | การเปิดเผยในลักษณะของการเขียนบรรยายข้อมูล |
| ตัวเลข (Numerical) | การเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของตัวเลข หรือข้อมูลเชิงปริมาณที่ไม่ใช่จำนวนเงิน |
| จำนวนเงิน (Monetary) | การเปิดเผยจำนวนเงิน |
| ผัง (Chart) | การเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของผัง(Chart) ไดอะแกรม(Diagrams) ตาราง (Table) และกราฟ(Graphs) |
| รูปภาพ (Pictures) | การเปิดเผยในลักษณะของรูปภาพ หรือภาพถ่าย |

ตารางที่ 3.6 หลักเกณฑ์การให้คะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ

| คะแนน | จำนวนรายการการเปิดเผยข้อมูล |
|-------|-----------------------------|
| 5 | มากที่สุด (5 รายการ) |
| 4 | มาก (4 รายการ) |
| 3 | ปานกลาง (3 รายการ) |
| 2 | น้อย (2 รายการ) |
| 1 | น้อยที่สุด (1 รายการ) |

ระดับคะแนนที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ในการแปลความหมายของระดับคะแนน คำนวณได้ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0.80$$

แต่ละช่วงของระดับคะแนนห่างกัน 0.8 จึงสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ ดังตารางที่ 3.7

ตารางที่ 3.7 การแปลความหมายของคะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ

| ระดับคะแนน | การแปลความหมาย |
|-------------|---|
| 4.21 – 5.00 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับมากที่สุด |
| 3.41 – 4.20 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับมาก |
| 2.61 – 3.40 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับน้อย |
| 1.00 – 1.80 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับน้อยที่สุด |

ขั้นตอนที่ 2 จัดทำแบบสอบถามเพื่อใช้ในการคำนวณคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในแต่ละข้อคำถามในแบบสอบถาม

ในการศึกษานี้ได้สร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจระดับความสำคัญหรือระดับความสนใจข้อมูลประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมจากนักลงทุน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้ข้อมูลของบริษัทในการตัดสินใจลงทุนโดยตรง เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการให้น้ำหนักความสำคัญของข้อคำถามในแต่ละรายการ อนึ่ง ในการสำรวจระดับความสำคัญของแต่ละรายการจากนักลงทุนนั้น เนื่องจาก จำนวนนักลงทุนในปัจจุบันมีจำนวนมากจึงไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีของ อภินันท์ จันตะนี (2550) ตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{1}{(e)^2}$$

โดยกำหนดให้

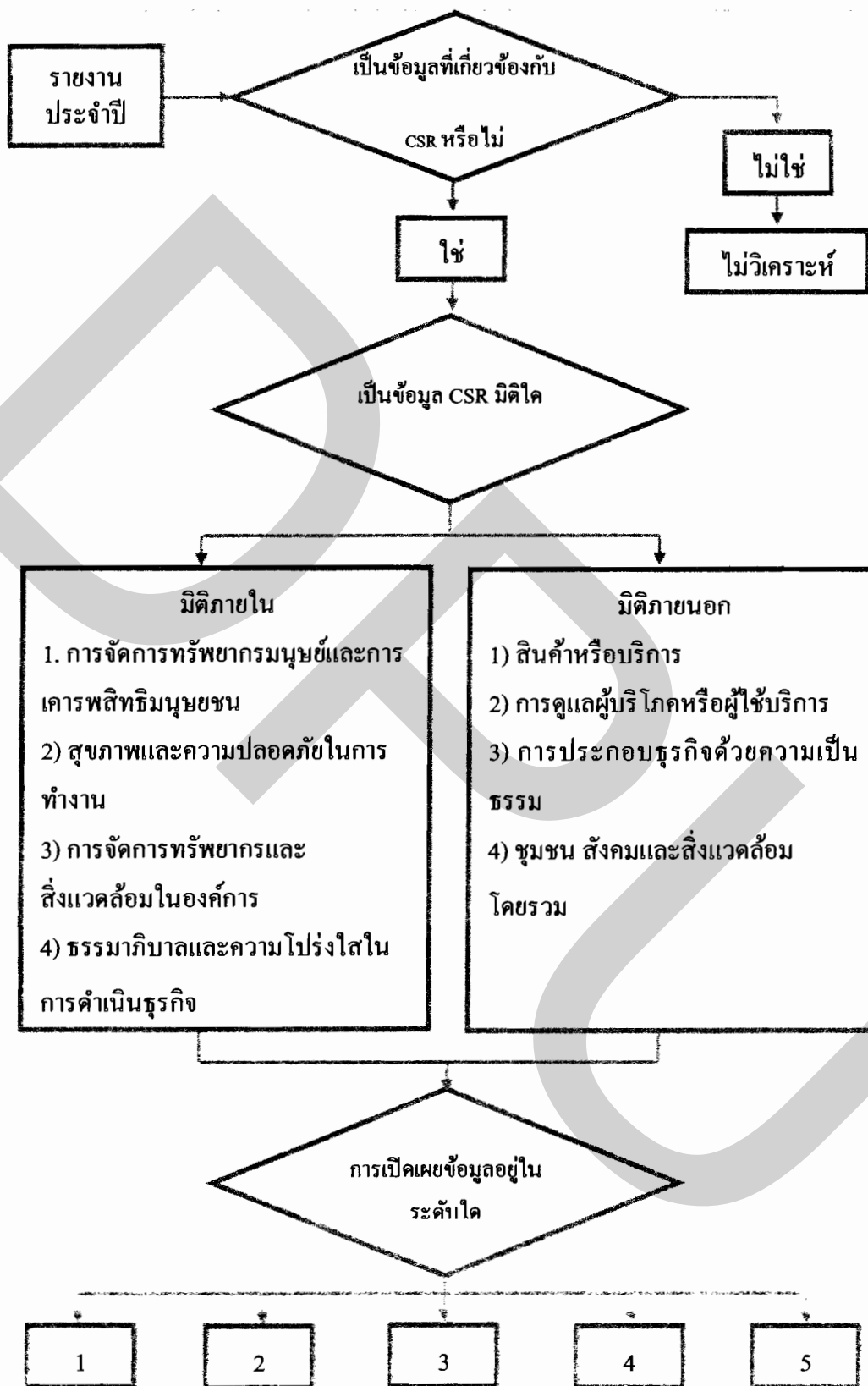
n = ขนาดตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มประชากร

(ในการศึกษารั้งนี้ กำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อน = 0.05)

$$n = \frac{1}{(0.05)^2} = 400$$

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างในการสำรวจระดับความสำคัญของแต่ละรายการของความรับผิดชอบต่อสังคมมีจำนวน 400 ตัวอย่าง



ภาพที่ 3.3 ขั้นตอนการวิเคราะห์ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามประกอบด้วย

1) สร้างแบบสอบถามโดยใช้ข้อคำถามตามรายการข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจากการกระทำความการที่ได้พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมตามขั้นตอนที่ 1 โดยข้อมูลในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 มิติภายใน

ส่วนที่ 3 มิติภายนอก

2) กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนของระดับความสำคัญในการเปิดเผยข้อมูลของแต่ละรายการ โดยการประยุกต์หลักเกณฑ์ของระดับความสำคัญในการเปิดเผยข้อมูลที่กำหนดไว้ 5 ระดับคือ ถ้าไม่เปิดเผยให้ 0 คะแนน เปิดเผยแต่มีความสำคัญน้อย 1 คะแนน มีความสำคัญปานกลาง 2 คะแนน มีความสำคัญมาก 3 คะแนน และถ้าหากข้อมูลที่เปิดเผยนั้นมีความสำคัญมากที่สุดให้ 4 คะแนน (Scheider, 2006) เพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่นักลงทุนนำมาใช้พิจารณาประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยการแบ่งระดับความสนใจของนักลงทุนออกเป็น 5 ระดับ คือ ถ้าหากนักลงทุนไม่ได้สนใจหรือไม่ให้ความสำคัญกับข้อมูลนั้นให้ 0 คะแนน ถ้าเป็นข้อมูลที่นักลงทุนสนใจแต่สนใจเพียงเล็กน้อยให้ 1 คะแนน ให้ความสนใจปานกลางให้ 2 คะแนน ให้ความสนใจมาก 3 คะแนน และถ้าหากข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลที่นักลงทุนสนใจหรือมีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนมากที่สุดให้ 4 คะแนน

3) เฉลี่ยคะแนนจากแบบสอบถามเพื่อเป็นคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของแต่ละรายการในกระทำความการ

ตารางที่ 3.8 หลักเกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญในการเปิดเผยข้อมูล

| คะแนน | ระดับความสนใจ |
|-------|---------------|
| 4 | สนใจมากที่สุด |
| 3 | สนใจมาก |
| 2 | สนใจปานกลาง |
| 1 | สนใจน้อย |
| 0 | ไม่สนใจ |

ที่มา: ประยุกต์หลักเกณฑ์การให้คะแนนจาก Scheider (2006)

ระดับคะแนนที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ในการแปลความหมายของระดับคะแนน คำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{4 - 0}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

แต่ละช่วงของระดับคะแนนห่างกัน 0.8 จึงสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังตารางที่ 3.9

ตารางที่ 3.9 การแปลความหมายของระดับคะแนนระดับความสำคัญในการเปิดเผยข้อมูล

| ระดับคะแนน | การแปลความหมาย |
|-------------|--|
| 3.21 – 4.00 | นักลงทุนสนใจข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับมากที่สุด |
| 2.41 – 3.20 | นักลงทุนสนใจข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับมาก |
| 1.61 – 2.40 | นักลงทุนสนใจข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับปานกลาง |
| 0.81 – 1.60 | นักลงทุนสนใจข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับน้อย |
| 0 – 0.8 | นักลงทุนไม่สนใจข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี |

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในการวิเคราะห์ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ระดับการเปิดเผยข้อมูลโดยการพิจารณาจากระดับคะแนนในการเปิดเผยข้อมูลของแต่ละรายการ จากนั้นคำนวณคะแนนสุทธิของแต่ละรายการ โดยคำนวณจาก

คะแนนสุทธิของแต่ละรายการ = คะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูล x คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักที่ได้จากแบบสอบถาม

ดังนั้น คะแนนสุทธิของแต่ละรายการที่มากที่สุด = $5 \times 4 = 20$ คะแนน

คะแนนสุทธิของแต่ละรายการที่น้อยที่สุด = $1 \times 0 = 0$ คะแนน

โดยผู้วิจัยได้แบ่งระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR แบ่งออกเป็น 5 ช่วง โดยกำหนดให้คะแนนมากที่สุดคือ 5 คะแนน และคะแนนต่ำสุดคือ 1 คะแนน

ระดับคะแนนที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ในการแปลความหมายของระดับคะแนน คำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

แต่ละช่วงของระดับคะแนนห่างกัน 0.8 จึงสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังตารางที่ 3.10

ตารางที่ 3.10 การแปลความหมายของคะแนนสุทธิต่อระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR

| ระดับคะแนน | การแปลความหมาย |
|---------------|---|
| 16.01 – 20.00 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับมากที่สุด |
| 12.01 – 16.00 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับมาก |
| 8.01 – 12.00 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับปานกลาง |
| 4.01 – 8.00 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับน้อย |
| 0.00 - 4.00 | การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีอยู่ในระดับน้อยที่สุด |

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงิน

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทกลุ่มหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS for windows โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ระหว่างคะแนนสุทธิต่อแต่ละรายการของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงิน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน
2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม
เชิงคุณภาพในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม
เชิงคุณภาพในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษานี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความ
รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงิน และมีการทดสอบสมมติฐาน
เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผล
ประกอบการทางการเงินที่มีการเปิดเผยเกี่ยวกับข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในรายงาน
ประจำปีของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารในปี 2550 – 2553 โดยผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของความ
รับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 2 ประเภท คือ มิติภายใน และมิติภายนอก นอกจากนี้ยังได้แบ่งการ
เปิดเผยข้อมูลออกเป็นเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ซึ่งสามารถตั้งสมมติฐานในการศึกษาได้ดังนี้

1. ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามแนวปฏิบัติของ
European Commission (2003) ที่ได้แบ่งกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรออกเป็น 2
ประเภท มิติภายในและมิติภายนอก โดยมิติภายใน เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
ภายในองค์กร และมิติภายนอก คือการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กร
รวมทั้งจากการวิเคราะห์ระดับของผู้มีส่วนได้เสียตามแนวคิดของ พิพัตน์ ยอดพฤติกุล (2553)
ที่กล่าวถึงคำว่าสังคมในความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นการพิจารณาตั้งแต่ผู้มีส่วน
ได้เสียภายในองค์กรซึ่งได้แก่ ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร และพนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร
ซึ่งได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง ครอบครัวยุโรปพนักงาน สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ รวมถึงประชาชนทั่วไป
รวมทั้งจากการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน
ประเทศสาธารณรัฐเช็กของ Polasek (2008) พบว่า องค์กรมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อ
สังคมทั้งมิติภายในและมิติภายนอก ดังนั้น ในการศึกษาจึงแบ่งประเภทความรับผิดชอบต่อสังคม
ออกเป็น 2 ประเภท คือมิติภายใน ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร และมิติภายนอก ซึ่ง
เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร

2. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ
Douglas, Doris, and Johnson (2004) พบว่า องค์กรจัดทำรายงานหรือเปิดเผยข้อมูลความ

รับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารหรือเผยแพร่ให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายได้รับรู้ถึงโครงการหรือกิจกรรมที่องค์กรดำเนินการอยู่ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สังคมยอมรับ และส่งผลให้ องค์กรสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น นอกจากนี้การเปิดเผยข้อมูลยังเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ สำหรับนักลงทุนในการเลือกลงทุนกับองค์กรที่มีการเติบโตอย่างยั่งยืน แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลที่เปิดเผยนั้นมีทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ การเปิดเผยเกี่ยวกับเนื้อหา และรายละเอียดของข้อมูล และ ข้อมูลเชิงปริมาณ คือ ปริมาณในการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Beretta and Bozzolan (2004) ที่กล่าวว่าคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลนั้นขึ้นอยู่กับปริมาณ (Quantity) และความ สมบูรณ์ของเนื้อหา (Richness of content) จากแนวคิดดังกล่าวผู้ศึกษาจึงเห็นว่าในการวัดระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นจึงจำเป็นต้องพิจารณาทั้งในด้านปริมาณและด้าน เนื้อหาควบคู่กันไป ดังนั้น ในการศึกษานี้จึงกำหนดการวัดระดับการเปิดเผยข้อมูลความ รับผิดชอบต่อสังคมโดยแบ่งเป็น การวัดระดับการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณและการวัดระดับการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ

3. ผลประกอบการทางการเงิน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทาง การเงินขององค์กรของ Tsoutsoura (2004) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลประกอบการทางการเงิน ผู้วิจัยจึงเห็นว่าผลประกอบการทางการเงิน เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ดังนั้นในการศึกษานี้ จึงเลือกศึกษา ผลประกอบการทางการเงินประกอบด้วย

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการศึกษานี้ดังนี้

1) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายในกับผล ประกอบการทางการเงิน

H_0 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายในไม่มี ความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

H_1 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายในมี ความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

2) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับผล ประกอบการทางการเงิน

H_0 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในไม่มี ความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

H_2 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

3) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

H_0 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

H_3 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

4) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

H_0 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

H_4 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เป็นการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาว่าสามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรือไม่ โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พิจารณาความเหมาะสมของภาษา ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างและเนื้อหาเพื่อหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC) ของข้อคำถามแต่ละข้อ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 ราย เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตามวิธีของครอนบาค โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's alpha) โดยกำหนดให้ค่า สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach) มากกว่า 0.80 จึงยอมรับแบบสอบถาม

ในการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาที่วัดกับจุดประสงค์ที่ต้องการจะวัดตามวิธีดัชนีความสอดคล้อง (IOC) นั้น ผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์ในการเลือกข้อคำถามดังนี้

1) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ครอบคลุมเนื้อหา หรือตรงตามจุดประสงค์ สามารถคัดเลือกไว้ใช้ในแบบสอบถามได้

2) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องนำไปปรับปรุงแก้ไขหรือตัดทิ้ง เพราะมีความสอดคล้องกันต่ำ

สำหรับการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบตามดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาจำนวน 30 ราย และนำมาทดสอบความเชื่อมั่นตามวิธีของครอนบาร์ค ซึ่งแบบสอบถามที่นำไปทดลองนั้นมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาร์คเท่ากับ 0.964 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับการยอมรับที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงถือได้ว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือและใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยนี้ได้

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยข้อมูลปฐมภูมิเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิซึ่งศึกษาจากรายงานประจำปี จากฐานข้อมูลออนไลน์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (www.sec.or.th) รวมทั้งเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลในปีพ.ศ. 2550- 2553

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

3.5.1 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา และรายละเอียดของข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การที่เปิดเผยในรายงานประจำปี โดยการแบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น มิติภายใน และมิติภายนอก

3.5.2 การวิเคราะห์ทางสถิติ (Statistic Analysis) ประกอบด้วย

3.5.2.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

เป็นการสรุปลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาในขั้นต้นในรูปของการแจกแจงความถี่ ร้อยละ การวัดแนวโน้มสู่ส่วนกลาง เช่น ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และค่าฐานนิยม และการวัดการกระจายของข้อมูลเช่น ค่าแปรปรวน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

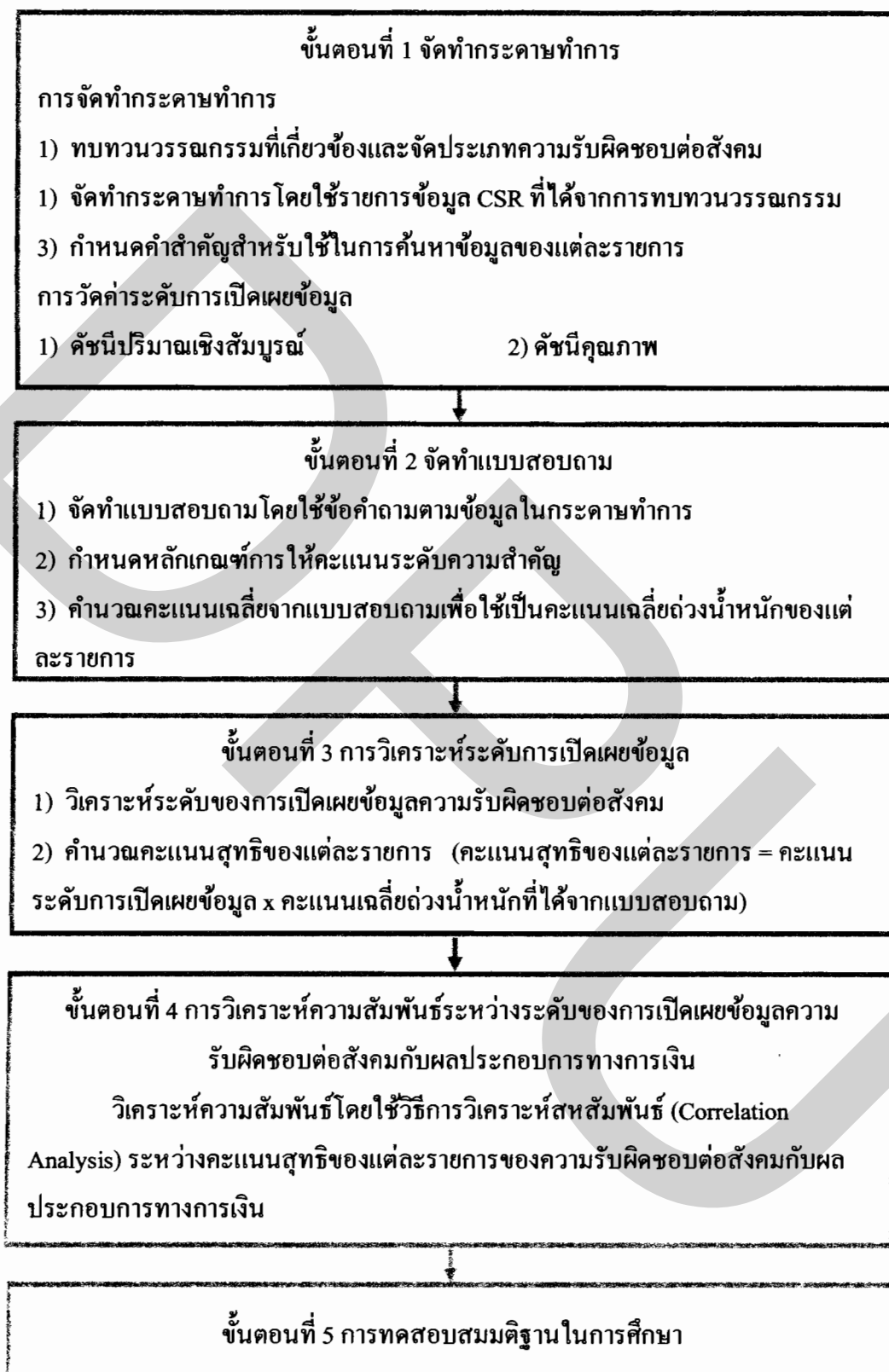
3.5.2.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistic)

โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การกับผลประกอบการทางการเงินบริษัทที่

จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 50 และการทดสอบสมมติฐานในการศึกษา

3.6 บทสรุป

ในบทนี้ผู้วิจัยได้อธิบายถึงกรอบแนวคิดในการศึกษา ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการวัดค่าของข้อมูล การพัฒนาสมมติฐานการวิจัย และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ในบทที่ 4 ถัดไป จะกล่าวถึงผลที่ได้จากการศึกษา โดยเริ่มจากการบรรยายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล และการวิเคราะห์เชิงอนุมานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการทดสอบสมมติฐาน



ภาพที่ 3.4 สรุปลกระบวนการในการวิจัย

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลตามดัชนีการเปิดเผยข้อมูลที่ได้เสนอไว้ในบทที่ 3 ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นในการศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลรวมถึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลประเภทของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 ซึ่งในการศึกษานี้ได้แบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ 2 ประเภท คือ มิติภายใน และมิติภายนอก โดยข้อมูลที่น่ามาศึกษามีทั้งการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพคือ ลักษณะการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย ข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน แผนภูมิ/ตาราง และรูปภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณคือ จำนวนคำที่เกี่ยวข้องกับรายการการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สำหรับผลประกอบการทางการเงินนั้นประกอบด้วย อัตราดอกเบี้ยรับ อัตราดอกเบี้ยจ่าย ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และกำไรต่อหุ้น

ในการศึกษานี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลรวมทั้งอธิบายระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของข้อมูล และการวิเคราะห์เชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่
 - 4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี
 - 4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี
 - 4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม
 - 4.1.4 ผลการวิเคราะห์คะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR
 - 4.1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลประกอบการทางการเงินขององค์กร
- 4.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน ได้แก่
 - 4.2.1 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
 - 4.2.2 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

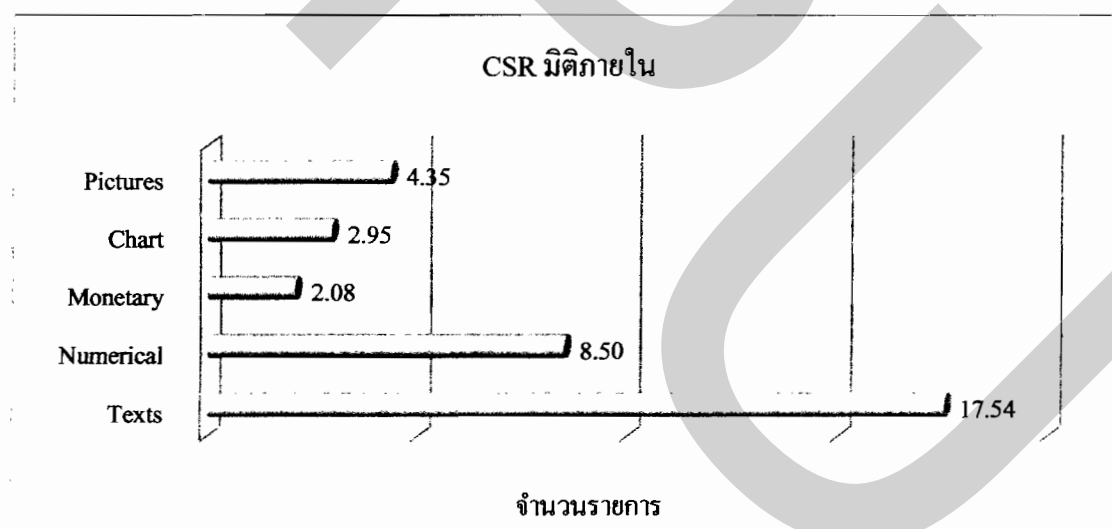
สถิติเชิงพรรณนาเป็นการสรุปถึงลักษณะโดยทั่วไปในขั้นต้นของข้อมูล โดยทั่วไปจะอยู่ในรูปของการแจกแจงความถี่ การหาค่าสัดส่วนหรือร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการศึกษานี้ได้นำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาดังต่อไปนี้

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี

ในการศึกษานี้ได้ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนีSET 50 จากรายงานประจำปี ตั้งแต่ปี 2550 – 2553 จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่ามีบริษัทฯ ที่มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวจำนวน 6 บริษัท ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาในครั้งนี้มีทั้งสิ้น 24 ข้อมูล

4.1.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลCSRในรายงานประจำปีจำแนกตามลักษณะการเปิดเผย

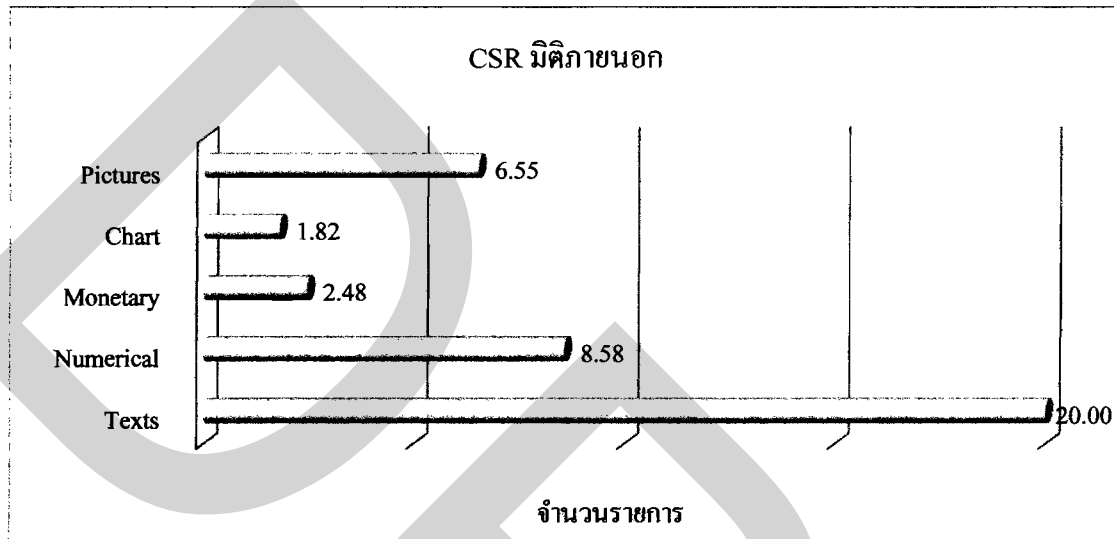
ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ตามลักษณะของข้อมูลที่เปิดเผย ซึ่งประกอบด้วย ข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน แผนภูมิ/ตาราง และรูปภาพ ที่บริษัทฯ เปิดเผยในรายงานประจำปี จากการผลวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.1 การเปิดเผยข้อมูล CSR ในมิติภายใน จำแนกตามลักษณะการเปิดเผย

จากภาพที่ 4.1 แสดงถึงการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีจำแนกตามลักษณะการเปิดเผยในส่วนของมิติภายในจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลในลักษณะของข้อความ (Text) มากที่สุด โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 17.54 รายการ รองลงมาคือ การเปิดเผยข้อมูล

ในลักษณะของตัวเลข (Numerical) รูปภาพ (Pictures) กราฟ/แผนภูมิ (Chart) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.50 4.35 2.95 รายการตามลำดับ แต่บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลในลักษณะของจำนวนเงิน (Monetary) น้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเพียง 2.08 รายการ



ภาพที่ 4.2 การเปิดเผยข้อมูล CSR ในมิติภายนอก จำแนกตามลักษณะการเปิดเผย

จากภาพที่ 4.2 แสดงถึงการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีจำแนกตามลักษณะการเปิดเผยในส่วนของมิติภายนอกจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่บริษัทฯ เปิดเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของข้อความ (Text) มากที่สุด โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 20.00 รายการ รองลงมาคือ การเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของตัวเลข (Numerical) รูปภาพ (Pictures) จำนวนเงิน (Monetary) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.58 6.55 และ 2.48 รายการตามลำดับ แต่บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลในลักษณะของ กราฟ/แผนภูมิ (Chart) น้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเพียง 1.82 รายการ

4.1.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีจำแนกตามหัวข้อการเปิดเผย

โดยผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอจำแนกตามประเภทของ CSR ซึ่งได้แก่ CSR มิติภายใน และ CSR มิติภายนอก

CSR มิติภายใน ได้แก่

- 1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน
- 2) สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน

- 3) การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร
- 4) ธรรมเนียมปฏิบัติและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ

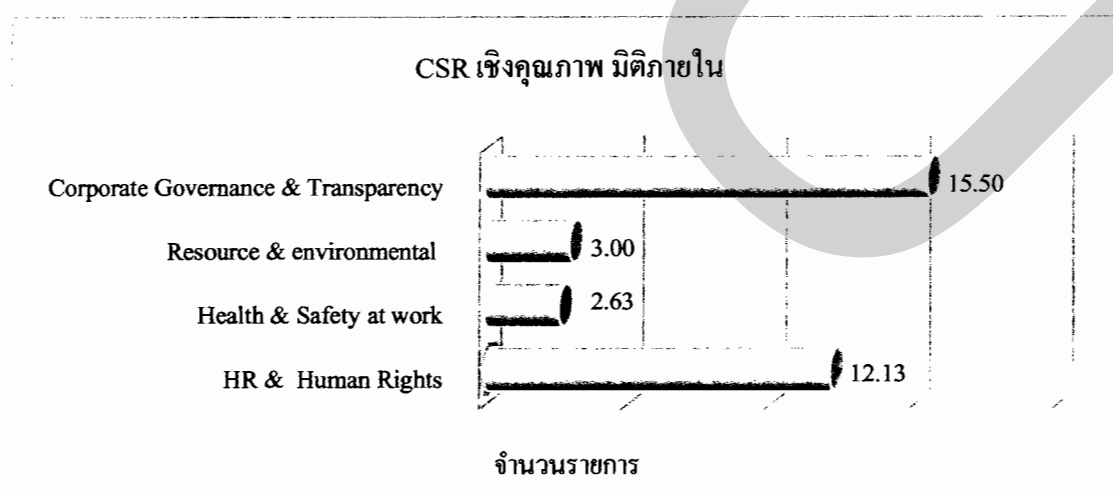
CSR มิติภายนอก ได้แก่

- 1) สินค้าหรือบริการ
- 2) การดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ
- 3) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
- 4) ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม

โดยในแต่ละประเภทจะประกอบด้วยผลการวิเคราะห์การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพและผลการวิเคราะห์การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณ

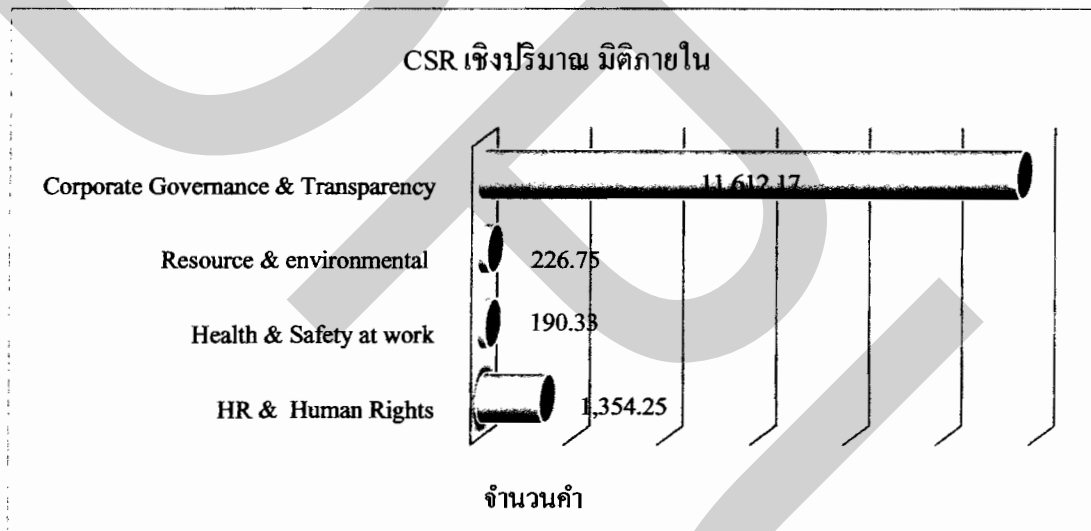
ผลการวิเคราะห์การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตามลักษณะของข้อมูลที่เปิดเผย ซึ่งประกอบด้วย ข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน แผนภูมิ/ตาราง และรูปภาพ ที่บริษัทฯ เปิดเผยในรายงานประจำปี โดยแบ่งตามหัวข้อการเปิดเผยข้อมูล

ผลการวิเคราะห์การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี โดยใช้วิธีการนับจำนวนค่าของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล CSR ที่บริษัทฯ เปิดเผยในรายงานประจำปี จากการผลวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ ดังภาพที่ 4.3 – ภาพที่ 4.6



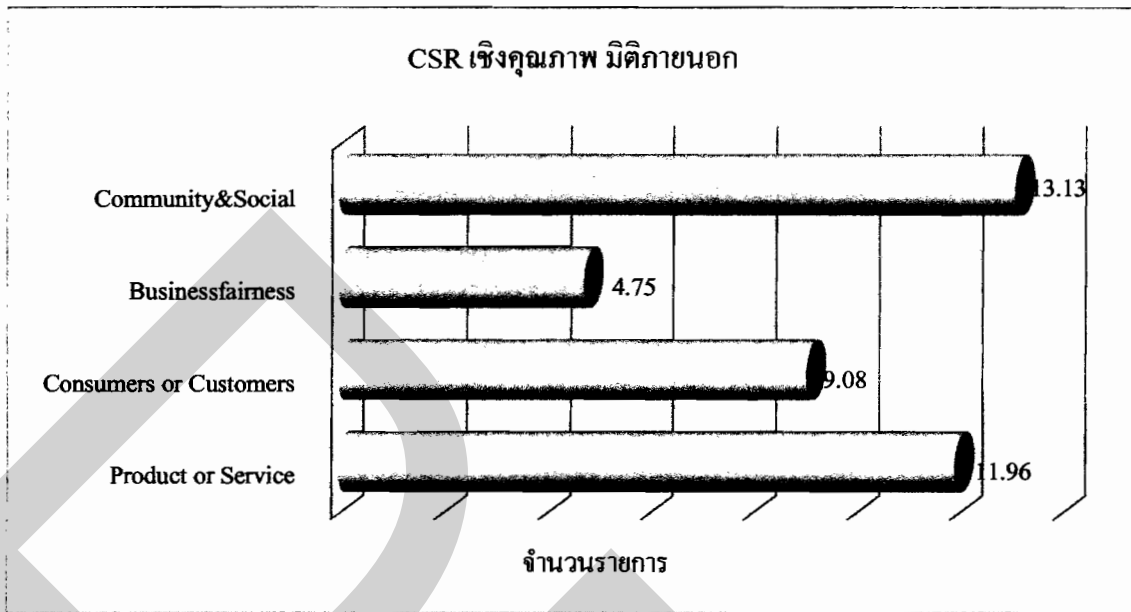
ภาพที่ 4.3 การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายในจำแนกตามหัวข้อการเปิดเผย

จากภาพที่ 4.3 แสดงถึงลักษณะในการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายใน จำแนกตามหัวข้อการเปิดเผย จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลตามลักษณะของข้อมูลในด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ (Corporate Governance & Transparency) มากที่สุด โดยเฉลี่ยอยู่ที่จำนวน 15.50 รายการ รองลงมาคือ การเปิดเผยข้อมูลในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการเคารพสิทธิมนุษยชน (HR & Human Rights) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่จำนวน 12.13 รายการ แต่บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร (Resource & environmental) และด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน (Health & Safety at work) น้อยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเพียง 3.00 และ 2.63 รายการ ตามลำดับ



ภาพที่ 4.4 การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายใน จำแนกตามหัวข้อการเปิดเผย

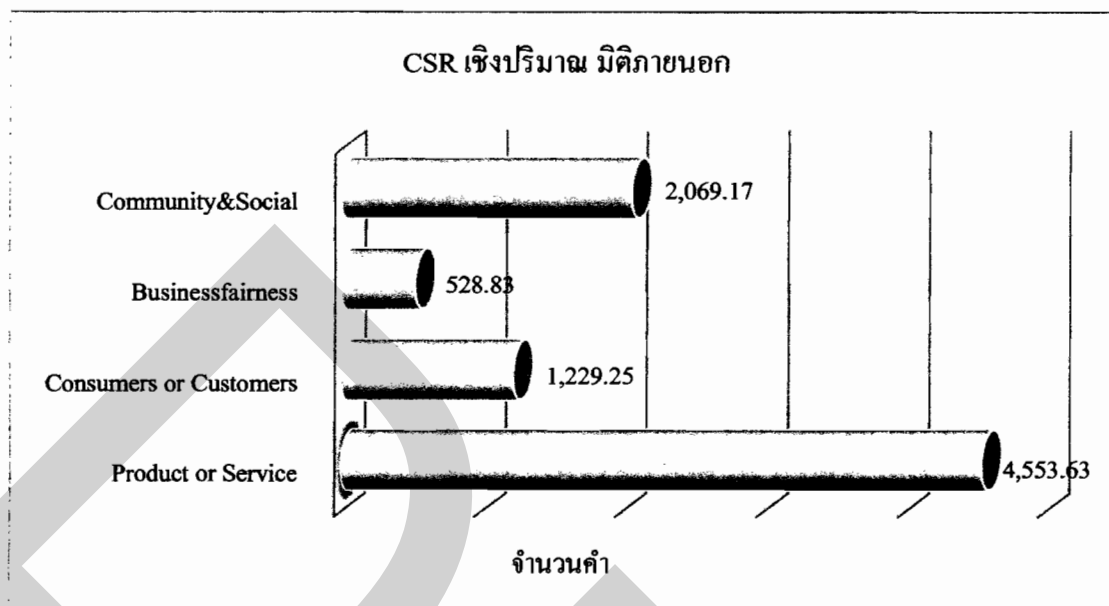
จากภาพที่ 4.4 แสดงถึงปริมาณในการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณ จำแนกตามหัวข้อการเปิดเผย จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลในด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ (Corporate Governance & Transparency) มากที่สุด โดยเฉลี่ยอยู่ที่จำนวน 11,612.17 คำ รองลงมาคือ การเปิดเผยข้อมูลในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการเคารพสิทธิมนุษยชน (HR & Human Rights) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่จำนวน 1,354.25 คำ แต่บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร (Resource & environmental) และด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน (Health & Safety at work) น้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเพียง 226.75 และ 190.33 คำ ตามลำดับ



ภาพที่ 4.5 การเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพในมิติภายนอกจำแนกตามหัวข้อการเปิดเผย

