

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเรื่องที่วิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นการศึกษาเพื่อประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจใช้ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ว่ามีความสัมพันธ์อย่างไรต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมตามความสมัครใจ

ทฤษฎีที่รองรับ หรือกรอบความคิดทางทฤษฎี

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้า รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประมวลเป็นกรอบความคิดในการศึกษา โดยในบทนี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 หัวข้อ ดังนี้

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมและการบัญชีสิ่งแวดล้อม
2. การวิเคราะห์หลักทรัพย์โดยใช้ปัจจัยพื้นฐาน
3. การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน
4. ทฤษฎีตลาดทุนที่มีประสิทธิภาพ
5. ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวความคิดในการวิจัย
7. สรุป

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมและการบัญชีสิ่งแวดล้อม

ในอดีตองค์กรธุรกิจจะเน้นความเจริญเติบโตในมุมมองด้านเศรษฐกิจ จากการวัดต้นทุนและกำไรที่เป็นตัวเลขเพียงอย่างเดียว โดยมองข้ามมุมมองทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆ ขึ้น เช่น ปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่เมืองใหญ่ ปัญหาความแออัดของประชากรในเมือง ปัญหาความเสื่อมทางจริยธรรม ปัญหาอาชญากรรม โดยเฉพาะปัญหาที่สำคัญอีกปัญหาคือปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อม จากปัญหาต่าง ๆ นำมาสู่แนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งหมายถึง การพัฒนาที่ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากการมุ่งเน้นที่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแต่เพียงด้านเดียว แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มีหลักการสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งเน้นที่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ที่ต้องมีการคำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมควบคู่กับการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจขององค์กร เช่น ปัญหาโลกร้อน ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ปัญหาสังคมและชุมชน เป็นต้น ดังคำกล่าวของ Bjorn Stigson ประธานสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Business Council for Sustainable Development: WBCSD) ที่ว่า “ ธุรกิจจะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ในสังคมที่ล้มเหลว ” (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2551)

แนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืนนี้เริ่มเข้าสู่ความสนใจของโลก ในปี พ.ศ. 2542 เลขานุการสหประชาชาติ นายโคฟี อันนัน ได้เรียกร้องให้ธุรกิจทั่วโลกแสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก และองค์กรสหประชาชาติได้ประกาศหลักการและกรอบการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจที่มุ่งบรรลุผลให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับองค์กรธุรกิจและในปีต่อมาองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) ได้บรรจุเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ในแนวทางปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ โดยเสนอแนะให้บริษัทข้ามชาติคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรเอง รวมทั้งเสนอให้องค์กรธุรกิจเหล่านี้ติดต่อซื้อขายกับเฉพาะคู่ค้าซึ่งมีความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นเดียวกัน นับแต่นั้นหัวข้อ “ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ” ได้ถูกจัดให้เป็นวาระสำคัญในการประชุมระดับชาติและนานาชาติ โดยจะมีการหารือเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างกันเกี่ยวกับเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2551)

1.1 คำจำกัดความของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือ Corporate Social Responsibility: CSR ในปัจจุบันมีคำนิยามที่หลากหลาย ทำให้แนวทางในการนำทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่

การปฏิบัติจึงมีความหลากหลาย อย่างไรก็ตามในงานวิจัยฉบับนี้จะได้รวบรวมคำนิยามจากองค์กรที่มีความสำคัญ และนักวิชาการไว้ดังต่อไปนี้

องค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Industrial Development Organization: UNIDO) ให้ความหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ว่าเป็นแนวคิดการจัดการที่มุ่งให้องค์กรดำเนินธุรกิจผสมผสานกับความห่วงใยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย เป็นแนวคิดการจัดการธุรกิจเชิงกลยุทธ์และการทำประโยชน์เพื่อสังคม ซึ่งในการทำประโยชน์เพื่อสังคมนั้นจะมีส่วนช่วยเพิ่มชื่อเสียงและเสริมสร้างแบรนด์ขององค์กรอีกทางหนึ่ง (UNIDO, ออนไลน์)

คณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมโลก (The world Business Council for Sustainable Development: WBCSD) ให้ความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องขององค์กรต่อการปฏิบัติตามพันธะสัญญาในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัว รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน และสังคม (WBCSD, ออนไลน์)

Kotler and Lee (2005: 208) ได้กล่าวว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรคือ การที่องค์กรมีแนวคิดในการดำเนินธุรกิจโดยใช้ดุลพินิจในการลงทุนในกิจกรรมที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ในสังคมหรือชุมชนให้ดีขึ้นและรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่มีสภาพความเป็นอยู่และมีสิ่งแวดล้อมที่ดี โดยกิจกรรมต่าง ๆ นั้นองค์กรจะดำเนินการด้วยความสมัครใจไม่ได้ถูกบังคับโดยกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ รวมทั้งต้องสอดคล้องกับศีลธรรมและจริยธรรมทางสังคม

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2551) ให้ความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การที่ธุรกิจมีการดำเนินงานควบคู่กับการดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งมีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อความสำเร็จที่ยั่งยืน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2555) ให้ความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การดำเนินธุรกิจโดยมีการเอาใจใส่ดูแลผู้มีส่วนได้เสีย สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมอย่างมีจรรยาบรรณ และมีธรรมาภิบาลกำกับในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรให้เป็นไปด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใสและยุติธรรม พร้อมทั้งจะแก้ไขเพื่อลดผลกระทบทางลบที่จะมีต่อ สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม มีการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมา

บูรณาการกับการดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทุกเวทีการค้า ซึ่งจะเป็นการสร้างความยั่งยืนของกิจการ ผู้มีส่วนได้เสีย สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

Garrison Noreen and Brewer แปลโดย นวพร บุศยสุนทรและคณะ (2555: 22) กล่าวว่า ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจเป็นแนวคิดที่บริษัทได้คำนึงถึงความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้เสียต่อบริษัททั้งหมดขณะตัดสินใจต่าง ๆ ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจ เป็นการกระทำด้วยความสมัครใจเพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ที่มีส่วนได้เสียนอกจากข้อกำหนดทางกฎหมาย

มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (บชท.) หรือสถาบันไทยพัฒนา (2556) ให้ความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรหรือ บรรษัทภิบาล หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในองค์กรและในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

กล่าวโดยสรุป ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การที่องค์กรธุรกิจมีการดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ มุ่งผลการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ควบคู่ไปกับการคำนึงต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนทั้งพนักงาน คู่ค้า ชุมชน ในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งหวังความสำเร็จที่ยั่งยืน

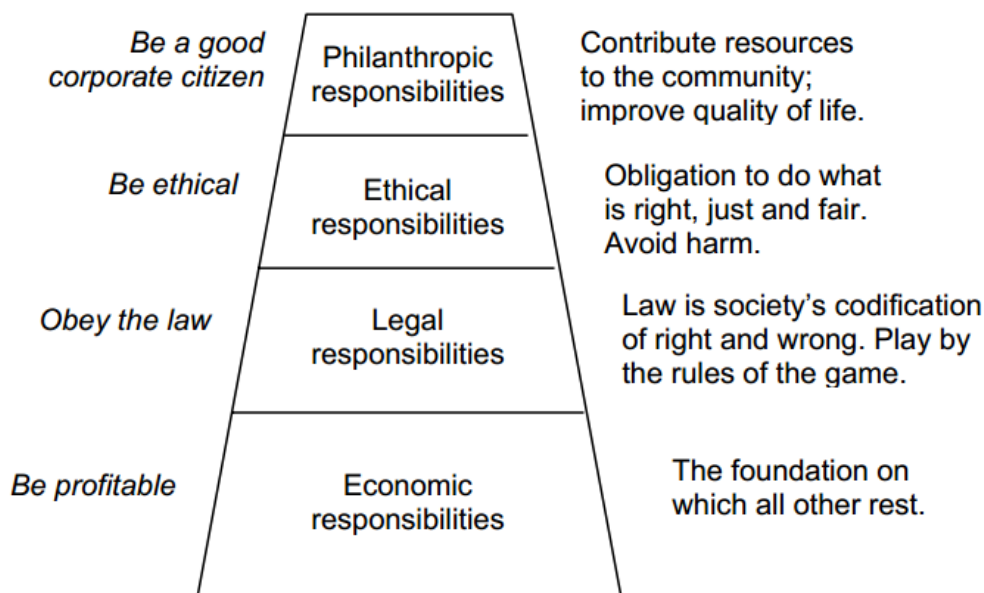
1.2 พัฒนาการของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

1.2.1 แนวคิดการทำความรับผิดชอบต่อสังคมในสมัยแรก

จูน วิเศษณ์ฐ (2550) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดเรื่องการเรียกร้องให้ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นแนวคิดที่เริ่มมีความสำคัญมาตั้งแต่เมื่อ 200 กว่าปีก่อน จากเหตุการณ์ที่บริษัทอีสต์ อินเดีย ในอังกฤษถูกกล่าวหาจากประชาชนด้วยการไม่ซื้อสินค้าเนื่องจากมีการใช้แรงงานทาส ทำให้ในที่สุดบริษัทต้องหันมาให้ความสำคัญในเรื่องสิทธิมนุษยชนมากขึ้น

Wayne Visser (2005) ได้สรุปไว้ว่า ในปี 1979 Carroll ได้นำเสนอโมเดลความรับผิดชอบต่อสังคม (Carroll's model of CSR) กำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจใน 4 องค์ประกอบคือ เศรษฐกิจ, กฎหมาย, จริยธรรม, ความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจดำเนินงาน ต่อมา ในปี 1991 Carroll ได้นำเสนอโมเดลใหม่ในรูปของปิรามิด 4 ระดับ โดยฐานชั้นล่างสุดของปิรามิดเป็นด้านเศรษฐกิจซึ่งเป็นหน้าที่พื้นฐานที่สำคัญที่สุด ชั้นต่อมาคือการเคารพกฎหมาย ชั้นต่อมาคือการยึดหลักจริยธรรมในการดำเนินงาน และชั้นสุดท้ายคือการบริจาค (มีการเปลี่ยนจาก

ความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจดำเนินงานในโมเดลเก่า ปี 1979) อย่างไรก็ตามนักวิชาการหลายท่านเห็นว่าการบริจาค อาจสำคัญน้อยกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ



ภาพประกอบ 2.1 พีระมิดของความรับผิดชอบต่อสังคม (The Pyramid of Corporate Social Responsibility) ที่มา: Carroll, 1991 อ้างถึงใน Wayne Visser, 2005

แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ปัญหาเรื่องการขาดจริยธรรมในการดำเนินงานของบริษัทมีมากขึ้น ซึ่งเกิดเป็นประเด็นปัญหาต่อสาธารณะ เนื่องจากผู้บริโภครและองค์กรพัฒนาเอกชน (Non – Government Organization; NGOs) สามารถติดตามตรวจสอบการทำธุรกิจของบริษัทผ่านสื่อต่างๆ รวมทั้งทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งส่งผลกระทบต่อบริษัททุกขนาด เช่น ไนกี้ (Nike) และวอลมาร์ต (Wal-Mart) ที่สั่งซื้อ เสื้อผ้าและรองเท้าจากผู้ผลิตในประเทศกำลังพัฒนาในราคาต้นทุนที่ถูกมาก และนำไปทำกำไรให้กิจการอย่างมหาศาล (นิตยา วงศ์ธาดา,ออนไลน์) หรือ เชลล์ (Shell) ที่สื่อสารมวลชนเผยแพร่ข่าวว่ากิจการมีการทำลายสิ่งแวดล้อม ส่งผลทำให้สูญเสียความเชื่อมั่นจากสาธารณะ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ซื้อและผู้ถือหุ้น และการลงทุนของผู้ถือหุ้นอีกด้วย

ในปี 2001 Lantos จัดกลุ่มความรับผิดชอบต่อสังคมเป็น 3 ด้าน คือ ด้านจริยธรรม (Ethical), ด้านการมีมนุษยธรรม (Altruistic), และด้านกลยุทธ์ (Strategic) โดย Lantos มองว่า 1) ด้านจริยธรรม (Ethical) เป็นขั้นแรกสุดเป็นการปฏิบัติตามข้อบังคับของธุรกิจโดยมีรับผิดชอบต่อทั้งในด้านเศรษฐกิจ, กฎหมาย, และจริยธรรม โดยไม่ได้ดำเนินธุรกิจตามข้อบังคับเท่านั้น เช่น การผลิตสินค้าที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น 2) ด้านการมี

มนุษยธรรม (Altruistic), คือการเอาใจใส่ดูแลผู้มีส่วนได้เสียโดยไม่คำนึงถึงผลกำไรของกิจการเพียงอย่างเดียว เช่น การจัดกิจกรรมที่มีส่วนในการแก้ไขปัญหาสังคม (ความยากจน การไม่รู้หนังสือ) มีส่วนผลักดันการเพิ่มสวัสดิการสังคม เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชน 3) ด้านกลยุทธ์ (Strategic) เป็นการที่กิจการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับกลยุทธ์ในการทำบุญ/การบริจาค เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์คือผลประโยชน์ทางการเงินของกิจการรวมทั้งมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคม (Lantos, 2001 อ้างถึงใน Dima Jamali, 2007)

1.2.2 แนวคิดการทำความรับผิดชอบต่อสังคมในสมัยปัจจุบัน

ในปัจจุบันองค์กรธุรกิจหลายแห่งได้หันมาทำกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อให้เป็นที่รับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือประชาชนทั่วไป กิจกรรมส่วนใหญ่ที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นไปในรูปแบบการบริจาค การเป็นอาสาสมัคร แต่ในปัจจุบันนั้น การบริจาค การเป็นอาสาสมัคร การให้ ถือเป็นเพียงส่วนหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น โดยในทางปฏิบัติเป็นการยากที่ธุรกิจจะกำหนดวิธีการรับผิดชอบต่อสังคมไปพร้อมกับความคาดหวังผลในกำไร ส่งผลให้มีบทความมากมายเกี่ยวกับการหาความสัมพันธ์ระหว่างการทำ CSR (Corporate Social Responsibility) และผลการดำเนินของกิจการในลักษณะ Win-Win Situation เพื่อความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

แนวคิดที่ปรากฏ เช่น ความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศอังกฤษที่พยายามเปลี่ยนผ่านความรับผิดชอบต่อสังคมจากการบริจาคคืนสู่สังคมและการให้ มาสู่การบูรณาการความยั่งยืนเข้าไปในการดำเนินธุรกิจโดยเปลี่ยนความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) มาเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน (Corporate Sustainability and Responsibility) แนวคิด Corporate Responsibility หรือ CSR ที่องค์กรจากฝั่งยุโรปนำมาใช้ มีความหมายในภาษาไทยว่า การบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ก็พยายามเคลื่อนแนวคิดจากการให้ หรือ Corporate Philanthropy มาสู่การบริหารจัดการความยั่งยืนทั้งกระบวนการในธุรกิจ แนวคิดนี้บริษัทที่ปรึกษาอย่างไพรซ์วอเตอร์เฮาส์ คูเปอร์ ก็เลือกใช้แนวทางนี้ในการให้บริการที่ปรึกษาสำหรับองค์กรธุรกิจ

จากรายงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของแมคโดนัลด์ในปี ค.ศ.2002 พบว่า ผลประโยชน์ในท้ายที่สุดที่องค์กรธุรกิจจะได้รับจากการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ มีดังต่อไปนี้ (Kotler and Lee (2005: 11-18)

1. ยอดขาย และส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มสูงขึ้น จากงานวิจัยหลายชิ้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 60-80 จะซื้อสินค้า/บริการ หรือ เปลี่ยนตราสินค้า/บริการ ด้วยเหตุจากการที่

องค์กรธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การใส่ใจทางด้านสิ่งแวดล้อม สินค้า/บริการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2. ทำให้ตำแหน่งตราสินค้ามีความเข้มแข็งขึ้น กิจกรรมทางการตลาดขององค์กรธุรกิจมีผลต่อตำแหน่งของตราสินค้า ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมทางการตลาดของบริษัทที่จะบริจาคเงินจำนวนหนึ่งเพื่อองค์กรทางด้านสิ่งแวดล้อม จากการซื้อสินค้า ย่อมแตกต่างกับกิจกรรมทางการตลาดของบริษัทที่จะแจกของแถมเป็นของเล่น จากการซื้อสินค้า

3. ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ ในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ จะมีการตีพิมพ์รายงานเกี่ยวกับองค์กรธุรกิจที่มีส่วนในการรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งทำให้องค์กรธุรกิจเหล่านั้น มีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรธุรกิจที่ปฏิบัติตามกฎหมาย และปฏิบัติมากกว่าข้อกำหนดพื้นฐานตามกฎหมาย ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในช่วงเวลาที่เกิดภาวะวิกฤตที่เกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจ

4. เพิ่มศักยภาพในการดึงดูด สร้างแรงบันดาลใจ และรักษาลูกจ้างขององค์กร การรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ นอกจากจะทำให้ลูกจ้างปัจจุบันมีความภูมิใจในองค์กรธุรกิจแล้ว ยังส่งผลให้การตัดสินใจเข้าทำงานของลูกจ้างใหม่ด้วย

5. ลดต้นทุนการบริหารจัดการ องค์กรธุรกิจบางประเภท สามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการจัดการของเสีย การรีไซเคิล การประหยัดน้ำและไฟฟ้า จากการใช้นโยบายทางด้านสิ่งแวดล้อม

6. เพิ่มความน่าสนใจต่อนักลงทุน และนักวิเคราะห์ทางการเงิน การเข้าไปมีส่วนในการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ อาจส่งผลให้มูลค่าของหุ้นสูงขึ้น เนื่องจากนักลงทุนเริ่มมีการพิจารณาถึงปัจจัยทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาลประกอบการลงทุน

Kotler and Lee (2005: 23-24) ได้เสนอแนวทางของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ 6 รูปแบบดังต่อไปนี้

1. การสนับสนุนโดยตรง (Cause Promotion) องค์กรธุรกิจมีทุน หรือทรัพยากรอื่นขององค์กรธุรกิจในการสนับสนุน และมีการเผยแพร่กิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเอง หรือผ่านเครือข่ายความร่วมมือ หรือผ่านผู้สนับสนุนร่วม

2. การทำกิจกรรมทางการตลาดที่มีความเกี่ยวข้อง (Cause-Related-Marketing) องค์กรธุรกิจกำหนดสัดส่วนของแบ่งเงินเพื่อไปใช้ในโครงการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เมื่อมีการซื้อสินค้า/ใช้บริการขององค์กรธุรกิจ โดยอาจมีการทำกิจกรรมที่มีเงื่อนไขเวลา กับสินค้าบางชนิด โดยมีการกำหนดองค์กรการกุศลชัดเจน ดังนั้น

นอกจากจะเป็นการเพิ่มยอดขายสินค้า/บริการแล้ว ยังเป็นการสร้างเครือข่ายที่ดีกับองค์กรการกุศลได้ด้วย

3. การทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Social Marketing) โดยองค์กรธุรกิจสนับสนุนโครงการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เช่น ทางด้านสาธารณสุข ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม ความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน เป็นต้น ส่วนใหญ่จะเป็นการสนับสนุนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ หรือองค์กรไม่แสวงหากำไร

4. การบริจาคเพื่อสาธารณะกุศลขององค์กรธุรกิจ (Corporate Philanthropy) องค์กรธุรกิจบริจาคโดยตรงแก่องค์กรที่ทำประโยชน์ให้แก่สังคม หรือโดยตรงต่อกิจกรรม ใดๆก็ตาม แนวทางนี้มักมีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อองค์กรธุรกิจ จึงต้องมีการวางแผนการบริจาคเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กรธุรกิจ

5. อาสาสมัครในชุมชน (Volunteering) องค์กรธุรกิจสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงาน คู่ค้า และผู้เกี่ยวข้องเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเพื่อพัฒนาชุมชน กิจกรรมประเภทนี้อาจเปิดให้เข้าร่วมเฉพาะบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไป โดยมักจะมีเครือข่ายองค์กรสาธารณะประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยสามารถเลือกกิจกรรมได้หลากหลาย แล้วแต่ความต้องการของชุมชน และขององค์กรธุรกิจ

6. การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practice) องค์กรธุรกิจปรับใช้วิธีการดำเนินธุรกิจเพื่อแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เพื่อให้ทั้งองค์กรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และปกป้องสิ่งแวดล้อม

แนวคิดของ Michael E. Porter and Mark R. Kramer (2006) สนับสนุนการสร้างสมดุลระหว่างผลการดำเนินงานของกิจการและความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งยังแสดงให้เห็นว่าการไม่สมดุลกันระหว่างผลการดำเนินงานของกิจการและความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นอาจเนื่องมาจาก 1) การวางเป้าหมายของธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมแยกจากกัน 2) ธุรกิจไม่ได้มีการวางแผนการรับผิดชอบต่อสังคมให้เหมาะสมกับกลยุทธ์ของกิจการ ดังนั้นธุรกิจจำเป็นต้องวางกลยุทธ์ในการทำความรับผิดชอบต่อสังคมโดยคำนึงถึงกลยุทธ์ของกิจการเป็นสำคัญ เมื่อปัจจัย 2 ส่วนนี้สมดุลกันกิจการจะมีการเติบโตอย่างยั่งยืน เนื่องจากธุรกิจต้องการดำเนินธุรกิจในสังคมที่สมบูรณ์ มีปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นในการสร้างงาน สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ มีสภาพการทำงานที่ดีและปลอดภัย เพื่อช่วยลดต้นทุนที่อาจเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน ในขณะที่เดียวกันสังคมก็ต้องการองค์กรต่างๆที่ประสบความสำเร็จเช่นกันเพื่อความเจริญเติบโต เพื่อการจ้างแรงงาน การเติบโตของเศรษฐกิจ และสร้างนวัตกรรมต่างๆ เพื่อชีวิตความ

เป็นอยู่ที่ดีในสังคม ดังนั้นทั้งธุรกิจและสังคมควรวางนโยบายร่วมกัน เพื่อการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย

Branco and Rodrigues (2006) กล่าวว่า กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและการเปิดเผยข้อมูลเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันรูปแบบหนึ่ง สามารถสร้างมูลค่าให้แก่องค์กร โดยให้ประโยชน์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ประโยชน์ภายในองค์กรทำให้กิจการสามารถพัฒนาทรัพยากรใหม่ ๆ และพัฒนาวิธีการดำเนินงานและสร้างเป็นวัฒนธรรมองค์กร ถือเป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนขององค์กร ประโยชน์ภายนอกองค์กรคือการสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กรผ่านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

Garrison Noreen and Brewer แปลโดย นวพร บุศยสุนทรและคณะ (2555: 22) ได้กล่าวว่าปัจจุบันบริษัทจำนวนมากได้ลงทุนเพิ่มมากขึ้นสำหรับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเนื่องด้วยเหตุผล 4 ประการคือ

1. นักลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมีสัดส่วนเงินลงทุนตลาดทุนมากถึง 2.3 แสนล้าน ดอลลาร์สหรัฐ หากบริษัทต้องการเงินลงทุนดังกล่าวบริษัทจำเป็นต้องทำให้บริษัทมีผลการดำเนินการด้านสังคมที่ดี
2. การเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงานที่ต้องการทำงานให้แก่บริษัทที่ตระหนักและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นหากบริษัทต้องการพนักงานที่มีความสามารถสูงเข้าทำงาน บริษัทต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผู้มีส่วนได้เสียในด้านต่าง ๆ
3. มีลูกค้าจำนวนมากต้องการซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
4. องค์กรสาธารณประโยชน์ (NGOs) และนักเคลื่อนไหวต่าง ๆ มีความสามารถมากขึ้นในการสร้างความเสียหายต่อชื่อเสียงของบริษัท หากบริษัทมีการเผยแพร่การกระทำที่ผิดต่อหลักสิ่งแวดล้อมและสิทธิมนุษยชนของบริษัท

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการทำความรับผิดชอบต่อสังคม จะทำให้สังคมมีความมั่นคงและทำให้องค์กรสามารถใช้ทรัพยากร ความชำนาญต่างๆ ขององค์กรเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับสังคมได้ นั่นคือทั้งองค์กรและสังคมต่างพึ่งพาซึ่งกันและกัน องค์กรใดที่สามารถสร้างการแข่งขันให้กับองค์กรได้ควบคู่กับการทำความรับผิดชอบต่อสังคม กิจกรรมนั้นก็จะเป็นกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งจะเห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ได้เป็นต้นทุน ข้อจำกัด หรือ

เป็นเพียงการบริจาค แต่เป็นการสร้างโอกาส นวัตกรรม ความแตกต่าง และข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร

การดำเนินกิจการโดยมุ่งสู่การเจริญเติบโตที่ยั่งยืนหมายถึงการจัดหาสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและการดำเนินงานโดยไม่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งกิจการต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมในทุก ๆ ส่วนทั้งภายในและภายนอกกิจการอีกด้วย จึงจะเป็นวิถีทางสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริงเพราะแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้กิจการต้องให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นผลมาจากความคาดหวังและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในทุกมิติ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555)

ประโยชน์ที่กิจการเมื่อมีแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมสู่ความยั่งยืน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2555: 19) ได้กล่าวถึงประโยชน์ที่กิจการจะได้รับหากดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

- 1) เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกิจการ โดยจะนำมาซึ่งผลกำไรสูงสุด โดยอาจมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาทั้งภายในและภายนอกกิจการ
- 2) เป็นโอกาสให้กิจการสามารถปรับปรุงความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ให้มีมุมมองที่ตรงกัน
- 3) กิจการสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสาธารณชนเพิ่มขึ้น
- 4) เป็นโอกาสให้กิจการได้มีการบริหารความเสี่ยงเพื่อสร้างความน่าสนใจในการลงทุนมากขึ้น รวมทั้งกิจการสามารถแก้ไขและลดความเสี่ยงต่าง ๆ ทั้งความเสี่ยงที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม และความเสี่ยงอื่น ๆ
- 5) กิจการสามารถปรับปรุงความน่าเชื่อถือของการดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างรับผิดชอบ มีการแข่งขันที่เป็นธรรมปราศจากการคอร์รัปชัน
- 6) ส่งเสริมให้กิจการทำการตัดสินใจดำเนินงานต่าง ๆ บนพื้นฐานของความคาดหวังของสังคม
- 7) สามารถลดต้นทุนในระบบการผลิตจากการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผลส่งผลให้มีปริมาณของเสียที่ลดลง
- 8) กิจการสามารถป้องกันหรือลดความขัดแย้งเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจจะเกิดขึ้นกับผู้บริโภค

9) กิจกรรมสามารถสร้างความจงรักภักดี การมีส่วนร่วมและขวัญกำลังใจ รวมถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยที่ดีให้กับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย

10) จัดความสามารถด้านทรัพยากรบุคคลของกิจการเพิ่มสูงขึ้น โดยจะส่งผลกระทบต่อผลทางบวกในการสรรหา จูงใจและรักษาพนักงาน

1.3 องค์ประกอบในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย 2 มิติสำคัญ ดังนี้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555: 20-23)

1.3.1 มิติภายใน

1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้ได้มาซึ่งพนักงานที่มีความสามารถ เช่น การฝึกอบรม ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ เช่น การสนับสนุนช่วงต่อระหว่างโรงเรียนมาสู่พนักงาน การสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใหม่ ๆ การให้ข้อมูลที่โปร่งใสกับพนักงานทุก ๆ ด้าน การให้ความสมดุลระหว่างงานชีวิตครอบครัวและการพักผ่อน การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมด้านการคัดเลือกเข้าทำงานรายได้และความก้าวหน้าทางการงาน โดยเฉพาะผู้หญิงและผู้พิการ การดูแลเอาใจใส่พนักงาน โดยเฉพาะผู้ที่ได้รับบาดเจ็บหรือเกิดปัญหาสุขภาพจากการงาน

2) สุขภาวะและความปลอดภัยในการทำงาน

การพัฒนาความสุข สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน เพราะพนักงานที่มีสุขภาพแข็งแรงและมีความสุขในการทำงานจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพของกิจการ ในประเทศไทยมีเทคนิคที่เรียกว่า Happy Workplace ซึ่งมีวิธีการหลายอย่างที่จะนำไปสู่การพัฒนาความสุขของพนักงานในมิติต่าง ๆ สุขภาพร่างกายที่สมบูรณ์ รวมทั้งความมั่นคงของครอบครัว นอกจากนี้ควรมีนโยบายเลือกคู่ค้าที่มีคุณธรรม และจรรยาบรรณต่อพนักงานของกิจการเพื่อเป็นการควบคุมและส่งเสริมให้คู่ค้าต้องพัฒนาตามไปด้วย เพราะการที่คู่ค้าไม่ใส่ใจสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานของลูกจ้าง จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ในทางลบให้แก่ผู้ว่าจ้างด้วย

3) การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมและการเมือง

การปรับตัวเมื่อกิจการต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในต่าง ๆ เช่น วิกฤติทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองหรือวิกฤติการณ์ภายในกิจการเอง ซึ่งกิจการต้องทำการปรับเปลี่ยนการบริหารงานเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ด้วยดี เช่น การปรับโครงสร้างองค์กร การควบรวมกิจการซึ่งอาจเกิดเลิกจ้างกิจการ ควรสร้างความร่วมมือในกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อร่วมกันแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4) การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในกิจการ

การลดการใช้ทรัพยากรคือการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด การลดปล่อยมลพิษเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นผลดีต่อกิจการในการผลิตสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นรวมทั้งเป็นการลดต้นทุนพลังงานและการจัดการของเสียต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของผลกำไร เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของกิจการในการรักษาสิ่งแวดล้อมที่จะทำให้ได้ประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

5) ธรรมเนียมปฏิบัติและความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ

การบริหารงานจัดการอย่างโปร่งใสทางการบัญชี และมีขั้นตอนการตัดสินใจต่าง ๆ ทุกระดับ ที่ชัดเจนและตรวจสอบได้ จะส่งผลต่อความเชื่อมั่นต่อกิจการ โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งต้องการความเชื่อมั่นต่อผู้ลงทุนสูง โดยนักลงทุนและผู้เกี่ยวข้องทำให้เกิดระบบการลงทุนโดยรวมที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในที่สุด

1.3.1 มิติภายนอก

1) การจัดการกับคู่ค้าและหุ้นส่วนกิจการที่รับผิดชอบต่อสังคม

กิจการควรคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทคู่ค้าและหุ้นส่วนของกิจการนั้น ๆ ด้วย เพื่อเป็นการขยายความรับผิดชอบต่อสังคมของตนไปสู่กิจการคู่ค้า ดังกล่าวให้ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่การผลิต เช่น การช่วยพัฒนาระบบการทำงานของคู่ค้าให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทค้าปลีกต่าง ๆ ไปพร้อม ๆ กับการลดต้นทุนและเพิ่มผลกำไร การเลือกคู่ค้าที่ผลิตสินค้าโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การซื้อสินค้าที่ลดการใช้หีบห่อโดยไม่จำเป็น เป็นต้น

2) การดูแลผู้บริโภค

กิจการต้องมีระบบดูแลผู้บริโภคในตลอดทั้งกระบวนการของสินค้าและบริการ ตั้งแต่การผลิตการจำหน่ายจนถึงการทิ้ง ทุกกระบวนการต้องให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพทั้งในเชิงคุณภาพ ราคา และจริยธรรม นอกจากนี้กิจการสามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการเฉพาะด้านให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค หรือออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ใช้ได้กับผู้บริโภคทุกกลุ่มรวมถึงผู้พิการที่เรียกว่า Design for all เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีอักษรเบรลล์หรือสั่งการด้วยเสียงสำหรับคนปกติและคนตาบอด การไม่ผลิตของเล่นที่มีความไม่เหมาะสม (เช่น ปืนและอาวุธ) รวมทั้งสถาบันการเงินหลายแห่งเน้นปล่อยสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Lending) โดยมีการให้ข้อมูลที่ชัดเจนครบถ้วนกับลูกค้าและให้สินเชื่อจากความสามารถในการชำระหนี้ลูกค้าและดูแลลูกค้าเมื่อประสบปัญหาทางการเงิน

3) ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง

ปกติการดำเนินงานของกิจการจะคำนึงถึงการให้ประโยชน์ต่อชุมชนอยู่แล้ว เช่น จ้างแรงงานชุมชนซึ่งนำรายได้สู่ชุมชนและเพิ่มรายได้ภาษีของพื้นที่ทำให้เกิดทุนสาธารณะที่รัฐจะสามารถนำมาสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนได้อีก นอกจากนี้กิจการต้องพึ่งพาชุมชนในรูปแบบแรงงานความร่วมมือและอื่น ๆ ดังนั้น กิจการควรช่วยเหลือด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมของชุมชนผ่านการพัฒนาเพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง ซึ่งจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการและกิจการจะได้รับความร่วมมือจากชุมชนต่อไป

4) ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม

กิจการควรทำการจัดกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ เพื่อพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคมใน ซึ่งจะเป็นการแสดงให้เห็นว่ากิจการมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงสังคมให้ดีขึ้น โดยกิจกรรมดังกล่าวควรสามารถทำการประเมินและวัดผลได้ กิจการต้องทำการวางแผนและหาพันธมิตรในการดำเนินกิจกรรมซึ่งจะส่งผลถึงภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการ และสามารถสร้างความไว้วางใจของผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย

1.4 รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

มนตรี ช่วยชู (2539) กล่าวว่า การบัญชีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการจัดทำรายงานที่แสดงผลกระทบของกิจกรรมของธุรกิจที่มีต่อสังคม เพื่อเสนอต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย แต่รูปแบบการรายงานจะขึ้นกับดุลยพินิจขององค์กรต่าง ๆ ที่จะรายงาน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2555: 158-161) ได้ให้แนวทางการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเป็นการเปิดเผยผลกระทบและผลลัพธ์ ทั้งเชิงบวกและลบต่อเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจการ อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนในช่วงเวลาที่รายงาน โดยจุดมุ่งหมายของการจัดทำรายงาน คือ

1) การเทียบเคียง (Benchmarking)

เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน โดยรายงานจะแสดงถึงระดับและคุณภาพของความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนความมีคุณธรรม การเคารพกฎหมาย การมีจรรยาบรรณ รวมถึงการดำเนินกิจกรรมจิตอาสาต่าง ๆ

2) การสาธิต (Demonstrating)

เป็นการแสดงถึงอิทธิพลที่กิจการมีและได้รับจากการคาดหวังต่าง ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

3) การเปรียบเทียบ (Comparing)

เป็นการเปรียบเทียบการปฏิบัติงานภายในกิจการและระหว่างกิจการ รวมถึงผลประกอบการเชิงคุณภาพด้านการเงิน และมูลค่าด้านอื่น ๆ ที่สำคัญต่อความยั่งยืน

รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการวัดผลการดำเนินงานของกิจการทั้งภายในและภายนอกกิจการรวมจากการเปิดเผยข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยกิจการจะให้ความสำคัญกับข้อมูลที่เปิดเผยเพื่อสะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าวอย่างครบถ้วน ข้อมูลดังกล่าวยังมีประโยชน์เพื่อใช้ในการสอบทานว่ากิจการได้ดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมบรรลุเป้าหมายตามแผนงานที่วางไว้หรือไม่ แม้ว่า การรายงานสามารถทำได้หลากหลายลักษณะ รายงานที่ดีควรสะท้อนแผนงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่วางไว้ และมีกระบวนการรายงานที่ต่อเนื่อง เพื่อสามารถนำจุดบกพร่องจากดำเนินงานไปปรับปรุงการทำงานได้ในระหว่างปี และควรมีการรายงานสั้น ๆ ระหว่างปีตามกิจกรรมและตัวชี้วัดของกิจการ

การเตรียมการรายงานระดับภายในกิจการอาจใช้ Balanced Scorecard ซึ่งบางกิจการทำอยู่ โดยสามารถนำตัวชี้วัดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่กำหนดขึ้น มาเชื่อมโยงกับแผนที่ยุทธศาสตร์ของกิจการ โดยใช้มุมมองพื้นฐาน 4 ด้านคือ การเงิน กระบวนการกิจการ ลูกค้า การเรียนรู้และเติบโต ซึ่งกิจการต้องนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาบูรณาการกับการบริหาร

และทำการวัดผลการดำเนินงานในมุมมองทั้ง 4 ด้าน เช่น การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการลดคาร์บอน ในกิจการแก่พนักงานและผู้บริหาร โดยผ่านการให้ความรู้ด้านการประหยัดพลังงาน พร้อมทั้งเพิ่มความเข้าใจด้านการใช้พลังงานทดแทน มิติด้านการเรียนรู้นี้ย่อมนำไปสู่การผลิตและบริการที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม และเชื่อมโยงสู่มิติด้านกระบวนการกิจการ หากมีการสื่อสารสิ่งนี้สู่มิติด้านลูกค้า ก็ย่อมทำลูกค้าพึงพอใจสินค้าและบริการมากขึ้น นำไปสู่รายได้ที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งสามารถลดรายจ่ายอันเกิดจากการประหยัดพลังงานหรือการใช้พลังงานทดแทนได้ในมิติด้านการเงิน เป็นต้น โดยนอกจากการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมโดยใช้เครื่องมือ Balanced Scorecard ทั้งสี่มุมมองซึ่งเป็นการรายงานภายในกิจการแล้ว ยังมีแนวทางรายงานไปยังผู้มีส่วนได้เสียของ Global Reporting Initiative (GRI) ที่เรียกว่า การรายงานแห่งความยั่งยืน (Sustainability Reporting) ซึ่งมองความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการว่าเป็นไปเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนระหว่างกิจการ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่ง GRI ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการคัดเลือก บริษัทเข้าสู่ดัชนีที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนที่รับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Investing - SRI) แต่อย่างไรก็ตามขึ้นกับความสมัครใจของกิจการไม่ใช่มาตรฐานที่ใช้บังคับแต่อย่างใด (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555)

1.4.1 การกำหนดเนื้อหารายงาน

เนื้อหารายงานจะมีความครบถ้วนหรือไม่ อาจดูได้จากเป้าหมายและประสิทธิภาพของกิจการ ความคาดหวังที่สมเหตุผลและประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2555: 161-163) ได้ระบุว่าการกำหนดเนื้อหารายงานมี 4 ประการ ดังนี้

1) สารัตถภาพ (Materiality)

การเลือกข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจการ ข้อมูลในรายงานควรครอบคลุมประเด็นเนื้อหาและตัวชี้วัดที่สะท้อนผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของกิจการทั้งทางบวกและลบอย่างมีนัยสำคัญ หรือมีเนื้อหาที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย โดยเนื้อหาที่ส่งผลกระทบดังกล่าวควรวัดได้เพื่อจัดลำดับความสำคัญของประเด็นต่าง ๆ ไม่ให้มีเนื้อหามากเกินไป รวมทั้งควรแสดงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ที่มีความสำคัญได้แก่ ความท้าทายของกลุ่มอุตสาหกรรมหรือบริการเดียวกัน กฎหมาย กฎระเบียบ และข้อตกลงที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2) การเกี่ยวข้องของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Inclusiveness)

การอธิบายถึงวิธีการดำเนินงานต่างๆ เพื่อผลประโยชน์แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยอธิบายถึงกระบวนการตอบสนองความคาดหวังหรือผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีเหตุผล ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของรายงานอย่างยั่งยืน

3) บริบทความยั่งยืน (Sustainability Context)

กิจการควรรายงานเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน หมายถึง การแสดงความเข้าใจต่อสถานการณ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมในระดับท้องถิ่นระดับประเทศและในระดับโลก กิจการควรรายงานความก้าวหน้า ผลกระทบในเนื้อหาของความท้าทายซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงผลเปรียบเทียบด้านต่าง ๆ และความก้าวหน้าของกิจการในเรื่องนั้นๆ เช่น การพัฒนาคุณภาพการศึกษาของชุมชนควรรายงานภาพรวมคุณภาพการศึกษาของชุมชนนั้น ๆ จึงจะมีประโยชน์กับทั้งชุมชนและกิจการเอง หรือผลจากการลดการใช้พลังงานของกิจการเปรียบเทียบกับกลุ่มบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกัน ข้อมูลเชิงบริบทควรมีที่มาน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับทั่วไป รวมทั้งกิจการควรอธิบายนโยบายของกิจการในภาพรวมที่มีผลเชื่อมโยงประเด็นด้านความยั่งยืนและตัวชี้วัดต่าง ๆ ให้ชัดเจนด้วย

4) ความสมบูรณ์ (Completeness)

การรายงานที่ครอบคลุมหัวข้อ ตัวชี้วัด และการกำหนดขอบเขต เพื่อสะท้อนผลกระทบที่มีนัยสำคัญด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม ควรชี้แจงเหตุผลให้เข้าใจได้อย่างเหมาะสม โดยยึดตามหลักการของความถูกต้องแม่นยำ (Accuracy) และความสมดุล (Balance) ให้ข้อมูลเพียงพอต่อการตรวจสอบ ไม่ปิดบังข้อมูลที่มีความสำคัญ ให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถประเมินการปฏิบัติงานของกิจการในรอบระยะเวลาได้

1.4.2 การกำหนดคุณภาพของรายงาน

เพื่อให้การรายงานมีคุณภาพและมีนำเสนออย่างเหมาะสม กระบวนการจัดเตรียมสารสนเทศในรายงานจึงมีความสำคัญเพื่อให้ข้อมูลที่มีคุณภาพแก่ผู้มีส่วนได้เสีย สามารถประเมินการปฏิบัติงานได้อย่างสมเหตุผล ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2555: 163-164) ซึ่งประกอบด้วย

1) ความสมดุล (Balance)

รายงานควรสะท้อนมุมมองทั้งทางบวกและทางลบจากการดำเนินงานของกิจการโดยไม่ปิดบังหรือบิดเบือนข้อมูล หรือใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลซึ่งอาจทำให้ผู้อ่านเข้าใจผิด เพื่อให้สามารถประเมินผลกิจการในภาพรวมได้อย่างสมเหตุผล ทราบว่ากิจการต้องพัฒนาเรื่องใดต่อไปอย่างต่อเนื่องในแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

2) ความชัดเจน (Clarity)

สารสนเทศที่รายงานควรทำในรูปแบบที่ผู้มีส่วนได้เสียจะสามารถเข้าใจและเข้าถึงได้

3) ความแม่นยำ (Accuracy)

สารสนเทศที่รายงานควรมีความถูกต้อง แม่นยำและมีรายละเอียดในเรื่องต่าง ๆ อย่างครบถ้วนเพียงพอสำหรับผู้มีส่วนได้เสียทุก ๆ กลุ่มที่ต้องการประเมินการปฏิบัติงานของกิจการ

4) ความเหมาะสมกับเวลา (Timeliness)

สารสนเทศที่รายงานควรเกิดขึ้นตามตารางปกติ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียใช้ในการตัดสินใจตามเวลาที่ต้องการ

5) ความสามารถเปรียบเทียบ (Comparability)

สารสนเทศที่รายงานควรจะนำเสนอในรูปแบบที่ผู้มีส่วนได้เสียจะสามารถวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงในการปฏิบัติงานของกิจการได้ และสามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลกับกิจการอื่น

6) ความน่าเชื่อถือ (Reliability)

สารสนเทศที่รายงานต้องมีกระบวนการที่ใช้ในการจัดเตรียมตั้งแต่การเก็บรวบรวม บันทึก แปล วิเคราะห์และเปิดเผยในวิธีที่สามารถตรวจสอบได้ เพื่อคุณภาพของสารสนเทศ

1.4.3 การกำหนดขอบเขต

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน เป็นการพิจารณาว่า การรายงานควรจะรวมบริษัทย่อย บริษัทร่วมทุน บริษัทลูก หรืออื่น ๆ หรือไม่ ในรายงานควรรวมกิจการที่อยู่ในการควบคุมของกิจการ หรือกิจการที่กิจการมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทั้งภายในและผ่านความสัมพันธ์กับตัวคนอื่นที่หลากหลาย เช่น โซ่อุปทานหรือหน่วยกระจายสินค้าและลูกค้า เป็นต้น เนื่องจากกิจการสามารถเข้าไปควบคุมหรือมีส่วนร่วมในการวางนโยบายทางการเงินและการดำเนินงานในกิจการดังกล่าวได้ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2555: 164-165)

1.4.3 ความครอบคลุมของเนื้อหา

การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน สามารถรวมหรือแยกต่างหากจากรายงานประจำปี โดยรูปแบบกิจการอาจกำหนดเองหรือใช้รูปแบบที่สากลยอมรับ และควรครอบคลุมเนื้อหาต่อไปนี้ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2555: 165-166) เป็นอย่างน้อย

ข้อมูลที่กำหนดบริบทรวมสำหรับความเข้าใจการดำเนินงานของกิจการ

1) วิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของกิจการ

ข้อมูลเกี่ยวกับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของกิจการมีความสัมพันธ์กับความยั่งยืน โดยข้อมูลส่วนนี้จะทำให้ผู้อ่านสามารถทราบแนวทางการดำเนินงานของกิจการในระยะยาว มากกว่าแค่การสรุปเนื้อหาของรายงาน เช่น แดลงการณ์จากผู้บริหารระดับสูงเกี่ยวกับความยั่งยืนที่มีต่อกิจการ ข้อมูลผลกระทบที่สำคัญ ความเสี่ยงและโอกาส

2) ประวัติย่อของกิจการ (Organizational Profile)

ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการเช่น ชื่อกิจการ สินค้าและบริการ แปรนด์สำคัญ โครงสร้างกิจการ ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ จำนวนประเทศที่ทำการ ประเภทของกิจการ จำนวนพนักงานยอดขาย ทุน เป็นต้น

3) ปัจจัยกำหนดรายงาน (Report Parameters)

ประวัติย่อของการรายงาน ขอบเขตการรายงาน คัดสรรเนื้อหา GRI และการรับรองรายงาน

4) การกำกับดูแลกิจการ พันธสัญญาและการมีส่วนร่วม (Governance, Commitments and Engagement)

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ พันธสัญญากับความ
ริเริ่มภายนอกและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

1.4.4 ข้อมูลการดำเนินงาน (Management Approach)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2555: 165-169) ได้สรุปข้อมูลการ
ดำเนินงานในรายงานแห่งความยั่งยืนไว้ดังนี้

1.4.4.1 การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

เน้นข้อมูลผลกระทบของกิจการต่อเงื่อนไขทางเศรษฐกิจของผู้มี
ส่วนได้เสีย ระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศและระดับโลก ระบุตัวชี้วัดที่แสดงถึง
การไหลหรือการเคลื่อนย้ายทุนระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย ผลกระทบทางเศรษฐกิจหลักของกิจการที่มี
ต่อสังคม การเปิดเผยแนวทางการปฏิบัติงานทางเศรษฐกิจ การตลาดและผลกระทบทางเศรษฐกิจ
ทางอ้อม

1.4.4.2 การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย

นโยบายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย
กระบวนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การฟื้นฟูระบบนิเวศ หรือธรรมชาติที่เสื่อมโทรม ที่เกิดจาก
กระบวนการผลิตหรือการดำเนินงานของกิจการ กระบวนการจัดการของเสียและวัสดุเหลือใช้จาก
กระบวนการผลิต การผลิตผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีมิติด้านสิ่งแวดล้อม
ของความยั่งยืนจะเน้นผลกระทบของกิจการต่อระบบธรรมชาติ ระบบนิเวศวิทยา ปัจจัยนำเข้า (เช่น
วัสดุ พลังงานน้ำ) และผลผลิต (เช่น การปล่อยมลพิษ ของเสีย น้ำทิ้ง) รวมทั้งความสัมพันธ์กับความ
หลากหลายทางชีวภาพ ข้อบังคับทางสิ่งแวดล้อมและสารสนเทศอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่าใช้จ่าย
ด้านสิ่งแวดล้อม และผลกระทบของสินค้าและบริการ การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมประกอบ
ด้วยวัสดุ พลังงานน้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพ การปล่อยมลพิษ น้ำเสีย สินค้าและบริการ การ
ทำตามข้อบังคับ การขนส่งโดยภาพรวม เป็นต้น

1.4.4.3 การดำเนินงานด้านสังคม

นโยบายด้านแรงงานและพนักงาน เกี่ยวกับความปลอดภัยใน
สถานที่ทำงาน การฝึกอบรม การพัฒนาชุมชนสังคมโดยรอบที่ตั้งของกิจการ มีการให้ข้อมูล
เกี่ยวกับผลกระทบของกิจการต่อระบบสังคม ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานทางสังคมควรกำหนดมุมมอง
การปฏิบัติงานทางแรงงาน สิทธิมนุษยชน สังคมและความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์

1.4.4.4 การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

การนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ และมูลค่าเพิ่มต่อกิจการด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อชี้ให้เห็นว่ากิจการมีความรับผิดชอบต่อสังคม และจำทำให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืน

1.4.4.5 เรื่องอื่น ๆ ที่ควรคำนึงในการจัดทำรายงาน

- 1) ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและหลีกเลี่ยงข้อมูลที่ไม่จำเป็น
- 2) สรุปผลการดำเนินงาน ทั้งด้านบวกและด้านลบตามข้อเท็จจริง
- 3) ให้ระบุแหล่งที่มาของข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำมาเปิดเผยในรายงาน
- 4) ใช้รายงานเป็นตัวเทียบเคียงผลการปฏิบัติงานของกิจการ รวมทั้งใช้การรายงานกิจกรรมต่างๆ ของกิจการว่ามีความสัมพันธ์กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- 5) จัดช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลาย เช่น จัดทำรายงานทั้งในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 6) จัดประชุมร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียและจัดทำข้อมูลอธิบายถึงกิจกรรมของกิจการที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม และมีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของบริษัท

1.5 การบัญชีสิ่งแวดล้อม

การบัญชีสิ่งแวดล้อม หมายถึง การบัญชีที่แสดงสารสนเทศเกี่ยวกับผลกระทบของสิ่งแวดล้อม และผลการปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารสิ่งแวดล้อมของธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ (ดวงมณี โกมารทัต, 2545) โดยการบัญชีสิ่งแวดล้อมเป็นวิวัฒนาการทางการบัญชีสมัยใหม่ซึ่งตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โดยการนำเอาแนวคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมาประยุกต์กับหลักการทางบัญชี เพื่อแสดงให้เห็นถึงบทบาทและความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อสิ่งแวดล้อมในการเปิดเผยข้อมูล การนำเสนอรายงานและมาตรฐานการบันทึกข้อมูลให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถรับรู้รวมทั้งตอบสนองและกระตุ้นการปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม (ศิลปพร ศรีจันทเพชร, 2552)

พฤษภา พึงจิตต์ประไพ (2551) กล่าวว่า การบัญชีสิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอาจมีสาเหตุสำคัญ 2 ประการคือ

1. ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาธุรกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ประสิทธิภาพด้านต้นทุน มูลค่าของสินทรัพย์ หนี้สินที่อาจเกิดขึ้นและความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมของกิจการ นักบัญชีเองซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในระบบสารสนเทศจึงจ้องเข้ามีส่วนร่วมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้
2. ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นที่ควรนำมาตรวจสอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะปัจจุบันที่ประชาชนเรียกร้องให้หน่วยงานของรัฐเข้ามาทำหน้าที่ตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อมในกิจการต่าง ๆ อย่างจริงจัง ดังนั้นการบัญชีสิ่งแวดล้อมได้มีการขยายขอบเขตของการตรวจสอบ แม้ว่าการตรวจสอบสภาพแวดล้อมจะไม่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบบัญชีแบบดั้งเดิม แต่เนื่องจากปัจจุบันมีความต้องการในการตรวจสอบดังกล่าวมากขึ้น นักบัญชีจำเป็นต้องมีทักษะและประสบการณ์ในเรื่องนี้เพื่อลดความเสี่ยงภัยด้านสิ่งแวดล้อมของกิจการ

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันแม้ว่าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยยังไม่มีกฎข้อบังคับในการรายงานด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แต่มีหลายบริษัทที่เริ่มมีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้นไปตามลักษณะของการประกอบธุรกิจ โดยส่วนใหญ่ทำการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรต่อสาธารณชน

1.5.1 การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการดำเนินธุรกิจเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจแบบยั่งยืน โดย ศุภมิตร เตชะมนตริกุล (2542) อ้างถึงใน พฤษภา พึงจิตต์ประไพ (2551) ได้กล่าวถึงแนวคิดและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในประเทศที่พัฒนาแล้วและในประเทศไทยดังนี้

1. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน โดยมีการดำเนินการเช่น
 - ใช้ทรัพยากรที่สามารถนำมาใช้ใหม่ได้แทนทรัพยากรที่ไม่สามารถนำมาใช้ใหม่
 - ใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความมั่นคงทางนิเวศวิทยา และด้านการเพิ่มพูนทักษะ
 - ออกแบบระบบการผลิตที่จะทำให้เกิดของเสียน้อยที่สุด

- ลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถซ่อมได้ง่ายและสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้
- เพิ่มการใช้บริการที่ไม่สิ้นเปลืองพลังงานหรือวัตถุดิบจำนวนมาก แต่สามารถช่วยให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น

2. การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในเชิงบริหารและในเชิงการตรวจสอบ

ในเชิงบริหาร มี 3 แนวทางคือ

- การลดจำนวนของเสีย (Reduce)
- การนำกลับมาใช้ใหม่ โดยนำสิ่งที่ใช้ประโยชน์แล้วมาใช้ใหม่ (Reuse)
- การนำกลับมาใช้ใหม่ โดยการส่งไปผลิตเพื่อทำให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle)

ในเชิงการตรวจสอบ สามารถแบ่งเป็น 8 เรื่องขึ้นกับวัตถุประสงค์การตรวจสอบและชนิดของความเสียหาย

- การตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย เช่นการสอบทานการดำเนินงานที่อาจกระทบต่อ อากาศ น้ำ ที่ดิน และน้ำเสีย
- การตรวจสอบระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อป้องกันภาวะค่าใช้จ่ายเพื่อแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในอนาคต
- การตรวจสอบความถูกต้องอย่างละเอียดหรือการตรวจสอบรายการธุรกิจเพื่อประเมินความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม หนี้สินที่ดิน หรือสถานที่ก่อนการได้มาของอสังหาริมทรัพย์
- การตรวจสอบสถานที่ที่ใช้กำจัด เก็บรักษาและบำรุงวัตถุของเสียที่เป็นอันตราย
- การตรวจสอบการป้องกันมลภาวะ การออกแบบเพื่อลดของเสียตามแหล่งต่าง ๆ
- การตรวจสอบการบันทึกหนี้สินเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นการประเมินปัญหาต่าง ๆ ที่จะก่อหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมที่ต้องบันทึกบัญชีหนี้สิน
- การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ เพื่อกำหนดว่าต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อก่อให้เกิดสิ่งแวดล้อมที่ดี ยืนยันว่ามีการค้นพบและมีข้อจำกัดอะไรบ้างในการใช้สารเคมีและตัวผลิตภัณฑ์นั้นหรือไม่
- การตรวจสอบด้านนิเวศน์

3. การจัดการสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย แบ่งเป็นการจัดการมลภาวะทางน้ำ มลภาวะทางอากาศ และมลภาวะทางเสียง

มลภาวะทางน้ำ

ปัญหาส่วนใหญ่คือการขาดแคลนระบบการกำจัดที่เหมาะสมและเพียงพอ ทำให้โรงงานต่าง ๆ ต้องสร้างระบบกำจัดของเสีย ซึ่งตามกฎหมายที่ออกโดยกระทรวงอุตสาหกรรมตามพระราชบัญญัติสิ่งแวดล้อมปี 2535 อุตสาหกรรมบางแห่งต้องส่งของเสียไปทำการบำบัดที่ศูนย์กลางก่อนทำการปล่อยลงสู่แหล่งน้ำ

มลภาวะทางอากาศ

แหล่งมลภาวะทางอากาศมาจากการแผ่กระจายของสารพิษที่มาจากยานพาหนะและอุตสาหกรรมแหล่งใหญ่ๆ ที่ก่อให้เกิดสารพิษ โดยรัฐบาลได้ออกกฎหมายเพื่อลดปัญหาทางอากาศ เช่น การใช้เครื่องเปลี่ยนเร่งปฏิกิริยา การใช้ก๊าซธรรมชาติแทนน้ำมันเบนซิน การควบคุมและตรวจสอบระดับการปล่อยสารพิษจากโรงงาน เป็นต้น

มลภาวะทางเสียง

ส่วนใหญ่เกิดจากรถยนต์ เครื่องบิน และโรงงานอุตสาหกรรม โดยพบว่าในโรงงานบางแห่งให้พนักงานใช้เครื่องเสียงลดความเสี่ยงจากเสียง

1.5.2 มาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม

กชกร เกลิมกาญจนา (2552) ได้สรุปเกี่ยวกับมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Standards) ไว้ว่าเป็นมาตรฐานที่จัดทำขึ้นโดยองค์การมาตรฐานสากล (International Organization for Standardization : ISO) เพื่อให้กิจการต่าง ๆ ตระหนักถึงความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงปัจจัยและผลของสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ และการบริการของตนเองทั้งในอดีต ปัจจุบันและอนาคต ส่งเสริมในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและป้องกันมลพิษควบคู่ไปกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การค้า และการอุตสาหกรรม โดยจะมีการปรับปรุงให้ดีขึ้นเป็นลำดับ

มาตรฐานดังกล่าวสามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ

1. การประเมินผลองค์กร

- ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Systems: EMS) (ISO 14001,14004)

- การตรวจติดตามประเมิน (Environmental Auditing: EA) (ISO 14010 ถึง 12)
 - การประเมินผลด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Performance Evaluation : EPE) (ISO 14031)
2. การประเมินผลผลิตภัณฑ์
- ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Systems: EMS) (ISO 14001)
 - ฉลากผลิตภัณฑ์สิ่งแวดล้อม (Environmental Labeling : EL) (ISO 14020 ถึง 24)
 - ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ (Environmental Aspects in Product Standards: EAPS) (ISO 14060)

1.5.3 การบริหารต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อม

กชกร เฉลิมกาญจนา (2552) สรุปไว้ว่ารูปแบบของต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเลยหรือเรียกว่าสูญเสียเป็นศูนย์นั่นเอง โดยการทำลายหมายถึง การก่อมลภาวะ เช่นการปล่อยรังสี ปล่อยก๊าซบรรยากาศ และหมายรวมโดยทางอ้อม คือ ใช้พลังงานและวัตถุดิบเกินจำเป็นด้วย

นอกจากนั้นยังสรุปว่า ต้นทุนคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นเพื่อไม่ให้มีกิจกรรมที่ทำลายสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสร้างสิ่งใหม่ๆ ถ้าเกี่ยวข้อง โดยสามารถแยกต้นทุนด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. ต้นทุนการป้องกันด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Prevention Costs) คือ ต้นทุนเพื่อป้องกันการเกิดของเสีย หรือเกิดการปนเปื้อน เช่น การเลือกเครื่องมือเพื่อใช้ในการป้องกันการปนเปื้อน การอบรมพนักงาน การศึกษาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การรีไซเคิลผลิตภัณฑ์ และการทำ ISO 14001
2. ต้นทุนการตรวจสอบสิ่งแวดล้อม (Environmental Detection Costs) คือ ต้นทุนเพื่อกิจกรรมตรวจพิจารณากระบวนการผลิต ตรวจผลิตภัณฑ์ และตรวจทุกกิจกรรมในองค์กรว่าเป็นไปตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อมหรือไม่ ซึ่งอาจอ้างอิงจาก 1) กฎหมาย 2) มาตรฐาน ISO 14001 3) นโยบายสิ่งแวดล้อมซึ่งกำหนดโดยผู้บริหาร ตัวอย่างต้นทุนการตรวจสอบสิ่งแวดล้อม เช่น การพัฒนาวิธีตรวจวัด การหาวิธีทดสอบความปนเปื้อน การตรวจสอบผู้รับช่วงผลิตที่เกี่ยวข้องเป็นต้น

3. ต้นทุนความผิดพลาดภายในด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Internal Failure Costs) คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้น เมื่อมีการปนเปื้อนหรือมีของเสียเกิดขึ้น และยังไม่ปล่อยสู่สิ่งแวดล้อม ต้นทุนที่เกิดขึ้นจะเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการไม่ทำการปนเปื้อนหรือของเสียที่เกิดขึ้นกระจายสู่สิ่งแวดล้อม หรือเพื่อลดระดับการกระจายสิ่งปนเปื้อนหรือของเสียที่เกิดขึ้นกระจายสู่สิ่งแวดล้อม หรือเพื่อลดระดับการกระจายสิ่งปนเปื้อนหรือของเสียที่เกิดขึ้นกระจายสู่สิ่งแวดล้อมให้อยู่ในมาตรฐาน ตัวอย่างต้นทุนที่เกิดขึ้น เช่น ต้นทุนเกี่ยวกับการจัดทำเครื่องมือกำจัดหรือลดทอนการทำลายสิ่งแวดล้อม การทำลายวัตถุมีพิษ เป็นต้น
4. ต้นทุนความผิดพลาดภายนอกด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental External Failure Costs) คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นหลังจากมีการปล่อยสิ่งปนเปื้อนหรือของเสียที่เกิดขึ้นออกสู่สิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 1) กลุ่มที่เห็นได้ชัด โดยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจะเป็นค่าใช้จ่ายขององค์กร และ 2) กลุ่มที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน หรือต้นทุนทางสังคม โดยจะเป็นภาระค่าใช้จ่ายขององค์กรอื่น ๆ หรือค่าใช้จ่ายของการดูแลสังคม

1.6 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory)

ทฤษฎีนี้มองธุรกิจว่ามีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียหลายฝ่ายซึ่งอยู่ในฐานะกลุ่มของบรรดาปัจเจกชนที่มีความสัมพันธ์กัน มีความเชื่อมโยงต่อกันทั้งที่มองเห็นและมองไม่เห็น และสามารถส่งผลกระทบและได้รับผลกระทบจากความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร (Roberts, 1992 อ้างถึงใน จอมขวัญ รัชตะวรรณ, 2549)

แนวคิดนี้สนับสนุนให้ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุก ๆ กลุ่มไม่เพียงแต่เจ้าของและผู้ถือหุ้น เช่น เจ้าหน้าที่ ลูกค้า หน่วยงานกำกับทางกฎหมาย พนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่และสังคมซึ่งมุมมองในการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม เพราะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกๆ กลุ่มเหล่านี้มีความสำคัญต่อบริษัท อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติธุรกิจไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกๆ กลุ่มได้ ธุรกิจจะตอบสนองความต้องการต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มที่มีความสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อธุรกิจมากกว่าก่อนกลุ่มอื่น (Donaldson and Preston, 1995 อ้างถึงใน มัทนชัย สุทธิพันธุ์, 2555) โดยใช้การเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจ เช่น การเปิดเผยข้อมูลอย่างสมัครใจเกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

หลักการสำคัญของทฤษฎีนี้คือ ธุรกิจที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มาก ธุรกิจจะได้การยอมรับจากสังคม และมีส่วนช่วยให้บรรดาคู่แข่งใน

การดำเนินกิจการอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ธุรกิจต้องดำเนินการตอบสนองความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

ผลการวิจัยหลายงานศึกษาพบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของกิจการกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม จอมขวัญ รัชตะวรรณ (2549) บุรณภพ สมเศรษฐ์ และคณะ (2556) สุนีย์ วัฒนะ (2556) ณิชวรรณ วิชัยดิษฐ และคณะ (2555) Hossain, Perera and Rahman (1995) Brammer and Pavelin (2006) Lui and Anbumozhi (2009) Hossain และคณะ (1995) รวมทั้งจากการศึกษาของ Trotman and Bradley (1981), Meek และคณะ (1995), Williams (1999) และ Zoysa and Wijewardena (2003) (อ้างถึงใน อติสรา ผลาวรรณ, 2547) พบว่า บริษัทที่มีขนาดใหญ่จะมีการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมมากกว่าบริษัทที่มีขนาดเล็ก เนื่องจากบริษัทที่มีขนาดใหญ่มีต้นทุนในการจัดทำข้อมูลต่ำกว่าบริษัทขนาดเล็ก รวมทั้งบริษัทขนาดใหญ่จะมีความเสียเปรียบในการแข่งขันจากการที่ไม่เปิดเผยข้อมูลหรือเปิดเผยข้อมูลต่ำกว่าบริษัทขนาดเล็ก และ Trotman และ Bradley (1981) (อ้างถึงใน อติสรา ผลาวรรณ, 2547) พบว่าต้นทุนในการเผยแพร่ข้อมูลของกิจการขนาดเล็กจะสูงกว่าองค์กรขนาดใหญ่ และบริษัทขนาดใหญ่ต้องเผชิญกับแรงผลักดันที่จะแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้เกิดการยอมรับจากสาธารณชน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จูตีมา กิ่งแก้ว (2555) และ Murcia and Santos (2012) ซึ่งไม่พบความสัมพันธ์ของ ขนาด กิจการกับการเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจในมุมมองด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

โดยการศึกษาขนาดของกิจการวัดจากยอดสินทรัพย์รวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายท่าน เช่น บุญทริกา ใจกระจ่าง (2546), พุกษา พึ่งจิตต์ประไพ (2551), จูตีมา กิ่งแก้ว (2555), สุนีย์ วัฒนะ (2556), Haniffa and Cooke (2005) เป็นต้น

นอกจากนี้การเปิดเผยข้อมูลอาจจะเพิ่มตามขนาดของกิจการ เพราะแรงจูงใจในการใช้ข้อมูลจำนวนมากของกิจการ การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์จะเพิ่มขึ้นตามขนาดองค์กรเพื่อลดต้นทุนด้านกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นจากมูลค่าความเสียหายจากการฟ้องร้องหากองค์กรได้สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

1.7 ตัวชี้วัดการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

จูตีมา กิ่งแก้ว (2555) ได้ศึกษางานวิจัยของ Murcia and Santos (2010), Brammer and Pavelin (2006) และ Murcia and Souza (2008) และได้ทำการวัดการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม 7 หมวดใหญ่ และ 29 หมวดย่อย ดังนี้

การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

1. การเปิดเผยนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม
 - 1.1 กำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม
 - 1.2 กำหนดเป้าหมาย จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ด้านสิ่งแวดล้อม
 - 1.3 การปฏิบัติตามใบอนุญาต กฎหมาย และหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อม
 - 1.4 ความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อม
 - 1.5 รางวัลด้านสิ่งแวดล้อม
2. การเปิดเผยการจัดการและการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อม
 - 2.1 การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
 - 2.2 ได้รับมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14000)
 - 2.3 การตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อม
3. การเปิดเผยผลกระทบของผลิตภัณฑ์และบริการต่อสิ่งแวดล้อม
 - 3.1 ของเสีย
 - 3.2 บรรจุภัณฑ์
 - 3.3 การนำกลับมาใช้ใหม่
 - 3.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
 - 3.5 การใช้น้ำในอย่างมีประสิทธิภาพ
 - 3.6 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
 - 3.7 การฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมที่ได้รับผลกระทบ
4. การเปิดเผยข้อมูลด้านพลังงาน
 - 4.1 การอนุรักษ์พลังงานและใช้พลังงานดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ
 - 4.2 นำของเสียเพื่อเป็นพลังงานในการผลิต
 - 4.3 พัฒนาแหล่งพลังงานแห่งใหม่
5. การเปิดเผยข้อมูลด้านการเงินเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
 - 5.1 การลงทุนเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
 - 5.2 ค่าใช้จ่ายและต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อม
 - 5.3 หนี้สินด้านสิ่งแวดล้อม
 - 5.4 คำอธิบายของการปฏิบัติทางบัญชีสำหรับประเด็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม
 - 5.5 การประกันภัยด้านสิ่งแวดล้อม
 - 5.6 สิทธิทรัพย์สินด้านสิ่งแวดล้อม

6. การเปิดเผยข้อมูลวิจัยและการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม
 - 6.1 การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม
 - 6.2 การวิจัยด้านสิ่งแวดล้อม
7. การเปิดเผยข้อมูลอื่น ๆ ด้านสิ่งแวดล้อม
 - 7.1 การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืน
 - 7.2 การจัดการป่าไม้
 - 7.3 การตระหนักถึงความหลากหลายทางชีวภาพ

Murcia and Santos (2012) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศบราซิล โดยได้ศึกษาผลงานวิจัยจำนวน 27 เรื่อง ตั้งแต่ปี 1978 ถึงปี 2008 และได้สรุปตัวชี้วัดการเปิดเผยข้อมูลทางสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้ดังนี้

1. การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคม ประกอบด้วย
 1. ข้อมูลทางการเงินเกี่ยวกับกิจกรรมทางสังคม
 - 1.1 รายงานมูลค่าเพิ่ม
 - 1.2 การกระจายคุณค่าสู่สังคม
 - 1.3 การลงทุนเพื่อสังคม
 - 1.4 ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมเพื่อสังคม
 2. ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ
 - 2.1 รายงานเกี่ยวกับข้อบังคับด้านความปลอดภัย
 - 2.2 การร้องเรียนต่อผลิตภัณฑ์และบริการ
 3. ข้อมูลพนักงาน
 - 3.1 จำนวนพนักงาน
 - 3.2 เงินเดือนพนักงาน
 - 3.3 ผลประโยชน์พนักงาน
 - 3.4 ความพึงพอใจของพนักงาน
 - 3.5 ข้อมูลคนกลุ่มน้อยในองค์กร
 - 3.6 การพัฒนาพนักงานโดยการศึกษาและการอบรม
 - 3.7 ความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน
 - 3.8 อุบัติเหตุในสถานที่ทำงาน
 - 3.9 ความสัมพันธ์กับสหภาพแรงงาน

2. การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

1. นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม
 - 1.1 นโยบายสิ่งแวดล้อม
 - 1.2 เป้าหมาย จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ด้านสิ่งแวดล้อม
 - 1.3 การปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม
 - 1.4 ความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อม
 - 1.5 รางวัลด้านสิ่งแวดล้อม
2. การจัดการและการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อม
 - 2.1 การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
 - 2.2 ISO 14000
 - 2.3 มีการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อม
3. ผลกระทบของผลิตภัณฑ์และบริการต่อสิ่งแวดล้อม
 - 3.1 ของเสียจากกระบวนการผลิต
 - 3.2 การบรรจุผลิตภัณฑ์
 - 3.3 การนำกลับมาใช้ใหม่
 - 3.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
 - 3.5 ประสิทธิภาพการใช้น้ำในองค์กร
 - 3.6 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
 - 3.7 การฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมที่ได้รับความเสียหาย
4. พลังงาน
 - 4.1 การอนุรักษ์พลังงานและการใช้พลังงานในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ
 - 4.2 การใช้ของเสียมาใช้เป็นพลังงานในกระบวนการผลิตใหม่
 - 4.3 การพัฒนาแหล่งพลังงานทดแทนแห่งใหม่
5. ข้อมูลทางการเงินเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
 - 5.1 การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม
 - 5.2 ต้นทุนและค่าใช้จ่ายด้านสิ่งแวดล้อม
 - 5.3 หนี้สินด้านสิ่งแวดล้อม
 - 5.4 ข้อมูลทางการเงินเกี่ยวกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม
 - 5.5 การประกันภัยด้านสิ่งแวดล้อม
 - 5.6 สิทธิทรัพย์สินด้านสิ่งแวดล้อม

6. การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
 - 6.1 การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม
 - 6.2 การวิจัยด้านสิ่งแวดล้อม
7. ข้อมูลเกี่ยวกับคาร์บอนเครดิต
 - 7.1 กลไกการพัฒนาที่สะอาด
 - 7.2 คาร์บอนเครดิต
 - 7.3 การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
 - 7.4 การซื้อขายคาร์บอนเครดิต
8. ข้อมูลอื่น ๆ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
 - 8.1 การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืน
 - 8.2 การจัดการป่าไม้
 - 8.3 การตระหนักถึงความหลากหลายทางชีวภาพ
 - 8.4 ผู้มีส่วนได้เสีย

โดยงานวิจัยเล่มนี้จะใช้ตัวชี้วัดการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมตาม Murcia and Santos (2012) เนื่องจากมีความทันสมัยเพิ่มขึ้นจากเดิม โดยเห็นได้จากมีการวัดข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับคาร์บอนเครดิตเพิ่มเติมจากงานวิจัยในอดีต เป็นต้น

2. การวิเคราะห์หลักทรัพย์โดยใช้ปัจจัยพื้นฐาน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2557ข) ได้สรุปไว้ว่า การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานเป็นการศึกษาและวิเคราะห์ตัวกำหนดราคาหลักทรัพย์จากข้อมูลต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ประเมินราคาหลักทรัพย์ลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประเมินราคาหุ้นสามัญของบริษัทต่าง ๆ ที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์และตามวิธีนี้มูลค่าของหลักทรัพย์กำหนดจากมูลค่าปัจจุบันของเงินสดที่บริษัทคาดว่าจะได้รับในอนาคต

แนวคิดการวิเคราะห์หลักทรัพย์โดยใช้ปัจจัยพื้นฐาน เป็นแนวคิดที่มุ่งวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดราคาหลักทรัพย์ ความเสี่ยงจากการลงทุน และอัตราผลตอบแทน เช่น ภาวะเศรษฐกิจและการเมือง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น ดังนั้น วิธีการวิเคราะห์หลักทรัพย์โดยใช้ปัจจัยพื้นฐานจึงเป็นการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและการเมือง ภาวะอุตสาหกรรม และภาวะบริษัทเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดมูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์

ในการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานคือการกำหนดมูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์เพื่อนำไปเปรียบเทียบกับราคาตลาด และเปรียบเทียบราคาหลักทรัพย์ว่าราคาหลักทรัพย์มีราคาสูงกว่าที่ควร

จะเป็นหรือต่ำกว่าที่ควรจะเป็น โดยหากพบว่าราคาตลาดต่ำกว่ามูลค่าที่แท้จริง (ราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น) ผู้ซื้อจะควรซื้อหลักทรัพย์นั้น แต่หากว่าราคาตลาดสูงกว่ามูลค่าที่แท้จริง (ราคาตลาดสูงกว่าที่ควรจะเป็น) ผู้ซื้อไม่ควรซื้อหลักทรัพย์นั้น

การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานเชื่อว่า ราคาตลาดของหลักทรัพย์จะปรับเข้าหามูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์นั้น และเมื่อตลาดปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพคือ ราคาตลาดเท่ากับมูลค่าที่แท้จริง นั่นคืออัตราผลตอบแทนจะเท่ากับอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการ

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า การวิเคราะห์หลักทรัพย์โดยใช้ปัจจัยพื้นฐาน เป็นการศึกษาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจ พร้อมทั้งใช้วิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานอื่น ๆ เช่น การวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและการเมือง ปัจจัยที่มีผลต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการกำหนดมูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์นั้น

2.1 ขั้นตอนของการวิเคราะห์หลักทรัพย์โดยใช้ปัจจัยพื้นฐาน

เพื่อนำข้อมูลมาคำนวณหามูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์ การวิเคราะห์หลักทรัพย์โดยใช้ปัจจัยพื้นฐานเริ่มจากการพิจารณาจากสภาพเศรษฐกิจมายังสภาพอุตสาหกรรมรวมถึงผลการดำเนินงานของบริษัท โดยรวบรวมข้อมูลทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และของบริษัทมาวิเคราะห์เพื่อพยากรณ์ผลการดำเนินงานในอนาคตของบริษัท ทั้งนี้ในแต่ละขั้นตอนของการวิเคราะห์ มีกรอบแนวคิด ดังนี้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557: 241-243)

1) การวิเคราะห์เศรษฐกิจโดยทั่วไป (Economic Analysis)

เน้นการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันตลอดจนแนวโน้มของภาวะเศรษฐกิจในอนาคต ซึ่งอาจมีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจโลกและแนวโน้มนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลว่าจะมีผลกระทบต่อธุรกิจที่ออกหลักทรัพย์หรือไม่อย่างไร รวมถึงการวิเคราะห์วัฏจักรธุรกิจ และนโยบายทางเศรษฐกิจที่สำคัญของรัฐบาลด้วย เช่น นโยบายการเงินและนโยบายการคลัง เป็นต้น

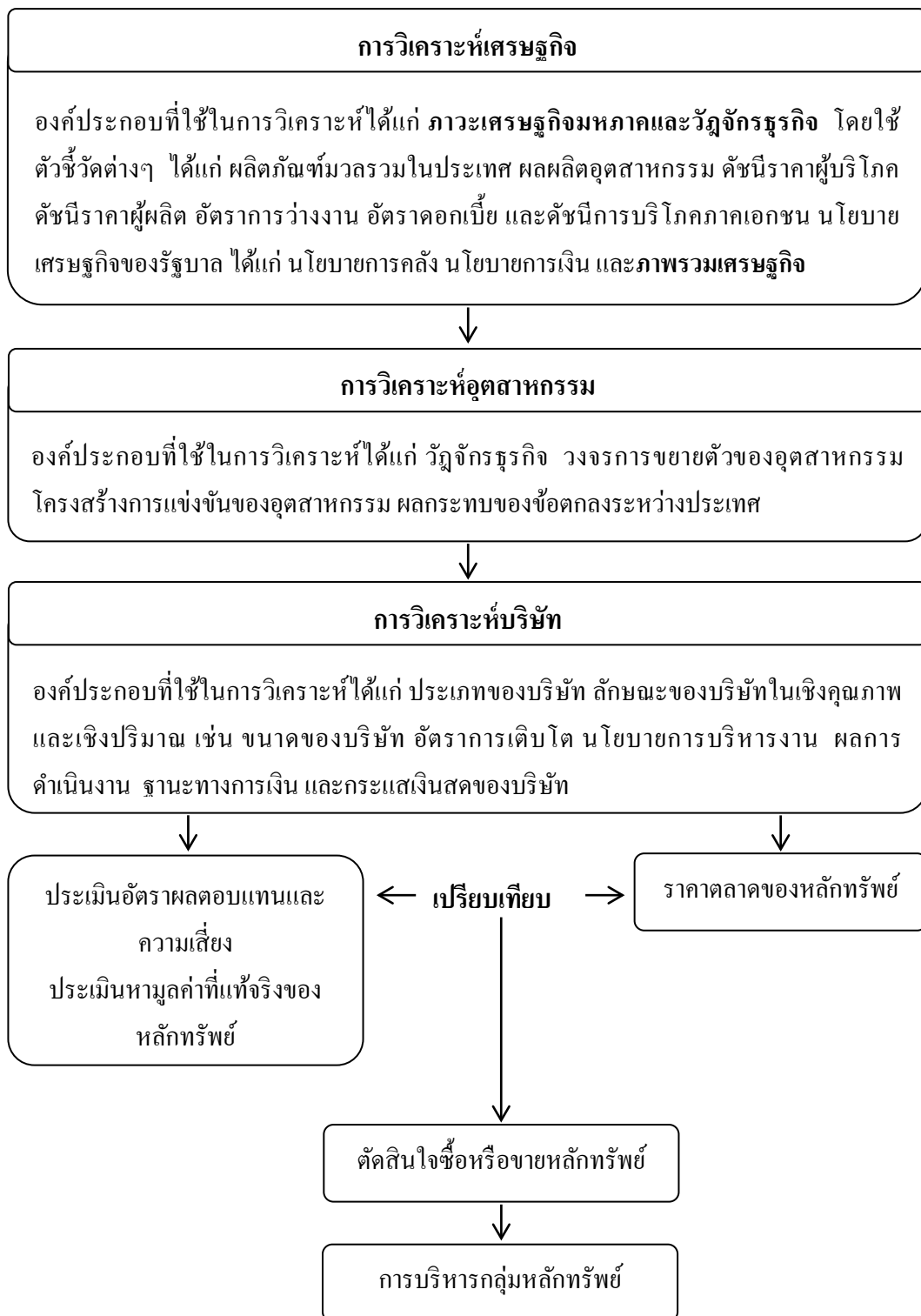
2) การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)

เน้นการวิเคราะห์วงจรอุตสาหกรรม (Industry Life cycle) สภาพการตลาดและการแข่งขัน พยากรณ์แนวโน้มของอุตสาหกรรมว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างไร ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างด้วยกัน เช่น นโยบายของรัฐบาล โครงสร้างระบบภาษีของรัฐบาล โครงสร้างของอุตสาหกรรมแต่ละประเภท เป็นต้น

3) การวิเคราะห์บริษัท (Company Analysis)

เน้นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เกี่ยวกับประเภทของบริษัทและประเภทของหลักทรัพย์ ตัวอย่างการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการบริหารของผู้บริหาร ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัท โครงการขยายโรงงานของบริษัท เป็นต้น ตัวอย่างการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้แก่ การวิเคราะห์งบการเงินปีต่างๆ เพื่อการพยากรณ์กำไรต่อหุ้นและราคาหุ้นในอนาคต เป็นต้น

ขั้นตอนของการวิเคราะห์หลักทรัพย์โดยใช้ปัจจัยพื้นฐานเริ่มด้วยการเก็บข้อมูลการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล และการตีความข้อมูล โดยอาจมีการศึกษาผลกำไรในอดีตควบคู่ไปกับการพิจารณางบแสดงฐานะการเงินของกิจการ นอกจากนี้ควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลอื่นร่วมด้วย เช่น ภาวะเศรษฐกิจ การวิเคราะห์คุณภาพการบริหารงานในธุรกิจ การแข่งขันของอุตสาหกรรม การพยากรณ์อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมนั้น การวิเคราะห์ต่าง ๆ นี้เพื่อค้นหาว่ามูลค่าของกิจการได้ยังไม่สอดคล้องกับอนาคตของกิจการ



ภาพประกอบ 2.2 ภาพรวมการวิเคราะห์หลักทรัพย์โดยใช้ปัจจัยพื้นฐาน
ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2557ข: 244)

2.2 การวิเคราะห์ทางเทคนิค (Technical Analysis)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2557ข: 341-342) ได้สรุปข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ทางเทคนิค ไว้ว่าการวิเคราะห์ทางเทคนิค เป็นการศึกษาพฤติกรรมของราคาหลักทรัพย์ในอดีต เพื่อคาดการณ์แนวโน้มราคาหลักทรัพย์ในอนาคต การศึกษาจะใช้ข้อมูลด้านราคา และปริมาณหุ้นที่เกิดการซื้อขาย มีการบันทึกตามระยะเวลาที่ศึกษาเช่น รายวัน รายสัปดาห์ รายไตรมาส รายปี โดยจัดทำข้อมูลเป็นกราฟซึ่งจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคากับเวลา ปริมาณกับเวลา การวิเคราะห์ทางเทคนิคจึงเป็นการศึกษาจังหวะในการลงทุนที่เหมาะสม

