



วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร

MUT Journal of Business Administration

ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2566)

Volume 20 Number 1 (January – June 2023)

อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance among The Food and Beverage Companies Listed in the Stock Exchange of Thailand

Received: March 9, 2023

Revised: June 8, 2023

Accepted: June 10, 2023

บัณฑิต โบนศรีเมือง Nanthaphat Nonsrimueang^{1,*}

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ กาฬสินธุ์ ประเทศไทย

¹Assistant Professor, Business Administration Department, Faculty of Administrative,
Kalasin University, Kalasin, Thailand

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ 3) อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตรากำไรสุทธิของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยทำการเก็บข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) และรายงานประจำปี (56-2) ระหว่างปี พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2563

* E-mail address: etawoot@gmail.com

ของบริษัทในกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 46 บริษัท จำนวน 170 ชุดข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม มีผลกระทบเชิงลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตรากำไรสุทธิ ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม และด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการมีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตรากำไรสุทธิ ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน ไม่มีผลกระทบกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ผลการดำเนินงานทางการเงิน ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ABSTRACT

The purpose of this research were to examine 1) the effects of corporate social responsibility disclosure and financial performance in the aspects of return on asset of the food and beverage companies listed in the Stock Exchange of Thailand 2) the effects of corporate social responsibility disclosure and financial performance in the aspects of return on equity of the food and beverage companies listed in the Stock Exchange of Thailand and 3) the effects of corporate social responsibility disclosure and financial performance in the aspects of net profit margin of the food and beverage companies listed in the Stock Exchange of Thailand by collecting data from the annual reports (Form 56-1 and Form 56-2) of 46 the food and beverage companies listed in the Stock Exchange of Thailand from 2017 to 2020 was used to collect data from 170 datasets. The statistics used for analyzing the collected data were multiple regression analysis.

Results revealed that: 1) Corporate social responsibility disclosure in the aspects of environmental responsibility had negative effects on financial performance in the aspects of return on asset and net profit margin of the food and beverage companies listed in the Stock Exchange of Thailand ($p < 0.05$) 2) Corporate social responsibility disclosure in the aspects of community and society responsibility and product and services responsibility had positive effects on financial performance in the aspects of return on asset and net profit margin of the

food and beverage companies listed in the Stock Exchange of Thailand ($p < 0.05$) 3) Corporate social responsibility disclosure in the aspects of employee responsibility no effects on financial performance of the food and beverage companies listed in the Stock Exchange of Thailand.

Keywords: Corporate Social Responsibility Disclosure, Financial Performance, Food and Beverage Companies, the Stock Exchange of Thailand

บทนำ

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ เป็นแนวทางการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจที่สร้างความสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคม และมิติทางสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ โดยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเป็นแนวทางหนึ่งในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งมีการพูดถึงนับตั้งแต่มีการประชุม United Nations Earth Summit ที่กรุง Rio de Janeiro ประเทศ บราซิล ในปี พ.ศ. 2535 ได้มีการประกาศทิศทางใหม่ของการพัฒนาให้เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่ให้ความสำคัญและความเอาใจใส่ในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมนอกเหนือจากมุ่งเน้นแต่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแต่เพียงด้านเดียว ต่อมาในการประชุม World Economic Forum ที่เมือง Davos ประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ ในปี พ.ศ. 2545 ที่ประชุมได้มีมติยอมรับคุณค่าและความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมโดยประกาศจัดตั้ง Global Corporate Citizenship Initiative (GCCII) ขึ้นเพื่อยกระดับการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจ ในการนำหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไปปฏิบัติให้เป็นส่วนหนึ่งของหน้าที่และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรและการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจรวมถึงผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility Institute, 2012) จากกระแสของการพัฒนาที่ยั่งยืนทั่วโลกส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมทางของธุรกิจบนแนวคิดที่เน้นผลกำไรสูงสุดเป็นเป้าหมายได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจที่เน้นการสร้างสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ คือ การดำเนินธุรกิจที่มุ่งสร้างการเติบโตและผลกำไร ให้แก่องค์กร แต่เป็นผลกำไรที่มาจาก การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจด้วยความมีจริยธรรมทางธุรกิจ มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มิติทางสังคม คือ การดำเนินธุรกิจเพื่อมุ่งสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ขององค์กร โดยเน้นการมีส่วนร่วมและรับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มบุคคลต่าง ๆ เพื่อลดผลกระทบในเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานธุรกิจขององค์กร ตลอดจนการสร้างประโยชน์และสร้างผลตอบแทนคืนให้กับสังคมด้วย และมิติทางสิ่งแวดล้อม คือ การดำเนินธุรกิจเพื่อมุ่งเน้นการลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจจะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานธุรกิจขององค์กร ตั้งแต่กระบวนการผลิต การส่งมอบ การบริโภค และการจัดการทิ้งในสินค้าและบริการขององค์กร โดยให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับทราบ

โดยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ (Alferaih, 2020; Jitaree, 2015; Matuszak and Róžańska, 2020) ดังนี้ ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Responsibility) ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน (Employee Responsibility) ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (Community and Society Responsibility) และด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Services Responsibility)

ผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ (Financial Performance) คือ ความสามารถขององค์กรในการสร้างรายได้ในช่วงเวลาที่กำหนดซึ่งตัวชี้วัดที่ใช้ในการวัดผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจมีหลายประเภท เช่น อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Asset : ROA) อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) และกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) จากการศึกษาของ Leemakdej (2013) พบว่า กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเป็นเครื่องมือที่มีผลกระทบในทางบวกให้กับสภาพคล่องของหลักทรัพย์บริษัทให้สูงขึ้น และสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุน กลุ่มธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีหน้าที่ติดตามดูแลการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย และกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 และติดตามให้มีการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานด้านต่าง ๆ เช่น งบการเงิน โครงสร้างการบริหาร ความเสี่ยงของธุรกิจ เป็นต้น รวมถึงมีหน้าที่การสนับสนุนเสริมสร้างความเชื่อมั่น เสริมสร้างมูลค่าเพิ่มและความยั่งยืนให้กับผู้ลงทุน จากกระแสการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงได้จัดตั้ง สถาบันธุรกิจเพื่อสังคมโดยมีภารกิจสำคัญที่จะส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีการดำเนินการโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้กำหนดให้ดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน คือ การให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยมีนโยบายและแผนธุรกิจภายใต้หลักบรรษัทภิบาล และสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีเงินทุนและผลกำไรที่ใช้ในการขยายกิจการ มีผลตอบแทนที่ดีแก่ผู้ถือหุ้นควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีข้อกำหนดและหลักปฏิบัติแนวทางการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสำหรับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ที่จัดอยู่ในหมวดอุตสาหกรรมอาหาร โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมองว่าธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของประชากรในสังคมสูง และการดำเนินธุรกิจบางส่วนอาจส่งผลกระทบต่อทำลายทรัพยากรทางธรรมชาติและอาจเกิดผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในวงกว้าง จึงจำเป็นต้องมีการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ และเชื่อมั่นว่าการดำเนินธุรกิจจะไม่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และที่สำคัญก่อนประโยชน์ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้สนใจศึกษาอิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการ

เก็บรวบรวมข้อมูลจากบริษัทในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2563 ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ หน่วยงานกำกับดูแล ผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ได้ทราบถึงการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ และนำไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจด้านต่าง ๆ ได้

คำถามนำวิจัย

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตรากำไรสุทธิของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประโยชน์ของการวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจเรื่องการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัท
2. เพื่อเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารองค์กรในการนำลักษณะและรูปแบบการเปิดเผยข้อมูลเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในการปรับปรุงเนื้อหาการเปิดเผยข้อมูลเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทตนเอง
3. เพื่อเป็นสารสนเทศในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ให้สอดคล้องการสถานการณ์ปัจจุบัน

การทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยในอดีตพบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจจากมุมมองและบริบทที่หลากหลายและแตกต่างกันซึ่งผู้วิจัยจะได้จะอธิบายถึงกรอบแนวคิด วิธีการศึกษา ผลลัพธ์ได้จากการศึกษาของนักวิจัยทั้งต่างประเทศและในประเทศตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

การศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility Disclosure) ในต่างประเทศมีการศึกษาทั้งในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วและกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา และมีบริบทที่เหมือนและแตกต่างกัน เช่น Mittelbach-Hörmanseder *et al.* (2021) ได้ทำการศึกษาลักษณะเนื้อหาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในทวีปยุโรป โดยทำการศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนใน STOXX Europe 600 ระหว่างปี 2008 – 2016 ในประเด็นการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมโดยความสนใจสนใจไปถึงประเด็นที่มีการบังคับให้มีการเปิดเผยข้อมูล พบว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่าขององค์กร และพบว่าเนื้อหาและรูปแบบการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเนื้อหาที่มีการเปิดเผยขึ้นอยู่กับรูปแบบและลักษณะของสถาบัน ซึ่งสอดคล้องกับ Alshbili and Elamer (2020) ได้ศึกษาอิทธิพลของลักษณะของสถาบันที่มีต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศลิเบีย พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้นอยู่กับลักษณะขององค์กร หากองค์กรได้รับแรงกดดันจะมีการเปิดเผยข้อมูลมากกว่าองค์กรที่ไม่มีแรงกดดัน โดยนักวิจัยได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมย้อนหลัง พบว่าได้มีนักวิจัยได้ทำการศึกษากการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้ Nyame-Asiamah and Ghulam (2020) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับการเติบโตของยอดขายในอุตสาหกรรมการค้าปลีกของสหราชอาณาจักร พบว่า กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม และการบริจาคมีความสัมพันธ์เชิงบวกการยอดขายของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ Matuszak and RóŻańska (2020) ได้ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมออนไลน์ในอุตสาหกรรมธนาคารประเทศโปแลนด์ พบว่า อุตสาหกรรมธนาคารประเทศโปแลนด์มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านสิ่งแวดล้อม มีการเปิดเผยข้อมูลร้อยละ 34 ด้านทรัพยากรมนุษย์ มีการเปิดเผยข้อมูลร้อยละ 51.3 ด้านผลิตภัณฑ์และลูกค้า มีการเปิดเผยข้อมูลร้อยละ 50 และด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน มีการเปิดเผยข้อมูลร้อยละ 67 และ Zhang *et al.* (2020) ได้ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศจีน พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ ด้านพนักงาน ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านสังคม และด้านความรับผิดชอบต่อสินค้า Alferaih (2020) ได้ทำการทบทวนงานวิจัยเพื่อจับกลุ่มความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเพื่อนำไปใช้ในการศึกษาสมการโครงสร้างพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถจัดกลุ่มออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้ 1. การกำกับดูแล

กิจการ 2. ด้านชุมชน 3. ด้านความหลากหลาย 4. ด้านความสัมพันธ์ของพนักงาน 5. ด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน 6. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ Jeffrey *et al.* (2019) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจกับชื่อเสียงของธุรกิจ พบว่า พฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดใหญ่มีผลทางบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน และชื่อเสียงของธุรกิจ Platonova *et al.* (2018) ได้มีการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธนาคารอิสลาม ในกลุ่มประเทศ CCG ระหว่างปี 2000 – 2014 จากการวิเคราะห์รายงานประจำปี พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน Malik and Kanwal (2018) ที่ได้ทำการศึกษาผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ปากีสถาน ตั้งแต่ปี 2005 – 2014 โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาในรายงานประจำปี พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ปากีสถานมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยเฉพาะการเปิดเผยข้อมูลการมีส่วนร่วมกับชุมชน และจากการทดสอบการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานทางการเงิน พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) อย่างมีนัยสำคัญ Maqbool and Zameer (2018) ได้ทำการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธนาคารประเทศอินเดีย พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญ Gangi *et al.* (2018) ได้ทำการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานทางการเงินของอุตสาหกรรมธนาคารในทวีปยุโรป ระหว่างปี 2009 – 2015 ผลการศึกษาพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน Weber (2017) ได้ทำการศึกษาความยั่งยืนของธุรกิจและผลการดำเนินงานทางการเงินของธนาคารในประเทศจีน จำนวน 22 แห่ง พบว่า ผลการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคาร ธนาคารในประเทศจีน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมผู้วิจัยจึงใช้กรอบการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

1. ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
2. ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน
3. ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม
4. ด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ

2. ผลการดำเนินงานทางการเงิน

ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งจะเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญที่สุดสำหรับธุรกิจที่แสวงหาผลกำไร

จากการประกอบธุรกิจ โดยสามารถวัดได้ 2 มิติ คือ การวัดบนฐานทางบัญชี และการวัดบนฐานทางการตลาด โดยผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจเป็นตัวสะท้อนต่อความอยู่รอดของธุรกิจในระยะยาว โดยธุรกิจที่ประสบความสำเร็จคือธุรกิจที่สามารถสร้างกำไรได้อย่างต่อเนื่อง สามารถสร้างรายได้สูงขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ

การวัดผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจสามารถวัดได้หลายมิติ โดยในงานวิจัยทางด้านทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสามารถวัดได้ 2 มิติ คือ การวัดบนฐานทางการบัญชีและวัดบนฐานทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับ Lassala *et al.* (2017) ที่ได้กล่าวว่า การวัดผลการดำเนินงานทางการเงินสามารถวัดได้ในมิติทางการบัญชีและมิติทางการตลาดเช่นกัน โดยการวัดผลการดำเนินงานบนฐานทางการบัญชี เช่น การวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Asset: ROA) การวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) และอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin: NPM) โดยอัตราส่วนดังกล่าวสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของกิจการได้ โดยความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) เป็นอัตราส่วนทางการเงินที่บ่งบอกความสามารถในการทำกำไรในช่วงเวลาหนึ่ง โดยอัตราส่วนนี้จะสะท้อนถึงความสามารถในการจัดหารายได้และบริหารจัดการที่ดีของกิจการ เช่น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เป็นต้น

1) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Asset: ROA)

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม หมายถึง อัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถของกิจการที่จะนำสินทรัพย์ที่มีไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ อัตราส่วนนี้แสดงถึงความสามารถของกิจการในการทำกำไรที่กิจการหามาได้จากสินทรัพย์ทั้งหมด โดยไม่สนใจของแหล่งที่มาของเงินทุนในการจัดหาสินทรัพย์

$$ROA = (\text{กำไรสุทธิ} * 100) / \text{สินทรัพย์รวมเฉลี่ย} \quad (1)$$

2) อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE)

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น หมายถึง อัตราส่วนที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถของบริษัทในการสร้างผลตอบแทนคืนให้กับผู้ถือหุ้น โดยอัตราส่วนนี้แสดงถึงผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นสามัญได้รับหลังจากหักผลตอบแทนที่ต้องจ่ายให้แก่ผู้มีสิทธิได้รับผลตอบแทนจากสินทรัพย์ประเภทอื่น สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถการบริหารงานเพื่อให้เกิดผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นที่เป็นเจ้าของกิจการ

$$ROE = (\text{กำไรสุทธิ} * 100) / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้น} \quad (2)$$

3) อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin: NPM)

อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิของกิจการว่าเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ของรายได้จากการขาย ถ้าอัตราส่วนกำไรสุทธิสูงจะดีเนื่องจากแสดงถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิของกิจการว่ามีกำไรสุทธิเป็นจำนวนมาก

$$NPM = (\text{กำไรสุทธิ} \times 100) / \text{รายได้จากการขาย}$$

(3)

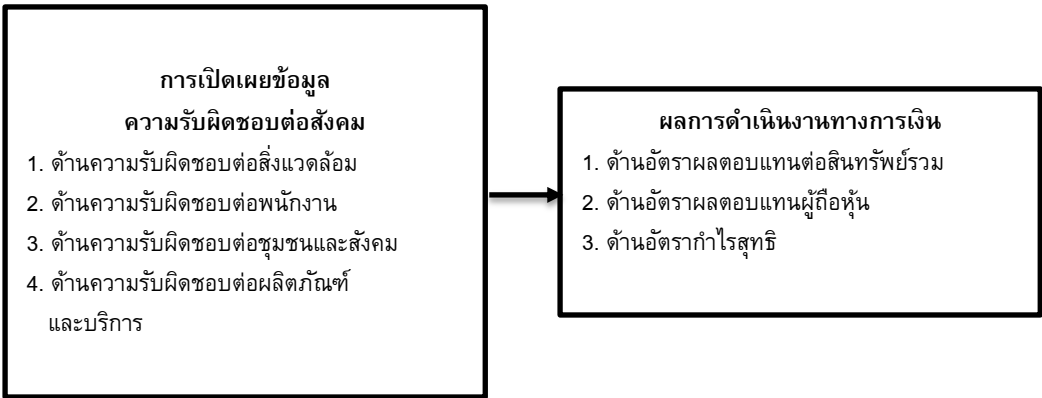
กรอบแนวคิด

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility Disclosure) โดยประยุกต์จากแนวคิดของ Alferaih (2020); Jitaree (2015); Matuszak and RóŹańska (2020) ประกอบด้วย 1) ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Responsibility) 2) ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน (Employee Responsibility) 3) ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (Community and Society Responsibility) และ 4) ด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Services Responsibility)

2. ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) โดยประยุกต์จากแนวคิดของ Devie *et al.* (2020); Galant and Cadez (2017); Matuszak and RóŹańska (2020); Sofyan (2019) ประกอบด้วย 1) ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Asset: ROA) 2) ด้านอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) และ 3) ด้านอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin: NPM)

โดยสามารถเขียนกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



รูปที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร หมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 46 บริษัท โดยใช้ข้อมูลระหว่าง ปี พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2563 รวม 170 ชุดข้อมูล จากฐานระบบการเปิดเผยข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยผู้วิจัยเลือกใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือ COVID-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบผลการดำเนินงานของบริษัท ระบบเศรษฐกิจและสุขภาพของประชากรทำให้ต้องเปลี่ยนการดำเนินชีวิต และเกิดการเรียกร้องให้ทุกภาคส่วนร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น (Chochai, 2021) โดยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอาจจะป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียในสถานการณ์ที่ต้องให้ความระมัดระวังในการลงทุน โดยปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมอาจจะช่วยให้ผลการดำเนินงานทางการเงินดีขึ้นในช่วงวิกฤตทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากโรคระบาด

วิธีการวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อศึกษาปริมาณการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร หมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ระหว่าง ปี พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2563

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สามารถใช้กับงานที่มีลักษณะเป็นข้อความ เช่น การเขียน (Letters) สุนทรพจน์ (Speeches) บทความ (Articles) วิดีโอ (Video) ภาพยนตร์ (Film) เพื่อแยกแยะเนื้อหาข้อความของการสื่อสารต่างๆ นอกจากนี้ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหายังถูกใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาประเด็นการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ เนื่องจากวิธีการการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาช่วยบอกถึงปริมาณและลักษณะการเปิดเผยข้อมูล (Ashraf and Huma, 2021) ทั้งนี้ ข้อดีของการใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในกระบวนการวิจัย คือ ช่วยให้การวิเคราะห์ประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการสนใจลึกซึ้งมากขึ้น ในการวิเคราะห์เนื้อหานั้นจะต้องเลือกหน่วยของเนื้อหา (Content Unit) เพื่อเป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบปริมาณการเปิดเผยข้อมูลโดยการนับข้อความการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งหน่วยเนื้อหามีด้วยกันหลายประเภท ได้แก่ การนับจำนวนถ้อยคำ (Words) การนับจำนวนประโยค (Sentences) การนับจำนวนหน้า (Pages) การนับจำนวนบรรทัด การนับจำนวนย่อหน้า การนับจำนวนรายการ หรือใช้แบบผสม ทั้งนี้การเลือกหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมของหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา พบว่า Menassa and Dagher (2020) ได้ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในประเทศ UAE ได้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในการวัดการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ เช่นเดียวกับ

Matuszak and RóŻańska (2020) ที่ได้ทำการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมออนไลน์ในอุตสาหกรรมการเงินประเทศโปแลนด์ ได้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในการวัดการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับการศึกษาของ Jitaree (2015) ได้ทำการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทในประเทศไทย ก็ใช้วิธีการศึกษาโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในรายงานประจำปีในการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยในต่างประเทศที่ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากรายงานประจำปี เช่น งานวิจัยของ Gong *et al.* (2018), Axjonow *et al.* (2018), Vu and Buranatrakul (2018), Lu *et al.* (2017), Dyduch and Krasodomska (2017) จากการศึกษางานวิจัยในอดีต การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาถูกใช้อย่างแพร่หลายในการวิจัยด้านการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเพื่อการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่องอิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นการวิจัยโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเก็บกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่เปิดเผยไว้ในแบบแสดงรายงานประจำปี (Annual Report) และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ในระหว่างปี พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2563 ส่วนผลการดำเนินงานทางการเงิน เก็บข้อมูลจากงบการเงินของบริษัท ในระหว่างปี พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2563 จากรายงานประจำปี และข้อมูลที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้กระดาษทำการเพื่อรวบรวมข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้กระดาษทำการเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมพัฒนาขึ้นจากแนวคิดของ Jitaree (2015) และ Matuszak and RóŻańska (2020) โดยมีการให้คะแนนการเปิดเผยข้อมูลตามการศึกษาของ Matuszak and RóŻańska (2020), Abu Qa'dan and Suwaidan (2019), Naseem *et al.* (2017), Nekhili *et al.* (2017), Habbash (2016), Dias *et al.* (2016) โดยการให้คะแนนการเปิดเผยข้อมูลเท่ากับ 1 หากบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และให้คะแนนการเปิดเผยข้อมูลเท่ากับ 0 หากบริษัทไม่มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1)

เมื่อให้คะแนนการเปิดเผยข้อมูลทั้งหมดของแต่ละบริษัทแล้ว จะทำการคำนวณดัชนีการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure Index) ซึ่งอยู่ในรูปอัตราส่วนของคะแนนที่แต่ละบริษัทได้รับจริงกับคะแนนเต็ม โดยดัชนีการเปิดเผยข้อมูลของแต่ละบริษัทสามารถเขียนสมการ ได้ดังนี้ (Jitaree, 2015; Laskar and Gopal Maji, 2018; Matuszak and RóŻańska, 2020; Nawaiseh, 2015; Nekhili *et al.*, 2017; Tan *et al.*, 2016)

$$\text{ดัชนีการเปิดเผยข้อมูล} = AS/MS \quad (4)$$

โดยที่ AS = คะแนนจริงที่แต่ละบริษัทได้รับ (Actual Scores)

MS = คะแนนเต็ม (Maximum Scores)

จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยวิธีการประเมินผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การศึกษาผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยทำการเก็บข้อมูลงบการเงิน จากรายงานประจำปีที่เคยเผยแพร่บนเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Asset: ROA) อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) และอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin: NPM) จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยวิธีการประเมินผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. การทดสอบผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$ROA = \beta_{01} + \beta_1 ENV + \beta_2 EMP + \beta_3 COM + \beta_4 PRO + \epsilon_1 \quad (5)$$

$$ROE = \beta_{02} + \beta_5ENT + \beta_6EMP + \beta_7COM + \beta_8PRO + \epsilon_2 \tag{6}$$

$$NPM = \beta_{03} + \beta_9ENT + \beta_{10}EMP + \beta_{11}COM + \beta_{12}PRO + \epsilon_3 \tag{7}$$

โดย	β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
	ϵ	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน
ENV		แทน	การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
EMP		แทน	การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน
COM		แทน	การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม
PRO		แทน	การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ
ROA		แทน	ผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม
ROE		แทน	ผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น
NPM		แทน	ผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตรากำไรสุทธิ

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการวิจัยอธิบายได้ดังนี้

ตารางที่ 1: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย		$\bar{X}$	S.D.
การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	0.63	0.27
	ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน	0.72	0.27
	ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม	0.76	0.29
	ด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ	0.92	0.11
ผลการดำเนินงานทางการเงิน	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม	7.85	7.72
	อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	9.26	11.20
	อัตรากำไรสุทธิ	5.75	7.08