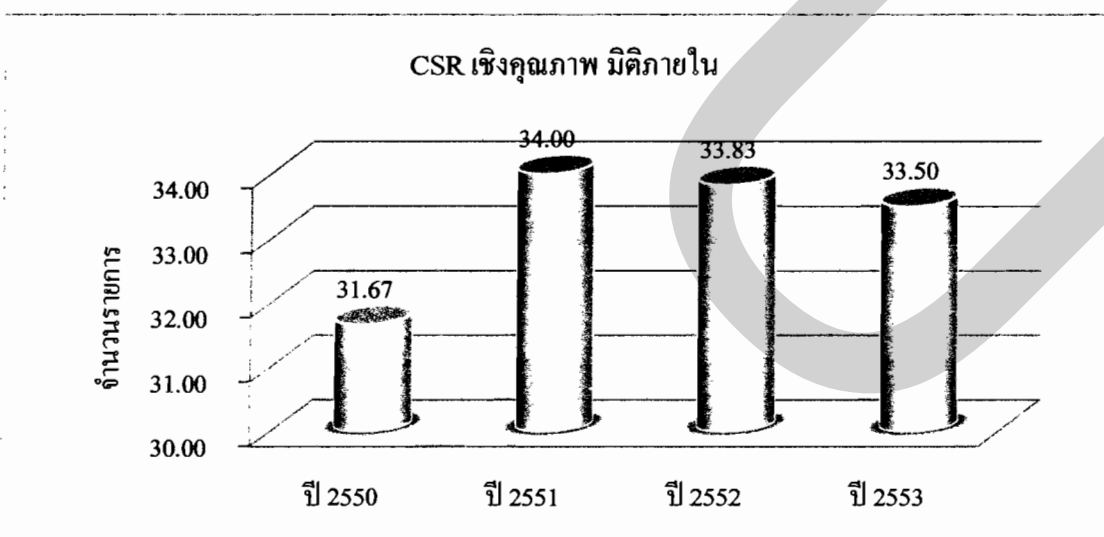
จากภาพที่ 4.5 แสดงถึงลักษณะในการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพในมิติภายนอก จำแนกตามหัวข้อการเปิดเผย จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลตาม ลักษณะของข้อมูลในด้านชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม (Community & Social) และด้าน สินค้าหรือบริการ (Product or Service) ใกล้เคียงกัน คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่จำนวน 13.13 และ 11.96 รายการตามลำดับ รองลงมาคือ ด้านการการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ (Consumers or Customers) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.08 รายการ แต่บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ ด้วยความเป็นธรรม (Business fairness) น้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเพียง 4.75 รายการ

จากภาพที่ 4.6 แสดงถึงปริมาณในการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญปริมาณในมิติภายนอก จำแนกตามหัวข้อการเปิดเผย จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลในด้าน สินค้าหรือบริการ (Product or Service) มากที่สุด โดยเฉลี่ยอยู่ที่จำนวน 4,553.63 คำ รองลงมาคือ การเปิดเผยข้อมูลด้าน ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม (Community & Social) ด้านการการ ดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ (Consumers or Customers) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2,069.17 คำ และ 1,229.25 คำ ตามลำดับ แต่บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม (Business fairness) น้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเพียง 528.83 คำ



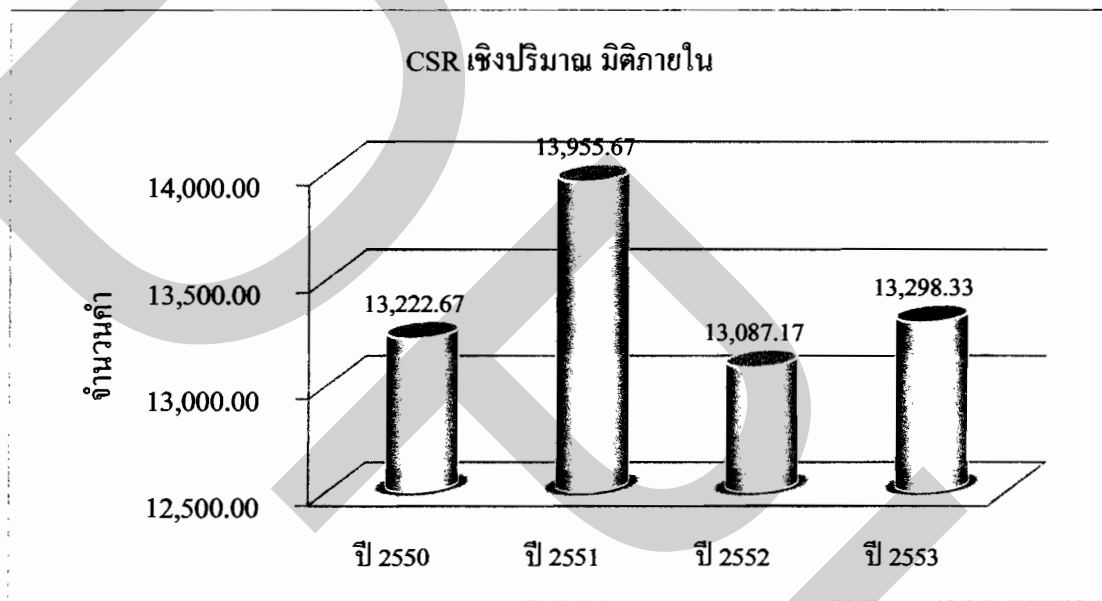
ภาพที่ 4.6 การเปิดเผยข้อมูล CSR ในเชิงปริมาณในมิติภายนอก จำแนกตามหัวข้อการเปิดเผย

4.1.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีจำแนกตามปี
 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีจำแนกตามปี ตั้งแต่ปี
 2550 - 2553 จากการผลวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 4.7 – ภาพที่ 4.10



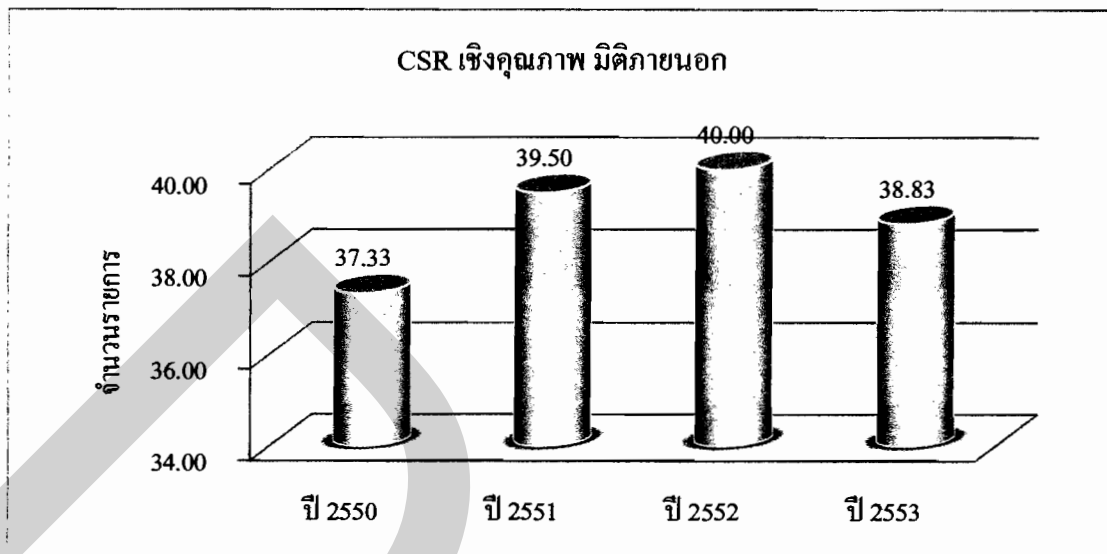
ภาพที่ 4.7 การเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพในมิติภายใน จำแนกตามปี

จากภาพที่ 4.7 แสดงถึงการเปิดเผย CSR เชิงคุณภาพในส่วนของมิติกายใน โดยการจำแนกตามปี จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในปี 2551 บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูล CSR ในส่วนของมิติกายในมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 34.00 รายการ รองลงมาคือ ปี 2552 และ 2553 ซึ่งใกล้เคียงกับปี 2551 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 33.83 และ 33.50 รายการ ตามลำดับ แต่ในปี 2550 กลุ่มบริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพในส่วนของมิติกายในน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเพียง 31.67 รายการ



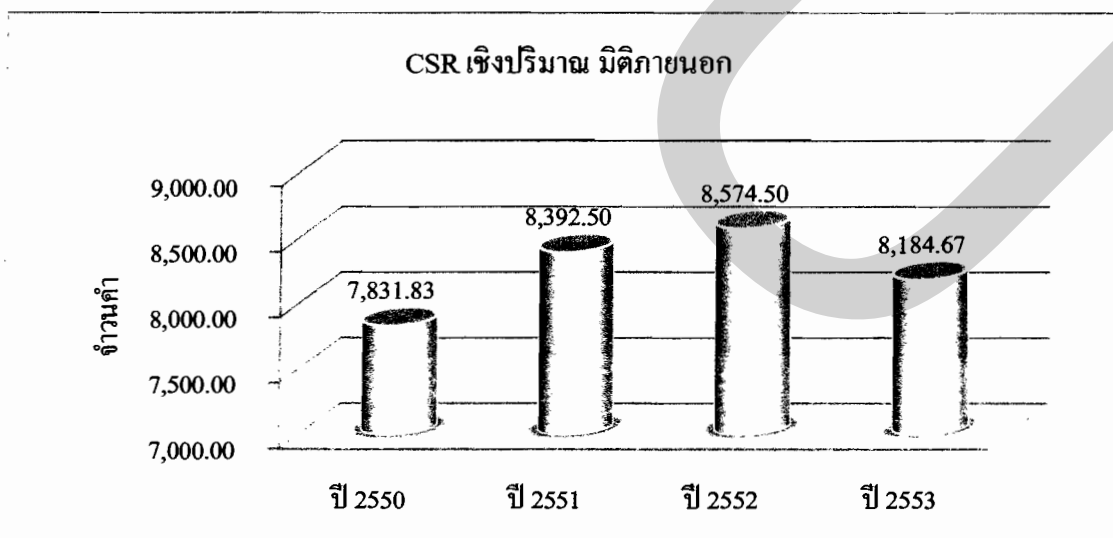
ภาพที่ 4.8 การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติกายในจำแนกตามปี

จากภาพที่ 4.8 แสดงถึงการเปิดเผย CSR เชิงปริมาณในส่วนของมิติกายใน โดยการจำแนกตามปี จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในปี 2551 บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูล CSR ในส่วนของมิติกายในมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 13,955.67 ค่า รองลงมาคือ ปี 2553 และ 2550 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 13,298.33 และ 13,222.67 ค่า ตามลำดับ แต่ในปี 2552 กลุ่มบริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณในส่วนของมิติกายในน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเพียง 13,087.17 ค่า



ภาพที่ 4.9 การเปิดเผยข้อมูล CSR เซึ่งคุณภาพในมิติภายนอกจำแนกตามปี

จากภาพที่ 4.9 แสดงถึงการเปิดเผยข้อมูล CSR เซึ่งคุณภาพในส่วนของมิติภายนอกโดยการจำแนกตามปี จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในปี 2552 และปี 2551 บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูล CSR ในส่วนของมิติภายนอกใกล้เคียงโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 40.00 และ 39.50 รายการ รองลงมาคือปี 2553 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 38.83 รายการ แต่ในปี 2550 กลุ่มบริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูลซึ่งคุณภาพในส่วนของมิติภายในน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 37.33 รายการ

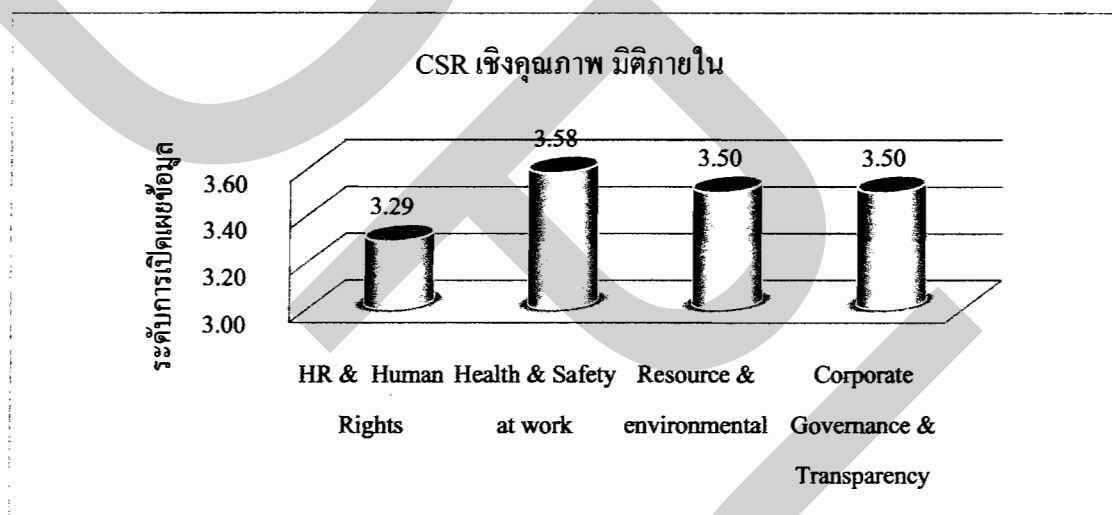


ภาพที่ 4.10 การเปิดเผยข้อมูล CSR เซึ่งปริมาณในมิติภายนอกจำแนกตามปี

จากภาพที่ 4.10 แสดงถึงการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญปริมาณในส่วนของมิติกายนอก โดย การจำแนกตามปี จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในปี 2552 บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูล CSR ใน ส่วนของมิติกายนอกมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 8,574.50 คำ รองลงมาคือ ปี 2551 และ 2553 ซึ่งมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8,392.50 และ 8,181.67 คำ ตามลำดับ แต่ในปี 2550 กลุ่มบริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูล เจริญปริมาณในส่วนของมิติกายนอกน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเพียง 7,831.83 คำ

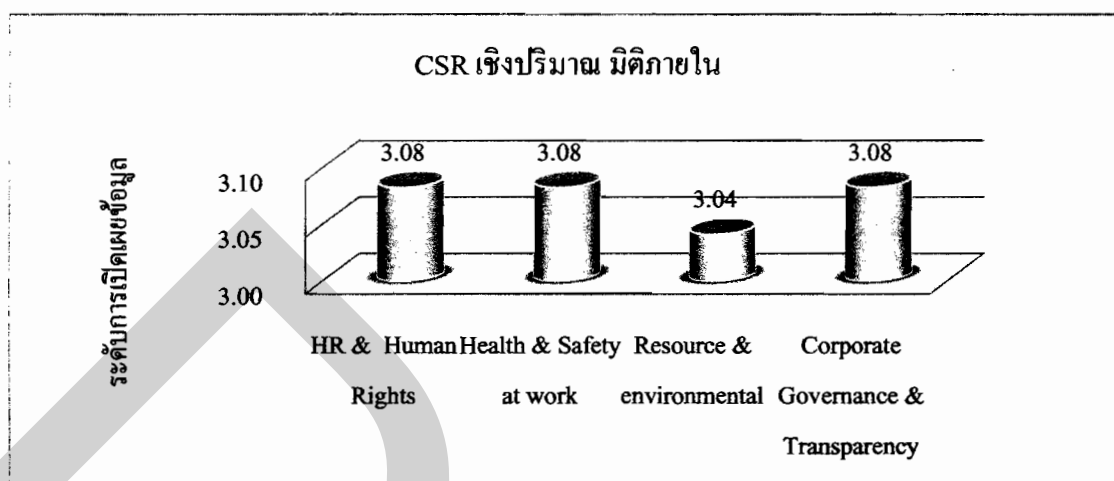
4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี

ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR โดยวิเคราะห์ ตามระดับเปอร์เซ็นต์ไทล์ โดยระดับคะแนนจะอยู่ระหว่าง 1 ถึง 5 คะแนน จากการผลวิเคราะห์ ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 4.11 – ภาพที่ 4.14



ภาพที่ 4.11 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพในมิติกายใน

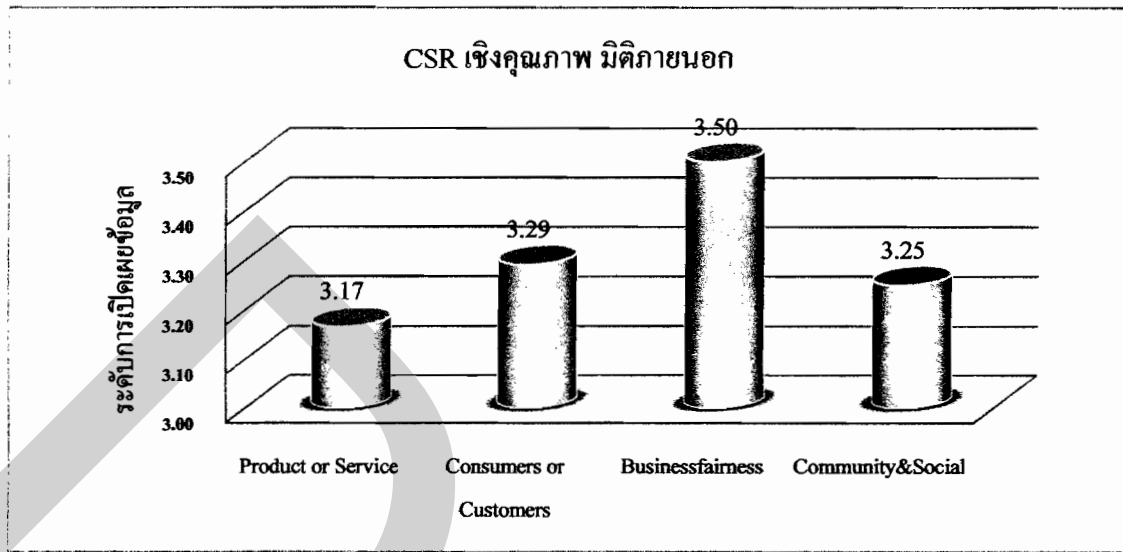
จากภาพที่ 4.11 แสดงถึงระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพในส่วนของมิติกายใน จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่แล้วอยู่ใน ระดับมาก ซึ่งประกอบด้วยด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน (Health & Safety at work) ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร (Resource & environmental) และในด้านธรร มาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ (Corporate Governance & Transparency) โดยมี ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58 3.50 และ 3.50 คะแนนตามลำดับ แต่บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลการจัดการทรัพยากร มนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน (HR & Human Rights)อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.29 คะแนน



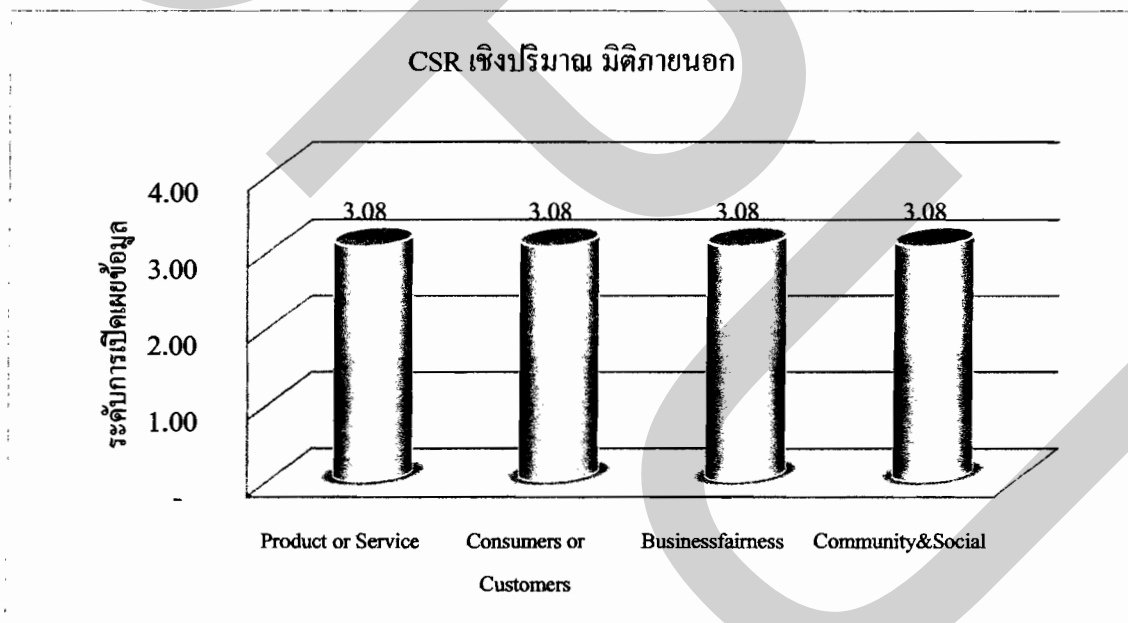
ภาพที่ 4.12 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญปริมาณในมิติภายใน

จากภาพที่ 4.12 แสดงถึงระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญปริมาณในส่วนของมิติภายใน จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณของบริษัทฯ อยู่ในระดับปานกลาง โดยบริษัทฯ เปิดเปิดเผยข้อมูลในด้าน การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน (HR & Human Rights) ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน (Health & Safety at work) และในด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ (Corporate Governance & Transparency) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.08 คะแนน และด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์การ (Resource & environmental) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 คะแนน

