

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในประเทศไทย CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE IN THAILAND

วิภา จงรัชส์ัตย์*

Wipa Chongruksut*

ภาควิชาการบัญชี คณะบัญชีการเงินและการธนาคาร มหาวิทยาลัยพายัพ
Accounting Department, Faculty of Accountancy Finance and Banking, Payap University.

*Corresponding author, E-mail: wipa_chongruksut@yahoo.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100 Index จำนวน 100 บริษัท โดยใช้แบบตรวจรายการในการประเมินระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งพัฒนาขึ้นมาโดยอยู่บนพื้นฐานของรายการที่ควรเปิดเผย 7 หัวข้อหลักตามมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) และใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปีแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 56-1 และรายงานแห่งความยั่งยืนประจำปี 2554

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทในกลุ่ม SET 100 Index ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 28) มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับมากกว่าร้อยละ 70 และร้อยละ 13 มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับร้อยละ 91-100 ถ้าจำแนกการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวม 7 หัวข้อหลักตาม ISO 26000 พบว่า บริษัททั้งหมดในกลุ่ม SET 100 Index เปิดเผยข้อมูลครบทุกประเด็นในหัวข้อ ธรรมชาติของกิจการ เนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีข้อกำหนดแนวปฏิบัติในการส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนมีการเปิดเผยข้อมูลการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 56-1 ส่วนหัวข้อที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุด คือหัวข้อด้านสิ่งแวดล้อม อาจเป็นไปได้ว่าบริษัทในกลุ่ม SET 100 Index จำนวนเกือบครึ่งหนึ่งอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน และกลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีการดำเนินงานที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าอุตสาหกรรมกลุ่มอื่นๆ

นอกจากนี้ยังพบว่า บริษัทส่วนใหญ่ในกลุ่ม SET 100 Index (ร้อยละ 79) ยังไม่มีการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน โดยบริษัทที่มีการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม รายงานแห่งความยั่งยืน ซีเอสอาร์ ISO 26000

Abstract

The purposes of this study are to identify the levels of corporate social responsibility disclosure of firms in the SET 100 Index group (100 firms) in Thailand. This study developed the checklist, consisting of 7 core subjects and 41 CSR disclosure items based on ISO 26000 guideline, as a research instrument to measure the extent of CSR disclosure and the content analysis was used to extract the CSR disclosure items from a annual report, the annual registration statement (Form 56-1) and the sustainability report (CSR report) for the year ended 2011.

The results showed that the majority of firms in the SET 100 Index groups had the level of CSR disclosure index based on ISO 26000 more than 70% and 13.0% had the level of CSR disclosure between 91-100%. Out of 7 core subjects of ISO 26000, this research found that all firms in the SET 100 index group had disclosed all issues in the organization governance subjects since all firms in the SET were required by office of the Securities and Exchange Commission to disclose the organization governance information in the annual registration statement. The core subject that had the lowest level of CSR disclosure is the Environment subject. It was possible that nearly half of number of firms in the SET 100 index group were in the Service industry, the Financial industry and the Property & Construction industry, whose operations had less environmental impact than other industries.

Besides, the majority of firms in the SET 100 index group (79%) had no sustainability reports. The majority of firms with sustainability reports were in the Resource industry.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Sustainability Report, CSR, ISO 26000

บทนำ

The World Business Council for Sustainable Development ให้คำนิยาม “ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ หรือ ซีเอสอาร์” ว่าเป็นการยึดถือแนวทางของธุรกิจในการปฏิบัติอย่างถูกต้องตามจริยธรรมและการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของลูกจ้างและครอบครัว รวมทั้งชุมชนในท้องถิ่นและสังคม [1] คำนิยามนี้ชี้ให้เห็นว่าแนวคิดการทำธุรกิจแบบเดิมที่มุ่งหวังกำไรเพียงอย่างเดียวในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมาไม่อาจทำให้ธุรกิจอยู่ได้อย่างยั่งยืน ในยุคปัจจุบันการทำธุรกิจไม่สามารถมุ่งหวังกำไรเพียงอย่างเดียว แต่จะต้องรวมถึงการมีจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคม [1] แนวคิดเรื่องซีเอสอาร์เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการเข้าสู่ปรัชญาหลักของความยั่งยืนเท่านั้น องค์กรในต่างประเทศจะมีแนวคิดลักษณะนี้มานาน และได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร และประเด็นเรื่องซีเอสอาร์ก็ไม่ได้มีแค่กิจกรรมเพื่อชุมชน หรือสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังเป็นเรื่องของความโปร่งใสในการบริหารงาน สิทธิมนุษยชน สิทธิสตรี การจัดตั้งระบบเพื่อให้เกิดการสืบทอดอำนาจให้องค์กรอยู่อย่างยั่งยืน [2] ถึงแม้ว่าซีเอสอาร์ในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น [3] แต่ก็ได้รับความสนใจอย่างมากและเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากวงการวิชาการและวงการธุรกิจ [1]

ในทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยเผชิญจุดเปลี่ยนที่สำคัญทั้งในภาคการเมืองและภาคธุรกิจซึ่งก่อให้เกิดนวัตกรรมและกิจกรรมที่เน้นซีเอสอาร์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผู้นำธุรกิจส่วนใหญ่เห็นด้วยกับแนวคิดที่ว่ากำไรเป็นส่วนสำคัญสำหรับการทำธุรกิจ แต่ขณะเดียวกันธุรกิจจะต้องพยายามอยู่ร่วมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมให้ได้ อย่างไรก็ตามการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรไทยยังล้าหลังประเทศอื่นๆ ดังตัวอย่างงานวิจัยของ The Global Consultancy Grant Thomson เมื่อปี 2010 ซึ่งว่าประเทศไทยอยู่ในอันดับ 34 ทั้งนี้เนื่องจากมาจากธุรกิจไทยยังมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดซีเอสอาร์ในระดับต่ำและส่วนใหญ่เน้นการบริจาค (Donations) ซึ่งไม่ใช่วิธีการพัฒนาอย่างยั่งยืน [4] งานวิจัยของ The National Economic and Social Development Board ซึ่งว่า 97% ของบริษัทไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีซีเอสอาร์ แต่ 98.5% มีซีเอสอาร์ผ่านการบริจาคเท่านั้น [4]

