

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

บทนี้จะกล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม
2. แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม ตามมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม
3. แนวคิดเกี่ยวกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน
4. แนวคิดด้านความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการด้านการเงิน
5. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม

การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลประกอบการด้านการเงินมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมได้มีการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ดังนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) หรือ บรรษัทภิบาล หมายถึงการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คิดถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในองค์กรและในระดับใกล้และไกลด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กรในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข (มูลนิธิสถาบันไทยพัฒนา, 2555: ออนไลน์)

สภาธุรกิจโลกเพื่อความยั่งยืน (World Business Council Sustainable Development WBCDS) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นคำมั่นของบริษัทที่จะส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยทำงานร่วมกับลูกจ้างและครอบครัวของพวกเขา ชุมชน และสังคมโดยกว้างเพื่อจะพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสังคมโดยรวม นอกจากนี้ความรับผิดชอบต่อสังคมยังหมายถึงข้อผูกมัดของผู้บริหารในการหาวิธีที่จะรักษาหรือปกป้องผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ขององค์กรเพียงอย่างเดียว (วรรณชา กาญจนมุสิก, 2554)

มาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO Guidance Standard on Responsibility – ISO 26000) ได้กำหนดนิยามของความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นความรับผิดชอบต่อขององค์กรต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากการตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆขององค์กรนั้นๆ ที่ทำอย่างโปร่งใส และการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมเพื่อส่งเสริมต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของสังคม ให้มีความสำคัญต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับการปฏิบัติตามแนวทางของสากลและสามารถนำมาบูรณาการกับทั้งองค์กรได้ (พิชชานันท์ ภาโสภะ, 2555)

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2554) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า หมายถึงการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ทั้งนี้การปฏิบัติตามนิยามความรับผิดชอบต่อสังคมที่สามารถยกระดับตนเองไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้เป็นผลสำเร็จโดยไม่ผิดศีลธรรมจรรยา ไม่เบียดเบียนทุกฝ่ายย่อมสร้างสรรคความสุขที่แท้จริงให้กับทั้งตนเอง ธุรกิจ รวมทั้งสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

2.1.2 ทฤษฎีความชอบธรรม

ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรม (Legitimacy Theory) จะอธิบายถึงอำนาจในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคลของบริษัทสำหรับการดำเนินธุรกิจ โดยมีรากฐานมาจากแนวคิดที่ว่า องค์กรนั้นมีสัญญาหรือข้อตกลงกับสังคม และต้องทำให้สำเร็จด้วยวิธีการที่ถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้เงื่อนไขในการดำเนินธุรกิจที่ตรงตามความคาดหวังของสังคมโดยรวม ดังนั้น ความเจริญก้าวหน้าหรือความอยู่รอดของบริษัทจึงอยู่ที่บริษัทได้ดำเนินการตรงตามสิ่งที่สังคมคาดหวังมากน้อยเพียงใด แนวคิดนี้เป็นแนวคิดพื้นฐานสำหรับบริษัทในการสร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม เพราะเท่ากับทำให้บริษัทเปลี่ยนแปลงแนวคิดทั้งในเรื่องของการดำเนินธุรกิจ หรือแม้แต่การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเองก็ตาม จากการที่บริษัทเป็นศูนย์กลาง เป็นผู้มุ่งเน้นว่าจะทำอะไร ทำอย่างไร ไปสู่รูปแบบที่เป็นความต้องการหรือความคาดหวังของสังคมเป็นหลัก เพื่อคงไว้ซึ่งสิทธิอันชอบธรรมในการคงอยู่ในสังคมต่อไป (Nik Ahmad & Sulaiman, 2004)

2.1.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory)

พัฒนาการของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียมีพื้นฐานมาจากกรอบแนวคิดของ Barnard (1938) ในหนังสือเรื่อง *The Functions of the Executive* ที่นำเสนอมุมมองด้านบวกของผู้จัดการในการสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งต่อมา Freeman (1984) กล่าวว่า เป็นหน้าที่ที่สำคัญของผู้บริหารที่ต้องสร้างความพอใจต่อบุคคลที่หลากหลายประกอบด้วย พนักงาน ลูกค้า ผู้ขาย บัณฑิตการผลิต องค์กรชุมชน ในท้องถิ่น ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของบริษัท จึงกล่าวว่าผู้มีส่วนได้เสียคือกลุ่มและบุคคลผู้ซึ่งอาจมีผลหรือได้รับผลกระทบจากความสำเร็จของภารกิจขององค์กร ดังนั้นในมุมมองนี้ผู้จัดการหรือผู้บริหารองค์กรจำเป็นต้องทำในสิ่งที่ถูกต้อง (Do the Right Thing) สอดคล้องกับ Post *et al.* (2002) ให้คำนิยามว่า ผู้มีส่วนได้เสียคือบุคคลหรือกลุ่มซึ่งมีผลกระทบ หรือได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจขององค์กร นโยบาย และการปฏิบัติ ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียจึงเป็นการเสนอวิธีการใหม่ในการจัดระเบียบความคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบขององค์กร ที่เดิมมุ่งเน้นการอยู่รอดและการประสบความสำเร็จขององค์กรบนหลักการความสามารถขององค์กร ในการสร้างความมั่งคั่งให้กิจการ หรือสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ถือหุ้น ไปสู่การพัฒนาแนวคิดที่ต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ รวมด้วย ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียจึงเป็นรากฐานสำคัญต่อการพัฒนาแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท นอกจากนี้ Waldman *et al.* (2006) ได้เห็นถึงความสำคัญของบทบาทผู้บริหาร จึงนำไปสู่การประยุกต์ใช้ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์โดยใช้แนวคิดของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ในการดำเนินกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่าทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียเป็นทฤษฎีที่มีความสัมพันธ์ต่อการเกิดการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท และเชื่อมโยงถึงปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (ธีรพร ทองชะ ไซค, 2556)

ทฤษฎีนี้มีการเชื่อมโยงกับเรื่องของความชอบธรรม (Legitimacy) โดยมุมมองจากแนวคิดนี้มุ่งไปยังนโยบายของบริษัทที่สร้างผลกระทบให้เกิดแก่ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐและชุมชน เป็นต้น โดยบริษัทมีภาระรับผิดชอบที่จะต้องตอบสนองความต้องการให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของตนเอง

อีกนัยหนึ่ง แนวคิดนี้เป็นเรื่องของการจัดการผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Management) ของบริษัทโดยพิจารณาถึงความต้องการ (Need) และความสนใจ (Interest) และผลกระทบ (Effect) ที่เกิดขึ้นจากนโยบายและการดำเนินงานของบริษัท เพราะการที่บริษัทจะสามารถดำรงอยู่ ดำเนินเจริญก้าวหน้า และล่มสลายถือเป็นความชอบธรรมของผู้ที่มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับบริษัท เป็นผู้กำหนดนั่นเอง

จากทั้ง 2 ทฤษฎีที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า ตามทฤษฎีความชอบธรรม องค์กรจะต้องแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยองค์กรจะต้องคอยทำนุบำรุง รักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ได้ส่งผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจขององค์กรให้ได้อยู่เสมอ จึงจะสามารถดำรงอยู่ในสังคมได้อย่างยั่งยืน และจากทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย องค์กรจะต้องแสดงให้เห็นถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต้องปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยองค์กรจะต้องเปิดเผยข้อมูลการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมให้ผู้มีส่วนได้เสียได้ทราบ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ผู้มีส่วนได้เสียได้ทราบว่าองค์กรได้ดำเนินธุรกิจตามความรับผิดชอบต่อสังคม

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม ตามมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม ตามมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO Guidance Standard on Social Responsibility – ISO 26000) จัดทำขึ้นเพื่อให้บริษัท องค์กร หน่วยงาน และสถาบันทั่วโลก รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรได้เพิ่มความตระหนักและสร้างความเข้าใจในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวจะเป็นข้อเสนอแนะ หลักการ และวิธีการของความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรพึงปฏิบัติด้วยความสมัครใจ ทุกองค์กรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้โดยไม่ต้องมีการตรวจรับรอง

ISO 26000 มีหลักการสำคัญ 7 ประการ ดังนี้ (กิตติพงษ์ จีรวาสวงศ์, 2554)

- 1) ภาระรับผิดชอบ (Accountability) องค์กรจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่สามารถตรวจสอบได้กับผลกระทบที่มีต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม
- 2) ความโปร่งใส (Transparency) องค์กรจะต้องมีความโปร่งใสในการตัดสินใจ และกิจกรรมต่างๆขององค์กรที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 3) การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical Behavior) องค์กรจะต้องมีการดำเนินการอย่างมีจริยธรรม
- 4) การคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย (Respect for Stakeholder Interests) องค์กรจะต้องยอมรับ พิจารณา และตอบสนองต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย
- 5) การเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the Rule of Law) องค์กรจะต้องยอมรับว่าการเคารพต่อหลักนิติธรรม เป็นข้อบังคับที่สำคัญอย่างมาก
- 6) การเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล (Respect for International Norms of Behavior) องค์กรจะต้องให้การยอมรับต่อแนวปฏิบัติสากล ในขณะที่ต้องยึดมั่นในหลักการของการเคารพต่อหลักนิติธรรมด้วย

7) การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for Human Right) องค์กรจะต้องให้ความสำคัญเคารพต่อสิทธิมนุษยชน และยอมรับถึงความสำคัญ และความเป็นสากลของหลักการนี้

หัวข้อในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมียุทธศาสตร์ประกอบหลากหลาย ซึ่งใน ISO 26000 ได้กำหนดองค์ประกอบหลักของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 7 ประการ (ราชกิจจานุเบกษา, 2554) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ธรรมภิบาล

ธรรมภิบาลเป็นระบบที่องค์กรใช้ในการตัดสินใจ และการดำเนินงานตามที่ได้ตัดสินใจ เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ธรรมภิบาลสามารถประกอบขึ้นจากทั้งกลไกการกำกับดูแลองค์กรที่เป็นทางการซึ่งมีการกำหนดโครงสร้างและกระบวนการต่างๆ ที่ชัดเจน และโครงสร้างที่ไม่เป็นทางการ โดยมีการเชื่อมประสานระหว่างวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กรซึ่งจะได้รับอิทธิพลอย่างสูงจากบุคคลที่เป็นผู้นำองค์กร ธรรมภิบาลถือเป็นกลไกหลักขององค์กรทุกประเภท เนื่องจากธรรมภิบาลจะถูกนำไปใช้เป็นการรอบในการตัดสินใจภายในองค์กร ระบบธรรมภิบาลดังกล่าวจะแปรเปลี่ยนไป โดยจะขึ้นอยู่กับขนาดและประเภทขององค์กร รวมทั้งสถานะทางเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และบริบทของสังคมที่องค์กรดำเนินงานอยู่ ซึ่งระบบนี้จะถูกควบคุมสั่งการโดยบุคคล หรือกลุ่มของบุคคล (หมายถึงเจ้าของ สมาชิก หุ้นส่วน หรืออื่นๆ) ซึ่งจะมีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

ธรรมภิบาลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการช่วยให้องค์กรมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดจากการตัดสินใจ และการดำเนินการต่างๆ และยังช่วยให้องค์กรเกิดการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งหน่วยงานอื่นๆ ที่องค์กรมีความสัมพันธ์ด้วย ธรรมภิบาลในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีคุณลักษณะพิเศษที่จะเป็นทั้งหัวข้อหลักที่องค์กรควรดำเนินการและเป็นวิธีการที่ใช้ในการเพิ่มให้องค์กรสามารถแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อหลักอื่นๆ ได้ด้วย

คุณลักษณะพิเศษดังกล่าวเกิดขึ้นมาจากข้อเท็จจริงที่ว่าองค์กรที่มีเป้าหมายเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมควรมีระบบธรรมภิบาล อันจะช่วยให้องค์กรสามารถสอดคล้องดูแล และนำหลักการต่างๆ ของความรับผิดชอบต่อสังคมมาสู่การปฏิบัติ

2. สิทธิมนุษยชน

สิทธิมนุษยชนเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนพึงมีสืบเนื่องมาจากการเป็นมนุษย์ สิทธิมนุษยชนแบ่งได้เป็น 2 ประเภท กล่าวคือ ประเภทแรกเกี่ยวข้องกับสิทธิการเป็นพลเมืองและสิทธิทางการเมือง ตัวอย่างเช่น สิทธิการมีชีวิตและเสรีภาพ ความเท่าเทียมทางกฎหมาย และเสรีภาพในการ

แสดงออก และประเภทที่ 2 เกี่ยวข้องกับสิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น สิทธิในการทำงาน สิทธิในการเข้าถึงอาหาร มาตรฐานด้านสุขภาพ สิทธิในการศึกษา และความปลอดภัยทางสังคม

มาตรฐานหรือแนวปฏิบัติต่างๆของศีลธรรม กฎหมาย หรือแนวคิดต่างๆ ล้วนมีพื้นฐานจากทฤษฎีที่ว่าสิทธิมนุษยชนย่อมอยู่เหนือกฎหมาย หรือวัฒนธรรมประเพณี ความสำคัญของสิทธิมนุษยชนได้รับการเน้นย้ำไว้โดยประชาคมระหว่างประเทศในหลักของกฎหมายระหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (International Bill of Human Rights) และเครื่องมือที่สำคัญของสิทธิมนุษยชน ยิ่งไปกว่านั้น องค์กรจะได้รับประโยชน์จากระเบียบกติกาสังคมและความร่วมมือระหว่างประเทศดังกล่าว หากสามารถทำให้สิทธิและเสรีภาพเกิดขึ้นได้จริง ในขณะที่กฎหมายด้านสิทธิมนุษยชนโดยส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับปัจเจกบุคคล ซึ่งเป็นที่รับทราบกันอย่างกว้างขวางว่าองค์กรที่ไม่ใช่หน่วยงานของรัฐก็สามารถสร้างผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนต่อปัจเจกบุคคลด้วย ดังนั้นองค์กรจึงมีความรับผิดชอบในการเคารพต่อสิทธิมนุษยชนนี้ด้วยเช่นกัน

การยอมรับถึงความสำคัญและการเคารพต่อสิทธิมนุษยชนได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับหลักนิติธรรม และแนวคิดของความยุติธรรม และเป็นธรรมทางสังคม และยังเป็นรากฐานของสถาบันที่มีความสำคัญที่สุดของสังคม ตัวอย่างเช่น ระบบตุลาการ

ภาครัฐมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการเคารพ การปกป้อง และเติมเต็มสิทธิมนุษยชน องค์กรก็มีความรับผิดชอบในการให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชน ซึ่งจะรวมถึงที่อยู่ในขอบเขตอิทธิพลขององค์กรด้วย

3. ด้านแรงงาน

การปฏิบัติด้านแรงงานขององค์กร จะหมายรวมถึงนโยบายและแนวทางการปฏิบัติทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้ดำเนินการโดยองค์กรเอง หรืองานที่เป็นการรับเหมาช่วง การปฏิบัติด้านแรงงานมีขอบเขตไม่เพียงแต่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกจ้างโดยตรงขององค์กร หรือที่อยู่ในความรับผิดชอบขององค์กรในสถานที่ปฏิบัติงานที่องค์กรเป็นเจ้าของ หรือสามารถควบคุมได้ โดยตรงเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการสรรหา การเลื่อนระดับ ขั้นตอนการดำเนินงานเกี่ยวกับวินัย และการร้องทุกข์ การโอนและการย้ายคนงาน การเลิกจ้างงาน การฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะ สุขภาพ ความปลอดภัย และสุขศาสตร์อุตสาหกรรม รวมทั้งนโยบายหรือแนวทางการปฏิบัติใดๆ ที่จะส่งผลถึงสภาพการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นจำนวนชั่วโมงในการทำงานและการจ่ายค่าตอบแทน นอกจากนี้การปฏิบัติด้านแรงงานยังรวมถึงการให้ความสำคัญต่อองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับคนงาน การเป็นผู้แทนและมีส่วนร่วมของคนงานและนายจ้างเพื่อการเจรจาต่อรอง

สังคมเสวนา หรือการร่วมหารือแบบไตรภาคี เพื่อดำเนินการกับประเด็นต่างๆทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงาน

การสร้างงานรวมถึงการจ่ายค่าจ้าง และการให้ค่าตอบแทนอื่นๆ ที่เกิดขึ้นจากการทำงานขององค์กร ซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม งานที่สร้างประโยชน์และเพิ่มผลผลิต จะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนามนุษย์ รวมทั้งมาตรฐานการครองชีพจะถูกปรับปรุงได้ก็โดยมีการจ้างงานแบบเต็มเวลาและมีความมั่นคง ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะเป็นสาเหตุที่สำคัญในการเกิดปัญหาด้านสังคม การปฏิบัติด้านแรงงานมีผลกระทบอย่างมากกับการให้ความเคารพต่อหลักสิทธิธรรม และในแง่ความรู้สึกด้านความเป็นธรรมของสังคม การปฏิบัติด้านแรงงานที่รับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อความยุติธรรมทางสังคม ความมีเสถียรภาพและความสงบเรียบร้อย

4. สิ่งแวดล้อม

การตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆ ขององค์กรไม่ว่าองค์กรจะมีสถานที่ตั้งอยู่ตรงส่วนใดของโลกล้วนย่อมมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งนั้น ผลกระทบต่างๆ เหล่านี้อาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรต่างๆขององค์กร สถานที่ตั้งที่มีการดำเนินการต่างๆ ขององค์กรต่อสิ่งมีชีวิตที่อยู่ตามธรรมชาติ ในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ ขององค์กรข้างต้น องค์กรควรนำแนวคิดเชิงบูรณาการโดยมีการพิจารณาถึงปัญหาต่างๆ ที่มีผลกระทบทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ และสิ่งแวดล้อมมาประกอบในการตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆขององค์กร