จากภาพที่ 4.13 แสดงถึงระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพในส่วนของมิติภายนอก จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่แล้วอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งประกอบด้วยด้านสินค้าหรือบริการ (Product or Service) ด้านการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ (Consumers or Customers) ด้านชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม (Community & Social) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.17 3.29 และ 3.25 คะแนน ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 คะแนน



ภาพที่ 4.13 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพในมิติภายนอก



ภาพที่ 4.14 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญปริมาณในมิติภายนอก

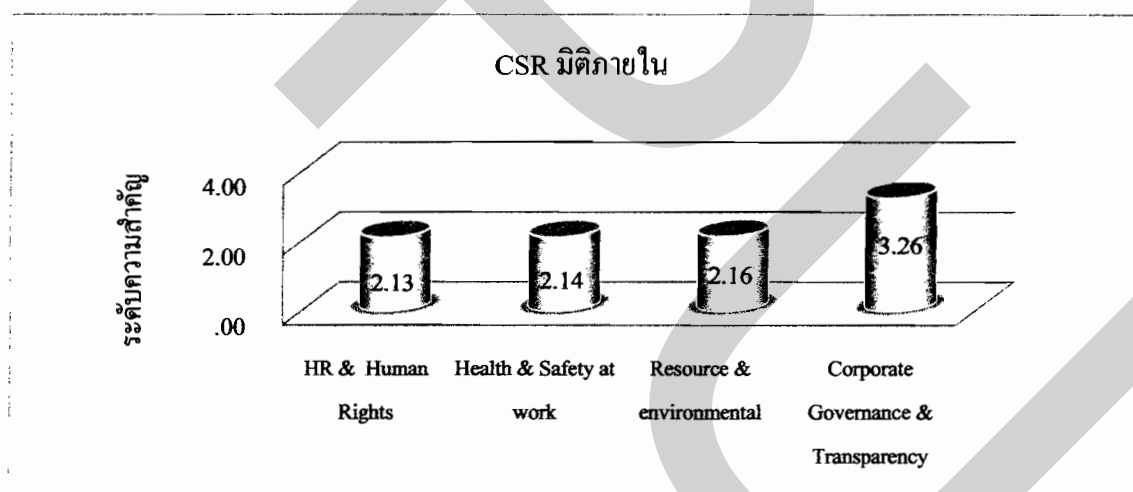
จากภาพที่ 4.14 แสดงถึงระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญปริมาณในส่วนของมิติภายนอก จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณของบริษัทฯ ในส่วนของมิติภายนอกอยู่ในระดับปานกลางในทุกด้าน ซึ่งประกอบด้วยด้านสินค้าหรือบริการ (Product or Service) ด้านการ

การดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ (Consumers or Customers) ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม (Business fairness) และด้านชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม (Community & Social) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.08

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ในการศึกษานี้ได้ใช้วิธีถ่วงน้ำหนักของรายการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการสำรวจความสำคัญของแต่ละรายการจากความสนใจในข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานประจำปี ดังนั้นข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์แบบสอบถามนี้จึงได้มาจากการตอบแบบสอบถามของนักลงทุน

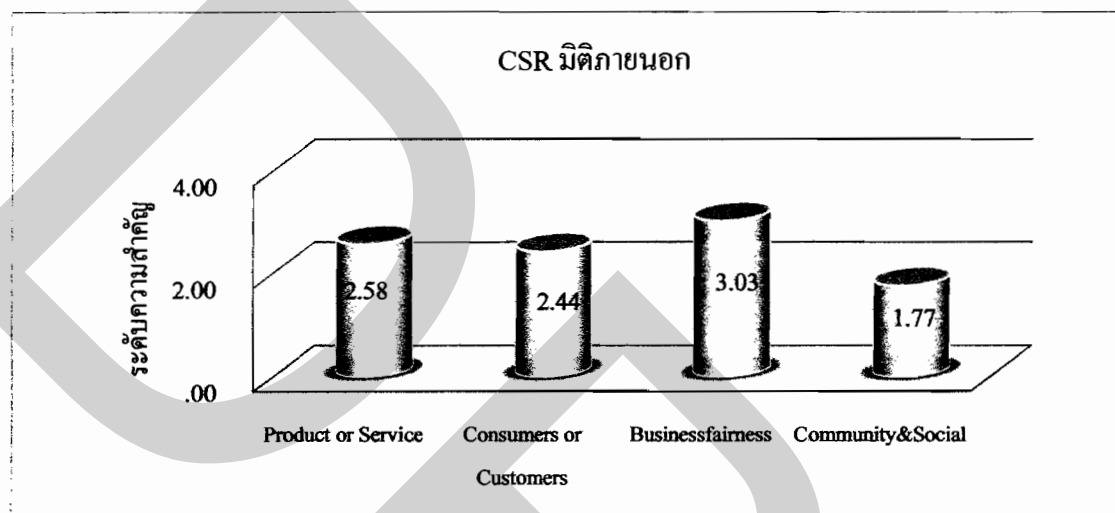
เนื่องจากจำนวนนักกลลงทุนมีจำนวนมากจึงไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีของ อภินันท์ จันตะนี (2550) จึงได้ขนาดตัวอย่างในการสำรวจระดับความสำคัญจำนวน 400 ตัวอย่าง จากการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย พบว่ามีการตอบกลับจำนวน 103 ราย คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 25.75 จากการผลวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 4.15 – ภาพที่ 4.16



ภาพที่ 4.15 ระดับความสำคัญของข้อมูล CSR มิติภายในจากแบบสอบถาม

จากภาพที่ 4.15 แสดงถึงระดับความสำคัญของข้อมูล CSR ในส่วนของมิติภายใน จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสนใจข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี ในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน (HR & Human Rights) สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน (Health & Safety at work) และการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

ในองค์การ (Resource & environmental โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ เท่ากับ 2.13 2.14 และ 2.16 คะแนน ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง แต่ให้ความสนใจข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ในรายงานประจำปีในด้านของธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ (Corporate Governance & Transparency) มากที่สุด ซึ่งเฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 3.26 คะแนน จาก 4 คะแนน

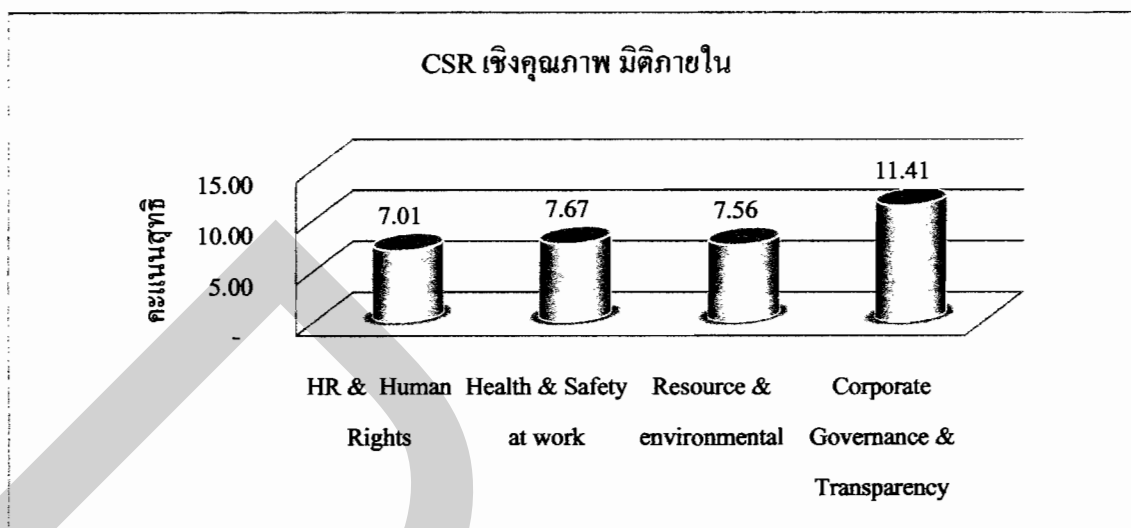


ภาพที่ 4.16 ระดับความสำคัญของข้อมูล CSR มิติภายนอกจากแบบสอบถาม

จากภาพที่ 4.16 แสดงถึงระดับความสำคัญของข้อมูล CSR ในส่วนของมิติภายนอก จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสนใจข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี ในด้านของสินค้าหรือบริการ (Product or Service) และการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ (Consumers or Customers) และในส่วนของกรอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม (Business fairness) โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ เท่ากับ 2.58 2.44 และ 3.03 คะแนน ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับมาก แต่ให้ความสนใจข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานประจำปีในส่วนของชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยรวม (Community & Social) ในระดับปานกลางซึ่งเฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 1.77 คะแนน จาก 4 คะแนน

4.1.4 ผลการวิเคราะห์คะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR

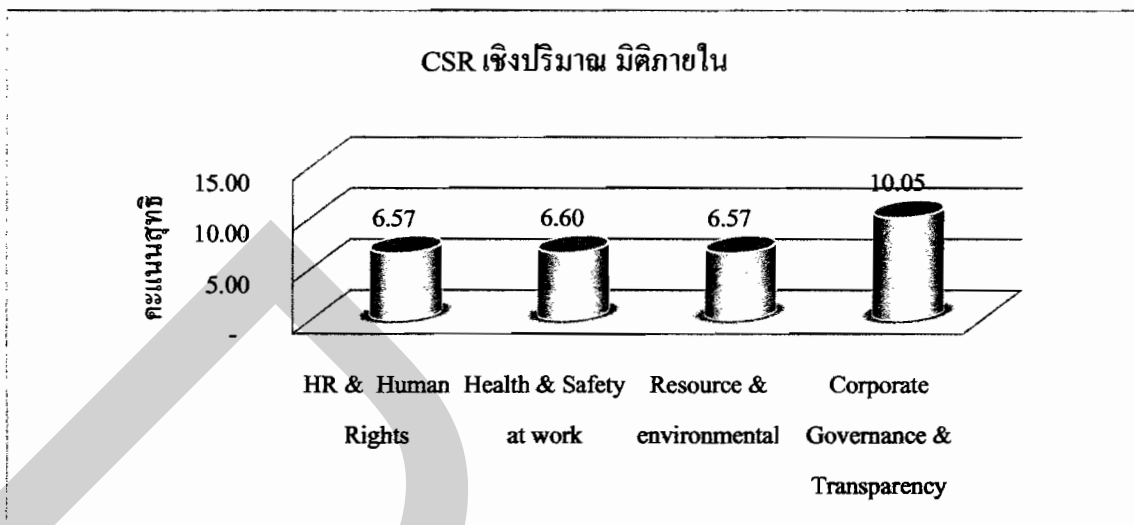
ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์คะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR ซึ่งคำนวณจากคะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR x คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักจากแบบสอบถาม จากการผลวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 4.17 – ภาพที่ 4.20



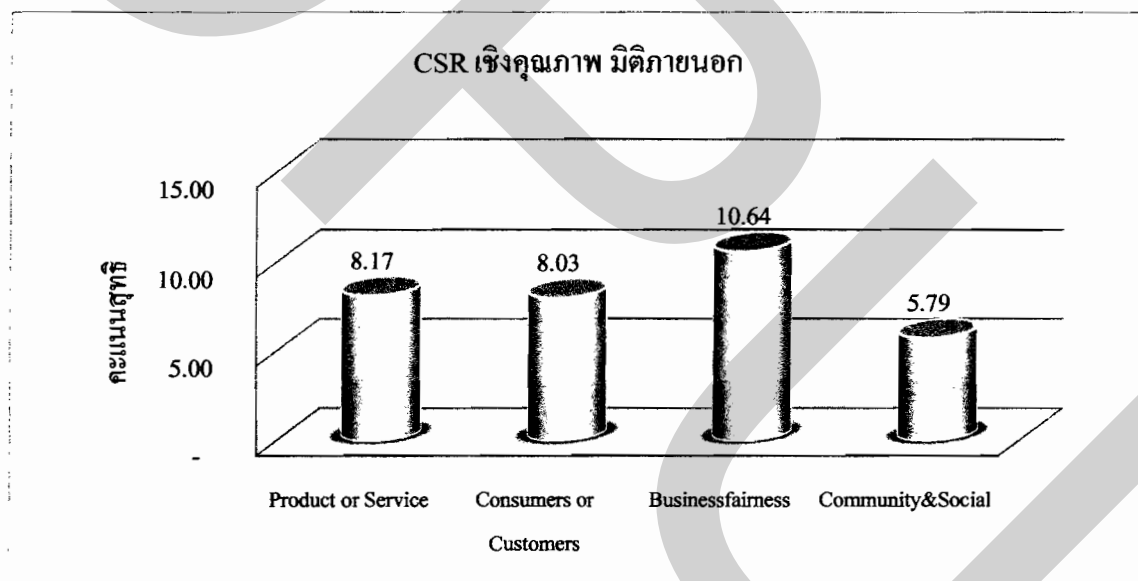
ภาพที่ 4.17 คะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพมติภายใน

จากภาพที่ 4.17 แสดงถึงคะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพ ในส่วนของมติภายใน จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า คะแนนสุทธิด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ (Corporate Governance & Transparency) มีระดับคะแนนสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ย 11.41 คะแนน รองลงมาคือ ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน (Health & Safety at work) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.67 คะแนน ซึ่งใกล้เคียงกับระดับคะแนนในด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร (Resource & environmental) และด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน (HR & Human Rights) และ) ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.56 และ 7.01 คะแนนตามลำดับ

จากภาพที่ 4.18 แสดงถึงคะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญปริมาณ ในส่วนของมติภายใน จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า คะแนนสุทธิด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ (Corporate Governance & Transparency) มีระดับคะแนนสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ย 10.05 คะแนน รองลงมาคือ ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน (Health & Safety at work) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.57 คะแนน ซึ่งใกล้เคียงกับระดับคะแนนในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน (HR & Human Rights) และด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร (Resource & environmental) ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.57 คะแนน



ภาพที่ 4.18 คะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญปริมาณมิติภายใน

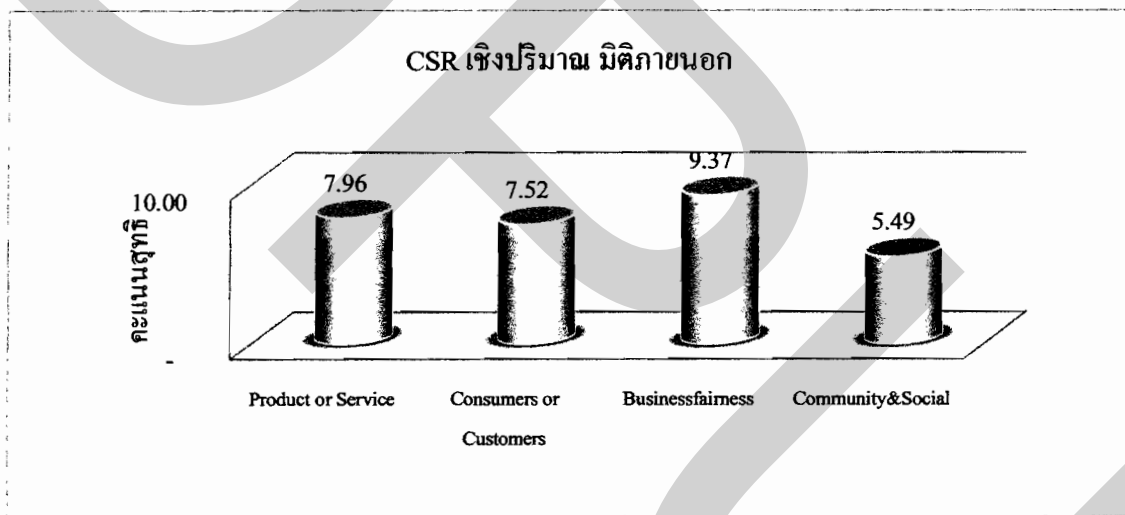


ภาพที่ 4.19 คะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพมิติภายนอก

จากภาพที่ 4.19 แสดงถึงคะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพ ในส่วนของมิติภายนอกจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับคะแนนสุทธิของข้อมูล CSR ในแต่ละด้านอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยระดับคะแนนด้านการประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส (Business fairness) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 10.64 คะแนน รองลงมาคือด้านสินค้าหรือบริการ (Product or Service)

ด้านการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ (Consumers or Customers) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.17 และ 8.03 คะแนน ตามลำดับ แต่ระดับคะแนนด้านชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม (Community & Social) โดยรวมมีระดับคะแนนต่ำสุด โดยมีค่าเฉลี่ยเพียง 5.79 คะแนน

จากภาพที่ 4.20 แสดงถึงคะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR เซึ่งปริมาณในส่วน ของมิติภายนอก จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับคะแนนสุทธิของข้อมูล CSR ในแต่ละด้านอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยระดับคะแนนด้านการประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส (Business fairness) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 9.37 คะแนน รองลงมาคือด้านสินค้าหรือบริการ (Product or Service) ด้านการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ (Consumers or Customers) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.96 และ 7.52 คะแนน ตามลำดับ แต่ระดับคะแนนด้านชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยรวม (Community & Social) มีระดับคะแนนต่ำสุด โดยมีค่าเฉลี่ย 5.49 คะแนน



ภาพที่ 4.20 คะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR เซึ่งปริมาณมิติภายนอก

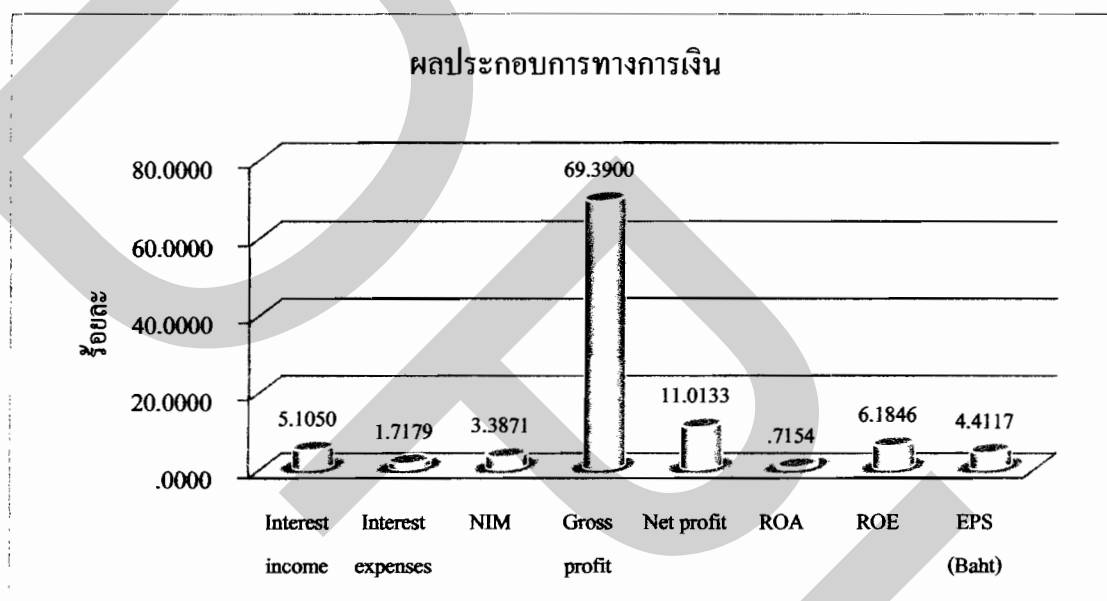
4.1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลประกอบการทางการเงินขององค์กร

ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ผลประกอบการทางการเงินขององค์กรของกลุ่มบริษัทฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 – 2553 ซึ่งผลประกอบการทางการเงินที่นำมาวิเคราะห์ในการศึกษานี้ ประกอบด้วย

- 1) อัตราดอกเบี้ยรับ (Interest Revenue Rate)
- 2) อัตราดอกเบี้ยจ่าย (Interest Expense Rate)
- 3) ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย (Net Interest Margin)

- 4) อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)
- 5) อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)
- 6) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Asset: ROA)
- 7) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE)
- 8) กำไรต่อหุ้น (Earning Per Share: EPS)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 4.21



ภาพที่ 4.21 ผลประกอบการทางการเงินขององค์กร

จากภาพที่ 4.21 แสดงถึงค่าเฉลี่ยของผลประกอบการทางการเงินของบริษัทฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 – 2553 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในด้านของอัตราดอกเบี้ย บริษัทฯ มีอัตราดอกเบี้ยรับโดยเฉลี่ยที่ร้อยละ 5.1050 ในขณะที่มีอัตราดอกเบี้ยจ่ายโดยเฉลี่ยร้อยละ 1.779 จึงส่งผลให้บริษัทฯ มีส่วนต่างของอัตราดอกเบี้ยโดยเฉลี่ยร้อยละ 3.3871