การศึกษาเกี่ยวกับซีเอสอาร์ที่ผ่านมาส่วนใหญ่มักเกิดในประเทศที่พัฒนาแล้ว [5-9] แต่การศึกษาซีเอสอาร์ในประเทศกำลังพัฒนาค่อนข้างน้อยโดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งอาจเนื่องจากประเทศกำลังพัฒนามีพฤติกรรมที่แตกต่างจากประเทศที่พัฒนาแล้ว [10] การศึกษานี้จึงมุ่งศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากมีงานวิจัยหลายฉบับกล่าวว่า บริษัทในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมทั้งประเทศไทยจะมีความโปร่งใสต่ำอันเนื่องมาจากวัฒนธรรมของประเทศ ซึ่งบริษัทส่วนใหญ่ถูกควบคุมโดยครอบครัวและบริหารโดยเจ้าของ [3, 11-12] ในการเปิดเผยกิจกรรมซีเอสอาร์ของกิจการต่างๆ มีบริษัทจำนวนน้อยที่เปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานแห่งความยั่งยืน บริษัทส่วนใหญ่จะเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานประจำปี (Annual Reports) ซึ่งการเปิดเผยกิจกรรมซีเอสอาร์ที่รายงานในรายงานประจำปีของกิจการไม่เอื้ออำนวย

ให้นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ สามารถประเมินกิจกรรมซีเอสอาร์ให้สอดคล้องกับความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย [3] อย่างไรก็ตามยังไม่มีรูปแบบมาตรฐานหรือวิธีการจัดทำรายงานที่เป็นมาตรฐาน ดังนั้นองค์กรพัฒนาเอกชน (Non Government Organization: NGOs) เช่น Global Reporting Initiative (GRI) [13] ได้เริ่มพัฒนาโมเดลหรือกรอบแนวคิดในการจัดทำรายงานซีเอสอาร์นอกจากนี้ในทศวรรษที่ผ่านมาตลาดระหว่างประเทศได้คำนึงถึงสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นสิทธิมนุษยชนและสิ่งแวดล้อม ความกดดันดังกล่าวได้กระตุ้นให้รัฐบาลไทยแนะนำตัวชี้วัดที่หลากหลายซึ่งใช้เป็นแนวทางสำหรับบริษัทในการดำเนินธุรกิจ แนวปฏิบัติที่มักจะถูกใช้เป็นมาตรฐานระหว่างประเทศ คือ The International Organization of Standardizations (ISOs) [10] และมาตรฐานระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับซีเอสอาร์ คือ มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) [14]

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงศึกษาการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ของกิจการในประเทศไทยตามแนวปฏิบัติของมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตประชากร ประชากรของการศึกษานี้ประกอบด้วย บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100 Index จำนวน 100 บริษัท จากการคำนวณค่าดัชนีระหว่าง 1 กรกฎาคม 2554 ถึง 31 ธันวาคม 2554 [15]

ขอบเขตเนื้อหา การศึกษาที่ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในการวิเคราะห์การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ตามหัวข้อหลักของมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) โดยรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี 2554 แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 56-1 และรายงานแห่งความยั่งยืนประจำปี 2554 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมา บูรณาการเพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการมักเรียกชื่อย่อว่า ซีเอสอาร์ (CSR) [16]

การเปิดเผย หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ หรือข้อมูลซีเอสอาร์ในรายงานประจำปีตามหัวข้อหลัก 7 ประการของมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) ซึ่งได้แก่ ธรรมชาติของกิจการ การปฏิบัติด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม การปฏิบัติที่เป็นธรรม ประเด็นด้านผู้บริโภค และการพัฒนาชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน

รายงานแห่งความยั่งยืน (Sustainable Report) หมายถึง การเปิดเผยผลกระทบและผลลัพธ์ ทั้งเชิงบวกและลบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจการ อันจะนำไปสู่ความยั่งยืน [15] ซึ่งอาจมีชื่อเรียกแตกต่างกันไป เช่น รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม รายงานซีเอสอาร์ รายงานการพัฒนาสู่ความยั่งยืน รายงานเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม รายงานความยั่งยืน และรายงานกิจกรรมทางสังคม เป็นต้น

แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 56-1 เป็นแบบแสดงรายการที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้กำหนดขึ้นเพื่อให้ผู้ลงทุนสามารถติดตามข้อมูลที่สำคัญของบริษัทที่ออกหลักทรัพย์เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจลงทุน [17]

7 หัวข้อหลักตามมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) ประกอบด้วยหัวข้อหลัก 1 ธรรมชาติของกิจการ หัวข้อหลัก 2 สิทธิมนุษยชน หัวข้อหลัก 3 การปฏิบัติด้านแรงงาน หัวข้อหลัก 4 สิ่งแวดล้อม หัวข้อหลัก 5 การปฏิบัติที่เป็นธรรม หัวข้อหลัก 6 ประเด็นด้านผู้บริโภคและหัวข้อหลัก 7 การพัฒนาและการมีส่วนร่วมของชุมชน

ประโยชน์ที่ได้รับ

ผลของการศึกษานี้คาดว่าจะจะเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับบริษัทในประเทศไทยในการปรับปรุงกระบวนการจัดการในองค์กรให้มีความโปร่งใสมากขึ้นและปรับปรุงการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ใช้ในการตัดสินใจ นอกจากนั้น ผลการศึกษานี้คาดว่าจะทำให้ผู้บริหารของบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการมากขึ้น เพื่อธุรกิจจะสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน

แนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (Corporate Social Responsibility-CSR) [16]

การดำเนินกิจการโดยมีเป้าหมายสามด้านคือ กำไร สังคม และสิ่งแวดล้อม (Triple Bottom Line) ล้วนเป็นองค์ประกอบในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งสิ้น แม้ว่าปัจจุบันจะยังไม่มีนิยามศัพท์คำว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคม” ที่เป็นหนึ่งเดียวอย่างชัดเจน แต่หลักใหญ่

ใจความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม ก็ปรากฏให้เห็นอยู่ในบทความและงานเขียนต่างๆ ของกิจการที่ให้ความสำคัญกับแนวคิดนี้ ดังต่อไปนี้

คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนสำนักงาน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้ให้คำนิยามว่า “Corporate Social Responsibility หรือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการนั้น หมายถึง การดำเนิน กิจการภายใต้หลักจริยธรรม และการกำกับที่ดี ควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนากิจการ อย่างยั่งยืน” [16]

มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) ให้คำนิยามว่า “ซีเอสอาร์ เป็นเรื่องของการที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็น เศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งให้การ ประโยชน์กับคน ชุมชนและสังคม นอกจากนั้น ยังเป็นเรื่องของบทบาทของกิจการในสังคม และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อกิจการ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหาร จะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ โดยสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผล ทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่ การพัฒนาอย่างยั่งยืน” [16]

European Commission Green Paper กล่าวว่า “ซีเอสอาร์ เป็นแนวคิดที่บริษัท จะบูรณาการงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไป ในกิจการและการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสีย โดยสมัครใจ” [16]

2. มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) [18]

ISO 26000 เป็นมาตรฐานสากลที่แสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบของสังคม และสิ่งแวดล้อมจากการตัดสินใจและดำเนิน กิจกรรมต่างๆ ขององค์กรเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของคน ในสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนทางธุรกิจ

องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization : ISO) ได้เริ่มพิจารณามาตรฐานว่าด้วยความ รับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) ตั้งแต่ พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา และได้ถูกนำมาใช้ใน ปี พ.ศ. 2553 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัท องค์กร หน่วยงาน และสถาบันทั่วโลก รวมไปถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรได้เพิ่มความ ตระหนักและสร้างความเข้าใจในเรื่อง ของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมาตรฐาน ดังกล่าวจะเป็นข้อแนะนำ หลักการและวิธีการ ของความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรพึงปฏิบัติ โดยความสมัครใจ ทุกองค์กรสามารถนำไป ประยุกต์ใช้ได้โดยไม่ต้องมีการตรวจรับรอง

ความรับผิดชอบต่อสังคมมีหลายองค์ประกอบ โดยมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) ได้กำหนดองค์ประกอบหลัก ของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 2 องค์ประกอบ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ คือ (1) หลักการ (Principles) และ (2) หัวข้อหลัก (Core Subjects) (ดังภาพที่ 1) [19]



ภาพที่ 1 แสดง 7 หลักการและ 7 หัวข้อหลัก

ที่มา: สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2553). *มุมมอง ผลกระทบ และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อ CSR*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2556, จาก <http://library.tisi.go.th/seminar/file/189507045.doc> [19]

ความรับผิดชอบต่อสังคมมีหลายองค์ประกอบ โดยมาตรฐาน ISO 26000 ได้กำหนดองค์ประกอบหลักของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 2 องค์ประกอบ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ คือ

1. หลักการ (Principles) [20]

หลักการประกอบด้วยหลัก 7 ประการของ ISO 26000 ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นคุณสมบัติขององค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมคือ

- ความรับผิดชอบ (Accountability)
- ความโปร่งใส (Transparency)
- จริยธรรม (Ethical)
- ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(Respect for and Considering of Stakeholder Interests)

- เคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for Rule of Law)
- ยอมรับในมาตรฐานสากล (Respect for International Norms)
- เคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for Human Right)

2. ประเด็นหลักหรือหัวข้อหลัก (Core Subjects) [20]

ประเด็นหลักหรือหัวข้อหลักให้องค์กรนำไปปฏิบัติและตรวจสอบกิจกรรมให้อยู่ภายใต้หลักการทั้ง 7 ประการ [19] ข้างต้นประกอบด้วย

หัวข้อหลัก 1 ธรรมาภิบาล (Organization Governance) ประกอบด้วย ความรับผิดชอบต่อสังคม โปร่งใส จริยธรรม ความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย การเคารพต่อหลักนิติธรรม

หัวข้อหลัก 2 สิทธิมนุษยชน (Human Rights) ประกอบด้วย การได้รตรองอย่างรอบคอบ สถานการณ์ความเสี่ยงของสิทธิมนุษยชน การหลีกเลี่ยงการร่วมกระทำผิด การแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง การเลือกปฏิบัติ และกลุ่มผู้ด้อยโอกาส สิทธิการเป็นพลเมือง และสิทธิทางการเมือง สิทธิทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม หลักการพื้นฐานและสิทธิในการทำงาน

หัวข้อหลัก 3 การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor Practices) ประกอบด้วย การจ้างงาน และความสัมพันธ์การจ้างงาน สภาพการทำงาน

และการคุ้มครองทางสังคม สังคมเสวนา สุขภาพ และความปลอดภัยในการทำงาน การพัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรมในสถานที่ปฏิบัติงาน

หัวข้อหลัก 4 สิ่งแวดล้อม (Environment) ประกอบด้วย การป้องกันมลพิษ การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การลดผลกระทบและการปรับตัว การปกป้องสิ่งแวดล้อมความหลากหลายทางชีวภาพ และการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ

หัวข้อหลัก 5 การปฏิบัติที่เป็นธรรม (Fair Operating Practices) ประกอบด้วย การต่อต้านการทุจริต การมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างรับผิดชอบ การแข่งขันอย่างเป็นธรรม ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในห่วงโซ่อุปทาน และการเคารพต่อสิทธิในทรัพย์สิน

หัวข้อหลัก 6 ประเด็นด้านผู้บริโภค (Consumer Issues) ประกอบด้วย การตลาดที่เป็นธรรม สารสนเทศที่เป็นจริงและไม่เบี่ยงเบน และปฏิบัติตามข้อตกลงที่เป็นธรรม การคุ้มครองสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค การบริโภคอย่างยั่งยืน การบริการ การสนับสนุน และการยุติข้อร้องเรียนและข้อโต้แย้งกับผู้บริโภค การปกป้องข้อมูล และความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค การเข้าถึงบริการที่จำเป็น การให้ความรู้ และการสร้างความตระหนัก

หัวข้อหลัก 7 การพัฒนาและการมีส่วนร่วมของชุมชน (Contribution to the Community and Society) ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมของชุมชน การศึกษา และวัฒนธรรม การสร้างการจ้างงานและการพัฒนาทักษะการพัฒนา และการเข้าถึงเทคโนโลยี การสร้างความมั่งคั่งและรายได้ สุขภาพ การลงทุนด้านสังคม

3. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นวิธีที่กิจการใช้เพื่อเปิดเผยกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือกิจกรรมซีเอสอาร์

ซึ่งการรายงานกิจกรรมซีเอสอาร์ต่อผู้มีส่วนได้เสียจะช่วยลดช่องว่างระหว่างกิจการกับผู้มีส่วนได้เสีย [21]

Hackston and Milne [8] ให้คำนิยามของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมหรือข้อมูลซีเอสอาร์ ว่าเป็นการจัดเตรียมข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงินที่เกี่ยวกับผลกระทบของกิจการต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพและทางสังคมในรายงานประจำปีหรือรายงานสังคมแยกต่างหาก การเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ประกอบด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พลังงาน ทรัพยากรมนุษย์ สังคม และชุมชน [21] ทำนองเดียวกับ Gray et al. (2001) อ้างถึงใน Said; et al. [21] ซึ่งกล่าวว่า การเปิดเผยข้อมูลสังคมและสิ่งแวดล้อมประกอบด้วยข้อมูลกิจกรรมของกิจการที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ลูกจ้าง ผู้บริโภค การใช้พลังงาน โอกาสที่เท่าเทียม ความยุติธรรมทางการค้า และการกำกับดูแลกิจการ การเปิดเผยข้อมูลสังคมและสิ่งแวดล้อมอาจจะเกิดขึ้นผ่านสื่อที่แตกต่างกัน เช่น รายงานประจำปี การโฆษณา ใบปลิว และอื่นๆ อย่างไรก็ตาม Darus; et al. [3] กล่าวว่า การจัดทำรายงานทางการเงิน (Financial Reporting) ไม่เพียงพอที่จะเปิดเผยกิจกรรมซีเอสอาร์ของกิจการและกิจกรรมซีเอสอาร์ที่รายงานในรายงานประจำปี (Annual Reports) ของกิจการไม่เอื้ออำนวยให้นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ สามารถประเมินกิจกรรมซีเอสอาร์ให้สอดคล้องกับความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นวิธีการที่กิจการใช้เพื่อเปิดเผยกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการรายงานข้อมูลด้านซีเอสอาร์ ในปัจจุบันมักจะถูกเรียกในชื่อรายงานแห่งความยั่งยืน (Sustainability Report) [22]

ดังนั้นหลายปีที่ผ่านมาการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ จึงเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจ

อย่างมากทั้งในวงการวิชาการและวงการธุรกิจ [1] โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียตะวันออก เนื่องจากประเทศในแถบนี้มีความโปร่งใสค่อนข้างต่ำและกิจกรรมซีเอสอาร์ยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น [3] Chamber, Moon and Sullivan (2003) อ้างถึงใน Said; et al. [21] ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมใน 7 ประเทศในเอเชียพบว่า ประเทศเหล่านี้มีกิจกรรมซีเอสอาร์และมีการเปิดเผยกิจกรรมเหล่านี้น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทในประเทศอังกฤษ และญี่ปุ่นโดยมีคะแนนเฉลี่ย 41% ซึ่งต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของคะแนนของบริษัทในประเทศอังกฤษ (98%) และในประเทศญี่ปุ่น (96%) ทำนองเดียวกับ Said; et al. [21] ที่พบว่าบริษัทจดทะเบียนในประเทศมาเลเซียซึ่งเป็นประเทศหนึ่งในแถบเอเชียตะวันออกมีระดับการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์อยู่ในระดับต่ำ (ค่าเฉลี่ย 13.9%)

4. แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ [16]

ปัจจุบันเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (Corporate Social Responsibility-CSR) ได้ถูกหยิบยกขึ้นเป็นวาระการดำเนินงานที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีเป้าหมายในการมุ่งแสวงหากำไรและความมั่งคั่งให้แก่ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมในมาตรฐานระหว่างประเทศ ISO 26000 ได้ระบุไว้ว่า การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม มีเป้าหมายสูงสุดอยู่ที่การสร้างผลได้สูงสุดในความทุ่มเทของกิจการ อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน การริเริ่มดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น สิ่งสำคัญพื้นฐานที่ต้องสร้างให้เกิดขึ้นก่อน คือความเข้าใจเรื่องซีเอสอาร์ ที่ถูกต้องตรงกัน โดยเฉพาะเรื่องขอบเขตของซีเอสอาร์ กิจการหลายแห่งยังเห็นว่าซีเอสอาร์คือ เรื่องที่ธุรกิจทำประโยชน์ให้สังคม (จะด้วยความจำใจหรือสมัครใจก็ตาม)

ในรูปของกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR-after-Process) โดยไม่ได้เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทางธุรกิจ ซึ่งความจริงแล้วความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR-in-Process) หรืองานในทางธุรกิจนั้นมีความสำคัญยิ่งกว่ากิจกรรมเพื่อสังคมซึ่งเป็นงาน Event เสียส่วนใหญ่ ความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการนี้เกี่ยวข้องกับ ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มทั้ง ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน สิ่งแวดล้อมในสายอุปทาน (กิจการถึงต้นน้ำ) และสายคุณค่า (ต้นน้ำยันปลายน้ำ) ไม่เพียงแต่สังคมและสิ่งแวดล้อมที่อยู่ภายนอกอย่างเดียว

การที่กิจการมีเป้าหมายที่ถูกต้องในเรื่องซีเอสอาร์ เปรียบเสมือนมีเข็มทิศช่วยในการดำเนินธุรกิจ มิให้ต้องประสบกับปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงานที่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่ต้นทางซึ่งไม่สามารถแลกมาด้วยการทำกิจกรรมเพื่อสังคมทดแทนที่ปลายทาง ด้วยเหตุนี้สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute-CSRI) ต่างเล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็นของบริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไป ที่ต้องมีความรู้ความเข้าใจและริเริ่มพัฒนากิจการของตนเองไปสู่ความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักบรรษัทภิบาล (Environment Social & Corporate Governance : ESG)

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม จึงได้ร่วมกันกำหนดแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม 2 แนวทาง เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไปเตรียมความพร้อมในการพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนเพื่อสร้างรากฐานที่มั่นคงแข็งแรง ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดแก่สังคมไทย