การวิเคราะห์ด้วยปัจจัยทางเทคนิค หมายถึง การค้นหาราคาที่เกิดขึ้นซ้ำ อย่างมีแบบแผน หรือเรียกว่า หลักการประวัติศาสตร์ซ้ำรอย ซึ่งการวิเคราะห์ทางเทคนิคไม่ได้อาศัยข้อมูลพื้นฐานที่อาจเกี่ยวข้องกับข้อมูลในอนาคตแต่อย่างใด เพราะ นักวิเคราะห์ทางเทคนิคจะสามารถมองเห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและสร้างผลกำไรในช่วงที่ราคากำลังปรับตัวอย่างซ้ำๆ ได้ แนวคิดนี้จึงเป็นแนวคิดที่ต่างแนวกับตลาดประสิทธิภาพ

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า การวิเคราะห์ทางเทคนิค (Technical Analysis) หมายถึง การวิเคราะห์ข้อมูลด้านราคา การเปลี่ยนแปลงราคา และปริมาณหุ้นของช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพื่อหาราคาที่เหมาะสมต่อการซื้อและการขายหลักทรัพย์ โดยมีได้อาศัยข้อมูลพื้นฐานของหลักทรัพย์ นั้น ๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.31 ข้อสมมติฐานของการวิเคราะห์ทางเทคนิค

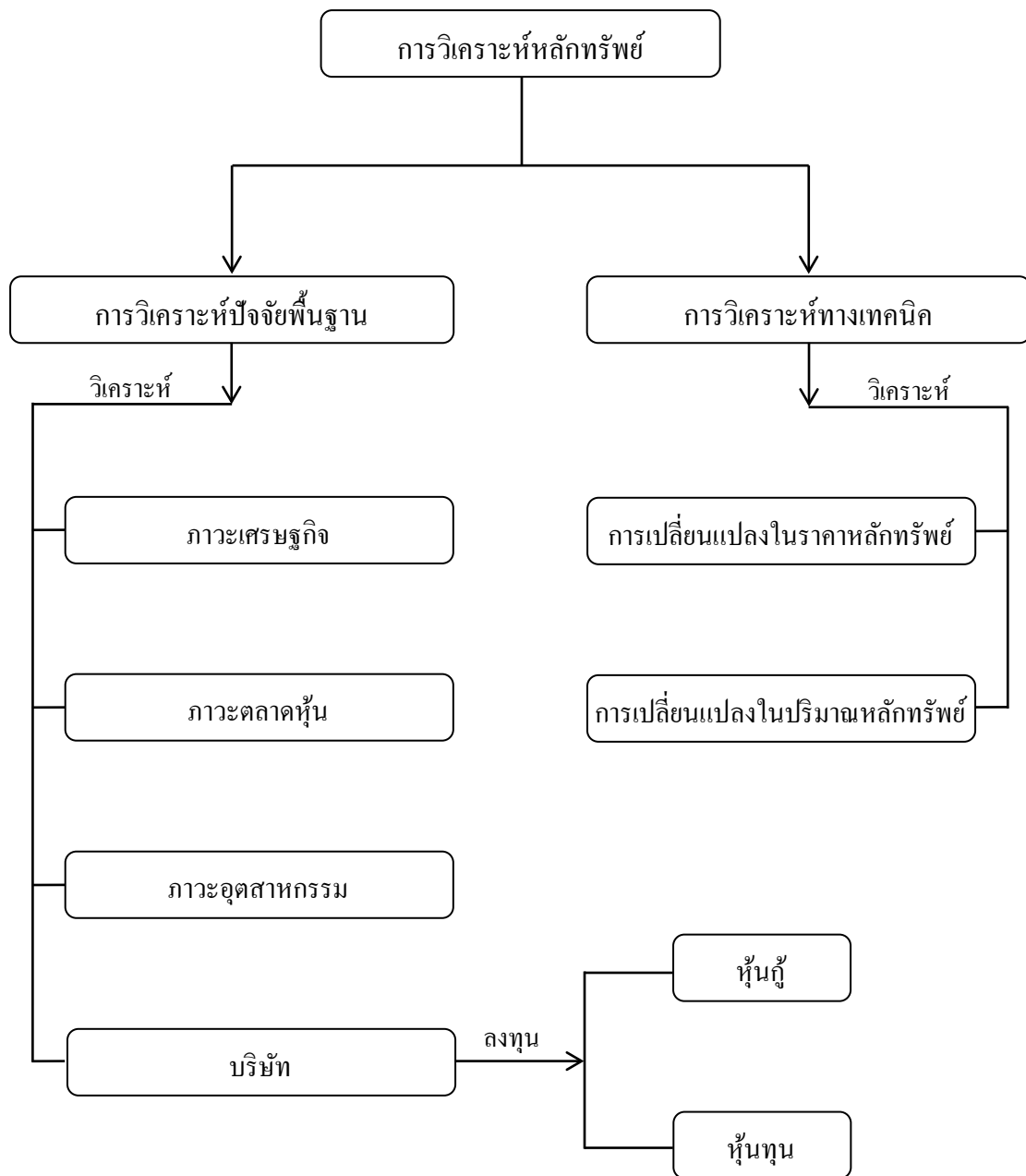
การวิเคราะห์ทางเทคนิคอยู่ภายใต้ความเชื่อพื้นฐาน หรือข้อสมมติฐาน ดังต่อไปนี้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557ข: 342)

1) ราคาตลาดของหลักทรัพย์ถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทาน จะสะท้อนให้ทราบถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในอนาคต โดยปัจจัยต่าง ๆ ในตลาดจะส่งอิทธิพลต่อระดับราคาในปัจจุบันโดยผ่านอุปสงค์และอุปทาน ข้อสมมติฐานนี้สามารถขยายความต่อไปได้ว่า ปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ราคาตลาดหลักทรัพย์สูงขึ้นหรือต่ำลงไม่ว่าจะเป็นปัจจัยที่มีเหตุผลหรือปัจจัยที่ไม่มีเหตุผลต่างสะท้อนอยู่ในระดับราคาตลาดในปัจจุบันเรียบร้อยแล้ว จึงไม่จำเป็นต้องวิเคราะห์ถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดราคาในปัจจุบัน

2) ราคาเคลื่อนไหวมีลักษณะเป็นแนวโน้มและมีความต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่ง โดยเชื่อว่าราคาหลักทรัพย์จะเคลื่อนไหวเป็นทิศทางที่ต่อเนื่อง จนกว่าจะมีปัจจัยมาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางอุปสงค์และอุปทาน ราคาจึงจะทำการเปลี่ยนทิศทาง

3) ลักษณะของการเปลี่ยนแปลงราคาในอดีตจะเกิดขึ้นซ้ำในอนาคต ในลักษณะประวัติศาสตร์ย่อมซ้ำรอยเดิม เพราะผู้ลงทุนจะสนองต่อราคาเหมือนที่เคยเกิดขึ้น เช่นเมื่อราคาหลักทรัพย์หนึ่งเคยสูงถึงระดับหนึ่งแล้วตกลงมา เมื่อราคาหลักทรัพย์ถึงระดับดังกล่าวอีกครั้งผู้ลงทุนจึงซื้อขายหลักทรัพย์ จึงทำให้ราคาหลักทรัพย์ตกลงมาเช่นเดียวกับในอดีต

การวิเคราะห์หลักทรัพย์ทางเทคนิค จะใช้รูปแบบของราคา ปริมาณและระยะเวลา ช่วยวิเคราะห์หาสัญญาณขาย และพยายามหาเทคนิคในการอธิบายพฤติกรรมและรูปแบบของราคา และปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์ เช่น รูปแบบที่บ่งถึงแนวโน้มที่จะดำเนินต่อไปและรูปแบบที่บ่งถึงการเปลี่ยนแปลงแนวโน้ม เป็นต้น



ภาพประกอบ 2.3 ภาพรวมการวิเคราะห์หลักทรัพย์
ที่มา: (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2556)

3. การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การวิเคราะห์งบการเงินส่วนใหญ่ เป็นการวิเคราะห์ถึงแง่มุมใดมุมหนึ่งของความสามารถในการทำกำไร (Profitability Analysis) หรือความเสี่ยงของบริษัท (Risk Analysis) โดยการประเมินความสามารถในการทำกำไรทำให้ผู้วิเคราะห์ทราบถึงผลการดำเนินงานของบริษัทในอดีตและช่วยคาดการณ์ความสามารถในการทำกำไรในอนาคต ในขณะที่การประเมินความเสี่ยงเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของบริษัทในการจัดการความเสี่ยงในรูปแบบต่าง ๆ ในอดีต รวมทั้งโอกาสที่บริษัทจะสามารถดำเนินการต่อไปได้ในอนาคต วิธีการ ในการวิเคราะห์งบการเงินที่เป็นที่นิยมกันทั่วไปคือการคำนวณอัตราส่วนทางการเงิน โดยอัตราส่วนทางการเงินบางประเภทเปรียบเทียบกับรายการที่มีอยู่ในงบกำไรขาดทุน บางประเภทเปรียบเทียบกับรายการที่มีอยู่ในงบดุล หรือนำเอาข้อมูลจากงบการเงินต่าง ๆ มาหาความสัมพันธ์กัน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2556)

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis) เป็นเครื่องมือที่ผู้ลงทุนใช้ในการวิเคราะห์และประเมินฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน ประสิทธิภาพ และความสามารถในการทำกำไรของบริษัทได้จากงบการเงินที่ผ่านมาของบริษัท โดยผู้วิเคราะห์อาจนำอัตราส่วนทางการเงินของบริษัทเทียบกับอัตราส่วนในอดีตที่ผ่านมา หรือเทียบกับบริษัทอื่นที่เป็นคู่แข่ง หรืออาจเทียบกับค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมนั้น ๆ (จิรัตน์ สังข์แก้ว, 2547)

อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio) เป็นเครื่องมือประเภทหนึ่งซึ่งช่วยให้สามารถประเมินฐานะทางการเงินและความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจได้ดีกว่าตัวเลขข้อมูลดิบที่แสดงไว้ในงบการเงิน โดยอัตราส่วนทางการเงินก็คือ การนำรายการในงบดุล งบกำไรขาดทุน ที่มีส่วนสัมพันธ์กัน มาทำเป็นสัดส่วนเปรียบเทียบกัน แล้วทำให้สามารถตีความหมายของงบการเงินนั้นได้มากขึ้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2556)

การวิเคราะห์อัตราส่วนสามารถคำนวณได้ง่าย แต่ที่สำคัญคือการอ่านค่าจากตัวเลขที่ได้ ซึ่งอาจนำไปสู่การวิเคราะห์ที่ผิดพลาดได้ ประโยชน์ของตัวเลขที่ได้จากการวิเคราะห์อัตราส่วนจะนำไปสู่ข้อสังเกตว่ากิจการมีปัญหาอะไรบ้าง ผู้วิเคราะห์ควรให้ความสนใจกับรายการใด การหาคำตอบที่ถูกต้องจำเป็นต้องมีข้อมูลเพิ่มเติม และการตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมนี้จะทำให้การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของกิจการได้ถูกต้องมากขึ้น มีข้อจำกัดที่สำคัญ 2 ประการในการใช้อัตราส่วน ประการแรก ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์นั้นเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นแล้วในอดีต บอกว่าเกิดอะไรขึ้นกับกิจการในปีที่ผ่านมา แต่ไม่ได้บอกว่าจะเกิดอะไรขึ้น ประการที่ 2 ความน่าเชื่อถือของอัตราส่วนที่ได้ ขึ้นกับคุณภาพของตัวเลขที่นำมาวิเคราะห์ การเปรียบเทียบวิธีการบัญชีที่ใช้ของ

กิจการเป็นสิ่งที่สำคัญที่ต้องทราบ เมื่อนำอัตราส่วนไปเปรียบเทียบกับกิจการอื่นหรือค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม (อภิชาติ พงศ์สุวัฒน์, 2550)

ในการประเมินผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของธุรกิจ ผู้วิเคราะห์ทางการเงินจำเป็นต้องอาศัยเครื่องมืออย่างหนึ่ง เรียกว่า อัตราส่วน (Ratio) หรือ ดัชนี (Index) ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลทางการเงิน โดยนำข้อมูลทางการเงินมาเปรียบเทียบกับกัน ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิเคราะห์มีความชำนาญและประสบการณ์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อที่จะทำให้เข้าใจฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของธุรกิจได้ดี (ฐาปนา ฉันทไพศาล, 2550)

จากแนวความคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio) หมายถึงแนวคิดในการนำข้อมูลผลการดำเนินงานต่าง ๆ ในงบการเงินของธุรกิจ มาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างรายการต่าง ๆ ในรูปแบบของอัตราส่วนการเงิน เพื่อให้ผู้ใช้ข้อมูลสามารถนำไปวิเคราะห์ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของกิจการได้

อัตราส่วนทางการเงินที่ใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์และประเมินฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน ประสิทธิภาพ และความสามารถในการทำกำไรของบริษัทได้จากงบการเงิน โดยการวิเคราะห์อัตราส่วน สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทตามวัตถุประสงค์ดังนี้ (ศศิวิมล มีอำพล, 2556)

- อัตราส่วนเพื่อวิเคราะห์สภาพคล่อง (Liquidity Ratios)
- อัตราส่วนเพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ (Solvency Ratios)
- อัตราส่วนเพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratios)

โดยอัตราส่วนเพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรที่งานวิจัยส่วนใหญ่นิยมใช้ในการวัดผลการดำเนินงานของกิจการ มีดังนี้

1) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets: ROA)

$$\frac{\text{กำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้}}{\text{สินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย}}$$

อัตราส่วนนี้จะวัดความสามารถในการก่อให้เกิดกำไรจากการลงทุนในสินทรัพย์ทั้งหมด เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสามารถของกิจการในการบริหารสินทรัพย์ที่มีอยู่ว่าจะให้ผลตอบแทนต่อกิจการอย่างไร

2) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE)

$$\frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}}$$

อัตราส่วนนี้จะแสดงให้เห็นว่ากิจการสามารถดำเนินงานให้เกิดกำไรสุทธิเท่าใดต่อการลงทุนในส่วนของผู้ถือหุ้น 1 บาท โดยผลการคำนวณอัตราส่วนมาจากข้อมูลในงบการเงินซึ่งเป็นผลการดำเนินงานที่ผ่านมาแล้วและงบการเงินที่ทำการประมาณการขึ้นมา โดยจะต้องมีการนำอัตราส่วนที่คำนวณได้มาทำการเปรียบเทียบ ทั้งการเปรียบเทียบจากข้อมูลของกิจการ เปรียบเทียบกับ ค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม และการเปรียบเทียบระหว่างกิจการ(คู่แข่ง) เช่น ถ้ากิจการมีอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นในปีที่สูงกว่าปีที่แล้วอย่างมีนัยสำคัญ อาจเป็นเพราะยอดขายในงบการเงินว่าสูงขึ้นหรือมีอะไรที่เป็นพิเศษในปีนั้น เช่น การขายสินทรัพย์ถาวรได้กำไร เป็นต้น

3) กำไรสุทธิต่อหุ้น (Earnings per Share of Common Stock)

$$\frac{\text{กำไรสุทธิ - เงินปันผลหุ้นบุริมสิทธิ}}{\text{จำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก}}$$

กำไรสุทธิต่อหุ้น เท่ากับกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของหุ้นสามัญ หมายถึง กำไรสุทธิหลังจากจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิแล้ว หาดด้วยจำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในระหว่างงวด เป็นการแสดงถึงกำไรสุทธิในงวดต่อ 1 หุ้นสามัญ

อย่างไรก็ตามการเปรียบเทียบกำไรต่อหุ้นระหว่างกิจการทำได้อย่างจำกัด เนื่องจากแม้ว่ากิจการสองแห่งมีกำไรสุทธิ ส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่เท่ากัน กิจการหนึ่งอาจมีกำไรต่อหุ้นที่ต่ำกว่า เนื่องจากมีจำนวนหุ้นสามัญที่อยู่ในมือผู้ถือหุ้นที่สูงกว่า (ซึ่งอาจเกิดจากการที่มีราคาตามมูลค่าหุ้นที่ต่ำกว่า) ทำให้การเปรียบเทียบกำไรต่อหุ้นของแต่ละกิจการต้องพิจารณาตัวแปรแต่ละตัวควบคู่กันไปด้วย

4) อัตราส่วนมูลค่าตลาด (Market Value Ratios)