นอกจากนี้ ยังแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้นโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 69.39 แต่อย่างไรก็ตามมีอัตรากำไรสุทธิเพียงร้อยละ 11.0133

รวมถึง แสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ มีอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ โดยเฉลี่ยแล้วอยู่ที่ร้อยละ 0.7154 ในขณะที่อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้นโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 6.1846 และกำไรต่อหุ้นของบริษัทฯ โดยเฉลี่ยเท่ากับ 4.4117 บาทต่อหุ้น

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

สถิติเชิงอนุมานเป็นวิธีการที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แล้วสรุปผลที่ได้จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนั้น แล้วอ้างอิงหรืออนุมาน ไปยังกลุ่มประชากร โดยอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น

ในการศึกษานี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR กับผลประกอบการทางการเงินขององค์กร โดยสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่

4.2.1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์

4.2.2 การทดสอบสมมติฐาน

4.2.1 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวหรือข้อมูลสองชุดว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ในระดับใด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ที่มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR กับผลประกอบการทางการเงิน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) โดยพิจารณาความสัมพันธ์ในรูปแบบเชิงเส้นตรง (Linear Association) โดยการพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หรือค่า r (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2552)

สำหรับค่า r ที่คำนวณได้จะแทนระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 2 โดยจะมีค่าตั้งแต่ -1 ถึง 1 ซึ่งจะมีความหมายที่แตกต่างกันดังต่อไปนี้

1) $r > 0$ หมายถึง ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หรือมีความสัมพันธ์กันทางบวก กล่าวคือ ถ้าตัวแปรหนึ่งมีค่าเพิ่มหรือลด อีกตัวแปรหนึ่งก็จะมีค่าเพิ่มหรือลดเช่นเดียวกัน

2) $r = 0$ หมายถึง ตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงต่อกัน

3) $r < 0$ หมายถึง ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงข้ามกัน หรือมีความสัมพันธ์กันทางลบ กล่าวคือ ถ้าตัวแปรหนึ่งมีค่าเพิ่มหรือลด แต่อีกตัวแปรหนึ่งก็จะมีค่าลดหรือเพิ่ม ซึ่งจะเป็นลักษณะที่ตรงข้ามกัน

นอกจากนี้ ค่า r ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลยังแสดงถึงระดับของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว โดยชูศรี วงศ์รัตน์ (2553) ได้อธิบายถึงระดับของค่า r ไว้ดังนี้

1) ถ้าค่า r เข้าใกล้ 1 หรือประมาณ 0.70 ถึง 0.90 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันสูง

2) ถ้าค่า r เข้าใกล้ 0.5 หรือประมาณ 0.30 ถึง 0.70 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง

3) ถ้าค่า r เข้าใกล้ 0.00 หรือประมาณ 0.30 หรือต่ำกว่า ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ

4) ถ้าค่า r เป็น 0.00 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง แต่อาจสัมพันธ์กันในรูปแบบอื่น

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สามารถอธิบายได้ตารางที่ 4.1 – ตารางที่ 4.4

จากตารางที่ 4.1 เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทฯ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่ พบว่า ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายในมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($r = 0.632$) และระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายในมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราดอกเบี้ยรับที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = 0.418$) นอกจากนี้ยังพบว่าระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายในมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราดอกเบี้ยรับ ($r = 0.404$)

แต่อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายในมีความสัมพันธ์กับกำไรต่อหุ้นน้อยมาก ($r = 0.023$)

จากตารางที่ 4.2 เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงปริมาณในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทฯ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่ พบว่า ตัวแปรแต่ละคู่ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.001 - 0.300 แต่อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงปริมาณในมิติภายในมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับอัตรากำไรต่อหุ้น ($r = -0.203$)

นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงปริมาณในมิติภายในมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย ($r = 0.325$)

ตารางที่ 4.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายใน กับผลประกอบการทางการเงิน

| | CSRD Quality_ IN | Interest Revenue | Interest Expense | Net Interest Margin | Gross Profit Margin | Net Profit Margin | ROA | ROE | EPS | CFP |
|----------------------------|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------------|---------------------------|-------------------------|--------|--------|--------|-----|
| CSRD Quality_IN | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | 1 | | | | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | | | | | |
| Interest Revenue | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .418* | 1 | | | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .042 | | | | | | | | | |
| Interest Expense | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | -.250 | .438* | 1 | | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .239 | .032 | | | | | | | | |
| Net Interest Margin | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .632** | .758** | -.255 | 1 | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | .229 | | | | | | | |
| Gross Profit Margin | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .404 | -.040 | -.856** | .579** | 1 | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .050 | .854 | .000 | .003 | | | | | | |
| Net Profit Margin | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .269 | .008 | -.540** | .401 | .693** | 1 | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .204 | .970 | .006 | .052 | .000 | | | | | |
| ROA | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .303 | .087 | -.493* | .452* | .684** | .993** | 1 | | | |
| Sig. (2-tailed) | .150 | .685 | .014 | .027 | .000 | .000 | | | | |
| ROE | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .307 | .065 | -.475* | .415* | .636** | .990** | .993** | 1 | | |
| Sig. (2-tailed) | .144 | .763 | .019 | .044 | .001 | .000 | .000 | | | |
| EPS | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .023 | .267 | -.368 | .555** | .615** | .531** | .551** | .477* | 1 | |
| Sig. (2-tailed) | .915 | .207 | .077 | .005 | .001 | .008 | .005 | .019 | | |
| CFP | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .319 | .074 | -.578** | .500* | .764** | .990** | .991** | .978** | .608** | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .128 | .731 | .003 | .013 | .000 | .000 | .000 | .000 | .002 | |

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

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

ตารางที่ 4.2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริงปริมาณในมิติภายใน กับผลประกอบการทางการเงิน

| | CSRD Quantity_ IN | Interest Revenue | Interest Expense | Net Interest Margin | Gross Profit Margin | Net Profit Margin | ROA | ROE | EPS | CFP |
|----------------------------|-------------------------|---------------------|---------------------|---------------------------|---------------------------|-------------------------|--------|--------|--------|-----|
| CSRD Quantity_IN | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | 1 | | | | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | | | | | |
| Interest Revenue | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .298 | 1 | | | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .158 | | | | | | | | | |
| Interest Expense | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | -.005 | .438* | 1 | | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .982 | .032 | | | | | | | | |
| Net Interest Margin | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .325 | .758** | -.255 | 1 | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .121 | .000 | .229 | | | | | | | |
| Gross Profit Margin | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | -.034 | -.040 | -.856** | .579** | 1 | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .873 | .854 | .000 | .003 | | | | | | |
| Net Profit Margin | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | -.030 | .008 | -.540** | .401 | .693** | 1 | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .889 | .970 | .006 | .052 | .000 | | | | | |
| ROA | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .007 | .087 | -.493* | .452* | .684** | .993** | 1 | | | |
| Sig. (2-tailed) | .973 | .685 | .014 | .027 | .000 | .000 | | | | |
| ROE | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .039 | .065 | -.475* | .415* | .636** | .990** | .993** | 1 | | |
| Sig. (2-tailed) | .856 | .763 | .019 | .044 | .001 | .000 | .000 | | | |
| EPS | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | -.203 | .267 | -.368 | .555** | .615** | .531** | .551** | .477* | 1 | |
| Sig. (2-tailed) | .341 | .207 | .077 | .005 | .001 | .008 | .005 | .019 | | |
| CFP | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | -.010 | .074 | -.578** | .500* | .764** | .990** | .991** | .978** | .608** | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .961 | .731 | .003 | .013 | .000 | .000 | .000 | .000 | .002 | |

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

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

ตารางที่ 4.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติ ภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

| | CSR Quality_ EX | Interest Revenue | Interest Expense | Net Interest Margin | Gross Profit Margin | Net Profit Margin | ROA | ROE | EPS | CFP |
|----------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------------|---------------------------|-------------------------|--------|--------|--------|-----|
| CSR Quality_EX | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | 1 | | | | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | | | | | |
| Interest Revenue | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .302 | 1 | | | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .151 | | | | | | | | | |
| Interest Expense | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | -.387 | .438* | 1 | | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .061 | .032 | | | | | | | | |
| Net Interest Margin | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .608** | .758** | -.255 | 1 | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .002 | .000 | .229 | | | | | | | |
| Gross Profit Margin | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .547** | -.040 | -.856** | .579** | 1 | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .006 | .854 | .000 | .003 | | | | | | |
| Net Profit Margin | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .435* | .008 | -.540** | .401 | .693** | 1 | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .034 | .970 | .006 | .052 | .000 | | | | | |
| ROA | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .459* | .087 | -.493* | .452* | .684** | .993** | 1 | | | |
| Sig. (2-tailed) | .024 | .685 | .014 | .027 | .000 | .000 | | | | |
| ROE | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .451* | .065 | -.475* | .415* | .636** | .990** | .993** | 1 | | |
| Sig. (2-tailed) | .027 | .763 | .019 | .044 | .001 | .000 | .000 | | | |
| EPS | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .319 | .267 | -.368 | .555** | .615** | .531** | .551** | .477* | 1 | |
| Sig. (2-tailed) | .128 | .207 | .077 | .005 | .001 | .008 | .005 | .019 | | |
| CFP | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .492* | .074 | -.578** | .500* | .764** | .990** | .991** | .978** | .608** | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .015 | .731 | .003 | .013 | .000 | .000 | .000 | .000 | .002 | |

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

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

จากตารางที่ 4.3 เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทฯ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่พบว่า ตัวแปรแต่ละคู่ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ดังนี้

ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($r = 0.608$)

ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตรากำไรขั้นต้นที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($r = 0.547$)

ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตรากำไรสุทธิที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = 0.435$)

ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = 0.459$)

ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้นที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = 0.451$)

ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตรากำไรต่อหุ้น ($r = 0.319$)

ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราดอกเบี้ยรับ ($r = 0.302$)

นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลประกอบการทางการเงิน โดยรวมที่ระดับนัยสำคัญ ($r = 0.492$)

แต่อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับอัตราดอกเบี้ยจ่าย ($r = -0.387$)

ตารางที่ 4.4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริงปริมาณในมิติ
ภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

| | CSR Quantity_ EX | Interest Revenue | Interest Expense | Net Interest Margin | Gross Profit Margin | Net Profit Margin | ROA | ROE | EPS | CFP |
|----------------------------|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------------|---------------------------|-------------------------|--------|--------|--------|-----|
| CSR Quantity_EX | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | 1 | | | | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | | | | | |
| Interest Revenue | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .425* | 1 | | | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .038 | | | | | | | | | |
| Interest Expense | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | -.169 | .438* | 1 | | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .429 | .032 | | | | | | | | |
| Net Interest Margin | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .581** | .758** | -.255 | 1 | | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .003 | .000 | .229 | | | | | | | |
| Gross Profit Margin | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .276 | -.040 | -.856** | .579** | 1 | | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .192 | .854 | .000 | .003 | | | | | | |
| Net Profit Margin | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | -.013 | .008 | -.540** | .401 | .693** | 1 | | | | |
| Sig. (2-tailed) | .950 | .970 | .006 | .052 | .000 | | | | | |
| ROA | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .034 | .087 | -.493* | .452* | .684** | .993** | 1 | | | |
| Sig. (2-tailed) | .875 | .685 | .014 | .027 | .000 | .000 | | | | |
| ROE | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .001 | .065 | -.475* | .415* | .636** | .990** | .993** | 1 | | |
| Sig. (2-tailed) | .997 | .763 | .019 | .044 | .001 | .000 | .000 | | | |
| EPS | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .273 | .267 | -.368 | .555** | .615** | .531** | .551** | .477* | 1 | |
| Sig. (2-tailed) | .197 | .207 | .077 | .005 | .001 | .008 | .005 | .019 | | |
| CFP | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | .070 | .074 | -.578** | .500* | .764** | .990** | .991** | .978** | .608** | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .743 | .731 | .003 | .013 | .000 | .000 | .000 | .000 | .002 | |

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

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

จากตารางที่ 4.4 เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเปิดเผยข้อมูล ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การเชิงปริมาณในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทฯ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่ พบว่ามีความสัมพันธ์กัน ดังนี้

ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การเชิงปริมาณในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($r = 0.581$)

ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การเชิงปริมาณในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราดอกเบี้ยรับที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = 0.425$)

ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การเชิงปริมาณในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตรากำไรขั้นต้น ($r = 0.276$)

และยังพบว่า ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การเชิงปริมาณในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตรากำไรต่อหุ้น ($r = 0.273$)

4.2.2 การทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อเป็นการทดสอบว่าตัวแปรในแต่ละคู่มีความสัมพันธ์กันจริงหรือไม่ โดยใช้ค่าทางสถิติในการทดสอบและกำหนดขอบเขตในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานดังนี้

ถ้า $\text{sig.} > \alpha$ แสดงว่ายอมรับ H_0 (ตัวแปรคู่กันไม่มีความสัมพันธ์กัน)

ถ้า $\text{sig.} < \alpha$ แสดงว่าปฏิเสธ H_0 (ตัวแปรคู่กันมีความสัมพันธ์กัน)

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การกับผลประกอบการทางการเงิน แสดงในตารางที่ 4.5 – ตารางที่ 4.12

สมมติฐานที่ 1 ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน

H_0 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายในไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

H_1 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายในมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

จากตารางที่ 4.5 เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเปิดเผยข้อมูล ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทฯ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่ พบว่า

1) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายในกับ อัตราดอกเบี้ยรับ พบว่า sig. = 0.42 > 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยข้อมูล ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายใน ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยรับอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 %

2) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายในกับ อัตราดอกเบี้ยจ่าย พบว่า sig. = 0.239 > 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผย ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายใน ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยจ่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 %

ตารางที่ 4.5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติ ภายในกับผลประกอบการทางการเงิน

| ตัวแปร | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ | Sig. (2 - tailed) | ระดับนัยสำคัญ |
|---------------------|---------------------------|-------------------|---------------|
| CSR Quality_IN | 1 | | |
| Interest Revenue | 0.418 | 0.042 | 0.05 |
| Interest Expense | -0.250 | 0.239 | 0.05 |
| Net Interest Margin | 0.632 | 0.001 | 0.05 |
| Gross Profit Margin | 0.404 | 0.050 | 0.05 |
| Net Profit Margin | 0.269 | 0.204 | 0.05 |
| ROA | 0.303 | 0.150 | 0.05 |
| ROE | 0.307 | 0.144 | 0.05 |
| EPS | 0.023 | 0.915 | 0.05 |
| CFP | 0.319 | 0.128 | 0.05 |

3) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายในกับ ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย พบว่า sig. = 0.001 < 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผย

ตารางที่ 4.6 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน

| ลำดับที่ | สมมติฐานการวิจัย | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|----------|--|------------------------------------|
| 1 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ ในมิติภายในกับอัตราดอกเบี้ยรับ | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (+) |
| 2 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพ ในมิติภายในกับอัตราดอกเบี้ยจ่าย | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 3 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพ ในมิติภายในกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (+) |
| 4 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพ ในมิติภายในกับอัตรากำไรขั้นต้น | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 5 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพ ในมิติภายในกับอัตรากำไรสุทธิ | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 6 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพ ในมิติภายในกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 7 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพ ในมิติภายในกับอัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 8 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพ ในมิติภายในกับอัตรากำไรต่อหุ้น | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 9 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพ ในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน โดยรวม | ไม่มีความสัมพันธ์ |

สมมติฐานที่ 2 ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน

H_0 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

H_2 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

ตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน

| ตัวแปร | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ | Sig. (2 - tailed) | ระดับนัยสำคัญ |
|---------------------|---------------------------|-------------------|---------------|
| CSRD Quantity_IN | 1 | | |
| Interest Revenue | 0.298 | 0.158 | 0.05 |
| Interest Expense | -0.005 | 0.982 | 0.05 |
| Net Interest Margin | 0.325 | 0.121 | 0.05 |
| Gross Profit Margin | -0.034 | 0.874 | 0.05 |
| Net Profit Margin | -0.030 | 0.889 | 0.05 |
| ROA | 0.007 | 0.973 | 0.05 |
| ROE | 0.039 | 0.856 | 0.05 |
| EPS | -0.203 | 0.341 | 0.05 |
| CFP | -0.10 | 0.961 | 0.05 |

จากตารางที่ 4.7 เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงปริมาณในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัท ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่ พบว่า

1) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับอัตราดอกเบี้ยรับ พบว่า sig. = 0.158 > 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยรับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 %

2) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับอัตราดอกเบี้ยจ่าย พบว่า sig. = 0.982 > 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 %

3) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย พบว่า sig. = 0.121 < 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผย

ตารางที่ 4.8 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริงปริมาณในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน

| ลำดับที่ | สมมติฐานการวิจัย | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|----------|--|--------------------|
| 1 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับอัตราดอกเบี้ยรับ | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 2 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับอัตราดอกเบี้ยจ่าย | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 3 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 4 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับอัตรากำไรขั้นต้น | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 5 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับอัตรากำไรสุทธิ | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 6 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพปริมาณในมิติภายในกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 7 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับอัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 8 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับอัตรากำไรต่อหุ้น | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 9 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน โดยรวม | ไม่มีความสัมพันธ์ |

สมมติฐานที่ 3 ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

H_0 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

H_3 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

| ตัวแปร | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ | Sig. (2 - tailed) | ระดับนัยสำคัญ |
|---------------------|---------------------------|-------------------|---------------|
| CSR Quality_EX | 1 | | |
| Interest Revenue | 0.302 | 0.151 | 0.05 |
| Interest Expense | -0.387 | 0.061 | 0.05 |
| Net Interest Margin | 0.608 | 0.002 | 0.05 |
| Gross Profit Margin | 0.547 | 0.006 | 0.05 |
| Net Profit Margin | 0.435 | 0.034 | 0.05 |
| ROA | 0.459 | 0.024 | 0.05 |
| ROE | 0.451 | 0.027 | 0.05 |
| EPS | 0.319 | 0.128 | 0.05 |
| CFP | 0.492 | 0.015 | 0.05 |

จากตารางที่ 4.9 เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทฯ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่ พบว่า

1) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกกับอัตราดอกเบี้ยรับ พบว่า sig. = 0.151 > 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยรับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 %

2) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกกับอัตราดอกเบี้ยจ่าย พบว่า sig. = 0.061 > 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 %

3) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมิติภายนอกกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย พบว่า sig. = 0.002 < 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผย

ตารางที่ 4.10 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพใน
 มิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

| ลำดับที่ | สมมติฐานการวิจัย | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|----------|---|---------------------------------------|
| 1 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง คุณภาพในมิติภายนอกกับอัตราดอกเบี้ยรับ | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 2 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง คุณภาพในมิติภายนอกกับอัตราดอกเบี้ยจ่าย | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 3 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง คุณภาพในมิติภายนอกกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (+) |
| 4 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง คุณภาพในมิติภายนอกกับอัตรากำไรขั้นต้น | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (+) |
| 5 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง คุณภาพในมิติภายนอกกับอัตรากำไรสุทธิ | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (+) |
| 6 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง คุณภาพในมิติภายนอกกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (+) |
| 7 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง คุณภาพในมิติภายนอกกับอัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (+) |
| 8 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง คุณภาพในมิติภายนอกกับอัตรากำไรต่อหุ้น | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 9 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง คุณภาพในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน โดยรวม | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (+) |

สมมติฐานที่ 4 ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติ
 ภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

H_0 : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกไม่
 มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

H_a : ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกมี
 ความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน

ตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

| ตัวแปร | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ | Sig. (2 - tailed) | ระดับนัยสำคัญ |
|---------------------|---------------------------|-------------------|---------------|
| CSR Quantity_EX | 1 | | |
| Interest Revenue | 0.425 | 0.038 | 0.05 |
| Interest Expense | -0.169 | 0.429 | 0.05 |
| Net Interest Margin | 0.581 | 0.003 | 0.05 |
| Gross Profit Margin | 0.276 | 0.192 | 0.05 |
| Net Profit Margin | -0.013 | 0.950 | 0.05 |
| ROA | 0.034 | 0.875 | 0.05 |
| ROE | 0.001 | 0.997 | 0.05 |
| EPS | 0.273 | 0.197 | 0.05 |
| CFP | 0.070 | 0.743 | 0.05 |