สังคมในปัจจุบันกำลังเผชิญหน้ากับความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมที่รวมถึงความร่อยหรอของทรัพยากรธรรมชาติ มลพิษต่างๆ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ การทำลายสิ่งมีชีวิตต่างๆ ที่อยู่ตามธรรมชาติ การสูญพันธุ์ และการล่มสลายของระบบนิเวศโดยรวม และความด้อยลงของสภาพความเป็นอยู่ของผู้นที่มิถิ่นฐานทั้งในเมืองและในชนบท ในขณะที่จำนวนประชากรของโลกและความต้องการบริโภคสูงขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ย่อมก่อให้เกิดภัยคุกคามต่อความมั่นคงของมนุษย์ที่เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งสุขภาพอนามัย และความกินดีอยู่ดีของสังคมอีกด้วย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นในการที่จะมากำหนดทางเลือกสำหรับการลดและกำจัดการผลิตและการบริโภคที่มีปริมาณและรูปแบบที่ไม่ก่อให้เกิดความยั่งยืน และเพื่อสร้างความมั่นใจว่าปริมาณของการบริโภคทรัพยากรต่อคนจะเป็นไปอย่างยั่งยืน สาธารณะต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะอยู่ในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับโลกล้วนแล้วแต่มีความเชื่อมโยงและส่งผลถึงกัน การให้ความสำคัญต่อสาธารณะต่างๆ ข้างต้นจึงต้องการแนวทางในการดำเนินการที่มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เป็นระบบ และมีส่วนร่วมจากผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นเงื่อนไขเบื้องต้นเพื่อความอยู่รอดและความอยู่ดีมีสุขของหมู่วมวลมนุษยชาติ ดังนั้นสิ่งแวดล้อมจึงเป็นด้านหนึ่งที่สำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม สาธารณะ

ต่างๆด้านสิ่งแวดล้อมจะมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับข้อหลัก และประเด็นต่างๆของความรับผิดชอบต่อสังคม การให้การศึกษา และการสร้างขีดความสามารถด้านสิ่งแวดล้อมจะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมในการพัฒนาสังคมและการดำรงชีวิตได้อย่างยั่งยืน มาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือด้านเทคนิคที่มาจากอนุกรมมาตรฐาน มอก./ISO 14000 ได้ถูกนำมาใช้สำหรับการกำหนดกรอบงานเพื่อช่วยองค์กรในการให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาต่างๆด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ และควรนำมาพิจารณาเมื่อมีการประเมินสมรรถนะด้านสิ่งแวดล้อม การคำนวณและการเปิดเผยข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การประเมินวงจรชีวิต การออกแบบที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การแสดงฉลากสิ่งแวดล้อม และการสื่อสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

5. การปฏิบัติที่เป็นธรรม

การปฏิบัติที่เป็นธรรมเกี่ยวข้องกับการนำหลักจริยธรรมไปใช้กับองค์กรอื่น การปฏิบัติที่เป็นธรรมนี้ยังรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับหน่วยงานของรัฐ ระหว่างองค์กรกับองค์กร รวมทั้งระหว่างองค์กรกับหุ้นส่วน ผู้ส่งมอบ ผู้รับเหมา ลูกค้า คู่แข่ง และสมาคมต่างๆ ที่องค์กรเป็นสมาชิก

ประเด็นต่างๆของการปฏิบัติที่เป็นธรรม เกิดขึ้นในเรื่องที่เกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต การมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างรับผิดชอบต่อสังคม การแข่งขันอย่างยุติธรรม การปฏิบัติอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ความสัมพันธ์กับองค์กรอื่นๆ และการเคารพต่อสิทธิในทรัพย์สิน

ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม การปฏิบัติที่เป็นธรรมเกี่ยวข้องกับแนวทางที่องค์กรใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ในการทำงานร่วมองค์กรอื่นๆ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ต่างๆที่ดีตามที่ต้องการ ซึ่งผลลัพธ์ต่างๆ ที่ดีดังกล่าวสามารถบรรลุได้ด้วยความเป็นผู้นำ และการส่งเสริมให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้างภายใต้ขอบเขตอิทธิพลขององค์กร

การปฏิบัติตามหลักจริยธรรมเป็นพื้นฐานที่ก่อให้เกิดและสร้างความยั่งยืนของความสัมพันธ์ต่างๆที่ถูกต้องตามกฎหมายและเป็นไปอย่างสร้างสรรค์ที่มีในระหว่างองค์กรต่างๆ ดังนั้นมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีจริยธรรมจึงได้ให้ความสำคัญ ส่งเสริมสนับสนุน และกระตุ้นให้มีการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมต่างๆทั้งหมด การป้องกันการทุจริตและความรับผิดชอบต่อสังคมมีส่วนร่วมทางการเมืองจะขึ้นอยู่กับ การเคารพต่อหลักนิติธรรม การยึดมั่นในมาตรฐานจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และความโปร่งใส อย่างไรก็ตามการแข่งขันที่เป็นธรรมและการเคารพต่อสิทธิในทรัพย์สินจะไม่สามารถบรรลุได้หากองค์กรขาดซึ่งความซื่อสัตย์ การสร้างความเท่าเทียมกัน และยึดถือความถูกต้อง

6.ประเด็นด้านผู้บริโภค

องค์กรต่างๆ ที่นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการต่อผู้บริโภค และลูกค้าต่างๆ ย่อมมีความรับผิดชอบผู้บริโภคและลูกค้าเหล่านั้น ความรับผิดชอบต่างๆประกอบด้วย การให้ความรู้และสารสนเทศที่ถูกต้อง มีการใช้สารสนเทศด้านการตลาดและกระบวนการในการทำข้อตกลงที่มีความยุติธรรม โปร่งใส และมีประโยชน์ สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน และการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงได้จากทุกภาคส่วน รวมทั้งตอบสนองอย่างเหมาะสมต่อผู้ที่ด้อยโอกาส และผู้ที่เสียเปรียบ คำว่าผู้บริโภค หมายถึงปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มคนต่างๆ ที่ใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ที่มาจากการตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆขององค์กร โดยไม่จำเป็นต้องหมายความว่าผู้บริโภคจะต้องจ่ายเงินเพื่อผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆเท่านั้น ความรับผิดชอบต่างๆยังมีความเกี่ยวข้องกับการลดความเสี่ยงต่างๆให้เหลือน้อยที่สุดที่มาจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ตลอดจนการออกแบบ การผลิต การแจกจ่าย การให้สารสนเทศ บริการสนับสนุนต่างๆ และขั้นตอนในการดำเนินงานในการถอนและเรียกคืนผลิตภัณฑ์ หลายๆองค์กรมีการร้องขอ หรือรวบรวมข้อมูลที่เป็นส่วนบุคคล และมีความรับผิดชอบในการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคดังกล่าว หลักการต่างๆ ที่มีในหัวข้อนี้ให้นำไปประยุกต์ใช้กับทุกองค์กรที่บทบาทในการให้บริการแก่ผู้บริโภคต่างๆ อย่างไรก็ตามประเด็นต่างๆอาจมีความเกี่ยวข้องที่แตกต่างกันอย่างมาก ซึ่งจะขึ้นอยู่กับชนิดขององค์กร (ตัวอย่างเช่น องค์กรภาคเอกชน องค์กรบริการสาธารณะ องค์กรสวัสดิการท้องถิ่น หรือองค์กรประเภทอื่นๆ) และสถานการณ์ต่างๆ องค์กรต่างๆ มีโอกาสที่มีนัยสำคัญในการส่งเสริม สนับสนุนต่อการบริโภคอย่างยั่งยืน และการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร รวมทั้งการให้ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนสารสนเทศเกี่ยวกับการใช้งาน การซ่อมแซม และการทำลายทิ้ง

ประเด็นด้านผู้บริโภคที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมมีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติทางการตลาดที่เป็นธรรม การปกป้องด้านสุขภาพและความปลอดภัย การบริโภคอย่างยั่งยืน การแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งและการชดเชย การป้องกันข้อมูลและความเป็นส่วนตัว การเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่จำเป็น การดำเนินการกับความต้องการต่างๆ ของกลุ่มผู้บริโภคที่ด้อยโอกาส หรือมีความเสียเปรียบ รวมทั้งการให้ความรู้ แนวทางสำหรับการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรการสหประชาชาติ (UN Guidelines for Consumer Protection) มีข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ของผู้บริโภค และการบริโภคอย่างยั่งยืน

แนวทางสำหรับการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรสหประชาชาติ และกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมได้กล่าวถึงหลักการต่างๆ ที่ให้แนวทางการปฏิบัติเพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงความต้องการตามข้อกำหนดของผู้บริโภค

ต่างๆ ซึ่งรวมถึงความพึงพอใจต่อความต้องการขั้นพื้นฐาน และสิทธิของทุกคนในการมีมาตรฐานของการดำรงชีวิตอย่างเพียงพอ ซึ่งรวมไปถึงการมีอาหาร เครื่องนุ่งห่ม และที่อยู่อาศัยอย่างเพียงพอ และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องของสภาพความเป็นอยู่ และการมีอยู่ซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการที่จำเป็น รวมถึงด้านการเงินด้วย แนวทางและกติกาต่างๆ ตามข้างต้นยังได้กล่าวถึงสิทธิในการสนับสนุนความยุติธรรม ความเท่าเทียม และความยั่งยืนของการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และสังคม และการป้องกันทางสิ่งแวดล้อม แนวทางและกติกาต่างๆเหล่านี้มีความต้องการต่างๆ ด้านกฎหมาย ที่รวมถึง