จากตารางที่ 1 พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.92 (S.D. = 0.11) ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.76 (S.D. = 0.29) ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.72 (S.D. = 0.27) และด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.63 (S.D. = 0.27)

ผลการดำเนินงานทางการเงิน โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.26 (S.D. = 11.20) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.85 (S.D. = 7.72) และอัตรากำไรสุทธิ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.75 (S.D. = 7.08)

ตารางที่ 2: ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรอิสระการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)			VIF
	B	t	p-value	
ค่าคงที่ (a)	-0.472	0.098	0.922	
ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (ENV)	-8.876	-3.029*	0.003	1.917
ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน (EMP)	-3.409	-1.234	0.219	1.699
ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (COM)	5.366	2.108*	0.037	1.678
ด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ (PRO)	13.369	2.192*	0.030	1.502
Adjusted R ² = 0.055 F = 3.449 p = 0.010				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบเชิงลบต่อการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม และด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ มีผลกระทบเชิงบวกต่อการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทั้ง 3 ด้านสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมได้ ร้อยละ 5.5 ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

$$ROA = -8.876ENV + 5.366COM + 13.369PRO + \epsilon \quad (8)$$

ตารางที่ 3: ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรอิสระการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)			VIF
	B	t	p-value	
ค่าคงที่ (a)	6.724	0.936	0.351	
ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (ENV)	-8.376	-1.920	0.057	1.917
ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน (EMP)	-0.118	-0.029	0.977	1.699
ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (COM)	6.345	1.674	0.096	1.678
ด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ (PRO)	3.371	0.371	0.711	1.502
Adjusted R ² = 0.003 F = 1.135 p = 0.342				

จากตารางที่ 3 พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม และด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (p > 0.05)

ตารางที่ 4: ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรอิสระการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตรากำไรสุทธิ ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตรากำไรสุทธิ (NPM)			VIF
	B	t	p-value	
ค่าคงที่ (a)	-7.065	-1.602	0.111	
ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (ENV)	-7.255	-2.709*	0.007	1.917
ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน (EMP)	-2.255	-0.918	0.360	1.699
ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (COM)	5.367	2.307*	0.022	1.678
ด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ (PRO)	16.269	2.919*	0.004	1.502
Adjusted R ² = 0.062 F = 3.807 p = 0.005				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบเชิงลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตรากำไรสุทธิ อย่างมีนัยสำคัญ นันทพัทธ์ โนนศรีเมือง

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชน และสังคม และด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตรากำไรสุทธิของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทั้ง 3 ด้านสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตรากำไรสุทธิได้ ร้อยละ 6.2 ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

$$NPM = -7.255ENV + 5.367COM + 16.269PRO + \epsilon \quad (9)$$

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม มีผลกระทบเชิงลบกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และด้านอัตรากำไรสุทธิของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจาก ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม คือ การป้องกันมลพิษ การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานทางธุรกิจ พร้อมทั้งฟื้นฟูสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มซึ่งเป็นบริษัทที่มีความอ่อนไหวและสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก และส่วนหนึ่งของการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมเนื่องจากแรงกดดันจากภาครัฐจึงทำให้ธุรกิจต้องดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมค่อนข้างสูง ซึ่งสอดคล้องกับ Wongko (2019) พบว่า บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมสูงที่สุด ซึ่งการดำเนินกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจย่อมหมายถึงมีการส่งผลต่อต้นทุนทางการเงินในการดำเนินกิจกรรมที่เพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องการแนวคิดของ Nuengkumphorn and Diskulnetivitya (2019) กล่าวว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอาจส่งผลต่อต้นทุนของกิจการในระยะยาว ซึ่งอาจทำให้การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลในทางลบกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และด้านอัตรากำไรสุทธิ ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ สอดคล้องกับ Jha and Rangarajan (2020) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลในทางลบกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอินเดีย อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากการมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมทำให้ค่าใช้จ่ายของธุรกิจสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Su *et al.* (2020) พบว่า การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทในประเทศจีนส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินของธุรกิจเพิ่มขึ้น

สอดคล้องกับ Zhou *et al.* (2021) พบว่า การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะส่งผลต่อฐานะทางการเงินขององค์กรในระยะสั้น แต่ในระยะยาวการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะส่งผลต่อแรงจูงใจของผู้มีส่วนได้เสีย เนื่องจาก การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้เกิดธรรมชาติของงบการเงินที่ลดลงความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรและท้ายที่สุดจะส่งผลต่อประสิทธิภาพทางการเงินขององค์กร จากผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim *et al.* (2018); Maqbool and Zameer (2018) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญ และงานวิจัยของ Haninun *et al.* (2018) พบว่า การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และด้านอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอินโดนีเซีย

2. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมมีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และด้านอัตรากำไรสุทธิ ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจาก การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและสังคมและการเปิดเผยข้อมูลจะทำให้เกิดการตระหนักรู้ของคนในชุมชนและสังคมต่อการดำเนินธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนและสังคม สิ่งที่จะได้รับการตระหนักรู้ต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใสจะทำให้สมาชิกในชุมชนและสังคมมีความเชื่อมั่นต่อองค์กรของธุรกิจ ลดแรงกดดันจากชุมชนและสังคมและสุดท้ายจะส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจ และสุดท้ายก็จะส่งผลต่อประสิทธิภาพทางการเงินของธุรกิจนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Su *et al.* (2020) การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศจีนส่งผลทางบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตรากำไรสุทธิอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากค่านิยมของชาวจีนที่ย่อยงบบุคคลหรือองค์กรที่ทำคุณประโยชน์ต่อสังคมและบุคคลอื่น จึงส่งผลให้ธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านชุมชนและสังคมได้รับการยกย่องจากชุมชนและสังคมและส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจนั่นเอง สอดคล้องกับ Malik and Kanwal (2018) กล่าวว่า หลายองค์กรที่มีการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและสังคมเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรธุรกิจกับชุมชนและสังคม โดยการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและสังคมจะทำให้เกิดการสนับสนุนด้านต่างๆ ให้กับบริษัทตามมา สอดคล้องกับ Kabir and Thai (2017) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เวียดนาม สอดคล้องกับ Habbash (2017) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ของบริษัทจดทะเบียนในประเทศซาอุดีอาระเบีย สอดคล้องกับ Kim and Oh (2019) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมมี

ความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอินเดียอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับ Sekhon and Kathuria (2020) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และด้านอัตรากำไรสุทธิของบริษัทชั้นนำในประเทศอินเดีย สอดคล้องกับ Ahmad *et al.* (2020) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมมีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ในประเทศปากีสถาน อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับ Maqbool and Hurrah (2021) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านชุมชนและสังคมมีผลเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ของธุรกิจในประเทศอินเดีย อย่างมีนัยสำคัญ

3. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และด้านอัตรากำไรสุทธิ ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจาก การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ หรืออีกนัยหนึ่งคือการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค คือการมุ่งความรับผิดชอบต่อการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และปลอดภัยต่อผู้บริโภค การกำหนดราคาที่เป็นธรรมตลอดจนการสื่อสารการตลาดอย่างมีจริยธรรมนั้น ย่อมส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ความเชื่อใจของผู้บริโภคตามมา ซึ่งย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพในทางบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน สอดคล้องกับ Geetika and Shukla (2017) พบว่า การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร และความเชื่อมั่นต่อองค์กรเมื่อเกิดความเชื่อมั่นก็จะส่งผลต่อผลการดำเนินงานการเงินตามมา สอดคล้องกับ Ta (2018) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศเวียดนาม สอดคล้องกับ Resmi *et al.* (2018) การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในประเทศบังคลาเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับ Nireesh and Silva (2018) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการมีผลกระทบเชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นของสถาบันการเงินที่จดทะเบียนในประเทศศรีลังกา ผลการวิจัยขัดแย้งกับงานวิจัยของ Moslemany and Etab (2017) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ มีความสัมพันธ์ในทางลบกับอัตรากำไรสุทธิ เนื่องจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นในระยะแรกย่อมส่งผลต่อกำไรของธุรกิจที่ลดลงและมีผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้นในระยะยาว และขัดแย้งกับงานวิจัยของ Feng *et al.* (2017) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการมุ่งเน้นกิจกรรมทางการตลาดไม่มีผลกระทบกับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทขนาดใหญ่ในสหรัฐอเมริกา และขัดแย้งกับงานวิจัยของ Cho *et al.* (2019) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้านผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในประเทศเกาหลีใต้

4. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงาน ไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ด้านอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและด้านอัตรากำไรสุทธิ ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจาก การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อพนักงานของธุรกิจนั้น จำเป็นต้องใช้งบประมาณในการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการทำงานเป็นจำนวนมาก ถ้าหากพนักงานมีการลาออกองค์กรก็ต้องสูญเสียงบประมาณเพิ่มขึ้นเพื่อสรรหา และพัฒนาพนักงานใหม่ให้สามารถปฏิบัติงาน ดังนั้นการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อพนักงานจึงมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจน้อยหรือไม่มีผลกระทบเลย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Moslemany and Etab (2017) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ด้านอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและด้านอัตรากำไรสุทธิ ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศอียิปต์ เนื่องจากความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศอียิปต์ยังไม่เป็นที่แพร่หลายและยังไม่มีหน่วยงานบังคับหรือสนับสนุนการดำเนินการ สอดคล้องกับ Garcia *et al.* (2018) พบว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจในฐานะข้อมูล Bloomberg สอดคล้องกับ Su *et al.* (2020) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราผลกำไรสุทธิของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากบริษัทในประเทศจีนต้องสูญเสียต้นทุนทางการเงินในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เช่นการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ ในกับพนักงานเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับ Buallay *et al.* (2020) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจในฐานะข้อมูล Bloomberg สอดคล้องกับ Okafor *et al.* (2021) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ด้านอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและด้านอัตรากำไรสุทธิ ของธุรกิจในสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1. ผู้บริหารธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ในประเด็นความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม และความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ จากผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจที่มีการเปิดเผยข้อมูลมากจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานทางการเงิน อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมสูงขึ้นตามไปด้วย

2. บริหารธุรกิจควรมีความระมัดระวังในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ในประเด็นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม จากผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจที่มีการเปิดเผยข้อมูลมากจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานทางการเงิน ต่ำกว่าผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตรากำไรสุทธิของธุรกิจลดลงตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านอื่นๆ ของธุรกิจ เช่น ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่การเงิน เช่น ภาพลักษณ์องค์กร ความสามารถในการแข่งขัน หรือผลการดำเนินงานทางการตลาด เช่น มูลค่าทางการตลาดขององค์กร การเพิ่มขึ้นของลูกค้า และยอดขาย เนื่องจากจากผลการวิจัยจะพบว่าการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบางกิจกรรมไม่มีผลโดยตรงกับผลการดำเนินงานทางการเงิน เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับพนักงาน และสิ่งแวดล้อม

2. ควรศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในแต่ละประเด็นในเชิงลึก เช่น ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม หรือความรับผิดชอบต่อพนักงานโดยเฉพาะเพื่อทดสอบผลการวิจัยว่าถูกต้องแม่นยำหรือไม่

3. ควรศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่ไม่ใช่ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยควรมีการศึกษาย้อนหลังมากขึ้น เพราะหากเกิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ อาจทำให้ผลการวิจัยมีความคลาดเคลื่อน เช่น สถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ทำให้ผลการดำเนินงานในปี 2562 และ 2563 ต่ำกว่าปกติ

ข้อจำกัดในการวิจัย

ผลการวิจัยฉบับนี้เกิดจากการเก็บข้อมูลในช่วง พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2563 ซึ่งอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของ Covid-19 จึงทำให้การดำเนินงานและผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจต่ำกว่าปกติ ซึ่งอาจจะไม่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้กับสถานการณ์ปกติผู้สนใจควรใช้ความระมัดระวังในการพิจารณาข้อมูล

รายการอ้างอิง/References

Abu Qa'dan, M. B. and Suwaidan, M. S. 2019. Board composition, ownership structure and corporate social responsibility disclosure: the case of Jordan. **Social Responsibility Journal**. Vol. 15. No. 1. 28 – 46.