ได้แก่ 1) แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ 2) แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน

5. รายงานแห่งความยั่งยืน (Sustainability Report) [23]

รายงานแห่งความยั่งยืน เป็นเอกสารที่เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่กิจการจัดทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการในปัจจุบันที่ล้าพังรายงานทางการเงินเพียงอย่างเดียวหรือแม้กระทั่งรูปแบบการจัดทำรายงานประจำปีก็ยังไม่สามารถสะท้อนข้อมูลผลประกอบการในมุมดังกล่าวโดยรวมให้แก่ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียอื่นได้อย่างครบถ้วน ซึ่งเป็นส่วนอยู่นอกเหนือการจัดทำรายงานหรือการเปิดเผยข้อมูลด้านธรรมาภิบาลขององค์กร (Corporate Governance) กล่าวได้ว่ารายงานแห่งความยั่งยืนเป็นเครื่องมือของภาคธุรกิจในการสื่อสารกับภาคสังคม ซึ่งการประชาสัมพันธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมแบบที่ผ่านมามักจะเน้นเพื่อส่งเสริมการตลาดนั้น จะไม่สามารถสร้างคุณค่าและความสัมพันธ์ได้เหมือนดังเดิมอีกต่อไป

การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนหรือรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในประเทศไทย ยังมีได้มีระเบียบกฎเกณฑ์หรือวาระใดๆ บังคับให้กิจการต้องจัดทำ แต่เป็นเพียงการเชิญชวนให้รายงานด้วยความสมัครใจ

6. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

Reverte [13] กล่าวว่ามีการนำทฤษฎีหลายทฤษฎีมาบูรณาการร่วมกับแนวคิดซีเอสอาร์ เช่น ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรม ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียและทฤษฎีตัวแทน เป็นต้น เนื่องจากทฤษฎีเหล่านี้เป็นพื้นฐานความรู้ความเข้าใจถึงสาเหตุที่องค์กรจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านอื่นๆ นอกเหนือจากการสร้างกำไร และการปฏิบัติตามกฎหมาย นอกจากนี้

Deegan [24] ยังกล่าวว่าทฤษฎีเหล่านี้มีมุมมองที่แตกต่างกันเล็กน้อย ในขณะเดียวกันก็มีความซ้ำซ้อนกันในส่วนหนึ่ง ดังนั้นจึงมีนักวิจัยหลายท่านใช้ทฤษฎีมากกว่าหนึ่งทฤษฎีเพื่ออธิบายการกระทำเชิงบริหารขององค์กร ดังนั้นในการศึกษานี้จะกล่าวถึง 2 ทฤษฎี ซึ่งได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรม และทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรม (Legitimacy Theory) เป็นแนวคิดพื้นฐานในการสร้างความรู้ความเข้าใจสำหรับบริษัทเพื่อเป็นแนวทางการทำซีเอสอาร์เพราะทฤษฎีนี้ทำให้บริษัทเปลี่ยนแปลงแนวคิดทั้งในเรื่องของการดำเนินธุรกิจ และการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ จากการที่บริษัทเป็นศูนย์กลางไปสู่รูปแบบที่เป็นความต้องการหรือ ความคาดหวังของสังคมเป็น หลัก เพื่อคงไว้ซึ่งสิทธิอันชอบธรรมในการคงอยู่ในสังคมต่อไป [25] Reverte [13] กล่าวว่าทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมเกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ เนื่องจากทฤษฎีนี้ยอมรับว่าธุรกิจมีสัญญาหรือข้อตกลงกับสังคมที่บริษัทต่างๆ จะต้องปฏิบัติเพื่อให้การกระทำกิจกรรมต่างๆ ของกิจการชอบด้วยกฎหมายและเป็นไปตามความคาดหวังของสังคม ทฤษฎีนี้เชื่อว่าการดำเนินงานของบริษัทมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่บริษัทตั้งอยู่ ถ้ากิจกรรมของบริษัทมีผลกระทบที่เป็นอันตรายต่อชุมชน สาธารณชนอาจจะต่อต้านสินค้าของบริษัทหรือได้รับการกดดันจากรัฐบาล [26] ดังนั้นการเปิดเผยข้อมูลทางสังคม และสิ่งแวดล้อมจึงเป็นการจัดการเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่พยายามจะทำกิจกรรมที่ชอบธรรมตามกฎหมายเพื่อจะทำให้สาธารณชนแน่ใจว่าองค์กรได้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และความคาดหวังของสังคม [9, 24] ทฤษฎีนี้จะเชื่อมโยงกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) โดยทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียจะมุ่งเน้นไปยังนโยบายของกิจการที่สร้างผลกระทบให้เกิดกับกลุ่ม

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับกิจการ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐและชุมชน [13] ธุรกิจจะตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของกิจการและพลังของผู้มีส่วนได้เสียสามารถกดดันให้กิจการต้องปฏิบัติตามแรงกดดันของผู้มีส่วนได้เสีย [21] การที่บริษัทจะสามารถดำรงอยู่ เจริญก้าวหน้าหรือล่มสลายถือเป็นความชอบธรรมของผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัทที่เป็นผู้กำหนด [27]

ดังนั้นการศึกษานี้จึงอ้างทฤษฎีเหล่านี้ประกอบการศึกษาเพื่ออธิบายความแตกต่างของพฤติกรรมขององค์กรและวิธีปฏิบัติในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร ในการศึกษาประกอบไปด้วยบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100 Index จำนวน 100 บริษัท จากการคำนวณค่าดัชนีระหว่าง 1 กรกฎาคม 2554 ถึง 31 ธันวาคม 2554 [15] เหตุผลหลักที่เลือกบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เนื่องจากบริษัทเหล่านี้มีขนาดค่อนข้างใหญ่และข้อมูลของบริษัทสามารถเข้าถึงได้ง่าย [28]

2. เครื่องมือในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบตรวจรายการ (Checklist) ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมาโดยอยู่บนพื้นฐานของรายการที่ควรเปิดเผยตามมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) ซึ่งประกอบด้วย 7 หัวข้อหลัก และ 41 รายการ

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เป็นวิธีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในงานวิจัยเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลสังคม

และสิ่งแวดล้อม [3, 8, 10, 21-22, 29] ดังนั้นการศึกษานี้จึงได้เก็บรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูโดยนำเอาวิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา มาใช้ในการวิเคราะห์การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการจากรายงานประจำปี 2554 รายงานแห่งความยั่งยืนประจำปี 2554 และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 56-1 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100 Index สาเหตุที่ใช้รายงานประจำปีเนื่องจากรายงานประจำปียังคงเป็นเอกสารที่ถูกใช้อย่างกว้างขวางในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมของบริษัทเพราะมีความน่าเชื่อถือ มีกฎเกณฑ์ในการจัดทำและมีความสมบูรณ์ในการสื่อสารประเด็นทางสังคมของธุรกิจรวมทั้งสามารถเข้าถึงได้ง่าย [10]

การศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูล

งานวิจัยนี้ได้ใช้ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Disclosure Index) ของ Mohd Ghazail [1] เป็นตัววัดระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

หลักเกณฑ์การให้คะแนนการเปิดเผยข้อมูล

การให้คะแนนการเปิดเผยข้อมูลมีหลักเกณฑ์ดังนี้คือ หากบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานประจำปีแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 56-1 และรายงานแห่งความยั่งยืนประจำปี 2554 ตามรายการที่กำหนดไว้ในแบบตรวจรายการ บริษัทจะได้รับคะแนนเท่ากับ 1 ในทางตรงกันข้ามหากไม่มีการเปิดเผยรายการตามที่กำหนดไว้ บริษัทจะได้รับคะแนนเท่ากับ 0

วิธีการคำนวณดัชนีการเปิดเผยข้อมูล

เมื่อให้คะแนนการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละบริษัทแล้ว จะทำการคำนวณดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Disclosure

Index: CSRD Index) ซึ่งอยู่ในรูปอัตราส่วนของคะแนนรวมที่แต่ละบริษัทได้รับจริงกับคะแนนรวมสูงสุดที่คาดว่าจะได้รับ ในงานวิจัยนี้บริษัทจะมีคะแนนรวมสูงสุดเท่ากับ 41 คะแนน พิจารณาตามรายการ 41 รายการ ในแบบ

ตรวจรายการ และในทุกบริษัทคะแนนรวมสูงสุดจะมีค่าไม่เกิน 41 คะแนน

ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละบริษัทสามารถคำนวณจากสมการดังนี้

$$\text{CSRD Index} = \text{FS/TS}$$

CSRD Index = ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

FS = คะแนนจริงที่แต่ละบริษัทได้รับ

TS = คะแนนรวมสูงสุดที่แต่ละบริษัทคาดว่าจะได้รับ

โดยที่ $0 \leq \text{CSRD Index} \leq 1$

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากประชากรนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ตารางที่ 1 พบว่าบริษัทในกลุ่ม SET 100 Index ส่วนใหญ่มีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (ข้อมูลซีเอสอาร์) อยู่ในระดับ 71-80% คิดเป็นร้อยละ 28.0 มีเพียงร้อยละ 13.0 ของบริษัทในกลุ่ม SET 100 Index ที่เปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ในระดับ 91-100% อย่างไรก็ตามร้อยละ 54 มีการเปิดเผย

ข้อมูลซีเอสอาร์ในระดับมากกว่า 70% และตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมที่มีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมสูงสุด ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร (ประกอบด้วยธุรกิจประเภทพลังงานและสาธารณูปโภคและเหมืองแร่) ซึ่งมีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเฉลี่ย 78.05% โดยมีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ระหว่าง 37-98%

ตารางที่ 1 แสดงร้อยละของบริษัทจำแนกตามระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท (N=100)

ระดับการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ (ร้อยละ)	บริษัทที่เปิดเผยข้อมูล	
	ร้อยละ	
0 - 10	0	
11 - 20	0	
21 - 30	1.0	
31 - 40	5.0	
41 - 50	8.0	
51 - 60	11.0	
61 - 70	21.0	
71 - 80	28.0	
81 - 90	13.0	
91 - 100	13.0	
รวม	100.0	

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุดและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม (N=100)

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (ร้อยละ)	ค่าสูงสุด (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (X) (ร้อยละ)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
เกษตรและอาหาร	7	63	98	77.00	.13496
ธุรกิจการเงิน	14	34	93	70.56	.15616
สินค้าอุตสาหกรรม	10	24	95	65.12	.22058
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	23	37	95	66.38	.17183
ทรัพยากร	14	37	98	78.05	.20044
บริการ	21	32	95	64.81	.14947
เทคโนโลยี	11	46	95	74.50	.15246

จากตารางที่ 3 พบว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในภาพรวม 7 หัวข้อหลักตาม ISO 26000 พบว่าบริษัทในกลุ่ม SET 100 Index ทั้งหมดมีการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องธรรมาภิบาล แต่บริษัทส่วนใหญ่ในกลุ่ม SET 100 Index (ร้อยละ 99.0) มีการเปิดเผย

ข้อมูลในหัวข้อเรื่องการปฏิบัติด้านแรงงาน และหัวข้อเรื่องประเด็นด้านผู้บริโภครองลงมา มีการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องการปฏิบัติที่เป็นธรรม หัวข้อเรื่องสิทธิมนุษยชน และหัวข้อเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน โดยมีการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสิ่งแวดล้อมต่ำที่สุด

ตารางที่ 3 แสดงร้อยละของบริษัทจำแนกตามการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในภาพรวม 7 หัวข้อหลักตาม ISO 26000

หัวข้อหลัก	เปิดเผยข้อมูล	ไม่เปิดเผยข้อมูล	รวม
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
1. ธรรมาภิบาล	100.0	0.0	100.0
2. สิทธิมนุษยชน	96.0	4.0	100.0
3. การปฏิบัติด้านแรงงาน	99.0	1.0	100.0
4. สิ่งแวดล้อม	88.0	12.0	100.0
5. การปฏิบัติที่เป็นธรรม	97.0	3.0	100.0
6. ประเด็นด้านผู้บริโภค	99.0	1.0	100.0
7. การพัฒนาชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน	94.0	6.0	100.0

นอกจากนี้การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนของบริษัทในกลุ่ม SET 100 Index จากตารางที่ 4 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่ในกลุ่ม SET 100 Index (ร้อยละ 79.0) ไม่มีการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน โดยบริษัทที่มีการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน (จำนวน 21 ราย) ส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากรจำนวน

8 ราย (ร้อยละ 38.09) รองลงมาบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง และกลุ่มบริการจำนวน 3 รายเท่ากัน (ร้อยละ 14.29) ในทางตรงกันข้ามบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยียังไม่มีการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน (N=100)

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวนบริษัท ใน SET 100 Index (N)	จำนวนบริษัทที่จัดทำ รายงานแห่งความยั่งยืน (N)	ร้อยละ	ร้อยละ* (แยกตามกลุ่ม อุตสาหกรรม)
เกษตรและอาหาร	7	2	9.52	28.57
ธุรกิจการเงิน	14	3	14.29	23.07
สินค้าอุตสาหกรรม	10	2	9.52	20.00
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	23	3	14.29	13.04
ทรัพยากร	14	8	38.09	57.14
บริการ	21	3	14.29	14.28
เทคโนโลยี	11	0	0.00	0
	100	21	100.00	

*จำนวนบริษัทที่จัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน หาดด้วย จำนวนบริษัทในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมใน SET 100 Index

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมพบว่า บริษัทในกลุ่ม SET 100 Index ส่วนใหญ่มีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (ข้อมูลซีเอสอาร์) อยู่ในระดับมากกว่าร้อยละ 70 มีเพียงร้อยละ 13.0 ของบริษัทในกลุ่ม SET 100 Index ที่เปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ในระดับ 91-100% อย่างไรก็ตามพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมสูงสุด ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร (ประกอบด้วยธุรกิจประเภทพลังงานและสาธารณูปโภค และเหมืองแร่) ซึ่งมีระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเฉลี่ยร้อยละ 78.05 อาจเป็นไปได้ว่าบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากรมีการดำเนินธุรกิจ

ที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสูงจึงมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความชอบธรรมที่เน้นการยอมรับจากสังคมเพื่อความอยู่รอดของบริษัท [26]

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในภาพรวม 7 หัวข้อหลักตาม ISO 26000 พบว่าบริษัทในกลุ่ม SET 100 Index ทั้งหมดมีการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องธรรมาภิบาล ทั้งนี้อาจเนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้มีข้อกำหนดแนวปฏิบัติในการส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนมีการเปิดเผยข้อมูลการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีการเปิดเผยในรูปแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 56-1 และรายงาน

ประจำปีของบริษัท นอกจากนี้บริษัทในกลุ่ม SET 100 Index มีการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสิ่งแวดล้อมต่ำที่สุด อาจจะเนื่องมาจากจำนวนบริษัทประมาณครึ่งหนึ่งของบริษัทในกลุ่ม SET 100 Index อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ (ประกอบด้วยธุรกิจท่องเที่ยวและสันทนาการ ธุรกิจการแพทย์ ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ ธุรกิจพาณิชย์ และธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน (ประกอบด้วย ธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์ ธุรกิจธนาคาร และธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต) และธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีการดำเนินงานที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าอุตสาหกรรมกลุ่มอื่นจึงมีกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมและการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าอุตสาหกรรมกลุ่มอื่นซึ่งต่างจากบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม และกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ซึ่งการดำเนินงานของบริษัทเหล่านี้มีความอ่อนไหวในการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากแรงกดดันของภาครัฐ จึงทำให้บริษัทเหล่านี้มีกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมค่อนข้างสูง และมีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมด้วยความสมัครใจ Liu and Anbumozhi (2009) อ้างถึงใน ฐิติมา กิ่งแก้ว [30]

ผลการศึกษาดังกล่าวจึงสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรม เนื่องจากทฤษฎีนี้ยอมรับว่าธุรกิจมีสัญญาหรือข้อตกลงกับสังคมที่บริษัทต่างๆ จะต้องปฏิบัติเพื่อให้การกระทำกิจกรรมต่างๆ ของกิจการชอบด้วยกฎหมายและเป็นไปตามความคาดหวังของสังคม [13] และพฤติกรรมของบริษัทจะได้รับอิทธิพลจากกฎเกณฑ์และโครงสร้างทางสังคม Cooper and Sherer (1984) อ้างถึงใน Kuasirikun [10] ดังนั้นการเปิดเผยข้อมูลทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

จึงเป็นการจัดการเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่พยายามจะทำกิจกรรมที่ชอบธรรมตามกฎหมายเพื่อให้สาธารณชนแน่ใจว่าองค์กรปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และความคาดหวังของสังคม [9, 24] ดังนั้นบริษัทส่วนใหญ่ในกลุ่ม SET 100 Index จึงพยายามเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์เพื่อปฏิบัติตามความชอบธรรมและความคาดหวังของสังคม ซึ่งทฤษฎีนี้ยังเชื่อมโยงเหนียวแน่นกับทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย ที่มีแนวคิดว่าธุรกิจจะตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของกิจการและพลังของผู้มีส่วนได้เสียสามารถกดดันให้กิจการต้องปฏิบัติตามแรงกดดันของผู้มีส่วนได้เสีย [21] ดังนั้นบริษัทในกลุ่ม SET 100 Index ส่วนใหญ่จึงพยายามเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ของบริษัทเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐ และชุมชน

ข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้พบว่า รายงานของบริษัทส่วนใหญ่จะรายงานข้อมูลจากโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เน้นเฉพาะผลผลิต ไม่ใช่ผลลัพธ์ ดังนั้นผู้บริหารองค์กรควรส่งเสริมให้องค์กรรายงานผลการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ โดยแสดงถึงวัตถุประสงค์และผลการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการจำแนกตามหัวข้อหลักและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อรายงาน โดยเปิดเผยทั้งผลสำเร็จและข้อบกพร่องรวมทั้งรายละเอียดของวิธีการไว้ในรายงานฉบับนี้ด้วย

นอกจากนี้การศึกษานี้ยังพบว่าบริษัทส่วนใหญ่ในกลุ่ม SET 100 Index ยังไม่มีการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนซึ่งรายงานนี้จะแสดงการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานของกิจการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่กิจการจัดทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการในปัจจุบันที่ลำพังรายงานทางการเงินเพียงอย่างเดียวหรือแม้กระทั่งรูปแบบการจัดทำ