- ความปลอดภัย สิทธิในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นอันตราย และปกป้องผู้บริโภคจากสารอันตรายต่างๆ ที่มีต่อสุขภาพ และความปลอดภัยของผู้บริโภคอันเนื่องมาจากกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ

- การได้รับข้อมูล การเข้าถึงสารสนเทศที่เพียงพอของผู้บริโภค เพื่อช่วยให้สามารถกำหนดทางเลือกที่เป็นไปตามความปรารถนาและความต้องการของปัจเจกบุคคล และการได้รับการปกป้องจากความไม่ซื่อสัตย์ หรือการโฆษณาชักนำ หรือการใช้ฉลากแสดงที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด

- การตัดสินใจเลือก การส่งเสริมและการปกป้องผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจของผู้บริโภค ซึ่งรวมถึงความสามารถในการเลือกผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความหลากหลาย การให้ข้อเสนอแนะราคาที่มีการแข่งขันและมีการประกันสุขภาพของความพึงพอใจ

- การรับรู้ การมีอิสระในการก่อตั้งกลุ่มผู้บริโภคและที่มีความเกี่ยวข้องอื่น ๆ รวมทั้งโอกาสขององค์กรต่างๆ เหล่านี้ในการแสดงความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจที่สามารถส่งผลกระทบต่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับการกำหนด และการดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาล รวมทั้งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ

- การแก้ไข การมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ รูปแบบในการจัดการเมื่อมีการร้องเรียนที่เป็นธรรม รวมทั้งการชดเชยที่เกิดจากการบิดเบือนผลิตภัณฑ์ที่บกพร่อง และการบริการที่ไม่เป็นที่พอใจ

- การให้ความรู้ การให้ความรู้แก่ผู้บริโภค รวมถึงความรู้ที่เกี่ยวกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจที่เกิดจากการเลือกผลิตภัณฑ์และบริการจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการได้จากการได้รับรู้ข้อมูล และอย่างเป็นอิสระ ในขณะที่เดียวกันก็มีความตระหนักถึงสิทธิและความรับผิดชอบต่างๆ รวมทั้งข้อควรปฏิบัติต่อสิ่งต่างๆ เหล่านี้

- สิ่งแวดล้อมที่ดี สิ่งแวดล้อมที่วันนี้เป็นสิ่งที่กำหนดถึงความเป็นอยู่ที่ดีของคนที่อยู่ในรุ่นปัจจุบันและในอนาคตด้วย การบริโภคอย่างยั่งยืนหมายถึงการตอบสนองต่อความต้องการของคน

ที่อยู่ในรุ่นปัจจุบันและในอนาคตสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการในลักษณะที่มีความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

หลักการเพิ่มเติม ได้แก่

- การให้ความเคารพต่อสิทธิความเป็นส่วนตัว หลักการนี้อ้างอิงมาจากปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน มาตราที่ 12 ซึ่งระบุว่า บุคคลใดๆ จะถูกแทรกสอดโดยพลการในความเป็นอยู่ส่วนตัวในครอบครัวในเคหสถาน หรือการสื่อสาร หรือจะถูกกลบหลู่ในเกียรติยศ และชื่อเสียงไม่ได้ และทุกคนมีสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองของกฎหมายต่อการแทรกสอด หรือการกลบหลู่ดังกล่าวนี้

- การดำเนินการในเชิงรุกในการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น หลักการนี้อ้างอิงมาจากประกาศปฏิญญาริโอว่าด้วยสิ่งแวดล้อม และพัฒนา และประกาศปฏิญญาต่างๆ รวมทั้งข้อตกลงอื่นๆ ที่มีตามมา ซึ่งมีแนวคิดที่ว่า การก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพมนุษย์อย่างใหญ่หลวงและไม่สามารถกู้กลับคืนได้ การขาดซึ่งความแน่นอนทางด้านวิทยาศาสตร์ไม่สามารถใช้เป็นข้ออ้างในการละเลยประเมินค่าใช้จ่ายของมาตรการป้องกันการเสื่อมสภาพของสิ่งแวดล้อมหรือการทำลายสุขภาพของมนุษย์ เมื่อมีการพิจารณาถึงประสิทธิผลของค่าใช้จ่ายองค์กรควรคำนึงถึงค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในระยะยาวมาจากมาตรการนั้นๆ โดยไม่เป็นการคำนึงค่าใช้จ่ายเชิงเศรษฐกิจแต่ในระยะสั้นขององค์กรเท่านั้น

- การส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศและการให้อำนาจแก่ผู้หญิง หลักการนี้ถูกนำมาจากปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนและเป้าประสงค์การพัฒนาแห่งสหประชาชาติซึ่งหลักการนี้ได้ให้พื้นฐานเพิ่มเติมเพื่อการวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ของผู้บริโภครวมและการป้องกันการปลุกฝังความเชื่อผิดๆ เกี่ยวกับทางเพศ

- การส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผู้บริโภค เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์และสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่สามารถใช้ได้กับทุกคนและใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางที่สุด โดยไม่มีความจำเป็นในการปรับ หรือเป็นการออกแบบขึ้นเป็นการเฉพาะ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผู้บริโภค (universal design) ประกอบด้วยหลัก 7 ประการ ได้แก่ ออกแบบมาให้ใช้ได้กับทุกคนอย่างเท่าเทียมเสมอกัน สามารถใช้ได้อย่างยืดหยุ่น สามารถใช้ได้โดยง่ายและใช้ได้โดยอาศัยความรู้สึก สามารถรับรู้สารสนเทศได้โดยง่าย มีการป้องกันต่อการใช้งานที่ผิดพลาดได้ใช้กำลังด้านกายภาพน้อย มีขนาดและเหมาะสมกับพื้นที่ใช้งาน

ถึงแม้ว่าหน่วยงานรัฐเป็นผู้มีหน้าที่รับผิดชอบหลักในการสร้างความมั่นใจว่ามีการให้ความเคารพต่อสิทธิในการได้รับความพึงพอใจจากความต้องการขั้นพื้นฐาน อย่างไรก็ตาม องค์กรสามารถช่วยส่งเสริมการเติมเต็มต่อสิทธิดังกล่าวด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกรณีที่ภาครัฐไม่สามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของประชาชนได้อย่างเพียงพอ องค์กรจึงควรให้ความระมัดระวังต่อผลกระทบจากกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรต่อประชาชน เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการ

ต่างๆ เหล่านั้น นอกจากนี้องค์กรควรหลีกเลี่ยงการกระทำที่จะเป็นผลความเสียหายต่อความสามารถ
นี้

กลุ่มผู้ด้อยโอกาสต่างๆ ที่อยู่ในบทบาทผู้บริหาร โภค มีความสามารถที่แตกต่างกันออกไป
กลุ่มผู้ด้อยโอกาสมีความต้องการผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีการจัดทำขึ้นเป็นการเฉพาะ การที่คน
กลุ่มนี้มีความต้องการเป็นพิเศษก็เนื่องมาจากคนกลุ่มนี้อาจไม่ทราบถึงสิทธิและบทบาทหน้าที่ต่างๆ
ของตน หรืออาจไม่สามารถกระทำบนพื้นฐานของความรู้ที่มีอยู่ได้ ผู้บริหารกลุ่มนี้อาจไม่ตระหนัก
หรือไม่สามารถประเมินถึงความเสี่ยงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และการบริการที่อาจจะเกิดขึ้น
อันจะช่วยในการพิจารณาตัดสินใจได้อย่างสมเหตุสมผล

7. การมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชนในภาพรวม

เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในทุกวันนี้แล้วว่าองค์กรต่างๆ ล้วนมีความสัมพันธ์กับ
ชุมชนที่องค์กรเหล่านั้นตั้งอยู่ ความสัมพันธ์นี้ควรมีพื้นฐานจากการมีส่วนร่วมของชุมชนซึ่งจะช่วย
ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาชุมชน ในการมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งโดยปัจเจกบุคคล หรือสมาคม
ต่างๆ เพื่อส่งเสริมแนวคิดการยึดผลประโยชน์ของประชาชนเป็นที่ตั้ง (public good) จะช่วยสร้างความ
แข็งแกร่งให้ประชาสังคม องค์กรที่มีการสานสัมพันธ์กับชุมชนและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้
อย่างน่าเชื่อถือจะสามารถสะท้อนและเพิ่มความเข้มแข็งให้กับค่านิยมด้านประชาธิปไตยและ
ประชาชน