จากตารางที่ 4.11 เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงปริมาณในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทฯ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่ พบว่า

1) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกกับอัตราดอกเบี้ยรับ พบว่า sig. = 0.038 < 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยรับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 %

2) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกกับอัตราดอกเบี้ยจ่าย พบว่า sig. = 0.429 > 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 %

3) ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมิติภายนอกกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย พบว่า sig. = 0.003 < 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผย

ตารางที่ 4.12 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณใน มิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

| ลำดับที่ | สมมติฐานการวิจัย | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|----------|---|------------------------------------|
| 1 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง ปริมาณในมิติภายนอกกับอัตราดอกเบี้ยรับ | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (+) |
| 2 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง ปริมาณในมิติภายนอกกับอัตราดอกเบี้ยจ่าย | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 3 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง ปริมาณในมิติภายนอกกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (+) |
| 4 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง ปริมาณในมิติภายนอกกับอัตรากำไรขั้นต้น | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 5 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง ปริมาณในมิติภายนอกกับอัตรากำไรสุทธิ | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 6 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณ ปริมาณในมิติภายนอกกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 7 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง ปริมาณในมิติภายนอกกับอัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 8 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง ปริมาณในมิติภายนอกกับอัตรากำไรต่อหุ้น | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 9 | ระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง ปริมาณในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน โดยรวม | ไม่มีความสัมพันธ์ |

4.3 บทสรุป

ในบทนี้ผู้วิจัยได้อธิบายถึงผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทาง การเงิน โดยแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะเริ่มจากการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะ ทัวไปของข้อมูลและอธิบายถึงระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร รวมทั้งการวิเคราะห์เชิงอนุมาน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐานการ วิจัยเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร กับผลประกอบการทางการเงิน สำหรับในบทที่ 5 ถัดไปจะกล่าวถึงบทสรุปผลการศึกษาซึ่งเป็นการ สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของ CSR ออกเป็น 2 ประเภท คือ CSR มิติภายใน และ CSR มิติภายนอก โดยศึกษาทั้งข้อมูลในเชิงคุณภาพ คือ การเปิดเผยข้อมูลข้อมูลในลักษณะของข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน กราฟ/แผนภูมิและรูปภาพ รวมทั้งข้อมูลในเชิงปริมาณ คือ จำนวนคำที่เกี่ยวข้องกับรายการเปิดเผยข้อมูล สำหรับผลประกอบการทางการเงินที่ศึกษา ประกอบด้วย อัตราดอกเบี้ยรับ อัตราดอกเบี้ยจ่าย ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นและกำไรต่อหุ้น ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากรายงานประจำปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 – พ.ศ.2553 และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้กระดาษทำการที่พัฒนาจากการบทวนวรรณกรรม นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจระดับความสำคัญหรือระดับความสนใจข้อมูล CSR จากนักลงทุน เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการให้นำน้ำหนักความสำคัญของข้อมูล CSR ในแต่ละรายการ

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล CSR จากรายงานประจำปี และ 2) การวิเคราะห์ทางสถิติ (Statistic Analysis) ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่อสรุปข้อมูลในเบื้องต้นและการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐานเพื่ออธิบายระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50

สำหรับการสรุปและอภิปรายผลการศึกษาที่จะกล่าวถึงต่อไปในบทนี้ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอบทสรุปผลการศึกษาโดยย่อตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งอภิปรายผลการศึกษาโดยใช้ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมในการสนับสนุนผลการศึกษาเพื่อให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังกล่าวถึงข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตเรียงตามลำดับดังนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 อภิปรายผลการศึกษา
- 5.3 ข้อจำกัด
- 5.4 ข้อเสนอแนะ
- 5.5 บทสรุป

5.1 สรุปผลการศึกษา

ในส่วนนี้เป็นการสรุปผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการทางการเงิน โดยย่อตามวัตถุประสงค์ดังนี้

5.1.1 ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

CSR มิติภายใน

บริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 มีการเปิดเผยข้อมูล CSR ทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจในระดับปานกลาง แต่เปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน และด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กรในระดับน้อย

CSR มิติภายนอก

บริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 มีการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพด้านสินค้าหรือบริการ ด้านการดูแลผู้บริโภครหรือผู้ใช้บริการ และด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมในระดับปานกลาง แต่เปิดเผยข้อมูลด้านชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมในระดับน้อย สำหรับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณ บริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมในระดับปานกลาง แต่เปิดเผยข้อมูลด้านสินค้าหรือบริการ ด้านการดูแลผู้บริโภครหรือผู้ใช้บริการ และด้านชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อมในระดับน้อย

นอกจากนี้ ยังพบว่า บริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูล CSR ในส่วนของมิติภายในในลักษณะของข้อความมากที่สุด รองลงมาคือ ตัวเลข รูปภาพ แผนภูมิ/กราฟ และลักษณะที่มีการเปิดเผยน้อย

ที่สุดคือ จำนวนเงิน ในขณะที่ในส่วนของมติภายนอก บริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของ ข้อความมากที่สุด รองลงมาคือ ตัวเลข จำนวนเงิน และลักษณะที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุด คือ แผนภูมิ/กราฟ

5.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ของ ตัวแปรต่างๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่อสังคมเชิงคุณภาพในมติภายในมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราดอกเบี้ยรับอย่างมีนัยสำคัญ และพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่อสังคมเชิงคุณภาพในมติภายในมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยรับอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่อสังคมเชิงคุณภาพในมติภายในกับตัวแปรผลประกอบการทางการเงินอื่น

ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยรับอย่างมีนัยสำคัญ และระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตรากำไรขั้นต้นอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตรากำไรสุทธิอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ และพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงคุณภาพในมติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลประกอบการทางการเงินโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %

แต่อย่างไรก็ตามไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน

ในขณะที่ในส่วนของระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราดอกเบี้ยรับ และระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงปริมาณในมติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยรับอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

ในส่วนนี้เป็นการอภิปรายผลการศึกษาที่ได้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งได้นำเสนอผลการศึกษาไปแล้วในบทที่ 4 สำหรับในส่วนของการอภิปรายผลการศึกษานี้ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

5.2.1.1 การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี จำแนกตามลักษณะการเปิดเผยข้อมูล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี ซึ่งประกอบด้วย ข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน ผัง และรูปภาพ พบว่า บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลในลักษณะของข้อความมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Guthrie, Petty, Ferrier and Wells (1999) , Bozzolan, Favotto and Ricceri (2003) และ Steenkamp (2007) แสดงให้เห็นว่าในการเปิดเผยข้อมูล CSR ส่วนใหญ่บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลโดยการบรรยายหรืออธิบายข้อมูลต่างๆ ในลักษณะของข้อความซึ่งเป็นพื้นฐานหลักในการเปิดเผยข้อมูลต่างๆ และอาจเนื่องมาจาก ข้อมูลต่างๆ ที่เปิดเผยนั้นหากเปิดเผยข้อมูลด้วยลักษณะอื่นเพียงอย่างเดียว ผู้ศึกษาข้อมูลอาจไม่เข้าใจในสิ่งที่ต้องการต้องการจะสื่อสาร ดังนั้นส่วนใหญ่ในการเปิดเผยจึงต้องมีข้อความในการอธิบายประกอบไปด้วย จึงทำให้การเปิดเผยในลักษณะข้อความมากที่สุด

ตัวเลข พบว่า บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูล CSR ในลักษณะของตัวเลขเป็นลำดับที่สอง รองจากข้อความ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Guthrie, Petty, Ferrier, and Wells (1999) ที่พบว่า บริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของตัวเลขประกอบด้วย จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการแสดงข้อมูลต่างๆ ในลักษณะของตัวเลขเพื่อนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น จำนวนพนักงาน จำนวนรางวัลต่างๆที่บริษัทฯ ได้รับ จำนวนสาขา ซึ่งการเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของตัวเลขทำให้ผู้ศึกษาข้อมูลได้ทราบถึงรายละเอียดของข้อมูลมากขึ้น

จำนวนเงิน พบว่า บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลในลักษณะของจำนวนเงินค่อนข้างน้อย อาจเนื่องมาจาก การเปิดเผยข้อมูลเป็นการสื่อสารให้สาธารณชนได้ทราบข้อมูลของบริษัทฯ และในปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจสูง ดังนั้นในการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนเงิน บริษัทฯ จึงอาจจะเลือกเปิดเผยเฉพาะข้อมูลที่สำคัญ เช่น ผลประกอบการ ผลประโยชน์พนักงาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ahmad, Sulaiman and Siswantoro (2003) ที่พบว่าบริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณหรือข้อมูลทางการเงินในปริมาณน้อย

นอกจากนี้ ยังพบว่า บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลในลักษณะของผัง (กราฟ แผนภูมิ ตาราง) และรูปภาพน้อย อาจเนื่องมาจาก การเปิดเผยในลักษณะของผังและรูปภาพเป็นลักษณะของการอธิบายเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้ศึกษาข้อมูลได้เข้าใจข้อมูลมากขึ้น เช่น ผังแสดง โครงสร้างองค์การ ภาพจากกิจกรรมการปลูกป่า เป็นต้น

จากผลการศึกษาข้างต้นที่พบว่าบริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลในลักษณะของข้อความมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Guthrie, Petty, Ferrier and Wells (1999); Bozzolan, Favotto and Ricceri (2003) และ Steenkamp (2007) ที่พบว่าจากการศึกษาข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของข้อความหรือการบรรยายมากที่สุด และพบว่ามีการเปิดเผยในลักษณะของจำนวนเงิน ไม่มากนัก

5.2.1.2 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR จากรายงานประจำปี

CSR มิติภายใน

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตามลักษณะของข้อมูลที่เปิดเผย ซึ่งประกอบด้วย ข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน ผัง และรูปภาพ และในเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการนับจำนวนคำที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่เปิดเผย ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานและด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ พบว่ามีการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพอยู่ในระดับมากและการเปิดเผยเชิงปริมาณในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญของข้อมูลด้านสุขภาพและความปลอดภัยและด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการทำงานในการทำงานมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของชลินทร รุ่งจำ (2551) โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญทั้งการเปิดเผยเชิงคุณภาพเพื่อแสดงข้อมูลให้ผู้ศึกษาข้อมูลได้เข้าใจและทราบรายละเอียดของข้อมูลมากขึ้น โดยการนำเสนอในลักษณะของข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน ผัง และรูปภาพ ประกอบการอธิบายและข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อแสดงถึงการให้ความสำคัญในข้อมูลนั้น

ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน พบว่า มีการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพอยู่ในระดับมากแต่เปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากในปัจจุบันสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรต้องคำนึงถึงเพราะเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรขององค์กรและเป็นผลสืบเนื่องในการสร้างความยั่งยืนให้องค์กร อีกทั้งในองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น GRI OECD ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมาตรฐาน ISO 26000 เป็นต้น ได้เสนอแนวทางในการปฏิบัติ CSR ในองค์กร ซึ่งการปฏิบัติด้านแรงงานเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ถูก

กำหนดไว้ให้มีการปฏิบัติ บริษัทฯ จึงเล็งเห็นความสำคัญในการเปิดเผยข้อมูลในด้านนี้ทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

ด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ อาจเนื่องมาจากบริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามแนวการปฏิบัติของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Corporate Governance) โดยบริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปขององค์กร สิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งการได้รับรางวัลด้านธรรมาภิบาล อีกทั้งลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจธนาคารเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเงินการลงทุนโดยตรง ดังนั้นบริษัทฯ จึงต้องดำเนินงานอย่างมีธรรมาภิบาลและโปร่งใสเพื่อให้นักลงทุน ลูกค้า พนักงาน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องเกิดความเชื่อมั่นในองค์กร บริษัทฯ จึงเล็งเห็นความสำคัญในการเปิดเผยข้อมูลในด้านนี้ทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน พบว่ามีการเปิดเผยข้อมูลทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชนเป็นรากฐานของการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการเพิ่มคุณค่าและเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มผลผลิต (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2553) อีกทั้งเป็นข้อมูลการดำเนินงานภายในองค์กรซึ่งเป็นแนวทางการปฏิบัติของแต่ละองค์กรในการสร้างแรงจูงใจและสร้างค่านิยมให้พนักงานเกิดความจงรักภักดีกับองค์กร จึงทำให้การเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับตัวเลข หรือ จำนวนเงิน ไม่มากนัก แต่อย่างไรก็ตามพบว่าบริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลในเชิงปริมาณในลักษณะทั่วไป เช่น การฝึกอบรม การพัฒนาความรู้พนักงาน การสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของพนักงาน การมอบรางวัลหรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมศักยภาพพนักงาน และการไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน เพื่อแสดงให้เห็นว่าบริษัทได้ให้ความสำคัญกับพนักงานและเตรียมพร้อมตอบรับกับเทคโนโลยีและการแข่งขันในอนาคต

ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร พบว่ามีการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพอยู่ในระดับมากในขณะที่เปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณในระดับน้อย อาจเนื่องมาจากโดยลักษณะของธุรกิจธนาคารไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง รวมทั้งไม่มีกฎหมายบังคับให้เปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมจึงส่งผลให้บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลในปริมาณน้อย แต่อย่างไรก็ตามจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร แม้จะพบว่าเปิดเผยในปริมาณน้อยแต่ข้อมูลที่เปิดเผยนั้นได้แสดงทั้งข้อมูลในลักษณะของข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน และรูปภาพ

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิมพ์ลภัส ชาญสมิง (2553) และ Guthrie and Parker (1990) ที่พบว่าบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลด้านพนักงานมากที่สุดและผลการศึกษาของ ธนภรณ์ สีมา (2555) ที่พบว่าบริษัทจดทะเบียนในกลุ่ม SET 100 มีการเปิดเผยข้อมูลด้านสุขภาพ และความปลอดภัยมากที่สุด รวมถึงผลการศึกษาของสุภาวดี จันทร์โถม (2553) และชลินทร รู้จำ (2551) ที่พบว่าบริษัทจดทะเบียนมีคะแนนตามแบบประเมินผลการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านธรรมาภิบาลขององค์กรมากที่สุด

CSR มิติภายนอก

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตามลักษณะของข้อมูลที่เปิดเผย ซึ่งประกอบด้วย ข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน ผัง และรูปภาพ และในเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการนับจำนวนคำที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่เปิดเผย ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม พบว่ามีการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพอยู่ในระดับมากแต่เปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าบริษัทได้ให้ความสำคัญในการเปิดเผยด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม อาจเนื่องมาจากการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้กำหนดให้เป็นแนวปฏิบัติในองค์กร รวมทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2553) จึงทำให้บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

สำหรับด้านสินค้าหรือบริการ ด้านการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ และด้านชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวม พบว่าบริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

ด้านสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของสินค้าหรือบริการ การวิจัย และการพัฒนาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ ซึ่งบริษัทฯ ต้องการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของบริษัทในการออกแบบผลิตภัณฑ์และนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้า รวมทั้งในปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้แต่ละบริษัทฯ แข่งขันในด้านสินค้าหรือบริการมากขึ้นเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยในอดีตของ บุญบา นุชิตภาพ (2551) ที่พบว่าธุรกิจการเงินมีการเปิดเผยข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการสูงที่สุด ซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องได้รับความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยของการทำธุรกรรมทางการเงิน

ด้านการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ อาจเนื่องมาจากสินค้าหรือบริการของบริษัท เป็นสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเฉพาะ การแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงมากขึ้น ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการจึงมีความสำคัญต่อการอยู่รอดของธุรกิจ (กัญญารัตน์ ชีระวานิชผล, 2551) การดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการจึงมีลักษณะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ อีกทั้ง การเปิดเผยด้านนี้จึงไม่มีขอบเขตที่แน่นอน แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลที่เป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภค เช่น การจัดเก็บข้อมูลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการอย่างปลอดภัย การสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การจัดช่องทางสื่อสารสำหรับการติดต่อ สอบถาม ร้องเรียน เป็นต้น

ด้านชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวม แสดงให้เห็นว่า บริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียที่อยู่ภายนอกองค์กร อันได้แก่ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวม โดยการจัดกิจกรรมเข้าไปมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน และสังคม การสร้างความเข้มแข็ง การบริจาคเงินหรือสิ่งของ รวมทั้งปัจจุบันการณรงค์เกี่ยวกับด้านชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมมากขึ้นและมีการตรวจสอบ ร้องเรียน จึงทำให้บริษัทฯ ตื่นตัวในเรื่องดังกล่าว (กัญญารัตน์ ชีระวานิชผล, 2551)

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของธนภรณ์ สีมา (2556) ที่พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านการปฏิบัติธุรกิจอย่างเป็นธรรม ด้านสังคมและชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง และ Ahmad, Sulaiman and Siswantoro (2003) ที่พบว่าบริษัทส่วนใหญ่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับด้านสินค้าและผู้บริโภคมากกว่าด้านอื่นๆ แต่ขัดแย้งกับผลการศึกษาของชลินทร ฐัจจำ (2551) ที่พบว่า การเปิดเผยข้อมูลประเด็นด้านผู้บริโภคและการดำเนินงานอย่างเป็นธรรมอยู่ในระดับน้อยมาก

5.2.1.3 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR จากแบบสอบถาม

ในการศึกษานี้ได้ใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจความสำคัญของข้อมูลแต่ละรายการจากความสนใจข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีจากนักลงทุน เพื่อใช้เป็นคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของข้อมูลแต่ละรายการ CSR ที่เปิดเผยจากรายงานประจำปี จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังนี้

CSR มิติภายใน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่านักลงทุนให้ความสนใจด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด แสดงให้เห็นว่านักลงทุนให้ความสำคัญกับข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท และการได้รับรางวัลด้านบรรษัทภิบาล ซึ่งข้อมูลเหล่านี้อาจเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกลงทุนในองค์การ

รวมทั้งทำให้เกิดความเชื่อมั่นในองค์กรว่าได้ดำเนินงานอย่างมีธรรมาภิบาลและ โปร่งใส จึงส่งผลให้นักลงทุนให้ความสำคัญด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด

สำหรับด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน และด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชนนักลงทุนให้ความสนใจในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่านักลงทุนสนใจข้อมูลเหล่านี้รองจากด้านธรรมาภิบาลความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ อาจเนื่องมาจาก ข้อมูลเหล่านี้อาจจะเป็นข้อมูลการบริหารจัดการภายในองค์กร ซึ่งนักลงทุนยังไม่ให้ความสนใจมากนัก แต่อย่างไรก็ตามผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่านักลงทุนยังให้ความสนใจ CSR ในด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในที่ทำงาน และด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน ควบคู่กับการพิจารณาด้านอื่นประกอบด้วย

CSR มิติภายนอก

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่านักลงทุนให้ความสนใจด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ด้านสินค้าหรือบริการ ด้านการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าในการตัดสินใจเลือกลงทุน นักลงทุนได้สนใจข้อมูลของการประกอบธุรกิจ ซึ่งได้แก่การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม สินค้าหรือบริการ การดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลหลักที่แสดงถึงการเติบโตและความยั่งยืนขององค์กร จึงทำให้นักลงทุนสนใจข้อมูลเหล่านี้มาก

ด้านชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม พบว่านักลงทุนให้ความสนใจในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากนักลงทุนยังคงไม่เห็นความสำคัญของข้อมูลด้านชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมมากนักเพราะการดำเนินงานด้านนี้จะได้รับประโยชน์ในระยะยาวมากกว่าระยะสั้น

ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของชัยอมร ตระการกุลพันธ์ (2552) ที่พบว่านักลงทุนให้ความสนใจระดับของบรรษัทภิบาลของหุ้นที่ทำการซื้อขาย อีกทั้งจากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่านักลงทุนได้ให้ความสนใจการเปิดเผยข้อมูล CSR เพิ่มมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของอำนาจพร เจริญทองเลิศ (2552) ที่พบว่าผู้ลงทุนทั่วไปในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ให้ความสนใจต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมากขึ้น ซึ่งอาจมาจากกระแสการรับรู้ถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร อันเป็นส่วนหนึ่งของการที่จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ ดังนั้นความสนใจข้อมูลของนักลงทุนจึงส่งผลให้องค์กรเปิดเผยข้อมูล CSR มากขึ้น

5.2.1.4 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR

ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR ผู้วิจัยได้พิจารณาจากคะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR และคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักจากแบบสอบถามเพื่อคำนวณคะแนนสุทธิของแต่ละรายการ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังนี้

CSR มิติภายใน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลคะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR ทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ พบว่า บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าทั้งบริษัทฯ และนักลงทุนต่างให้ความสำคัญกับด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ จึงส่งผลให้คะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูลมากกว่าด้านอื่น

สำหรับด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน และด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์การมีคะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูลใกล้เคียงกัน ซึ่งอยู่ในระดับน้อย แสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ และนักลงทุนมีความเห็นไม่ตรงกันเกี่ยวกับข้อมูลที่ควรเปิดเผยในรายงานประจำปี แม้ว่าบริษัทฯ จะเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปีมาก แต่ข้อมูลที่เปิดเผยนั้นไม่ตรงตามความต้องการของนักลงทุนจึงทำให้คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักจากนักลงทุนน้อย ดังนั้นคะแนนสุทธิที่ได้รับจึงน้อยตามไปด้วย

CSR มิติภายนอก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลคะแนนสุทธิของการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพ พบว่า บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลด้านสินค้าหรือบริการ ด้านการดูแลผู้บริโภครหรือผู้ใช้บริการ และด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมในระดับปานกลาง ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปีและความเห็นของนักลงทุนจากแบบสอบถาม จะเห็นได้ว่าบริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลในระดับปานกลางแต่นักลงทุนได้ให้ความสำคัญกับข้อมูลในระดับมาก เมื่อคำนวณคะแนนสุทธิจึงทำให้ การเปิดเผยข้อมูลทั้งสามด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง

สำหรับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณ พบว่าบริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมในระดับปานกลางแต่เปิดเผยข้อมูลด้านสินค้าหรือบริการ ด้านการดูแลผู้บริโภครหรือผู้ใช้บริการและด้านชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมในระดับน้อย เนื่องจากบริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลดังกล่าวในรายงานประจำปีอยู่ในระดับปานกลาง แมว่านักลงทุนจะให้ความสำคัญในด้านเหล่านี้มากก็ตาม จึงส่งผลให้การคำนวณคะแนนสุทธิน้อยตามไปด้วย

5.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงิน สามารถอธิบายได้ดังนี้

5.2.2.1 ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงคุณภาพในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายในมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราดอกเบี้ยรับและส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % แสดงให้เห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลในเชิงคุณภาพ ซึ่ง ได้แก่ ข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน ผัง และรูปภาพ ประกอบการอธิบายข้อมูลด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร และด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ มีผลต่อผลประกอบการทางการเงินด้านอัตราดอกเบี้ยรับและส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย อาจเนื่องมาจากการเปิดเผยข้อมูล CSR ในมิติภายในแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ มีการบริหารจัดการภายในที่ดีทั้งในด้านบุคลากรและการดำเนินธุรกิจ จึงทำให้ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องเกิดความเชื่อมั่นว่าองค์กรจะสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยรับและส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

แต่อย่างไรก็ตาม ไม่พบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงินด้านอื่น แสดงว่าการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพในมิติภายในไม่มีผลต่ออัตราดอกเบี้ยจ่าย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น และอัตรากำไรต่อหุ้น

5.2.2.2 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายในกับผลประกอบการทางการเงิน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงปริมาณในมิติภายในไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน แสดงให้เห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลในเชิงปริมาณ โดยการนับจำนวนคำที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่เปิดเผยในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร และด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจไม่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการทางการเงิน อาจเนื่องมาจากการเปิดเผยข้อมูลในเชิงปริมาณเป็นเพียงการนับจำนวนคำที่เกี่ยวข้อง ไม่ได้พิจารณาถึงรายละเอียดอื่นประกอบด้วย ดังนั้นการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวอาจจะไม่ตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

5.2.2.3 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพในมิติภายนอกกับผลประกอบการทางการเงิน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % แสดงให้เห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพซึ่งได้แก่ ข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน ผังและรูปภาพ ประกอบการอธิบายข้อมูลด้านสินค้าหรือบริการ ด้านการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม และด้านชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม มีผลต่อผลประกอบการทางการเงินด้านส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น อาจเนื่องมาจากการที่องค์การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการและด้านการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ เป็นการนำเสนอและอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการให้กับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง และเป็นการแสดงถึงศักยภาพขององค์การในการพัฒนาและคิดค้นสินค้าหรือบริการ รวมทั้งได้เสนอแนวทางในการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการประกอบด้วยกันทำให้ผู้บริโภคและผู้ใช้บริการได้รับทราบข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้น อีกทั้งการเปิดเผยข้อมูลด้านการดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ที่แสดงให้เห็นว่าองค์การได้คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมถึงลูกค้า คู่แข่ง โดยปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียมกัน นอกจากนี้การเปิดเผยข้อมูลด้านชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวม อันแสดงถึงการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียที่อยู่นอกองค์การ ซึ่งการเปิดเผยข้อมูลในด้านเหล่านี้จึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการ รวมถึงการลงทุนในองค์การ ดังนั้นการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพในมิติภายนอกจึงมีอิทธิพลต่อผลประกอบการทางการเงินขององค์การ

แต่อย่างไรก็ตาม ไม่พบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญคุณภาพในมิติภายนอกกับอัตราดอกเบี้ยรับ อัตราดอกเบี้ยจ่าย และอัตรากำไรต่อหุ้น

5.2.2.4 ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญปริมาณกับผลประกอบการทางการเงิน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR เจริญปริมาณในมิติภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราดอกเบี้ยรับและส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % แสดงให้เห็นว่าปริมาณการเปิดเผยข้อมูลด้านสินค้าหรือบริการ ด้านการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม และด้านชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวมมีผลต่ออัตราดอกเบี้ยรับและส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย อาจเนื่องมาจากการเปิดเผยข้อมูลด้านสินค้าหรือบริการและด้านการดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการทำให้

ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการทราบรายละเอียดของข้อมูลสินค้าหรือบริการมากขึ้น รวมทั้งข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมและด้านชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวมทำให้ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการไว้วางใจในองค์กรและตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าหรือใช้บริการขององค์กรมากขึ้นส่งผลให้อัตรารอคอยรับและส่วนต่างอัตรารอคอยรับเพิ่มมากขึ้นด้วย

จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR มีความสัมพันธ์กับอัตรารอคอยรับ ส่วนต่างอัตรารอคอยรับ อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกัญญารัตน์ ชีระวานิชผล (2552); ฌัฐมน อภิพัฒน์พงศ์ (2553); Choi et al. (2010); Tsoutsoura (2004) และ Saleha et al. (2008) ที่พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น แต่ขัดแย้งกับผลการศึกษาของบุญบาน นูจิตภาพ (2551) และ Cheung and Mak (2010) ที่ไม่พบความสัมพันธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงิน

จากผลการศึกษาที่แตกต่างกัน อาจมีสาเหตุมาจากผู้ศึกษาในเรื่องเหล่านี้เลือกใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการเปิดเผยข้อมูล CSR และการใช้วิธีวิจัยที่แตกต่างกัน เช่น การเก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม การนับจำนวนประโยค การใช้ผลการจัดอันดับ CSR จากหน่วยงานที่รับผิดชอบ เป็นต้น รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูล CSR ยังไม่มีแนวทางการปฏิบัติที่เป็นแนวทางเดียวกัน การเปิดเผยข้อมูล CSR ขึ้นอยู่กับความสมัครใจขององค์กร ไม่มีรูปแบบที่แน่นอน จึงทำให้ผลการศึกษาที่ได้แตกต่างกันออกไป

อีกทั้งการนำแนวคิด CSR มาใช้นั้นในทางปฏิบัติก็ถูกมองว่าเป็นส่วนที่เพิ่มต้นทุนให้กับองค์กร ไม่ได้เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจต่อองค์กรเท่าไรนัก ยิ่งกว่านั้นกิจกรรมทาง CSR ที่เกิดขึ้นส่วนมากก็ถูกจัดให้มีขึ้นเพียงแค่เปลือกนอกเท่านั้น มีเพียงองค์กรขนาดใหญ่ที่มีงบประมาณเพียงพอเท่านั้นที่สามารถทำ CSR ได้ ส่วนองค์กรขนาดเล็กนั้นอาจไม่สามารถทำได้เนื่องจากงบประมาณในเรื่องดังกล่าวถูกจำกัด เพราะต้องนำทรัพยากรขององค์กรไปใช้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กลยุทธ์หลักขององค์กรก่อนซึ่งไม่ได้มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร (ธีรชัย อรุณเรืองศิริเลิศ, 2555)

นอกจากนี้ ศาสตราจารย์ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) อาจารย์จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard Business School) และผู้เชี่ยวชาญทางด้านกลยุทธ์ ได้กล่าวว่า ธุรกิจจะต้องเชื่อมโยงความสำเร็จขององค์กรกับการสร้างความก้าวหน้าให้สังคมโดยการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Value) ซึ่งไม่ใช่ความรับผิดชอบต่อสังคม การทำบุญ หรือการ

พัฒนาอย่างยั่งยืนแต่เป็นแนวทางใหม่ที่จะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ โดยไม่ได้วัดจากผลกำไรที่บริษัทได้รับแต่วัดจากการเป็นศูนย์กลางในการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Whaley, 2013)

ดังนั้น ผลจากการวิจัยครั้งนี้อาจไม่สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตเป็นบางเรื่อง แต่อย่างไรก็ตาม พบว่าโดยส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับตัวแปรที่นำมาศึกษานี้ แม้ว่าอาจมีงานวิจัยในอดีตที่มีการศึกษาความสัมพันธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับผลประกอบการทางการเงินจำนวนมาก แต่ยังไม่พบว่ามีผลงานวิจัยใดที่นำหลักเกณฑ์ในการเปิดเผยข้อมูลทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณรวมทั้งการแบ่งประเภท CSR ออกเป็น มิติภายในและมิติภายนอกมาศึกษาความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงิน ซึ่งงานวิจัยที่นำมาประกอบการอภิปรายส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของ CSR กับผลประกอบการทางการเงิน โดยรวมเท่านั้น

5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

1. ในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลจากรายงานประจำปีเพียงแหล่งเดียวซึ่งอาจไม่ครอบคลุมข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรเปิดเผยในแหล่งอื่น เช่น ข่าว เว็บไซต์ รายงานความยั่งยืน เป็นต้น

2. การแบ่งประเภทความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรออกเป็นมิติภายในและมิติภายนอก ในบางหัวข้อไม่สามารถแยกออกได้ชัดเจนว่าเป็นมิติภายในหรือมิติภายนอกเช่น การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ซึ่งในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดให้เป็นมิติภายนอก เนื่องจากการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมโดยส่วนมากเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียนอกองค์กร ได้แก่ คู่ค้า คู่แข่ง รัฐบาล

3. ในการศึกษาครั้งนี้ ศึกษาข้อมูลจากบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2555 รวม 4 ปี ซึ่งจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด พบว่าหลักทรัพย์ในหมวดธุรกิจธนาคารที่นำมาใช้ในการคำนวณดัชนี SET 50 Index อย่างต่อเนื่องในระหว่างปี 2550 – 2553 มีจำนวน 6 หลักทรัพย์ ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ จึงมีเพียง 24 ข้อมูล

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

1. จากการศึกษาพบว่า การเปิดเผยข้อมูล CSR เชิงคุณภาพมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงินในด้านต่างๆ มากกว่าการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณ แสดงว่าการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพซึ่งได้แก่ ข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน ผังและรูปภาพ มีความสำคัญสำหรับผู้มี

ส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในการศึกษาข้อมูล CSR ขององค์กรมากกว่าปริมาณที่เปิดเผย ดังนั้น องค์กรควรจะให้ความสนใจและตระหนักถึงการเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของตัวเลข จำนวนเงิน ผังและรูปภาพมากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อบริษัท ผู้ใช้ข้อมูล นักลงทุน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

2. จากการศึกษาข้อมูลพบว่าองค์กรเปิดเผยข้อมูล CSR ยังไม่เป็นที่ไปในแนวทางเดียวกัน ดังนั้นองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกำหนดแนวทางการปฏิบัติและรูปแบบในการเปิดเผยข้อมูล CSR ให้ชัดเจน

5.4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ในการศึกษาวิจัยได้ศึกษาการเปิดเผยข้อมูล CSR จากบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารเท่านั้น ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจขยายขอบเขตในการศึกษาให้ครอบคลุมในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม

2. ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับตัวแปรด้านผลประโยชน์ทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจธนาคารที่อยู่ในดัชนี SET 50 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ไม่สัมพันธ์กัน ซึ่งผลการศึกษาที่ได้อาจจะแตกต่างกับผลการศึกษาในครั้งนี้

5.5 บทสรุป

ในบทนี้ผู้วิจัยได้กล่าวถึงการสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อจำกัด ข้อเสนอแนะสำหรับผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยนี้ ซึ่งผลจากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าองค์กรเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของข้อความมากที่สุด สำหรับการเปิดเผยข้อมูล CSR จากรายงานประจำปีพบว่า องค์กรเปิดเผยข้อมูล CSR มีศักยภาพในด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด สำหรับ CSR มีศักยภาพนอกพบว่าองค์กรเปิดเผยข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูล CSR มีความสัมพันธ์กับผลประโยชน์ทางการเงินด้าน อัตราดอกเบี้ยรับ ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย อัตรากำไรขั้นต้นอัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น

แต่อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ยังมีข้อจำกัดในด้านแหล่งที่มาของข้อมูลที่ศึกษารวมทั้งจากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน CSR ควรกำหนดแนวทางหรือวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับ CSR ให้เป็นที่ไปในทางเดียวกัน

๑

๒

บรรณานุกรม

๓

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2553). *มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม (มอก. 26000)*. (ม.ป.พ.).
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). *หลักสถิติ*. (ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2553). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, และสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ศูนย์พัฒนาธุรกิจตลาดทุน. (2554). *ก้าวกระโดด CSR การสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืน*. (ม.ป.พ.).
- ปารีณา ประยุกต์วงศ์ และ แมท โอเซ็น. (2552). *การพัฒนา CSR ในประเทศไทยและบทบาทอาสาสมัคร* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2553). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์* (ครั้งที่ 21). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2551). *เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม*. กรุงเทพฯ: ไอคอนพรีนติ้ง.
- สรชัย พิศาลบุตร, เสาวรส ใหญ่สว่าง, และปรีชา อัสวเดชาบุตร. (2552). *การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม*. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- โสภณ พรโชคชัย. (2551). *CSR ที่แท้* (ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ส.วิรัช การพิมพ์.
- วรศักดิ์ ทุมมานนท์. (2547). *มิติใหม่ของงบการเงินและการวิเคราะห์*. กรุงเทพฯ: ธรรมนิติเพรส.
- อภิรักษ์ จันตะณี. (2550). *การใช้สถิติสำหรับวิจัยธุรกิจ*. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

บทความ

- กัญญารัตน์ ชีระวานิชผล. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์
กิจการและผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย.
วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 31(119-120), 21-35.
- ประจิด หาวัดร, ศรีนัย ชูเกียรติ, และรัตติยา มหัดโกมล. (2547). การรายงานความรับผิดชอบต่อ
สังคมของธุรกิจโคบบริษัผู้ผลิตสินค้าที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 26(99), 1-13.
- ธีรชัย อรุณเรืองศิริเลิศ. (2555). Creating Shared Value ก้าวใหม่ในการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนและ
สร้างสรรค์คุณค่าเพิ่มร่วมกันให้กับสังคม. วารสารวิชาชีพบัญชี. 8(21), 96-103.
- สายทิพย์ โสรรัตน์.(2552). หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นทางสังคมเพื่อดำเนินกิจกรรมความ
รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ. *NIDA Development Journal. Vol, 9(3).*

วิทยานิพนธ์

- จณิน เอี่ยมสอาด. (2550). รูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์กรธุรกิจไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จันทวีรา เชื้อเมืองพาน. (2548). ความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ไทย
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จอมขวัญ รัชตะวรรณ. (2549). การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล
สิ่งแวดล้อมของบริษัทในอุตสาหกรรมบริการ การวิจัยเชิงประจักษ์: บริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลินธร รุ่งจำ. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและองค์ประกอบ
ของคณะกรรมการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัยอมร ตระการกุลพันธ์. (2552). บรรษัทภิบาลและพฤติกรรมกรรมการซื้อขาย (วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- โชติญาณ์ หิตะพงศ์. (2549). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทกับระดับการเปิดเผยข้อมูลใน “บทรายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร” ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐมน อภินันท์พงศ์. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมกับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร ของกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิษย์พงษ์ ชัยวิญญาติ. (2546). การศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พิมพ์ลภัส ชาญสมิง. (2553). การศึกษาปริมาณการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (นิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุษบา นุชิตภาพ. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี 100 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (นิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศุภันยา ห้วยผัด. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวดี จันทร์โสม. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดองค์กรกับระดับการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัทกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อำนวยการ เจริญทองเลิศ. (2552). ความคิดเห็นของนักลงทุนต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ข้อมูลรายบริษัท/รายหลักทรัพย์. สืบค้น 26 มีนาคม 2554. จาก <http://www.set.or.th/set/companyprofile.do?symbol=BAY&language=th&country=TH>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. รายชื่อหลักทรัพย์ที่ใช้คำนวณดัชนี. สืบค้น 26 มีนาคม 2554, จาก <http://www.set.or.th/th/market/constituents.html>
- แก่นน้อย ย่านวารี. การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ. สืบค้น 5 เมษายน 2554, จาก www.gotoknow.org/file/nateepaji/Qualitative.doc
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ และคณะ. (2551). รู้จักซีเอสอาร์. สืบค้น 5 เมษายน 2555, จาก http://thaicsr.blogspot.com/2008/01/blog-post_6965.html.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ และคณะ. (2553). ซีเอสอาร์คืออะไร. สืบค้น 5 เมษายน 2554, จาก http://thaicsr.blogspot.com/2006/03/blog-post_20.html
- ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม. (2550). ประเภทของ CSR. สืบค้น 6 เมษายน 2554, จาก <http://www.csri.or.th/knowledge/csr/192>.
- ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม.(2550). กฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องด้าน CSR. สืบค้น 16 ตุลาคม 2554, จาก <http://www.csri.or.th/knowledge/csr/192>.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2550). ISO 26000. สืบค้น 6 เมษายน 2554, จาก <http://www.csri.or.th/sites/default/files/ISO26000.pdf>.
- สตูณี อาชวานันทกุล. (2549). Amy Domini ผู้บุกเบิกการลงทุนเพื่อสังคม (Socially Responsible Investing). สืบค้น 5 เมษายน 2554, จาก <http://www.onopen.com/2006/02/396> .
- สตูณี อาชวานันทกุล. (2554). ดัชนีอีพี และ ESG Disclosure Score ของ บลูมเบิร์ก. สืบค้น 13 เมษายน 2554, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/opinion/sarinee-achavanuntak/20110418/386292/81.html>.

ภาษาต่างประเทศ

ELECTRONIC SOURCES

- Ahmad , NNN., Sulaiman, M., & Siswantoro, D. (2003). Corporate Social Responsibility Disclosure In Malaysia: An Analysis Of Annual Reports Of Klse Listed Companies. *IUM Journal of Economics and Management*, 11(1), 51-86, Retrieved November 3, 2011, from <http://ideas.repec.org/a/ije/journal/v1y1987i2p51-86.html>.
- Ahmed, S.U., & Uchida, S. (2009, 25 March). Corporate Social Responsibility and Financial Performance Linkage: A Preliminary Study for the Conceptual Framework. *Annual review of southeast asian studies*, 50, 43-51, Retrieved April 19, 2011, from <http://naosite.lb.nagasaki-u.ac.jp/dspace/handle/10069/21627?locale=en>
- Beretta, S. & Bozzolan, S. (2004). A framework for the analysis of firm risk communication. *The International Journal of Accounting*, 39(3), 265-288, Retrieved November 4, 2011, from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0020706304000378>.
- Beurden, P., & Gössling, T. (2008). The worth of values - A literature review on the relation between corporate social and financial performance. *Journal of Business Ethics*, 82(2), 407-424, Retrieved January 10, 2012, form [http://search.proquest.com/results/134F1EC16096C445706/1/\\$5bqueryType\\$3dbasic](http://search.proquest.com/results/134F1EC16096C445706/1/$5bqueryType$3dbasic):
- Carroll, A.B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business Society*, 38(3), 268-295, Retrieved November 4, 2011, from <http://bas.sagepub.com/content/38/3/268.full.pdf+html>.
- Cheung, P., & Mak, W. (2009). *The Relation between Corporate Social Responsibility Disclosure and Financial Performance: Evidence from the Commercial Banking Industry*. (Master's Project). Simon Fraser University.
- Choi, J.S., Kwak, Y.M., & Choe, C. (2010, 3 December). Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance: Evidence from Korea. *Australian Journal of Management*, 35(9), 291-311, Retrieved April 13, 2011, from <http://aum.sagepub.com/content/35/3/291.short>.