รายงานประจำปีก็ยังไม่สามารถสะท้อนข้อมูล
ผลประกอบการในมูมดังกล่าว ดังนั้นสำนักงาน
คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์
(ก.ล.ต.) ควรส่งเสริมให้บริษัทต่างๆ โดยเฉพาะ
บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทยจัดทำรายงานเกี่ยวกับความ
รับผิดชอบต่อสังคมของกิจการไว้ในรายงาน
ในรูปแบบที่เป็นฉบับแยกต่างหากจากรายงาน
ประจำปีขององค์กรหรือที่เรียกว่า รายงาน

แห่งความยั่งยืน เพื่อให้เกิดภาพที่ชัดเจนแก่องค์กร
และก่อให้เกิดคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้เสียมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย
จากมหาวิทยาลัยพายัพ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ
เป็นอย่างยิ่งที่ให้โอกาสในการทำผลงานวิจัย
ออกมาเผยแพร่

เอกสารอ้างอิง

- [1] Mohd Ghazali, N. A. (2007). Ownership structure and corporate social responsibility disclosure: Some Malaysian evidence. *Corporate Governance*. 7(3): 251-266.
- [2] ล็อกเลย์คอนสตรัคชั่น. (2554). *Green Scoop: Corporate social responsibility report (CSR Report)*. สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2556, จาก http://www.loxleyconstruction.com/index.php?option=com_content&view=article&id=251:corporate-socialresponsibility-report-csr-report&catid=43:green-scoop&Itemid=121
- [3] Darus, F., Arshad, R.; and Othman, S. (2009). Influence of Institutional Pressure and Ownership Structure on Corporate Social Responsibility Disclosure. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 1(5): 123-150.
- [4] Thai News Service Group. (2011, September 30). Thailand: Corporate Social Responsibility still Unfulfilled in Thailand. *Asia News Monitor (Bangkok)*. สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2555, จาก <http://www.asia-monitor.com/th/30-9-2011.html>
- [5] Newson, M.; and Deegan, C. (2002). Global Expectations and Their Association with Corporate Social Practices in Australia, Singapore and South Korea. *The International Journal of Accounting*. 33: 183-213.
- [6] Brown, N.; and Deegan, C. (1998). The Public Disclosure of Environmental Performance Information-a dual Test of Media Agenda setting Theory and Legitimacy Theory. *Accounting and Business Research*. 29(1): 21-41.
- [7] William, S. (1999). Voluntary Environmental and Social Accounting Disclosure Practices in the Asia-Pacific region: An International Empirical Test of Political Economy Theory. *The International Journal of Accounting*. 34(2): 209-38.
- [8] Hackston, D.; and Milne, M.J. (1996). Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 9(1): 77-108.
- [9] Adam, C. A., Hill, W. H.; and Robert, C. B. (1998). Corporate social reporting practices in Western Europe: Legitimizing corporate behaviour. *The British Accounting Review*. 30(1): 1-21.

- [10] Kuasirikun, N.; and Sherer, M. (2004). Corporate Social Accounting Disclosure in Thailand. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 17(4): 629-660.
- [11] Haniffa, R. M.; and Cooke, T. E. (2002). Culture, Corporate Governance and Disclosure in Malaysia Corporations. *ABACUS*. 38(3).
- [12] Ho, S. S. M.; and Wong, K. S. (2001). A Study of the Relationship between Corporate Governance Structures and the Extent of Voluntary Disclosure. *Journal of International Accounting, Auditing & Taxation*. 10: 139-156.
- [13] Reverte, C. (2009). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*. 88: 351-366.
- [14] Wright, D. (2010). Analysis of Corporate Social Responsibility Trends in the ICT Industry. *The Business Review*. 16(1): 39-45.
- [15] ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2555). รายชื่อหลักทรัพย์ที่นำมาใช้ในการคำนวณดัชนี SET 100 Index. สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2555, จาก www.set.or.th/th/market/constituents.html
- [16] สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2555). แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ. กรุงเทพฯ: เมจิกเพรส.
- [17] สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2556). คู่มือจัดทำแบบแสดงรายการข้อมูลแบบ 56-1. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2556, จาก http://www.sec.or.th/TH/Documents/seminar/56_030956_04.pdf
- [18] พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2553). การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร: การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน. นนทบุรี: ชิงค์ ปิยอนด์ บัค.
- [19] สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2553). มุมมอง ผลกระทบ และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อ CSR. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2556, จาก <http://library.tisi.go.th/seminar/file/189507045.doc>
- [20] กระทรวงอุตสาหกรรม. (2554). เรื่อง กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม. ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 4272 (พ.ศ 2553). สืบค้นเมื่อ 6 สิงหาคม 2555, จาก <http://www.tis.go.th/seminar/file/171528547.pdf>
- [21] Said, R., Zainuddin, Y. H.; and Haron, H. (2009). The Relationship between Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Governance Characteristics in Malaysian Public Listed Company. *Social Responsibility Journal*. 5(2): 212-226.
- [22] สถาบันไทยพัฒน์. (2555). รายงานเพื่อความยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 17 เมษายน 2555, จาก [www://www.thaicssr.com/2012/11/30.html](http://www.thaicssr.com/2012/11/30.html)
- [23] สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2555). แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เมจิกเพรส.
- [24] Deegan, C. (2002). The Egitimising Effect of Social and Environmental Disclosures-a Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 15(3): 282-298.

- [25] อนันตชัย ยूरประถม. (2550, November–December). CSR จากแนวคิดสู่วิธีปฏิบัติ. *Productivity World*. 25–30.
- [26] Gray, R., Kounhy, R.; and Leavers, S. (1995). Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 8(2): 47–77.
- [27] อนุวัติ สงสม. (2012). แบบจำลองเชิงแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ. *Veridian E-Journal, SU*. 5(1): 618–639.
- [28] ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2553). *Index Rules for SET 50 Index SET 100 Index*. สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2555, จาก www.set.or.th/th/market/constituents.html
- [29] Branco, M. C.; and Rodrigues, L. L. (2008). Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. *Journal of Business Ethics*. 83: 685–701.
- [30] จิตติมา กิ่งแก้ว. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมตามความสนใจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ใน *งานประชุมเชิงวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2555 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.