ชุมชนตามหัวข้อนี้ให้หมายถึงแหล่งอาศัยที่อยู่กันมา หรือสถานที่ตั้งของชุมชนในพื้นที่
ทางภูมิศาสตร์ต่างๆ รวมทั้งในบริเวณใกล้เคียงของสถานที่ตั้งขององค์กร หรืออยู่ในบริเวณพื้นที่ที่รับ
ผลกระทบจากองค์กร อาณาบริเวณและสมาชิกของชุมชนที่ได้รับผลกระทบต่างๆ จากองค์กร จะ
ขึ้นอยู่กับบริบท และโดยเฉพาะอย่างยิ่งจะขึ้นอยู่กับขนาดและลักษณะของผลกระทบต่างๆ เหล่านั้น
ด้วย อย่างไรก็ตามคำว่าชุมชนโดยทั่วไปแล้วยังหมายถึงกลุ่มของประชาชนที่มีคุณลักษณะเฉพาะที่
เหมือนกัน ยกตัวอย่างเช่น ชุมชนที่มีข้อกังวลในประเด็นใดๆ โดยเฉพาะอีกด้วย

การมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน ทั้งสองเรื่องนี้ต่างล้วนเป็นส่วนสำคัญ
ของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นการดำเนินการที่มากกว่าการบ่งชี้และการสานสัมพันธ์กับผู้
มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากดำเนินการต่างๆ ขององค์กร แต่จะรวมไปถึงการ
สนับสนุนและการสร้างความสัมพันธ์ภายในชุมชน ที่เหนือสิ่งอื่นใด การมีส่วนร่วมของชุมชนยังเป็
การวางรากฐานของการรับรู้ถึงค่านิยมของชุมชนด้วย ดังนั้นการมีส่วนร่วมของชุมชนขององค์กรจึง
ควรเกิดขึ้นจากการได้รับรู้ว่าองค์กรเองก็คือผู้มีส่วนได้เสียของชุมชน และร่วมรับผลประโยชน์กับ
ชุมชน

การที่องค์กรมีส่วนช่วยสนับสนุนชุมชน โดยการพัฒนาชุมชนจะสามารถช่วยยกระดับสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น การพัฒนาดังกล่าวเป็นที่เข้าใจโดยทั่วไปว่าเป็นการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชากร การพัฒนาชุมชนจะไม่ใช้กระบวนการที่คงที่ ยิ่งไปกว่านั้นการพัฒนาชุมชนอาจเป็นกระบวนการที่ทำเป็นระยะยาวที่ส่งผลที่แตกต่างหรือขัดแย้งกับผลประโยชน์ก็ได้ คุณลักษณะที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจะมีผลทำให้ชุมชนแต่ละแห่งมีความเป็นเอกลักษณ์และจะส่งผลต่อสิ่งต่างๆที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตด้วย ดังนั้นการพัฒนาชุมชนจึงเป็นผลของลักษณะต่างๆ ด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม รวมทั้งจะขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของแรงผลักดันต่างๆ ทางสังคมที่เกี่ยวข้องด้วย ผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนอาจมีผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน รวมทั้งอาจมีความขัดแย้งในผลประโยชน์ต่างๆด้วย การมีความรับผิดชอบร่วมกันจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการส่งเสริมให้เกิดความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ร่วมกัน

ประเด็นต่างๆ ของการพัฒนาชุมชน ที่องค์กรสามารถมีส่วนช่วยสนับสนุน ประกอบด้วย การสร้างการจ้างงาน โดยผ่านวิธีการขยาย และสร้างความหลากหลายในกิจกรรมในเชิงเศรษฐกิจ รวมทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีด้วย นอกจากนี้องค์กรยังสามารถส่งเสริมได้โดยผ่านทางการลงทุนด้านสังคมเพื่อทำให้เกิดการอยู่ดีมีสุข และการสร้างรายได้โดยผ่านการริเริ่มในการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่นต่างๆ ได้แก่ โครงการขยายการศึกษา และการพัฒนาทักษะ การส่งเสริมและการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งการส่งเสริม และ/หรือ สนับสนุนการบริการด้านสุขภาพของชุมชน นอกจากนี้การพัฒนาชุมชนอาจรวมไปถึงการทำให้เกิดความเข้มแข็งของหน่วยงานต่างๆ ของชุมชน กลุ่มและชมรมต่างๆ และโครงการต่างๆ เกี่ยวกับวัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเครือข่ายต่างๆ ของท้องถิ่นที่มีหน่วยงานเข้าร่วมด้วย

การพัฒนาชุมชนจะมีความคืบหน้าหากมีแรงผลักดันต่างๆ ทางสังคมในชุมชนมาทำการขับเคลื่อนให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมจากสาธารณะและการผลักดันสิทธิต่างๆ ของความเท่าเทียมกัน และการมีมาตรฐานการครองชีพที่ดีของประชาชน โดยปราศจากซึ่งการเลือกปฏิบัติ นั่นก็คือการพัฒนาชุมชนเป็นกระบวนการที่มีอยู่ภายในชุมชนที่จะคำนึงถึงความสัมพันธ์ต่างๆ ที่มีอยู่ และการขจัดสิ่งกีดขวางต่อสิทธิที่จะรับความสุข การพัฒนาชุมชนจะช่วยทำให้การปฏิบัติอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมดีขึ้น

การลงทุนต่างๆ ทางสังคมที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนสามารถทำให้องค์กรสามารถรักษา และเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่มีกับชุมชนได้อย่างยั่งยืน และอาจมีหรืออาจไม่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ในการดำเนินงานหลักขององค์กรหรือไม่ก็ได้

ในขณะที่ประเด็นต่างๆ ของการดำเนินการที่ได้กล่าวไว้ในหัวข้อนี้จะสามารถเข้าใจได้ว่าเหมือนกันกับการกุศลหรือการบริจาค อย่างไรก็ตามกิจกรรมในลักษณะการกุศลหรือการบริจาคแต่

เพียงลำพังจะไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดทั่วทั้งองค์กรได้

นอกเหนือจากหลักการต่างๆ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม หลักการต่างๆ เฉพาะต่อไปนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน ดังนั้นองค์กรควร

- พิจารณาว่าองค์กรเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่ไม่สามารถแบ่งแยกออกได้ ตามแนวคิดของการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน

- ให้ความสำคัญและคำนึงถึงสิทธิของสมาชิกในชุมชนต่อการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับชุมชน และมีการติดตามแนวทางการใช้ทรัพยากร และ โอกาสให้เกิดประโยชน์มากที่สุดตามแนวทางที่สมาชิกเหล่านั้นได้เลือกไว้

- ให้ความสำคัญและคำนึงถึงคุณลักษณะต่างๆ ของชุมชน และมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ เหล่านี้ เช่น วัฒนธรรม ศาสนา ประเพณี ประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

- ให้ความสำคัญกับคุณค่าของการทำงานแบบหุ้นส่วน การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ทรัพยากร และความพยายามทุ่มเทต่างๆ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับตัวชี้วัดผลประกอบการด้านการเงิน

ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานในการศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวคิดอัตราความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวัดความสามารถในการทำกำไรของแต่ละบริษัท นักวิเคราะห์ทางการเงินมักใช้การวัดนี้ในการประเมินผลประกอบการของบริษัท โดยพิจารณาประกอบกับข้อมูลอื่นๆ เช่น ยอดขาย สินทรัพย์ ส่วนของผู้ถือหุ้น และหนี้สิน การนำอัตราความสามารถในการทำกำไรของบริษัท มาช่วยในการวิเคราะห์ จะช่วยให้สามารถมองสถานการณ์และการทำกำไรของบริษัทได้ดีขึ้น ในส่วนของนักลงทุนนั้น จะให้ความสำคัญกับอัตราส่วนวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรมากกว่าอัตราส่วนอื่นๆ การที่นักลงทุนตัดสินใจลงทุน ณ วันนั้นนั้นเป็นการมองอนาคตของบริษัทที่จะลงทุนว่าบริษัทเหล่านั้นจะให้ผลตอบแทนกลับมาในอนาคตทั้งในรูปแบบของเงินปันผลและกำไรจากการขายหลักทรัพย์เป็นอย่างไร ซึ่งเรื่องดังกล่าวขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคตของบริษัท ถ้าบริษัทมีความสามารถในการทำกำไรในอนาคตย่อมหมายความว่านักลงทุนย่อมได้รับผลตอบแทนดังกล่าวกลับมาอย่างแน่นอน แต่ถ้าบริษัทไม่มีความสามารถในการทำกำไรในอนาคต ก็แสดงถึงผลขาดทุนที่จะเกิดแก่นักลงทุน (ณัฐนันท์ กุลจิรฐิติกาล, 2549)

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้นำแนวคิดอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ แนวคิดอัตราผลตอบแทนต่อ ส่วนของผู้ถือหุ้น และแนวคิดอัตราส่วนกำไรสุทธิ ซึ่งเป็นอัตราความสามารถในการทำกำไร ที่แสดง ถึงประสิทธิภาพของผลประกอบการด้านการเงินมาเป็นตัวชี้วัดผลประกอบการด้านการเงิน ซึ่งจะ กล่าวในรายละเอียดต่อไป

2.3.1 แนวคิดอัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin)