- Cowan, S., & Gadenne, D. (2005). Australian corporate environmental reporting: a comparative analysis of disclosure practices across voluntary and mandatory disclosure systems. *Journal of Accounting and Organizational Change*, 1(2), 165-179, Retrieved November 4, 2011, from <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1529827>
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13, Retrieved March 30, 2011, from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.132/abstract..>
- Douglas, A., Doris, J., & Johnson, B. (2004). Corporate social reporting in Irish financial institutions. *The TQM Magazine*, 16(6), 387-395, Retrieved January 15, 2012, from www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=842127.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47-77. Retrieved April 10, 2011, From <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=869644>
- Guthrie, J., & Parker, L.D. (1990). Corporate social disclosure practice: a comparative international analysis. *Advances in Public Interest Accounting*, 3, 159-157. Retrieved April 10, 2011, From <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=869796&show=abstract>
- Guthrie, J., Petty, R., Ferrier, F., & Wells, R. (1999). "There is no Accounting for Intellectual Capital in Australia: A review of annual reporting practices and the internal measurement of Intangibles", *OECD Symposium on Measuring and Reporting of Intellectual Capital, Amsterdam*, June 9-11. Retrieved April 10, 2011. from <http://ro.uow.edu.au/commpapers/549/>.
- Guthrie, J. & Abeysekera, I. (2006). Content analysis of social, environmental reporting: What is new?, *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 10(2), 114-126. Retrieved April 10, 2011. from <http://ro.uow.edu.au/commpapers/549/>.

- International of Federation of Accountants – IFAC, (2012). *Demand for Environmental, Social, and Governance Disclosures*. Retrieved December 13, 2012, from <http://www.ifac.org/publications-resources/investor-demand-environmental-social-and-governance-disclosures>
- Kavitha, W., & Anita, P. (2011, January). Disclosures about CSR Practices: A Literature Review. *The IUP Journal of Corporate Governance*, 4(1), 45-55, Retrieved November 4, 2011, from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1787897
- Matten D., & Moon J. (2008). 'Implicit' and 'Explicit' CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review* 33: 404-424. Retrieved April 10, 2011, From <http://aom.metapress.com/app/home/contribution.asp?referrer=parent&backto=issue,1,10;journal,8,8;homemainpublications,1,5>.
- Polasek, P. (2008). *Corporate Social Responsibility in Small and Medium-Sized Companies in the Czech Republic*. Retrieved May 18, 2011, From www.csr-online.cz/netgenium/Download.aspx?file=wr63Lr34xgI
- Ponnu, C.H., & Okoth, O.A., (2009, October). Corporate social responsibility disclosure in Kenya: the Nairobi stock exchange. *African Journal of Business Management*, 3(10), 601-608, Retrieved November 4, 2011, from <http://www.academicjournals.org/AJBM/PDF/pdf2009/Oct/Ponnu%20et%20al..pdf>.
- Saleha, M., Zulkiflib, N., & Muhamadc, R. (2008). *An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility Disclosure and Financial Performance in an Emerging Market*. Working paper, Retrieved November 3, 2011, from http://www.pbfeam2008.bus.qut.edu.au/papers/documents/MustaruddinSaleh_Final.pdf.
- Schneider, A.B.S. (2006). Intellectual capital reporting by the New Zealand local government sector. *Journal of Intellectual Capital*, 9(3), 456 – 486, Retrieved August, 2011, from <http://researchcommons.waikato.ac.nz/bitstream/handle/10289/1670/Accounting>

- Sweeney, L., & Coughlan, J. (2008). Do different industries report Corporate Social Responsibility differently? An investigation through the lens of stakeholder theory. *Journal of Marketing Communications*, 14(2), 113 - 124, Retrieved April 10, 2011, from <http://www.informaworld.com/index/791583617.pdf>
- Steenkamp, N. (2007). *Intellectual Capital Reporting in New Zealand: Refining content analysis as a research method*. (Doctoral dissertation, Auckland University of Technology, Auckland, New Zealand).
- Tsoutsoura, M. (2004, 1 March). *Corporate Social Responsibility and Financial Performance*. Working Paper Series, Center for Responsible Business, UC Berkeley. Retrieved April 10, 2011, from <http://escholarship.org/uc/item/111799p2>
- UN Economic Commission for Latin America and the Caribbean : ECLAC. (2008, July). Promoting corporate social responsibility in small and medium enterprises in the Caribbean: survey results, Studies and Perspectives, Washington, 3, 68, Retrieved May 19, 2011, from <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/7/34237/P34237.xml&xsl=/washington/tpl-i/p9f.xsl&base=/tpl-i/top-bottom.xslt>
- Unerman, J. (1999). Methodological issues - Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13(5), 667 - 681. Retrieved November 3, 2011, from <http://www.nottinghamdigitaleducation.com/cpi/documents/discussion-papers/discussion-paper-72-csr.pdf>
- Whaley, F. (2013). *Is corporate social Responsibility profitable for companies?*. Retrieved February 28, 2013, from <https://www.devex.com/en/news/is-corporate-social-responsibility-profitable-for/80354>
- Yao, S., Wang, J., & Song, L. (2011, July). *Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure by Chinese Firms*. Discussion Paper, Retrieved November 3, 2011, from <http://www.nottinghamdigitaleducation.com/cpi/documents/discussion-papers/discussion-paper-72-csr.pdf>

๑๒๓

ภาคผนวก

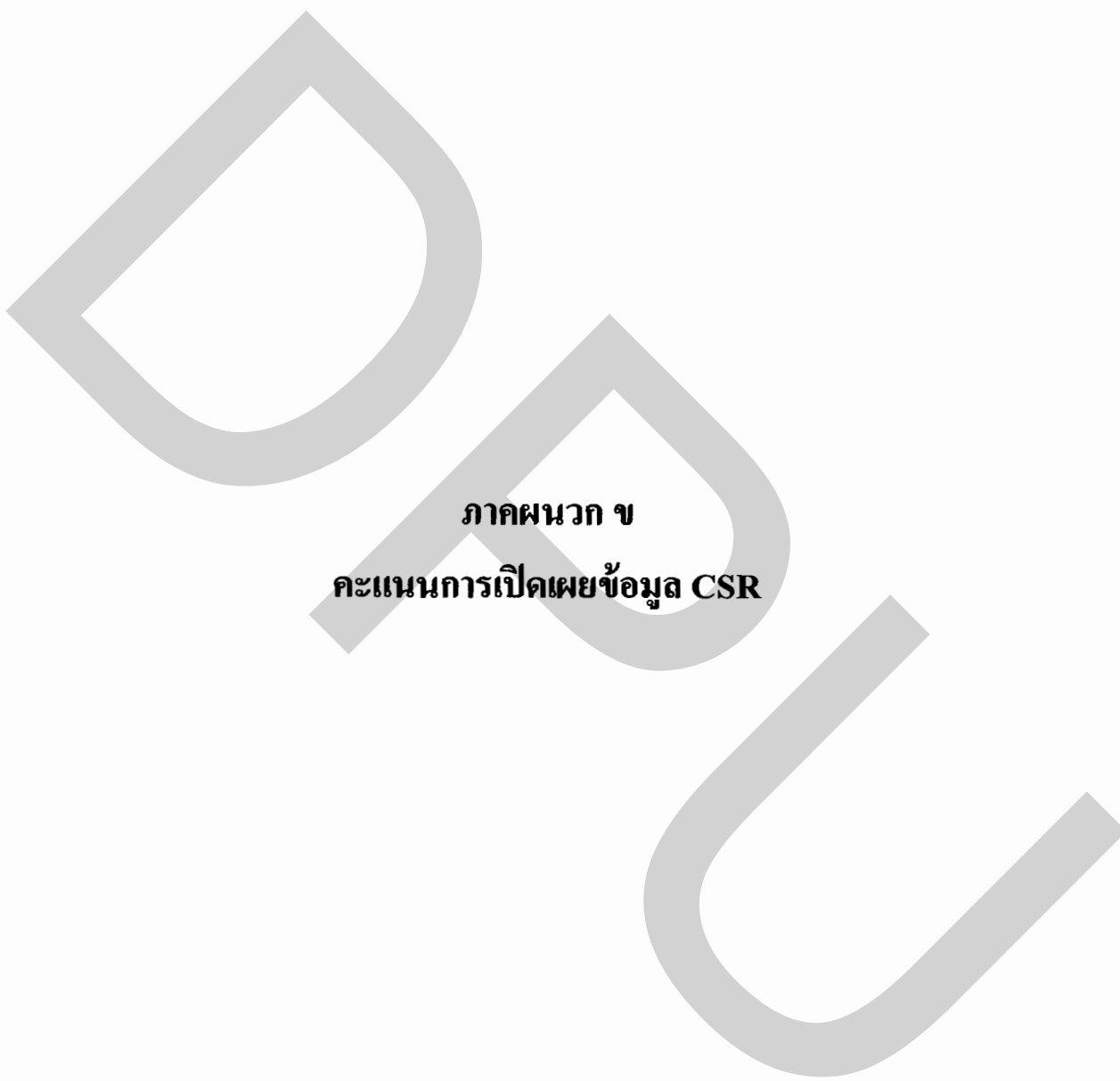
ด

พ

ภาคผนวก

ค

ภาคผนวก ก
กระดาษทำการ



ภาคผนวก ข
คะแนนการเปิดเผยข้อมูล CSR

คะแนนการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ ปี 2550 – 2551

| ปี | ธนาคาร | CSR มิติภายใน | | | | | | | CSR มิติภายนอก | | | | | | | | |
|------|--------|---------------|-------|--------|-------|-------|-------|----|----------------|---------|-------|----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | | HR | Score | Health | Score | Envir | Score | CG | Score | Product | Score | Customer | Score | Businfair | Score | Community | Score |
| 2550 | BAY | 7 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 13 | 2 | 8 | 1 | 3 | 1 | 5 | 4 | 16 | 4 |
| | BBL | 10 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 13 | 2 | 11 | 3 | 6 | 2 | 4 | 2 | 9 | 2 |
| | Kbank | 15 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 22 | 5 | 17 | 5 | 12 | 5 | 6 | 5 | 18 | 5 |
| | KTB | 16 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 16 | 4 | 14 | 4 | 8 | 3 | 6 | 5 | 7 | 1 |
| | SCB | 13 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 16 | 4 | 15 | 5 | 13 | 5 | 6 | 5 | 17 | 4 |
| 2551 | TMB | 10 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 13 | 2 | 9 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 8 | 1 |
| | BAY | 11 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 13 | 2 | 12 | 3 | 4 | 1 | 5 | 4 | 13 | 4 |
| | BBL | 8 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 14 | 3 | 12 | 3 | 8 | 3 | 2 | 1 | 11 | 2 |
| | Kbank | 22 | 5 | 4 | 5 | 6 | 5 | 20 | 5 | 13 | 3 | 16 | 5 | 6 | 5 | 20 | 5 |
| | KTB | 11 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3 | 14 | 4 | 8 | 3 | 3 | 2 | 9 | 2 |
| TMB | SCB | 11 | 3 | 1 | 2 | 6 | 5 | 17 | 5 | 14 | 4 | 11 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 |
| | TMB | 11 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 14 | 3 | 10 | 2 | 9 | 4 | 4 | 2 | 10 | 2 |

คะแนนการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพปี 2552 – 2553

| ปี | ธนาคาร | CSR มิติภายใน | | | | | | | CSR มิติภายนอก | | | | | | | | |
|------|--------|---------------|-------|--------|-------|-------|-------|----|----------------|---------|-------|----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | | HR | Score | Health | Score | Envir | Score | CG | Score | Product | Score | Customer | Score | Businfair | Score | Community | Score |
| 2552 | BAY | 10 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 16 | 4 | 7 | 1 | 7 | 2 | 5 | 4 | 16 | 4 |
| | BBL | 6 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 14 | 3 | 10 | 2 | 5 | 2 | 3 | 14 | 4 | |
| | Kbank | 17 | 5 | 4 | 5 | 7 | 5 | 20 | 5 | 15 | 5 | 20 | 5 | 5 | 18 | 5 | |
| | KTB | 14 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 16 | 4 | 14 | 4 | 9 | 4 | 8 | 8 | 1 | |
| | SCB | 13 | 4 | 1 | 2 | 2 | 3 | 17 | 5 | 14 | 4 | 9 | 4 | 4 | 11 | 2 | |
| | TMB | 11 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 15 | 3 | 11 | 3 | 10 | 4 | 5 | 12 | 3 | |
| 2553 | BAY | 13 | 4 | 1 | 2 | 2 | 3 | 10 | 1 | 10 | 2 | 5 | 2 | 2 | 13 | 4 | |
| | BBL | 11 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 10 | 1 | 9 | 2 | 8 | 3 | 6 | 18 | 5 | |
| | Kbank | 15 | 5 | 4 | 5 | 7 | 5 | 20 | 5 | 16 | 5 | 17 | 5 | 6 | 16 | 4 | |
| | KTB | 13 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 17 | 5 | 16 | 5 | 8 | 3 | 6 | 13 | 4 | |
| | SCB | 13 | 4 | 2 | 3 | 6 | 5 | 16 | 4 | 11 | 3 | 9 | 4 | 5 | 13 | 4 | |
| | TMB | 10 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 16 | 4 | 5 | 1 | 10 | 4 | 4 | 7 | 1 | |

คะแนนการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณ ปี 2550 - 255

| ปี | ธนาคาร | CSR มิติภายใน | | | | | | | | | | CSR มิติภายนอก | | | | | |
|------|--------|---------------|-------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|---------|-------|----------------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | | HR | Score | Health | Score | Envir | Score | CG | Score | Product | Score | Customer | Score | Businfair | Score | Community | Score |
| 2550 | BAY | 417 | 1 | 19 | 1 | 22 | 2 | 9,847 | 2 | 2,425 | 1 | 408 | 1 | 243 | 1 | 1,402 | 2 |
| | BBL | 674 | 1 | 46 | 2 | 15 | 1 | 6,854 | 2 | 2,379 | 1 | 327 | 1 | 577 | 4 | 1,170 | 2 |
| | Kbank | 1,249 | 3 | 497 | 5 | 253 | 4 | 17,296 | 5 | 866 | 5 | 2,278 | 5 | 618 | 4 | 2,437 | 4 |
| | KTb | 1,562 | 4 | 687 | 5 | 283 | 4 | 14,471 | 4 | 3,741 | 3 | 1,011 | 3 | 708 | 5 | 697 | 1 |
| | SCB | 1,615 | 4 | 21 | 2 | 196 | 4 | 10,788 | 3 | 5,169 | 4 | 1,399 | 4 | 340 | 2 | 3,066 | 5 |
| | TMB | 224 | 5 | 409 | 5 | 10 | 1 | 9,846 | 2 | 6,779 | 5 | 469 | 2 | 178 | 1 | 1,304 | 2 |
| 2551 | BAY | 1,099 | 2 | 58 | 2 | 111 | 3 | 10,429 | 2 | 2,155 | 1 | 306 | 1 | 316 | 2 | 1,419 | 3 |
| | BBL | 781 | 1 | 27 | 2 | 163 | 3 | 5,810 | 1 | 2,881 | 2 | 275 | 1 | 471 | 3 | 2,216 | 4 |
| | Kbank | 1,246 | 3 | 434 | 5 | 457 | 5 | 16,248 | 5 | 9,066 | 5 | 3,344 | 5 | 708 | 5 | 2,107 | 3 |
| | KTb | 1,196 | 3 | 208 | 4 | 10 | 1 | 13,439 | 4 | 3,498 | 3 | 1,881 | 5 | 548 | 4 | 863 | 1 |
| | SCB | 2,015 | 5 | 18 | 1 | 428 | 5 | 11,860 | 3 | 5,052 | 4 | 1,285 | 4 | 521 | 3 | 4,723 | 5 |
| | TMB | 2,451 | 5 | 356 | 4 | 11 | 1 | 14,701 | 4 | 6,881 | 5 | 468 | 2 | 450 | 3 | 2,161 | 3 |

คะแนนการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพปี 2552 - 2553

| ปี | ธนาคาร | CSR มิติภายใน | | | | | | | | | | CSR มิติภายนอก | | | | | |
|------|--------|---------------|-------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|---------|-------|----------------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | | HR | Score | Health | Score | Envir | Score | CG | Score | Product | Score | Customer | Score | BusInfair | Score | Community | Score |
| 2552 | BAY | 1,188 | 2 | 71 | 3 | 125 | 3 | 11,320 | 3 | 3,002 | 2 | 524 | 2 | 520 | 3 | 1,347 | 2 |
| | BBL | 1,143 | 2 | 45 | 2 | 245 | 4 | 5,810 | 1 | 391 | 2 | 607 | 3 | 345 | 3 | 2,620 | 4 |
| | Kbank | 1,336 | 3 | 312 | 4 | 930 | 5 | 18,356 | 5 | 6,391 | 4 | 3,963 | 5 | 449 | 22 | 2,625 | 4 |
| | KTB | 1,239 | 3 | 69 | 3 | 74 | 3 | 10,642 | 3 | 3,980 | 3 | 1,012 | 3 | 808 | 5 | 891 | 1 |
| | SCB | 985 | 2 | 10 | 1 | 66 | 2 | 9,092 | 2 | 4,806 | 4 | 1,014 | 4 | 325 | 2 | 2,781 | 4 |
| | TMB | 2,474 | 5 | 370 | 5 | 11 | 2 | 12,621 | 4 | 6,912 | 5 | 450 | 2 | 470 | 3 | 2,214 | 3 |
| 2553 | BAY | 905 | 2 | 16 | 1 | 104 | 3 | 5,870 | 1 | 3,172 | 2 | 727 | 3 | 243 | 1 | 1,862 | 3 |
| | BBL | 1,452 | 4 | 154 | 4 | 233 | 4 | 6,673 | 1 | 2,746 | 2 | 1,220 | 4 | 914 | 5 | 3,042 | 5 |
| | Kbank | 1,442 | 4 | 357 | 4 | 1,231 | 5 | 18,742 | 5 | 6,395 | 4 | 4,012 | 5 | 551 | 4 | 2,840 | 5 |
| | KTB | 1,371 | 4 | 143 | 3 | 58 | 2 | 11,998 | 4 | 4,713 | 3 | 1,143 | 4 | 695 | 4 | 1,090 | 1 |
| | SCB | 1,691 | 5 | 136 | 3 | 443 | 5 | 10,459 | 3 | 3,674 | 3 | 953 | 3 | 228 | 1 | 3,511 | 5 |
| | TMB | 687 | 1 | 105 | 3 | 15 | 2 | 15,520 | 5 | 2,213 | 1 | 426 | 2 | 1466 | 5 | 1,272 | 2 |

หมายเหตุ: ความหมายของตัวย่อที่แสดงในตาราง

| | |
|-----------|--|
| BAY | หมายถึง ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) |
| BBL | หมายถึง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) |
| Kbank | หมายถึง ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) |
| KTB | หมายถึง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) |
| SCB | หมายถึง ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) |
| TMB | หมายถึง ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) |
| HR | หมายถึง การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเคารพสิทธิมนุษยชน |
| Health | หมายถึง สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน |
| Envir | หมายถึง การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร |
| CG | หมายถึง ธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ |
| Product | หมายถึง สินค้าหรือบริการ |
| Customer | หมายถึง การดูแลผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ |
| Businfair | หมายถึง การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม |
| Community | หมายถึง ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม |
| Score | หมายถึง คะแนนการเปิดเผยข้อมูล |

ประวัติผู้เขียน**ชื่อ-นามสกุล**

ชลันดา นุราฤทธิ์

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2552 บัณฑิตศึกษิต (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง)

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

พนักงานบัญชี

บริษัท เล็กซ์คูลูซิฟ จำกัด