เป็นอัตราส่วนที่เปรียบเทียบราคาตลาดหลักทรัพย์กับกำไรและมูลค่าทางบัญชี ทำให้ผู้บริหารทราบว่านักลงทุนมีความคิดเห็นหรือให้ราคาเทียบกับผลประกอบการในอดีตและแนวโน้มในอนาคตอย่างไร ถ้ากิจการมีสภาพคล่องที่ดี มีการบริหารจัดการสินทรัพย์หนี้สิน และมีความสามารถในการทำกำไรดี อัตราส่วนมูลค่าตลาดน่าจะอยู่ในระดับสูง แสดงถึงราคาตลาดที่คาดหวังสูงอัตราส่วนที่ใช้กันอย่างแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับ ได้แก่

4.1) อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไร (Price Earnings Ratio: P/E)

$$\frac{\text{ราคาตลาดต่อหุ้น}}{\text{กำไรต่อหุ้น}}$$

อัตราส่วนนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ลงทุนยินดีจะจ่ายซื้อหุ้นที่ราคาเป็นกี่เท่าของกำไรต่อหุ้น ถ้าปัจจัยต่าง ๆ ของบริษัท 2 บริษัทคล้ายคลึงกัน บริษัทที่มี P/E สูงกว่าน่าจะมีแนวโน้มจะเป็นที่จะเติบโตสูงกว่า และ P/E น่าจะต่ำกว่าสำหรับบริษัทที่มีความเสี่ยงสูงกว่า (กุลภัทรา สิโรดม, 2549)

4.2) อัตราส่วนมูลค่าตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น (Price to Book Ratio)

$$\frac{\text{ราคาตลาดต่อหุ้น}}{\text{มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น}}$$

อัตราส่วนนี้เป็นอีกอัตราส่วนที่แสดงให้เห็นว่าผู้ลงทุนมีทัศนคติต่อบริษัทเจ้าของหุ้นอย่างไร บริษัทที่มีอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) สูงมักจะมีราคาตลาดต่อหุ้นต่อมูลค่าทางบัญชีสูงกว่าบริษัทที่มี ROE ต่ำ (กุลภัทรา สิโรดม, 2549)

4.3) มูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Market Value Added: MVA)

ราคาตลาดของหุ้น ณ วันสิ้นปี - มูลค่าตามบัญชีของส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญ
(เฉพาะหุ้นที่อยู่ในมือผู้ถือหุ้น)

โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษา ผลการดำเนินงานจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) เนื่องจากการวัดผลการดำเนินงานด้วยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) จะสะท้อนให้เห็นถึงการวัดผลการดำเนินงานทางการเงินโดยรวม ประสิทธิภาพการดำเนินงาน และความสามารถในการทำกำไร ทั้งนี้หากกิจการไม่สามารถรักษาระดับ ROA ให้อยู่ในระดับที่น่าพอใจได้ กระแสเงินทุนของกิจการจะค่อย ๆ ลดลงไปด้วย อย่างไรก็ตามกิจการที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่ต่างกันอาจมี ROA แตกต่างกันอย่างมาก (บุรณภพ สมเศรษฐ์, 2554: 11-12) การใช้ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) วัดผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไร สอดคล้องกับงานวิจัยของ อติสรา ผลาวรรณ (2547), พกฤษา พึ่งจิตต์ประไพ (2551), จูติมา กิ่งแก้ว (2555), สุนิสา บุญชูช่วย (2554) เป็นต้น

มีงานวิจัยในอดีตหลายงานที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมนั้น มีงานวิจัยที่พบความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น 1) Murcia and Santos (2012) ศึกษาพบว่า ความสามารถในการก่อกำหนด/ชำระหนี้มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม 2) บุรณภพ สมเศรษฐ์ และคณะ (2556) ศึกษาพบว่า ปัจจัยกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคมขององค์กรด้านการจ้างงานและชุมชนกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ สำหรับงานวิจัยที่ไม่พบความสัมพันธ์ดังกล่าว เช่น จูติมา กิ่งแก้ว (2555) ศึกษาพบว่า ความสามารถในการทำไรไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม และสุนีย์ วัฒนะ (2556) ศึกษาไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการทำกำไรกับระดับการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

นอกจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการศึกษา มูลค่าเพิ่มทางการตลาด (MVA) ร่วมด้วย เนื่องจากว่า อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) นั้นมีความแตกต่างกันในแต่ละกิจการจากการเลือกใช้ กลยุทธ์ทางการแข่งขันและการเลือกใช้นโยบายทางการบัญชีต่าง ๆ ที่มีการเปิดทางเลือกให้กับบัญชีสามารถเลือกใช้ได้ ซึ่งอาจทำให้กิจการสามารถตกแต่งตัวเลขในงบการเงินได้และส่งผลกระทบต่อค่า ROA เป็นต้น นอกจากนี้จรรยาพรณ จิตวรพันธ์ (2546) ยังศึกษาพบว่ามูลค่าตลาดเพิ่ม (MVA) จากกลุ่มก่อสร้างและพัฒนาอสังหาริมทรัพย์สามารถอธิบายผลตอบแทนหุ้นได้มากกว่าอัตราส่วนทางบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ โดยมูลค่าเพิ่มทางการตลาด (MVA) เป็นมุมมองผลการดำเนินงานทางตลาด (Market-Based Measures) สามารถชี้วัดถึงความคาดหวังของนักลงทุนที่มีต่อกิจการ จึงสะท้อนถึงการบรรลุเป้าหมายในระยะยาว (บุรณภพ สมเศรษฐ์ และคณะ, 2556)

MVA เป็นมาตรวัดที่ปรับด้วยค่าความเสี่ยงแล้ว สามารถใช้เปรียบเทียบผลการดำเนินงานของบริษัทที่อยู่ในประเทศที่แตกต่างกันหรือในอุตสาหกรรมแตกต่างกัน เพราะได้มีการพิจารณาต้นทุนเงินทุนของแต่ละบริษัทแล้ว โดยการเพิ่มขึ้นของ MVA จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มขึ้นของผลตอบแทนของหุ้นสามัญ ณ เวลาเดียวกัน (จรรยาพรณ จิตวรพันธ์, 2546) Yook และ McCabe (1992, อ้างถึงใน จรรยาพรณ จิตวรพันธ์, 2546) ได้สรุปไว้ว่า แนวคิด MVA มีความสำคัญในการพิจารณาผลการดำเนินงานของกิจการและสามารถใช้ MVA ประกอบการตัดสินใจลงทุนในอนาคต ในขณะที่เดือนใจ ประสานเหลืองวิไล (2547) ศึกษาพบว่ากิจการไม่นิยมใช้มูลค่าเพิ่มทางการตลาดเป็นเครื่องมือวัดและวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน เนื่องจากมูลค่าเพิ่มทางการตลาดนั้นขึ้นอยู่กับราคาปิดของหุ้นของบริษัทนั้นๆ เป็นสำคัญ ซึ่งนอกจากจะขึ้นกับผลการดำเนินงานของกิจการแล้วยังขึ้นกับปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคและการแตกพาร์เป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม บุรณภพ สมเศรษฐ์

และคณะ (2556) ศึกษาไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดกับปัจจัยกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบทางสังคม

4. ทฤษฎีตลาดทุนที่มีประสิทธิภาพ

ตลาดที่มีประสิทธิภาพ หมายถึง ตลาดที่ราคาของหลักทรัพย์ทั้งหลายสามารถปรับเปลี่ยนได้ทันที สะท้อนข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์นั้นอย่างรวดเร็วและทั่วถึง นั่นคือความมีประสิทธิภาพของตลาดทุนคือความมีประสิทธิภาพต่อข้อมูลข่าวสารนั่นเอง แนวคิดนี้ความเชื่อที่ว่าผู้ลงทุนจะตัดสินใจซื้อหรือขายขึ้นกับข่าวสารข้อมูลที่ได้รับ ตัวอย่างเช่นถ้าผู้ลงทุนโดยทั่วไปเชื่อว่าอัตราดอกเบี้ยจะสูงขึ้นในเร็ว ๆ นี้ ราคาหลักทรัพย์จะสะท้อนถึงความเชื่อนี้ก่อนที่อัตราดอกเบี้ยจะสูงขึ้นจริง (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2556)

4.1 ข้อสมมติฐานของแนวคิดตลาดที่มีประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพของตลาดจะเกิดขึ้นได้ ภายใต้เงื่อนไขต่อไปนี้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2556: 100-102)

- 1) ในตลาดมีผู้ลงทุนเป็นจำนวนมาก โดยเป็นผู้ลงทุนที่มุ่งแสวงหากำไรสูงสุด โดยผู้ลงทุนเหล่านี้เข้าร่วมในตลาดเพื่อต้องการวิเคราะห์ ประเมินและซื้อขายหุ้น โดยผู้ลงทุนแต่ละคนมีความเป็นอิสระต่อกัน
- 2) ข่าวสารข้อมูลใหม่จะเกิดขึ้นในเชิงสุ่มและแต่ละข้อมูลไม่ขึ้นต่อกัน
- 3) ผู้ลงทุนจะทำการปรับราคาหลักทรัพย์ทันทีโดยสนองตอบต่อข่าวสารข้อมูลใหม่อย่างรวดเร็วและเต็มที่ เป็นเหตุให้ราคาหุ้นเปลี่ยนแปลงตามข่าวสารข้อมูลอย่างรวดเร็ว
- 4) ราคาหลักทรัพย์ในตลาดที่มีประสิทธิภาพจะสะท้อนถึงอัตราผลตอบแทนที่รับรู้ความเสี่ยงแล้ว

4.2 ระดับความมีประสิทธิภาพของตลาด

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2556:102 -104) ได้สรุประดับความมีประสิทธิภาพต่อข้อมูลข่าวสารของตลาด ไว้ 3 ระดับดังนี้

1. ความมีประสิทธิภาพในระดับต่ำ (Weak Form Efficient Market)

มีสมมติฐานว่าผลตอบแทนในอดีตไม่ควรจะมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนในอนาคต ภายใต้ความเชื่อที่ว่า ราคาตลาดของหลักทรัพย์ในปัจจุบันได้สะท้อนถึงผลตอบแทนในอดีตทั้งหมดของหลักทรัพย์ และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในอดีตอย่างเต็มที่ นั่นคือ ราคาหลักทรัพย์ในปัจจุบันได้สะท้อนถึงข้อมูลตลาด ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับราคาและปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์ อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ซึ่งหมายความว่า ผู้ลงทุนจะได้กำไรน้อยมากในการใช้แนวคิดการวิเคราะห์หลักทรัพย์ด้านเทคนิคเพื่อคาดการณ์ราคาหลักทรัพย์ในอนาคต

2. ความมีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง (Semi-Strong Form Efficient Market)

มีสมมติฐานว่า ราคาหลักทรัพย์ในปัจจุบันจะปรับตัวอย่างรวดเร็วต่อข่าวสาร หรือข้อมูลใหม่ที่เผยแพร่สู่สาธารณชน ซึ่งข้อมูลสาธารณะจะประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลตลาด (Market Information) เช่น ราคาหลักทรัพย์ในอดีต ปริมาณการซื้อขาย อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ การซื้อขายหน่วยย่อย (Odd Lot) การซื้อขายรายใหญ่ (Block Trade) เป็นต้น

2.2 ข้อมูลที่ไม่ใช่ข้อมูลตลาด (Nonmarket Information) เช่น ข้อมูลการประกาศจ่ายเงินปันผล อัตราส่วนราคาต่อกำไรสุทธิ อัตราส่วนเงินปันผลจ่าย อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี การแตกหุ้น เศรษฐกิจและการเมือง เป็นต้น

ดังนั้นผู้ลงทุนที่ได้รับข้อมูลสาธารณะแล้ว จะไม่ได้รับผลตอบแทนเกินกว่าอัตราผลตอบแทนรับรู้ความเสี่ยงโดยเฉลี่ย หรือ กำไรเกินปกติที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน หลังจากหักค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการซื้อขายแล้ว

3. ความมีประสิทธิภาพในระดับสูง (Strong Form Efficient Market)

มีสมมติฐานว่า ราคาหลักทรัพย์ในปัจจุบันเป็นราคาที่สะท้อนข้อมูลทั้งหมด ผู้ลงทุนได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งหมด โดยไม่มีต้นทุนและผู้ลงทุนจะได้รับข้อมูลต่าง ๆ พร้อมกัน ในเวลาเดียวกัน ทั้งข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลสาธารณะ

ดังนั้นจะไม่มีผู้ลงทุนกลุ่มใดจะสามารถผูกขาดข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับราคาหลักทรัพย์ได้ นั่นหมายความว่า จะไม่มีผู้ลงทุนกลุ่มใดได้รับผลตอบแทนสูงกว่าอัตราผลตอบแทนรับรู้ความเสี่ยงโดยเฉลี่ยได้ตลอดเวลา

5. ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

Alexander and Buchholz (1978) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบทางสังคมกับผลการดำเนินงานด้านการตลาดที่วัดจากราคาหลักทรัพย์ของกิจการในประเทศสหรัฐอเมริกาช่วงปี 1970-1974 โดยมีการประเมินความเสี่ยงกับผลตอบแทนจากราคาหลักทรัพย์ที่แตกต่างกันจากการสำรวจความรับผิดชอบทางสังคมช่วงปี 1970-1974 ผลการศึกษาพบความสัมพันธ์ที่ไม่มีนัยสำคัญระหว่างความรับผิดชอบทางสังคมกับผลการดำเนินงานด้านการตลาดที่วัดจากราคาหลักทรัพย์เทียบกับความเสี่ยง

Roberts (1992, อ้างถึงใน จอมขวัญ รัชตะวรรณ, 2549) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยวัดค่าผลการดำเนินงานทางการเงินจากอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ พบว่า หากบริษัทมีผลการดำเนินงานหรือผลประกอบการที่ไม่ดีหรือมีผลขาดทุน บริษัทดังกล่าวจะเห็นความสำคัญของการทำกำไรมากกว่าการจ่ายเงินไปเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

Kathryn Bewley and Yue Li (2000) ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมโดยสมัครใจของบริษัทอุตสาหกรรมในประเทศแคนาดา จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมโดยสมัครใจของบริษัทอุตสาหกรรมในประเทศแคนาดา โดยศึกษาจากรายงานทางการเงินปี 1993 ของบริษัทต่าง ๆ พบว่าบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมทางสื่อต่างๆ และบริษัทที่ก่อให้เกิดมลพิษทางสิ่งแวดล้อมสูง รวมทั้งบริษัทที่มีความเสี่ยงทางการเงินอย่างมาก จะมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมต่างๆ ไปมากกว่าบริษัทอื่น นอกจากนี้ยังพบว่าการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินเกี่ยวกับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมได้รับอิทธิพลน้อยกว่าการเปิดเผยตามความสมัครใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

Haniffa and Cooke (2005) ได้ศึกษาผลกระทบของวัฒนธรรมและบรรษัทภิบาลที่มีต่อรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความเข้าใจถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากวัฒนธรรมและบรรษัทภิบาลที่มีต่อการเปิดเผยข้อมูลทางสังคม โดยใช้ข้อมูลของผู้บริหารและผู้ถือหุ้นแสดงถึงวัฒนธรรม สำหรับลักษณะของบรรษัทภิบาลวัดจาก ส่วนประกอบของคณะกรรมการ ความหลากหลายของตำแหน่งกรรมการ และประเภทของผู้ถือหุ้น ตัวแปรอิสระคือการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปีของกิจการในประเทศมาเลเซีย ผลการศึกษาพบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลทางสังคมกับคณะกรรมการที่แต่งตั้งโดยผู้บริหารกิจการ คณะกรรมการที่แต่งตั้งโดยกรรมการบริหาร ประธานที่มีความหลากหลายในตำแหน่งกรรมการ และผู้

ถือหุ้นต่างประเทศ อีกทั้งผลการศึกษายังพบว่า ขนาด ความสามารถในการทำกำไร และประเภทของอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

Brammer and Pavelin (2006) ได้ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจด้านสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษากิจการขนาดใหญ่ในสหราชอาณาจักร (UK) จากการศึกษาพบกิจการขนาดใหญ่ ปริมาณหนี้สินน้อยจะมีการเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่า และคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับขนาดของกิจการและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเปิดเผยข้อมูลและคุณภาพในการเปิดเผยข้อมูลมีความแตกต่างกันไป

Brammer and Pavelin (2008) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างบริษัทขนาดใหญ่ 450 บริษัทในสหราชอาณาจักร (UK) ในกลุ่มอุตสาหกรรมแตกต่างกันไป จากการศึกษาพบว่า คุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลได้รับผลกระทบจากขนาดของกิจการ และการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของกิจการ นอกจากนี้ยังพบว่าคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลมีความสัมพันธ์กับขนาดของกิจการ และกลุ่มอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในทางตรงกันข้ามผลการศึกษาไม่พบว่าการสื่อสารข้อมูลสู่สาธารณชนของกิจการไม่มีบทบาทต่อการเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจ

Liu and Anbumozhi (2009) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศจีน ผลการศึกษาพบว่าการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมตามข้อกำหนดขั้นต่ำตามที่รัฐต้องการ โดยพบว่าการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับต่อขนาดของธุรกิจ และการส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (แรงกดดันจากรัฐบาล) สำหรับผลกระทบจากบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมพบว่ามีผลกระทบน้อย นอกจากนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นบริษัททางแถบชายฝั่งตะวันออก ซึ่งเป็นแถบที่เศรษฐกิจกำลังพัฒนาจะมีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่า อีกทั้งบริษัทที่ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพจะมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนทางสิ่งแวดล้อม และการควบคุมด้านมลพิษมากกว่า

Murcia and Santos (2012) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจ ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศบราซิล จากกลุ่มตัวอย่าง 100 บริษัท โดยเก็บข้อมูลจากงบการเงินประจำปี 2006-2008 และเก็บข้อมูลจากตัวชี้วัด 92 รายการ ทั้งมุมมองด้านเศรษฐกิจ และมุมมองด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมความสามารถในการทำกำไร มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจทั้งมุมมองด้าน

เศรษฐกิจและมุมมองด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม Tobin's Q มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูล ในมุมมองด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โครงสร้างทุนและขนาดของสำนักงานสอบบัญชี มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลในมุมมองด้านเศรษฐกิจ แต่ไม่พบความสัมพันธ์ของ ขนาด การกำกับดูแลกิจการ การออกหุ้น โอกาสในการเติบโตของธุรกิจ กับการเปิดเผยข้อมูลทั้งมุมมองด้านเศรษฐกิจ มุมมองด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และมุมมองรวม

Sulaiman Abdullah and Fatima (2014) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกระจายความเป็นเจ้าของ ความสามารถในการทำกำไร ขนาดกิจการ และสภาพคล่องทางการเงิน กับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมในรายงานประจำปีสำหรับปี 2009 หลังจากประเทศมาเลเซียมีการออกกฎระเบียบข้อบังคับในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ผลการศึกษาพบว่าขนาดกิจการและสภาพคล่องทางการเงินมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการกระจายความเป็นเจ้าของและความสามารถในการทำกำไรกับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

อติศรา ผลาวรรณ (2547) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทกับระดับการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2545 จำนวน 175 บริษัท พบว่า บริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลตามข้อบังคับในระดับที่ค่อนข้างสูง แต่บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจอื่น ๆ อยู่ในระดับต่ำ คุณลักษณะที่พบว่าความสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูลจากการศึกษานี้ ได้แก่ ขนาดของบริษัท การถือหุ้นโดยชาวต่างชาติ อายุการดำเนินงาน สภาพคล่องทางการเงินและประเภทของผู้สอบบัญชี

จอมขวัญ รัชตะวรรณ (2549) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยและเปรียบเทียบระดับความมีอิทธิพลของแต่ละปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมของบริษัทในอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2547 จำนวน 246 บริษัท พบว่า ระดับความมีอิทธิพลของทุกปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน โดยบริษัทขนาดใหญ่จะมีคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลดีกว่าบริษัทขนาดเล็ก และคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมโดยเฉลี่ยของอุตสาหกรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำและระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่าบทบาทของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและหน่วยงานกำกับดูแลยังไม่มากพอที่จะกดดันให้บริษัทจดทะเบียนมีการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณภาพในระดับสูง

พุกษา พึงจิตต์ประไพ (2551) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมและกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ผลการศึกษาพบว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม บริษัทส่วนใหญ่มีการเปิดเผยข้อมูลอยู่ในระดับร้อยละ 40-49 คิดเป็นร้อยละ 26.18 โดยบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด สำหรับเรื่องที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุดคือด้านการใช้พลังงาน สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมกับคุณลักษณะต่างๆ ของบริษัทพบว่า ขนาดของกิจการ ประเภทสำนักงาน-สอบบัญชี และความสามารถในการทำกำไร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

ศุภิสรา บุญชูช่วย (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับชยะและมลภาวะสูงสุด สำหรับระดับการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมพบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เปิดเผยข้อมูลอยู่ที่ 2 ระดับคือ มีการเปิดเผยข้อมูลเฉพาะเจาะจงแต่ไม่สามารถวัดเชิงปริมาณได้ และพบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมและขนาดบริษัทเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม แต่ตัวแบบที่ใช้ในการพยากรณ์ระดับการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมมีข้อจำกัดเนื่องจากความสามารถในการพยากรณ์ต่ำ

ณิชาวรรณ วิชัยดิษฐ และคณะ (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2552 ผลการศึกษาพบว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับต่ำ โดยเปิดเผยในเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมแต่สังคมคือขนาดของบริษัทและประเภทอุตสาหกรรม ซึ่งขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และบริษัทที่อยู่กลุ่มอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันมีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับปัจจัยอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมประกอบด้วย ความสามารถในการทำกำไร โครงสร้างเงินทุน โครงสร้างผู้ถือหุ้นต่างชาติ และอายุของกิจการ

ฐิติมา กิ่งแก้ว (2555) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมตามความสมัครใจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2553 ผลการศึกษาพบว่า บริษัทร้อยละ 23.40 มีระดับการเปิดเผยข้อมูล 0-9% ซึ่งเปิดเผยข้อมูลด้านนโยบาย

สิ่งแวดล้อมมากที่สุด รองลงมาคือข้อมูลด้านความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อม และ ข้อมูลด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรม บริษัทมหาชน และสำนักงานสอบบัญชี มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญไปในทิศทางเดียวกันกับระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สำหรับโครงสร้างหนี้สินมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

บุรณภพ สมเศรษฐ์ และคณะ (2556) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างขนาดขององค์กร ความรับผิดชอบทางสังคม และผลการดำเนินงานด้านการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีขนาดเล็กถึงขนาดกลาง ระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2554 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านการจ้างงานและชุมชนกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และผลการศึกษาไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรทั้งด้านการจ้างงานและชุมชน และด้านสิ่งแวดล้อม กับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มูลค่าเพิ่มทางการตลาด และ Tobin's Q นอกจากนี้ผลการศึกษาพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างขนาดขององค์กรกับการทำกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการจ้างงานและชุมชน แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดขององค์กรกับการทำกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม

ศุภินัย วัฒนนะ (2556) ศึกษาถึงระดับการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2554 ผลการศึกษาพบว่า บริษัทส่วนใหญ่มีการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับต่ำ รายการที่มีการเปิดเผยมากที่สุดคือ นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ ความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามลำดับ รายการที่ไม่มีบริษัทเปิดเผยได้แก่ การประกันภัยด้านสิ่งแวดล้อมและสินทรัพย์ด้านสิ่งแวดล้อม และยังพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมพบว่ามี 3 ปัจจัย คือ 1. ขนาดของบริษัท ซึ่งพบว่าบริษัทขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะเปิดเผยข้อมูลมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก 2. ประเภทอุตสาหกรรม พบว่า บริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมทรัพยากร มีแนวโน้มจะเปิดเผยข้อมูลมากกว่าบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ 3. ขนาดของสำนักงานสอบบัญชี พบว่าบริษัทที่ตรวจสอบโดยสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ (Big 4) มีแนวโน้มที่จะเปิดเผยข้อมูลมากกว่าบริษัทที่ตรวจสอบโดยสำนักงานสอบบัญชีอื่น นอกจากนี้ยังไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการทำกำไร

และผลการดำเนินงานด้านการตลาดกับระดับการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Market Value Added: MVA)

Yook และ McCabe (1992, อ้างถึงใน จรรยาพรณ จิตวรพันธ์, 2546) สรุปไว้ว่าแนวคิด MVA มีความสำคัญในการพิจารณาผลการดำเนินงานของกิจการและสามารถใช้ MVA ประกอบการตัดสินใจลงทุนในอนาคต ทั้งนี้กิจการที่มี MVA ต่ำจะแสดงให้เห็นว่ากิจการนั้น ๆ มีการใช้เงินทุนที่ไม่เหมาะสม ณ เวลานั้น แต่ในอนาคตผลประกอบการอาจดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ราคาหุ้นมีโอกาสเพิ่มขึ้นในอนาคต นอกจากนี้กิจการที่มี MVA ต่ำ หมายความว่ามูลค่าหุ้นแตกต่างไปจากมูลค่าที่แท้จริง (Miss priced) ซึ่งในอนาคตจะให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า กิจการที่มี MVA สูงในปัจจุบัน

จรรยาพรณ จิตวรพันธ์ (2546) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนของหุ้นสามัญกับมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์(EVA) มูลค่าตลาดเพิ่ม (MVA) อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น(ROE) อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Profit Margin) และศึกษาการเลือกกลุ่มหลักทรัพย์ภายใต้แนวคิดของมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์และมูลค่าตลาดเพิ่มเปรียบเทียบกับกลยุทธ์เพื่อการเติบโต กลยุทธ์สร้างมูลค่า กลุ่มหลักทรัพย์ที่แบ่งตามอัตราการจ่ายเงินปันผล โดยเก็บข้อมูลจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตั้งแต่ปี 2542-2544 ผลการศึกษาพบว่า อัตราส่วนทางบัญชีสามารถอธิบายผลตอบแทนหุ้นได้มากกว่ามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์และมูลค่าตลาดเพิ่ม โดยอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสามารถอธิบายผลตอบแทนหุ้น ณ เวลาเดียวกันได้มากที่สุด และอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวมแสดงความสัมพันธ์ที่เป็นลบกับผลตอบแทนของหุ้นในอนาคตสูงสุด เมื่อแยกทดสอบเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่าผลการศึกษาสอดคล้องกันกับการทดสอบข้างต้น ยกเว้นแต่มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ที่คำนวณได้จากกลุ่มพลังงานและกลุ่มพาณิชย์ และ มูลค่าตลาดเพิ่มจากกลุ่มก่อสร้างและพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่สามารถอธิบายผลตอบแทนหุ้นได้มากกว่าอัตราส่วนทางบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ

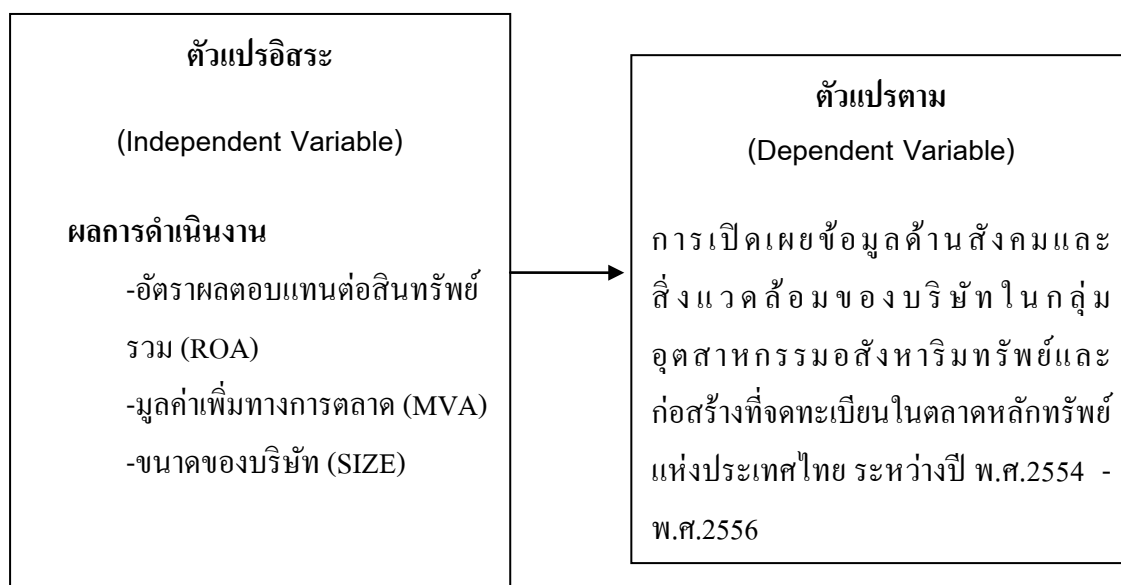
เดือนใจ ประสานเหลืองวิไล (2547) ศึกษามูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจและมูลค่าเพิ่มทางการตลาดของบริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจกับกำไรทางบัญชี จากกรณีศึกษานำมาใช้ประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจกับมูลค่าเพิ่มของตลาด เก็บข้อมูลตั้งแต่ปี 2541 –2545 จากฐานข้อมูล I-SIMS ของตลาดหลักทรัพย์

แห่งประเทศไทย เพื่อคำนวณหามูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจและมูลค่าเพิ่มทางตลาด และนำค่าที่คำนวณได้มาเปรียบเทียบกับอัตราส่วนทางการเงิน จากการศึกษาพบว่า กำไร (ขาดทุน) สุทธิทางบัญชีมีค่าน้อยกว่ากำไรทางเศรษฐศาสตร์ กำไรทางเศรษฐศาสตร์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับกำไร (ขาดทุน) สุทธิทางบัญชีและกำไรต่อหุ้น นอกจากนี้มูลค่าเพิ่มของตลาดและมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจมีค่าเป็นบวกเหมือนกัน แต่ตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กันทั้งขนาดและทิศทาง

ภาควิชา จอมแก้ว (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจและมูลค่าเพิ่มทางตลาด กรณีศึกษา: หลักทรัพย์กลุ่มการแพทย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจและมูลค่าเพิ่มทางตลาดของหลักทรัพย์กลุ่มการแพทย์ ตามแนวทางการศึกษาของ Uyemura et al., (1996) และ Naser and Karbhari (2004) ที่แสดงถึงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวชี้วัดทางการเงินอย่างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจและมูลค่าเพิ่มทางตลาดกับตัวแปรทางการเงิน โดยรวบรวมข้อมูลจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี 2544-2549 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มทางตลาด พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มทางตลาดของบมจ.โรงพยาบาลนนทเวชได้แก่อัตราผลตอบแทนส่วนผู้ถือหุ้น ในขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มทางตลาดของบมจ.โรงพยาบาลเอกชล ได้แก่หลักประกันผู้ให้กู้และมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มทางตลาดของบมจ.กรุงเทพดุสิตเวชการได้แก่หลักประกันผู้ให้กู้ ในขณะที่การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจและมูลค่าเพิ่มทางตลาดพบว่า บมจ.โรงพยาบาลนนทเวชพบความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจและมูลค่าเพิ่มทางตลาดในทิศทางเดียวกัน ขณะที่ บมจ.โรงพยาบาลเอกชล และ บมจ.กรุงเทพดุสิตเวชการไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจและมูลค่าเพิ่มทางตลาดแต่อย่างใด

6. กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องพบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในอดีตมีปริมาณไม่มาก และมีการค้นพบความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานและการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันไป ผู้วิจัยจึงสร้างกรอบแนวความคิดสำหรับการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคือผลการดำเนินงาน ประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) มูลค่าเพิ่มทางการตลาด (MVA) และขนาดของบริษัท (SIZE) สำหรับ ตัวแปรตาม คือ การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ผู้วิจัยไม่ได้ใส่ตัวแปรควบคุมเนื่องจากงานวิจัยในอดีตหลายงานวิจัยใช้ขนาดบริษัทหรือประเภทอุตสาหกรรมเป็นตัวแปรควบคุม แต่งานวิจัยในครั้งนี้ใช้ขนาดของบริษัทเป็นตัวแปรอิสระ และทำการศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างเพียงอุตสาหกรรมเดียว ดังนั้นประเภทอุตสาหกรรมจึงไม่มีผลต่อการศึกษาในครั้งนี้ โดยได้กำหนดความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 2.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

7. สรุป

ปัจจุบันการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจไม่ได้มุ่งหวังที่กำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป หากแต่มุ่งที่ความมั่งคั่งของผู้เป็นเจ้าของรวมทั้งการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยใน การที่กิจการจะสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนนั้น กิจการต้องดำเนินธุรกิจตามกลยุทธ์ที่วางไว้เพื่อหวังผลทางเศรษฐกิจ รวมทั้งต้องมีการทำประโยชน์เพื่อชุมชนและสังคมส่วนรวม ธุรกิจและสังคมจะต้องเกื้อหนุนกันทั้ง 2 ฝ่าย ในการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมตามความสมัครใจ

อาจมีส่วนช่วยในการสร้างคุณค่าขององค์กรเป็นการสร้างแบรนด์ทางหนึ่ง อย่างไรก็ตามจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการทราบถึงการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปัจจุบัน (รอบระยะเวลาบัญชีปี พ.ศ.2554 – พ.ศ.2556) ว่ามีการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวอย่างไร รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าว เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการเปิดเผยข้อมูลในช่วงปี พ.ศ.2554 – พ.ศ.2556