อัตราส่วนกำไรสุทธิ คือ อัตราส่วนระหว่างกำไรสุทธิกับยอดขาย ผลลัพธ์ที่ได้จะบอกให้ ทราบว่ากิจการมีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพและดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายเพียงใด สามารถบ่ง บอก และแสดงถึงผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนได้รับจากการลงทุน รวมทั้งระดับความเสี่ยงของแต่ละ กิจการที่จะทำการลงทุน หรืออาจกล่าวได้ว่าอัตราการกำไรสุทธิสามารถแสดงให้เห็นถึงลักษณะ ต่างๆของกิจการได้ ไม่ว่าจะเป็นในด้านของการบริหารงาน การเปิดเผยข้อมูล การประเมินความเสี่ยง ลักษณะขององค์กร และผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้โครงสร้างทางการเงิน ต้นทุนสินทรัพย์ถาวร สภาพะ ทางเศรษฐกิจ และแรงผลักดันจากคู่แข่ง ล้วนแต่มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากกำไรสุทธิ ใน แต่ละกิจการหากมีอัตราผลตอบแทนจากกำไรสุทธิที่สูงเมื่อเทียบกับอัตราส่วนกำไรสุทธิเฉลี่ยของแต่ละอุตสาหกรรมแล้ว แสดงว่ากิจการมีกำไรที่สูง ซึ่งจะเพิ่มความมั่นคงให้กับกิจการ และเจ้าของกิจการ บริษัทส่วนใหญ่ล้วนต้องการให้อัตราการกำไรสุทธินั้นสูง เนื่องจากจะแสดงให้เห็นว่ากิจการนั้นมีความสามารถในการทำกำไรสูงนั่นเอง (ศิริพร กาญจนสุทธิแสง, 2549) ซึ่งสูตรของ อัตราส่วนกำไรสุทธิมีดังนี้

$$\text{อัตราส่วนกำไรสุทธิ} = (\text{กำไรสุทธิ} / \text{รายได้รวม}) \times 100$$

2.3.2 แนวคิดอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets : ROA)

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ เป็นอัตราส่วนแสดงถึงกำไรสุทธิจากการลงทุนใน สินทรัพย์รวม เป็นการพิจารณาถึงอัตรากำไรที่กิจการได้รับจากการลงทุนทั้งหมดในงวด อัตราส่วนนี้ แสดงถึงประสิทธิภาพในการบริหารเงินทุนทั้งหมดของผู้บริหารกิจการ และผู้ลงทุนสามารถใช้ พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อใช้ตัดสินใจลงทุนในเบื้องต้นได้ ซึ่งสูตรของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์มี ดังนี้

$$\text{อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์} = (\text{กำไรสุทธิ} / \text{สินทรัพย์รวม}) \times 100$$

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ เป็นอัตราส่วนสำคัญพื้นฐานที่จะนำไปสู่การหาอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น กิจกรรมที่มีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ไม่ดี เป็นไปไม่ได้ที่จะมีอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นดี (เฉลิมขวัญ คุรุบุญยงค์, 2556)

2.3.3 แนวคิดอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Assets : ROE)

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นอัตราส่วนแสดงถึงกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้น เมื่อเทียบกับจำนวนเงินทุนที่ได้จากส่วนของผู้ถือหุ้น เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการทำกำไรให้แก่ผู้ถือหุ้นของกิจการ อัตราส่วนนี้จะเป็นอัตราส่วนแสดงการวัดความสามารถในการทำกำไรโดยรวมของกิจการด้วย ซึ่งสูตรของอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีดังนี้

$$\text{อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น} = (\text{กำไรสุทธิ} / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}) \times 100$$

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสำคัญมากต่อการเงินธุรกิจ เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จ โดยถ้ากิจการมีอัตราผลตอบแทนสูง จะทำให้หาเงินทุนเพิ่มในอนาคตได้มากขึ้น ส่งผลให้ราคาหุ้นเพิ่มขึ้น นั่นแสดงว่ากิจการมีการเติบโตขึ้น สามารถทำกำไรได้เพิ่มขึ้น และสร้างความมั่นคงให้แก่ผู้ถือหุ้น (เฉลิมขวัญ คุรุบุญยงค์, 2556)

2.4 แนวทางการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (กรุงเทพธุรกิจ, 2559)

นับตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ถูกระบุไว้เป็นหัวข้อหนึ่งที่บริษัทจดทะเบียน จะต้องดำเนินการเปิดเผยข้อมูลข้อมูล โดยที่บริษัทจดทะเบียนมีทางเลือกในการเปิดเผย 3 แนวทางด้วยกัน คือ

แนวทางแรก เปิดเผยข้อมูลภายใต้หัวข้อความรับผิดชอบต่อสังคมในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) หรือรายงานประจำปี (แบบ 56-2) ตามแต่กรณี

แนวทางที่สอง อ้างอิงไปยังรายงานที่จัดทำแยกเล่มที่เปิดเผยในเว็บไซต์ของบริษัท

แนวทางที่สาม เปิดเผยสาระสำคัญโดยรวมอยู่กับข้อมูลการดำเนินงานอื่น ๆ ของบริษัท โดยอธิบายกระบวนการจัดทำรายงานไว้ในหัวข้อความรับผิดชอบต่อสังคม

สำหรับเนื้อหาของสาระของข้อมูล CSR ที่ควรดำเนินการเปิดเผย ประกอบด้วยข้อมูลใน 4 ส่วนสำคัญ ได้แก่

- 1) นโยบายภาพรวม รวมถึงวิสัยทัศน์ ภารกิจ และกลยุทธ์ที่นำไปสู่ความยั่งยืน (CSR-in-process)

2) ข้อมูลการดำเนินงาน ประกอบด้วย กระบวนการจัดทำรายงาน มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลที่ใช้ และการดำเนินงานซึ่งเป็นไปตามนโยบายที่บริษัทได้เปิดเผยไว้

3) การดำเนินธุรกิจที่มีผลกระทบต่อความรับผิดชอบต่อสังคม (ถ้ามี) ในกรณีที่บริษัทหรือบริษัทย่อย ถูกตรวจสอบ ถูกกล่าวหา หรือถูกฟ้องร้องในเรื่องเกี่ยวกับหลักการความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ ชื่อเสียง หรือความน่าเชื่อถือของบริษัทหรือบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ

4) กิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR-after-process) ตามที่ประสงค์จะเปิดเผย

ในส่วนที่ 1 บริษัทควรอธิบายให้เห็นว่าคณะกรรมการบริษัทมีนโยบายให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยเป็นไปด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ตามหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร

ในส่วนที่ 2 บริษัทควรอธิบายใน 2 เรื่องสำคัญ คือ เรื่องกระบวนการจัดทำรายงาน เช่น อธิบายถึงการกำหนดหลักการ และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่บริษัทให้ความสำคัญในการดำเนินการ มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลที่ใช้ เป็นต้น ทั้งนี้ในกรณีที่บริษัทเลือกดำเนินการและจัดทำรายงานตามมาตรฐานสากล ให้ระบุชื่อองค์กร หรือมาตรฐานสากลที่ใช้ดำเนินการและจัดทำรายงานดังกล่าวไว้ด้วย และเรื่องการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายที่บริษัทได้เปิดเผยไว้ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบ การออกแบบกระบวนการผลิต การปฏิบัติต่อพนักงานลูกจ้าง นโยบายการแข่งขัน ฯลฯ เป็นไปด้วยความเป็นธรรม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การป้องกันการมีส่วนร่วมกับการคอร์รัปชัน การเคารพสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียอย่างไร หรือบริษัทได้ดำเนินการอย่างไรให้เป็นไปตามหลักการดังกล่าว ตั้งแต่การประเมินความเสี่ยง การกำหนดแนวปฏิบัติ การสื่อสารกับพนักงานและลูกจ้าง การตรวจสอบการปฏิบัติ เป็นต้น ทั้งนี้ในกรณีที่บริษัทมีข้อมูลตัวชี้วัดการดำเนินการดังกล่าว บริษัทควรระบุข้อมูลไว้ด้วย

ในส่วนที่ 3 หากมีกรณีที่บริษัทและบริษัทย่อยถูกตรวจสอบหรืออยู่ระหว่างถูกตรวจสอบ โดยหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ว่าการดำเนินงานของบริษัทหรือบริษัทย่อยมีการฝ่าฝืนกฎหมายในเรื่องเกี่ยวกับหลักการ CSR อย่างมีนัยสำคัญ หรือเป็นกรณีที่การดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยมีส่วนหรือถูกกล่าวหาว่า มีผลกระทบด้านลบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม หรือไม่เป็นไปตามหลักการ CSR โดยเฉพาะกรณีที่ปรากฏเป็นข่าวต่อสาธารณชน และเป็นกรณีที่อาจกระทบต่อการประกอบธุรกิจ ชื่อเสียง หรือความน่าเชื่อถือ ของบริษัทหรือบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญเกิดขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา บริษัทควรเปิดเผยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกรณีนั้น พร้อมทั้งอธิบายเหตุผล ผลกระทบต่อบริษัทหรือบริษัทย่อย การแก้ไข และแนวทางตรวจสอบป้องกันในอนาคต ทั้งนี้ หากเรื่องดังกล่าวอยู่ระหว่าง