Ahmad, W. W., Manurung, D. T. H., Saputra, K. A. K. and Mustafa, S. G. 2020. Corporate

- social responsibility and firm financial performance: A case of SME's sector in Pakistan. **International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Sciences**. Vol. 1. No. 2. 62 – 74.
- Alferaih, A. 2020. Understanding causal links among the dimensions of corporate social responsibility: a framework developed using interpretive structural modelling. **Social Responsibility Journal**. Vol 16. No. 8. 1357 – 1376.
- Alshbili, I. and Elamer, A. A. 2020. The influence of institutional context on corporate social responsibility disclosure: a case of a developing country. **Journal of Sustainable Finance and Investment**. Vol. 10. No. 3. 269 – 293.
- Ashraf, M. and Huma, A. 2021. Peaceful Textbooks: A Content Analysis. **Journal of Elementary Education**. Vol. 30. No.1. 197 – 214.
- Axjonow, A., Ernstberger, J. and Pott, C. 2018. The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Corporate Reputation: A Non-professional Stakeholder Perspective. **Journal of Business Ethics**. Vol. 151. No. 2. 429 – 450.
- Buallay, A., Kukreja, G., Aldhaen, E., Al Mubarak, M. and Hamdan, A. M. 2020. Corporate social responsibility disclosure and firms' performance in Mediterranean countries: a stakeholders' perspective. **EuroMed Journal of Business**. Vol. 15. No. 3. 361 – 375.
- Cho, S. J., Chung, C. Y. and Young, J. 2019. Study on the Relationship between CSR and Financial Performance. **Sustainability**. Vol. 11 No. 343. 1 – 26.
- Chochai, S. 2021. Study of New Normal Behaviors of Students in the COVID-19 Situation. **RBRU Journal of Humanities and Social Sciences**. Vol. 2. No. 1. 1 – 14.
- Corporate Social Responsibility Institute. 2012. **Corporate social responsibility guidelines**. Bangkok: Magicpress Co.,Ltd.
- Devie, D., Liman, L. P., Tarigan, J. and Jie, F. 2020. Corporate social responsibility, financial performance and risk in Indonesian natural resources industry. **Social Responsibility Journal**. Vol.16. No.1. 73 – 90.
- Dias, A., Rodrigues, L. L. and Craig, R. 2016. Global financial crisis and corporate social responsibility disclosure. **Social Responsibility Journal**. Vol. 12. No. 4. 654 – 671.

- Dyduch, J. and Krasodomska, J. 2017. Determinants of corporate social responsibility disclosure: An empirical study of Polish listed companies. **Sustainability**. Vol. 9. No. 11. 2 – 24.
- Feng, M., Wang, X. and Kreuze, J. G. 2017. Corporate social responsibility and firm financial performance and CSR categories. **American Journal of Business**. Vol. 32 No. 3/4. 106 – 133.
- Galant, A., and Cadez, S. 2017. Corporate social responsibility and financial performance relationship: A review of measurement approaches. **Economic Research-Ekonomska Istrazivanja**. Vol. 30. No. 1. 676 – 693.
- Gangi, F., Mustilli, M., Varrone, N. and Daniele, L. M. 2018. Corporate Social Responsibility and Banks' Financial Performance. **International Business Research**. Vol. 11. No. 10. 42 – 58.
- Garcia, E. A. da R., Sousa-Filho, J. M. de and Boaventura, J. M. G. 2018. The influence of social disclosure on the relationship between Corporate Financial Performance and Corporate Social Performance. **International Conference on Management and the Environment**. Vol. 29. No. 77. 229 – 245.
- Geetika and Shukla, A. 2017. The Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance of Indian Banks. **The IUP Journal of Corporate Governance**. Vol. 16. No. 2. 39 – 53.
- Gong, G., Xu, S. and Gong, X. 2018. On the Value of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Empirical Investigation of Corporate Bond Issues in China. **Journal of Business Ethics**. Vol. 150. No. 1. 227 – 258.
- Habbash, M. 2016. Corporate governance and corporate social responsibility disclosure: Evidence from Saudi Arabia. **Social Responsibility Journal**. Vol. 12. No. 4. 740–754.
- Habbash, M. S. 2017. Corporate social responsibility disclosure, financial performance and firm value: The case of Saudi Arabia. **Arab Journal of Administrative Sciences**. Vol. 24. No. 1. 81 – 105.
- Haninun, H., Lindrianasari, L. and Denziana, A. 2018. The effect of environmental performance

- and disclosure on financial performance. **International Journal Trade and Global Markers**. Vol. 11. No. 1/2. 138 – 148.
- Jeffrey, S., Rosenberg, S. and McCabe, B. 2019. Corporate social responsibility behaviors and corporate reputation. **Social Responsibility Journal**. Vol. 15. No. 3. 395 – 408.
- Jha, M. K. and Rangarajan, K. 2020. Analysis of corporate sustainability performance and corporate financial performance causal linkage in the Indian context. **Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility**. Vol. 5. No. 1. 1 – 30.
- Jitaree, W. 2015. **Corporate social responsibility disclosure and financial performance: evidence from Thailand**. Doctoral of Philosophy Dissertation (Accounting). University of Wollongong.
- Kabir, R. and Thai, H. M. 2017. Does corporate governance shape the relationship between corporate social responsibility and financial performance?. **Pacific Accounting Review**. Vol. 29. No. 2. 227 – 258.
- Kim, K. H., Kim, M. C. and Qian, C. 2018. Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: A Competitive-Action Perspective. **Journal of Management**. Vol. 44. No. 3. 1097 – 1118.
- Kim, W. S. and Oh, S. 2019. Corporate social responsibility, business groups and financial performance: a study of listed Indian firms. **Economic Research-Ekonomska Istraživanja**. Vol. 32. No. 1. 1777 – 1793.
- Laskar, N. and Gopal Maji, S. 2018. Disclosure of corporate sustainability performance and firm performance in Asia. **Asian Review of Accounting**. Vol. 26. No. 4. 414 – 443.
- Lassala, C., Apetrei, A. and Sapena, J. 2017. Sustainability matter and financial performance of companies. **Sustainability**. Vol. 9. No. 9. 1–16.
- Leemakdej, A. 2013. Corporate social responsibility as a Signal: case study of the stock exchange of Thailand. **Journal of Business Administration**. Vol. 36. No. 139. 27 – 42.
- Lu, L. Y., Shailer, G. and Yu, Y. 2017. Corporate Social Responsibility Disclosure and the Value of Cash Holdings. **European Accounting Review**. Vol. 26. No. 4. 729 – 753.

- Malik, M. S. and Kanwal, L. 2018. Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Case Study of Listed Pharmaceutical Firms of Pakistan. **Journal of Business Ethics**. Vol. 150. No. 1. 69 – 78.
- Maqbool, S. and Hurrah, S. A. 2021. Exploring the Bi-directional relationship between corporate social responsibility and financial performance in Indian context. **Social Responsibility Journal**. Vol. 17. No.8. 1062 – 1078.
- Maqbool, S. and Zameer, M. N. 2018. Corporate social responsibility and financial performance: An empirical analysis of Indian banks. **Future Business Journal**. Vol. 4. No. 1. 84 – 93.
- Matuszak, Ł. and Róžańska, E. 2020. Online corporate social responsibility (CSR) disclosure in the banking industry: evidence from Poland. **Social Responsibility Journal**. Vol. 16. No. 8. 1191 – 1214.
- Menassa, E. and Dagher, N. 2020. Determinants of corporate social responsibility disclosures of UAE national banks: a multi-perspective approach. **Social Responsibility Journal**. Vol. 16. No. 5. 631 – 654.
- Mittelbach-Hörmanseder, S., Hummel, K. and Rammerstorfer, M. 2021. The information content of corporate social responsibility disclosure in Europe: an institutional perspective. **European Accounting Review**. Vol. 30. No. 2. 309 – 348.
- Moslemany, R. El and Etab, M. 2017. The effect of corporate social responsibility disclosures on financial performance in the banking industry: empirical study on Egyptian banking sector. **International Journal of Business and Economic Development**. Vol. 5. No. 1. 20 – 34.
- Naseem, M. A., Riaz, S., Rehman, R. U., Ikram, A. and Malik, F. 2017. Impact of Board Characteristics on Corporate Social Responsibility Disclosure. **The Journal of Applied Business Research**. Vol. 33. No. 4. 801 – 810.
- Nawaiseh, M. E. 2015. Do firm size and financial performance affect corporate social responsibility disclosure: Employees' and environmental dimensions?. **American Journal of Applied Sciences**. Vol. 12. No. 12. 967 – 981.

- Nekhili, M., Nagati, H., Chtioui, T. and Rebolledo, C. 2017. Corporate social responsibility disclosure and market value: Family versus nonfamily firms. **Journal of Business Research**. Vol. 77. No. July 2016. 41 – 52.
- Niresh, J. A. and Silva, W. H. E. 2018. The Nexus between Corporate Social Responsibility Disclosure and Financial Performance: Evidence from the Listed Banks, Finance and Insurance Companies in Sri Lanka. **Accounting and Finance Research**. Vol. 7. No. 2. 65 – 82.
- Nuengkumphorn, S. and Diskulnetivitya, P. 2019. Relationship between corporate social responsibility disclosure and cost of capital of companies listed on the stock exchange of Thailand. **Journal of Management Science, Ubon Ratchathani University**. Vol. 8. No. 16. 18 – 31.
- Nyame-Asiamah, F. and Ghulam, S. 2020. The relationship between CSR activity and sales growth in the UK retailing sector. **Social Responsibility Journal**. Vol. 16. No. 3. 387 – 401.
- Okafor, A., Adeleye, B. N. and C, M. A. 2021. Corporate social responsibility and financial performance: Evidence from U.S tech firms. **Journal of Cleaner Production**. Vol. 292. 1 – 11.
- Platonova, E., Asutay, M., Dixon, R. and Mohammad, S. 2018. The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from the GCC Islamic Banking Sector. **Journal of Business Ethics**. Vol. 151. No. 2. 451 – 471.
- Resmi, S. I., Begum, N. N. and Hassan, M. 2018. Impact of CSR on Firm's Financial Performance: A Study on Some Selected Agribusiness Industries of Bangladesh. **American Journal of Economics, Finance and Management**. Vol. 4. No. 3. 74 – 85.
- Sekhon, A. K. and Kathuria, L. M. 2020. Analyzing the impact of corporate social responsibility on corporate financial performance: evidence from top Indian firms. **Corporate Governance**. Vol. 20. No. 1. 143 – 157.
- Sofyan, M. 2019. Analysis Financial Performance of Rural Banks in Indonesia. **International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)**. Vol. 3.

No. 3. 255 – 262.

- Su, R., LIU, C. and TENG, W. 2020. The heterogeneous effects of CSR dimensions on financial performance - A new approach for CSR measurement. **Journal of Business Economics and Management**. Vol. 21. No. 4. 987 – 1009.
- Ta, H. T. T. 2018. Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance. **Asian Journal of Finance & Accounting**. Vol. 10. No. 1. 40 – 58.
- Tan, A., Benni, D. and Liani, W. 2016. Determinant of Corporate Social Responsibility Disclosure. **International Journal of Economics and Financial**. Vol. 6. No. 4. 11–17.
- Vu, K. A. and Buranatrakul, T. 2018. Corporate social responsibility disclosure in Vietnam: A longitudinal study. **DLSU Business and Economics Review**. Vol. 27. No. 2. 147–165.
- Weber, O. 2017. Corporate sustainability and financial performance of Chinese banks. **Sustainability Accounting, Management and Policy Journal**. Vol. 8. No. 3. 358 – 385.
- Wongko, O. 2019. The corporate social responsibility data disclosure of the companies listed in the stock exchange of Thailand. **Journal of Graduate School, Pitchayat**. Vol. 14. No. 3. 193 – 203.
- Zhang, J., Djajadikerta, H. G. and Trireksani, T. 2020. Corporate sustainability disclosure's importance in China: financial analysts' perception. **Social Responsibility Journal**. Vol. 16. No. 8. 1169 – 1189.
- Zhou, G., Sun, Y., Luo, S. and Liao, J. 2021. Corporate social responsibility and bank financial performance in China: The moderating role of green credit. **Energy Economics**. Vol. 97. 1 – 10.