การพิจารณาในชั้นศาล บริษัทหรือบริษัทย่อยตกเป็นคู่ความหรือคู่กรณี บริษัทอาจเปิดเผยโดยอ้างอิงไปยังหัวข้อข้อพิพาททางกฎหมายก็ได้

ในส่วนที่ 4 บริษัทอาจเปิดเผยกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR-after-process) ของบริษัทหรือบริษัทย่อยในรอบปีที่ผ่านมาได้ด้วยได้ โดยให้แยกจากเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทหรือบริษัทย่อย

ประเทศไทยในฐานะสมาชิกขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (ISO) จึงได้ส่งเสริมให้หน่วยงานต่างๆ ในประเทศนำมามาตรฐานดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ โดยกระทรวงอุตสาหกรรม ได้ออกประกาศกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแนวทางการรับผิดชอบต่อสังคม มาตรฐานเลขที่ มอก.26000-2553 เพื่อให้องค์กรต่างๆ มีหลักการปฏิบัติที่ชัดเจนและเป็นสากลยิ่งขึ้น (เกษชนก เมฆเจริญ, 2555)

ประเทศไทยในอดีตได้มีการนำร่างแนวทาง ISO 26000 และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมอื่นๆ มาปรับใช้กับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากมาตรฐานดังกล่าวมีองค์ประกอบต่างๆ ที่ชัดเจนในการจัดหมวดหมู่ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และในต่างประเทศได้มีการนำ ISO 26000 และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมอื่นๆ มาใช้เพื่อเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมานานแล้ว (เบญจวรรณ แซ่ลี, 2555) การศึกษานี้จึงได้นำเอามาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) มาใช้ในเป็นกรอบแนวทางการศึกษาการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวประเทศไทย โดยกระทรวงอุตสาหกรรม ได้มีการประกาศใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2554 แต่ให้เป็นไปตามความสมัครใจของบริษัทในการปฏิบัติตาม

2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมในอดีตเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

2.5.1 วรรณกรรมและงานวิจัยในประเทศ

พรวิดี วัฒนากลาง (2552) ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อผลตอบแทนหลักทรัพย์ ตามร่างมาตรฐานสากล ISO 26000 โดยการใช้กลุ่มประชากรคือบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มดัชนี 100 Index มีประชากรที่ใช้ศึกษาทั้งสิ้น 59 บริษัทที่เปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในปี 2547-2549 นำมาทดสอบความสัมพันธ์กับผลตอบแทนหลักทรัพย์ในปี 2548-2550 โดยพิจารณาปริมาณการ

เปิดเผยข้อมูลด้วยวิธีการนับจำนวนบรรทัด ผลการศึกษาพบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมมากขึ้น คิดเป็นจำนวนบรรทัดเฉลี่ย 327 บรรทัดต่อปี ประเด็นที่มีการเปิดเผยข้อมูลมากที่สุดคือ ธรรมชาติขององค์กร ประเด็นที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุดคือประเด็นสิทธิมนุษยชน และพบว่าการเปิดเผยข้อมูลประเด็นสิ่งแวดล้อมและสังคมเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี โดยพบว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมประเด็นสิ่งแวดล้อมเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลตอบแทนหลักทรัพย์ กล่าวคือเมื่อมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมประเด็นสิ่งแวดล้อมจะส่งผลให้ผลตอบแทนหลักทรัพย์มีมูลค่ามากขึ้น ในขณะที่การพัฒนาสังคมมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับผลตอบแทนหลักทรัพย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

พิชานันท์ ภาโสทะ (2555) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมตาม ISO 26000 และตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมตาม ISO 26000 ประกอบด้วย 7 หัวข้อหลัก คือ ธรรมชาติ สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม การปฏิบัติที่เป็นธรรม ประเด็นด้านผู้บริโภคร และความร่วมมือกันชุมชนและการพัฒนาชุมชน และตัวชี้วัดผลการดำเนินงานประกอบด้วยมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ มูลค่าเพิ่มทางตลาด อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ทำการเก็บข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานประจำปี 2553 โดยใช้แบบประเมินผลเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ใช้คะแนนที่ได้จากแบบประเมินผลและจำนวนบรรทัดในการวัดปริมาณการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าจำนวนบรรทัดที่รายงานในภาพรวมโดยเฉลี่ยมีจำนวน 386.72 บรรทัดต่อบริษัท และจากแบบประเมินบริษัทจดทะเบียนมีคะแนนเฉลี่ย 19.96 คะแนนจากคะแนนเต็ม 43 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับการเปิดเผยข้อมูลน้อยที่สุด โดยหัวข้อที่มีคะแนนมากที่สุด คือการปฏิบัติด้านแรงงาน และน้อยที่สุดคือความร่วมมือกันชุมชนและการพัฒนาชุมชน ส่วนของผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่อตัวชี้วัดผลการดำเนินงานพบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในประเด็นด้านผู้บริโภคร และประเด็นสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ ประเด็นสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าเพิ่มทางตลาด ในขณะที่ประเด็นการมีส่วนร่วมกับชุมชนและการพัฒนาชุมชนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับมูลค่าเพิ่มทางตลาด และประเด็นธรรมชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

บุษบา นุชิตภาพ (2554) ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี 100 ของตลาดหลักทรัพย์แห่ง

ประเทศไทย โดยทำการศึกษาจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีของบริษัทที่อยู่ในดัชนี SET 100 ที่ส่งรายงานประจำปีอย่างต่อเนื่องในปี 2547-2549 จำนวนทั้งสิ้น 50 บริษัท การศึกษานี้วัดการเปิดเผยข้อมูลด้วยคะแนนการเปิดเผยข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ในภาพรวมระดับการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมยังไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานซึ่ง ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อรายได้รวม นอกจากนี้ยังพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลกับผลการดำเนินงานของกลุ่มบริการทั้งหมดเป็นไปในทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลให้ผลประกอบการด้านการเงินลดลง ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลกับผลการดำเนินงานของกลุ่มสหกรณ์และสหกรณ์การก่อสร้างในส่วนของผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนส่วนผู้ถือหุ้นเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือเมื่อมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม จะส่งผลให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนส่วนผู้ถือหุ้นมากขึ้น และกลุ่มธุรกิจการเงินและกลุ่มบริการในส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ลดลง อย่างไรก็ตามการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูงต่ำกว่ากลุ่มที่มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับต่ำอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ

เบญจวรรณ แซ่ลี (2555) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการใช้กลุ่มประชากรคือบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มดัชนี 100 Index มีประชากรที่ใช้ศึกษาทั้งสิ้น 68 บริษัทที่เปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในปี 2551-2553 นำมาทดสอบความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ในปี 2551-2553 โดยพิจารณาปริมาณการเปิดเผยข้อมูลด้วยวิธีการนับจำนวนบรรทัด ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า บริษัทจดทะเบียนมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี โดยมีจำนวนบรรทัดการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมปี 2551-2553 เฉลี่ย 371 บรรทัด 391 บรรทัด และ 431 บรรทัดต่อบริษัทตามลำดับ และการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติที่เป็นธรรมและด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาหลักทรัพย์ ในขณะที่การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาหลักทรัพย์

อลิตา ประมวลเจริญกิจ (2560) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและผลประกอบการทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 450 บริษัทในปี 2556-2558 ใช้แบบประเมินผลเป็นเครื่องมือในการรวบรวมคะแนนการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และใช้คะแนนที่ได้จากแบบประเมินผลในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องการเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราส่วนกำไรสุทธิ กล่าวคือ หากมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องการเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้อัตราส่วนกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น

อัญญา กัลยาเรือน (2558) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี 100 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 62 บริษัท เก็บข้อมูลในรายงานประจำปีตั้งแต่ปี 2552-2556 การวัดการเปิดเผยข้อมูลใช้วิธีการนับจำนวนบรรทัดของการเปิดเผยข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคือ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุเป็นตัวแทนในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้งแบบรวม 5 ปีและแบบแยกรายปี ผลการศึกษาพบว่า บริษัทจดทะเบียนมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี โดยมีจำนวนการเปิดเผยข้อมูลในภาพรวมเฉลี่ย 235 บรรทัดต่อบริษัท ประเด็นที่มีจำนวนบรรทัดการเปิดเผยข้อมูลมากที่สุดคือการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เฉลี่ย 42 บรรทัดต่อบริษัท และประเด็นที่มีการเปิดเผยข้อมูลน้อยที่สุดคือ การต่อต้านการทุจริตและการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรมเฉลี่ย 17 บรรทัดต่อบริษัท นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านนวัตกรรมและการเผยแพร่ข่าวสารมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายปีพบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และพบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

2.5.2 วรรณกรรมและงานวิจัยต่างประเทศ

Brammer et al. (2006) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการและผลตอบแทนหลักทรัพย์ของกิจการในประเทศอังกฤษ ซึ่งใช้ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจากหน่วยงานบริการค้นคว้าวิจัยการลงทุนที่มีจริยธรรม (Ethical Investment Research Service : EIRIS) สำหรับข้อมูลของปี 2002 เกี่ยวกับการจ้างงาน สิ่งแวดล้อม ชุมชนและสังคม สิทธิมนุษยชน

และห่วงโซ่อุปทาน แต่ในครั้งนี้อยู่วิจัยพิจารณาเพียง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการจ้างงาน และด้านชุมชนและสังคม ตัวแปรอื่นที่ใช้คือ ผลตอบแทนรวมของผู้ถือหุ้น (รวมเงินปันผล) มูลค่าตลาดของส่วนของผู้ถือหุ้น มูลค่าตามบัญชี และประเภทของอุตสาหกรรม ทั้งหมดเป็นข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2002 ข้อมูลที่ใช้วัดผลดำเนินงานผู้วิจัยให้ความสนใจกับผลตอบแทนหลักทรัพย์เฉลี่ยในช่วง 1 ปี 2 ปี และ 3 ปี หลังจากที่มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมโดยกำหนดวันสิ้นสุดของแต่ละช่วงปีที่ทำการศึกษาดำเนินงานวันที่เก็บข้อมูล แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการทดสอบและจำแนกตามประเภทลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 3 ด้าน จากการศึกษาพบว่าในช่วง 1 ปีหลังจากที่มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ผลตอบแทนหลักทรัพย์ของทุกบริษัทที่มีค่าติดลบ สำหรับผลตอบแทนช่วง 2 และ 3 ปีหลังจากที่มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นไปในทางเดียวกันคือผลตอบแทนหลักทรัพย์มีค่าเป็นบวก และพบว่าตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมและตัวชี้วัดด้านชุมชนมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับผลตอบแทนหลักทรัพย์ ในขณะที่การจ้างงานเป็นตัวชี้วัดที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลตอบแทนหลักทรัพย์

Fiori et al. (2009) ศึกษาการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและราคาหุ้น กรณีศึกษาการวิเคราะห์เกี่ยวกับบริษัทจดทะเบียนในประเทศอิตาลี โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 33 บริษัทภายในปี 2002-2007 เป็นระยะเวลา 6 ปี ทดสอบโดยใช้ตัวแบบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (The Linear Regression Model) และมีการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านพนักงาน 2.ด้านสิ่งแวดล้อม และ 3.ด้านชุมชน โดยข้อมูลได้จากการแปลคะแนนแต่ละข้อความเป็นตัวเลขเชิงปริมาณตามระดับคะแนนตั้งแต่ 0 ถึง 4 โดยหลักการให้คะแนนคือให้ 0 คะแนนเมื่อไม่มีการกล่าวถึง ให้ 2-3 คะแนนเมื่อมีการกล่าวถึงน้อย และให้ 4 คะแนนเมื่อมีคำอธิบายที่ดี นอกจากนี้ยังมีการกำหนดตัวแปรควบคุม 4 ตัวแปร คือ ขนาดของกิจการ การทำกำไรของกิจการ ระดับทางการเงิน และความเสี่ยงจากการดำเนินงาน ผลการศึกษาพบว่า การเปิดเผยข้อมูลที่ดีเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพนักงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาหุ้น เนื่องจากมองพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า การปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมสำหรับพนักงานจะส่งผลดีต่อการดำเนินงานของกิจการ ในขณะที่การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมและด้านชุมชนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาหุ้น เนื่องจากบริษัทที่มีการใช้จ่ายเงินในด้านสิ่งแวดล้อมและด้านชุมชน แม้อาจมีผลในเชิงบวกในระยะยาว แต่นักลงทุนมักจะมองมุมมองในระยะสั้นมากกว่า ดังนั้นนักลงทุนจึงมองว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นค่าใช้จ่าย ซึ่งส่งผลให้เกิดการลดลงของผลกำไรในระยะสั้นของบริษัท

Leonardo and Rocco (2006) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานที่วัดโดยใช้ผลตอบแทนหลักทรัพย์ เป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประชากรสองกลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และกลุ่มบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งใช้ดัชนีการจัดอันดับของ Domini Social Index 400 (DSI 400) ซึ่งมีประชากรที่ใช้ทดสอบทั้งสิ้น 400 บริษัท ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมประกอบด้วย ด้านชุมชน ด้านการค้ากับดูแลกิจการ ด้านความแตกต่างของพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านประเด็นความขัดแย้งทางธุรกิจ ซึ่ง DSI 400 ได้ระบุจุดอ่อนหรือจุดแข็งโดยจำแนกตามประเภทความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละบริษัท ผลการศึกษาพบว่า หุ้นของบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีระดับนัยสำคัญของผลตอบแทนต่ำกว่าหุ้นของบริษัทที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และแปรผันแบบไม่มีเงื่อนไขเมื่อนำประเภทอุตสาหกรรมมาพิจารณา งานวิจัยนี้ได้มีการนำความเสี่ยงมาปรับกับผลตอบแทนของหุ้นทั้งสองชนิด ซึ่งพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญในช่วงก่อนและหลังปรับความเสี่ยง และได้มีข้อสรุปว่าเมื่อมีการนำความเสี่ยงมาปรับในการคำนวณหาผลตอบแทนหลักทรัพย์นั้นพบว่าลักษณะของหุ้นที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ได้แสดงผลตอบแทนหลักทรัพย์ที่ลดลงและยังพบว่ามีความเสี่ยงน้อยกว่าหุ้นของบริษัทที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญ

2.6 การพัฒนาสมมติฐานและกรอบแนวคิด

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากจะส่งผลให้องค์กรสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ยังสามารถสร้างชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือให้องค์กร ลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ สร้างแรงจูงใจในการทำงานและรักษาพนักงานที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์กร สร้างความสัมพันธ์กับนักลงทุนและสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ตลอดจนการได้รับการยอมรับจากสังคม และยังมีความสัมพันธ์กับผลประโยชน์ขององค์กรอีกด้วย (ทริยา พงษ์พันธุ์, 2558)

ในส่วนของผู้บริโภคไทย จากการวิจัยสำรวจพฤติกรรม ทศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ โดยการสนับสนุนจากโครงการองค์กรสนับสนุนธุรกิจ สสำรวจชาวกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรม และทัศนคติที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย พบว่าชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม คือผู้บริโภคร้อยละ 50 จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการจากองค์กรที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเท่านั้น และยังคงต้องการซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม แม้ว่าราคาสินค้าหรือบริการจะสูงกว่าราคาสินค้าทั่วไป (วรุณพันธ์ คงสม, 2548) จึงจะเห็นได้

ว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์และผลประกอบการของบริษัท

การศึกษานี้ได้กำหนดประเด็นหลักของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) ซึ่งประกอบไปด้วย 7 หัวข้อหลัก ได้แก่ ธรรมชาติขององค์กร สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม การปฏิบัติที่เป็นธรรม ประเด็นด้านผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมกันชุมชนและการพัฒนาชุมชนเป็นตัวแปรอิสระ ตัวแปรตามคือ ผลประกอบการด้านการเงินประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราส่วนกำไรสุทธิ และผู้ศึกษาได้กำหนดตัวแปรควบคุม 2 ตัวแปร ได้แก่

2.7.1 อายุของกิจการ (AGE)

จากการศึกษาของทศลียา ตั้งขสุวรรณ (2548) พบว่าระดับของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์จะแตกต่างกันไปตามอายุกิจการ โดยในปีแรกๆอาจมีอัตราผลตอบแทนที่สูงกว่า ดังนั้น อายุกิจการจึงมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของกิจการ

2.7.2 ขนาดของกิจการ (SIZE)

บริษัทขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะมีการเปิดเผยข้อมูลมากกว่าเมื่อเทียบกับบริษัทที่มีขนาดเล็กกว่า เพราะบริษัทที่มีขนาดใหญ่มักเป็นที่สนใจของผู้มีส่วนได้เสียรวมถึงนักวิเคราะห์ และจากการศึกษาของ วรกมล เกษมทรัพย์ (2553) พบว่าขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทที่วัดด้วยอัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาที่กล่าวมาแล้ว ผู้ศึกษาจึงกำหนดกรอบแนวคิดการศึกษาดังนี้



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

จากกรอบแนวคิดการศึกษา สามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังนี้

- สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลประกอบการด้านการเงิน
- สมมติฐานข้อที่ 1.1 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อที่ 1 ธรรมชาติบุคลากรมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลประกอบการด้านการเงิน
- สมมติฐานข้อที่ 1.2 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อที่ 2 สิทธิมนุษยชนมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลประกอบการด้านการเงิน
- สมมติฐานข้อที่ 1.3 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อที่ 3 การปฏิบัติด้านแรงงานมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลประกอบการด้านการเงิน
- สมมติฐานข้อที่ 1.4 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อที่ 4 สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลประกอบการด้านการเงิน
- สมมติฐานข้อที่ 1.5 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อที่ 5 การปฏิบัติที่เป็นธรรมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลประกอบการด้านการเงิน
- สมมติฐานข้อที่ 1.6 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อที่ 6 ผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลประกอบการด้านการเงิน
- สมมติฐานข้อที่ 1.7 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมหัวข้อที่ 7 การมีส่วนร่วมกันชุมชนและการพัฒนาชุมชนมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลประกอบการด้านการเงิน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved