

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ซูริพร เมืองจันทร์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

พ.ศ. 2563

**Disclosure of social operations Innovation investment and the Firm
performance of Listed Companies, the Stock in Exchange of Thailand**

Chureporn Mueangjun



**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Doctor of Philosophy in Accountancy Program
College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University**

2020



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การบัญชี)

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม
และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
เสนอโดย ชูříพร เมืองจันทร์
หลักสูตร ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

Worathorn P.
..... ประธานกรรมการ
(รศ.ดร.พนารัตน์ ปานมณี)

Dr. P.
..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผศ.ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู)

Dr. S.
..... กรรมการ
(ผศ.ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

Dr. D.
..... กรรมการ
(ผศ.ดร.ดารณี เอื้อชนะจิต)

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชีรับรองแล้ว

Dr. S.
..... คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี
(ผศ.ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

วันที่ 12 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2563

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	ชวีพร เมืองจันทร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู
สาขาวิชา	การบัญชี
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

การพัฒนาความยั่งยืนเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินธุรกิจ โดยที่การปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและการลงทุนนวัตกรรมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและสะท้อนถึงผลการดำเนินงานทางการเงิน งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลจากบริษัทที่มีผลการดำเนินงานยั่งยืนบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Stock Exchange of Thailand: SET) จำนวน 104 บริษัท ถูกเลือกจากบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในปี 2558 - 2561 (ที่ได้รับการประเมินบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) ซึ่งใช้หลักการประมาณค่าด้วยความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood : ML) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง

ผลการศึกษาพบว่า การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ส่วนการลงทุนด้านนวัตกรรมไม่มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในทางกลับกันการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อการลงทุนด้านนวัตกรรม

คำสำคัญ: การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม ผลการดำเนินงานของบริษัท

Thesis Title	Disclosure of Social Operations, Innovation Investment, and Firm Performance of companies in the Stock Exchange of Thailand
Author	Chureeporn Mueanjun
Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr. Pattanant Petchchedchoo
Department	Accountancy
Academic Year	2019

ABSTRACT

Sustainability development is a way to create business opportunity. It is crucial for business operation. Social corporate responsibility (CSR) and innovation investment are key elements for sustainability development and reflects financial performance. The purpose of this study was to examine the relationship and effect between disclosure of social operations, innovation investment, and firm performance of companies in the Stock Exchange of Thailand. The data were collected from companies with sustainable firm performance listed in SET (Stock Exchange of Thailand) 104 the list of companies during the years (2015 -2018). Data were analyzed using AMOS statistical software by employing Structural Equation Modeling (SEM), path analysis and maximum likelihood method (ML) to estimate the absolute path.

The study found that disclosure of social operations had no relationship with the firm performance of companies in the stock exchange of Thailand. The innovation investment had no relationship with the firm performance of companies in the stock exchange of Thailand. On the contrary, disclosure of social operations had a relationship and an effect on innovation investment.

Keywords: Disclosure of Social operations, Innovation Investment, Firm Performance.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ โดยได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ความกรุณาช่วยเหลือ ให้ความรู้ คำปรึกษา และได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้ความรู้ คำปรึกษา ตรวจสอบแก้ไข ตลอดจนสร้างแรงบันดาลใจในการทำวิจัย และให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ แก่ผู้วิจัย ความสำเร็จในครั้งนี้เกิดขึ้นได้จากความกรุณาจากท่านอาจารย์ และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำด้านสถิติรวมถึงแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลจนการทำวิจัยผ่านไปได้ด้วยดี เพื่อให้วิทยานิพนธ์นี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นขอขอบคุณ ดร.อัจฉริยา อิศสระไพบูลย์ ดร.นพพร แพทย์รัตน์ และ ดร.พงศศิริภพ ทองศิริวิสุรเกตุ ที่ได้ให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการศึกษาวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณเลขานุการหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต ที่ได้ให้ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทั้งด้านข้อมูลทางวิชาการและการติดต่อสื่อสารกับท่านคณาจารย์และเพื่อนร่วมรุ่นปริญญาเอก Acc5 รวมถึงรุ่นพี่ รุ่นน้อง และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่คอยให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาในหลักสูตรนี้

สิ่งที่สำคัญที่สุดขอขอบพระคุณแม่ทั้งสองที่ให้ความรัก ความห่วงใยเป็นอย่างดีตลอดมา และครอบครัวทุกท่านที่ดูแลให้กำลังใจและห่วงใยในทุกเรื่องอย่างสม่ำเสมอตลอดมา ซึ่งคุณค่าประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่มารดาและผู้มีอุปการคุณทุกท่านที่คอยเป็นกำลังใจ อบรม สั่งสอน ให้ความช่วยเหลือให้ผู้วิจัยได้มีความมานะพยายาม มีความอดทนจนประสบความสำเร็จในการศึกษา ผู้วิจัยสำนึกในความกรุณาและซาบซึ้งใจในทุก ท่านด้วยความจริงใจ ขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ชวีพร เมืองจันทร์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามในการวิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
1.5 ขอบเขตของงานวิจัย.....	7
1.6 นิยามศัพท์.....	8
2. ทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐาน.....	10
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility)....	16
2.3 การลงทุนด้านนวัตกรรม (Innovation Intensity).....	42
2.4 ผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm Performance).....	61
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการพัฒนาสมมติฐาน.....	68
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	77
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	79
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	79
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	80
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	89
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในงานวิจัย.....	90
3.5 บทสรุป.....	97

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย.....	98
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วของกลุ่มตัวอย่าง.....	99
4.2 การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร.....	116
4.3 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการ ดำเนินงานของบริษัท.....	129
4.4 ผลการคำนวณอิทธิพลทางตรง (Direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect) และผลรวมอิทธิพล (Total effect).....	134
4.5 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (Measures of the mode fit).....	140
5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	142
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	143
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	155
5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย.....	161
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	162
5.5 บทสรุป.....	162
บรรณานุกรม.....	163
ประวัติผู้เขียน.....	183

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 คำจำกัดความและประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม.....	21
2.2 การรายงานการเปิดเผยข้อมูล.....	37
2.3 ชื่อนักวิชาการต่างประเทศและการให้ความหมายของนวัตกรรม.....	43
2.4 การลงทุนด้านนวัตกรรม.....	55
2.5 วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis).....	59
2.6 งานวิจัยการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม.....	68
3.1 แสดงประชากรในการศึกษา.....	79
3.2 แบบบันทึกข้อมูลรูปแบบของการเปิดเผยข้อมูลด้วยคำ (Words).....	82
3.3 แสดงแบบบันทึกข้อมูลรูปแบบของการเปิดเผยข้อมูลด้วยประโยค (Sentences) ธรรมชาติ (Nature) ของการเปิดเผยและตำแหน่งของการ เปิดเผยข้อมูล.....	82
3.4 แสดงแบบบันทึกข้อมูลรูปแบบของการเปิดเผยข้อมูลด้วยภาพ (Visuals) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล.....	83
3.5 แสดงแบบบันทึกข้อมูลผลการดำเนินงานของบริษัท.....	83
3.6 แสดงกระดาศทำการเปิดเผยข้อมูลตามรูปแบบของการเปิดเผยข้อมูล.....	84
3.7 แสดงกระดาศทำการเปิดเผยข้อมูลตามธรรมชาติของการเปิดเผย.....	84
3.8 แสดงกระดาศทำการเปิดเผยข้อมูลตามตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล.....	85
3.9 แสดงการให้คะแนนของลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล.....	87
3.10 แสดงการให้คะแนนของตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล.....	87
3.11 แสดงเกณฑ์การวัดระดับการเปิดเผยข้อมูล.....	88
3.12 แสดงเกณฑ์การวัดระดับการลงทุนด้านนวัตกรรม.....	89
3.13 แสดงระดับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์.....	91
3.14 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล.....	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.1 ผลการวิเคราะห์ทิศทางความสัมพันธ์ของการเปิดเผยการดำเนินงานด้าน สังคมกับการลงทุนด้านนวัตกรรมจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย.....	117
4.2 สรุปทิศทางความสัมพันธ์ของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมกับการ ลงทุนด้านนวัตกรรม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	118
4.3 ผลการวิเคราะห์ทิศทางความสัมพันธ์ของการลงทุนด้านนวัตกรรมกับผล การดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย...	120
4.4 สรุปทิศทางความสัมพันธ์ของการลงทุนด้านนวัตกรรมกับการ ดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	121
4.5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยการดำเนินงานด้าน สิ่งแวดล้อม การลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัท.....	123
4.6 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการเปิดเผยการดำเนินงานด้าน สิ่งแวดล้อมกับผลการดำเนินงานของบริษัท.....	124
4.7 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยการดำเนินงานด้าน ชุมชน การลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัท.....	125
4.8 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน กับผลการดำเนินงานของบริษัท.....	126
4.9 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้าง แรงงานการลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัท.....	127
4.10 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยการดำเนินงานการ จ้างแรงงานกับผลการดำเนินงานของบริษัท.....	128
4.11 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการลงทุนด้านนวัตกรรมกับการ ดำเนินงานของบริษัท.....	129
4.12 แสดงผลการประมาณค่า Standardized Regression Weights.....	132
4.13 แสดงผลการประมาณค่า Standardized Direct Effects.....	135

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 แสดงผลการประมาณค่า Standardized Indirect Effects.....	136
4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลการเปิดเผยการดำเนินงาน ด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของบริษัท.....	138
4.16 เสนอแนะและผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎีกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์.....	141



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสำคัญตามมุมมองพื้นฐานทรัพยากรของบริษัท....	53
2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	77
4.1 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม.....	100
4.2 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม จำแนกตามลักษณะการเปิดเผยด้าน สิ่งแวดล้อม (Environmental).....	101
4.3 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม จำแนกตามลักษณะการเปิดเผยด้าน ชุมชน (Community).....	103
4.4 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม จำแนกตามลักษณะการเปิดเผยด้านการ จ้างแรงงาน (Employees).....	105
4.5 การลงทุนด้านนวัตกรรม.....	107
4.6 การลงทุนด้านนวัตกรรม จำแนกตามกระบวนการ.....	108
4.7 การลงทุนด้านนวัตกรรม จำแนกตามนวัตกรรมการตลาด.....	110
4.8 การลงทุนด้านนวัตกรรม จำแนกตามนวัตกรรมองค์กร.....	112
4.9 การลงทุนด้านนวัตกรรม จำแนกตามนวัตกรรมผลิตภัณฑ์.....	114
4.10 ผลการดำเนินงานของบริษัท.....	115
4.11 รูปแบบโมเดลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (Path analysis).....	130
4.12 แสดงผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลหรือผลการประมาณค่า สัมประสิทธิ์.....	131

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วในด้านการติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีผลกระทบจากกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่ส่งผลให้รัฐบาล เศรษฐกิจ ธุรกิจ ตลอดจนชุมชนจากทุกมุมโลกสามารถเชื่อมต่อกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนไหวของปัจจัยทางเศรษฐกิจส่งผลให้เกิดสภาพแวดล้อมการแข่งขันทางธุรกิจที่มีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้นด้วย โดยเป็นผลมาจากคู่แข่งทางธุรกิจที่มีจำนวนมากตลอดจนการพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้นมากกว่าเดิมสภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันมากขึ้นรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของสังคมและการเมืองที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องล้วนส่งผลกระทบต่อองค์กร โดยการที่องค์กรดำเนินธุรกิจมีจุดมุ่งหมายคือการแสวงหากำไรเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอต่อการอยู่รอดและสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่องค์กรธุรกิจได้หากไม่หันมาใส่ใจกระบวนการดำเนินธุรกิจความยั่งยืนของบริษัทจากการดำเนินงานธุรกิจโดยมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในกระบวนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก โดยในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมการแข่งขันทางธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันชิงส่วนแบ่งทางการตลาด การขยายฐานลูกค้า การสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ การสร้างเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ล้วนก่อให้เกิดความเสี่ยงที่มากขึ้นในการดำเนินธุรกิจส่งผลให้ธุรกิจจะต้องมีการปรับตัวตลอดเวลาเพื่อรักษาศักยภาพในการแข่งขันและวางกลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ รวมถึงกระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลง ผู้มีส่วนได้เสีย อาทิเช่น ผู้ถือหุ้น นักลงทุน หน่วยงานกำกับดูแล พนักงาน ลูกค้า และสังคม ต่างมีอิทธิพลทำให้ธุรกิจแสดงความรับผิดชอบต่อมากขึ้น จึงทำให้ธุรกิจเริ่มตระหนักถึงการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนและเปิดเผยข้อมูลที่นอกเหนือไปจากข้อมูลในงบการเงิน

การเปิดเผยข้อมูลเป็นช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจทำหน้าที่ให้ข้อมูลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยการเปิดเผยข้อมูล

สามารถช่วยในเรื่องการเพิ่มความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือขององค์กร การส่งเสริมภาพลักษณ์ และการสร้างความไว้วางใจจากกลุ่มเป้าหมาย (Al Farooque and Ahulu, 2015) ดังนั้นการจัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืนจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งในและนอกองค์กรทราบถึงผลการดำเนินงานของธุรกิจองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสังคมและวิธีการในการบริหารจัดการที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อสังคมน้อยที่สุด รวมถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม การนำแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนมาใช้ในธุรกิจองค์กรนั้นมีผลดีต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรธุรกิจ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจและช่วยลดต้นทุน (Hart and Dowell, 2011; McWilliams and Siegel, 2011) อีกทั้งยังเป็นการแสดงให้เห็นให้ผู้มีส่วนได้เสียทราบถึงความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น การเพิ่มคุณค่าให้แก่ลูกค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียอื่นจะนำไปสู่การสร้างผลกำไรให้กับองค์กรธุรกิจได้ในระยะยาว (Finch, 2005) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boston College for Corporate Citizenship and EY (2013) เกี่ยวกับการจัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืน พบว่าประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืน คือชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กรที่ดีขึ้น เนื่องจากผู้มีส่วนได้เสียมองว่าองค์กรที่จัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืนมีการดำเนินงานที่โปร่งใสและเชื่อถือได้ ความจงรักภักดีจากพนักงานที่มีต่อองค์กรธุรกิจที่มากขึ้น เนื่องจากรายงานเพื่อความยั่งยืนช่วยให้พนักงานมีความเข้าใจในการบริหารจัดการองค์กรได้ดียิ่งขึ้น และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น เนื่องจากการจัดทำรายงานทางการเงินแสดงให้เห็นถึงศักยภาพขององค์กรธุรกิจในการดำเนินธุรกิจและบริหารองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนได้ในระยะยาว ซึ่งในปัจจุบันบริษัททั่วโลกหันมาเปิดเผยการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนกันมากขึ้นในปี ค.ศ. 2011 มีองค์กรที่จัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืนเพิ่มขึ้นถึง 950 ราย กลุ่มที่ให้ความสำคัญหลักอยู่ทางแถบอเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชีย โดยในปี ค.ศ. 2012 มีรายงานเพื่อความยั่งยืนถูกจัดทำขึ้นจากทั่วโลกกว่า 6,000 ฉบับต่อปีเพิ่มขึ้นจากปี ค.ศ. 1992 ที่มีเพียง 20 ฉบับ (Corporate Citizenship, 2012) และตามผลสำรวจของ KMG เมื่อปี ค.ศ. 2013 พบว่าบริษัทขนาดใหญ่ของโลก 250 อันดับแรกมีการจัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืน ซึ่งการรายงานดังกล่าวถือเป็นบรรทัดฐานในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม โดยพบว่า อย่างน้อย 62 เปอร์เซ็นต์ ของบริษัทในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมจะต้องการจัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืน

ในประเทศไทยมีการประกาศแผนพัฒนาความยั่งยืนอย่างเป็นทางการในเดือนธันวาคม 2556 โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนจึงจัดทำแผนพัฒนาความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน (Sustainability Development Roadmap) โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนมีความยั่งยืนซึ่งเป็นประโยชน์ต่อทั้งธุรกิจและสังคมโดยรวม

เนื่องจากประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่นักลงทุนและบริษัทในต่างประเทศให้ความสำคัญ และมีแนวโน้มจะเลือกลงทุนหรือเลือกดำเนินธุรกิจกับบริษัทคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติต่างๆ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2556) เช่นเดียวกับนักลงทุนในประเทศที่ให้ความสนใจต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ และงานวิจัยในอดีตพบว่า นักลงทุนมีปฏิริยาเชิงบวกต่อการเปิดเผยรายงานความยั่งยืน (Fernandez et al., 2014) และแรงผลักดันจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมีผลต่อการปรับปรุงคุณภาพและความโปร่งใสในการรายงาน ซึ่งองค์กรธุรกิจในประเทศไทยเริ่มมีการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมออกมามากขึ้น เช่น รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) หรือรายงานความยั่งยืน (Sustainability Report) รวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้นในงบการเงิน รายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน รวมถึงเว็บไซต์ของบริษัท

นอกจากนี้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพบริษัทจดทะเบียนตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างเสถียรภาพให้แก่ตลาดทุนในระยะยาว จึงยกระดับรางวัลด้านคุณภาพของบริษัทจดทะเบียนให้สามารถสะท้อนถึงการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยรวมรางวัลด้านการรายงานบรรษัทภิบาล (Top Corporate Governance Report Awards) และรางวัลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Best Corporate Social Responsibility Awards) เข้าด้วยกันเป็นรางวัลด้านความยั่งยืนประเภทใหม่ คือ รางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืนยอดเยี่ยม (Sustainability Awards) ในปี 2015 เพื่อประกาศเกียรติคุณบริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นและเป็นกำลังใจให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของบริษัทจดทะเบียนที่มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560)

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้เป็นที่สนใจของผู้ลงทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จะจัดทำรายชื่อกำหนดการลงทุนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย (Thailand Sustainability Investment) ซึ่งประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียนที่ผ่านเกณฑ์การประเมินตามตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Social) และบรรษัทภิบาล (Governance) หรือ ESG เพื่อประกาศให้ผู้ลงทุนรับทราบเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน และเพื่อเป็นการลดภาระในการกรอกข้อมูลและจัดเตรียมเอกสารของบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะใช้ข้อมูลจากการตอบแบบประเมินด้านความยั่งยืนในการพิจารณารางวัล Sustainability Awards เป็นข้อมูลในการจัดทำรายชื่อกำหนดการลงทุนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย (Thailand Sustainability Investment) หรือ หุ้นยั่งยืน เป็นรายชื่อของบริษัทจดทะเบียนที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and

Governance หรือ ESG) ซึ่งจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ลงทุนที่ต้องการลงทุนตามแนวความคิดการลงทุนอย่างยั่งยืนที่นำปัจจัยด้าน ESG มาเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจลงทุนควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินของบริษัท เพื่อสร้างผลตอบแทนอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ทั้งนี้ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดให้มีการประกาศรายชื่อการลงทุนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย (Thailand Sustainability Investment) เป็นครั้งแรกในปี 2558

การลงทุนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย (Thailand Sustainability Investment) คัดเลือกจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ที่สมัครใจเข้าร่วมการประเมินความยั่งยืนและผ่านเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนตามตัวชี้วัดในมิติเศรษฐกิจ (รวมบริษัทภิบาล) สิ่งแวดล้อม และสังคม ที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดทำขึ้นให้สอดคล้องกับมาตรฐานทั้งในระดับประเทศและในระดับสากล โดยบริษัทจดทะเบียนต้องมีคะแนนจากการตอบแบบประเมินความยั่งยืนอย่างน้อย 50 เปอร์เซนต์ของคะแนนเต็มในแต่ละมิติรวมทั้งผ่านการพิจารณาเกณฑ์ด้านคุณสมบัติเพื่อให้ได้หุ้นที่มีคุณภาพเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด เช่น เกณฑ์ด้านผลประโยชน์ และการคัดกรองด้านการกำกับดูแลต่างๆ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สังคม และบริษัทภิบาล โดยมีคณะทำงานเพื่อการลงทุนอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิด้านบริษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม และหน่วยงานในตลาดทุนไทย เป็นผู้กลั่นกรองให้กระบวนการคัดเลือก การลงทุนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย (Thailand Sustainability Investment) มีความโปร่งใสในทุกขั้นตอน

ดังนั้นบริษัทและธุรกิจที่ต้องการอยู่รอดตลอดจนประสบความสำเร็จจากผลการดำเนินงานที่ดีภายใต้สภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เข้มข้นดังกล่าวจึงจำเป็นต้องสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งทางธุรกิจในมุมมองของลูกค้า โดยจะส่งผลให้บริษัทสามารถดึงดูดให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการของบริษัทได้มากยิ่งขึ้น โดยหนึ่งในปัจจัยที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างยิ่งมาในระยะหนึ่งคือ การเกิดขึ้นของนวัตกรรม (Innovation) ในหลากหลายแขนงที่สามารถสร้างผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและอุตสาหกรรมได้ในวงกว้างจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้ามากขึ้นจากในอดีตและทำให้เกิดการพัฒนาขึ้นมากได้อย่างรวดเร็วจากหลักการและทฤษฎีต่างๆ ทั้งกลยุทธ์ทางการแข่งขัน (Generic Competitive Strategies) มุมมองบนพื้นฐานทรัพยากรของบริษัท (Resource based View) และขีดความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) โดยแสดงให้เห็นว่านวัตกรรมที่เกิดจากการนำทรัพยากรที่เหมาะสมมาใช้ในการพัฒนาและนำเสนอเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มเติมให้กับลูกค้านับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างเสริมความได้เปรียบการแข่งขันที่ทุกบริษัทไม่ควรมองข้าม โดยนวัตกรรมจะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีความ

ยั่งยืนจะส่งผลให้บริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นไปด้วยนั้น ทำให้ผู้วิจัยหลายท่านหันมาสนใจ และได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ดังกล่าวโดยการใช้วิธีการวิจัยที่แตกต่างกันออกไปมากมายหลายรูปแบบ ซึ่งจากกระแสการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทำให้ประเทศไทยตระหนักและเล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างนวัตกรรมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ มีการนำเอาเรื่องนวัตกรรมไปเป็นส่วนหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติซึ่งเป็นแผนยุทธศาสตร์ที่จะชี้นำทิศทางการพัฒนาประเทศ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทางด้านนวัตกรรมมากยิ่งขึ้น โดยมีการนำนวัตกรรมไปเป็นส่วนสำคัญในยุทธศาสตร์ของการพัฒนาประเทศ ทั้งในส่วนของยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม ในหลักการของการใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศ ซึ่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ก็เป็นอีกองค์กรหนึ่งที่มีบทบาทต่อวงการเศรษฐกิจไทย ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการซื้อขายหลักทรัพย์จดทะเบียน ส่งเสริมการออมและการระดมเงินทุนระยะยาวเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งเป็นแหล่งระดมทุนที่สำคัญของภาคธุรกิจ โดยตลาดหลักทรัพย์ก็เป็นองค์กรหนึ่งที่ทำให้ให้ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรม โดยในปี 2559 มีการมอบรางวัล “รางวัลบริษัทยอดเยี่ยมด้านนวัตกรรม (Best Innovative Company Awards)” ขึ้นเป็นครั้งแรก เพื่อสนับสนุนการพัฒนา นวัตกรรมอย่างต่อเนื่องของประเทศ ด้วยสาเหตุนี้จึงเป็นที่มาของแนวคิดที่จะศึกษาการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทจดทะเบียนที่ผ่านกระบวนการคัดเลือกให้เป็นหุ้นยั่งยืนแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและการผนวกแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะการเตรียมความพร้อมในการรับความเสี่ยงใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้นในอนาคตมีการเปิดเผยมากเพียงใด เน้นในด้านใดอันจะบ่งบอกถึงระดับการเปิดเผยการดำเนินงานอยู่ในระดับใดและระดับการเปิดเผยข้อมูลมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทหรือไม่อย่างไร การลงทุนปัจจัยต่างๆ ที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทหรือไม่ และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับการลงทุนนวัตกรรมหรือไม่ผลจากการศึกษาสามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านสังคมเพื่อให้องค์กรและสังคมได้รับผลตอบแทนอย่างยั่งยืน

1.2 คำถามในการวิจัย

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาในการศึกษาเรื่องการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถสรุปเป็นคำถามในการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทหรือไม่
2. การลงทุนด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทหรือไม่
3. การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับการลงทุนด้านนวัตกรรมหรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ในการศึกษาการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการลงทุนด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมที่ส่งผลต่อการลงทุนด้านนวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. บริษัทจดทะเบียนและบริษัทกำลังจะเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นความสำคัญของการจัดทำรายงานความยั่งยืน เพื่อจะนำไปสู่การส่งเสริมให้มีการจัดการเกี่ยวกับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและใช้แนวทางในการกำหนดนโยบายบริหารจัดการเกี่ยวกับการนำแนวคิดการเติบโตอย่างยั่งยืนมาผสมผสานเข้ากับกลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัทได้อย่างเหมาะสม

2. นักลงทุนสามารถนำข้อมูลการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและมูลค่าของกิจการมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์พิจารณาการเติบโตอย่างยั่งยืนและเป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุน

3. หน่วยงานกำกับดูแลสามารถใช้ข้อมูลเป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับรายงานความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะนำไปสู่การพัฒนาเพื่อความยั่งยืนตามแผนพัฒนาความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน

(Sustainability Development Roadmap) ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

4. ผู้บริหารสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

5. ภาครัฐตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรมที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจซึ่งจะส่งผลกระทบต่อไปยังความสามารถทางการแข่งขัน และภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศโดยเฉพาะเมื่อการเคลื่อนย้ายปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นไปอย่างง่ายยิ่งขึ้น

1.5 ขอบเขตของงานวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน รายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคัดเลือกบริษัทจดทะเบียนที่ผ่านเกณฑ์การประเมินตามตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้วิธีการศึกษาข้อมูลในรายงานประจำปี และรายงานความยั่งยืน จากข้อมูลออนไลน์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นข้อมูลที่สอดคล้องกับของตัวแปรต่างๆ ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้โดยแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการจ้างงาน จากรายงานประจำปี และรายงานความยั่งยืน ในฐานะข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. การลงทุนในด้านทุนมนุษย์และการลงทุนด้านการขายและการตลาด จากรายงานประจำปี และรายงานความยั่งยืน ในฐานะข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. ข้อมูลทางด้านตัวเลขทางการเงิน คือ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ จากฐานข้อมูล SETSMART (SET Market Analysis and Reporting Tool) งบแสดงฐานะการเงิน
4. Tobin'Q จากฐานข้อมูล SETSMART (SET Market Analysis and Reporting Tool) งบแสดงฐานะการเงิน

1.5.2 ขอบเขตด้านเวลา

ในการศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากที่องค์กรธุรกิจในประเทศไทยมีการคัดเลือกบริษัทจดทะเบียนที่ผ่านเกณฑ์การประเมินตามตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อประกาศเป็นรายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน พบว่ากระแสจำนวนรวมรวมถึง พิพัฒนา ยอดพฤติการณ์และคณะ (2551) กล่าวไว้ว่า กระแสความรับผิดชอบต่อ

สังคมในเมืองไทย ได้ถูกจุดประกายขึ้นอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในปี 2549 และได้เป็นแนวปฏิบัติที่ผนวกเข้ากับการดำเนินธุรกิจ นอกเหนือไปจากการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบที่อยู่ นอกกระบวนการทางธุรกิจ เช่น การบริจาค หรือการอาสาช่วยเหลือสังคม เช่นที่ผ่านมานอกจากนี้ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สมาคมบริษัทจัดการลงทุน สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย สมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยและมูลนิธิเพื่อคนไทยจัดทำรายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคัดเลือกบริษัทจดทะเบียนที่ผ่านเกณฑ์การประเมินตามตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อประกาศเป็นรายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อสะท้อนการดำเนินงานที่คำนึงถึงการพัฒนาที่ยั่งยืน สร้างความสนใจและความเชื่อมั่นจากผู้ลงทุนในตลาดทุนไทย ที่มีแนวคิดลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (responsible investment) รวมถึงเป็นการสนับสนุนให้บริษัทจดทะเบียนมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืนต่อไป ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีการกำหนดประกาศรายชื่อบริษัทจดทะเบียนการลงทุนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย (Thailand Sustainable Investment) เป็นครั้งแรกในไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ. 2558 และจะมีการทบทวนรายชื่อทุกปี ดังนั้นในปี พ.ศ. 2558 จึงเป็นช่วงที่ประกาศรายชื่อบริษัทจดทะเบียนการลงทุนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย (Thailand Sustainable Investment) และได้รับรางวัล SET Sustainability Awards ในประเทศไทย

ผู้วิจัยจึงเห็นว่าหลังจากในปี พ.ศ. 2558 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการประเมินตามตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสะท้อนการดำเนินงานที่คำนึงถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนสร้างความสนใจและความเชื่อมั่นจากผู้ลงทุนในตลาดทุนไทยที่มีแนวคิดลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (responsible investment) รวมถึงเป็นการสนับสนุนให้บริษัทจดทะเบียนมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืน ดังนั้นในการวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาข้อมูลการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ถึง ปี พ.ศ. 2561

1.6 นิยามศัพท์

การรายงานความยั่งยืน หมายถึง การเผยแพร่และรายงานข้อมูลผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาลขององค์กรหรือธุรกิจโดยข้อมูลดังกล่าวเกิดจากรายวัดและประเมินประสิทธิภาพภายในองค์กรอย่างเป็นระบบเพื่อสะท้อนให้เห็นศักยภาพธุรกิจในระยะยาวและเป็นเครื่องมือที่ช่วยทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรวางไว้

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม หมายถึง เป็นกระบวนการที่ดำเนินการในการรวบรวมข้อมูลและการสื่อสารในเรื่องวิธปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อของบริษัทประกอบกับผลการดำเนินงานทางสังคม สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจให้กับผู้มีส่วนได้เสียและการเปิดเผยข้อมูลที่มีความครบถ้วนและถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชีประกอบด้วย งบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ งบกระแสเงินสด ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ถือหุ้น นโยบายการบัญชีที่สำคัญ ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลอื่นๆ รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลในสาระสำคัญอย่างเหมาะสมและเพียงพอเพื่อให้ผู้ใช้ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจอย่างครบถ้วนและถูกต้องตรงตามความเป็นจริง

การลงทุนนวัตกรรม หมายถึง การลงทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการในรูปแบบใหม่ เช่น การปรับใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ การตลาดหรือรูปแบบองค์กรใหม่ที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงมูลค่าในแง่ของผลประโยชน์ด้านการเงิน ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและความมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE) หมายถึง อัตราส่วนที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อวัดผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารงานเพื่อให้เกิดผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นที่เป็นเจ้าของกิจการ

Tobin's Q หมายถึง อัตราส่วนที่ใช้วัดผลการดำเนินงานที่สะท้อนถึงข้อมูลจากงบการเงินซึ่งเป็นข้อมูลในอดีตและมูลค่าทางการตลาดของหุ้นสามัญ ซึ่งคำนวณจากมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดบวกหนี้สินรวมหารด้วยสินทรัพย์รวม (Market Capitalization + Total Liability) / Total Asset) ที่ได้จัดทำไว้ในงบการเงินของบริษัทกลุ่มตัวอย่างที่นำมาทำการทดสอบ

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐาน

การศึกษาเรื่องการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการพัฒนาสมมติฐาน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory)

2.1.2 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory)

2.1.3 ทฤษฎีสัญญาณ (Signaling Theory)

2.1.4 ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based View Theory)

2.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility)

2.2.1 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม

2.3 การลงทุนด้านนวัตกรรม (Innovation Intensity)

2.4 ผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm Performance)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการพัฒนาสมมติฐาน

2.5.1 งานวิจัยการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและผลการดำเนินงานของบริษัท

2.5.2 งานวิจัยการลงทุนด้านนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของบริษัท

2.5.3 งานวิจัยการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและด้านการลงทุนด้านนวัตกรรม

2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory)

การศึกษาการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัท โดยผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ทฤษฎีความชอบธรรมมีความถูกต้องตามกฎหมายมีสมมติฐานว่าองค์กรธุรกิจพยายามทำให้สังคมมั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งงานวิจัยของ Lindblom (1994) ได้ให้คำนิยามว่าความถูกต้องตามกฎหมาย คือสถานะที่เกิดขึ้นเมื่อระบบค่านิยมขององค์กรธุรกิจสอดคล้องกับระบบค่านิยมของสังคม ซึ่งองค์กรธุรกิจดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและองค์กรธุรกิจจะดำเนินธุรกิจภายใต้มาตรฐานของสังคม ซึ่งเปรียบเสมือนการให้สัตยาบันประชาคม ภายใต้สัตยาบันจากการศึกษาของ Suchman (1995) ได้ให้ความหมายทฤษฎีความชอบธรรมไว้ว่าความเข้าใจทั่วไปของการดำเนินการที่เป็นเอกลักษณ์ที่ดีและความถูกต้องเหมาะสมภายใต้ระบบโครงสร้างของสังคมที่เป็นมาตรฐานและมีคุณค่า แสดงออกมาเป็น 2 ระดับ คือ ระดับขั้นแรกคือระดับสถาบัน (Institutional Level) ซึ่งประกอบด้วย รัฐบาล ความเชื่อทางศาสนา สังคมและระบบทุนนิยม และระดับขั้นที่สอง ระดับองค์กร (Organization Level) การทำให้เกิดความเป็นองค์กรธุรกิจที่มีการดำรงอยู่เจริญเติบโตและการปกป้อง (Tilling, 2004) ทฤษฎีความชอบธรรมจะช่วยให้องค์กรธุรกิจสามารถปรับปรุงและรักษาสัตยาบันที่ไว้กับสังคม โดยทำการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและยกระดับความคาดหวังของสาธารณชนต่อองค์กรธุรกิจ สร้างผลลัพธ์และเป้าหมายที่ดีให้กับองค์กรธุรกิจ (Bebbington et al. 2007)

ทฤษฎีความชอบธรรม เป็นแนวคิดในการสร้างความรู้ความเข้าใจสำหรับบริษัทเพื่อจะได้เป็นแนวทางการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม เนื่องจากทฤษฎีดังกล่าวนี้ทำให้บริษัทเปลี่ยนแปลงแนวคิดในเรื่องของการดำเนินธุรกิจและการทำกิจกรรมด้านสังคม จากการศึกษาที่เป็นศูนย์กลางไปสู่รูปแบบที่เป็นความคาดหวังของสังคม เพื่อคงซึ่งสิทธิอันชอบธรรมในการคงอยู่ในสังคม ตามที่ Reverte (2009) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความชอบธรรมเกี่ยวข้องกับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมขององค์กรธุรกิจ เนื่องจากทฤษฎีนี้ยอมรับว่าธุรกิจมีสัตยาบันหรือข้อตกลงกับสังคมที่บริษัทต่างๆ จะต้องปฏิบัติตามเพื่อให้การกระทำกิจกรรมของบริษัทชอบด้วยกฎหมายและเป็นไปตามความคาดหวังของสังคม ซึ่งทฤษฎีนี้เชื่อว่าการดำเนินงานของบริษัทมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่บริษัทตั้งอยู่ถ้ากิจกรรมของบริษัทมีผลกระทบต่อที่เป็นอันตรายต่อชุมชน สาธารณชนอาจจะต่อต้านสินค้าของบริษัทหรือได้รับการกดดันจากรัฐบาล และทฤษฎีความชอบธรรม ยังเกี่ยวข้องกับแนวคิดจริยธรรมทางองค์กรธุรกิจ ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียและทฤษฎีความชอบธรรมต่าง

มีความเกี่ยวข้องในด้านของจริยธรรมทางองค์กรธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถมองเห็นได้กับมูลค่าทางสังคมที่ไม่เป็นตัวเงินและความเชื่อมโยงกับความชอบธรรมที่องค์กรธุรกิจต้องมีความรับผิดชอบในการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียเพราะผู้มีส่วนได้เสียส่งผลต่อการดำรงอยู่ขององค์กรธุรกิจ

กล่าวโดยสรุปจะเห็นว่าทฤษฎีความชอบธรรมเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบริษัทที่มีข้อสัญญาหรือข้อตกลงกับสังคมที่บริษัทจะต้องปฏิบัติเพื่อให้กระทำกิจกรรมของกิจการชอบด้วยกฎหมายและเป็นที่ยอมรับของสังคม ดังนั้นการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมจึงเป็นการจัดการวางแผนตามนโยบายของบริษัทที่พยายามจะทำกิจกรรมที่ชอบธรรมตามกฎหมายเพื่อจะทำให้สาธารณชนแน่ใจว่าองค์กรธุรกิจได้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และความคาดหวังของสังคม

2.1.2 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory)

การศึกษาการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัท โดยผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder theory) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การพัฒนาของทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder theory) ได้มีพื้นฐานมาจากกรอบแนวคิดของ Barnard (1938) ในหนังสือเรื่อง The Functions of the Executive นำเสนอมุมมองด้านบวกของผู้บริหารในการสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ซึ่งต่อมา Freeman (1984) ได้เขียนทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้สนับสนุนว่าผู้บริหารต้องสร้างความพอใจต่อบุคคลหรือกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งประกอบด้วย ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐและชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ Post et al. (2002) ให้นิยามผู้มีส่วนได้เสียคือ บุคคลหรือกลุ่มซึ่งมีผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจ นโยบาย และการปฏิบัติ จึงได้มีการนำเสนอวิธีการใหม่ในการจัดระเบียบกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ที่แต่ก่อนมุ่งเน้นการอยู่รอดและประสบความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ บนหลักการความสามารถขององค์กรธุรกิจในการสร้างความมั่งคั่ง ให้มีความคุ้มค่า หรือสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ถือหุ้นนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดที่ต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียด้วย (Clarkson, 1995; Foster and Jonder, 2005; Hawkins, 2006) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นรากฐานของความสำคัญต่อการพัฒนาแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จากทฤษฎีของ Freeman และยังคงอธิบายทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการที่สนใจประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งการทำความเข้าใจรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ นั้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทรัพยากรขององค์กรธุรกิจไม่ว่าจะเป็นเงิน เวลา ทำให้เกิดความขัดแย้งกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ต้องสร้างรายได้สูงที่สุดแก่ผู้ถือหุ้น ดังนั้น Jensen (2001) กล่าวว่าบริษัทจะไม่สามารถสร้างรายได้ที่สูงที่สุดแก่ผู้ถือหุ้นได้

หากหาบริษัทมุ่งหาแต่การสร้างรายได้ให้สูงที่สุดแก่ผู้ถือหุ้นเพียงอย่างเดียวโดยไม่สนใจว่าจะเกิดผลเสียอย่างไรต่อผู้มีส่วนได้เสียอื่นนั้น เพราะเนื่องจากผู้มีส่วนได้เสียจากการดำเนินธุรกิจขององค์กรไม่ได้มีเพียงแต่ผู้ถือหุ้น แต่ยังรวมถึงพนักงาน ลูกค้า ชุมชน และองค์กรทั้งที่แสวงหาผลกำไรและไม่แสวงหาผลกำไรที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ และในยุคปัจจุบันมีการค้นพบว่าองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ก็มีความเชื่อว่ากำไรสูงสุดทำกำไรอย่างเดียวยังไม่เพียงพอต้องเพิ่มความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดและนำไปสู่การสร้างกำไรแบบยั่งยืน ดังนั้นทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ทุกฝ่ายว่าผลประโยชน์ได้รับการดูแลและปฏิบัติอย่างเป็นธรรม

สำหรับการสร้างให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในมุมมองของ Freeman and Philips (2002) ได้กล่าวไว้ว่าธุรกิจจะประสบผลสำเร็จได้ต้องสามารถบริหารจัดการความสัมพันธ์และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของบริษัทได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Post et al. (2002) ได้ให้คำนิยามผู้มีส่วนได้เสียคือบุคคลซึ่งมีผลกระทบจากการตัดสินใจขององค์กร นโยบาย และการปฏิบัติ ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียจึงเป็นการเสนอวิธีการใหม่ในการจัดระเบียบความคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่เดิมมุ่งเน้นการอยู่รอดและการประสบความสำเร็จขององค์กรกับความสามารถขององค์กรในการสร้างความมั่งคั่งให้ลูกค้า หรือสร้างความพึงพอใจแก่เพียงถือหุ้นไปสู่การพัฒนาแนวคิดว่าควรต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ร่วมด้วย (Clarkson, 1995; Foster and Jonker, 2005; Hawkins, 2006) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียจึงเป็นรากฐานความสำคัญต่อการพัฒนาแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ สำหรับการทำให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ และในมุมมองของ Freeman (1984) ได้มองว่าการดำเนินธุรกิจโดยมุ่งหวังแต่การแสวงหาผลประโยชน์ให้แก่คนฝ่ายเดียวเป็นสิ่งที่ผิดพลาดเพราะองค์กรธุรกิจ นอกจากต้องคำนึงถึงผลตอบแทนทางองค์กรธุรกิจยังต้องมีภาระผูกพันการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในรูปแบบต่างๆ ซึ่งความสัมพันธ์ของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) จะเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างแนวคิดการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

กล่าวโดยสรุปจะเห็นว่ามุมมองเกี่ยวกับผู้บริหารของทฤษฎีความชอบธรรม จะเชื่อมโยงกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย โดยทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียจะมุ่งเน้นไปยังนโยบายของกิจการที่สร้างผลกระทบให้เกิดกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องการองค์กรธุรกิจ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐและชุมชน และบริษัทจะสามารถดำรงอยู่ได้เจริญก้าวหน้าหรือไม่ล่มสลายถือเป็นความชอบธรรมของผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัทที่เป็นผู้กำหนดและทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียจะมุ่งไปยังนโยบายขององค์กรธุรกิจ โดยองค์กรธุรกิจมีภาระรับผิดชอบต่อสังคมความต้องการให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียไม่ว่าจะเป็น ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้นคู่ค้า ภาครัฐและชุมชน ซึ่ง

การดำเนินธุรกิจในอดีตกำไรสูงสุดขององค์กรธุรกิจเท่านั้นที่จะสร้างมูลค่าสูงสุด มูลค่าของบริษัทจะตอบสนองความต้องการแก่ผู้มีส่วนได้เสีย

2.1.3 ทฤษฎีส่งสัญญาณ (Signaling Theory)

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม และผลการดำเนินงานของบริษัท โดยผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีส่งสัญญาณ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการส่งสัญญาณเป็นการใช้ข้อมูลเพื่อเป็นการส่งสัญญาณเมื่อมีข้อมูลที่สนับสนุน และต้องการให้ฝ่ายตรงข้ามได้รับทราบเทคนิคที่อาจนำมาใช้ในการส่งผ่านข้อมูลไปยังฝ่ายตรงข้าม ได้แก่ การใช้บุคคลที่สามที่น่าเชื่อถือได้มาสนับสนุนใช้ชื่อเสียงเกียรติยศเป็นประกันใช้การกระทำหรือผลที่ได้ทำมาแล้วแสดงให้เห็นว่าจะเกิดผลดีหากข้อมูลนั้นเป็นความจริงการใช้การกระทำจะเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดสำหรับกลยุทธ์การส่งสัญญาณ (Turban and Greening, 1997) ผู้บริหารยอมมีข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ลงทุน ผู้บริหารเปิดเผยข้อมูลเพื่อส่งสัญญาณให้ตลาดทุนทราบเกี่ยวกับความคาดหวังในอนาคต ผลการดำเนินงานของบริษัท เปิดเผยเรื่องเกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งสัญญาณให้สาธารณชนทราบว่าบริษัทให้ความสำคัญในเรื่องสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Connolly (2011) กล่าวว่า การส่งสัญญาณจะเป็นประโยชน์สำหรับการอธิบายพฤติกรรมเมื่อทั้งสองฝ่ายมีการเข้าถึงข้อมูลที่แตกต่างกัน ดังนั้นทฤษฎีส่งสัญญาณถือเป็นตำแหน่งที่โดดเด่นในความหลากหลายของการจัดการและที่ผ่านมามีการส่งสัญญาณได้รับแรงผลักดันจากบริษัทในการนำไปใช้แก้ปัญหาขององค์กรธุรกิจ ซึ่งทฤษฎีการส่งสัญญาณจะทำให้นักลงทุนสถาบันและคณะกรรมการบริษัทในการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ซึ่งจะส่งสัญญาณเกี่ยวกับชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความถูกต้องทางกฎหมายของบริษัท องค์กรธุรกิจยอมรับข้อมูลจากสังคมเป็นการส่งสัญญาณให้องค์กรธุรกิจปรับปรุงนโยบายและการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ถือว่าเป็นองค์กรธุรกิจที่ใส่ใจสังคมและสิ่งแวดล้อม และยังเป็น การส่งสัญญาณของนักลงทุนอาจนำมาสู่ความสามารถในการแข่งขันและมีผลกำไรที่เพิ่มขึ้นและอาจจะส่งสัญญาณของการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของราคาหุ้นได้ เพื่อให้ให้นักลงทุนสถาบันได้ประเมินองค์การและมองเห็นผลประโยชน์ระยะยาวเพิ่มประสิทธิภาพในการลงทุน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chih et al. (2008) ได้ตั้งข้อสันนิษฐานว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการธรรมาภิบาล โดยบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่ดีจะทำให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้ามาช่วยควบคุมการดำเนินงานของฝ่ายบริหารและทำให้ธรรมาภิบาลของบริษัทดีขึ้นด้วยทำให้เราสันนิษฐานได้ว่าบริษัทต้องการส่งสัญญาณแก่นักลงทุนทราบว่าไม่มีปัญหาตัวแทนระหว่างผู้ถือหุ้นรายใหญ่และผู้

ถือหุ้นรายย่อย ซึ่งจะเห็นว่าบริษัทที่เสนอตนเองเข้าประกวดรางวัลจะมีต้นทุนการจัดทำข้อมูล รายงาน และความเสี่ยงในการเปิดเผยแผนธุรกิจต่อคู่แข่ง ดังนั้นการส่งสัญญาณจึงเป็นที่เชื่อถือของ นักลงทุนได้

กล่าวโดยสรุป จะเห็นว่าทฤษฎีส่งสัญญาณ ผู้บริหารย่อมมีข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ ลงทุน ผู้บริหารเปิดเผยข้อมูลเพื่อส่งสัญญาณให้ตลาดทุนทราบเกี่ยวกับความคาดหวังในอนาคต ผล การดำเนินงานของบริษัท เปิดเผยเรื่องเกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งสัญญาณให้สาธารณชน ทราบว่าบริษัทให้ความสำคัญในเรื่องการจ้างแรงงาน สิ่งแวดล้อมและชุมชน

2.1.4 ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based View Theory)

ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based View Theory) มุ่งเน้นอธิบายความสามารถใน การสร้างทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร โดยนักวิชาการทางแรกที่ศึกษาคือ Jay Barney ได้นำเสนอ งานตีพิมพ์ใน Journal of Management เมื่อปี 1991 เกี่ยวกับ ทรัพยากรขององค์กร (Firm Resources) และ ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustained Competitive Advantage) มี องค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ ทรัพยากร (Resource) และความสามารถ (Capabilities) โดย องค์ประกอบทั้งสองจะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (Grant, 1996; Eisenhardt and Martin, 2000) การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนสำหรับการดำเนินธุรกิจ ใน ปัจจุบันถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญกับธุรกิจทั้งนี้ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่ในการจัดการทรัพยากรที่จำเป็นต่อ การดำเนินงานธุรกิจเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งในแง่ของประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการ ดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้

ความได้เปรียบทางการแข่งขันจะประสบความสำเร็จได้นั้นบริษัทต้องใช้ทรัพยากรที่มี อยู่ทำให้เกิดความยั่งยืน โดยใช้ส่วนผสมทางทรัพยากรของบริษัทสกัดกั้นความสามารถของคู่แข่ง ไม่ให้เกิดการลอกเลียนแบบได้ (Elaine, 1993) ดังนั้นที่มาของความได้เปรียบทางการ แข่งขันที่ยั่งยืนตามทฤษฎีฐานทรัพยากร กล่าววาททรัพยากรและความสามารถมีบทบาทที่สำคัญใน การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน ซึ่งสภาพการแข่งขันในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลง ของสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจอย่างรวดเร็ว พบว่าความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability) เข้ามา มีบทบาทในการสร้างความได้เปรียบการแข่งขันมากขึ้น (พรสวรรค์ มงคลชัยอรัญญา และนวพร ประสมทอง, 255) ดังนั้นทรัพยากรมนุษย์จึงถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและสามารถสร้าง มูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจได้ โดยมุมมองทางด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้เปลี่ยนแปลงไปจากใน อดีตที่มองเรื่องของการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายของธุรกิจ ซึ่งพยายามให้จ่าย อย่างจำกัดหรือลดค่าใช้จ่ายทางด้านทรัพยากรมนุษย์แต่ปัจจุบันเล็งเห็นว่าการลงทุนในทรัพยากร มนุษย์ก่อให้เกิดสินทรัพย์ที่มีค่ากับธุรกิจ ทั้งนี้การลงทุนในทรัพยากรมนุษย์มีหลายรูปแบบ เช่น

การฝึกอบรม ตลอดจนการให้ความรู้ในรูปแบบต่างๆ ที่เกิดจากประสบการณ์การทำงานจริงของพนักงานภายในบริษัทล้วนเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง

ทฤษฎีฐานทรัพยากรไม่เพียงแต่เกี่ยวกับความสามารถภายในเท่านั้นและวิธีสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันบริษัทได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอกเช่นกันทรัพยากรไม่สามารถประเมินแยกได้ทรัพยากรที่มีคุณค่าในอุตสาหกรรมเฉพาะหรือในบางช่วงเวลาอาจล้มเหลวที่จะมีค่าเดียวกันในอุตสาหกรรมอื่นหรือตามลำดับเหตุการณ์ (Collis and Montgomery, 1995) ตามที่ระบุใน Grant (1991) ทรัพยากรถูกจัดประเภทเป็นสิ่งที่จับต้องได้ไม่มีตัวตนและบุคลากรทรัพยากรที่จับต้องได้รวมถึงทรัพยากรทางกายภาพ เช่น โครงสร้างพื้นฐานอุปกรณ์วัตถุดิบ และทุนสำรองทางการเงิน ทรัพยากรที่ไม่มีตัวตนรวมถึงชื่อเสียงและเทคโนโลยี ทรัพยากรที่ใช้บุคคลเกี่ยวข้องกับแนวคิดเช่น วัฒนธรรมการฝึกอบรม ความมุ่งมั่น ความภักดี และความรู้ทรัพยากรเหล่านี้ไม่สามารถผลิตได้ด้วยตนเองแต่การรวมกันของสิ่งเหล่านี้คือ สิ่งที่จะทำให้บริษัทมีประสิทธิผล (Russo and Fouts, 1997) และความสามารถนำไปสู่การวิเคราะห์ความเข้มของการวิจัยและพัฒนา และความสามารถรับมือต่อสังคม เพราะมุมมองนี้ได้รับการยอมรับอย่างชัดเจนความสำคัญของทรัพยากรที่ไม่มีตัวตนเช่นความรู้วัฒนธรรมองค์กรและชื่อเสียง (Russo and Fouts, 1997)

ยิ่งไปกว่านั้นนักวิจัยคนอื่นเห็นด้วยกับการใช้ทฤษฎีฐานทรัพยากรในศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมอธิบายโดยเน้นเกี่ยวกับความสำคัญของทรัพยากรที่ไม่มีตัวตนที่เฉพาะเจาะจงเนื่องจากการยากที่จะเลียนแบบและแทนที่ (Branco and Rodrigues, 2006)

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีฐานทรัพยากรมีความสำคัญโดยใช้เป็นกรอบแนวทางเพื่ออธิบายว่าการที่ธุรกิจมีทรัพยากรและความสามารถ โดยมีคุณลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่งประกอบด้วย ความมีคุณค่าเป็นสิ่งที่หาได้ยาก ยากต่อการเลียนแบบและไม่สามารถหามาทดแทนได้จะส่งผลให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน ซึ่งการที่ธุรกิจมีทรัพยากรมนุษย์และความสามารถในการแบ่งปันความรู้แตกต่างจากคู่แข่งและเหนือกว่าจะส่งผลให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

2.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility)

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ มีรายละเอียด ดังนี้
ความเป็นมาของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

การพัฒนาแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจขึ้นมาเรื่อยๆ ในช่วง ค.ศ. 1940 ศาสตราจารย์ ที โอดอร์ เครปส์ (Professor Theodor Krepes) จากสแตนฟอร์ด บิสซิเนส สกูล ใช้คำว่า “Social Audit” เป็นครั้งแรก ซึ่งได้กล่าวว่างค์กรธุรกิจควรมีการจัดทำรายงานการแสดงผล

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ซึ่งในช่วง ค.ศ.1953 หนังสือเรื่อง “Social Responsibilities of Business Man” โดย โฮเวิร์ด โบเวนด์ (Howard Bowend) ได้กล่าวถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักธุรกิจและใน ค.ศ.1960 หนังสือเรื่อง “The Responsible Corporation” หรือความรับผิดชอบต่อสังคมโดยนักธุรกิจ โดย จอร์จ กอยเดอร์ (George Goyder) ได้มีการพัฒนาแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจขึ้นมาในปีเดียวกันและมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ต่อมา มีการประชุมที่มุ่งช่วยแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมขึ้น ซึ่งในช่วง ค.ศ.1972 ได้มีการประชุม “UN Conference on the Human Environment” ที่ กรุงสตอกโฮล์ม ประเทศสวีเดน (Stockholm Sweden) ที่นำมาสู่ “Stockholm Declaration on the Human Environment” ซึ่งเป็นที่มาของการก่อตั้ง (United Nation Environment Program : UNEP) ขึ้น โดยเป็นหน่วยงานที่ดูแลสิ่งแวดล้อม ในภาคต่างๆ ยังรวมถึงภาคธุรกิจ

จุดเริ่มต้นของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเริ่มครั้งแรกจากผลการประชุมระดับโลกด้านสิ่งแวดล้อม (Earth Summit) ที่กรุงริโอเดอจาเนโร ในปี ค.ศ. 1992 ซึ่งทำให้ประเทศทั่วโลกต่างเริ่มตระหนักถึงการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนและผิดทิศทางเนื่องจากการที่มุ่งเน้นแต่เพียงการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียว ในการประชุมครั้งนี้ทำให้เกิดการตื่นตัวในเรื่องของ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” หรือ Sustainable Development” โดยมีการเรียกร้องให้ประเทศต่างๆ มีการพัฒนาที่ใส่ใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญกับภาคสังคมควบคู่กันไปด้วย โดยเฉพาะองค์กรภาคธุรกิจอุตสาหกรรมที่เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ไม่ควรจะมุ่งทำอะไรเพียงอย่างเดียว แต่ต้องคำนึงถึงปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งกระแสเรียกร้องของชุมชนโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนมีความชัดเจน ซึ่งในกลุ่มประเทศพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development : OECD) ตั้ง “Guideline for Multinational Enterprises” เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนระหว่างประเทศให้ดำเนินธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้รับการตอบรับจากบริษัทดีมากแต่จำกัดเฉพาะในกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนาแล้วนำไปสู่การปรับปรุง Guideline อีกครั้งในช่วง ค.ศ.2000 เกิดเป็นกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจระหว่างประเทศเพราะเน้นการนำไปปฏิบัติจริงในทุกประเทศ ไม่จำกัดเฉพาะในกลุ่มประเทศสมาชิก OECD และ ในปี พ.ศ.2542 กระแสนี้พัฒนาอย่างชัดเจนมากขึ้น เมื่อนายโคฟี อันนัน เลขาธิการสหประชาชาติ ได้ออกมาเรียกร้องให้องค์กรธุรกิจและกิจการต่างๆ ทั่วโลกแสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก (Good Global Citizenship) รวมทั้งประกาศ “The UN Global Compact” เพื่อใช้เป็นกรอบดำเนินงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับองค์กรธุรกิจ ในปีต่อมา องค์กรธุรกิจให้เพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ได้ออกแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ (The OECD Guidelines for

Multinational Enterprises) เสนอแนะให้บริษัทข้ามชาติของประเทศ สมาชิก OECD นำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติและให้คิดต่อค้าขายเฉพาะกับคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น ต่อมาในการประชุม World Economic Forum ณ เมืองดาวอส ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ในปี 2545 ที่ประชุมได้มีมติการยอมรับคุณค่าและความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยประกาศจัดตั้ง Global Corporate Citizenship Initiative (GCCCI) ขึ้นเพื่อยกระดับการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจ ในการนำหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติให้เป็นส่วนหนึ่งของภารกิจหน้าที่ และกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการเพื่อผลกำไรและการเจริญเติบโตที่ยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียสังคมและสิ่งแวดล้อม

สำหรับในประเทศไทย แนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ได้มีการรณรงค์ส่งเสริมให้กิจการทั้งภาคธุรกิจ (โดยเฉพาะบริษัทมหาชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) และกิจการที่มีใช่ภาคธุรกิจให้ประกอบกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมตามทิศทางสากลอย่างมีคุณธรรม เพื่อสร้างคุณค่าและประโยชน์แก่กิจการ ผู้มีส่วนได้เสียสังคม สิ่งแวดล้อม ซึ่งจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2549 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อสร้างความมั่นคงให้แก่ตลาดทุนในระยะยาว จึงได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพของบริษัทจดทะเบียน ซึ่งถือว่ามิตบพาทสำคัญต่อการพัฒนาตลาดทุนและการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมั่นคงควบคู่ไปกับการดูแลรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้กรอบบรรษัทภิบาลนอกเหนือจากการจัดโครงการและกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจเรื่องการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนให้แก่บริษัทจดทะเบียนแล้วตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยยังได้จัดให้มีการมอบรางวัลด้านความยั่งยืนนับตั้งแต่ปี 2549 เพื่อประกาศเกียรติคุณบริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและยกย่องให้เป็นแบบอย่างแก่บริษัทอื่นๆ รวมถึงเป็นกำลังใจให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของบริษัทจดทะเบียนที่มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพบริษัทจดทะเบียนตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างเสถียรภาพให้แก่ตลาดทุนในระยะยาว จึงยกระดับรางวัลด้านคุณภาพของบริษัทจดทะเบียนให้สามารถสะท้อนถึงการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยรวมรางวัลด้านการรายงานบรรษัทภิบาล (Top Corporate Governance Report Awards) และรางวัลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Best Corporate Social Responsibility Awards) เข้าด้วยกันเป็นรางวัลด้านความยั่งยืนประเภทใหม่ คือ รางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืนยอดเยี่ยม (Sustainability Awards) เพื่อประกาศเกียรติคุณบริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่น

และเป็นกำลังใจให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของบริษัทจดทะเบียนที่มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2015)

ค่านิยมและการจำแนกประเภท

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นมายาวนานและในปัจจุบันได้รับการส่งเสริมให้องค์กรภาคธุรกิจเพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติให้องค์กรธุรกิจได้รับการยอมรับจากสังคม และพัฒนาให้องค์กรเกิดความยั่งยืน (Sustainability) ดังนั้นแต่ละองค์กรธุรกิจจึงให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแต่ละองค์กรธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มีกำหนดค่านิยมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นสากลและเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป

ซึ่งเรียงเรียงตามวิวัฒนาการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ที่แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในแต่ละช่วงเวลา และองค์กรและนักวิชาการหลายท่านได้ให้ค่านิยมของคำว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกัน โดยเริ่มจาก Bowen (1953) ที่ Carroll (1999) ได้กล่าวว่าเป็นบิดาของการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมในยุคปัจจุบัน

Bowen (1953) บิดาแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า พันธกิจของนักบริหารที่จะดำเนินนโยบาย ตัดสินใจ หรือดำเนินการตามแผนนโยบายและการตัดสินใจนั้นให้เป็นไปในทางที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม

Carroll (1997) ซึ่งเป็นนักวิชาการที่ได้รับการอ้างอิงมากที่สุดในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่าการที่บริษัทดำเนินธุรกิจครอบคลุมด้านเศรษฐกิจกฎหมาย จริยธรรม และการช่วยเหลือส่วนรวมที่เป็นความคาดหวังของสังคมและยังเห็นว่าแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจเริ่มได้รับความสนใจตั้งแต่ทศวรรษที่ 50 จากการเขียนหนังสือ (Social Responsibilities of the Businessman) ของ โฮเวิร์ด โบเวน (Howard Bowen, 1953) เป็นจุดเริ่มต้นของความรับผิดชอบต่อสังคมยุคใหม่

ในทศวรรษที่ 60 มีการศึกษาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างกว้างขวางเพื่อตีกรอบและความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมให้ชัดเจน

McGuire (1963) อ้างอิงใน Carroll (1999) ได้กล่าวว่าความรับผิดชอบต่อสังคมคือความรับผิดชอบต่อบริษัทควรขยายขอบเขตออกไปครอบคลุมถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ชุมชน การศึกษา พนักงาน และสังคม ต่อมา (Walton, 1967 อ้างอิงใน Carroll, 1999) ได้กล่าวว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจะต้องทำโดยสมัครใจ และ Carroll (1999) ได้หยิบยกความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักวิชาการหลายท่านในทศวรรษที่ 70 คือ

(Johnson, 1971 อ้างอิงใน Carroll, 1999) ได้กล่าวว่าบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม คือ บริษัทที่ฝ่ายบริหารประสานโยชน์ที่หลากหลายแทนที่จะมุ่งแต่เพียงสร้างผลกำไรให้แก่ผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นแต่เพียงอย่างเดียวบริษัทจะต้องรับผิดชอบต่อพนักงานของบริษัท คู่ค้า ตัวแทนขาย ชุมชน ท้องถิ่น และประเทศชาติ

Manne and Wallich (1972) อ้างอิงใน Carroll (1999) ได้กล่าวว่าความรับผิดชอบต่อสังคม จะต้องประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1) ผลประโยชน์ต่อบริษัทจากกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะต้องน้อยกว่าผลประโยชน์ต่อสังคม 2) ต้องทำด้วยความสมัครใจ 3) ต้องเป็นค่าใช้จ่ายของบริษัท ไม่ใช่เงินอุดหนุนให้บุคคลภายนอกมาร่วมออกค่าใช้จ่ายด้วย

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2555) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมคือ การประกอบกิจการด้วยความดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาลเป็นเครื่องกำกับให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของกิจการเป็นไปด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใสและยุติธรรม มีความตระหนักถึงผลกระทบในทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555)

สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Business Council for Sustainable Development) ได้ให้ความหมายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ พันธสัญญาทางธุรกิจเพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน โดยอาศัยพนักงาน ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนท้องถิ่น และสังคม โดยรวม ดำเนินการพัฒนาคุณภาพชีวิต (CSR: Meeting Changing Expectations, 1999)

องค์การสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development : UNTAD) ได้ให้ความหมายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมคือ การที่บริษัทเข้าไปเกี่ยวข้องและมีผลกระทบเชิงบวกต่อความต้องการและเป้าหมายของสังคมคณะกรรมการยุโรป (European Commission Green Paper) และแนวคิดที่บริษัทบูรณาการ งานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกิจการของประเทศ และการปฏิสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholder) โดยสมัครใจ

มาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO Guidance Standard on Responsibility : ISO 26000) ได้กล่าวว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจคือ การที่องค์กรธุรกิจตอบสนองประเด็นเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การใช้ประโยชน์กับคน ชุมชน และสังคม นอกจากนั้นยังเป็นบทบาทขององค์กรธุรกิจในสังคมและความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจและผู้บริหารจะต้องมีบทบาทกับกิจกรรม โดยสามารถวัดผลได้ทั้งหมด 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

คณะกรรมการยุโรป (European Commission) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเป็นแนวคิดที่บริษัทจะบูรณาการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกิจการและการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสียโดยสมัครใจ

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 2.1 คำจำกัดความและประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม

ผู้เขียน	คำจำกัดความ	ประเภทความรับผิดชอบต่อสังคม
Carroll (1979)	การดำเนินกิจกรรมที่จะนำมาซึ่งผลกำไร โดยถูกต้องตามกฎหมาย ตามหลักจริยธรรมและการช่วยเหลือสังคม	- เศรษฐกิจ - กฎหมาย - จริยธรรม - การกุศล
Jones (1980)	ความรับผิดชอบต่อสังคมหมายถึงความคิดที่ว่า บริษัท มีภาระผูกพันกับกลุ่มที่มีส่วนในสังคมอื่นที่ไม่ใช่ผู้ถือหุ้นและนอกเหนือจากที่กำหนดโดยกฎหมายหรือสัญญาสหภาพแรงงาน, แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนการถือหุ้นอาจมากกว่าการเป็นเจ้าของเท่านั้น	- ความสมัครใจ - ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย
Frederick et al. (1992)	กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท สามารถกำหนดได้ว่าเป็นหลักการที่ระบุว่า บริษัท ควรจะรับผิดชอบต่อผลกระทบจากการกระทำใดๆ ที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม	- การวางเป้าหมายของการดำเนินกิจการ - ชุมชนและสังคม - การศึกษา - การดำเนินธุรกิจ - ทรัพยากรมนุษย์

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้เขียน	คำจำกัดความ	ประเภทความ รับผิดชอบต่อสังคม
World Business Council for Sustainable Development (2000)	ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องของธุรกิจการปฏิบัติตนตามหลักจริยธรรมและนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจขณะที่การปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัวของพวกเขาเช่นเดียวกับชุมชนท้องถิ่นและสังคมที่มีขนาดใหญ่	- ความสมัครใจ - ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย - สังคม - เศรษฐกิจ
Commission of the European Communities (2001)	แนวคิดที่ทำให้ บริษัท รวมความกังวลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจและในการโต้ตอบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบนพื้นฐานความสมัครใจ	- ความสมัครใจ - ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย - สังคม - สิ่งแวดล้อม - เศรษฐกิจ
McWilliams and Siegel (2001)	การกระทำที่ปรากฏต่อไปบางสังคมที่ดี,เกินกว่าผลประโยชน์ของ บริษัท และสิ่งที่ถูกต้องตามกฎหมาย	- ความสมัครใจ - สังคม
Commission of the European Communities (2002)	ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเรื่องเกี่ยวกับ บริษัท ที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อและดำเนินการนอกเหนือไปจากภาระหน้าที่ทางกฎหมายและเป้าหมายทางเศรษฐกิจ / ธุรกิจเหล่านี้รับผิดชอบต่อในวงกว้างครอบคลุมช่วงของพื้นที่แต่จะมีการสรุปย่อขึ้นเป็นสังคมและสิ่งแวดล้อม	- ความสมัครใจ - สังคม - สิ่งแวดล้อม - เศรษฐกิจ
Andersen (2003)	ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ในวงกว้างเพื่อจะขยายความสนใจจากตัวเองในการรวมพลเมืองของเพื่อนคนหนึ่งและสังคมที่มีชีวิตอยู่และเป็นส่วนหนึ่งของวันนี้,การแสดงความเคารพต่อคนรุ่นอนาคตและธรรมชาติ	- ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย - สังคม - สิ่งแวดล้อม
Business for Social Responsibility (2003)	ความรับผิดชอบต่อสังคมคือการบรรลุความสำเร็จของธุรกิจ ในแนวทางความมีคุณค่า ด้านจริยธรรม การให้เกียรติและความเคารพซึ่งกันและกันของคน ชุมชน และสิ่งแวดล้อม	- ความสมัครใจ - เศรษฐกิจ - ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย - สังคม - สิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้เขียน	คำจำกัดความ	ประเภทความ รับผิดชอบต่อสังคม
Ethical Performance (2003)	ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นคำที่อธิบายภาระผูกพันของ บริษัท ที่จะต้องรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มในการ ดำเนินงานและกิจกรรมทั้งหมดของบริษัท ที่รับผิดชอบต่อสังคม พิจารณาขอบเขตทั้งหมดของผลกระทบต่อชุมชนและ สิ่งแวดล้อมในการตัดสินใจ, สมดุลความต้องการของผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียกับความต้องการของพวกเขาที่จะทำกำไร	- ผู้มีส่วนได้เสีย - สังคม - สิ่งแวดล้อม - เศรษฐกิจ
Global Corporate Social Responsibility Policies Project (2003)	ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ทั่วโลกสามารถกำหนด ได้ว่าเป็นการดำเนินธุรกิจตามค่านิยมทางจริยธรรมและการ เคารพแรงงาน, ชุมชนและสิ่งแวดล้อม	- ความสมัครใจ - ผู้มีส่วนได้เสีย - สังคม - สิ่งแวดล้อม - เศรษฐกิจ
Commission of the European Communities (2002)	ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเรื่องเกี่ยวกับ บริษัท ที่มีหน้าที่ รับผิดชอบต่อและดำเนินการนอกเหนือไปจากภาระหน้าที่ทาง กฎหมายและเป้าหมายทางเศรษฐกิจ / ธุรกิจ	- ความสมัครใจ - สังคม - สิ่งแวดล้อม - เศรษฐกิจ
World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (2008)	ความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องขององค์กรธุรกิจที่จะมีจริยธรรมมี ส่วนช่วยในการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน	- สังคม - ชุมชน - พนักงาน

จากการให้คำนิยามความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่าการดำเนินธุรกิจ โดย
ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของคน ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ต้องตระหนักและให้ความสำคัญ
นอกเหนือจากการดำเนินการทางธุรกิจเพื่อมุ่งถึงผลกำไรสูงสุด ไม่สร้างความเสียหายแก่สังคม และ
สิ่งแวดล้อม จะต้องไม่ประกอบกิจการใดๆ ให้บุคคลอื่นและสังคมเดือดร้อน รวมทั้งต้องเอื้อ
ประโยชน์ให้แก่สังคมโดยรวมเพื่อแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

การดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

การดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมีรูปแบบแตกต่างกันไม่มีรูปแบบที่ชัดเจนในหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องระดับสากลและในประเทศไทยได้เสนอแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจแตกต่างกัน ซึ่งแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องได้เริ่มมีความชัดเจนขึ้นในแง่ของการนำไปปฏิบัติยังคงมีความหลากหลายคือกลุ่มองค์กรธุรกิจชั้นนำระดับโลกจะผสานประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมไว้ในแก่นของการดำเนินองค์กรธุรกิจ คือ

คณะกรรมการธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมโลก (World Business Council for Sustainable Development : WBCSD) ในปี 1987 มีการประชุมระดับโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา ซึ่งได้กล่าวถึงเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) และเป็นการรวมตัวของผู้บริหารองค์กรธุรกิจทั่วโลกกว่า 200 บริษัทเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ด้านธุรกิจและด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ต่อมาในปี 1992 มีการประชุมสิ่งแวดล้อมโลก ณ กรุงริโอ เดอ จาเนโร (Rio de Janeiro Environmental Conference) ซึ่งนำไปสู่การประกาศทิศทางใหม่ของการพัฒนาว่าพัฒนาที่ยั่งยืนต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคมด้วย ซึ่งต่อมากองการสหประชาชาติในที่ประชุม World Economic Forum ในปี ค.ศ. 1999 โดย นายโคฟี อันนัน (Kofi Annan) เลขาธิการสหประชาชาติในขณะนั้น ได้เรียกร้องให้องค์กรธุรกิจในทุกประเทศเป็นพลเมืองที่ดีของโลกด้วยการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ โดยเสนอบัญญัติ ที่เรียกว่า กรอบความร่วมมือการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (The UN Global Compact) แบ่งออกเป็น 3 หมวดหลัก หมวดสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน และสิ่งแวดล้อม ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในระดับสากล ปัจจุบันมีความเคลื่อนไหวที่สนับสนุนแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เช่น พิธีสารเกียวโต (Kyoto Protocol) เป็นข้อผูกพันทางกฎหมายที่ดำเนินการเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายในการรับมือกับสภาวะโลกร้อน

นอกจากนี้โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) ก่อตั้งขึ้นตามมติที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ (United Nations Conference on the Human Environment) ซึ่งจัดขึ้น ณ กรุงสต็อกโฮล์ม ราชอาณาจักรสวีเดน เมื่อปี 2515 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำหน้าที่เป็นองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมภายใต้ระบบสหประชาชาติ และมีคณะกรรมการของโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programmed Governing Council : UNEP GC) ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือให้เกิดขึ้นในระดับนานาชาติรวมทั้งเป็นเวทีในการหารือเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์และนโยบายขั้นพื้นฐานสำหรับใช้เป็นแนวทางในการดำเนินโครงการด้านสิ่งแวดล้อมภายใต้เครือข่ายสหประชาชาติ ติดตามสถานการณ์และ

ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมโลก จากการประชุมทำให้ทั่วโลกมีความตื่นตัวและหันมาให้ความสนใจในการดำเนินกิจกรรมที่ช่วยดูแลป้องกันและแก้ไขปัญหาสังแวดล้อมและได้มีการร่วมกันจัดตั้ง UNEP ขึ้นเพื่อดูแลด้านสิ่งแวดล้อมในภาคต่างๆ รวมถึงภาคธุรกิจด้วย ทั้งนี้เพื่อเป็นการรำลึกถึงเหตุการณ์สำคัญ จึงได้กำหนดให้วันที่ 5 มิถุนายนของทุกปีเป็นวันสิ่งแวดล้อมโลก (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2551)

ต่อมาองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา UNGI หรือ OECD เริ่มใช้ในปี 2531 และปรับปรุงใหม่ในปี 2547 เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ซึ่งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต้องปฏิบัติตามเนื้อหาเกี่ยวกับสิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกันบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2551) ซึ่งสอดคล้องกับข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ UNGC ริเริ่มใช้ในปี 2542 เพื่อเชิญให้องค์กรภาคธุรกิจทั้งภายในประเทศและบริษัทข้ามชาตินำข้อตกลง 10 ประการภายใต้ข้อตกลงฯ ไปปรับใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อให้ได้ชื่อว่าเป็นบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมโลก ข้อตกลง 10 ประการดังกล่าวเกี่ยวข้องกับ 4 ประเด็น คือ สิทธิมนุษยชน (Human Rights) แรงงาน (Labor) สิ่งแวดล้อม (Environment) และการต่อต้านการทุจริต (Anti-Corruption) (United Nations, 2004)

นอกจากนี้คณะกรรมการของสหภาพยุโรป (Commission of the European Communities) ได้เสนอกรอบแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยประกอบด้วย 2 มิติ คือ มิติภายในอันเป็นการดูแลกิจการต่างๆ ที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่และจัดการได้โดยตรงเช่น การจัดการแรงงาน กระบวนการผลิต หรือการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และมิติภายนอกซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจที่บริษัทอาจจะควบคุมไม่ได้โดยตรง เช่น การดูแลลูกค้า การรับผิดชอบต่อ supplier และการสนับสนุนกิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม มีความสอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ 7 ประการที่กำหนดไว้ใน องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (ISO) ในปี 1996 มีการสร้างมาตรฐานสากลในการจัดการสิ่งแวดล้อม ภายใต้มาตรฐาน ISO 26000 ซึ่งในฉบับร่างที่ 3 กำหนดว่าความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรด้วยพฤติกรรมที่โปร่งใสและมีจริยธรรม ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนและความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียเป็นไปตามกฎหมายและสอดคล้องกับบรรทัดฐานด้านพฤติกรรมองค์กรแนวคิดนี้ได้ว่าเป็นความหมายที่ทำให้ทั่วโลกตื่นตัวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในเชิงการปฏิบัติตามที่ดีที่สุด ซึ่ง ISO 26000 ได้กำหนดประเด็นหลักของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 7 ประการได้แก่

1. ธรรมชาติขององค์กรหรือมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Organization governance)
2. คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน (Human right)
3. ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor practices)
4. ดูแลสิ่งแวดล้อม (Environment)
5. การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม (Fair operating practices)
6. ใส่ใจต่อผู้บริโภค (Consumer issues)
7. การแบ่งปันสู่ชุมชนและสังคม (Contribution to the community and society)

นอกจากนี้การดำเนินงานขององค์กรธุรกิจยังมีองค์กรธุรกิจอื่นที่ส่งเสริมเรื่องของการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานด้านสังคม เช่น องค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (Global Reporting Initiatives : GRI) ซึ่งเป็นองค์กรธุรกิจไม่แสวงหากำไรอันตั้งขึ้นตามความสนับสนุนของโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) และแนวทางในการจัดทำรายงานความยั่งยืนขององค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (GRI) หรือกรอบการรายงานของ GRI (GRI's Guidelines) ที่ครอบคลุมการเปิดเผยใน 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Chen, Feldmann and Tang, 2015; English and Schooley, 2014; Gurvitsh and Sidorova, 2012)

นอกจากนี้ยังมีองค์กรอื่นที่ส่งเสริมเรื่องของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น องค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (GRI) ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไรตั้งขึ้นตามความสนับสนุนของโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) ซึ่ง GRI เป็นกรอบรายงานความยั่งยืนที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเนื่องจากมีตัวชี้วัดการรายงานที่เข้าใจง่าย ชัดเจน และไม่ซับซ้อน เหมาะกับองค์กรทุกประเภท ทุกขนาด และทุกอุตสาหกรรม จากการสำรวจข้อมูลของ GRI พบว่า 82% ขององค์กรขนาดใหญ่ที่สุดในโลก 250 แห่งมีการรายงานความยั่งยืนตามกรอบ GRI และพบว่ามีองค์กร จำนวน 10,557 แห่งทั่วโลกรายงานตามกรอบ GRI โดยมีการเผยแพร่รายงานแล้วกว่า 27,000 ฉบับ สำหรับประเทศไทยมีองค์กรทั้งที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวน 177 แห่งใช้ GRI เป็นกรอบการรายงาน โดยเผยแพร่ 342 ฉบับ และได้กำหนดมาตรฐานและพัฒนากรอบการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรต่างๆ ในเรื่องของการให้ความสำคัญและการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อจะช่วยให้องค์กรต่างๆ สามารถประเมินแนวทางการพัฒนาการจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนให้กับองค์กรรวมทั้งทำให้ผู้ใช้อย่างนอกสามารถเปรียบเทียบผลงานระหว่างองค์กรได้

ในปัจจุบันกรอบรายงานของ GRI เป็นองค์กรอิสระที่ก่อตั้งโดยสำนักงานโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) และเครือข่าย Ceres โดยเผยแพร่แนวปฏิบัติรายงานเป็นครั้งแรกในปี 2543 เรียกว่า ฉบับ G1 จากนั้นได้พัฒนามาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งมาถึงฉบับ G4 ในปัจจุบันที่มีการปรับปรุงให้แตกต่างกันไปอย่างสิ้นเชิง โดยเน้นคุณภาพการรายงานมากกว่าปริมาณการรายงาน โดยเฉพาะการเปิดเผยข้อมูลในประเด็นการวิเคราะห์และคัดเลือกประเด็นสำคัญของธุรกิจ และประเด็นการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร อีกทั้งมีการเปลี่ยนแปลงระดับของการรายงานที่แต่เดิมกำหนดเป็น Level A, B, C ทำให้เกิดความสับสนว่าการให้เกรดเป็นการบ่งชี้คุณภาพของรายงานซึ่งที่จริงแล้วเป็นเพียงมาตรวัดปริมาณหรือระดับของการเปิดเผยข้อมูลตามแนวทาง GRI G4 นี้จึงใช้การวัดตามหลักเกณฑ์ที่เรียกว่า In Accordance ในแบบหลัก (Core) คือการเปิดเผยข้อมูลตามตัวชี้วัดการดำเนินงาน (Indicator) อย่างน้อย 1 ตัวชี้วัดจากประเด็นสำคัญของธุรกิจ (Material Aspects) หรือแบบรวม (Comprehensive) แทนวิธีการให้ระดับ (Level) คือการเปิดเผยข้อมูลตามตัวชี้วัดการดำเนินงาน (Indicator) ครบทุกตัวชี้วัดจากประเด็นสำคัญของธุรกิจ (Material Aspects) ซึ่งจะทำให้องค์กรโฟกัสให้ความสำคัญกับเนื้อหาการรายงานให้สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจและความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียมากยิ่งขึ้น และในปี 2559 GRI ได้ออกมาตรฐานการรายงาน GRI Standards ทดแทนฉบับ G4 ซึ่งต่อจากนี้แล้วองค์กรที่ใช้ GRI เป็นกรอบการรายงานต้องใช้กรอบการรายงานตามฉบับ GRI Standards แทน (อรุณี ดันติมังกกร และ สุภกร เอกชัยไพบุลย์, 2559) สำหรับกรอบการรายงานของ GRI ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ดังนี้

ส่วนประกอบแรก คือ หลักการทำรายงานและคำแนะนำ ซึ่งประกอบด้วย การเลือกข้อมูลที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับองค์กรอย่างชัดเจน การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย การนำเสนอบริบทของความยั่งยืน ความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูล ความสมดุลของเนื้อหา การเปรียบเทียบ ความถูกต้อง ที่เที่ยงตรง ความทันทั่วถึงของรายงาน ความชัดเจน และความเชื่อถือได้ของข้อมูล และส่วนประกอบที่สอง คือ หลักการจัดทำรายงานหรือการเปิดเผยข้อมูล ประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านแรงงานและพนักงาน ด้านสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและด้านเศรษฐกิจ

ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

นอกจากการเสนอแนวทางการปฏิบัติจากหน่วยงานต่างๆ ผู้เชี่ยวชาญความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจรวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้จัดประเภทความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ดังนี้

1. การจัดประเภทความรับผิดชอบต่อสังคม โดยพิจารณาความเกี่ยวข้องของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจกับกระบวนการทางธุรกิจ

ธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute : CSRI) ได้แบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. CSR ที่แยกจากกระบวนการทางธุรกิจ (CSR after process) เป็นกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร โดยการดำเนินกิจกรรมที่แยกต่างหากจากการดำเนินงานธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการและการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจ ซึ่งโดยมากเป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไร เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม โดยกิจกรรมที่ดำเนินการนั้นจะแยกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการและจะเกิดขึ้นภายหลัง เช่น การบริจาค การปลูกป่า การเยี่ยมเยียนชุมชนที่รับผลกระทบจากมลพิษ การบำเพ็ญประโยชน์ การให้ทุนการศึกษา การณรงค์สร้างจิตสำนึก

2. CSR ที่รวมอยู่ในกระบวนการทางธุรกิจ (CSR in process) หรือ ธุรกิจเพื่อสังคม คือการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อผู้มีส่วนได้เสีย และเป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการหลักของกิจการ โดยการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกันกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานและคุณภาพ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคอย่างถูกต้อง การดูแลสวัสดิการ พนักงาน และความรับผิดชอบต่อลูกค้า

3. CSR ที่ถือเป็นกระบวนการทางธุรกิจ (CSR as process) คือการกิจกรรมที่ดำเนินงานโดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรเป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อมุ่งสร้างประโยชน์ต่อสังคม เช่น มูลนิธิ หรือสมาคมการกุศล เป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชนและส่วนราชการ

2. การจัดประเภทความรับผิดชอบต่อสังคม โดยพิจารณาวัตถุประสงค์ของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

Kotler and Lee (2009) และ ศาสตราจารย์ ฟิลิป คอตเลอร์ (Phillip Kotler) แห่งมหาวิทยาลัยนอร์ทเวสเทิร์น และแนนซี ลี (Nancy Lee) อาจารย์สมทบแห่งมหาวิทยาลัยวอชิงตัน และมหาวิทยาลัยซีแอตเติล (2005) ได้จำแนกความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไว้เป็น 7 ชนิด กิจกรรม ได้แก่

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) เป็นการจัดหาเงินทุน วัสดุสิ่งของหรือทรัพยากรอื่นขององค์กรธุรกิจ เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคมนั้นตลอดจนสนับสนุนการระดมทุนการมีส่วนร่วมหรือการเพิ่มอาสาสมัครเพื่อการดังกล่าวองค์กรธุรกิจอาจริเริ่มและบริหารงานส่งเสริมด้วยตนเอง หรือร่วมมือกับองค์กรธุรกิจหรือกับหลายๆ องค์กรธุรกิจก็ได้

2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause Related Marketing) เป็นการอุดหนุนหรือการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือหรือร่วมแก้ไขปัญหาประเด็นปัญหาทางสังคมจำเพาะหนึ่งๆ ซึ่งมักมีช่วงเวลาที่จำกัดแน่นอนหรือดำเนินการแบบจำเพาะผลิตภัณฑ์หรือให้แก่การกุศลที่ระบุไว้เท่านั้นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจชนิดนี้ องค์กรธุรกิจมักร่วมมือกับองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไรเพื่อสร้างสัมพันธภาพในประโยชน์ร่วมกันด้วยวิธีการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์เพื่อนำเงินรายได้ไปสนับสนุนกิจกรรมการกุศลนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการกุศลผ่านทาง การซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอื่นใดเพิ่มเติม

3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) เป็นการสนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาพ ความแตกต่างสำคัญระหว่างการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมกับการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม คือ การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมจะเน้นที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior Change) เป็นหลัก ในขณะที่การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคมจะเน้นที่การสร้างตระหนักรู้ (Awareness) ตลอดจนการสนับสนุนทรัพยากรด้านทุนและอาสาสมัครเพื่อให้รับรู้ถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว

4. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคม โดยตรงในรูปของการบริจาคเงินหรือวัสดุสิ่งของเป็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่พบเห็นในแทบทุกองค์กรธุรกิจและโดยมากมักจะเป็นไปตามกระแสความต้องการจากภายนอกหรือมีผู้เสนอให้ทำมากกว่าจะเกิดจากการวางแผนหรือออกแบบกิจกรรมจากภายในองค์กรธุรกิจเอง ทำให้ไม่เกิดการเชื่อมโยงเข้ากับเป้าหมายหรือพันธกิจขององค์กรธุรกิจเท่าใดนัก

5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) เป็นการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงานคู่ค้าร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่และเพื่อตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรธุรกิจให้ความสนใจหรือห่วงใยขององค์กรธุรกิจอาจเป็นผู้ดำเนินการเองโดยลำพังหรือร่วมมือกับองค์กรธุรกิจหนึ่งองค์กรธุรกิจใดและอาจเป็นผู้กำหนดกิจกรรมอาสาดังกล่าวขึ้นเองหรือให้พนักงานเป็นผู้คัดเลือกกิจกรรมแล้วนำเสนอต่อองค์กรธุรกิจเพื่อพิจารณาให้การสนับสนุนโดยที่พนักงานสามารถที่ได้รับการชดเชยในรูปของวันหยุดหรือวันลาเพิ่มเติม

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมหรือในเชิงร่วมกันแก้ไขด้วยการช่วยเหลือเยียวยาปัญหาทางสังคม

นั้นๆ ด้วยกระบวนการทางธุรกิจเพื่อการยกระดับคุณภาพของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่องค์กรธุรกิจสามารถที่จะดำเนินการเองหรือเลือกที่จะร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกก็ได้

7. การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services) เป็นการนำกระบวนการทางธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ตลาดที่เรียกว่า The Bottom of the Pyramid ในราคาที่ ไม่แพงเหมาะกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในระดับฐานรากให้สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตพร้อมกันกับเป็น โอกาสสำหรับธุรกิจในการเข้าถึงตลาดปริมาณมหาศาล

จากการจำแนกชนิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจจะพบว่ากิจกรรม 3 ชนิดแรกเป็นการดำเนินกิจกรรม โดยเกิดจากแรงขับเคลื่อนหรือใช้ทรัพยากรจากภายนอกองค์กรธุรกิจ เป็นหลัก (Social-driven CSR) ส่วน 4 ชนิดหลังเป็นการดำเนินกิจกรรมขององค์กร โดยเกิดจากแรงขับเคลื่อนภายในหรือใช้ทรัพยากรขององค์กรธุรกิจ (Corporate-driven CSR) ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมที่แทรกอยู่ในทุกมิติจึงเป็นเนื้อเดียวกับการดำเนินกิจการหรือความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงกลยุทธ์

3. การจัดประเภทความรับผิดชอบต่อสังคม โดยพิจารณาจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

คณะกรรมการของสหภาพยุโรป (Commission of the European Communities) ได้กล่าวไว้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจนั้นมีอยู่สองมิติหลัก คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ มิติภายใน และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ มิติภายนอก

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ มิติภายใน คือ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ภายในองค์กรและเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรและเป็นกิจกรรมที่องค์กรธุรกิจสามารถควบคุมได้โดยตรงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจประกอบด้วย 5 กิจกรรมดังนี้

1. การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรธุรกิจต่างๆ ปัจจุบันมีความท้าทายที่จะต้องดึงพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ ดังนั้นธุรกิจจึงควรส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต Life-long learning การให้ข้อมูลที่โปร่งใสกับพนักงานในทุกๆ ด้านการให้ความสมดุลระหว่างงาน ชีวิตครอบครัว และการพักผ่อน การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมทั้งด้าน การคัดเลือกการเข้าทำงาน รายได้และความก้าวหน้าทางงาน โดยเฉพาะกับผู้หญิงและผู้พิการ การดูแลเอาใจใส่พนักงาน โดยเฉพาะที่ได้รับบาดเจ็บและเกิดปัญหาสุขภาพจากการงาน นอกจากนั้นในด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตธุรกิจควร จะให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมในระดับต่างๆ หรือแม้แต่การมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ เช่น การสนับสนุนช่วงต่อระหว่างโรงเรียนมาสู่พนักงานสำหรับคนรุ่นใหม่โดยการให้

การฝึกอบรมพิเศษสำหรับคนกลุ่มนี้ นอกจากนั้นที่สำคัญที่สุดคือการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในที่ทำงานให้ได้

2. สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายควบคุมดูแลด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานแต่กระแสการกระจายงานไปสู่ Supplier ทำให้บริษัทควบคุมไม่ทั่วถึง จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่ควรจะช่วยดูแล หรือตั้งเป็นนโยบายขององค์กรต่างๆ เช่น เลือกร่วมทำธุรกิจ หรือเลือกใช้ Supplier ที่มีคุณธรรม จรรยาบรรณ ต่อพนักงานเพื่อเป็นการควบคุมดูแลอีกทางหนึ่ง

3. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง การบริหารองค์กรธุรกิจ ที่มีนโยบายที่จะรับผิชอบพนักงานในกรณีที่เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมืองหรือแม้แต่การปรับโครงสร้างภายในขององค์กรเอง โดยเฉพาะการควบรวมกิจการต่างๆ ซึ่งมักจะนำมาสู่การเลิกจ้างพนักงานจำนวนมาก ซึ่งไม่ส่งผลดีต่อองค์กรเองนอกเสียจากจะสุดวิสัยจริงๆ เพราะทำให้ความเชื่อถือว่าว่างใจและความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร

4. การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กรธุรกิจ การลดการใช้ทรัพยากรและการปล่อยสารพิษซึ่งเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมย่อมเป็นผลดีต่อองค์กรธุรกิจนั้นๆ เองในอันที่จะจัดการผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและยังเป็นการลดต้นทุนด้านพลังงานและการจัดการของเสียต่างๆ อีกด้วย ซึ่งนำไปสู่ผลกำไรที่สูงขึ้นความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้น

5. บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ ปัจจุบันความเชื่อมั่นที่มีต่อบริษัทเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้นความโปร่งใสและขั้นตอนการตัดสินใจต่างๆ ของบริษัทที่มีความชัดเจนตรวจสอบได้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งขาดทั้งต่อความมั่นคงของบริษัทในมุมมองของนักลงทุนและความมั่นคงในสังคม ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการบริหารจัดการที่มีความโปร่งใส ทางบัญชีและกระบวนการตัดสินใจในทุกๆ ระดับนั้น ย่อมนำไปสู่ข้อมูลที่มีความชัดเจน

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ มิติภายนอก คือ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ภายนอกองค์กรธุรกิจและเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กรธุรกิจที่ไม่สามารถควบคุมได้โดยตรงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ มิติภายนอกประกอบด้วย 5 กิจกรรม ดังนี้

1. การจัดการ Supplier และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ที่รับผิดชอบต่อสังคม คือ การเลือก Supplier และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ควรคำนึงถึงบทบาทการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจนั้น เพื่อเป็นการขยายความรับผิดชอบต่อสังคมจากองค์กรธุรกิจของตนไปสู่

องค์กรธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและป้องกันปัญหาที่อาจจะตามมาจากความซับซ้อนของระบบธุรกิจสมัยใหม่

2. การดูแลผู้บริโภค คือผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสินค้า เป็นแหล่งที่มาของรายได้ ดังนั้นจึงต้องมีระบบการดูแลผู้บริโภคในทุกๆ กระบวนการของสินค้าตั้งแต่การผลิต การขายไปจนถึงการทิ้งให้ปลอดภัย มีประสิทธิภาพทั้งในเชิงคุณภาพและราคา และมีจริยธรรม

3. ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง (Local Communities) คือ บริษัทต่างๆ ตามปกติจะให้ประโยชน์ต่อชุมชนอยู่แล้ว เช่น จ้างแรงงานชุมชน ซึ่งนำสู่รายได้สู่ชุมชน และรายได้ภาษีของพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่ทุนสาธารณะที่สามารถนำมาสร้างประโยชน์แก่ชุมชนได้อีก

4. ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม คือ บริษัทต่างๆ ที่อยู่ในเมืองหรือบริษัทใหญ่อาจจะไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับพื้นที่ในบริเวณนั้นๆ มากนักหรือเป็นบริษัทที่มีสาขามากมายทั่วประเทศ ดังนั้นบริษัทเหล่านี้จึงควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้างโดยการบริจาคทำกิจกรรมหรือสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อแก้ไขและพัฒนาสังคม

5. การรับผิดชอบต่อโลก คือ ในมิติต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชนและประเด็นสำคัญอื่นๆ ในระดับภูมิภาคและระดับโลกตามความเหมาะสมและศักยภาพขององค์กรธุรกิจ บริษัทสามารถร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล NGO สถาบันการศึกษาขององค์กรธุรกิจอื่นๆ

การวิจัยของ Polasek (2008) ได้ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในประเทศสาธารณรัฐเช็ก จากผลการสำรวจทั้งมิติภายในและภายนอกของความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าองค์กรมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมดังนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคมมิติภายในเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรเป็นหลัก พบว่ากิจกรรมส่วนใหญ่ใน 5 อันดับแรกประกอบด้วย

1. สุขภาพและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน
2. แรงจูงใจของพนักงานและระบบการศึกษา
3. ความยืดหยุ่นในชั่วโมงการทำงานของพนักงาน
4. เงินสมทบของบริษัทเพื่อบำนาญและประกันชีวิตของพนักงาน
5. ความร่วมมือของผู้บริหารระดับสูงในการหาหรือหรือปรึกษาเรื่องที่สำคัญของพนักงาน

งานวิจัยของ Polasek (2008) ว่ากิจกรรมดังกล่าวข้างต้นเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจในการดึงดูดและรักษานักบุคลากรที่มีคุณภาพขององค์กรธุรกิจประโยชน์ที่ได้รับจากมิติภายในของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม คือ พนักงานมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น การเพิ่มขึ้นของความจงรักภักดีของพนักงาน รวมทั้งการลดลงของอัตราการเปลี่ยนแปลงพนักงานในองค์กรธุรกิจ

ความรับผิดชอบต่อสังคมมิติภายนอก เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กรธุรกิจเป็นหลัก กิจกรรมที่พบมากที่สุดในการมีส่วนร่วมของบริษัท SMEs ในประเทศสาธารณรัฐเช็ก เกี่ยวกับกิจกรรมในมิติภายนอก คือ

1. การสนับสนุนทางการเงินสำหรับองค์กรธุรกิจที่ไม่แสวงหากำไร
2. การสนับสนุนการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬา
3. การสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรม

ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติภายนอก คือ การพัฒนาภาพลักษณ์ การสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานของรัฐและการพัฒนาชื่อเสียงขององค์กรธุรกิจ (Polasek, 2008)

การปฏิบัติตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้นำเสนอแนวทางการปฏิบัติตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่จะนำมาประยุกต์ใช้ควบคู่กับธุรกิจนั้น สามารถแบ่งได้ 4 ขั้นดังนี้

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (CSRI, 2009) ได้กำหนดการปฏิบัติตามหลัก CSR ที่นำมาประยุกต์ใช้ควบคู่กับธุรกิจ แบ่งได้เป็น 4 ขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 Mandatory Level: ข้อกำหนดตามกฎหมาย (Legislation) หมายถึง การที่ธุรกิจมีหน้าที่ ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมาย แรงงาน การจ่ายภาษี เป็นต้น ซึ่งบริษัทส่วนใหญ่จะอยู่ในขั้นที่ 1 เนื่องจากต้องปฏิบัติตามกฎหมาย

ขั้นที่ 2 Elementary Levels: ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (Economic Profit) หมายถึง การที่ธุรกิจคำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งในขั้นที่ 2 ธุรกิจพิจารณาว่ากำไรที่ได้นั้นต้องไม่ใช่กำไร ซึ่งเกิดจากการเบียดเบียนสังคม

ขั้นที่ 3 Preemptive Levels: จรรยาบรรณทางธุรกิจ (Business Code of Conduct) หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถสร้างกำไรแก่ผู้ถือหุ้นได้ในอัตราที่เหมาะสมและผู้ประกอบธุรกิจได้

ใส่ใจเพื่อให้ประโยชน์ ตอบแทนแก่สังคมมากขึ้น โดยเฉพาะสังคมใกล้ที่อยู่รอบข้างที่มีความคาดหวังว่าจะได้รับการดูแลหรือเอาใจใส่จากผู้ประกอบธุรกิจ

ขั้นที่ 4 Voluntary Level: ความสมัครใจ (Voluntary Action) หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่กับ การปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจด้วยความสมัครใจโดยไม่ได้ถูกเรียกร้องจากสังคมแต่อย่างใด ซึ่งในขั้นที่ 4 การประกอบธุรกิจจะอยู่บนพื้นฐานของการมุ่งประโยชน์ของสังคมเป็นสำคัญ และการดำเนินการ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในส่วนนี้สมควรได้รับความยกย่องชื่นชมจากสังคมอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ธุรกิจต้องดำเนินการตามเกณฑ์ในขั้นที่ 1 เป็นอย่างน้อย ส่วนการดำเนินการในขั้นต่อไปให้ขึ้นกับความพร้อมของธุรกิจแต่ละแห่งที่แตกต่างกัน โดยหลักสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมและองค์กรธุรกิจควรอยู่บนหลักพอประมาณที่ธุรกิจต้องไม่เบียดเบียนตนเอง และขณะเดียวกันก็ต้องไม่เบียดเบียนสังคม

การรายงานหรือการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม

รายงานความยั่งยืนเป็นการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมไว้ว่าเป็นกระบวนการที่ดำเนินการในการรวบรวมข้อมูลและการสื่อสารในเรื่องวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อบริษัทประกอบกับผลการดำเนินงานทางสังคม สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจให้กับผู้มีส่วนได้เสีย (Corporate Citizenship, 2015) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมจากแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเป็นช่องทางที่สำคัญในการสื่อสารทางธุรกิจ ทำหน้าที่ให้ข้อมูลผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก โดยการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสให้กับองค์กรธุรกิจ การส่งเสริมภาพลักษณ์และการสร้างความไว้วางใจของกลุ่มเป้าหมาย (Farooque and Ahulu, 2015) รายงานเป็นเครื่องมือหนึ่งในการเปิดเผยข้อมูลขององค์กรธุรกิจและองค์กรยังตระหนักว่าการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจเฉพาะข้อมูลทางการเงินในงบการเงินเพียงอย่างเดียวไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ชุมชน หรือผู้มีส่วนได้เสีย (Hughe, Lulseged and Upton, 2014)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมส่งผลกระทบต่อทั้งในทางบวกและลบจากกิจกรรมขององค์กรธุรกิจ นอกจากนี้การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมขององค์กรธุรกิจแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์ของบริษัทกับการมุ่งไปสู่การเติบโตที่ยั่งยืนทางเศรษฐกิจในสังคมโลก เนื่องจากข้อมูลในการรายงานจะเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญให้ผู้ลงทุนใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุนในบริษัทที่มีการดำเนินการด้านสังคม นอกจากนี้การจัดทำบัญชีการบริหารด้านสังคมตาม สหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (IFAC) เพื่อให้มีข้อมูลที่การเปิดเผยและเปรียบเทียบเชิง

ปริมาณ ซึ่งนักลงทุนในปัจจุบันต่างก็ต้องการข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและการกำกับดูแลกิจการขององค์กรธุรกิจเพิ่มมากขึ้นและใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจลงทุนในองค์กรธุรกิจ ซึ่งสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (IFAC) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม จึงได้เผยแพร่รายงานความต้องการข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลของนักลงทุน ซึ่งในปัจจุบันนักลงทุนต้องการข้อมูลความยั่งยืนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักลงทุนในกลุ่มการลงทุนที่รับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Investing: SRI) ที่ใช้ข้อมูลด้านความยั่งยืนในการประกอบการพิจารณาตัดสินใจขององค์กรที่มีความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมองค์กรธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้นเพื่อแสดงให้นักลงทุนได้เห็นว่าป็นองค์กรธุรกิจที่สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับนักลงทุน และสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (IFAC) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลจึงได้เปิดเผยรายงานเรื่องความต้องการข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านธรรมาภิบาล พร้อมทั้งระบุตัวชี้วัดเป็นแนวทางในการจัดเตรียมข้อมูลสำหรับการเปิดเผยข้อมูลให้ตรงกับความต้องการของนักลงทุน ซึ่งในประเทศไทยคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้เสนอแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดทำรายงานเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม โดยองค์กรธุรกิจระบุไว้ในส่วนของรายงานประจำปี (Annual Report) หรือจัดทำเป็นฉบับแยกจากรายงานประจำปีที่เรียกว่า รายงานความยั่งยืน (Sustainability Report)

การรายงานมีทั้งแบบตามข้อบังคับ (Mandatory Disclosure) ตามกฎข้อบังคับของรัฐบาลหรือหน่วยงานกำกับดูแล หรืออาจเป็นการเปิดเผยตามความสมัครใจ (Voluntary Disclosure) เกิดจากความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย (Berthelot, Coulmont and serret, 2012; Fernandez-Feijoo, Romero and Ruiz, 2014) เป็นข้อมูลที่บริษัทต้องนำเสนอให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Finch (2005) พบว่าแรงผลักดันให้บริษัทประเทศออสเตรเลียจัดทำรายงานความยั่งยืน คือเพื่อเป็นการแสดงให้ผู้มีส่วนได้เสียได้ทราบถึงผลการดำเนินงานทางการเงินที่ดีขึ้น ความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ ลูกค้า พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียและความสำเร็จในการสร้างผลกำไรให้กับองค์กรได้ในระยะยาว โดยในบางบริษัทเชื่อว่าการเปิดเผยข้อมูลรายงานความยั่งยืนตามความสมัครใจจะทำให้บริษัทมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี (Klassen and McLaughlin, 1993; Hart, 1995; Hart and Dowell, 2011; McWilliams and Siegel, 2011) ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและนำไปสู่การประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจคือ การมีผลประกอบการที่ดีขึ้นในด้านการเงินและส่งผลกระทบต่อราคาหุ้นของกิจการ (English and Schooley, 2014)

สำหรับประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายหรือข้อบังคับในการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม คือการจัดทำรายงานความยั่งยืนในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นแบบการรายงานตามความสมัครใจ ซึ่งมีงานวิจัยในประเทศไทย ที่ศึกษาการจัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืนของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยได้พบว่าปัจจัยที่ผลักดันให้องค์กรจัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืน คือ ความโปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้เสียและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ระเบียบและข้อบังคับกฎหมาย นโยบายองค์กร ความพร้อมในการจัดทำรายงาน (สุภัสสร วะโนภาส, 2556) และองค์กรธุรกิจสามารถเลือกแนวทางการเปิดเผยหรือการรายงานเนื้อหาในการเปิดเผยจากแนวปฏิบัติหรือมาตรฐานที่มีกำหนดไว้ หรือจะเลือกรูปแบบที่องค์กรกำหนดขึ้นเองก็ได้ (สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน, 2556) ในปัจจุบันมีหลายองค์กรธุรกิจกำหนดแนวทางในการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมหรือการรายงานเพื่อความยั่งยืนเป็นแนวปฏิบัติและมาตรฐานการรายงานความยั่งยืนมีอยู่มาก เช่น

1. กรอบการรายงานตาม United Nations Global Compact เป็นหลักการ 10 ประการ ใน 4 หมวด คือ สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านคอร์รัปชัน
2. กรอบการรายงานตาม GRI เป็นแนวปฏิบัติในการรายงานเพื่อความยั่งยืนที่ให้ข้อมูลกลยุทธ์ การดำเนินงาน การกำกับดูแล แนวการบริหารจัดการ และผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
3. กรอบการรายงานตาม OECD Guideline for Multinational Enterprises เป็นแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติประกอบด้วยหลัก 6 หลัก คือ การเปิดเผย การจ้างงาน สิ่งแวดล้อม การต่อต้านคอร์รัปชัน ส่วนได้เสียของผู้บริหาร โภค และวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
4. กรอบการรายงานตาม ISO 26000 ประกอบด้วย 7 หมวด คือ ธรรมชาติ สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม การประกอบธุรกิจเป็นธรรม ผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน
5. กรอบการรายงานตาม Integrated Reporting เป็นแนวปฏิบัติในการจัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืนที่สะท้อนจาก Reporting Process ผ่านการ Integrated ระหว่างการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนกับกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจ เน้นแสดงข้อมูลด้านต่างๆ 6 กลุ่ม คือ การเงิน การผลิต ภูมิปัญญา คน สังคม และธรรมชาติ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาตลาดทุนอย่างยั่งยืน จึงมุ่งพัฒนาคุณภาพบริษัทจดทะเบียนให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านเพื่อให้ธุรกิจมีการเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงได้จัดให้มีการประเมินด้านความยั่งยืนขึ้น เพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนไทย โดยบริษัทจดทะเบียนที่

สนใจเข้าร่วมการประเมินสามารถตอบแบบประเมินความยั่งยืนเพื่อเป็นข้อมูลแก่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในการจัดทำรายชื่อ Thailand Sustainability Investment ซึ่งเป็นรายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่ผ่านเกณฑ์การประเมินตามตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Social) และบรรษัทภิบาล (Governance) หรือ ESG เพื่อประกาศเป็นรายชื่อบริษัทจดทะเบียนให้เป็นที่สนใจของผู้ลงทุน ซึ่งการประเมินความยั่งยืนประกอบด้วยชุดคำถามใน 3 มิติ ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Social) และบรรษัทภิบาล (Governance) เป็น 18 หมวด ซึ่งใน หมวดของด้านสังคม แบ่งออกเป็น 7 หมวด คือ 1) การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคม 2) การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมและสิทธิมนุษยชน 3) การพัฒนาศักยภาพแก่พนักงาน 4) การดูแลพนักงาน 5) สุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน 6) การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม 7) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561) ซึ่งการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมได้เป็นการเปิดเผยข้อมูลที่มีคุณภาพ และเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Trussel (1996) และ Boltan (2003) ได้ทำการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลพบว่า การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทที่ยังคงขึ้นอยู่กับการใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารองค์กรเป็นสำคัญ การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมมีมาตรฐานรายงานที่ออกแบบไว้หลากหลายมาตรฐาน

ตารางที่ 2.2 การรายงานการเปิดเผยข้อมูล

แนวทางการดำเนินกิจกรรมด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคม	OECD	UNGC	European Commission	ISO 26000	GRI	IFAC	SEC
1. สิ่งแวดล้อม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. สิทธิมนุษยชน	✓	✓	✓	✓	✓		✓
3. การปฏิบัติด้านแรงงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. บรรษัทภิบาล	✓		✓	✓	✓	✓	✓
5. การประกอบธุรกิจอย่างเป็น ธรรม	✓	✓	✓	✓		✓	✓
6. การดูแลผู้บริโภค	✓		✓	✓	✓		✓
7. ชุมชนและสังคม			✓	✓	✓		✓
8. การต่อต้านการทุจริต	✓	✓		✓			✓
9. วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	✓						
10. นวัตกรรม							✓

ที่มา: Organization for Economic Operation and Development (2009) และ ศูนย์พัฒนาความ
รับผิดชอบต่อสังคม (2561)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมตามมาตรฐานต่างๆ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าประเด็นด้านการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม การจ้างแรงงาน และชุมชน เป็นสำคัญในมาตรฐานต่างๆ มีมุมมองที่สอดคล้องกันในทุกมาตรฐาน ซึ่งมาตรฐานต่างๆ จะถูกกำหนดจากหน่วยงานกำกับดูแลของหน่วยงานต่างๆ โดยรวมมาตรฐานต่างๆ มีการแสดงความคิดเห็นว่าควรมีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับวัฒนธรรมและกฎหมายของประเทศ ซึ่งการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมขององค์กรธุรกิจมีความแตกต่างกัน และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม พบว่าประเด็นการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม (ทั้งแบบสมัครใจและแบบบังคับ) เกี่ยวกับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ประกอบด้วย

1. ด้านชุมชน (Community) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน คือ เป็นการสนับสนุนและสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจขององค์กรธุรกิจ รวมไปถึงสังคมในวงกว้างด้วย โดยการมีส่วนร่วมกับชุมชนผ่านกิจกรรมเพื่อสังคมหรือการช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่น ด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมระหว่างกิจการกับชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานประกอบการหรือจากการดำเนินกิจกรรมของกิจการ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมความเข้มแข็งตลอดจนฟื้นฟูสังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ ทั้งที่เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ติดกันหรือใกล้เคียงสถานประกอบการเสมือนเป็นชุมชนเดียวกัน รวมถึงชุมชนที่ตั้งอยู่ห่างไกลออกไป เนื่องจากชุมชนเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการดำเนินกิจการดังนั้น กิจการควรแสดงความรับผิดชอบต่อชุมชน ประสานความสัมพันธ์อันดีช่วยกันแก้ไขปัญหาด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม รวมถึงเป็นกิจการที่ดีของชุมชน พร้อมกับคิดค้นวิธีการที่จะลดหรือหยุดผลกระทบในทางลบต่อชุมชนที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งการร่วมพัฒนาชุมชน เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งกิจการต้องตระหนักในการเข้าไปมีบทบาทในการหาหนทางที่จะกระทำให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมและมีความเต็มใจที่จะทำประโยชน์ต่อสังคมทั้งนี้ผลประโยชน์อาจไม่เกิดกับกิจการโดยตรงในระยะแรก แต่จะเกิดผลทางอ้อมให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจสิ่งที่กิจการควรตระหนัก 3 ประการในการร่วมพัฒนาชุมชน (ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม, 2561) ได้แก่

1) สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน คือการให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในทุกด้าน ทั้งด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ การปรับปรุงคุณภาพชีวิต สังคม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนทั้งในท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง มีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนด นโยบาย ตัดสินใจ การวางแผน การกำหนดเป้าหมายของสังคมให้บรรลุวัตถุประสงค์ ตลอดจนการคัดเลือก คือ กิจการควรคำนึงถึงความต้องการในการทำกิจกรรมของกิจการที่ทำให้แก่ชุมชนนั้นๆ ผ่านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งสามารถกระทำได้ โดย การให้ข้อมูล (Information) การปรึกษาหารือซึ่งกันและกัน (Consultation) การตัดสินใจร่วมกัน (Collaborative Decision Making) การให้อำนาจกับคนในชุมชน (Empowerment) และการปฏิบัติตามแผนตรวจสอบ การใช้อำนาจ การติดตามประเมินผลและรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบต่อชุมชนและเครือข่ายทุกรูปแบบในพื้นที่ด้วยความสมัครใจ ไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมระหว่างบุคคลต่อกลุ่มคน

2) การศึกษาและศิลปวัฒนธรรมจริยธรรม คือเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาความรู้ ความคิด ความประพฤติ ทัศนคติ ค่านิยมและคุณธรรมของบุคคล เพื่อให้เป็นพลเมืองดีมีคุณภาพ ซึ่งแนวปฏิบัติได้คือ การส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาในทุกระดับ รวมทั้งมีส่วนร่วมดำเนินการเพื่อปรับปรุงคุณภาพและการเข้าถึงการศึกษา อีกทั้งควรส่งเสริมความรู้ในท้องถิ่น ส่งเสริมให้มีการลงทะเบียนเรียนของเด็กในสถาบันการศึกษาและนำไปสู่การกำจัดอุปสรรคในการศึกษาของเด็กที่ได้รับ ส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เหมาะสม วัฒนธรรมท้องถิ่น และวัฒนธรรมประเพณี ที่สอดคล้องกับหลักการของการเคารพสิทธิมนุษยชน และสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างกิจการและชุมชนในด้านการศึกษา การรักษาวินัยธรรมและคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมของกิจการที่มีผลกระทบกับวัฒนธรรมนั้นรวมทั้งส่งเสริมการใช้ความรู้แบบดั้งเดิมและวิถีชีวิตชุมชนพื้นเมืองเพื่อให้ชุมชนเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

3) การดูแลสุขภาพ คือสุขภาพเป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำเนินชีวิต ภัยคุกคามต่อสุขภาพของประชาชนนั้น ส่งผลกระทบต่อชุมชนและพัฒนาชุมชน ดังนั้นทุกกิจการควรเคารพสิทธิในการดูแลสุขภาพและสนับสนุนเรื่องสุขภาพเหมาะสม รวมทั้งการป้องกันภัยคุกคามและโรคภัยอื่นๆ ทั้งนี้ รวมถึงการมีส่วนร่วมในโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพของคนในชุมชน

2. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม คือ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้ในองค์กรธุรกิจเชิงรุกเพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่งขันทางธุรกิจ เพราะนอกจากจะช่วยลดการใช้ทรัพยากร พลังงาน ค่าใช้จ่ายในการกำจัดมลพิษ ความเสี่ยงที่จะเกิดต่อชุมชนแล้วยังก่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อผู้ออกกฎหมายสิ่งแวดล้อม สื่อมวลชน ลูกค้า และพนักงาน ทำให้มีชื่อเสียงและได้ความเป็นผู้นำด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและเพิ่มโอกาสทาง

ธุรกิจที่เป็นผลมาจากความคิดริเริ่มเพื่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ในประเทศญี่ปุ่นถือเป็นประเทศแรกที่มีการสนับสนุนจากรัฐบาลในด้านการทำบัญชีสิ่งแวดล้อม เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นเริ่มมีการรณรงค์ให้มีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ปี 1998 แล้วมีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการให้ความร่วมมือของบริษัทในประเทศญี่ปุ่นและมีการจัดทำสมุดคู่มือบัญชีการจัดการสิ่งแวดล้อมในปี 2001 เพื่อเป็นต้นแบบในการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทในญี่ปุ่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Smit, Yahya and Amiruddin (2007) ศึกษาการเปิดเผยด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทที่จัดทำรายงานสิ่งแวดล้อม (Corporate Environmental Report) ในประเทศมาเลเซีย โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสาระเพื่อหาคะแนนการเปิดเผยและใช้ตัวชี้วัดทางบัญชีเป็นตัวชี้วัดด้านผลการดำเนินงาน

แนวคิดและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในประเทศที่พัฒนาแล้วในประเทศไทยใช้เป็นแนวทาง 1) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมโดยมีความเชื่อว่าความเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจที่ยาวนานจะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะใช้สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจยั่งยืน 2) การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในประเทศพัฒนาแล้ว ซึ่งสามารถแยกเป็นการจัดการในเชิงการบริหารและในเชิงการตรวจสอบเป็นแนวคิดในเชิงการบริหาร ได้แก่ การลดจำนวนของเสีย การนำกลับมาใช้ใหม่ โดยนำสิ่งที่ใช้ประโยชน์แล้วมาใช้ใหม่ การนำกลับมาใช้ใหม่ โดยการส่งไปผลิตเพื่อทำให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ซึ่งการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (Disclosure Environmental) การนำเสนอข้อมูลหรือสารสนเทศเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นตัวเงิน คือ ต้นทุนที่กิจการต้องจ่ายเนื่องจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมและต้นทุนที่กิจการจ่ายลงทุนใน โครงการเกี่ยวกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม และข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ไม่เป็นตัวเงิน คือ ข้อมูลจำนวนหน่วยของทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้ไป ข้อมูลพลังงานที่ใช้ไป และข้อมูลภาวะเป็นพิษที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศน์ (Ecological System) ซึ่งผู้ที่รายงานสิ่งแวดล้อมมีทั้งภายนอกและภายใน เช่น ฝ่ายวิจัยและพัฒนา ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายสิ่งแวดล้อม ฝ่ายบัญชี

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในรายงานความยั่งยืนหรือรายงานประจำปีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นการรายงานโดยสมัครใจของแต่ละองค์กรธุรกิจ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561) และการรายงานเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม อาจระบุไว้ในรายงานประจำปี (Annual Report) หรือจัดทำเป็นฉบับแยกต่างหาก รายงานประจำปี ที่เรียกว่ารายงานความยั่งยืน (Sustainability Report) ตามรูปแบบที่สากลยอมรับคือ GRI

3. ด้านการจ้างแรงงาน (Employment) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน คือ การจ้างงานสำหรับทุกกิจการไม่ว่าจะขนาดเล็กหรือใหญ่สามารถช่วยลดความยากจนเปรียบได้กับการให้ค่าจ้างหรือค่าตอบแทนอื่นๆ การทำงานที่มีประสิทธิภาพ จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนามนุษย์ เศรษฐกิจและสังคม การจ้างแรงงานต้องดำเนินคู่ไปกับการพัฒนาให้ผู้ทำงานมีทักษะความรู้และความสามารถที่จะได้งานทำรวมทั้งช่วยปรับปรุงความสามารถในการผลิตและการแข่งขัน อีกทั้งยังช่วยให้เกิดความเสมอภาคและเปิดโอกาสในการมีส่วนร่วม ซึ่งเป้าหมายของสังคมโดยมีแนวปฏิบัติ คือ การวิเคราะห์ผลกระทบของการลงทุนสร้างการจ้างงานที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถบรรเทาความยากจนได้ พิจารณาผลกระทบในการเลือกเทคโนโลยีสำหรับการจ้างงาน โดยเลือกเทคโนโลยีที่เพิ่มโอกาสการจ้างงานได้ในระยะยาว ผลกระทบของการตัดสินใจจ้าง ซึ่งรวมทั้งผลกระทบภายในและภายนอกกิจการ พิจารณาผลประโยชน์ของการสร้างการจ้างงานโดยตรงมากกว่าการจ้างงานแบบชั่วคราว และการมีส่วนร่วมในโปรแกรมการพัฒนาทักษะระดับท้องถิ่นและระดับชาติรวมถึง โปรแกรมการฝึกงาน โปรแกรมที่มุ่งเน้นกลุ่มผู้ด้อยโอกาส โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โปรแกรมที่เรียนรู้ตลอดชีวิต การรับรู้ทักษะและการรับรอง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างเป็นเรื่องหนึ่งเกี่ยวกับข้อมูลในเรื่อง จำนวนพนักงาน การฝึกอบรม สวัสดิการ เป็นที่น่าสนใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ผู้ลงทุน หน่วยงานราชการ สหภาพแรงงาน และสาธารณชน ฯลฯ ในทางปฏิบัติกิจการอาจเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี หรือรายงานความยั่งยืน และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างงาน ควรแสดงถึงขนาดและองค์ประกอบของแรงงานที่กิจการใช้ การทำงานของลูกจ้าง และผลประโยชน์ที่ลูกจ้างได้รับ รายงานการจ้างงานอาจประกอบด้วยข้อมูล เช่น จำนวนพนักงานและลูกจ้าง สถานที่ตั้งของการจ้างงาน การแจกแจงอายุของแรงงานประจำปี ชั่วโมงการทำงานระหว่างปี ต้นทุนพนักงานและลูกจ้าง ข้อมูลเงินบำนาญ การศึกษาและการอบรม รวมถึงต้นทุนดังกล่าว อัตราส่วนการจ้างงาน และข้อมูลเพิ่มเติม (ศิลาปะพร ศรีจันเพชร, 2560)

โดยสรุปจะเห็นว่าจากงานวิจัยและการศึกษาที่ผ่านมาจะพบว่า การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมพบว่า การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม คือ ด้านชุมชน ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการจ้างแรงงาน ซึ่งส่งผลต่อการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม (ทั้งแบบภาคบังคับและตามสมัครใจ) แตกต่างกันไปหากการพิจารณาผลการศึกษาที่ได้จากทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory) อธิบายถึงอำนาจในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรบุคคลของบริษัทสำหรับการดำเนินธุรกิจว่าแท้ที่จริงแล้วบริษัทได้รับสิทธิและอำนาจนั้นมาจากสังคมในลักษณะที่เป็นการชั่วคราวภายใต้เงื่อนไขการดำเนินธุรกิจของบริษัทต้องตรงตามความคาดหวังของสังคมโดยรวม และทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) ทฤษฎีจะมีการ

เชื่อมโยงกับเรื่องของความชอบธรรม (Legitimacy) โดยมุมมองจากแนวคิดนี้มุ่งไปยังนโยบายของบริษัทที่สร้างผลกระทบให้เกิดแก่ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวกับบริษัท ซึ่งประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐ และชุมชน โดยบริษัทมีภาระรับผิดชอบที่จะต้องตอบสนองความต้องการให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของตนและทฤษฎีส่งสัญญาณเป็นการใช้ข้อมูลเพื่อเป็นการส่งสัญญาณเมื่อมีข้อมูลที่สนับสนุนและต้องการให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบซึ่งจะส่งสัญญาณเกี่ยวกับชื่อเสียง ภาพลักษณ์และความถูกต้องทางกฎหมายขององค์กรธุรกิจยอมรับข้อมูลจากสังคม

2.3 การลงทุนด้านนวัตกรรม (Innovation Intensity)

นวัตกรรม (Innovation)

นโยบายระดับประเทศของไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรม โดยได้มีการจัดตั้ง สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติให้ทำหน้าที่ในการส่งเสริมสนับสนุนและการพัฒนานวัตกรรมขึ้นในหมู่ผู้ประกอบการหรือธุรกิจต่างๆ ประเภททั้งในลักษณะของการยกระดับนวัตกรรม การส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรม และการสร้างระบบและองค์การนวัตกรรมเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งทางด้านความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของประเทศ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2549) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Dorf and Byers, (2008) ที่กล่าวว่าธุรกิจที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้ควรที่จะมีลักษณะเป็นองค์กร นวัตกรรมหรือมีความสามารถในการแข่งขันนวัตกรรม

ความหมายนวัตกรรม

ตามมุมมองของนักวิชาการแต่ละคน ซึ่งก็ยังไม่สามารถกำหนดคำนิยามให้เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป (Gopalakrishnan and Bierly, 1997) สำหรับรากศัพท์ของคำว่า นวัตกรรม (Innovation) นั้นมาจากภาษาละตินคำว่า “Innovare” แปลว่า “ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา” (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2550) ดังต่อไปนี้

พันธุอาจ ชัยรัตน์ (2547) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์ไว้ว่า นวัตกรรม คือการนำแนวคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและยังได้ให้ความหมายในเชิงแคบของนวัตกรรม คือ ผลผลิตของความสำเร็จทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีร่วมกับพลวัตของกิจกรรมทางสังคม

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2550) ได้กล่าวถึงนวัตกรรมว่าเป็นแนวความคิดการปฏิบัติหรือสิ่งต่างๆ ที่ใหม่ต่อตัวปัจเจกหรือหน่วยที่รับเอาสิ่งเหล่านั้นไปประยุกต์ใช้การรวมเอากิจกรรมที่นำไปสู่การแสวงหาความสำเร็จเชิงพาณิชย์ การสร้างตลาดใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการและการบริการใหม่ การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่นโดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวให้กลายมาเป็นโอกาสและนำไปสู่แนวคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและ

สังคมสิ่งเหล่านี้ยืนยันได้จากการสำรวจของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ได้ทำการสำรวจผู้บริหารระดับสูงขององค์กรที่มีนวัตกรรม โดยสรุปพบว่าผู้บริหารระดับสูง มีความเชื่อมั่นว่านวัตกรรมจะนำไปสู่การสร้างความมั่นคงทางการตลาดหรือการสร้างตลาดใหม่รวมทั้งบริษัทต่างๆ ก็จะเห็นความสำคัญต่อการลงทุนและการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2549) ได้กล่าวถึงนวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมจากการให้ความหมายของนวัตกรรมจากความหมายข้างต้นจะพบว่า “Innovation” ความหมายแตกต่างจากคำว่า “Invention” ก็คือ ประเด็นในส่วนของการแสวงหาผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ และสังคม เนื่องจากคำว่า Invention ที่หมายความว่า สิ่งประดิษฐ์ มีความหมายเพียงการทำให้ความคิดใหม่เป็นความจริงขึ้นมาและสามารถจับต้องได้ (พันธุ้อาจ ชัยรัตน์, 2547 ; Smith, 2006) จากการทบทวนวรรณกรรมและพิจารณาเกี่ยวกับการให้ความหมายของนวัตกรรมจากนักวิชาการในต่างประเทศและมีมุมมองที่แตกต่างกันของแต่ละคนในการให้ความหมายของคำว่า “นวัตกรรม”

ตารางที่ 2.3 ชื่อนักวิชาการต่างประเทศและการให้ความหมายของนวัตกรรม

นักวิชาการ (ปี)	ความหมายของนวัตกรรม
Utterback (2004)	นวัตกรรม เป็นสิ่งที่ต่อยอดของสิ่งประดิษฐ์ ให้เข้าถึงและเป็นที่ยอมรับของ ตลาดใน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือเป็นกระบวนการใหม่ ที่มีการพัฒนาขึ้นมาใช้เป็นครั้งแรกและทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ
Drucker (1993)	นวัตกรรมเป็นเครื่องมือที่สำคัญของผู้ประกอบการในการสร้างศักยภาพ การแข่งขันในเชิงธุรกิจ และความมั่งคั่งโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ หรือจากการสร้างขึ้นมาใหม่ รวมทั้งเป็นการพัฒนาขึ้นจากความรู้ใหม่
Tushman and Nadler (1986)	การสร้างผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการที่เป็นของใหม่
Damanpour (1987)	นวัตกรรมในแง่มุมมองของนวัตกรรมองค์กร หมายถึง สิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาใช้ในองค์กร และเป็นที่ยอมรับของคนในองค์กร
Rogers (1995)	ความคิดการปฏิบัติ หรือสิ่งของที่เป็นสิ่งใหม่สำหรับบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆที่นำไปใช้

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

นักวิชาการ (ปี)	ความหมายของนวัตกรรม
Freeman and Soete (1997)	ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือกระบวนการใหม่ หรือที่ได้ทำการปรับปรุงแล้ว มาใช้ในเชิงพาณิชย์เป็นครั้งแรก
Betje (1998)	นวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในธุรกิจไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการผลิต การจัดจำหน่ายและไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ
Perez-Bustamante (1999)	นวัตกรรมเป็นเรื่องของกระบวนการแสวงหาคำเนินงาน จัดเก็บ ตลอดจนใช้ประโยชน์จากข้อมูลในด้านการสร้างความรู้การวิจัยและพัฒนา การผลิต การพาณิชย์ และการอยู่รอดของธุรกิจ
Herkema (2003)	นวัตกรรมเป็นการใช้ความคิด หรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ในองค์กร และนวัตกรรมสามารถเป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งอาจจะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในลักษณะเฉียบพลันหรือค่อยเป็นค่อยไป
Lemon and Sahota (2003)	นวัตกรรมเป็นผลจากการใช้ความรู้ในเรื่องตลาดใหม่ และหรือความรู้เชิง เทคนิคใหม่ๆ ที่นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์
DTI (2004)	นวัตกรรม คือ ความสำเร็จจากการใช้ประโยชน์ของความคิดใหม่
OECD/Eurostat (2005)	การนำสินค้าและบริการ กระบวนการ วิธีการทางการตลาด หรือรูปแบบการดำเนินงานของบริษัท ที่ได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นหรือมีความแปลกใหม่มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ
Schilling (2008)	นวัตกรรมเป็นเรื่องของการนำความคิดไปใช้ในเชิงปฏิบัติ เพื่อให้ได้สิ่งใหม่หรือกระบวนการใหม่

จากการให้ความหมายของนวัตกรรมที่ผ่านมาสามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรมคือ

1. ความใหม่ คือ เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้นซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ บริการหรือกระบวนการโดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่เลยก็ได้ (Utterback ,2004; Tushman and Nadler,1986; Freeman and Soete ,1997; Betje,1998; Herkema ,2003; Schilling, 2008)

2. ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจหรือการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ (Economic Benefits) คือ จะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะ

เกิดขึ้นอาจจะสามารถได้เป็นตัวเงินโดยตรง หรือไม่เป็นตัวเงิน โดยตรงก็ได้ (Utterback, 2004; Drucker, 1993; Damanpour, 1987; Smits, 2002; DTI, 2004)

3. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Idea) สิ่งที่จะถือเป็นนวัตกรรมจะต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นการพัฒนาที่เกิดขึ้นใหม่ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ การทำซ้ำ (Evan, 1966; Drucker, 1993; Rogers, 1995; Perez-Bustamante, 1999; Smits, 2002; Herkema, 2003; Lemon and Sahota, 2003; DTI, 2004; Schilling, 2008)

ดังนั้นจากการให้ความหมายของนวัตกรรมสามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรม คือ การใช้ความรู้ให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้นในด้านเทคโนโลยี ด้านการจัดการ รู้ทักษะประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม

ประเภทของนวัตกรรม

ประเภทของนวัตกรรมแบ่งประเภทตามลักษณะขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ นำไปใช้การแบ่งประเภทที่พบบ่อยและมีการนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการวิจัยและการจัดการนวัตกรรมประกอบด้วย 3 ลักษณะคือ

1. การแบ่งประเภทตามเป้าหมายของนวัตกรรม (The Target of Innovation) แบ่งเป็น นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และ นวัตกรรม กระบวนการ (Process Innovation)

2. การแบ่งตามระดับของการเปลี่ยนแปลง (The Degree of Change) จะแบ่งนวัตกรรมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) และ นวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation)

3. การแบ่งตามขอบเขตของผลกระทบ (The Area of Impact) แบ่งได้ 2 ประเภท คือ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) และ นวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation) (Gopalakrishnan and Damanpour, (1997); Smith, (2006); Bessant and Tidd, (2007) และ Schilling, (2008)) สามารถสรุปของการแบ่งประเภทของนวัตกรรมในแต่ละลักษณะได้ดังนี้

การแบ่งตามเป้าหมายของนวัตกรรม

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) การพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยีรวมไปถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ถือเป็นผลิตผล (Outputs) ขององค์กรหรือธุรกิจโดยอาจจะอยู่ในรูปของตัวสินค้า (Goods) หรือการบริการ (Services) ก็ได้ (Smith, 2006; Schilling, 2008) และความสำคัญของการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์มี 2 ตัวแปร คือ

1.1 โอกาสทางด้านเทคโนโลยี คือองค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี เครื่องมือ อุปกรณ์ และกระบวนการที่จะทำให้อุตสาหกรรมสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นได้

1.2 ความต้องการของตลาด คือความต้องการของผู้ใช้ที่มีความต้องการในผลิตภัณฑ์ใหม่และพร้อมที่จะซื้อหรือใช้และส่งผลทำให้ผู้เป็นเจ้าของนวัตกรรมได้รับประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ หรือสังคม (Capon et al. 1992 ; Ettlit and Reza, 1992) เช่น บริษัทแอปเปิ้ล ที่ได้มีการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบและการสื่อสารที่เรียกว่า Ipod จนทำให้สามารถเป็นที่ต้องการและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคภายใต้รูปแบบและวิธีการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน ซึ่งส่งผลทำให้บริษัทประสบความสำเร็จและได้รับผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจอย่างมากมาย เป็นต้น

2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) การประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ที่ส่งผลให้กระบวนการผลิตและการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น เช่น การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการออกแบบกระบวนการผลิตใหม่ เป็นต้น จึงสะท้อนให้เห็นว่านวัตกรรมกระบวนการเป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงในองค์กรธุรกิจไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือ กรรมวิธีการผลิต การจัดจำหน่ายหรือรูปแบบการจัดการองค์กร ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ไปถึงมือผู้บริโภคหรือผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กรธุรกิจมากที่สุด (Gopalakrishnan and Damanpour, 1997) และนวัตกรรมกระบวนการมีความสำคัญมากในการที่จะทำให้องค์กรธุรกิจมีความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางธุรกิจ (Schilling, 2008) โดยนวัตกรรมกระบวนการส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปในเรื่องของการควบคุมคุณภาพ (Quality Control) และการปรับปรุงประสิทธิภาพ การผลิตและการทำงานอย่างต่อเนื่อง และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในระบบ คือ ปัจจัยนำเข้า (Inputs) กระบวนการ (Process) และผลิตผล (Outputs) (Damanpour and Gopalakrishnan, 2001) เช่น บริษัทวอลล์มาร์ต ซึ่งดำเนินธุรกิจค้าปลีกที่สามารถพัฒนาระบบการกระจายสินค้าและการบริหารต้นทุนการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพจนทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาถูกกว่าคู่แข่งและสามารถครองตลาดค้าปลีกในประเทศจีนที่มีกำลังซื้อมหาศาล เป็นต้น

องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ได้จำแนกนวัตกรรมออกเป็น 4 ประเภทหลัก (OECD, Oslo Manual, 2005)

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เดิมให้มีคุณภาพมากขึ้นไม่จำเป็นการปรับปรุงด้านเทคนิค วัสดุประกอบ ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ความเป็นมิตรกับผู้ใช้ หรือลักษณะอื่นๆ

นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) การเปลี่ยนแปลงวิธีการทางการตลาด รูปแบบใหม่ ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การจัดวางสินค้า และการส่งเสริมการตลาด และการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์และบริการ

นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) การปรับเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการใหม่ ในการพัฒนาปรับปรุงหรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านเทคนิคเครื่องมือและอุปกรณ์ และซอฟต์แวร์

นวัตกรรมองค์กร (Organisation Innovation) การปรับแนวทางการดำเนินงานใน องค์กรไปสู่รูปแบบใหม่ทั้งการเปลี่ยนแปลงหลักปฏิบัติทางธุรกิจ (Business Practices) การจัด สถานที่ทำงาน (Workplace Organisation) หรือความสัมพันธ์ภายนอกองค์กร (External Relations) การจำแนกตามระดับของการเปลี่ยนแปลง

1. นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) เป็นนวัตกรรมระดับความ ใหม่ที่มีความแตกต่างไปจากกรรมวิธีและแนวคิดเดิมไปอย่างสิ้นเชิงหรือเป็นลักษณะของการ เปลี่ยนแปลงแบบถอนรากถอนโคน (Schilling, 2008) ดังนั้นนวัตกรรมที่มีลักษณะการเปลี่ยนแปลง แบบเฉียบพลัน จึงมีนัยสำคัญมากกว่าการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่เดิม แต่เป็นการออกแบบและใช้แนวคิด ใหม่ทั้งหมดในการพัฒนานวัตกรรม (Smith, 2006) นอกจากนี้ Henderson and Clark's (1990) ได้ ให้ความหมายของ นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) จะทำให้เกิดการออกแบบ ที่เป็นต้นแบบใหม่ของ นวัตกรรม (New Dominant Design) รวมถึงแนวคิดของการออกแบบและ รายละเอียดขององค์ประกอบและ โครงสร้างทางสถาปัตยกรรมด้วย Rothwell and Gardner (1989) ได้กล่าวว่า นวัตกรรมที่มีลักษณะเฉียบพลันจะมีเพียง 10% ของนวัตกรรมทั้งหมด เช่น กล้องถ่ายรูป แบบดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงมาจากการส่งจดหมายแทนการใช้การส่งโดยใช้อีเมลแทน การถ่ายรูป ด้วยโทรศัพท์แทนกล้องถ่ายรูป เป็นต้น ซึ่งนวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลันจะมีความสำคัญอย่างยิ่ง ต่อการเป็นผู้นำตลาดของธุรกิจ รวมทั้งสามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดและความอยู่รอดของธุรกิจ ได้มากกว่านวัตกรรมที่มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Utterback, 1994; Gatignon et al. 2002)

2. นวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) เป็นนวัตกรรมที่ เกิดขึ้นจำนวนมากและมีความถี่ในการเกิดบ่อยมากกว่านวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน โดยมี ลักษณะของการเปลี่ยนแปลงที่ค่อยเป็นค่อยไปมีการปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นทีละ เล็กน้อยจากเทคโนโลยีหรือสิ่งที่มีอยู่เดิม (Gatignon, 2002; Schilling, 2008)

ซึ่งสอดคล้อง Christensen (1997) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็น ค่อยไป (Incremental Innovation) ว่าเป็นนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากความเชี่ยวชาญขององค์กร หรือธุรกิจ ในเรื่องของเทคโนโลยีภายใต้โครงสร้างหรือสถาปัตยกรรมเดิม เช่น โทรศัพท์ที่มีการ

เปลี่ยนระบบจากปมกคให้เป็นแบบสัมผัสเป็นตัวอย่างของนวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ที่เห็นได้ชัดเจน

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่านวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) ที่มีลักษณะของการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยจะพัฒนาจากพื้นฐานแนวคิดหรือการออกแบบจากผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการที่มีอยู่เดิมทั้งนี้ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงจะมีมากน้อยเพียงไรก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และข้อมูลความต้องการของลูกค้าที่องค์กรมีอยู่ (Tidd et al , 2001 ; Schilling, 2008)

การจำแนกตามขอบเขตของผลกระทบนวัตกรรม

นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) เป็นนวัตกรรมที่มีพื้นฐานหรือขอบเขตของการพัฒนามาจากเทคโนโลยี โดยในปัจจุบันการพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีบทบาทและความสำคัญต่อหลายๆ อุตสาหกรรม ทั้งนี้เนื่องจากเทคโนโลยีช่วยทำให้การพัฒนานวัตกรรมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคและสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้เป็นอย่างดี รวมทั้งเป็นนวัตกรรมที่มีแรงผลักดันที่สำคัญของความก้าวหน้าในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง สิ่งแวดล้อม และความเป็นอยู่ของประชากร (Schilling, 2008)

นวัตกรรมทางเทคโนโลยีจึงเป็นได้ทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมที่มีลักษณะเฉียบพลัน และนวัตกรรมที่มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป และการพัฒนานวัตกรรมนั้นอยู่บนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Damanpour, 1987) นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมทางเทคโนโลยียังจะส่งผลต่อรูปแบบและระดับของการแข่งขันใน เศรษฐกิจได้อีกด้วย (Utterback and Suarez, 1993)

นวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation) เป็นเรื่องของการคิดค้น และเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิธีการตลอดจนกระบวนการจัดการองค์กรใหม่ที่ส่งผลให้ระบบการทำงาน การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการให้บริการขององค์กรมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น เช่น การบริหารองค์กรในลักษณะ โครงสร้างองค์กรแบบเมตริกซ์ การใช้แนวคิด Balanced Score Card ในการวางแผนและประเมินผลงานขององค์กร การจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาองค์กร การพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจในลักษณะที่เป็นการเปิด โมเดลธุรกิจ (Open Business Models) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนานวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ก็จัดได้ว่าเป็นลักษณะของนวัตกรรมทางการบริหาร ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานขององค์กรหรือธุรกิจให้มีประสิทธิภาพหรือประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น (Tidd et al. 2001; Chesbrough, 2006)

โดยสรุปได้ว่านวัตกรรมทางการบริหาร เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับนโยบาย โครงสร้างองค์กร ระบบ รูปแบบ และกระบวนการจัดการในองค์กร ซึ่งต่างจากนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมกระบวนการ (Gopalakrishnan and Damanpour, 1997 ; Cooper, 1998) ดังนั้นการจำแนกประเภทของนวัตกรรมจะมีได้ในหลายมิติ กระบวนการที่ทำให้เกิดนวัตกรรม (Process of Innovation) ก็ยังสามารถพิจารณาได้หลายมุมมองด้วยหากจำแนกตามปัจจัยหลักของการเกิดนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วยเทคโนโลยี (Technology) และความต้องการของผู้บริโภค (Market Demand) (Gopalakrishnan and Damanpour, 1997) ดังนั้นสามารถแบ่งลักษณะของกระบวนการที่ทำให้เกิดนวัตกรรม ได้ 3 ลักษณะ คือ

1. การผลักดันด้วยเทคโนโลยี (Technology Push) คือการเกิดนวัตกรรมเกิดขึ้นจากความเข้มแข็ง ของการลงทุนและพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
2. การดึงด้วยความต้องการของผู้บริโภค (Demand Pull) เป็นการพิจารณาจากปัญหาและความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักและนำกลับมาสู่การสร้างและพัฒนา นวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
3. การผสมผสานทั้งด้านเทคโนโลยีและความต้องการของผู้บริโภค (Coupling) เป็นการสร้างนวัตกรรม โดยคำนึงถึงทั้งความต้องการของผู้บริโภคและเทคโนโลยีที่มีอยู่เพื่อพัฒนา นวัตกรรมให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคภายใต้การพัฒนาและยกระดับเทคโนโลยี (Rothwell, 1994 ; Smith, 2006)

กลยุทธ์ทางการแข่งขัน (Generic Competitive Strategies)

จากงานวิจัย Porter (1985) ได้นำเสนอแนวคิดกลยุทธ์เพื่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustainable competitive advantage) ที่จะส่งผลให้บริษัทสามารถสร้างกำไรเหนือค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมในระยะยาวไว้ในหนังสือ Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance โดยแบ่งประเภทกลยุทธ์ทางการแข่งขันดังกล่าวออกเป็นสองประเภทหลัก ๆ ประกอบไปด้วย

การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost leadership) โดยบริษัทจะมีกลยุทธ์ในการเป็นผู้ผลิตที่มีต้นทุนการผลิตต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรม ซึ่งความได้เปรียบทางต้นทุนนี้อาจมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสมและความสอดคล้องกับ โครงสร้างของอุตสาหกรรมที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ ยกตัวอย่างเช่น การใช้ประโยชน์จากการประหยัดจากขนาด (Economies of scale) เทคโนโลยีที่ได้รับการจดทะเบียนกรรมสิทธิ์ (Proprietary technology) และสิทธิในการเข้าถึงวัตถุดิบ (Preferential access to raw materials)

การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Differentiation) เป็นความพยายามของบริษัทในการสร้างความแตกต่างในมิติหรือมุมมองต่าง ๆ ที่ลูกค้าให้คุณค่าโดยอาจเลือกคุณลักษณะใดคุณลักษณะหนึ่งของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าในอุตสาหกรรมมองว่ามีคุณค่าและให้ความสำคัญวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมในการตอบสนองต่อความต้องการนั้น ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมจากความแตกต่าง ดังกล่าวที่บริษัทได้นำเสนอให้กับลูกค้า

เนื่องจากเทคโนโลยีนั้นเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่อยู่ในกิจกรรมที่สร้างคุณค่า (Value activity) ซึ่งส่งผลต่อตัวผลักดันต้นทุน (Cost driver) และตัวผลักดันความเป็นเอกลักษณ์ (Driver of uniqueness) ของกิจกรรมที่สร้างคุณค่ารวมทั้งยังเกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงแต่ละ กิจกรรมเข้าด้วยกันให้เกิดประสิทธิภาพสูงที่สุดปัจจัยดังกล่าวจึงอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานตามกลยุทธ์ทั้งสองที่ได้กล่าวถึงในข้างต้นเป็นอย่างมากได้ (Porter, 1985) นวัตกรรมจึงกลายเป็นอีก หนึ่งปัจจัยสำคัญต่อการสร้างเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ทุกบริษัทควรให้ความสำคัญ

มุมมองบนพื้นฐานทรัพยากรของบริษัท (Resource-based View) เป็นหลักการที่ทำให้ความสำคัญกับการนำทรัพยากร ทั้งในส่วนของทรัพยากรที่มีตัวตนและไม่มีตัวตนไปใช้ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับบริษัทผ่านทาง การดำเนินงานตามกลยุทธ์ (Wernerfelt, 1984) ซึ่งมีข้อสมมติว่าทรัพยากรนั้นจะต้อง 1) มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละบริษัท (Heterogeneous) นั่นก็คือแต่ละบริษัทจะมีความสามารถและทรัพยากรที่แตกต่างกันเพราะถ้าหากบริษัทมีความสามารถและทรัพยากรในปริมาณและส่วนผสมที่เท่ากัน บริษัทจะไม่สามารถใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างออกไปเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ โดยความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เมื่อการดำเนินงานตามกลยุทธ์ของบริษัทจะสามารถถูกคู่แข่งลอกเลียนแบบได้อย่างง่ายดาย (Barney, 1991) และ 2) ไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างบริษัทได้ (Immobile) ซึ่งจะทำให้คู่แข่งไม่สามารถจัดหาทรัพยากรลอกเลียนแบบและดำเนินกลยุทธ์ตามบริษัทได้ (Barney, 1991) หรือในอีกแนวคิดหนึ่งก็คือมีลักษณะที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างบริษัทได้ง่าย (Imperfectly mobile) เพราะแม้ว่าทรัพยากรนั้นจะสามารถนำมาแลกเปลี่ยนกันได้แต่ทรัพยากรดังกล่าวจะมีคุณค่ามากกว่าสำหรับบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เนื่องจากทรัพยากรนั้นมีลักษณะเฉพาะที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่มีลักษณะเฉพาะของบริษัทเท่านั้น (Firm-specific needs) (Peteraf, 1993) โดยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนนั้นจะสามารถเกิดขึ้นได้เมื่อทรัพยากรของบริษัทมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

คุณค่า (Valuable)

จากงานวิจัย Barney (1991) มองว่าทรัพยากรจะนับว่ามีคุณค่าก็ต่อเมื่อบริษัท สามารถนำทรัพยากรดังกล่าวมาใช้ให้เกิดประโยชน์จากโอกาส (Opportunities) หรือใช้ในการลดและป้องกันอุปสรรค (Threats) และสามารถสร้างคุณค่าเพิ่มเติมในมุมมองของลูกค้าได้โดยผ่านทาง การดำเนินงานตามกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความแตกต่างของผลิตภัณฑ์หรือการลดราคาผลิตภัณฑ์ตามหลักของ Porter (1985) ซึ่งถ้าหากทรัพยากรของบริษัทไม่มีคุณค่าก็จะส่งผลให้บริษัทเกิดความเสียเปรียบทางการแข่งขันได้ (Competitive disadvantage)

หายาก (Rare)

ทรัพยากรที่หายากคือทรัพยากรที่บริษัทโดยส่วนมากไม่สามารถจัดหาได้ การได้มาซึ่งทรัพยากรดังกล่าวจึงสามารถทำให้บริษัทสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ซึ่งถึงแม้ว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันนี้จะมีลักษณะชั่วคราวเท่านั้น (Temporary competitive advantage) แต่ก็จำเป็นต่อการอยู่รอดของบริษัท บริษัทจึงไม่ควรละทิ้งความสนใจในทรัพยากรที่มี

คุณค่าแต่มีอยู่ทั่วไป โดยถ้าหากบริษัทมีทรัพยากรที่มีคุณค่าแต่เป็นทรัพยากรที่มีอยู่ทั่วไปก็จะส่งผลให้เกิดความเท่าเทียมทางการแข่งขัน (Competitive parity) เพราะคู่แข่งก็จะสามารถนำทรัพยากรที่มีคุณค่านี้มาใช้ในการดำเนินธุรกิจเช่นเดียวกัน (Barney, 1991)

ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (Inimitable)

ทรัพยากรนั้นจะไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่ายก็ต่อเมื่อทรัพยากรที่บริษัทครอบครองอยู่มีคุณลักษณะเฉพาะ (Distinctive competence) ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Mahoney and Pandian, 1992) โดยสามารถอธิบายได้ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. สภาพของปัจจัยในอดีต (Historical conditions) การที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบทรัพยากรได้นั้นจะต้องพิจารณาถึงลักษณะเฉพาะของกระบวนการสะสมและพัฒนาทรัพยากรดังกล่าวด้วย (Dierickx and Cool, 1989) นั่นก็คือทรัพยากรที่ได้รับการพัฒนามาจากเหตุการณ์เฉพาะในอดีต หรือต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนานในการพัฒนาจะส่งผลให้การลงทุนเพื่อลอกเลียนแบบนั้นไม่คุ้มค่าสำหรับคู่แข่ง (Barney, 1991)

2. ความคลุมเครือของแหล่งที่มา (Causal ambiguity) กล่าวคือคู่แข่งนั้นจะไม่สามารถลอกเลียนแบบทรัพยากรของบริษัทได้ เนื่องจากไม่สามารถระบุได้ถึงแหล่งที่มาซึ่งส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Barney, 1991)

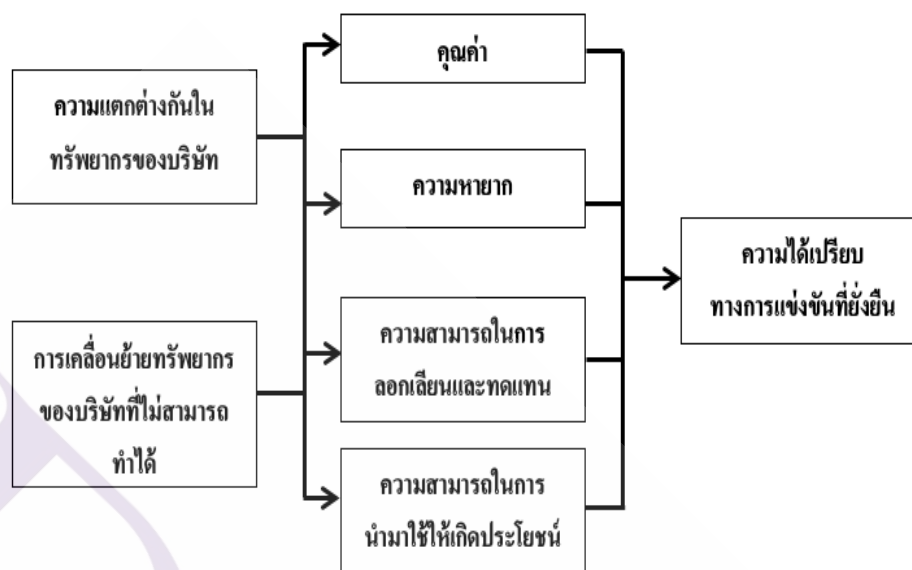
3. ความซับซ้อนทางสังคม (Social Complexity) เนื่องจากความสามารถและทรัพยากรนั้นมักจะมีพื้นฐานอยู่บนวัฒนธรรมของบริษัท (Company's culture) และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal relationships) (Barney, 1991) การพัฒนาของ ความสามารถและทรัพยากร

ดังกล่าวจึงมีลักษณะที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น (Path dependent) ที่อาจควบคุมได้ยากและต้องใช้ระยะเวลายาวนานในการพัฒนา ยกตัวอย่างเช่น ระดับของการเรียนรู้ การลงทุน กิจกรรมเพื่อการพัฒนา เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้เกิดความซับซ้อนที่ทำให้คู่แข่งไม่สามารถที่จะลอกเลียนแบบได้ (Peteraf, 1993)

ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-substitutable)

แม้ว่าทรัพยากรจะมีคุณลักษณะข้างต้นครบถ้วน แต่ก็ยังคงมีความเสี่ยงที่จะถูกทดแทนด้วยทรัพยากรอื่นซึ่งอาจส่งผลให้ทรัพยากรที่บริษัทมีอยู่เดิมล้าสมัยและไม่สามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าได้อีกต่อไป (Dierickx and Cool, 1989) หรือถ้าหากทรัพยากรนั้นสามารถ ทดแทนได้ด้วยทรัพยากรอื่นที่มีความเท่าเทียมกันในการนำมาใช้ประโยชน์ด้านกลยุทธ์ หรือก็คือคู่แข่งสามารถนำทรัพยากรที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกันหรือแตกต่างกันมาใช้ในการดำเนินการตามกลยุทธ์เดียวกันได้ความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทหมดไปเช่นเดียวกัน (Barney, 1991) จึงได้นำหลักการของคุณลักษณะข้างต้นมาใช้ในการพัฒนา โมเดล VRIN ซึ่งเป็นเครื่องมือที่จะสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ทรัพยากรและความสามารถของบริษัทในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อมา Barney (1995) ได้นำโมเดล VRIN มาพัฒนา ต่อเป็น โมเดลใหม่ที่เรียกว่า ภายใน (Value Rareness Imitability Organization : VRIO) ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงในส่วนของคุณลักษณะของทรัพยากรที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ และไม่สามารถทดแทนได้ โดยนำคุณลักษณะทั้งสองรวมเข้าด้วยกันและเพิ่มเติมคุณลักษณะได้รับการจัดการให้สามารถสร้างคุณค่าได้ (Organized to capture value) เนื่องจากถ้าหากบริษัทไม่สามารถนำทรัพยากรที่มีค่าหายาก ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้และไม่สามารถทดแทนได้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ก็จะไม่ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันเช่นกัน

จากแนวคิดข้างต้นจะเห็นได้ว่าทรัพยากรในด้านทุนมนุษย์ การลงทุนในด้านวิจัย และพัฒนาตลอดจนการลงทุนในด้าน การขายและการตลาดล้วนเป็นทรัพยากรที่ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยทรัพยากรในด้านทุนมนุษย์ที่คือนั้นเป็นสิ่งที่ได้รับการพัฒนาผ่านการเรียนรู้ตลอดจนวัฒนธรรมของบริษัทจึงไม่สามารถลอกเลียนได้ง่ายการลงทุนในด้าน การวิจัยและพัฒนา รวมทั้งในด้านการขายและการตลาดก็จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ยกตัวอย่างเช่น สิทธิบัตรและชื่อเสียงของตราสินค้า (Brand reputation) ซึ่งจะสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์กับบริษัทได้ต่อไป



ภาพที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสำคัญตามมุมมองพื้นฐานทรัพยากรของบริษัท (Barney, 1995)

ขีดความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity)

โดยแรกเริ่มแล้ว ขีดความสามารถในการดูดซับความรู้ได้รับคำนิยามมาจากการศึกษาของ Cohen and Levinthal (1990) ซึ่งต่อมา Zahra and George (2002) ได้นำหลักการดังกล่าวไปพัฒนาและปรับเปลี่ยนโครงสร้างของแนวคิดให้มีรายละเอียดที่แตกต่างไปจากเดิม

โมเดลของ Cohen and Levinthal (1990)

ได้กล่าวไว้ว่า Cohen and Levinthal (1990) ให้คำนิยามขีดความสามารถในการดูดซับความรู้ว่าเป็นความสามารถของบริษัทในการจดจำคุณค่าของข้อมูลใหม่และนำมาปรับเปลี่ยนเพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ทางพาณิชย์ได้โดยเป็นการพัฒนามาจากการติดต่อสื่อสาร (Communication) และหลักความรู้พื้นฐานที่มีมาก่อน (Prior-based knowledge) ซึ่งประกอบไปด้วยคลังความรู้ (Knowledge stocks) และการไหลเวียนของความรู้ (Knowledge flows) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Cohen and Levinthal (1990) มองว่าขีดความสามารถในการดูดซับความรู้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความรู้พื้นฐานที่มีมาก่อนและความหลากหลายด้านพื้นภูมิหลัง (Diversity of background) ดังนั้นการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาจึงกลายเป็นแก่นหลักในการพัฒนาโมเดลของขีดความสามารถในการดูดซับความรู้โดยเชื่อว่าขีดความสามารถในการดูดซับความรู้มีคุณลักษณะในด้านการสะสม (Cumulative) กล่าวคือความพยายามของบริษัทในการพัฒนาขีดความสามารถในการดูดซับความรู้ในช่วงระยะเวลาหนึ่งจะทำให้บริษัทสามารถสะสมขีด

ความสามารถในการดูดซับความรู้ในช่วงระยะเวลาถัดไปได้ง่ายยิ่งขึ้นบริษัทจึงควรมีการลงทุนอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถในการดูดซับความรู้ที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุด นอกจากนี้ขีดความสามารถในการดูดซับความรู้ยังเป็นหลักการที่สนับสนุนให้บริษัทลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนามากกว่าการที่จะไปซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาเรียบร้อยแล้วจากภายนอก ตัวอย่างเช่น การซื้อสิทธิบัตร เนื่องจากฝ่ายวิจัยและพัฒนาภายในบริษัทจะส่งผลให้ขีดความสามารถในการดูดซับความรู้ของบริษัทเพิ่มสูงขึ้น โดยเมื่อบริษัทลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาเพิ่มมากยิ่งขึ้นก็จะยิ่งทำให้บริษัทสามารถที่จะจดจำและมองเห็นคุณค่าของข้อมูลใหม่ ๆ จากภายนอกที่อาจสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับบริษัทได้มากยิ่งขึ้นเช่นกัน ในขณะเดียวกันความหลากหลายด้านพื้นภูมิหลังก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อการสร้างความเชื่อมโยงใหม่ ๆ ซึ่งส่งผลต่อขีดความสามารถในการดูดซับความรู้เนื่องจากการกำหนดให้บุคลากรที่มีความแตกต่างกันได้มาทำงานร่วมกันนั้นจะทำให้แต่ละคนได้รับรู้ถึงมุมมองอื่น ๆ ที่แตกต่างออกไปและกระตุ้นให้เกิดการเชื่อมโยงความรู้ในรูปแบบใหม่ เมื่อมองในภาพรวม ขีดความสามารถในการดูดซับความรู้จึงนับเป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรม (Innovation performance) ระดับปณิธาน (Aspiration level) และการเรียนรู้ของบริษัท (Organizational learning) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าในการที่บริษัทจะมีความคิดริเริ่มสร้างสิ่งใหม่ ๆ ได้ นั้นบริษัทจำเป็นต้องพัฒนาขีดความสามารถในการดูดซับความรู้

โมเดลของ Zahra and George (2002)

จากแนวคิดแรกเริ่มของ Cohen and Levinthal (1990) ที่ให้ความสำคัญกับการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาของบริษัทเป็นหลัก Zahra and George (2002) มองว่ายังคงมีปัจจัยในด้านอื่นที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการดูดซับความรู้ที่ยังไม่ได้รับการศึกษาเท่าที่ควรจึงได้นำหลักขีดความสามารถในการดูดซับความรู้มาทบทวนและปรับปรุงใหม่โดยให้คำจำกัดความว่าเป็นกระบวนการของบริษัทในการได้มาซึ่งความรู้ทำความเข้าใจปรับเปลี่ยนและนำความรู้นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสร้างความสามารถเชิงพลวัตให้กับบริษัท (Dynamic capabilities) หรือก็คือเพื่อให้บริษัทสามารถแข่งขันได้ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและแบ่งประเภทของขีดความสามารถในการดูดซับความรู้ออกเป็นสองประเภทหลักดังต่อไปนี้

1. ขีดความสามารถในการดูดซับเชิงศักยภาพ (Potential Absorptive Capacity) ประกอบไปด้วย 1) การได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge acquisition) คือความสามารถของบริษัทในการระบุและได้มาซึ่งความรู้จากภายนอกที่อาจนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับบริษัทได้ และ 2) ความสามารถในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจ (Assimilation capability) คือกระบวนการของ

บริษัทที่ทำให้บริษัทสามารถวิเคราะห์แปลความหมาย ตีความและทำความเข้าใจข้อมูลที่ได้รับมาจากภายนอก

2. จิตความสามารถในการดูดซับที่ได้รับรู้แล้ว (Realized Absorptive Capacity) ประกอบไปด้วย 1) ความสามารถในการปรับเปลี่ยน (Transformation capability) คือ ความสามารถของบริษัทในการพัฒนาและจัดเกลากระบวนการที่ส่งเสริมการประสานกันระหว่างความรู้ที่บริษัทมีอยู่เดิมกับความรู้ใหม่ผ่านการวิเคราะห์และทำความเข้าใจแล้ว และ 2) ความสามารถในการนำไปประยุกต์ใช้ (Exploitation capability) คือ ความสามารถของบริษัทในการนำความรู้ใหม่ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการของบริษัทที่จะสามารถสร้าง ประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับบริษัทได้

จากหลักการในข้างต้นจะเห็นว่าการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาตลอดจนความหลากหลายของทุนมนุษย์นั้น เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาจิตความสามารถในการดูดซับความรู้ที่ส่งผลต่อการสร้างและพัฒนานวัตกรรมของบริษัท ซึ่งส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันและจะทำให้เกิดผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้

ตารางที่ 2.4 การลงทุนนวัตกรรม

ผู้เขียน	ด้านการวิจัยและพัฒนา	การขายและการตลาด	ความสามารถด้านการดำเนินงาน	การได้รับความรู้ภายนอก	การพัฒนาสินค้า	การบริการ	ทุนมนุษย์
Narasimhan, Surendra and Dutta (2006)	✓	✓	✓				
Werbach (2009)							✓
Raisch et al. (2009)							✓
Royal and O'Donnell's (2008)							✓
Zhu and Huang, 2012					✓	✓	
Tung, 2012					✓	✓	
Fox and Royle (2014)	✓	✓					
Likar et al. (2014)	✓	✓		✓			
Ho and Chang (2015)		✓				✓	

การลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาเป็นตัวชี้วัดแรกที่ได้รับคามนิยมและมีการนำไปใช้ในงานวิจัยอย่างแพร่หลาย โดยเป็นหนึ่งในสัญญาณที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่เพิ่มมากยิ่งขึ้นในการเกิดขึ้นของนวัตกรรมใหม่ๆ และยังพบว่าการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาทำให้ประสิทธิผลของการวิจัยและพัฒนาเพิ่มสูงขึ้นในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งเป็นไปตามหลักจิตความสามารถในการดูดซับความรู้และแสดงให้เห็นถึงความสำคัญในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องผ่านการทดลองที่เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการวิจัยและพัฒนา (Fortune and Shelton, 2012) อย่างไรก็ตามผลการศึกษางานวิจัยบางส่วนกลับพบความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนา และผลการดำเนินงานของบริษัทที่ไม่เป็นเส้นตรง รวมทั้งบริษัทขนาดเล็กก็มักจะไม่ได้มีการแบ่งแยกการลงทุนในด้านการวิจัยและการพัฒนาออกจากค่าใช้จ่ายอื่นอย่างชัดเจน (Hashi and Stojcic, 2010) และส่งผลให้การนำค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาไปใช้ในการศึกษานั้นเป็นไปได้ยากขึ้น โดยเฉพาะสำหรับในประเทศไทยที่มีระดับการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาต่อ Gross Domestic Product (GDP) ที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ซึ่งบริษัทส่วนมากจึงไม่ได้เปิดเผยค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาในรายงานแสดงฐานะการเงินผู้วิจัยจึงตัดสินใจไม่นำค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาเนื่องจากข้อมูลมีค่อนข้างจำกัด นอกจากการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนา การลงทุนในด้านการตลาดก็ได้รับการกล่าวถึงในวงกว้างเช่นกัน เนื่องจากนับเป็นกระบวนการที่ทำให้บริษัทสามารถระบุและประเมินความต้องการของลูกค้าได้ (O'Dwyer and O' Toole, 1998) รวมทั้งยังส่งผลโดยตรงต่อการเปิดตัวสินค้าและบริการใหม่ๆ ซึ่งจำเป็นต้องมีการสร้างความรับรู้ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตลอดจนการสร้างความเข้าใจในรูปแบบและวิธีการใช้งานในสินค้าและบริการที่ลูกค้าอาจยังไม่คุ้นเคย เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเกิดความสนใจในสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่บริษัทนำเสนอ (Fox and Royle, 2014)

จากการที่ความก้าวหน้าในกระบวนการพัฒนานวัตกรรมมีความเกี่ยวข้องกับการลงทุนในกิจกรรมที่เสริมสร้างนวัตกรรม จากงานวิจัยของ Gallie and Legros (2012); Likar et al. (2014) จะเห็นได้ว่าทุนมนุษย์ก็นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการพัฒนานวัตกรรม โดยผ่านการประยุกต์ใช้ความรู้ความเข้าใจ ความสามารถ ความคิดริเริ่ม รวมทั้งความมุ่งมั่นของบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในระดับที่เหมาะสม (Chen and Huang, 2009; Yen, 2013) ในการแปรเปลี่ยนการลงทุนทั้งในด้านการวิจัยและพัฒนา ตลอดจนการขายและการตลาดให้เป็นนวัตกรรม (Fox and Royle, 2014) ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นกระบวนการดำเนินงานที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาความรู้ที่ไม่ปรากฏเด่นชัดภายในบริษัทตลอดจนเกิดเป็นปัจจัยความซับซ้อนทางสังคมและความคลุมเครือของแหล่งที่มาตามมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากรของบริษัทที่

จะส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทและสร้างเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Barney and Wright, 1998)

การวัดค่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม

การวัดค่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะให้ข้อมูลต่อองค์กรธุรกิจที่ดำเนินงานด้านสังคม ซึ่งการวัดค่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรม มีความซับซ้อนเนื่องจากการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรม มักเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนั้นจึงต้องมีความพยายามที่จะแปลงข้อมูลเชิงคุณภาพนั้นเป็นข้อมูลที่วัดได้ คือข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งการวัดค่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรม มีความหลากหลายวิธี เช่น การใช้ดัชนีความยั่งยืนที่คิดค้นโดยบริษัทวิจัยหรือตลาดหลักทรัพย์ วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา เป็นต้น

การใช้ดัชนีความยั่งยืนที่คิดค้นโดยบริษัทวิจัยหรือตลาดหลักทรัพย์

ซึ่งที่พบส่วนมากจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วเนื่องจากมีองค์กรธุรกิจหรือหน่วยงานที่คิดค้นหรือวิจัยดัชนีนี้โดยเฉพาะ แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากการประเมินผลด้านสังคมนั้นเป็นเรื่องใหม่และมีความซับซ้อนในการประเมินผลรวมทั้งมีมาตรฐานการวัดและกำหนดรูปแบบในการรายงานเหมือนกับรายงานทางบัญชี จึงทำให้วิธีประเมินหรือวิธีการสร้างดัชนีของแต่ละหน่วยงานนั้นมีความแตกต่างกัน เช่น ดัชนีของ KLD และดัชนีของ Bloomberg

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

ดัชนีสังคม ดอมีนี 400 ที่เป็นดัชนีที่สร้างขึ้นโดยบริษัท KLD Research & Analytics (KLD) ซึ่งก่อตั้งปี ค.ศ. 1989 โดย Peter Kinder, Steve Lydenbery และ Amy Domini ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยผู้ผลิตดัชนีวัดความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในอเมริกา 400 แห่ง โดยหลักเกณฑ์ในการสร้างดัชนี ประกอบด้วยเกณฑ์การคัดออกและเกณฑ์คุณภาพหลายตัว อาทิ

เกณฑ์การคัดออก เช่น ไม่รวมบริษัทผลิตไฟฟ้าที่ลงทุนในไฟฟ้านิวเคลียร์หรือได้ไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้านิวเคลียร์

เกณฑ์เชิงคุณภาพ เช่น การประเมินประวัติบริษัทในประเด็นต่างๆ เช่น สภาพแวดล้อม ความหลากหลายทางเชื้อชาติ ความสัมพันธ์กับพนักงานและสินค้า

2) คะแนนการเปิดเผยข้อมูลอีเอสจีของบลูเบิร์ก (ESG Disclosure Score) คะแนนการเปิดเผยข้อมูลอีเอสจีของบลูเบิร์ก เป็นการวิเคราะห์คะแนนความยั่งยืนของบลูเบิร์ก โดยการผนวกประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล (Environment, Social, Governance : ESG) ซึ่งข้อมูลแต่ละด้านจะถูกนำมาถ่วงน้ำหนักก่อนประมวลผลเป็นคะแนนเพื่อสะท้อนระดับความสำคัญและความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม โดยการใช้ดัชนีความยั่งยืนที่คิดค้น โดยบริษัทวิจัยหรือตลาดหลักทรัพย์ พบว่าผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวัดค่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมขององค์กรธุรกิจต่างๆ เป็นแนวทางในการศึกษา เช่น แนวทางของ KLD : Kinder Lyndenber and Domini (Tsoutsoura, 2004) และแนวทางของ IFAC เรียกว่า ESG Disclosure ของ Bloomverg (Cheung, 2010) เป็นต้น ซึ่งการวัดค่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมนั้นจะจำกัดข้อมูลในการศึกษาเฉพาะในประเทศที่มีองค์กรธุรกิจที่วัดค่าการเปิดเผยข้อมูลสำหรับในประเทศไทย

การใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) คือ การวิเคราะห์ข้อมูลที่สื่อสารหรือเปิดเผย ซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ รวมทั้งสามารถอธิบายในเชิงปริมาณได้จากงานวิจัยของ Guthrie and Mathews (1985) ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหาในรายงานความยั่งยืนเป็นเทคนิคสำหรับการรวบรวมข้อมูลซึ่งเกี่ยวข้องกับการกำหนดรหัสหรือกำหนดหัวข้อ (Codifying) ของข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นหมวดหมู่ไว้ล่วงหน้า เพื่อจะได้เป็นรูปแบบในการนำเสนอและการรายงานข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาที่จะมีประสิทธิภาพนั้นควรกำหนดวิธีวิเคราะห์ที่ต้องการให้ชัดเจนก่อนที่จะลงมือวิเคราะห์ (Guthrie and Mathews, 1985; Guthrie et al. 2004) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Steenkamp and Northcott (2007) การจัดหมวดหมู่ที่เป็นระบบและวิเคราะห์เนื้อหาของข้อความ คำจำกัดความง่ายๆ ของการวิเคราะห์เนื้อหา สามารถพบได้ในการศึกษาของ Sweeney and Coughlan (2011) “เทคนิคการวิจัยที่ใช้ในการกำหนดสถานะของคำหรือแนวคิดบางอย่างภายในข้อความและเทคนิคการวิจัยที่พยายามจะบรรยายเนื้อหาของข้อความหรือเอกสาร โดยมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือใช้วิธีการเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบและเน้นความเป็นวัตถุวิสัย (Objectivity) และอิงกรอบทฤษฎี การบรรยายจะเน้นเนื้อหาตามที่ปรากฏ ไม่เน้นการตีความหรือการหาความหมายที่ซ่อนไว้เบื้องหลัง ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องไม่มีอคติหรือใส่ความคิดความรู้สึกของตนเองเข้าไป (Mayring, 2001; Williamson and Long, 2005)

1) การใช้ปริมาณของข้อมูลที่เปิดเผย

การกำหนดขอบเขตเนื้อหาสำหรับการวิเคราะห์ โดยการกำหนดเป็นรูปแบบ (Theme) หรือหัวข้อที่เกี่ยวข้อง จากนั้นพิจารณาวิเคราะห์เนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่เปิดเผยข้อมูล ถ้าหากพบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องจะเลือกข้อมูลนั้นเพื่อแปลงเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีการนับจำนวนคำ จำนวนประโยค จำนวนหน้า เป็นต้น

ตารางที่ 2.5 วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผู้วิจัย	วิธีการวัด					
	จำนวน เอกสาร	จำนวน คำ	จำนวน ประโยค	จำนวน หน้า	จำนวน บรรทัด	รูปภาพ และ กราฟ
Cowen et al. (1987)	✓			✓		
Adams et al. (1995); Gray et al.(1995) Gray et al. (1995)	✓					
Hackston and Milne (1996)		✓	✓	✓		
Burritt and Welch (1997)					✓	
Adams and Harte (1998)	✓					
Parker (1990); Harte and Owen (1991)				✓		
Buhr (1998); Hackston and Milne (1996)			✓			
Buhr (1998); Hackston and Milne (1996)			✓			
Deegan and Rankin (1996)		✓			✓	
Deegan and Gordon (1996)		✓				
Tsang (1998)	✓		✓			
Unerman (2000)		✓	✓	✓		
Adams (2004)						✓
Campbell (2003); Gamerschlag et al. (2011)		✓				
Buhr (1998); Perrini (2005)			✓			
Cuganesan et al. (2010)					✓	✓

วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาโดยการวัดจากปริมาณของข้อมูลที่เปิดเผยเป็นวิธีการวิเคราะห์ที่ได้รับ ความสนใจจากผู้วิจัยเป็นจำนวนมากในการที่จะเลือกใช้สำหรับการวิเคราะห์การเปิดเผย ข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหา จากการศึกษาของ Unerman (1999) ที่ศึกษาปัญหาในการวัดผล

โดยการใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหาในการวัดการรายงานทางสังคม พบว่างานวิจัยแต่ละงานมีความขัดแย้งกันในการกำหนดวิธีการที่ดีที่สุดในการวัดการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมในเชิงปริมาณ ซึ่งวิธีส่วนใหญ่ ที่ได้นำมาวัดการเปิดเผยข้อมูล ได้แก่ การนับจำนวนเอกสาร จำนวนคำ จำนวนประโยค จำนวนหน้า และสัดส่วนของหน้า แต่ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติม พบว่าการใช้จำนวนประโยคน่าจะมีความถูกต้องมากกว่าการใช้สัดส่วนของหน้า

2) การกำหนดระดับความสำคัญ

การกำหนดเป็นรูปแบบ (Theme) หรือหัวข้อที่เกี่ยวข้อง จากนั้นพิจารณาวิเคราะห์เนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่เปิดเผยข้อมูลเพียงแต่ว่าการแปลงข้อมูลเป็นเชิงปริมาณนั้น ได้กำหนดเป็นระดับความสำคัญของข้อมูลที่เปิดเผย เช่น ถ้าไม่เปิดเผยข้อมูล 0 คะแนน ถ้าเปิดเผยแต่ข้อมูลนั้นไม่ใช่จำนวนเงิน 1 คะแนน และถ้าเปิดเผยจำนวนเงินให้ 2 คะแนน เป็นต้น

3) การพิจารณาจากคุณภาพของข้อมูลที่เปิดเผย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์รายละเอียดทั้งหมดของการเปิดเผยข้อมูล เช่น การเปิดเผยในลักษณะของข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน รูปภาพ เป็นต้น ซึ่งวิธีนี้ส่วนใหญ่จะแปลงข้อมูลให้เป็นเชิงปริมาณโดยใช้ความถี่ของข้อมูลที่เปิดเผยเป็นตัววัด (Steenkamp, 2007)

การวัดค่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม มีหลากหลายวิธีแม้ว่าจะยังไม่มีข้อสรุปเกี่ยวกับวิธีที่ดีที่สุดสำหรับการวัดระดับการเปิดเผยข้อมูล แต่นักวิจัยที่ศึกษาด้านนี้ได้พยายามประยุกต์วิธีการวัดค่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดเพื่อให้ผลการศึกษาก่อให้เกิดความจริงมากที่สุด

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมเป็นสิ่งที่องค์กรธุรกิจต้องปฏิบัติด้วยความสมัครใจและยังมีแนวทางหรือนโยบายการปฏิบัติที่เป็นแนวทางเดียวกัน แต่บริษัทจดทะเบียนที่ต้องการผ่านเกณฑ์การประเมินตามตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นเครื่องมือในการลงทุนสำหรับผู้ลงทุนที่ต้องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีคุณภาพและมีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความยั่งยืนตลอดจนผู้ลงทุนที่ต้องการลงทุนในหลักทรัพย์ที่สามารถสร้างผลกระทบในเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สำหรับการศึกษาจะใช้หลักเกณฑ์ในการเปิดเผยข้อมูลออกเป็น 3 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) การเปิดเผยข้อมูลตามรูปแบบการเปิดเผย (Form) เช่น ข้อความ รูปภาพ เป็นต้น 2) การเปิดเผยข้อมูลตามลักษณะการเปิดเผย (Nature) เช่น ข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน เป็นต้น 3) การเปิดเผยข้อมูลตามแหล่งการเปิดเผย (Location) (Steenkamp, 2007) เนื่องจากเป็นวิธีที่ผู้วิจัยส่วนใหญ่จะใช้วิธีนี้ในการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในรายงานความยั่งยืนหรือรายงานประจำปี ส่วนตัวชี้วัดค่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมนั้น จะใช้ทั้งตัวชี้วัดการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมที่เป็นเชิงปริมาณ

2.4 ผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm Performance)

แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm Performance)

การวัดผลการดำเนินงานของบริษัทเป็นปัจจัยที่ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลเชิงปริมาณที่นักลงทุนส่วนใหญ่จะพิจารณาคือ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ซึ่งจะประเมินจากตัวเลขที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ในการบ่งบอกถึงผลการดำเนินงานของบริษัท การวัดผลการดำเนินงานจึงมีบทบาทในการสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทนอกจากจะเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานแล้วยังเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดมูลค่า (Value) อีกด้วย (Gordon, 2000; Redding, 1997) ดังนั้นวิธีการวัดผลการดำเนินงานของบริษัทจึงถูกคิดค้นออกมาได้หลายรูปแบบกล่าวคือสามารถวัดในรูปแบบของผลการดำเนินงานทางบัญชี ผลการดำเนินงานทางเศรษฐศาสตร์หรือการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่ผสมผสานกัน

ผลการดำเนินงานทางบัญชี (Book Value)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ให้แนวคิดการวิเคราะห์หั่งบการเงินแก่ผู้ลงทุนในการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ด้วยอัตราส่วนทางการเงินไว้ดังนี้

1. อัตราส่วนวัดความสามารถในการหากำไร (Profitability Ratio) เป็นการวัดสามารถของธุรกิจ อัตราผลตอบแทนที่สูงหมายถึงความสามารถในการทำกำไรของกิจการสูง ได้แก่

- 1.1 อัตราผลตอบแทนขั้นต้น (Gross Margin)
- 1.2 อัตราผลตอบแทนจากการดำเนินงาน (Operating Margin)
- 1.3 อัตราผลตอบแทนจากกำไรสุทธิ (Net Profit Margin)
- 1.4 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (Return on Asset : ROA)
- 1.5 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE)

2. อัตราส่วนวัดสภาพคล่อง (Liquidity Ratio) เป็นการวัดความสามารถในการจ่ายคนหนี้สินระยะสั้นของกิจการ อัตราส่วนที่สูงหมายถึงธุรกิจมีสภาพคล่องทางการเงินสูง ได้แก่

- 2.1 อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current Ration)
- 2.2 อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Quick Ratio)

3. อัตราส่วนตัววัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity Ratio) เป็นการวัดบริษัทที่ลงทุนไปก่อให้เกิดรายได้กับธุรกิจมากน้อยเพียงใด อัตราส่วนสูงแสดงว่าสินทรัพย์นั้นถูกใช้ไปอย่างมีประสิทธิภาพสูง สร้างรายได้มาก ได้แก่

- 3.1 อัตราการหมุนของลูกหนี้ (Account Receivable Turnover)
- 3.2 อัตราการหมุนของสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover)
- 3.3 อัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวร (Fix Assets Turnover)

3.4 อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (Total Assets Turnover)

4. อัตราส่วนวัดภาระหนี้สิน (Leverage Ratio) เป็นการวัดความสามารถในการจ่ายคืนหนี้สินระยะยาว และความสามารถที่จะระดมทุนใหม่ในอนาคต ถ้าสัดส่วนหนี้สินมีสูงมากเท่าไร แสดงว่าธุรกิจมีความเสี่ยงสูงในการดำเนินธุรกิจและความสามารถในการกู้ยืมเงินใหม่เพื่อรักษาสภาพคล่องจะต่ำ โอกาสธุรกิจจะเกิดปัญหาถูกฟ้องร้องล้มละลายอาจเป็นไปได้ หากไม่สามารถจัดหาเงินทุนหมุนเวียนหรือเพิ่มทุนในส่วนของเจ้าของ ได้แก่

4.1 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio)

4.2 อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (Debt to Total Assets)

4.3 อัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายคืนดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio)

5. อัตราส่วนวัดมูลค่าตลาด (Market Value Ratio) เป็นการวัดมูลค่าหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ว่าน่าสนใจลงทุนหรือไม่เป็นอัตราส่วนที่วัดระหว่างราคาหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ของบริษัท เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานของบริษัทในรูปของกำไรสุทธิต่อหุ้นและมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น

5.1 อัตราส่วนราคาต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (P/E Ratio)

5.2 อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี (P/BV Ratio)

การวิเคราะห์อัตราการเติบโต (Growth Rate) เป็นวิธีหนึ่งที่นิยมกันมากคือการวิเคราะห์อัตราการเติบโตจากช่วงเวลาก่อน (หรือปีก่อน ถ้าข้อมูลเป็นรายปี) ลักษณะการคำนวณจะใช้ค่าเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เทียบกับข้อมูลของปีก่อนหน้า หรือข้อมูล ณ เวลาเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงคือใช้ข้อมูลปีก่อนเป็นฐาน นั่นเอง เป็นการคำนวณปีต่อปี หรืองวดต่องวดจึงมีความเป็นไปได้ว่าอาจมีทั้งเติบโต หรือหดตัวลงจากปีก่อน ฐานในการคำนวณในกรณีนี้จะเปลี่ยนไปทุกปี ทั้งข้อจำกัดของการพิจารณาใช้อัตราส่วนทางการเงิน ไม่จำเป็นต้องเลือกใช้ทุกอัตราส่วนทั้งหมด ในการวิเคราะห์สามารถเลือกใช้บางอัตราส่วนซึ่งขึ้นกับวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์ อย่างไรก็ตาม ควรพิจารณาให้ครอบคลุมทุกประเภทของอัตราส่วนทางการเงินเพื่อสามารถวิเคราะห์บริษัทได้ครบทุกด้านประกอบกันก่อนตัดสินใจลงทุน

ดังนั้นการวัดผลการดำเนินงานทางการเงินด้วยอัตราส่วนทางการเงิน จะมีบทบาทในการที่นักลงทุนใช้ประกอบการวิเคราะห์หลักทรัพย์ด้วยปัจจัยพื้นฐาน เพราะอัตราส่วนทางการเงินเกิดจากการสังเคราะห์ตัวเลขผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน แล้วสรุปออกมาในรูปของอัตราส่วนที่เข้าใจง่ายเพื่อความสะดวกในการเปรียบเทียบ ซึ่งหากนักลงทุนนำอัตราส่วนที่สำคัญๆ มาใช้พิจารณาประกอบนอกเหนือจากผลการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมที่ไม่ใช่ผลการ

ดำเนินงานทางตัวเลข ก็จะช่วยให้เข้าใจสถานภาพของกิจการ ความสามารถในการทำกำไร ความเสี่ยงของบริษัทและการวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนที่เข้าไปลงทุนได้

ผลการดำเนินงานทางการตลาด (Market Value)

ผลการปฏิบัติงานตามแนวคิด Tobin - Tobin's Q

Tobin's Q เป็นแนวคิดที่นำเสนอโดย Tobin's Q เป็นแนวคิดที่นำเสนอโดย Professor James T. Tobin ศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัย Yale ซึ่งได้รับรางวัลโนเบล สาขาเศรษฐศาสตร์ในปี ค.ศ.1981 Tobin's Q เป็นตัววัดผลการปฏิบัติงานที่เกิดจากแนวคิดการผสมผสานข้อมูลจากงบการเงินและมูลค่าทางการตลาด ซึ่งคำนวณ โดยการหารด้วยราคาตลาด (Market Value) ของสินทรัพย์ขององค์กรด้วยราคาเปลี่ยนแทน (Replacement Cost) ของสินทรัพย์นั้น ซึ่งราคาตลาดของสินทรัพย์จะวัดจากมูลค่าทางการตลาดของหุ้นที่อยู่ในมือของผู้ถือหุ้นและหนี้สิน Professor Tobin เชื่อว่า Tobin's Q เป็นตัววัดที่สะท้อนให้เห็นถึงมูลค่าขององค์กร เพราะอัตราส่วนนี้สามารถใช้ในการคาดการณ์การตัดสินใจจ่ายลงทุนในอนาคต ในทางปฏิบัติตัววัดนี้ไม่ได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายเมื่อเปรียบเทียบกับตัววัดอื่นๆ เช่น อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เนื่องจากความยากในการได้มาซึ่งมูลค่าทางการตลาดและราคาเปลี่ยนแทนของสินทรัพย์

สำหรับในประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทยใช้ Tobin's Q ในการวิเคราะห์วัฏจักร และแนวโน้มการลงทุนภาคเอกชน นอกจากนี้ยังคงมีการใช้ Tobin's Q เป็นตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานหรือเป็นตัววัดที่แสดงถึงมูลค่าของกิจการในงานวิจัยทางด้านบัญชีและการเงิน เช่น งานวิจัยของ Landsman and Shapiro (1995) Harney and Tower (2003) Limpaphayom and Connelly (2004) Nam (2004) Villalonga (2004) เป็นต้น ซึ่งมีงานวิจัยของ Lewellen and Badrinath (1997) ให้ความเห็นว่า การใช้ราคาเปลี่ยนแทนของสินทรัพย์เป็นตัววัดมูลค่าของกิจการเป็นสิ่งที่สมเหตุสมผล เนื่องจากราคาเปลี่ยนแปลงแสดงให้เห็นถึงมูลค่าของสินทรัพย์นั้นๆ ที่สามารถนำไปใช้ในการลงทุนอื่นคือ ถ้าองค์กรไม่สามารถใช้สินทรัพย์ในการก่อให้เกิดมูลค่าทางการตลาดได้มากกว่าราคาเปลี่ยนแทน องค์กรควรจะนำสินทรัพย์นั้นไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่น ดังนั้น องค์กรที่มีค่า Tobin's Q มากกว่า 1 จะจัดเป็นองค์กรที่สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะแสดงว่าองค์กรมีจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบบางประการในการบริหารงานที่ทำให้องค์กรได้รับผลตอบแทนของเงินลงทุนในอัตราที่สูงกว่าต้นทุนของเงินทุน ซึ่งข้อได้เปรียบนี้ส่งผลให้มูลค่าทางการตลาดขององค์กรมีค่ามากกว่ามูลค่าของสินทรัพย์ที่ใช้ไปเพื่อก่อให้เกิดมูลค่านั้นในทางตรงกันข้าม องค์กรที่มีค่า Tobin's Q น้อยกว่า 1 จะจัดเป็นองค์กรที่ไม่สามารถใช้สินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ คือ ได้รับผลตอบแทนหรือกำไรจากการลงทุนต่ำ ดังนั้นมูลค่าของกิจการต่อผู้ถือหุ้น จึงมีค่าน้อยกว่ามูลค่าของสินทรัพย์ที่ใช้ไปในการลงทุน จะเห็นได้ว่าค่า Tobin's Q สะท้อน

ให้เห็นถึงคุณภาพของการตัดสินใจจ่ายลงทุนที่ผ่านมาของผู้บริหารว่าสามารถตัดสินใจลงทุนในโครงการที่ให้ผลตอบแทน (หรือกำไร) จากการลงทุนคุ้มค่าหรือไม่ รวมทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโอกาสในการเจริญเติบโตในอนาคต

ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน Tobin's Q

ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการทดสอบคือ Tobin's Q เป็น Market-based Measure ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำ Tobin's Q มาใช้เป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของบริษัทร่วมด้วย Tobin's Q โดยมีงานวิจัยที่หลากหลายสนับสนุนความเหมาะสมในการนำ Tobin's Q มาเป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน เช่น งานวิจัยของ Lang and Stulz (1993) และ Wernerfelt and Montgomery (1988) เป็นต้น จะเห็นได้ว่า Tobin's Q เป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่สะท้อนถึงข้อมูลจากงบการเงินซึ่งเป็นข้อมูลในอดีตและมูลค่าทางการตลาดซึ่งเป็นข้อมูลคาดการณ์ในมุมมองของนักลงทุนต่ออนาคตของบริษัท อีกทั้ง Tobin's Q ยังเป็นตัวแทนของมูลค่าขององค์กรที่ดี เนื่องจาก ได้ขจัดปัญหาระหว่างผู้ถือหุ้นและฝ่ายบริหารนั่นคือ Tobin's Q แสดงถึงความเชื่อมั่นของนักลงทุนโดยวัดจากมูลค่าตลาดของหุ้นสามัญ ณ สิ้นปี หากค่า Tobin's Q มีค่าสูงก็แสดงว่ากลไกการกำกับดูแลฝ่ายบริหารมีประสิทธิภาพ เนื่องจากฝ่ายบริหารสามารถบริหารงานให้มีประสิทธิภาพในการก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ถือหุ้นได้ และถ้าหากค่า Tobin's Q มีค่าต่ำ ก็แสดงว่ากลไกการกำกับดูแลฝ่ายบริหารไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากไม่สามารถกำกับดูแลการบริหารให้ฝ่ายบริหารสามารถบริหารงานเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นได้อย่างเต็มที่

ซึ่งได้รับการยอมรับจากงานวิจัยทั้งทางด้านบัญชีและการเงินในการประเมินผลหรือมูลค่าขององค์กร Tobin's Q เป็นการวัดผลการดำเนินงานโดยการหามูลค่าตลาด (Market Value) สินทรัพย์ของบริษัทด้วยราคาเปลี่ยน (Replacement Cost) ของสินทรัพย์นั้น Lewellen and Badrinath (1997) ได้ให้ความเห็นว่า การใช้ราคาเปลี่ยนแทนสินทรัพย์เป็นตัววัดมูลค่าของบริษัท เป็นสิ่งที่เหมาะสมผล เนื่องจากราคาเปลี่ยนแทนแสดงให้เห็นมูลค่าของสินทรัพย์นั้นๆ ที่สามารถนำไปใช้ในการลงทุนอื่น ถ้าบริษัทมีความสามารถใช้สินทรัพย์ในการก่อให้เกิดมูลค่าตลาดได้มากกว่าราคาเปลี่ยนแทน บริษัทควรจะนำสินทรัพย์ไปใช้วัตถุประสงค์อื่น ดังนั้นบริษัท Tobin's Q มากกว่า 1 จะจัดเป็นบริษัทที่สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเป็นบริษัทที่มีข้อได้เปรียบในการบริหารงานให้บริษัทได้รับผลตอบแทนของเงินลงทุนในอัตราที่สูงกว่าต้นทุนของเงินลงทุน ในทางตรงกันข้ามบริษัทที่มีค่า Tobin's Q น้อยกว่า 1 จะจัดเป็นบริษัทที่ไม่สามารถใช้สินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ Chung and Pruitt (1994) ได้ปรับปรุงสูตรในการคำนวณให้ง่ายขึ้น โดยคำนวณมูลค่าทางการตลาดของบริษัทจากผลรวมของมูลค่าทางการตลาดของหุ้นสามัญ (ผลคูณของราคาตลาดของหุ้นสามัญกับจำนวนหุ้นที่มีอยู่ในมือผู้ถือหุ้น) มูลค่าทางการตลาด

ของหุ้นบุริมสิทธิ (มูลค่าไถ่ถอนของหุ้นบุริมสิทธิ) และมูลค่าทางการตลาดของหนี้สิน (มูลค่าตามบัญชีของหนี้สินหมุนเวียนสุทธิจากสินทรัพย์หมุนเวียนและมูลค่าตามบัญชีของหนี้สินระยะยาว) และใช้มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ราคาเปลี่ยนแปลงแทนของสินทรัพย์ ดังนั้น Tobin's Q คำนวณได้จาก (มูลค่าตลาดของหุ้นสามัญและหุ้นบุริมสิทธิ + หนี้สินรวม) / สินทรัพย์รวม

การคำนวณค่า Tobin's Q

นักวิจัยส่วนใหญ่นิยมใช้ Tobin's Q ในการประเมินมูลค่าขององค์กร (Lewellen and Badrinath, 1997) โดยตัวเลขจะอยู่ในรูปของ Ratio ซึ่งคำนวณจากการหารราคาตลาด (Market Value) ของสินทรัพย์ขององค์กรด้วยราคาเปลี่ยนแปลง (Replacement Cost) ของสินทรัพย์นั้น แนวทางในการคำนวณ Tobin's Q ที่ใช้ในงานวิจัยส่วนใหญ่ประกอบด้วย

1. การคำนวณ Tobin's Q ตามแนวทางของ Lindenberg and Ross (19981) ในการประมาณมูลค่าทางการตลาดขององค์กร ได้จัดประเภทหลักทรัพย์ขององค์กรออกเป็น 3 กลุ่ม คือ หุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ และหนี้สิน ราคาของหุ้นสามัญ ในวันสิ้นปีจะนำมาคำนวณมูลค่าทางการตลาดของหุ้นสามัญ มูลค่าทางการตลาดของหุ้นบุริมสิทธิคำนวณจากการหารเงินปันผล หุ้นบุริมสิทธิด้วยดัชนีผลตอบแทนของหุ้นบุริมสิทธิที่จัดทำโดย Standard and Poors ส่วนหนี้สินจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ครบกำหนดภายในปีถัดจากปีที่คำนวณจะมีราคาตลาดเท่ากับมูลค่าตามบัญชี ราคาตลาดของหนี้สินกลุ่มที่เหลือจะใช้มูลค่าปัจจุบัน (ซึ่งจะขึ้นอยู่กับอายุหนี้สิน อัตราดอกเบี้ยและอัตราผลตอบแทน เมื่อครบกำหนด) ซึ่งผลรวมมูลค่าทางการตลาดของหุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ และหนี้สินจะเท่ากับมูลค่าทางการตลาดขององค์กร

ในการคำนวณราคาเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์ Lindenberg and Ross (19981) แบ่งสินทรัพย์ขององค์กรออกเป็น 3 กลุ่ม คือ อาคารและอุปกรณ์ สินค้าคงเหลือ และสินทรัพย์อื่น โดยตั้งสมมติฐานว่าสินทรัพย์อื่นมีราคาเปลี่ยนแปลงเท่ากับมูลค่าตามบัญชี ส่วนราคาเปลี่ยนแปลงของอาคารและอุปกรณ์สุทธิจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาขึ้นอยู่กับเปลี่ยนแปลงในระดับราคา การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี อัตราค่าเสื่อมราคา ทางเศรษฐศาสตร์และการลงทุนใหม่ สำหรับสินค้าคงเหลือจะต้องปรับสินค้าคงเหลือในแต่ละปีด้วยดัชนีราคาที่เหมาะสมในกรณีที่ต้องการใช้การคำนวณต้นทุนสินค้าคงเหลือวิธี LIFO (Last-in, First-out) แต่ถ้าองค์กรคำนวณต้นทุนโดยวิธี FIFO (First-in, First-out) ราคาเปลี่ยนแปลงของสินค้าคงเหลือจะเท่ากับมูลค่าตามบัญชี และสำหรับยอดสินค้าคงเหลือที่คำนวณตามวิธีต้นทุนถัวเฉลี่ย นั้นจะถูกปรับปรุงด้วยการเปลี่ยนแปลงในระดับราคาของปีนั้น

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการคำนวณ Tobin's Q ตามแนวทางของ Lindenberg and Ross (1981) ได้แก่ การใช้อัตราค่าเสื่อมราคาเพียงอัตราเดียวสำหรับสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้องทุกประเภทและ

ไม่ได้คำนึงว่าสินทรัพย์แต่ละประเภทนั้นได้มาในเวลาที่แตกต่างกัน ไม่มีการกำหนดอายุครบกำหนดของสินทรัพย์ นอกจากนี้ราคาเปลี่ยนแปลงแทนของสินทรัพย์จะเป็นเท่าใดนั้นยังขึ้นอยู่กับปีที่เลือกมาเป็นปีฐานในการคำนวณ ปัญหาเหล่านี้ทำให้ค่าเสื่อมราคาที่ได้จากการคำนวณค่อนข้างสูง ส่งผลให้ค่า Tobin's Q ที่คำนวณตามแนวทางนี้มีค่าสูงเมื่อเปรียบเทียบกับแนวทางอื่น

2. การคำนวณ Tobin's Q ตามแนวทางของ NBER (1988) ได้จัดทำเพิ่มข้อมูลหลักของค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาของบริษัทการผลิตของสหรัฐอเมริกา และได้คำนวณค่า Tobin's Q โดยแบ่งหลักทรัพย์ขององค์กรออกเป็น 3 กลุ่ม เช่นเดียวกับแนวทางของ Lindenberg and Ross (1981) มูลค่าทางการตลาดของหุ้นสามัญจะคำนวณโดยใช้ราคาตลาดของหุ้นมูลค่าทางการตลาดของหุ้นบุริมสิทธิได้มาจากการหารเงินปันผลของหุ้นบุริมสิทธิด้วยอัตราเงินปันผลที่ออกโดย Moody's ของบริษัทที่มีอัตราความเสี่ยงเท่ากับค่ากลางมูลค่าทางการตลาดของหนี้สินระยะสั้นเท่ากับมูลค่าตามบัญชีสุทธิจากสินทรัพย์หมุนเวียนในการประมาณมูลค่าทางการตลาดของหนี้สินระยะยาวจะ

ราคาเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์มาจากผลรวมของอาคารและอุปกรณ์สุทธิปรับด้วยอัตราเงินเฟ้อ สินค้าคงเหลือที่ปรับระดับเงินเฟ้อแล้วเงินลงทุนในกิจการอื่นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนและเงินลงทุนอื่นๆ ที่ปรับด้วยอัตราเงินเฟ้อแล้ว วิธีการประมาณราคาเปลี่ยนแปลงของสินค้าคงเหลือจะคล้ายคลึงกับวิธีของ Lindenberg and Ross (1981) คือ ถ้ากิจการคำนวณต้นทุนสินค้าคงเหลือโดยใช้วิธี FIFO ราคาเปลี่ยนแปลงของสินค้าคงเหลือจะเท่ากับมูลค่าตามบัญชี แต่ถ้ากิจการใช้วิธี LIFO มูลค่าของสินค้าคงเหลือจะถูกปรับด้วยระดับดัชนีราคาของสินค้า ส่วนราคาเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์ถาวรจะได้มาจากการปรับมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ถาวรด้วยผลิตภัณฑ์ประชาชาติ (Gross National Product : GNP) เป็นมูลค่าของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายทั้งหมดที่ผลิตขึ้นในระยะเวลาหนึ่ง อย่างไรก็ตามอายุโดยเฉลี่ยของสินทรัพย์ค่อนข้างจะสูงเกินไปเนื่องจากแนวทางนี้ ไม่ได้กำหนดอายุครบกำหนดของสินทรัพย์

3. การคำนวณ Tobin's Q ตามแนวทางของ Chung and Pruitt (1994)

การคำนวณ Tobin's Q ตามแนวทางของ Lindenberg and Ross (1981) นั้นต้องใช้เวลาและการลงทุนที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากต้องมีการเก็บและประมาณข้อมูลเป็นจำนวนมากด้วยวิธีการคำนวณที่ซับซ้อน Chung and Pruitt (1994) ได้ปรับปรุงวิธีการคำนวณ Tobin's Q ให้ง่ายขึ้นโดยคำนวณมูลค่าทางการตลาดขององค์กรจากผลรวมของมูลค่าทางการตลาดของหุ้นสามัญ (ผลคูณของราคาตลาดของหุ้นสามัญและจำนวนหุ้นที่อยู่ในมือผู้ถือหุ้น) มูลค่าทางการตลาดของหุ้นบุริมสิทธิ (มูลค่าไถ่ถอนของหุ้นบุริมสิทธิ) และมูลค่าทางการตลาดของหนี้สิน (มูลค่าตามบัญชีของ

หนี้สินหมุนเวียนสุทธิจากสินทรัพย์หมุนเวียน และมูลค่าตามบัญชีของหนี้สินระยะยาว) และใช้มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์แทนราคาเปลี่ยนแปลงแทนของสินทรัพย์

เนื่องจากการคำนวณค่า Tobin's Q ตามแนวทางของ Lindenberg and Ross (1981) ได้รับการยอมรับว่ามีความถูกต้องตามหลักทฤษฎี Chung and Pruitt จึงทำการวิจัยเพื่อทดสอบว่าค่า Tobin's Q ที่คำนวณได้จะมีค่าใกล้เคียงกับค่า Tobin's Q ที่คำนวณตามแนวทางของ Lindenberg and Ross (1981) หรือไม่ผลการวิจัยเปิดเผยว่าทั้งสองค่ามีความใกล้เคียงกันมาก (มีความคล้ายคลึงกันอย่างน้อย 96%) ดังนั้นผู้ที่ต้องการใช้ค่า Tobin's Q ที่ได้จากการปรับสูตรให้ง่ายขึ้นได้อย่างมั่นใจพอสมควร

4. การคำนวณ Tobin's Q ตามแนวทางของ Lewellen and Badrinath (1997) ได้ศึกษาวิธีการคำนวณค่า Tobin's Q โดยใช้ข้อมูลที่สามารถหาได้จากฐานข้อมูล Computstat และ CRSP (the Center for Research in Security Prices) มูลค่าทางการตลาดของหุ้นสามัญจะคำนวณโดยคูณราคาตลาดของหุ้นสามัญกับจำนวนหุ้นที่อยู่ในมือถือหุ้นมูลค่าทางการตลาดของหุ้นสามัญกับจำนวนหุ้นที่อยู่ในมือผู้ถือหุ้น มูลค่าทางการตลาดของหุ้นบุริมสิทธิจะได้จากอัตราส่วนระหว่างเงินปันผลประจำปี และผลตอบแทนของหุ้นบุริมสิทธิที่มีระดับความเสี่ยงปานกลาง (ซึ่งเป็นวิธีการคำนวณที่คล้ายกับแนวทางของ NBER) มูลค่าทางการตลาดของหนี้สินระยะสั้นจะถือว่าเท่ากับมูลค่าตามบัญชีส่วนมูลค่าทางการตลาดของหนี้สินระยะยาวนั้น คำนวณโดยมีสมมติฐานว่าหนี้สินที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกันจะมีโครงสร้างการครบกำหนดเหมือนกัน ณ วันที่เริ่มคำนวณและหนี้สินนั้นได้ออกในราคาตามมูลค่า มีอายุครบกำหนด 20 ปี อัตราดอกเบี้ยเท่ากับผลตอบแทนของหุ้นกู้ที่ออกใหม่และมีระดับความน่าเชื่อถือ (Credit Rating) ที่จัดโดย Moody's เท่ากับ Baa และใช้อัตราผลตอบแทนของหุ้นกู้ในการคำนวณมูลค่าทางการตลาดของหนี้สินระยะยาว

การคำนวณตามแนวทางของ Lewellen and Badrinath (1997) จะมีปัญหาเนื่องจากข้อมูลอาจไม่ครอบคลุมระยะเวลาเพียงพอที่จะใช้ในการคำนวณราคาเปลี่ยนแปลงแทนของสินทรัพย์ถาวร Lee and Tompkins (1999) จึงได้ปรับสูตรในการคำนวณ โดยการใส่ค่าเฉลี่ยของเงินลงทุนแทนการใช้เงินลงทุนที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี และผลการวิจัยแสดงว่า Tobin's Q ที่ปรับสูตรการคำนวณแล้วมีค่าไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจากค่าที่คำนวณตามแนวทางของ Lewellen and Badrinath (1997) ในปัจจุบันแม้ว่าจะมีการใช้ Tobin's Q ในงานวิจัยอย่างแพร่หลาย แต่ยังไม่มีความเห็นถึงมูลค่าขององค์กรอย่างถูกต้องแม่นยำ ในทางปฏิบัติแล้วนักวิจัยจะใช้ข้อมูลเบื้องต้นเปิดเผยต่อบุคคลภายนอกดังนั้น จึงนิยมการคำนวณในรูปแบบที่ง่ายที่สุด คือ ใช้มูลค่าทางการบัญชี

เป็นตัวแทนของมูลค่าทางการตลาดสำหรับตัวแปรบางตัว ดังเช่นวิธีการคำนวณตามแนวของ Chung and Pruitt (1994)

ดังนั้นผลการดำเนินงานของบริษัทผู้วิจัยนำมาใช้ในการทดสอบคือ ROA และ Tobin's Q เป็นตัวชี้วัดที่เป็น Accounting-based Measure และ Tobin's Q เป็น Market-based Measure ซึ่ง Tobin's Q เป็นการวัดผลการดำเนินงานทางเศรษฐศาสตร์ที่ใช้วัดผลการดำเนินงานของบริษัทเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงานและมูลค่าขององค์กรอีกด้านหนึ่ง ซึ่งเกิดจากแนวคิดการผสมผสานของข้อมูลจากงบการเงินและมูลค่าทางการตลาด และได้รับการยอมรับจากนักวิจัยในงานวิจัยทั้งด้านบัญชีและการเงิน และในการวิจัยครั้งนี้ใช้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Asset : ROA) เป็นตัวชี้วัดทางบัญชี ซึ่งวัดผลการดำเนินงานในอดีตและมีผลกระทบจากการตกแต่งบัญชีจากผู้บริหาร ทำให้ไม่สามารถวัดผลการดำเนินงานที่เที่ยงตรงได้ แต่อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) เป็นตัวชี้วัดที่เหมาะสมเพราะตัวแปรบางตัวก็เป็นอัตราที่มาจากงบการเงินทางบัญชีเช่นเดียวกัน รวมทั้งใช้ตัววัด Tobin's Q หรือมูลค่าของกิจการ (Market Value of Assets) ที่ไม่มีผลกระทบจากการตกแต่งบัญชีสามารถสะท้อนมูลค่าของกิจการที่นำมาตัดสินใจลงทุนของผู้บริหารได้ จึงนำตัวชี้วัดทั้งทางด้านบัญชีและทางการตลาด มาศึกษาผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการพัฒนาสมมติฐาน

จากแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวข้อง ที่กล่าวมาในข้างต้น เป็นเหตุผลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม และการเน้นการลงทุนด้านนวัตกรรม ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การเน้นการลงทุนด้านนวัตกรรมผ่านผลการดำเนินงานของบริษัท โดยงานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม และการเน้นการลงทุนด้านนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของบริษัท โดยมีรายละเอียดของการพัฒนาสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.6 งานวิจัยการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม

ผู้วิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
เปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและผลการดำเนินงานของบริษัท		
Toutsoura (2004)	บริษัท S&P 500 ระหว่างปี ค.ศ. 1996-2000	การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชน และพนักงาน มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

ผู้วิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
เปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและผลการดำเนินงานของบริษัท		
Tang, Hull and Rothenberg (2012)	บริษัทจดทะเบียน 130บริษัท Morgan Stanley Capital International (MSCI) ระหว่างปี ค.ศ. 2005-2010	บริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีอัตรา ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ดีขึ้นเนื่องจากการ ดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคมมีส่วนร่วม สร้างสินทรัพย์ทั้งที่มีตัวตนและไม่มีตัวตนให้กับ บริษัทซึ่งมีผลดีต่อกำไรของบริษัท
Martinez – Ferrero et al. (2015)	บริษัทที่ไม่ใช่สถาบัน การเงินจดทะเบียน จำนวน 747 บริษัท ในระหว่างปี 2545-2553	การเปิดเผยข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องตามหลักของ GRI guidelines ดังนั้นผล การศึกษาแสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีการรายงาน ทางการเงินที่มีคุณภาพสูงมีแนวโน้มที่จะมีการ รายงานความยั่งยืนที่มีคุณภาพสูง
Jain et al. (2016)	บริษัทจดทะเบียนที่มีคะแนน ESG จำนวน 354 บริษัท	บริษัทที่มีคะแนนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ บรรษัทภิบาล สูงจะมีอัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ และอัตราส่วนกำไรที่สูงกว่าบริษัทที่มีคะแนน KLD composite ESG scores ต่ำ ในขณะที่บริษัท ที่มีคะแนน ESG สูงจะมีผลตอบแทนระยะสั้นต่ำ กว่าบริษัทที่มีคะแนน ESG ต่ำ
Murcia and Santos (2012)	บริษัทจดทะเบียนตลาด หลักทรัพย์ (ไม่รวม อุตสาหกรรมการเงิน) ประเทศบราซิล จำนวน 100 บริษัท ระหว่างปี ค.ศ. 2006- 2008	การเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจ ด้าน เศรษฐกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม Tobin'Q มี ความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลในด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

ผู้วิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
เปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและผลการดำเนินงานของบริษัท		
Murcia and Santos (2012)	บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (ไม่รวมอุตสาหกรรมการเงิน) ประเทศบราซิล จำนวน 100 บริษัท ระหว่างปี ค.ศ. 2006-2008	การเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม Tobin'Q มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม
Lu, Wang and Lee (2013)	บริษัทในอุตสาหกรรมกึ่งตัวนำ (Semiconductor Industry) ในประเทศอเมริกา ระหว่างปี ค.ศ.2004-2008	บริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างจากบริษัทที่ไม่ได้มีการดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัท
Santoso and Feliana (2014)	บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศอินโดนีเซีย จำนวน 800 บริษัท ระหว่างปี ค.ศ. 2010-2012	ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนสินทรัพย์
Yusoff et al. (2013)	บริษัทจดทะเบียน จำนวน 30 บริษัท ในประเทศมาเลเซีย ระหว่างช่วงปี ค.ศ. 2009-2011	การเปิดเผยข้อมูลจะมุ่งเน้นไปยังผู้มีส่วนได้เสียและการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานด้านสังคมมีความสำคัญกับผลการดำเนินงานทางการเงิน
Choi et al. (2015)	บริษัทที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน จำนวน 60 บริษัท ข้อมูลระหว่าง 2006-2015	การเปิดเผยข้อมูลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัท
Laskar, Maji (2017)	บริษัทจดทะเบียนที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน จากเอเชีย เป็นเวลา 6 ปี ข้อมูลระหว่าง 2009-2014	การเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัท

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

ผู้วิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
เปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและผลการดำเนินงานของบริษัท		
Malik and Kanwal (2018)	บริษัทจดทะเบียนใน ปากีสถาน ระหว่างปี 2005-2014	การเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน
Chen, Feldmann and Tang (2015)	บริษัทที่จัดทำรายงานตาม กรอบการรายงาน GRI จำนวน 75 บริษัท ในปี ค.ศ.2012	การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม กับ ความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานในเชิงบวก
การลงทุนด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัท		
Ho and Chang (2015)	สมาชิกสมาคม Almanac Logistics ได้ทุกวัน จำนวน 272 บริษัท จากฐานข้อมูล สมุดหน้าเหลืองได้ทุกวัน	ความสามารถด้านนวัตกรรมและด้านบริการ ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในอุตสาหกรรมบริการด้าน โลจิสติกส์
Hashi and Stojcic (2010)	บริษัท 4 ประเทศ คือ สาธารณรัฐเช็กสโลวาเกีย โปแลนด์และบัลแกเรียและ โครเอเชีย ระหว่างปี ค.ศ. 200-2007	นวัตกรรมการตลาดส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัท
Tsai et al. (2013)	บริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ อิเล็กทรอนิกส์และ ออปติคอลจาก Taiwan Economical Journal (TEJ) ช่วงเวลาตัวอย่างคือ ระหว่างปี 2547-2551	การวิจัยและพัฒนา การโฆษณาและทรัพยากร มนุษย์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัทที่วัด โดย Tobin's Q เป็น ตัวบ่งชี้สำคัญหน้าที่ทางธุรกิจ
Keskin (2006)	บริษัทขนาดเล็กในตุรกี จำนวน 157 ราย	ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรง ทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

ผู้วิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
การลงทุนด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัท		
Guan and Ma (2005)	บริษัทจดทะเบียนในจีน	การลงทุนด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และอัตราการเติบโตด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้มีอัตราผลตอบแทนการเพิ่มขึ้น
การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรม		
Hull and Rothenberg (2008)	ข้อมูล KLD และ Compustat จำนวน 69 บริษัท ในช่วงปี 1998-2001	การดำเนินงานด้านสังคมมีผลกระทบต่อบริษัทที่มีนวัตกรรมต่ำและอุตสาหกรรมที่มีความแตกต่างกัน
Gallego Alvarez et al. (2011)	บริษัทที่มีการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา บริษัทในยุโรป 500 แห่ง และบริษัทที่ไม่อยู่ในยุโรป 500 แห่ง ในช่วงปี 2003-2007	ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมในเชิงลบ
Abdulai Mahmoud and Hinson (2012)	ผู้จัดการการตลาดและผู้บริหารของบริษัท โทรคมนาคมในกานา จำนวน 112 บริษัท	ความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญในการสร้างสรรค์นวัตกรรม
Yeh (2015)	กลุ่มลูกค้าให้บริการได้ทุกวัน จำนวน 539 บริษัท	ความรับผิดชอบต่อสังคมกับนวัตกรรม การบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวก
Ratajczak and Szutowski (2016)	ฐานข้อมูล Scopus เอกสารวิเคราะห์มีจำนวน 24 ตีพิมพ์เผยแพร่	ความรับผิดชอบต่อสังคมกับนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในบทความที่ได้เผยแพร่

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

ผู้วิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรม		
Bocquet et al. (2017)	บริษัทจำนวน 266 แห่ง รวบรวมข้อมูลจากการ หมุนเวียนของบริษัทจาก STATEC	ความรับผิดชอบต่อสังคมมี ความสัมพันธ์กับนวัตกรรมจะช่วยให้การเติบโตของบริษัทเพิ่มขึ้น
Halkos and Skouloudis (2018)	ข้อมูลเกี่ยวกับความ รับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กร ใน 86 ประเทศ	ในการปฏิบัติงานด้านความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะมี ความสัมพันธ์ในทางลบต่อด้าน นวัตกรรม
การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม กับผลการดำเนินงานของบริษัท		
Eltantawy Fox and Giunipero (2009)	บริษัทจดทะเบียน จำนวน 162 บริษัท	ความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการ ดำเนินงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อ ผลการดำเนินงานขององค์กร แต่มี อิทธิพลทางอ้อมโดยมีชื่อเสียงของ องค์กรที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน
Galbreath (2010)	บริษัทจดทะเบียน จำนวน 189 บริษัท	ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพล เชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์กร
Saeidi et al. (2014)	บริษัทจดทะเบียน จำนวน 219 บริษัท	ความรับผิดชอบต่อสังคมอิทธิพล ทางตรงและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผล การดำเนินงานทางการเงินของ องค์กรโดยมีชื่อเสียงขององค์กรและ ความได้เปรียบทางการแข่งขันทำ หน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากงานวิจัยทั้งหมดที่กล่าวมาซึ่งเกี่ยวข้องกับเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การ
เน้นลงทุนนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของบริษัทจะเห็นว่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม

มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัท ที่แตกต่างกันจึงสามารถพัฒนาสมมติฐานของงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้

H1 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการลงทุนด้านนวัตกรรม

H1a การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมกระบวนการ

H1b การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อผลนวัตกรรมการตลาด

H1c การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมองค์กร

H1d การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

H2 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลต่อการลงทุนด้านนวัตกรรม

H2a การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมกระบวนการ

H2b การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการตลาด

H2c การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมองค์กร

H2d การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

H3 การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานมีอิทธิพลต่อการลงทุนด้านนวัตกรรม

H3a การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมกระบวนการ

H3b การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการตลาด

H3c การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมองค์กร

H3d การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

H4 การลงทุนด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการ

H4a นวัตกรรมกระบวนการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H4b นวัตกรรมกระบวนการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมูลค่าของกิจการ

H4c นวัตกรรมการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H4d นวัตกรรมการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมูลค่าของกิจการ

H4e นวัตกรรมองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H4f นวัตกรรมองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมูลค่าของกิจการ

H4g นวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H4h นวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมูลค่าของกิจการ

H5 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการ

H7 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการลงทุนด้านนวัตกรรมผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการ

H7a การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H7b การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านมูลค่าของกิจการ

H7c การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อนวัตกรรมการตลาดผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H7d การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อนวัตกรรมการตลาดผ่านมูลค่าของกิจการ

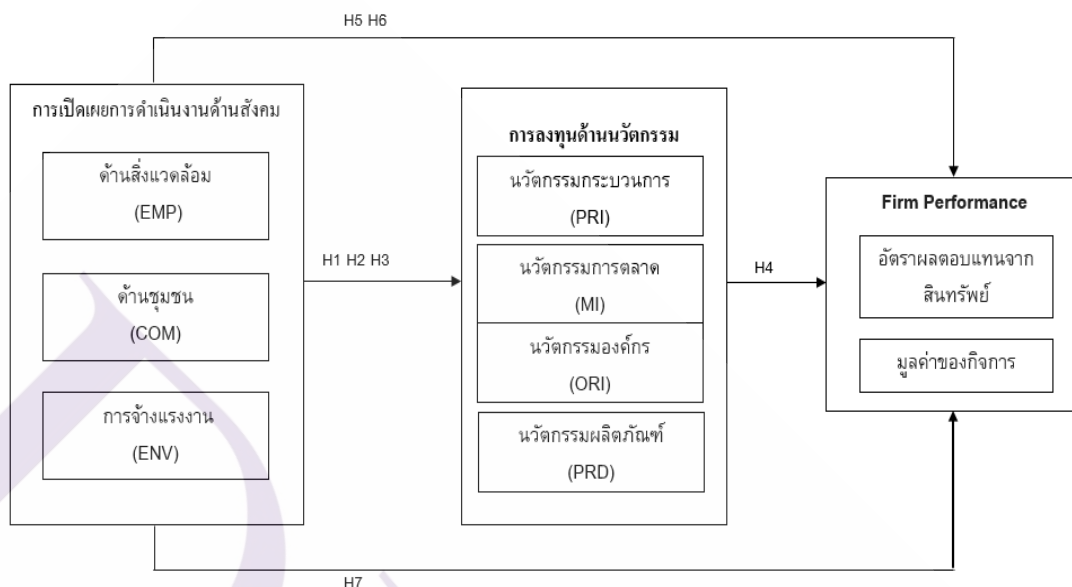
H7e การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์กรผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H7f การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์กรผ่านมูลค่าของกิจการ

H7g การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H7h การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผ่านมูลค่าของกิจการ

2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐานที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสามารถสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 2.1 โดยจากภาพที่ 2.1 จะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การเน้นการลงทุนด้านนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของบริษัท ในงานวิจัยครั้งนี้

1. การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังต่อไปนี้ ด้านชุมชน ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการจ้างงาน
2. การการลงทุนด้านนวัตกรรม แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังต่อไปนี้ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมองค์กร และนวัตกรรมการตลาด

บทสรุป

ในการวิจัยเรื่องการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของบริษัท และมูลค่าของหลักทรัพย์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีการพัฒนาสมมติฐานในงานวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory) และทฤษฎีสัญญาณ (Signaling Theory) รวมถึงแนวคิดทางด้านต่าง ๆ เช่น แนวคิดความรับผิดชอบต่อ

สังคมขององค์กร แนวคิดการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม และการเน้นการลงทุนด้านนวัตกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ แนวคิดการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรม ซึ่งการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาทำให้ได้สมมติฐานทางด้าน 1) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังต่อไปนี้ ด้านชุมชน ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการจ้างงาน 2) การลงทุนด้านนวัตกรรม แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังต่อไปนี้ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมองค์กร นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยรายละเอียดในการทดสอบสมมติฐานจะกล่าวถึงในลำดับต่อไป



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประชากร เครื่องมือ วิธีการรวบรวมข้อมูลและสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Stock Exchange of Thailand : SET) ในบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งจัดทำรายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคัดเลือกบริษัทจดทะเบียนที่ผ่านเกณฑ์การประเมินตามตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยจะมีการประกาศรายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืนและแบ่งเป็นกลุ่ม เป็นประจำทุกปี อย่างต่อเนื่องในระหว่างปี 2558-2561 มีจำนวน 6 กลุ่ม ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาในครั้งนี้มีทั้งสิ้น ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงประชากรในการศึกษา

การแบ่งกลุ่ม	2558	2559	2560	2561
กลุ่มที่ 1 บริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดสูงกว่า 100,000 ล้านบาท	3	14	23	26
กลุ่ม 2 บริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดระหว่าง 30,000 - 100,000 ล้านบาท	12	14	11	14
กลุ่มที่ 3 บริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดระหว่าง 10,000 - 30,000 ล้านบาท	5	6	7	13
กลุ่มที่ 4 บริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดระหว่าง 3,000 - 10,000 ล้านบาท	6	8	12	14

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

การแบ่งกลุ่ม	2558	2559	2560	2561
กลุ่มที่ 5 บริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดไม่เกิน 3,000 ล้านบาท	7	3	5	6
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)	5	6	7	6
รวม	38	51	65	79

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Stock Exchange of Thailand : SET) โดยคัดเลือกบริษัทจดทะเบียนที่ผ่านเกณฑ์การประเมินตามตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยศึกษาข้อมูล 4 ปีย้อนหลัง เนื่องจากในการศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปี ซึ่งบริษัทจดทะเบียนที่ผ่านเกณฑ์การประเมินตามตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นเครื่องมือในการลงทุนสำหรับผู้ลงทุนที่ต้องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีคุณภาพและมีการดำเนินธุรกิจ จำนวน 104 บริษัทในระยะเวลา 4 ปีต่อเนื่อง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึก (Record) ข้อมูลคำสำคัญ (Key word) สำหรับการค้นหาของแต่ละรายการ) ในรายงานประจำปี เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการวิเคราะห์เนื้อหาในรายงานประจำปีของธุรกิจได้ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยการสำรวจการนำวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาไปใช้ในการศึกษาและวิจัย พบว่าการวิเคราะห์เนื้อหาถูกนำมาใช้การศึกษาทางด้านนโยบายและกลยุทธ์ของธุรกิจ การบริหารจัดการองค์กร พฤติกรรมองค์กร ทรัพยากรบุคคล การจัดการที่เกี่ยวข้องกับสังคม เทคโนโลยี การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ รวมถึงทฤษฎีองค์กรต่าง ๆ (Duriau et al. 2007)

นอกจากนั้น Steenkamp (2007) ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการเปิดเผยข้อมูลออกเป็น 3 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) การเปิดเผยข้อมูลตามรูปแบบการเปิดเผย (Form) เช่น ข้อความ รูปภาพ เป็นต้น 2) การเปิดเผยข้อมูลตามลักษณะการเปิดเผย (Nature) เช่น ข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน เป็นต้น 3) การเปิดเผยข้อมูลตามแหล่งการเปิดเผย (Location) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการวิเคราะห์เนื้อหาในรายงานประจำปี ประกอบด้วย

1. รูปแบบของการเปิดเผยข้อมูล (Form of Disclosure : FD) ประกอบด้วย
 - 1.1 การเปิดเผยเนื้อหา (Texts)
 - 1.1.1 คำ (Words)
 - 1.1.2 ประพจน์ (Sentences)
 - 1.2 ภาพ (Visuals)
 - 1.2.1 แผนภูมิ (Charts)
 - 1.2.2 รูปภาพ (Pictures)
 2. ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure : ND)
 - 2.1 ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) เป็นบอกเล่าในการบรรยายในเรื่อง เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม
 - 2.2 ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) เป็นบอกเล่าในการบรรยายจำนวนประชากร จำนวนตัวเลขที่ไม่ใช่ทางการเงิน
 - 2.3 ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) เป็นบอกเล่าในการบรรยายจำนวนประชากร จำนวนตัวเลขทางการเงิน
 3. ตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure : LD)
 - 3.1 ปก (Cover Page)
 - 3.2 ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ (Financial Highlight)
 - 3.3 ข้อมูลทั่วไป (General Information)
 - 3.4 ปัจจัยความเสี่ยง (Risk Factors)
 - 3.5 ลักษณะการประกอบธุรกิจ
 - 3.6 โครงสร้างเงินทุนและการจัดการ
 - 3.7 รายการระหว่างกัน (Related Transactions)
 - 3.8 คำอธิบาย การวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน (Management Discussion and Analysis: MD&A)
 - 3.9 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์
 - 3.10 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ
 - 3.11 ข้อพิพาททางกฎหมาย
 - 3.12 การควบคุมภายใน (Internal Control)
- สำหรับขั้นตอนในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือมีดังนี้

ขั้นตอนที่ 2 การจัดทำกระดาษทำการ

การจัดทำกระดาษทำการได้พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม และการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบด้วกระดาษทำการเปิดเผยข้อมูลตามรูปแบบของการเปิดเผยข้อมูล กระดาษทำการ ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล และกระดาษทำการตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 3.6 แสดงกระดาษทำการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรมตามรูปแบบของการเปิดเผยข้อมูล

Working Paper (Form of Disclosure)

รายการ	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม			การลงทุนด้านนวัตกรรม			
	ชุมชน	สิ่งแวดล้อม	การจ้างงาน	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	นวัตกรรมกระบวนการ	นวัตกรรมการตลาด	นวัตกรรมองค์กร
Words							
Sentences							
Visuals							
รวม							

ตารางที่ 3.7 แสดงกระดาษทำการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรมตามธรรมชาติของการเปิดเผย

Working Paper (Nature of Disclosure)

รายการ	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม			การลงทุนด้านนวัตกรรม			
	ชุมชน	สิ่งแวดล้อม	การจ้างงาน	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	นวัตกรรมกระบวนการ	นวัตกรรมการตลาด	นวัตกรรมองค์กร
Declarative							
Numerical							
Fiscal Value							
รวม							

ตารางที่ 3.8 แสดงกระดาษทำการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรมตามตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล

Working Paper (Location of Disclosure)

รายการ	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม			การลงทุนด้านนวัตกรรม			
	ชุมชน	สิ่งแวดล้อม	การจ้างงาน	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	นวัตกรรมกระบวนการ	นวัตกรรมการตลาด	นวัตกรรมองค์กร
ปก							
ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ							
ข้อมูลทั่วไป							
ปัจจัยความเสี่ยง							
ลักษณะการประกอบกิจการ							
โครงสร้างเงินทุนและการจัดการ							
รายการระหว่างกัน							
คำอธิบาย การวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน							
การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์							
ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ							
ข้อพิพาททางกฎหมาย							
การควบคุมภายใน							

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับการเปิดเผยข้อมูล

การวิเคราะห์ระดับของการเปิดเผยข้อมูลแบ่งออกเป็น ระดับการเปิดเผยเชิงปริมาณ และระดับการเปิดเผยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลว่าคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลขึ้นอยู่กับปริมาณและความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Beretta and Bozzolan, 2004) ดังนั้นการวัดระดับการเปิดเผยข้อมูลจะประกอบด้วย

1. การเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณ

สำหรับการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยที่ Hackston and Milne (1996) ได้นำวิธีการวิเคราะห์เนื้อหามาใช้โดยการนับจำนวนข้อมูล อาทิเช่น จำนวนคำ (Words) จำนวนประโยค (Sentences) และจำนวนหน้า (Pages) เพื่อวัดการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับ Unerman (2000) ซึ่งใช้การนับคำ ประโยคและสัดส่วนของหน้ากระดาษ (Proportion of pages) (Gray et al. 1995 และ Burritt and Welch, 1997) ได้ใช้ หัวข้อ (Themes) มาเป็นการวัดการเปิดเผยข้อมูล รวมถึงการนับจำนวนบรรทัด (Lines)

ในการศึกษาของ Hackston and Milne (1996) ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับขนาดของกระดาษ โดยจัดแบ่งหน้ากระดาษขนาด A4 ออกเป็นจำนวน 48 ช่อง (กว้าง 6 ช่อง และ ยาว 8 ช่อง) และแนวคิดในการจัดแบ่งหน้ากระดาษดังกล่าวยังสอดคล้องกับ Gray et al. (1995) และ Unerman (2000) ซึ่งแบ่งช่องออกเป็น 875 ช่อง (25 x 35) ดังนั้นการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณจึงเป็นการวัดการเปิดเผยข้อมูลตามรูปแบบของการเปิดเผย (Form of Disclosure) ประกอบด้วย

1.1 เนื้อหา (Texts) โดยวิธีการนับจำนวนคำ (Wordcount) และจำนวนบรรทัด (Sentence count) เพื่อนับปริมาณการเปิดเผยข้อมูลตามรูปแบบของรายงานเชิงบูรณาการในรายงานประจำปี (Deegan and Gordon, 1996 Guthrie et al. 2008 และ Tsang, 1998)

1.2 ภาพ (Visuals) โดยวิธีการนับจำนวนพื้นที่ของภาพเทียบกับขนาดของกระดาษในรายงานประจำปี โดยขนาดของกระดาษในรายงานประจำปีเท่ากับขนาดกระดาษ A4 และแบ่งพื้นที่ออกได้เป็นจำนวน 48 ช่อง (6 x 8) (Adams, 2004)

2. การเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ

สำหรับการเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพนั้น ได้มีผู้ทำการศึกษา ประกอบด้วย Guthrie, Petty, Ferrier and Wells (1999) ได้แบ่งระดับของการเปิดเผยข้อมูลเป็น 4 ระดับ ซึ่งสอดคล้องกับ Bozzolan, Favotto and Ricceri (2003) ซึ่งได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมนอกจาก 4 ระดับแล้ว อีกหากมีการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณหรือตัวเลขและข้อความ ดังนั้นการเปิดเผยตามธรรมชาติของการเปิดเผยและตำแหน่งของการเปิดเผย ซึ่งสรุปได้ดังนี้ ประกอบด้วย

2.1 การเปิดเผยตามธรรมชาติของการเปิดเผย (Nature of Disclosure) โดยพัฒนาจากแนวคิดของ Wiseman (1982) ซึ่งให้คะแนน 0 – 3 ตามตารางที่ 3.2 ดังนี้

ตารางที่ 3.9 แสดงการให้คะแนนของลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล

คะแนน	รายละเอียด
คะแนน 0	ไม่เปิดเผย (Non-Disclosure)
คะแนน 1	เปิดเผยด้วยการบอกเล่าเป็นข้อความ (Declarative) หรือ ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative)
คะแนน 2	เปิดเผยด้วยข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) หรือ ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative)
คะแนน 3	เปิดเผยด้วยข้อมูลที่แสดงมูลค่า (Fiscal Value) หรือ ข้อมูลทางการเงิน (Monetary)

2.2 การเปิดเผยตามตำแหน่งของการเปิดเผย (Location of Disclosure) สำหรับคะแนนของตำแหน่งของการเปิดเผย จำนวน 13 รายการ ตามตารางที่ 3.3 ดังนี้

ตารางที่ 3.10 แสดงการให้คะแนนของตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล

คะแนน	ตำแหน่งของการเปิดเผย
คะแนน 3	<ol style="list-style-type: none"> 1. ปก 2. สารกรรมกรผู้จัดการ (Steele, 1982; Abrahamson and Amir, 1996) 3. คำอธิบาย การวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน (MD&A) (Rogers and Grant, 1997 Clarkson et al. 1994 Bryan, 1997 และ Barron et al. 1999)
คะแนน 2	<ol style="list-style-type: none"> 4. ลักษณะการประกอบธุรกิจ 5. ข้อมูลการเงินที่สำคัญ (Financial Highlights) 6. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์ 7. ปัจจัยเสี่ยง (Breton and Taffler, 2001 และ Schleicher and Walker, 1999)

ตารางที่ 3.10 (ต่อ)

คะแนน	ตำแหน่งของการเปิดเผย
คะแนน 1	8. ข้อมูลทั่วไป 9. โครงสร้างเงินทุนและการจัดการ 10. รายการระหว่างกัน 11. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ 12. ข้อพิพาททางกฎหมาย 13. การควบคุมภายใน

3. การวัดระดับการเปิดเผย

การวัดระดับการเปิดเผยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ได้พัฒนามาจากแนวคิดของ Barako (2007) ได้กำหนดระดับของการเปิดเผยภาคสมัครใจของข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านกลยุทธ์ ข้อมูลด้านการเงิน ข้อมูลในอนาคตและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสังคมและคณะกรรมการ และ โชติญาห์ หิตะพงษ์ (2549) ซึ่งสามารถสรุปเกณฑ์การวัดระดับได้ตามตารางที่ 3.11 ดังนี้

ตารางที่ 3.11 แสดงเกณฑ์การวัดระดับการเปิดเผยข้อมูล

คะแนน (ระดับเปอร์เซ็นต์ไทล์)	การแปลความหมาย	ระดับ
80.01 – 100.00	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมอยู่ในระดับมากที่สุด	5
60.01 – 80.00	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมอยู่ในระดับมาก	4
40.01 – 60.00	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมอยู่ในระดับปานกลาง	3
20.01 – 40.00	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมอยู่ในระดับน้อย	2
00.00 – 20.00	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมอยู่ในระดับน้อยที่สุด	1

ตารางที่ 3.12 แสดงเกณฑ์การวัดระดับการลงทุนด้านนวัตกรรม

คะแนน (ระดับเปอร์เซ็นต์ไทล์)	การแปลความหมาย	ระดับ
80.01 – 100.00	การเปิดเผยข้อมูลการลงทุนด้านนวัตกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด	5
60.01 – 80.00	การเปิดเผยข้อมูลการลงทุนด้านนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก	4
40.01 – 60.00	การเปิดเผยข้อมูลการลงทุนด้านนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง	3
20.01 – 40.00	การเปิดเผยข้อมูลการลงทุนด้านนวัตกรรมอยู่ในระดับน้อย	2
00.00 – 20.00	การเปิดเผยข้อมูลการลงทุนด้านนวัตกรรมอยู่ในระดับน้อยที่สุด	1

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบบันทึกข้อมูลตามรูปแบบของรายงานซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากรายงานประจำปีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Stock Exchange of Thailand – SET) ในบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งจัดทำรายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตั้งแต่ปี 2558-2561 ซึ่งมาจาก 2 แหล่งดังนี้

1. รายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืน จำนวน 104 แห่งจาก website ของบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นเอกสารเผยแพร่ของข้อมูลนักลงทุนสัมพันธ์ ทั้งรายงานประจำปีที่เป็นฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งรายงานประจำปีจะอยู่ในรูปแบบไฟล์ (PDF)

2. รายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืน จำนวน 104 แห่งจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) www.sec.or.th

โดยนำรายงานประจำปีของรายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืน ทั้ง 104 แห่งจาก 2 แหล่งข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบและตรวจสอบว่ามีความเหมือนกันทั้ง 2 แหล่ง นอกจากนั้นยังรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าในหนังสืองานวิจัยเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการคิดและวิเคราะห์ห้ตลอดนำมาเป็นแนวทางในการหาข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาและรายละเอียดของข้อมูลการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนนวัตกรรม ในรายงานประจำปี

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเป็นการนำข้อมูลทฤษฎีของตัวแปรมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ โดยเครื่องมือทางสถิติที่จะนำมาใช้ในการศึกษาคือ การวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ในการหาค่าทางสถิติที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้วิจัยนำมาใช้ในการอธิบายหรือบรรยายผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เพื่อให้ทราบลักษณะโดยทั่วไปของตัวแปรที่เก็บรวบรวมได้และเป็นการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) ของการใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) (สุวิมล ติรภานันท์, 2555, กริช แรงสูงเนิน, 2554) ได้แก่ 1) ข้อมูลมีความครบถ้วน เพื่อตรวจสอบข้อมูลตัวแปรสังเกตว่าครบถ้วนหรือไม่ 2) ข้อมูลมีการแจกแจงข้อมูล เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลมีการแจกแจงปกติหรือไม่ 3) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต เพื่อตรวจสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรสังเกตต้องไม่เกิน 0.80 โดยสถิติที่ใช้ใน

ส่วนสถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยนำมาเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่สามารถระบุทิศทางของความสัมพันธ์และขนาดของความสัมพันธ์ว่ามีค่าอยู่ในระดับใด โดยพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แทนค่าความสัมพันธ์ที่มีค่าอยู่ระหว่าง +1 และ -1 โดยเครื่องหมายบวกและลบของค่าของ r มีความหมายแตกต่างกันค่าความสัมพันธ์จำแนกได้ 3 กลุ่ม คือ (กริช แรงสูงเนิน, 2554)

กลุ่มที่ 1 ค่า r มีค่าเข้าใกล้ +1 หมายถึง คู่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงมากในทิศทางเดียวกัน

กลุ่มที่ 2 ค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง คู่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงมากในทิศทางตรงกันข้าม

กลุ่มที่ 3 ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 0 หมายถึง คู่ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 3.13 แสดงระดับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ระดับความสัมพันธ์
0.90 – 10.00	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูงมาก
0.70 – 0.90	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูง
0.50 – 0.70	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง
0.30 – 0.50	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ
0.00 – 0.30	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

จากตารางที่ 3.13 แสดงระดับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อบอกระดับความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรโดยการดูผลลัพธ์จากโปรแกรม AMOS ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) จะต้องไม่ควรมากกว่า +0.80 (กริช แรงสูงเนิน, 2554) นอกจากนี้ทำการตรวจสอบความเหมาะสมของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ในภาพรวม โดยดูจาก ค่า $KMO > 0.5$ และค่า Bartlett Test of Sphericity ต้องมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) เท่ากับ 0.000 จึงแสดงว่าข้อมูลตัวแปรชุดนี้เหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วยโปรแกรม AMOS version 18 ซึ่งการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์สมมติฐาน ระหว่างตัวแปรแฝง (Latent Variable) หลายๆ ปัจจัยพร้อมกันส่วนโปรแกรม AMOS จะทำงานควบคู่กับข้อมูลที่ได้อัปโหลดไว้ในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ จึงเหมาะแก่การใช้งานเพื่อการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อพิสูจน์การยอมรับหรือปฏิเสธความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (กริช แรงสูงเนิน, 2554) และในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ผู้วิจัยได้กำหนดสมการโครงสร้างไว้ก่อนล่วงหน้า จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ซึ่งการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเป็นวิธีที่ผสมกันระหว่าง 2 วิธี ได้แก่ 1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิง ยืนยัน

(Confirmatory Factor Analysis: CFA) และ 2) การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis: PA) (กรีซ แรงสูงเนิน, 2554; เอกสารประกอบการอบรมเทคนิคการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย โปรแกรม AMOS ดังนั้นผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เป็นการวิเคราะห์ระหว่างตัวแปรแฝง (Latent Variable) โดยการทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปร แฝงทั้ง 9 ตัวแปร ได้แก่ การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชน และการจ้างแรงงาน นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมองค์กร นวัตกรรมการตลาด อัตรา ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และมูลค่าของกิจการ (Tobin's Q)

ขั้นตอนการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยใช้โปรแกรม AMOS โมเดล สมการโครงสร้างประกอบด้วยตัวแปรแฝง (Latent Variables) เป็นตัวแปรที่ไม่สามารถวัดค่าได้ โดยตรงแต่จะประมาณค่าได้จากตัวแปรสังเกต (Observed Variables) ของแต่ละตัวแปรแฝงโดยตัว แปรแฝงแทนด้วยสัญลักษณ์รูปวงรีและตัวแปรสังเกตแทนด้วยสัญลักษณ์ รูปสี่เหลี่ยมในการ วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยใช้โปรแกรม มีขั้นตอนหลักๆ 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 กำหนดและวาด โมเดลองค์ประกอบความสัมพันธ์ (Model Specification) ระหว่างตัวแปรสังเกต (Observed Variable) และตัวแปรแฝง (Latent Variable) ที่มีหลักการมาจากการ ทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 เพื่อบอกถึงโครงสร้างของโมเดลที่ต้องการศึกษา

ขั้นที่ 2 เชื่อมข้อมูลตัวแปรที่บันทึกในโปรแกรม SPSS ไว้ก่อนแล้วเข้าไปสู่ โปรแกรม AMOS Version 18 เพื่อให้ตัวแปรอิสระใน โมเดลมีค่าตัวเลขเพื่อการวิเคราะห์

ขั้นที่ 3 เลือกสถิติที่ต้องการให้โปรแกรมวิเคราะห์เพื่อนำมาใช้ในการรายงานผลการ วิเคราะห์ โดยเลือกสถิติที่ต้องวิเคราะห์จากหน้าจอ Analysis properties หัวข้อ Estimation (เลือก Maximum Likelihood), Bias (เลือก Unbiased), Output (เลือก Maximization History, Standardized Estimates, Squared Multiple Correlations, Sample Moments, Modification Indices และอื่นๆ)

ขั้นที่ 4 ดำเนินการให้โปรแกรม AMOS วิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อการวิเคราะห์ความตรงเชิง โครงสร้าง (Construct Validity) โดยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เนื่องจากได้กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตกับตัวแปรแฝงไว้ก่อน

4.2 การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) จุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิง สาเหตุระหว่างตัวแปร โดยมีขั้นตอน 2 ส่วน คือ

4.2.1 การประมาณค่าพารามิเตอร์

1) การกำหนดข้อมูลเฉพาะของ โมเดล (Specification of The Model) เป็น การศึกษาว่าตัวแปรแฝงใดที่มีความสัมพันธ์ทางตรงทางอ้อมต่อผลตอบแทนหลักทรัพย์ โดยมี

ข้อตกลงเบื้องต้นของโมเดลว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดในโมเดลเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้น (Liner) เป็นความสัมพันธ์เชิงบวก (Additive) และเป็นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Cause Relationship) หรือความสัมพันธ์ทางเดียว (Recursive Model) ระหว่างตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Variables) และตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Variables)

2) การระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของโมเดล (Identification of The Model) ผู้วิจัยใช้เงื่อนไขกฎที่ (T-Rule) คือ จำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่าจะต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับจำนวนสมาชิกในเมทริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมของกลุ่มตัวอย่าง (df เท่ากับหรือมากกว่า 0) หรือหากต้องการให้จำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่าน้อยกว่าจำนวนสมาชิกในเมทริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมของกลุ่มตัวอย่างควรมีตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตจำนวน 3 ตัวแปรเป็นอย่างน้อย (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

3) การประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล (Parameter Estimation form The Model) ผู้วิจัยใช้การประมาณค่าโดยวิธี Maximum Likelihood (ML) ซึ่งเป็นวิธีที่แพร่หลายที่สุด วิธีนี้ใช้ฟังก์ชันความกลมกลืนที่ไม่ใช่ฟังก์ชันแบบเส้นตรงแต่ก็เป็นฟังก์ชันที่บอกความแตกต่างระหว่างเมทริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่คำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่างอันเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์และเมทริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่ถูกสร้างขึ้นจากพารามิเตอร์ที่ประมาณค่าได้จากโมเดลที่เป็นสมมติฐานค่าประมาณของพารามิเตอร์ที่ได้จากวิธี ML มีความคงเส้นคงวา (Consistency) มีประสิทธิภาพและความเป็นอิสระจากมาตรการแจกแจงสุ่มของค่าประมาณพารามิเตอร์ที่ได้วิธี ML เป็นแบบปกติและความแกร่งของค่าประมาณขึ้นอยู่กับขนาดของค่าพารามิเตอร์การใช้โปรแกรม AMOS นิยมเลือกใช้วิธีการประมาณการแบบ Maximum Likelihood (ML) เนื่องจากเป็นวิธีการที่พยายามทดสอบว่าชุดข้อมูลตัวแปรที่ได้จากการสังเกตนั้นสามารถนำมาสร้างเป็น โมเดลความสัมพันธ์ได้หรือไม่โดยการหาค่าโดยการประมาณการเปรียบเทียบเมทริกซ์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ได้จากการคำนวณกับเมทริกซ์ที่ได้จากการสังเกตและจะมีการปรับค่าให้ใกล้เคียงกันมากที่สุดนอกจากนั้นวิธีการนี้ยังกำหนดให้ข้อมูลตัวอย่างที่เก็บได้ต้องมีการกระจายปกติหลายตัวแปร (Multivariate Normal Distribution) (Arbuckle, 2007 และ Kline, 2011 อ้างใน นุจรี พิเชฐกุล และพนารัตน์ ปานมณี; Cunningham, 2008 อ้างใน กริช แรงสูงเนิน, 2554) โดยการเลือกวิธี Maximum Likelihood (ML) ในการวิเคราะห์จะให้ค่าสถิติที่สำคัญ เช่น ค่าไคสแควร์ (X^2) ค่าพารามิเตอร์ของโมเดล ค่าน้ำหนักของตัวแปร ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวนของตัวแปรในโมเดล เป็นต้น การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล (Goodness of Fit Measures) เพื่อศึกษาภาพรวมของโมเดลว่ามีความสอดคล้อง

กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ ผู้วิจัยใช้ผลลัพธ์จากตารางสถิติ 3 กลุ่ม (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่ม Estimates เป็นกลุ่มที่รวบรวมค่าสถิติทั่วไปที่จะใช้ในการอธิบายค่าต่างๆ ของโมเดล โดยใช้ค่าสถิติค่าความสัมพันธ์และน้ำหนักความสัมพันธ์จากตาราง Regression Weight ที่ค่า p หากค่า $p < 0.05$ แสดงว่าความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่หากค่า $p > 0.05$ แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและตาราง Standardized Regression Weight เพื่อทราบค่าน้ำหนักความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรและระหว่างตัวแปร

กลุ่มที่ 2 กลุ่ม Modification Indices เป็นกลุ่มที่แสดงค่า M.I จากตาราง Covariances เพื่อปรับแต่งองค์ประกอบให้ผ่านเกณฑ์และสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยแนวทางการปรับแต่งองค์ประกอบจะดำเนินการจากคู่ที่โปรแกรมพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดทีละคู่ก่อน แล้วสังเคราะห์ใหม่ ถ้าองค์ประกอบยังไม่ผ่านเกณฑ์อีกจะปรับแต่งจากตัวแปรคู่ที่โปรแกรมพบว่าค่าคลาดเคลื่อนรองลงมาไปตามลำดับ ซึ่งวิธีการปรับแต่งองค์ประกอบในสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มี 3 วิธี ได้แก่ 1) วิธีตัดตัวแปรบางตัว ออกไป โดยเลือกตัดตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักตัวแปร (Factor Loading) น้อยออกไป 2) วิธียุบรวมตัวแปร โดยเลือกรวมตัวแปรในคู่ที่มีค่า M.I สูงๆ แล้วสร้างตัวแปรใหม่แทน 3) วิธีการเชื่อมเส้นลูกศร โดยเพิ่มเส้นลูกศรแบบสองหัวเชื่อมระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนคู่ที่มีค่า M.I มากที่สุด เพราะการเพิ่มเส้นลูกศรจะทำให้ค่าพารามิเตอร์เพิ่มและทำให้ค่า df ลดลง เมื่อค่า df ลดลงจะมีผลทำให้ ค่าสถิติดีขึ้น

กลุ่มที่ 3 กลุ่ม Model Fit เป็นกลุ่มที่แสดงว่าค่าสถิติต่างๆ เพื่อพิจารณาว่าโมเดลผ่านเกณฑ์หรือไม่ และเป็นการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของโมเดล (Model Fit) และเพื่อชี้ว่าโมเดลนั้นๆ มีความน่าเชื่อถือเพียงใด โดยใช้ค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของโมเดลจากตาราง 3.14 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล ดังนี้ (Byrne, 2001; กริช แรงสูงเนิน, 2554 อ้างถึง Kline, 2005; ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555; เอกสาร ประกอบการอบรมเทคนิคการวิเคราะห์สมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยโปรแกรม AMOS โดย รศ.ดร.กัลยา วานิชย์บัญชา เมื่อวันที่ 23-25 พฤศจิกายน 2554; เอกสารประกอบการอบรม “การวิเคราะห์สถิติด้วยโมเดลสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling)

ตารางที่ 3.14 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล

สัญลักษณ์	ค่าสถิติ	วัตถุประสงค์	เกณฑ์	การพิจารณา
CMIN-p	Chi-square Probability Level	เพื่อตรวจสอบค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ ซึ่งจะต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	$P > 0.05$	ค่า p ต้องมากกว่า 0.05 ค่า p ยิ่งมากยิ่งดี
CMIN/df	Relative Chi-square	ตรวจสอบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	< 3	ค่า CMIN/df ต้องน้อยกว่า 3 ค่า CMIN/df เข้าใกล้ 0 ยิ่งดี
GFI	Goodness of Fit index	เพื่อวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบโดยมีค่าระหว่าง 0.1.00	> 0.90	ค่า GFI ต้องมากกว่า 0.90 ค่า GFI เข้าใกล้ 1 ยิ่งดี
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation	เพื่อบอกค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแบบในรูปของรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณค่าระหว่าง 0-1.00	< 0.08	ค่า RMSEA ต้องน้อยกว่า 0.08 ค่า RMSEA เข้าใกล้ 0 ยิ่งดี

จากตาราง 3.14 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ค่าดัชนี ทั้ง 6 รายการ ได้แก่ X^2 , X^2/df , GFI1, AGFI, CFI และ RMSEA มาทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลตามสมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังนี้

1. ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square: X^2) เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความสอดคล้อง กลมกลืนของโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ถ้าค่าสถิติไคสแควร์มีค่าสูงมากและมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หรืออีกนัยหนึ่ง คือโมเดลตามสมมติฐานยังไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งผู้วิจัยต้องดำเนินการปรับ โมเดลต่อไปจนค่าสถิติไคสแควร์ที่ทดสอบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) มากกว่า 0.05 จึงแสดงว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้อง กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (Chi-Square Statistic Comparing The Tested Model and The Independent Model With The Saturated Model (X^2/df) ค่า X^2/df เป็นค่าไคสแควร์ (Chi-Square: X^2) หารด้วยค่า degrees of freedom โดยทั่วไปแล้วค่าที่ได้ที่น้อยกว่า 3 จะเป็นค่าที่ดีและค่าที่เข้าใกล้หรือเท่ากับ 0 จะเป็นค่าที่ดีที่สุด

3. ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) ควรอยู่ระหว่าง 0-1 โดยค่า 1 หมายถึงค่าชี้วัดที่แสดงว่าโมเดลนั้นๆ มีความสอดคล้องกลมกลืนที่สุดแต่หากค่า GFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ

4. ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness Fit Index: AGFI) ควรมีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 โดยค่า 1 หมายถึงค่าชี้วัดที่แสดงว่าโมเดลนั้นๆ มีความสอดคล้องกลมกลืนที่สุด แต่หากค่า AGFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ

5. ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) จะพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์โดยค่า CFI อยู่ระหว่าง 0 และ 1 และหากค่า CFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ

6. ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Squared Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าสถิติจากข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับค่าไคสแควร์ว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความเที่ยงตรงนั้น ไม่สอดคล้องกับความจริง RMSEA ควรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.05-0.08 หรือน้อยกว่า 0.08 ซึ่งแสดงว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และค่าที่เข้าใกล้ 0 ถือว่าเป็นค่าที่ดีที่สุด

สถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้น ใช้พิจารณาโมเดลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้หากค่าสถิติที่คำนวณได้ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดต้องปรับ โมเดลใหม่โดยอาศัยเหตุผลเชิงทฤษฎีและค่าดัชนีปรับแต่งโมเดล (Model Modification Indices) ซึ่งเป็นค่าสถิติเฉพาะของพารามิเตอร์แต่ละตัวทำการปรับ โมเดลจนได้โมเดล

มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีค่าสถิติตามเกณฑ์ที่กำหนด ขั้นที่ 5 ผู้วิจัยทำการปรับโมเดลใหม่ (Re-specified Model) หากพบว่าผลการวิเคราะห์แสดงถึงการไม่ยอมรับในโมเดลจะทำการปรับ โมเดลตามคำแนะนำของค่า M.I (Modification Indices) จากนั้นจึงทำการให้โปรแกรม AMOS วิเคราะห์ใหม่อีกครั้งจนกระทั่งผลการวิเคราะห์เป็นที่ยอมรับขั้นที่ 6 แปลผลการวิเคราะห์สถิติที่ได้ เป็นการสรุปผลงานวิจัยตามค่าสถิติที่กำหนดไว้เพื่อตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย

3.5 บทสรุป

การศึกษาการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประชากรเครื่องมือ วิธีการรวบรวมข้อมูลและเทคนิคการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงสำรวจ โดยเริ่มจากการจัดทำแบบบันทึกข้อมูลการจัดทำกระดาษทำการการวิเคราะห์ระดับการเปิดเผยข้อมูลและการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยัน

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทที่จะกล่าวถึงผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลตามดัชนีการเปิดเผยการดำเนินงานที่ได้เสนอไว้ในบทที่ 3 ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นในการศึกษาการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนการลงทุนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย (Thailand Sustainable Investment) ซึ่งในการศึกษาได้แบ่งประเภทการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม 3 ด้าน คือ ชุมชน สิ่งแวดล้อม การจ้างแรงงาน และการลงทุนด้านนวัตกรรม 4 ด้าน คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร โดยข้อมูลที่น่ามาศึกษามีทั้งการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพคือ ลักษณะการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม และการลงทุนด้านนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วย รูปแบบของการเปิดเผยข้อมูล (Form of Disclosure) คือ การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) สำหรับผลการดำเนินงานทางการเงินนั้นประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และมูลค่าของกิจการ (Tobin's Q)

ในการศึกษานี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลรวมทั้งอธิบายระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม และการลงทุนด้านนวัตกรรมและการวิเคราะห์เชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในรายงานประจำปี

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปี

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลประกอบการทางการเงินของบริษัท

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ได้แก่

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของการลงทุนด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน

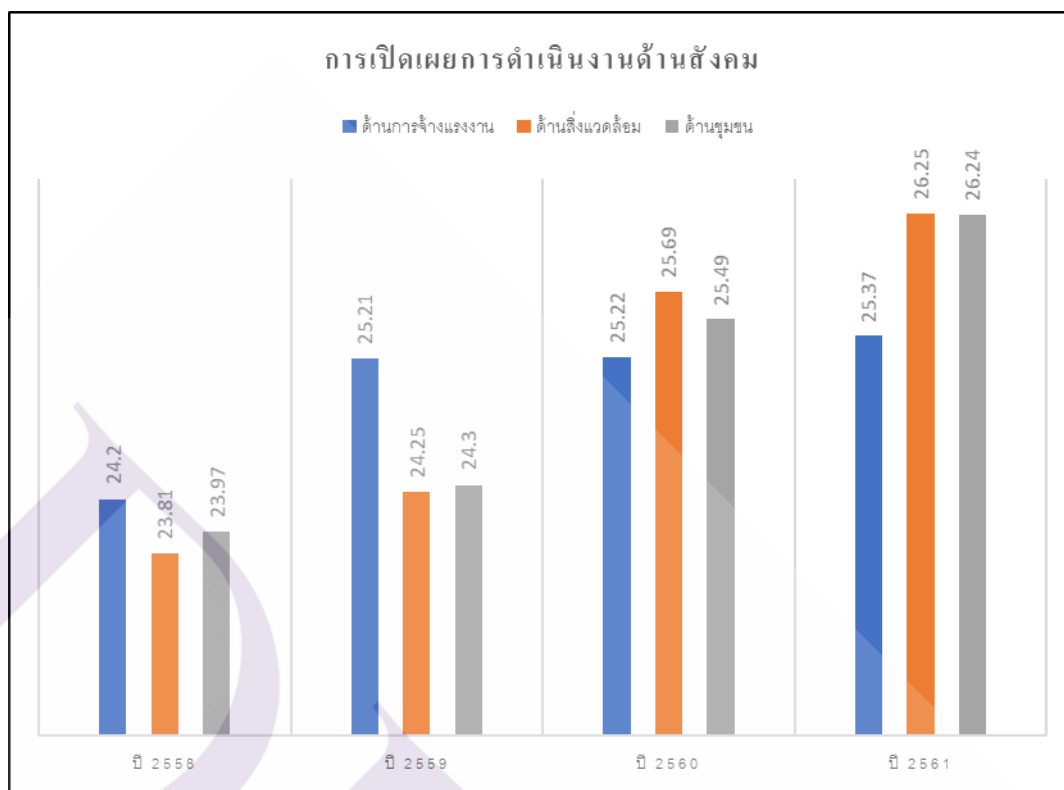
- 4.2.3 ผลการวิเคราะห์การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมที่ส่งผลต่อการลงทุนด้านนวัตกรรม
- 4.3 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นการสรุปถึงลักษณะโดยทั่วไปในขั้นตอนของข้อมูล โดยการศึกษานี้ได้นำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในรายงานประจำปี

ในการศึกษานี้ได้ศึกษาการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากรายงานประจำปี ตั้งแต่ปี 2558-2561 จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่ามีบริษัทที่มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ดังกล่าว จำนวน 104 บริษัท ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาในครั้งนี้มีทั้งสิ้น 416 ข้อมูล ผลการวิเคราะห์การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในรายงานประจำปี ในส่วนนี้เป็น การวิเคราะห์การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ซึ่งจำแนกเป็นรายด้านคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชน และด้านการจ้างแรงงาน ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.1 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ภาพรวม

จากภาพที่ 4.1 แสดงถึงการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในรายงานประจำปีในส่วนนี้เป็นวิเคราะห์การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในปี 2558 โดยมีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน โดยค่าเฉลี่ยร้อยละ 23.97 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยค่าเฉลี่ยร้อยละ 23.81 และการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงาน โดยค่าเฉลี่ยร้อยละ 24.20

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในปี 2559 โดยมีการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้าง

แรงงาน โดยค่าเฉลี่ยร้อยละ 25.21 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน โดยค่าเฉลี่ยร้อยละ 24.25 และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยค่าเฉลี่ยร้อยละ 24.20

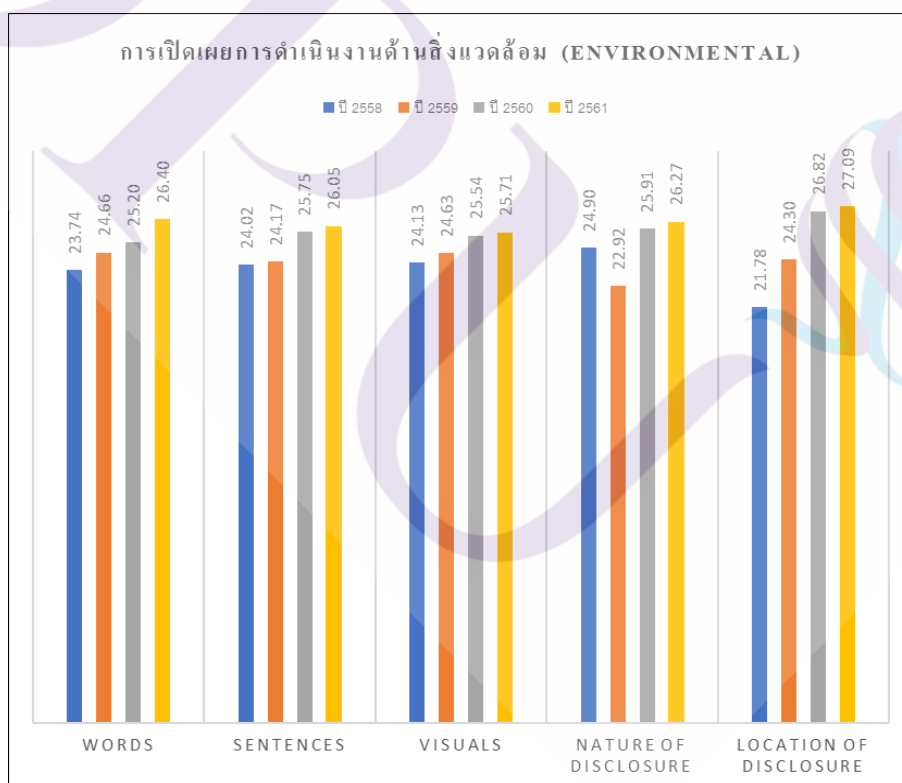
การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในปี 2560 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยค่าเฉลี่ยร้อยละ 25.69 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน โดยค่าเฉลี่ยร้อยละ 25.49 และการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงาน โดยค่าเฉลี่ยร้อยละ 25.22

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในปี 2561 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมโดยค่าเฉลี่ยร้อยละ 26.25 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน โดยค่าเฉลี่ยร้อยละ 26.24 และการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงาน โดยค่าเฉลี่ยร้อยละ 25.37

โดยแนวโน้มในแต่ละปีมีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นั้นแสดงว่าบริษัทให้ความสำคัญกับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม เพื่อให้นักลงทุนได้เห็นผลการดำเนินงานด้านสังคมและพิจารณาในการลงทุน

4.1.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในรายงานประจำปี จำแนกตามลักษณะการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ตามลักษณะของข้อมูลที่เปิดเผย ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page), บรรทัด (Sentences), ภาพ (Visuals), ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.2 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม จำแนกตามลักษณะการเปิดเผยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

จากภาพที่ 4.2 แสดงถึงการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในรายงานประจำปี
จำแนกตามลักษณะการเปิดเผยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า
ส่วนใหญ่บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืน

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในลักษณะของการเปิดเผยเนื้อหา (Texts)
ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 23.74 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 24.66 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560
โดยค่าเฉลี่ย 25.20 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 26.40 เปอร์เซ็นต์

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในลักษณะของบรรทัด (Sentences) ซึ่งในปี
2558 โดยค่าเฉลี่ย 24.02 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 24.17 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดย
ค่าเฉลี่ย 25.75 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 26.05 เปอร์เซ็นต์

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในลักษณะของภาพ (Visuals) ซึ่งในปี
2558 โดยค่าเฉลี่ย 24.13 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 24.63 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดย
ค่าเฉลี่ย 25.54 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 25.71 เปอร์เซ็นต์

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในลักษณะของลักษณะของการเปิดเผย
ข้อมูล (Nature of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 2.90 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย
22.92 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 25.91 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 26.27
เปอร์เซ็นต์

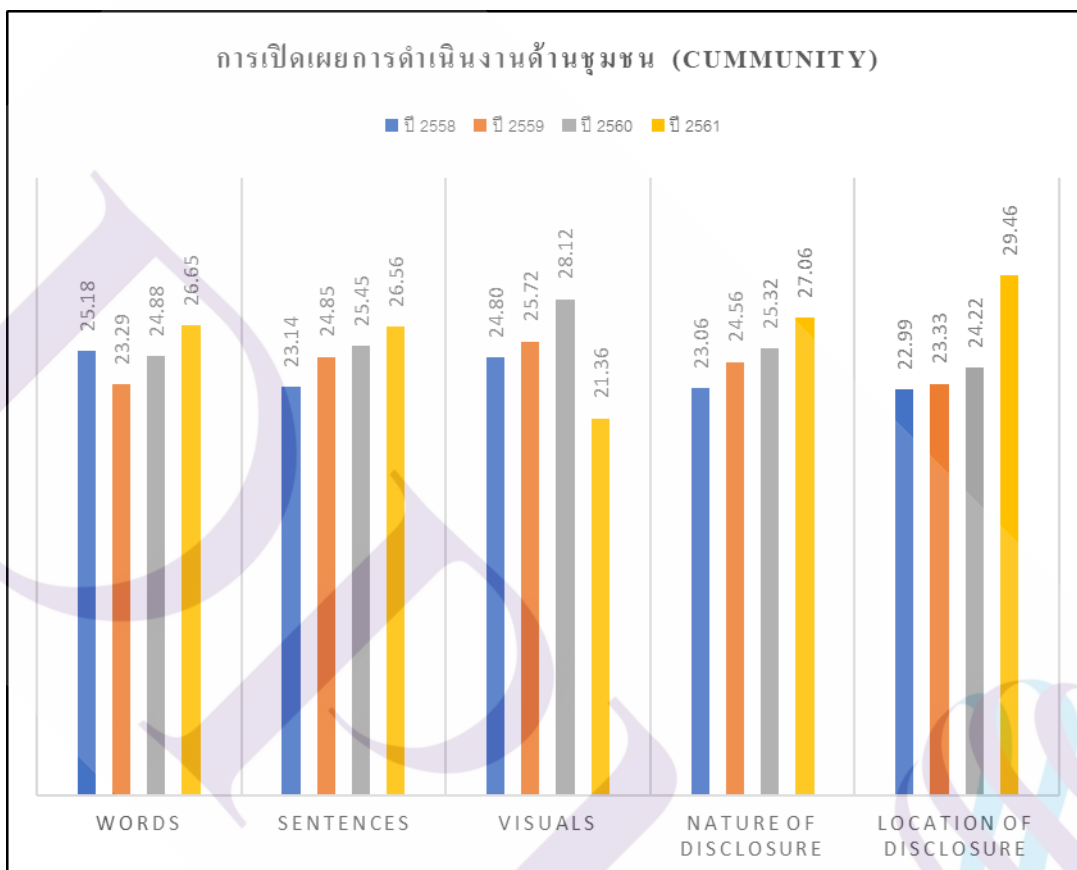
การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในลักษณะของตำแหน่งของการเปิดเผย
ข้อมูล (Location of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 21.78 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดย
ค่าเฉลี่ย 24.30 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 26.82 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 27.09
เปอร์เซ็นต์

โดยแนวโน้มในแต่ละปีมีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ นั้น
แสดงว่าบริษัทให้ความสำคัญกับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยส่วนใหญ่บริษัทจะ
ตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยเนื้อหาส่วนมากมีการกล่าวถึงเรื่องการ
ใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าการตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การป้องกัน
มลพิษทั้งทางอากาศ

4.1.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในรายงานประจำปี
จำแนกตามลักษณะการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน (Community)

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ตามลักษณะของข้อมูลที่เปิดเผย ซึ่งประกอบด้วย การ
เปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences), ภาพ (Visuals), ลักษณะ

ของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.3 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม จำแนกตามลักษณะการเปิดเผยด้านชุมชน (Community)

จากภาพที่ 4.3 แสดงถึงการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในรายงานประจำปีจำแนกตามลักษณะการเปิดเผยด้านชุมชน (Community) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืน

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน ในลักษณะของการเปิดเผยเนื้อหา (Texts) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 25.18 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 23.29 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 24.88 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 26.65 เปอร์เซ็นต์

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน ในลักษณะของบรรทัด (Sentences) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 23.14 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 24.85 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 25.45 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 26.56 เปอร์เซ็นต์

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน ในลักษณะของภาพ (Visuals) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 24.80 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 25.72 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 28.12 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 21.36 เปอร์เซ็นต์

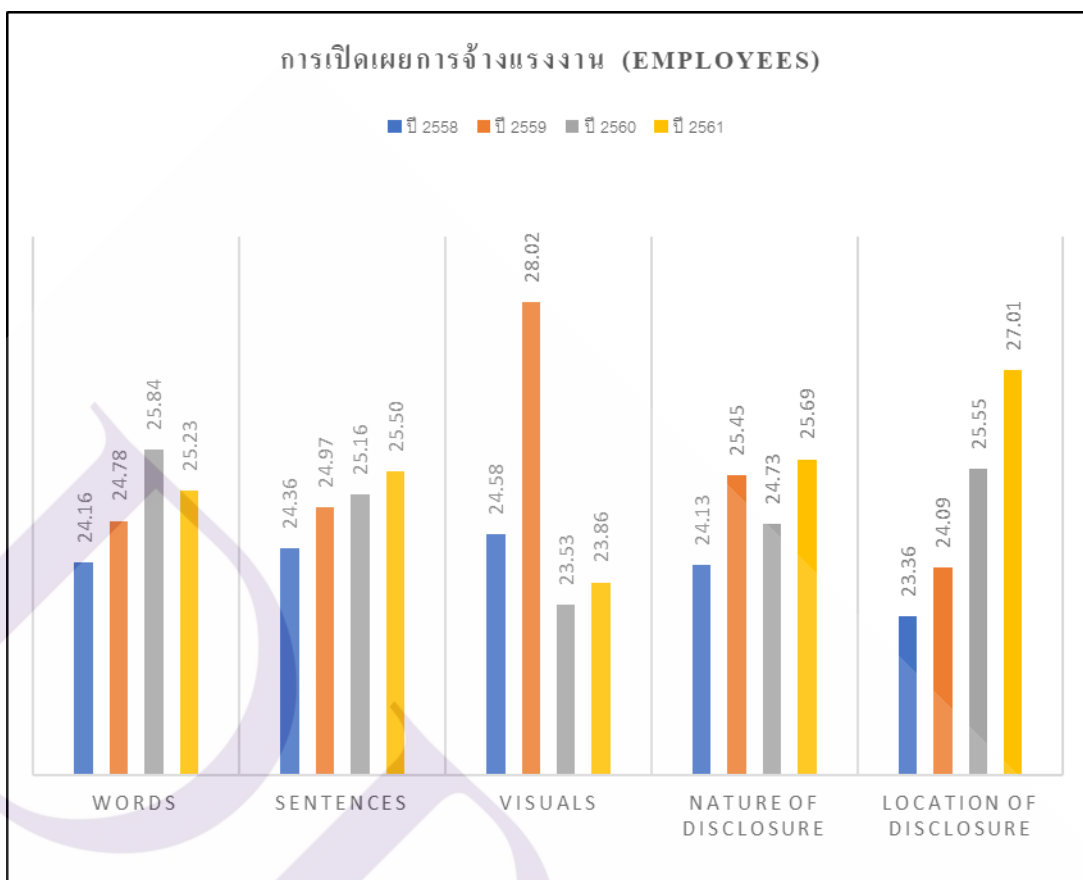
การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน ในลักษณะของลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 23.06 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 24.56 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 25.32 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 27.06 เปอร์เซ็นต์

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน ในลักษณะของตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 22.99 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 23.33 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 24.22 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 29.46 เปอร์เซ็นต์

โดยแนวโน้มในแต่ละปีบริษัทมีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นั้นหมายความว่าบริษัทให้ความสำคัญในการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนจะเน้นเรื่องการค้าบริการเพื่อร่วมพัฒนาสังคมและชุมชน

4.1.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในรายงานประจำปีจำแนกตามลักษณะการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงาน (Employees)

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ตามลักษณะของข้อมูลที่เปิดเผย ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด, (Sentences), ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.4 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม จำแนกตามลักษณะการเปิดเผย ด้านการจ้างแรงงาน (Employees)

จากภาพที่ 4.4 แสดงถึงการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในรายงานประจำปี จำแนกตามลักษณะการเปิดเผยด้านการจ้างแรงงาน (Employees) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability (THSI) หรือรายชื่อยังอื่น

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน ในลักษณะของการเปิดเผยเนื้อหา (Texts) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 24.16 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 24.78 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 25.84 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 25.23 เปอร์เซ็นต์

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน ในลักษณะของบรรทัด (Sentences) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 24.36 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 24.97 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 25.61 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 25.50 เปอร์เซ็นต์

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน ในลักษณะของภาพ (Visuals) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 24.58 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 28.02 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 23.53 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 23.86 เปอร์เซ็นต์

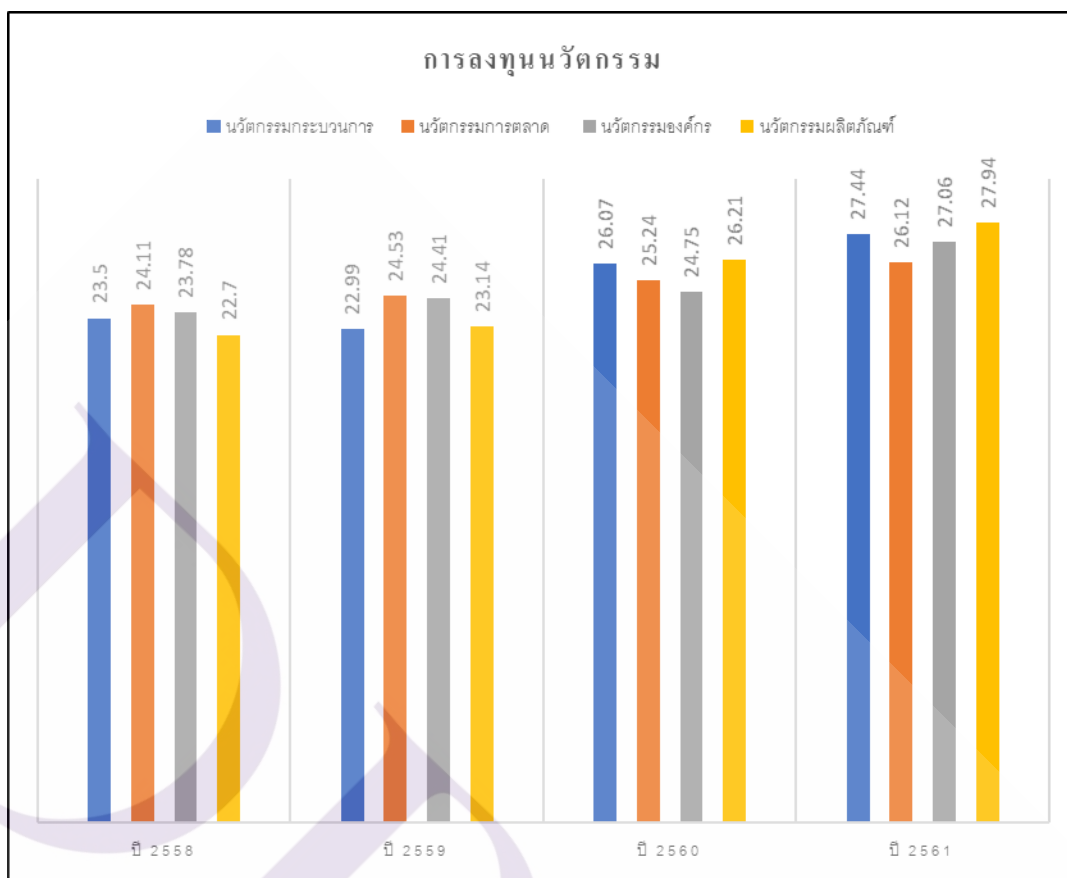
การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน ในลักษณะของลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 24.13 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 25.45 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 24.73 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 25.69 เปอร์เซ็นต์

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน ในลักษณะของตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 23.36 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 24.09 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 25.55 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 27.01 เปอร์เซ็นต์

ซึ่งจากการวิเคราะห์เนื้อหาการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงาน มีแนวโน้มในการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น เนื่องจากว่าบริษัทได้ให้ความสำคัญในเรื่องของนโยบายการจ้างแรงงาน การบริหารสวัสดิการ การบริหารค่าจ้างและผลตอบแทน การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากร เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพให้กับพนักงาน ดังนั้นบริษัทจึงมีการเปิดเผยข้อมูลในเรื่องดังกล่าวเพิ่มขึ้น

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปี

ผลการวิเคราะห์การลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปี ในส่วนนี้เป็น การวิเคราะห์การลงทุนด้านนวัตกรรม ซึ่งจำแนกเป็นรายด้านคือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมองค์กร และนวัตกรรมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้



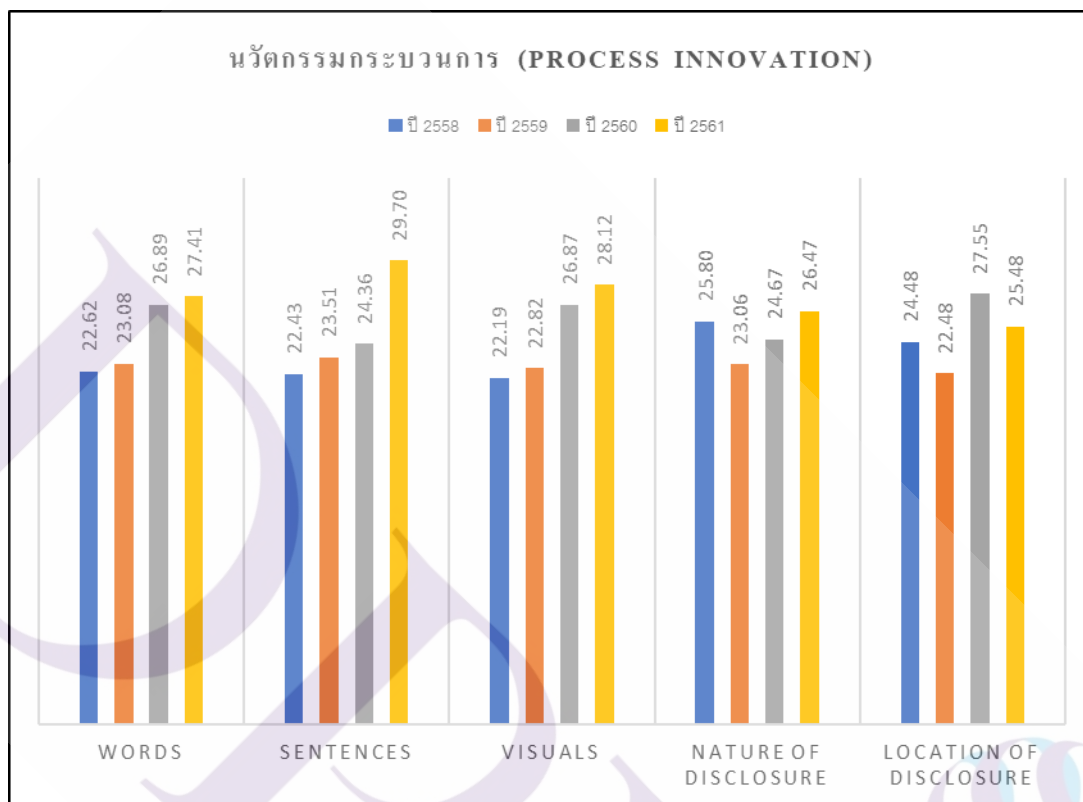
ภาพที่ 4.5 การลงทุนด้านนวัตกรรม โดยรวม

จากภาพที่ 4.5 แสดงถึงการลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปีในส่วนนี้เป็นวิเคราะห์ การลงทุนด้านนวัตกรรม ในปี 2558 นวัตกรรมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 24.11 ในปี 2559 นวัตกรรมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 24.53 ในปี 2560 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 26.21 และในปี 2561 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 27.94 ซึ่งการลงทุนด้านนวัตกรรมมีการเปิดเผยให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มขึ้นเรื่อยเนื่องจากว่าบริษัทต้องจะให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับข้อมูลข่าวสารในการลงทุนนวัตกรรมของบริษัทเพิ่มขึ้นเรื่อยๆเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับบริษัท

4.1.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปีจำแนกตาม นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ตามนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page), บรรทัด (Sentences), ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า

(Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.6 การลงทุนด้านนวัตกรรม จำแนกนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)

จากภาพที่ 4.6 แสดงถึงการลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปี นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืน

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของการเปิดเผยเนื้อหา (Texts) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 22.62 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 23.08 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 26.89 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 27.41 เปอร์เซ็นต์

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของบรรทัด (Sentences) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 22.43 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 23.51 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 24.36 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 29.70 เปอร์เซ็นต์

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของภาพ (Visuals) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 22.19 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 22.82 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 26.87 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 28.12 เปอร์เซ็นต์

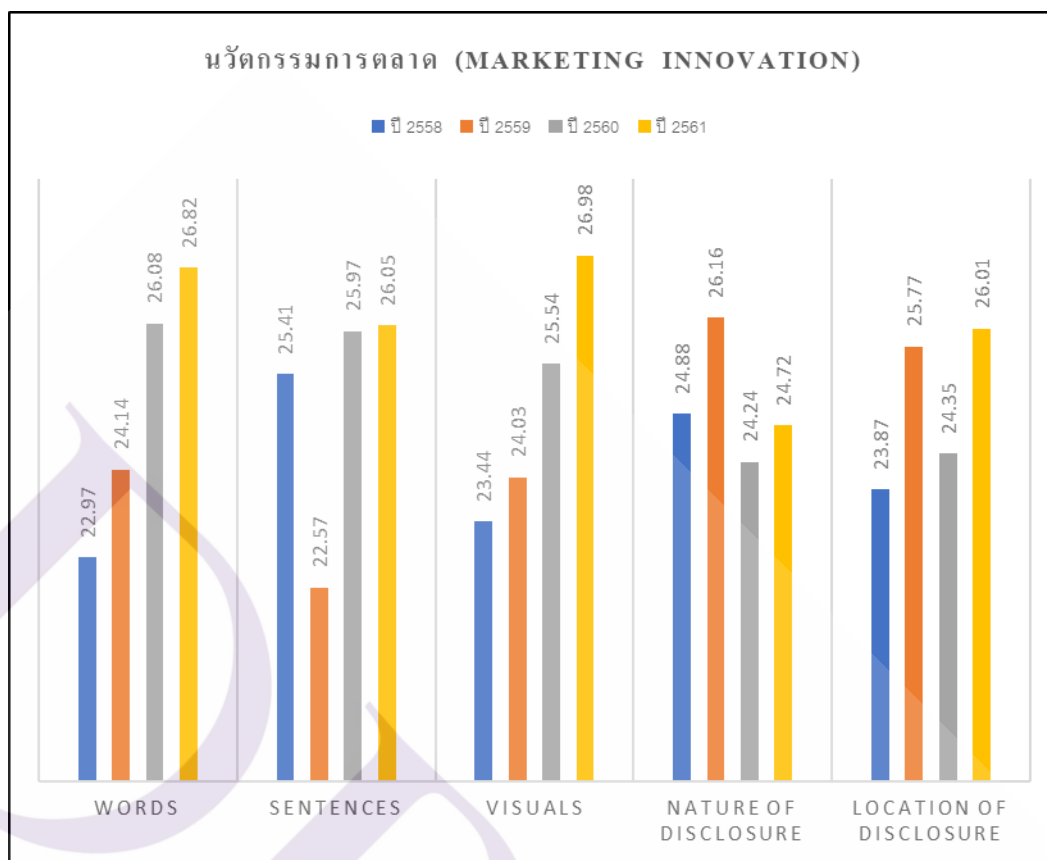
การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 25.80 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 23.06 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 24.67 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 26.47 เปอร์เซ็นต์

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 24.48 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 22.48 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 2.55 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 25.48 เปอร์เซ็นต์

โดยมีแนวโน้มว่าบริษัทจะมีการเปิดเผยข้อมูลการลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการเพิ่มขึ้นอยู่ทุกๆ ปี ซึ่งในบริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการใหม่ในการพัฒนาปรับปรุง หรือ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านเทคนิคเครื่องมือและอุปกรณ์ และซอฟต์แวร์

4.1.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปีจำแนกตาม นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation)

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ตามนวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page), บรรทัด (Sentences), ภาพ (Visuals), ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.7 การลงทุนด้านนวัตกรรม จำแนกตามนวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation)

จากภาพที่ 4.7 แสดงถึงการลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปี นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืน

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของการเปิดเผยเนื้อหา (Texts) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 22.97 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 24.14 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 26.08 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 26.82 เปอร์เซ็นต์

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของบรรทัด (Sentences) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 25.41 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 22.57 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 25.97 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 26.05 เปอร์เซ็นต์

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของภาพ (Visuals) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 23.44 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 24.03 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 25.54 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 26.98 เปอร์เซ็นต์

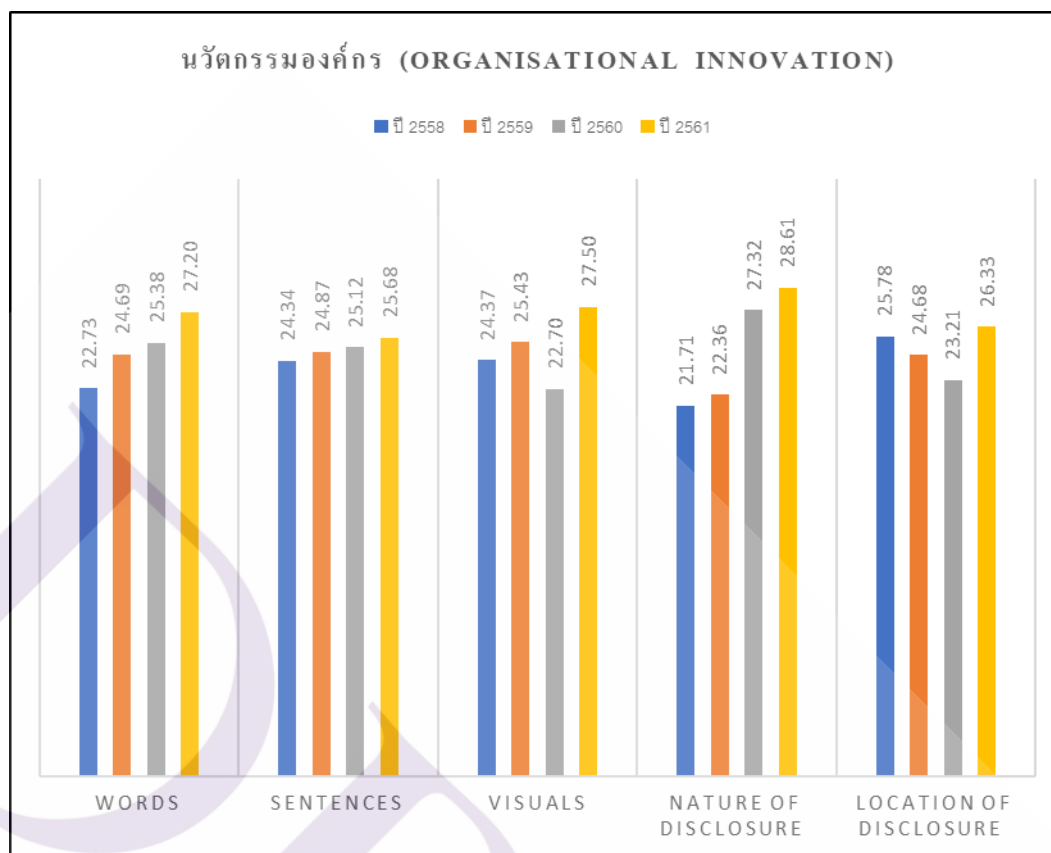
การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 24.88 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 26.16 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 24.24 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 24.72 เปอร์เซ็นต์

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 23.87 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 25.77 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 24.35 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 26.01 เปอร์เซ็นต์

ซึ่งในแต่ละปีของการเปิดเผยข้อมูลการลงทุนนวัตกรรมการตลาดมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นเรื่อยและบริษัทมีการเปิดเผยเรื่องผลิตภัณฑ์และบริการขึ้นตลอดเพื่อให้บริษัทได้มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการทางการตลาดรูปแบบใหม่ ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การจัดวางสินค้า และการส่งเสริม การตลาด และการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์และบริการ

4.1.2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปีจำแนกตาม นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation)

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ตามนวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page), บรรทัด (Sentences), ภาพ (Visuals), ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.8 การลงทุนด้านนวัตกรรม จำแนกตามนวัตกรรมองค์กร (Organisational Innovation)

จากภาพที่ 4.8 แสดงถึงการลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปี นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืน

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของการเปิดเผยเนื้อหา (Texts) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 22.73 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 24.69 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 25.38 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 27.20 เปอร์เซ็นต์

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของบรรทัด (Sentences) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 24.34 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 24.87 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 25.12 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 25.68 เปอร์เซ็นต์

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของภาพ (Visuals) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 24.37 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 25.43 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 22.70 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 27.50 เปอร์เซ็นต์

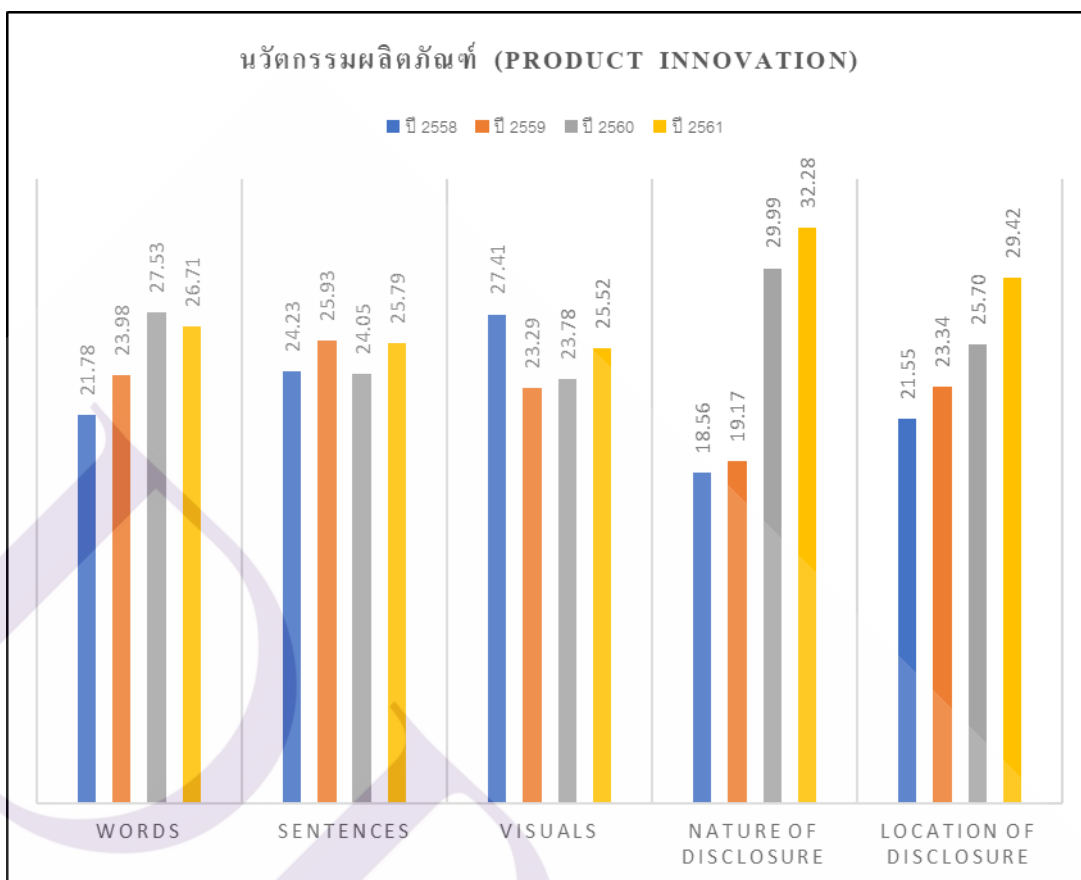
การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 21.71 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 22.36 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 27.32 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 28.61 เปอร์เซ็นต์

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 25.78 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 24.68 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 23.21 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 26.33 เปอร์เซ็นต์

มีแนวโน้มว่าการเปิดเผยข้อมูลการลงทุนขององค์กรมีเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากบริษัทมีการปรับแนวทางการดำเนินงานในองค์กรไปสู่รูปแบบใหม่ ทั้งการเปลี่ยนแปลงหลักปฏิบัติทางธุรกิจ การจัดสถานที่ทำงานหรือความสัมพันธ์ภายนอกองค์กร (External Relations)

4.1.2.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปีจำแนกตาม นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ที่ตามนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.9 การลงทุนด้านนวัตกรรม จำแนกตามนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

จากภาพที่ 4.9 แสดงถึงการลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปี นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืน

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของการเปิดเผยเนื้อหา (Texts) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 21.78 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 23.98 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 27.53 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 26.71 เปอร์เซ็นต์

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของบรรทัด (Sentences) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 24.23 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 25.93 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 24.05 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 25.79 เปอร์เซ็นต์

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของภาพ (Visuals) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 27.41 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 23.29 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 23.78 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 25.52 เปอร์เซ็นต์

การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 18.56 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 19.17 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 29.99 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 32.28 เปอร์เซ็นต์

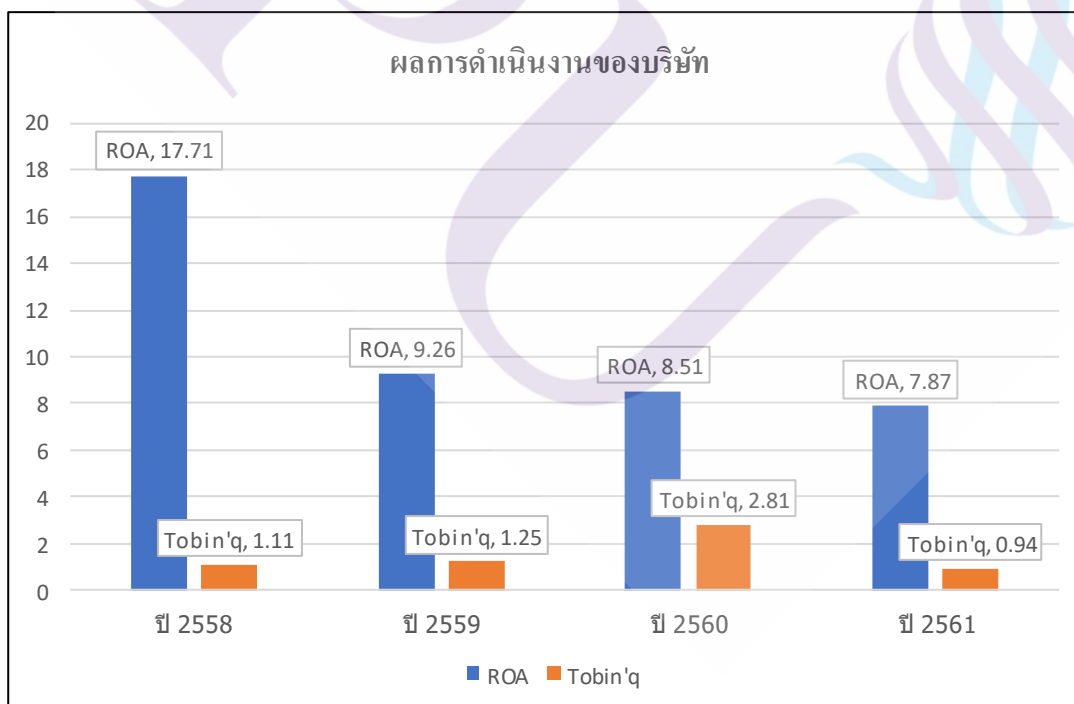
การลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในลักษณะของตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) ซึ่งในปี 2558 โดยค่าเฉลี่ย 21.55 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2559 โดยค่าเฉลี่ย 23.34 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2560 โดยค่าเฉลี่ย 25.70 เปอร์เซ็นต์, ในปี 2561 โดยค่าเฉลี่ย 29.42 เปอร์เซ็นต์

ซึ่งการเปิดเผยข้อมูลนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีแนวโน้มในการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากบริษัทมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ใหม่ ๆ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และ บริการที่มีอยู่เดิมให้มีคุณภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงด้าน เทคนิค วัสดุประกอบ ซอฟต์แวร์ที่ใช้ ในผลิตภัณฑ์ ความเป็นมิตรกับผู้ใช้ หรือลักษณะอื่นๆ

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลประกอบการทางการเงินของบริษัท

ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัท ตั้งแต่ปี 2558 – 2561 ซึ่งผลการดำเนินงานของบริษัทที่นำมาวิเคราะห์ในการศึกษานี้ประกอบด้วย

- 1) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)
- 2) มูลค่าของกิจการ (Tobin's Q)



ภาพที่ 4.10 ผลการดำเนินงานของบริษัท

จากภาพที่ 4.10 แสดงถึงค่าเฉลี่ยของผลการดำเนินงานของบริษัท ตั้งแต่ปี 2558 – 2561 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในด้านของอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ การลงทุนในด้านสินทรัพย์ ในปี 2558 เท่ากับ 17.71 ในปี 2559 โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 9.26 ในปี 2560 โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 8.51 และ ในปี 2561 โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 7.87 นอกจากนี้มูลค่าของกิจการ ในปี 2558 โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 1.11 ในปี 2559 โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 1.25 ในปี 2560 โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 2.81 และ ในปี 2561 โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 0.94 ซึ่งอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์มีแนวโน้มลดลงนับจากปี 2558 แต่มูลค่าของกิจการในปี 2560 มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าปีอื่น เนื่องจากการประเมินผลการดำเนินงานในปี 2558 ได้มีการพัฒนาการลงทุนด้านสินทรัพย์เพิ่มขึ้นเพื่อให้บริษัทจดทะเบียนที่ผ่านเกณฑ์การประเมินตามตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นเครื่องมือในการลงทุนสำหรับผู้ลงทุนที่ต้องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีคุณภาพและมีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความยั่งยืนตลอดจนผู้ลงทุนที่ต้องการลงทุนในหลักทรัพย์ที่สามารถสร้างผลกระทบในเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยจะมีการประกาศรายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืน

4.2 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในงานวิจัยนี้ ได้ใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (r) เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรก่อนการวิเคราะห์ (Path Analysis) ซึ่งเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามพร้อมทั้งตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน เพื่อแสดงให้เห็นว่าไม่มีตัวแปรอิสระตัวใดในการศึกษาครั้งนี้ที่มีความสัมพันธ์ร่วมเชิงเส้นตรง (Multicollinearity) โดยหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันแต่หากมีค่าเป็นลบแสดงว่ามีค่าความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าไม่มีตัวแปรอิสระตัวใดที่มีความสัมพันธ์ในระดับมากเกินไปกว่า 0.80 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามแบ่งออกเป็น การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม) กับตัวแปรตาม (การลงทุนด้านนวัตกรรม) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (การลงทุนด้านนวัตกรรม) กับตัวแปรตาม (ผลการดำเนินงานของบริษัท) ดังต่อไปนี้

4.2.1 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม) กับตัวแปรตาม (การลงทุนด้านนวัตกรรม) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม แบ่งออกเป็น 3 ตัวแปร ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ด้านชุมชน (COM) สิ่งแวดล้อม (EMP) และการจ้างแรงงาน (ENV) โดยวัดการลงทุนด้าน

นวัตกรรมกระบวนการ (PRI) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD) นวัตกรรมการตลาด (MI) และ นวัตกรรมองค์กร (ORI) รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.1 4.2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ทิศทางความสัมพันธ์ของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมกับการลงทุนด้านนวัตกรรมจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ปัจจัย	EMP	COM	ENV	PRI	MI	ORI	PRD	ROA	Tobin
EMP									
Pearson Correlation	1.00								
Sig.(2-tailed)									
COM									
Pearson Correlation	.858**	1.00							
Sig.(2-tailed)	.000								
ENV									
Pearson Correlation	.891**	.700**	1.00						
Sig.(2-tailed)	.000	.000							
PRI									
Pearson Correlation	.725**	.877**	.691**	1.00					
Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000						
MI									
Pearson Correlation	.644**	.611**	.846**	.768**	1.00				
Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000	.000					
ORI									
Pearson Correlation	.375**	.371**	.359**	.343**	.304**	1.00			
Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002				
PRD									
Pearson Correlation	.160	.269**	.115	.284**	.187	-.042	1.00		
Sig.(2-tailed)	.105	.006	.247	.004	.057	.672			
ROA									
Pearson Correlation	-.058	-.080	-.083	-.097	-.117	-.144	-.184	1.00	
Sig.(2-tailed)	.561	.422	.404	.328	.236	.144	.061		

ปัจจัย	EMP	COM	ENV	PRI	MI	ORI	PRD	ROA	Tobin
Tobin									
Pearson Correlation	-.020	-.018	.006	.014	-.006	.184	-.033	.042	1.00
Sig.(2-tailed)	.844	.852	.951	.887	.953	.062	.742	.675	

หมายเหตุ. * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.2 สรุปทิศทางความสัมพันธ์ของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมกับการลงทุนด้านนวัตกรรม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ลำดับ ที่	ตัวแปรอิสระ	ทิศทางความสัมพันธ์			
		นวัตกรรม กระบวนการ	นวัตกรรม การตลาด	นวัตกรรม องค์กร	นวัตกรรม การผลิต
1	ด้านสิ่งแวดล้อม	ทิศทาง เดียวกัน (+)	ทิศทาง เดียวกัน (+)	ทิศทาง เดียวกัน (+)	ทิศทาง เดียวกัน (+)
2	ด้านชุมชน	ทิศทาง เดียวกัน (+)	ทิศทาง เดียวกัน (+)	ทิศทาง เดียวกัน (+)	ทิศทาง เดียวกัน (+)
3	ด้านการจ้าง แรงงาน	ทิศทาง เดียวกัน (+)	ทิศทาง เดียวกัน (+)	ทิศทาง เดียวกัน (+)	ทิศทาง เดียวกัน (+)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สามารถอธิบายได้ตารางที่ 4.1 เป็นการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สามารถอธิบายได้ตารางที่ 4.1 และ 4.2

จากตารางที่ 4.1 เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมของบริษัทเชิงปริมาณกับผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่ พบว่า

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับนวัตกรรมกระบวนการ ($r = 0.725$)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับนวัตกรรมการตลาด ($r = 0.644$)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับนวัตกรรมองค์กร ($r = 0.375$)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับนวัตกรรมกระบวนการ ($r = 0.877$)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับนวัตกรรมการตลาด ($r = 0.611$)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับนวัตกรรมองค์กร ($r = 0.371$)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ($r = 0.269$)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงานเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับนวัตกรรมกระบวนการ ($r = 0.691$)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงานเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับนวัตกรรมการตลาด ($r = 0.846$)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงานเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับนวัตกรรมองค์กร ($r = 0.359$)

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ทิศทางความสัมพันธ์ของการลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ปัจจัย	PRI	MI	ORI	PRD	ROA	Tobin
PRI						
Pearson Correlation	1					
Sig.(2-tailed)	.000					
MI						
Pearson Correlation	.768**	1				
Sig.(2-tailed)	.000					
ORI						
Pearson Correlation	.343**	.304**	1			
Sig.(2-tailed)	.000	.002				
PRD						
Pearson Correlation	.284**	.187	-.042	1		
Sig.(2-tailed)	.004	.057	.672			
ROA						
Pearson Correlation	-.097	-.117	-.144	-.184	1	
Sig.(2-tailed)	.328	.236	.144	.061		
Tobin						
Pearson Correlation	.014	-.006	.184	-.033	.042	1
Sig.(2-tailed)	.887	.953	.062	.742	.675	

หมายเหตุ. ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.4 สรุปทิศทางความสัมพันธ์ของการลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ลำดับที่	ตัวแปรอิสระ	ทิศทางความสัมพันธ์	
		ผลตอบแทนจากสินทรัพย์	มูลค่าของกิจการ
1	นวัตกรรมกระบวนการ	ทิศทางตรงกันข้าม (-)	ทิศทางเดียวกัน (+)
2	นวัตกรรมการตลาด	ทิศทางตรงกันข้าม (-)	ทิศทางตรงกันข้าม (-)
3	นวัตกรรมองค์กร	ทิศทางตรงกันข้าม (-)	ทิศทางเดียวกัน (+)
4	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	ทิศทางตรงกันข้าม (-)	ทิศทางตรงกันข้าม (-)

จากตารางที่ 4.3 และ 4.4 เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด นวัตกรรมองค์กร และ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กับผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และ มูลค่าของกิจการ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัท

นวัตกรรมกระบวนการและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ($r = -0.097$) พบว่านวัตกรรมกระบวนการกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ลดลง และนวัตกรรมกระบวนการและมูลค่าของกิจการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.014$) ซึ่งนวัตกรรมกระบวนการเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้มูลค่าของกิจการเพิ่มขึ้น

นวัตกรรมการตลาด และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ($r = -0.117$) ซึ่งนวัตกรรมกระบวนการกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ลดลง และนวัตกรรมการตลาด และมูลค่าของกิจการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ($r = -0.006$) ซึ่งนวัตกรรมกระบวนการเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้มูลค่าของกิจการลดลง

นวัตกรรมองค์กร และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ($r = -0.144$) ซึ่งนวัตกรรมกระบวนการกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เพิ่มขึ้น นวัตกรรมองค์กรและมูลค่าของกิจการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.184$) ซึ่งนวัตกรรมกระบวนการเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้มูลค่าของกิจการเพิ่มขึ้น

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ($r = -0.184$) ซึ่งนวัตกรรมกระบวนการกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ลดลงและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และมูลค่าของกิจการมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ($r = -0.033$) ซึ่งนวัตกรรมกระบวนการเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้มูลค่าของกิจการลดลง

4.2.2 การทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อเป็นการทดสอบว่าตัวแปรในแต่ละคู่กันมีความสัมพันธ์กันจริงหรือไม่ โดยใช้ค่าทางสถิติในการทดสอบและกำหนดขอบเขตในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานดังนี้

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

ถ้า $\text{sig.} < \alpha$ แสดงว่ายอมรับ H_1 (ตัวแปรคู่กันมีความสัมพันธ์กัน)

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัท แสดงในตารางที่ 4.1 และ 4.3

สมมติฐานที่ 1 ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน

H_0 : ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัท

H_1 : ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัท

ตารางที่ 4.5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม การลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัท

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	Sig. (2-tailed)	ระดับนัยสำคัญ
EMP	1		
PRI	.725	.000	0.05
MI	.644	.000	0.05
ORI	.375	.000	0.05
PRD	.160	.105	0.05
ROA	-.058	.561	0.05
Tobin	-.020	.844	0.05

จากตารางที่ 4.2 เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณกับผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่ พบว่า

1) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณกับนวัตกรรมกระบวนการ พบว่า $\text{sig} = 0.000 < 0.05$ แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมกระบวนการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

2) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณกับนวัตกรรมการตลาดพบว่า $\text{sig} = 0.000 < 0.05$ แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

3) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณกับนวัตกรรมองค์กรพบว่า $\text{sig} = 0.000 < 0.05$ แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

4) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์พบว่า $\text{sig} = 0.105 > 0.05$ แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้าน

สิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

5) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์พบว่า $\text{sig.} = 0.561 > 0.05$ แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

6) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณกับมูลค่าทางธุรกิจ (Tobin's q) พบว่า $\text{sig.} = 0.844 > 0.05$ แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับมูลค่าทางธุรกิจ (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.6 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมกับผลการดำเนินงานของบริษัท

ลำดับที่	สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมกับนวัตกรรมกระบวนการ	มีความสัมพันธ์
2	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมกับนวัตกรรมการตลาด	มีความสัมพันธ์
3	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมกับนวัตกรรมองค์กร	มีความสัมพันธ์
4	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	ไม่มีความสัมพันธ์
5	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	ไม่มีความสัมพันธ์
6	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมกับมูลค่าทางธุรกิจ (Tobin's Q)	ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน การลงทุน ด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัท

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	Sig. (2-tailed)	ระดับนัยสำคัญ
COM	1		
PRI	.877	.000	0.05
MI	.611	.000	0.05
ORI	.371	.000	0.05
PRD	.269	.006	0.05
ROA	-.080	.422	0.05
Tobin	-.018	.852	0.05

จากตารางที่ 4.4 เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณกับผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่ พบว่า

1) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณกับนวัตกรรมกระบวนการพบว่า sig. = 0.000 < 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมกระบวนการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

2) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณกับนวัตกรรมการตลาดพบว่า sig. = 0.000 < 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

3) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณกับนวัตกรรมองค์กรพบว่า sig. = 0.000 < 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

4) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์พบว่า sig. = 0.006 > 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

5) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ พบว่า $\text{sig.} = 0.422 > 0.05$ แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

6) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณกับมูลค่าทางธุรกิจ (Tobin's Q) พบว่า $\text{sig.} = 0.852 > 0.05$ แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับมูลค่าทางธุรกิจ (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.8 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนกับผลการดำเนินงานของบริษัท

ลำดับที่	สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนกับนวัตกรรมกระบวนการ	มีความสัมพันธ์
2	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนกับนวัตกรรมการตลาด	มีความสัมพันธ์
3	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนกับนวัตกรรมองค์กร	มีความสัมพันธ์
4	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	ความสัมพันธ์
5	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	ไม่มีความสัมพันธ์
6	การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนกับมูลค่าทางธุรกิจ (Tobin's Q)	ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานการลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัท

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	Sig. (2-tailed)	ระดับนัยสำคัญ
ENV	1		
PRI	.691	.000	0.05
MI	.846	.000	0.05
ORI	.359	.000	0.05
PRD	.115	.247	0.05
ROA	-.083	.404	0.05
Tobin	-.006	.951	0.05

จากตารางที่ 4.6 เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานเชิงปริมาณกับผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่ พบว่า

1) การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานเชิงปริมาณกับนวัตกรรมกระบวนการ พบว่า $\text{sig.} = 0.000 < 0.05$ แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมกระบวนการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

2) การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานเชิงปริมาณกับนวัตกรรมการตลาดพบว่า $\text{sig.} = 0.000 < 0.05$ แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

3) การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานเชิงปริมาณกับนวัตกรรมองค์กรพบว่า $\text{sig.} = 0.000 < 0.05$ แสดงว่าปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

4) การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานเชิงปริมาณกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์พบว่า $\text{sig.} = 0.247 > 0.05$ แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้าง

แรงงานเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

5) การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานเชิงปริมาณกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์พบว่า sig. = 0.404 > 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

6) การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานเชิงปริมาณกับมูลค่าทางธุรกิจ (Tobin's Q) พบว่า sig. = 0.951 > 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือ ระดับของการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับมูลค่าทางธุรกิจ (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.10 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานกับผลการดำเนินงานของบริษัท

ลำดับที่	สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1	การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานกับนวัตกรรมกระบวนการ	มีความสัมพันธ์
2	การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานกับนวัตกรรมการตลาด	มีความสัมพันธ์
3	การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานกับนวัตกรรมองค์กร	มีความสัมพันธ์
4	การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	ไม่มีความสัมพันธ์
5	การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	ไม่มีความสัมพันธ์
6	การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานกับมูลค่าทางธุรกิจ (Tobin's Q)	ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัท

ตัวแปร	ENV	COM	EMP	PRD	ORI	MI	PRI
PRD	.023	.508	-.297	.000	.000	.000	.000
ORI	.193	.236	.001	.000	.000	.000	.000
MI	1.505	.591	-1.205	.000	.000	.000	.000
PRI	.561	1.104	-.723	.000	.000	.000	.000
Tobin	-.057	.000	.082	-.011	.204	-.062	-.005
ROA	-.139	-.096	.118	-.196	-.152	-.104	.091

4.3 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ในการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานและตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของบริษัท ด้วยค่าประมาณความควรจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates = ML) เพื่อวิเคราะห์โมเดลตามภาวะสันนิษฐานที่กำหนดและมีค่าสถิติที่สำคัญที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องความกลมกลืนของโมเดลตามภาวะสันนิษฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเสนอตามลำดับ ดังนี้

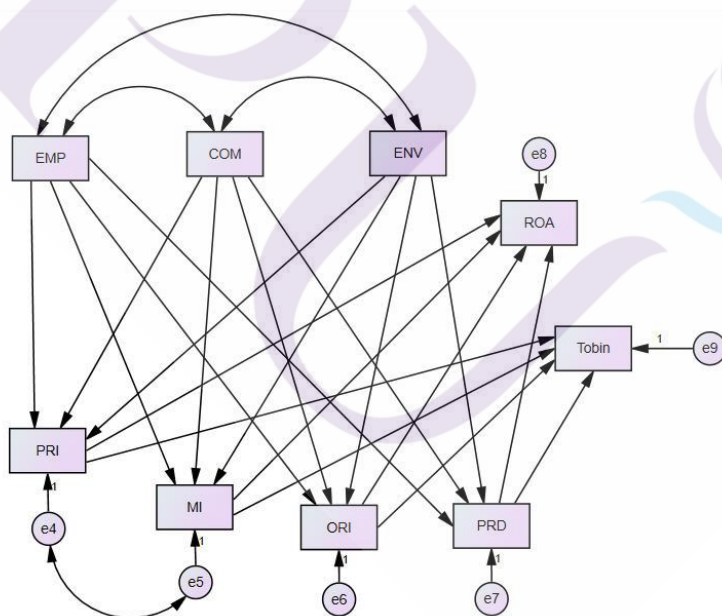
1. รูปแบบโมเดลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบเต็มรูปแบบ (Over identified mode) หรือการกำหนดโครงสร้างโมเดล (Model specification)
2. ผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Intercorrelation)
3. ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล (Parameter estimation of the model) หรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่างๆ
4. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (Measures of the mode fit)
5. ผลการคำนวณอิทธิพลทางตรง (Direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect) และผลรวมอิทธิพล (Total effect)

ซึ่งมีรายละเอียดของผลการวิจัยดังนี้

1. รูปแบบโมเดลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบเต็มรูปแบบ (Over identified mode)

การกำหนดรูปแบบโมเดลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบเต็มรูปแบบ (Over identified model)

COM	หมายถึง	ด้านชุมชน
ENV	หมายถึง	ด้านการจ้างแรงงาน
EMP	หมายถึง	ด้านสิ่งแวดล้อม
PRI	หมายถึง	นวัตกรรมกระบวนการ
MI	หมายถึง	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์
ORI	หมายถึง	นวัตกรรมการตลาด
PRD	หมายถึง	นวัตกรรมองค์กร
ROA	หมายถึง	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์
Tobin	หมายถึง	มูลค่าของกิจการ
E	หมายถึง	ความคลาดเคลื่อน



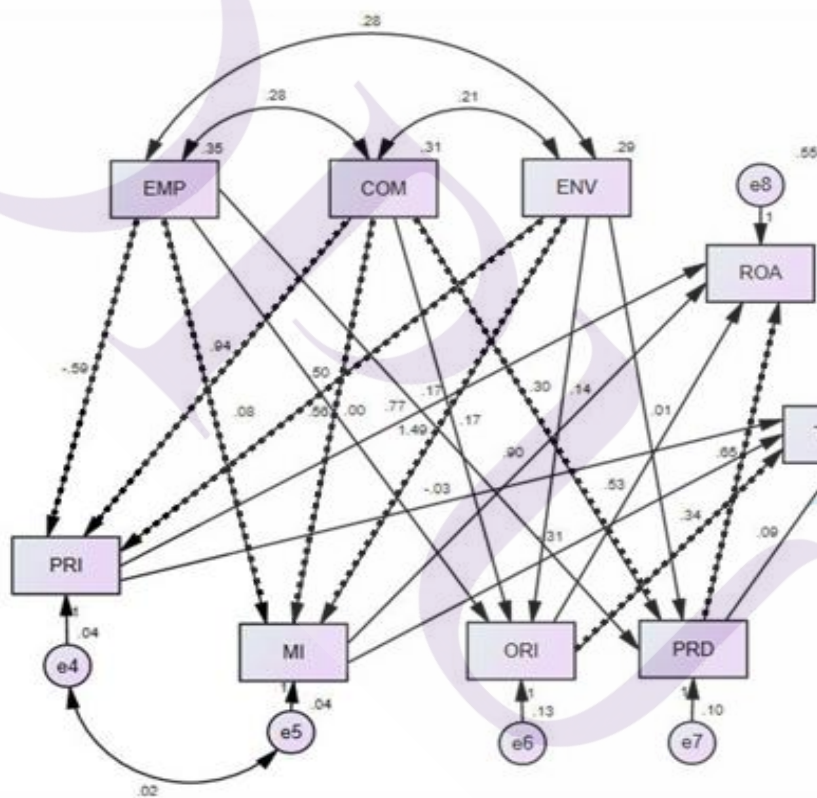
Chi-square = \cmin, Chi-square/df = \cmin/df, df = \df, p=\p. GFI = \gfi, RMSEA = \rmsea

ภาพที่ 4.11 รูปแบบ โมเดลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (Path analysis) ของตัวแปรการศึกษา

3. ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล (Parameter estimation of the model) หรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่างๆ

ผลการวิเคราะห์เส้นทางของรูปแบบความสัมพันธ์แบบเต็มรูปของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (ตัวแปรแฝง) ซึ่งได้สร้างขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น นำมาสร้างรูปแบบความสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Over identified model) ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีเส้นทางเชื่อมระหว่างตัวแปรในทิศทางเดียวกันที่สามารถเชื่อมได้ไปสู่ตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรภายในหรือตัวแปรแฝงทุกสมการโครงสร้าง ซึ่งได้แสดงค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Weights) ค่า t-Value (Critical ratio : C.R.) ค่า p-Value และค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) ซึ่งได้ผลจากการวิเคราะห์ดังภาพที่

4.11



ภาพที่ 4.12 แสดงผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลหรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์
ไม่มีอิทธิพล → มีอิทธิพล

จากตารางที่ 4.8 สามารถแสดงผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลหรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่างๆ ซึ่งได้แสดงค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Weights) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.)

ค่า t - Value (Critical ratio: C.R.) และค่า p - Value แสดงดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.12 แสดงผลการประมาณค่า Standardized Regression Weights

คู่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Estimate)	S.E.	C.R.	P-Value	อิทธิพล (Effects)
PRI <--- EMP	-.587	.104	-5.632	***	มี
MI <--- EMP	-1.081	.105	-10.270	***	มี
ORI <--- EMP	.001	.195	.003	.997	ไม่มี
PRD <--- EMP	-.169	.170	-.995	.320	ไม่มี
PRI <--- COM	.945	.070	13.514	***	มี
MI <--- COM	.559	.071	7.913	***	มี
ORI <--- COM	.168	.131	1.284	.199	ไม่มี
PRD <--- COM	.304	.114	2.671	.008	มี
PRI <--- ENV	.504	.083	6.083	***	มี
MI <--- ENV	1.494	.084	17.849	***	มี
ORI <--- ENV	.144	.155	.931	.352	ไม่มี
PRD <--- ENV	.015	.135	.108	.914	ไม่มี
Tobin <--- PRD	-.087	.784	-.111	.912	ไม่มี
Tobin <--- ORI	1.339	.677	1.978	.048	มี
Tobin <--- MI	-.306	.753	-.406	.685	ไม่มี
Tobin <--- PRI	-.029	.861	-.034	.973	ไม่มี
ROA <--- PRD	-1.647	5.842	-1.994	0.046	มี

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

คู่ความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยมาตรฐาน (Estimate)	S.E.	C.R.	P-Value	อิทธิพล (Effects)
ROA <--- ORI	-7.532	5.043	-1.493	.135	ไม่มี
ROA <--- MI	-3.898	5.611	-.695	.487	ไม่มี
ROA <--- PRI	3.774	6.411	.589	.556	ไม่มี

หมายเหตุ. มีนัยสำคัญ *** < 0.05

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างได้แสดงผลตามภาพที่ 4.11 และตารางที่ 4.12 ซึ่งแสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานตัวแปรพร้อมทั้งสัญญาณลักษณะแสดงถึงระดับการมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า คู่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่

อิทธิพลของด้านสิ่งแวดล้อม (EMP) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมกระบวนการ (PRI) เท่ากับ 0.50, อิทธิพลของด้านสิ่งแวดล้อม (EMP) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมการตลาด (MI) เท่ากับ 1.49, อิทธิพลของด้านสิ่งแวดล้อม (EMP) ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมองค์กร (ORI) เท่ากับ 0.14, อิทธิพลของด้านสิ่งแวดล้อม (EMP) ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD) เท่ากับ 0.01 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (สมมติฐานการวิจัยที่ 1 2 3 และ 4)

อิทธิพลของด้านชุมชน (COM) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมกระบวนการ (PRI) เท่ากับ 0.94, อิทธิพลของด้านชุมชน (COM) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมการตลาด (MI) เท่ากับ 0.56, อิทธิพลของด้านชุมชน (COM) ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมองค์กร (ORI) เท่ากับ 0.17, อิทธิพลของด้านชุมชน (COM) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD) เท่ากับ 0.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (สมมติฐานการวิจัยที่ 5 6 7 และ 8)

อิทธิพลของการจ้างแรงงาน (ENV) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมกระบวนการ (PRI) เท่ากับ -0.59, อิทธิพลของการจ้างแรงงาน (ENV) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมการตลาด (MI) เท่ากับ -1.08 อิทธิพลของการจ้างแรงงาน (ENV) ไม่มีอิทธิพล

ทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมองค์กร (ORI) เท่ากับ 0.00, อิทธิพลของการจ้างแรงงาน (ENV) ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD) เท่ากับ 0.17 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (สมมติฐานการวิจัยที่ 9 10 11 และ 12)

อิทธิพลมูลค่าของกิจการ (Tobin) ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมกระบวนการ (PRI) เท่ากับ -0.08, อิทธิพลมูลค่าของกิจการ (Tobin) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมการตลาด (MI) เท่ากับ -1.08, อิทธิพลมูลค่าของกิจการ (Tobin) ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมองค์กร (ORI) เท่ากับ 1.34, อิทธิพลมูลค่าของกิจการ (Tobin) ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD) เท่ากับ 0.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (สมมติฐานการวิจัยที่ 13 14 15 และ 16)

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมกระบวนการ (PRI) เท่ากับ 3.77, อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมการตลาด (MI) เท่ากับ -3.90, อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมองค์กร (ORI) เท่ากับ -7.53, อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD) เท่ากับ 1.65 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (สมมติฐานการวิจัยที่ 17 18 19 และ 20)

4.4 ผลการคำนวณอิทธิพลทางตรง (Direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect) และผลรวมอิทธิพล (Total effect)

จากโมเดลเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ผ่านการตกแต่งหรือปรับโมเดลแล้วพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีความสัมพันธ์ที่ดีที่สุดแล้ว จึงนำโมเดลความสัมพันธ์ดังกล่าวมาหาอิทธิพลทางตรง (Direct Effect : DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect : IE) และ ผลรวมอิทธิพล (Total Effect : TE) ได้ แสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการประมาณค่า Standardized Direct Effects

ตัวแปรตาม	ตัวแปรทำนาย						
	ENV	COM	EMP	PRD	ORI	MI	PRI
PRD	.023	.508	-.297	.000	.000	.000	.000
ORI	.193	.236	.001	.000	.000	.000	.000
MI	1.505	.591	-1.205	.000	.000	.000	.000
PRI	.561	1.104	-.723	.000	.000	.000	.000
Tobin	.000	.000	.000	-.011	.204	-.062	-.005
ROA	.000	.000	.000	-.196	-.152	-.104	.091

จากตารางที่ 4.13 เมื่อพิจารณาผลรวมอิทธิพล พบว่า

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เท่ากับ 0.023, การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมองค์กรเท่ากับ 0.193, การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมการตลาดเท่ากับ 1.505, การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมกระบวนการ เท่ากับ 0.561, การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อมูลค่าของกิจการ เท่ากับ 0.000, การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 0.000

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 0.508, การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมองค์กร เท่ากับ 0.236, การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมการตลาด เท่ากับ 0.591, การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมกระบวนการ เท่ากับ 1.104, การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อมูลค่าของกิจการ เท่ากับ 0.000, การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนไม่มีอิทธิพลทางตรงต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 0.000

การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เท่ากับ -0.297, การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมองค์กร เท่ากับ 0.001, การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม

การตลาด เท่ากับ -1.205, การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อ
นวัตกรรมกระบวนการ เท่ากับ -0.723, การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานไม่มีอิทธิพล
ทางตรงต่อมูลค่าของกิจการ เท่ากับ 0.000, การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงานไม่มีอิทธิพล
ทางตรงต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 0.000

ดังนั้น ผลงานวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม นั้น
ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านชุมชน ซึ่งหมายถึง การมีส่วนร่วมในทุก
ด้านทั้งด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ การปรับปรุงคุณภาพชีวิต สังคม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เปิด
โอกาสให้ผู้มีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนทั้งในท้องถิ่นและสังคมในวงกว้างมีส่วนร่วมในกระบวนการ
กำหนด นโยบาย ตัดสินใจ การวางแผนและกำหนดเป้าหมายของสังคมให้บรรลุวัตถุประสงค์

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการประมาณค่า Standardized Indirect Effects

ตัวแปร ตาม	ตัวแปรทำนาย						
	ENV	COM	EMP	PRD	ORI	MI	PRI
PRD	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
ORI	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MI	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
PRI	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Tobin	-.057	.000	.000	-.011	.204	-.062	-.005
ROA	-.000	.000	.000	-.196	-.152	-.104	.091

จากตารางที่ 4.14 เมื่อพิจารณาผลรวมอิทธิพล พบว่า ตัวแปรอิสระไม่มีอิทธิพลต่อ
การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของบริษัท
เท่ากับ 0.00 และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อมูลค่าของ
กิจการ เท่ากับ -0.057, การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่ออัตรา
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ -0.000, การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนไม่มีอิทธิพล
ทางอ้อมต่อมูลค่าของกิจการ เท่ากับ 0.000, การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนไม่มีอิทธิพล
ทางอ้อมต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 0.000, การเปิดเผยการดำเนินงานการจ้าง
แรงงานไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อนวัตกรรมกระบวนการ เท่ากับ 0.000, การเปิดเผยการดำเนินงาน
การจ้างแรงงานไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อนวัตกรรมกระบวนการ เท่ากับ 0.000

การทดสอบสมมติฐาน

จากการตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 2 หัวข้อใหญ่ เมื่อพิสูจน์ตรวจสอบข้อมูลทางสถิติแล้ว ผลการวิจัยพบว่า

1) สมมติฐานข้อที่ 1 ซึ่งเป็นการทดสอบสมมติฐานของโมเดล เพื่อการทดสอบว่า โมเดลเส้นทางที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลจริงเชิงประจักษ์หรือไม่

H_0 : โมเดลเส้นทางตามทฤษฎี = โมเดลตามข้อมูลจริง

H_1 : โมเดลเส้นทางตามทฤษฎี \neq โมเดลตามข้อมูลจริง

โดยการประเมินความสอดคล้องของตัวแบบ (Evaluation the Data-Model Fit) ค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทางทฤษฎี ก็คือ การใช้ค่า p-value ซึ่งต้องมีนัยสำคัญสถิติ (Significant : Sig) ที่มีค่ามากกว่า $p > 0.05$ ผลก็คือจะไม่ Sig. ซึ่งความหมายว่า ไม่แตกต่างกันหรือมีความสอดคล้องกัน นั่นเอง ซึ่งค่าที่คำนวณได้จากผลการวิจัย คือ มีค่าเท่ากับ $p > 0.839$ (ตารางที่ 4.9)

2) สมมติฐานข้อที่ 2 ตัวแปรการจ้างแรงงาน (ENV) ด้านสิ่งแวดล้อม (EMP) ด้านชุมชน (COM) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD) นวัตกรรมกระบวนการ (PRI) นวัตกรรมการตลาด (MI) นวัตกรรมองค์กร (ORI) มีอิทธิพลทางตรงต่อ มูลค่าทางธุรกิจ (Tobin's Q) และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (อิทธิพลทางตรงและทางอ้อม) จากผลการวิจัยพบว่าตัวแปรการจ้างแรงงานมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD) นวัตกรรมกระบวนการ (PRI) นวัตกรรมการตลาด (MI) นวัตกรรมองค์กร (ORI) ซึ่งนอกจากนี้ด้านชุมชนมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD) นวัตกรรมกระบวนการ (PRI) นวัตกรรมการตลาด (MI) นวัตกรรมองค์กร (ORI) และด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมองค์กร (ORI)

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของบริษัท

ตัวแปร	Estimate	S.E.	C.R.	P-Value	Label
PRI <--- EMP	-.587	.104	-5.632	0.001	H9
MI <--- EMP	-1.081	.105	-10.270	0.001	H10
ORI <--- EMP	.001	.195	.003	.997	H11
PRD <--- EMP	-.169	.170	-.995	.320	H12
PRI <--- COM	.945	.070	13.514	0.001	H5
MI <--- COM	.559	.071	7.913	0.001	H6
ORI <--- COM	.168	.131	1.284	.199	H7
PRD <--- COM	.304	.114	2.671	.008	H8
PRI <--- ENV	.504	.083	6.083	0.001	H1
MI <--- ENV	1.494	.084	17.849	0.001	H2
ORI <--- ENV	.144	.155	.931	.352	H3
PRD <--- ENV	.015	.135	.108	.914	H4
Tobin <--- PRD	-.087	.784	-.111	.912	H20 H28 H36 H44
Tobin <--- ORI	1.339	.677	1.978	.048	H18 H26 H34 H42
Tobin <--- MI	-.306	.753	-.406	.685	H16 H24 H32 H40
ROA <--- PRD	-11.647	5.842	-1.994	.046	H19 H27 H35
ROA <--- ORI	-7.532	5.043	-1.493	.135	H17 H25 H33
ROA <--- MI	-3.898	5.611	-.695	.487	H15 H23 H31 H39
ROA <--- PRI	3.774	6.411	.589	.556	H13 H21 H29 H37
Tobin <--- PRI	-.029	.861	-.034	.973	H14 H22 H30 H38

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์พบว่า การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมกับ นวัตกรรมองค์กรและนวัตกรรมการตลาด (P value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.001) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนกับนวัตกรรมกระบวนการและนวัตกรรม

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนนวัตกรรมกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าของกิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการลงทุนนวัตกรรมกระบวนการผ่านมูลค่าของกิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (P value มีค่าเท่ากับ 0.973 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.005)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการลงทุนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (P value มีค่าเท่ากับ 0.046 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.005)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนนวัตกรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการลงทุนนวัตกรรมองค์กรผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (P value มีค่าเท่ากับ 0.135 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.005)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนนวัตกรรมการตลาดที่มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการลงทุนนวัตกรรมการตลาดผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (P value มีค่าเท่ากับ 0.487 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.005)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนนวัตกรรมกระบวนการที่มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการลงทุนนวัตกรรมกระบวนการผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (P value มีค่าเท่ากับ 0.556 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.005)

4.5 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (Measures of the mode fit)

การตรวจสอบความสอดคล้องกันของโมเดลหรือตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรมีความสอดคล้องกันหรือไม่ ถ้าสอดคล้องกันก็สามารถนำมาวิเคราะห์ได้และถ้าตัวแปรไม่มีความสอดคล้องกันแล้ว ตัวแบบสมการ โครงสร้างจะไม่สามารถนำมาคำนวณได้ ผู้วิจัยต้อง

ดำเนินการปรับโมเดลจนมีความสมบูรณ์เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือตามหลักของขบวนการวิจัยก่อน นั่นเอง ดังนั้น การพัฒนาโมเดลให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้น นิยม เรียกว่า “Model Fit” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

โมเดลตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแทนทางทฤษฎี (โมเดลต้นแบบ) มีความสอดคล้องกัน ซึ่งผ่านเกณฑ์การประเมิน โมเดล ดังนี้

1. ค่า Chi-square Probability Level: CMIN-p เท่ากับ 0.839
2. Relative Chi-square: CMIN/df เท่ากับ 0.606
3. Goodness of Fit Index: GFI เท่ากับ 0.985
4. Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA เท่ากับ 0.000

จากผลการวิจัยที่ได้ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดลต้นแบบ) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีความสอดคล้องกัน โดยขอแสดงข้อมูลตามตารางที่ 4.16 ดังนี้

ตารางที่ 4.16 เกณฑ์และผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สัญลักษณ์	ค่าสถิติ	วัตถุประสงค์	เกณฑ์	ผลการวิจัย	ผลการพิจารณา
CMIN-p	Chi-square Probability Level	เพื่อตรวจสอบค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ซึ่งจะต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	$P > 0.05$.839	สอดคล้อง / ผ่านเกณฑ์
CMIN/df	Relative Chi-square	ตรวจสอบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	< 3	.606	สอดคล้อง / ผ่านเกณฑ์
GFI	Goodness of Fit index	เพื่อวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบโดยมีค่าระหว่าง 1-1.00	> 0.90	.985	สอดคล้อง / ผ่านเกณฑ์
สัญลักษณ์	ค่าสถิติ	วัตถุประสงค์	เกณฑ์	ผลการวิจัย	ผลการพิจารณา
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation	เพื่อบอกค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแบบในรูปของรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณค่าระหว่าง 0-1.00	< 0.08	.000	สอดคล้อง / ผ่านเกณฑ์

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนการลงทุนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย จำนวน 104 บริษัท ในการศึกษาผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชน และการจ้างแรงงาน และการลงทุนด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร

โดยศึกษาข้อมูลในปริมาณการเปิดเผยข้อมูลในรูปแบบของการเปิดเผยข้อมูล (Form of Disclosure) คือ การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) รวมทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ คือ จำนวนคำที่เกี่ยวข้องกับรายการเปิดเผยข้อมูล สำหรับผลการดำเนินงานที่ศึกษาประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และมูลค่าของธุรกิจ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากรายงานประจำปี 2558 - 2561 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้กระดาษทำการที่พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม จากรายงานประจำปี และ 2) การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) โดยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) ด้วยเทคนิคการใช้หลักการค่าประมาณความควรจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood : ML) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ด้วยโปรแกรม Amos

สำหรับการสรุปและอภิปรายผลการศึกษา โดยตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งอภิปรายผลการศึกษาโดยใช้ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมในการสนับสนุนผลการศึกษาเพื่อให้ผลการศึกษาที่มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังกล่าวถึงข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.3 ข้อจำกัด

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.5 บทสรุป

5.1 สรุปผลการศึกษา

ในส่วนนี้เป็นการสรุปผลการศึกษาที่ได้จากรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม รวมทั้งความสัมพันธ์และผลกระทบการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัท โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

5.1.1 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม โดยภาพรวม

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ซึ่งจำแนกเป็นรายด้านคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชน และการจ้างแรงงาน ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) สามารถอธิบายดังต่อไปนี้

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในปี 2558 โดยมีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน สิ่งแวดล้อม และการจ้างแรงงาน อยู่ในระดับน้อย

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในปี 2559 โดยมีการเปิดเผยการดำเนินงานการจ้างแรงงาน ด้านชุมชน และสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในปี 2560 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชน และการจ้างแรงงาน อยู่ในระดับมาก

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในปี 2561 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชน และการจ้างแรงงาน อยู่ในระดับมากขึ้น

นอกจากนี้ พบว่าบริษัทที่มีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีลักษณะของข้อความมากที่สุด รองลงมาคือ ตัวเลข รูปภาพ แผนภูมิ/ภาพ และลักษณะที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุดคือ จำนวนเงิน

โดยแนวโน้มในแต่ละปีมีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งการเปิดเผยข้อมูลเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้บริษัทจดทะเบียนได้ติดตาม ประเมิน และทบทวนผลการ

ดำเนินงานที่ผ่านมา ในปัจจุบันการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชน และการจ้างแรงงาน จึงมีความสำคัญมากขึ้น เพราะมีความเชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานทางการเงินและสามารถสะท้อนได้ว่าธุรกิจมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีและบริหารงานอย่างโปร่งใส จัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย มีศักยภาพในการแข่งขัน และสามารถสร้างผลตอบแทนได้ในระยะยาว และยังเป็นเครื่องมือในการสะท้อนศักยภาพของธุรกิจและดึงดูดความสนใจของผู้ลงทุนที่ต้องการลงทุนในธุรกิจที่มีคุณภาพและมีโอกาสสร้างผลตอบแทนในระยะยาว

5.1.1.2 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) สามารถอธิบายดังต่อไปนี้

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ในปี 2558 โดยมีการเปิดเผยการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า การตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การป้องกันมลพิษทั้งทางอากาศและน้ำ การอนุรักษ์ และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และพลังงานอยู่ในระดับน้อย

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ในปี 2559 โดยมีการเปิดเผยการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า การป้องกันมลพิษทั้งทางอากาศและน้ำ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ในปี 2560 โดยมีการเปิดเผยการดำเนินงาน การตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การลดการใช้ทรัพยากร การลดปล่อยสารพิษของเสียและคาร์บอนเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ในปี 2561 โดยมีการเปิดเผยการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า การตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การป้องกันมลพิษทั้งทางอากาศและน้ำ การอนุรักษ์ และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และพลังงาน อยู่ในระดับมากขึ้น

นอกจากนี้ พบว่าบริษัทที่มีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม มีลักษณะของข้อความมากที่สุด รองลงมาคือ ตัวเลข รูปภาพ แผนภูมิ/ภาพ และลักษณะของการเปิดเผยข้อมูลน้อย

ที่สุดคือ จำนวนเงิน โดยแนวโน้มในแต่ละปีมีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นั้นแสดงว่าบริษัทให้ความสำคัญการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมนำไปสู่ผลกำไรที่สูงขึ้นความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นที่สำคัญเป็นการสร้างภาพลักษณ์ถึงแม้ว่าการเปิดเผยที่ได้แสดงข้อมูลในลักษณะของข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน และรูปภาพ

5.1.1.3 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) สามารถอธิบายดังต่อไปนี้

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน ในปี 2558 โดยมีการเปิดเผยการร่วมพัฒนาชุมชนสังคม ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาของชุมชน โดยร่วมมือกับผู้อำนวยการ มอบทุนการศึกษาของโรงเรียนในชุมชน อยู่ในระดับน้อย

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน ในปี 2559 โดยมีการเปิดเผยการร่วมพัฒนาชุมชนสังคม ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาของชุมชน โดยร่วมมือกับผู้อำนวยการ มอบทุนการศึกษาของโรงเรียนในชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน ในปี 2560 โดยมีการเปิดเผยการร่วมพัฒนาชุมชนสังคม การกำกับดูแลกิจการไม่ให้สร้างปัญหาแก่ชุมชนสนับสนุนช่วยเหลือและเกื้อกูลแก่ชุมชนและคนในชุมชนเพื่อประโยชน์สุขร่วมกัน เช่น กิจกรรมจิตอาสาเพื่อพัฒนาชุมชน เป็นต้น อยู่ในระดับมาก

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน ในปี 2561 โดยมีการเปิดเผยการร่วมพัฒนาชุมชน ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาของชุมชน โดยร่วมมือกับผู้อำนวยการ มอบทุนการศึกษาของโรงเรียนในชุมชน และจ้างแรงงานชุมชนซึ่งนำรายได้สู่ชุมชนและเพิ่มรายได้ภาษีของพื้นที่ทำให้เกิดทุนสาธารณะที่สามารถนำมาสร้างประโยชน์เพิ่มแก่ชุมชน อยู่ในระดับมากขึ้น

นอกจากนี้ พบว่าบริษัทมีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน มีลักษณะของข้อความมากที่สุด รองลงมาคือ ตัวเลข รูปภาพ แผนภูมิ/ภาพ และลักษณะที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุดคือ จำนวนเงิน

โดยแนวโน้มในแต่ละปีมีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชน เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นั้นแสดงว่าบริษัทได้เร่งเห็นความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียที่อยู่ภายนอกองค์กร โดยการจัดกิจกรรม

เข้าไปมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน สร้างความเข้มแข็ง ถึงแม้ว่าการเปิดเผยที่ได้แสดงข้อมูลในลักษณะของข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน และรูปภาพ

5.1.1.4 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) สามารถอธิบายดังต่อไปนี้

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน ในปี 2558 โดยมีการเปิดเผยการกำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจที่ตระหนักถึงด้านการสร้างการจ้างงาน การส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรมพัฒนาโดยร่วมกับสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ค่าตอบแทนและผลประโยชน์พนักงานและการไม่เลือกปฏิบัติในการจ้างงาน โดยการคัดเลือกบุคคลเพื่อว่าจ้างให้ดำรงตำแหน่ง อยู่ในระดับน้อย

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน ในปี 2559 โดยมีการเปิดเผยการโดยมีการเปิดเผยการกำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจที่ตระหนักถึงด้านการสร้างการจ้างงาน การส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรมพัฒนาโดยร่วมกับสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ค่าตอบแทนและผลประโยชน์พนักงานและการไม่เลือกปฏิบัติในการจ้างงาน โดยการคัดเลือกบุคคลเพื่อว่าจ้างให้ดำรงตำแหน่ง อยู่ในระดับปานกลาง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน ในปี 2560 การไม่เลือกปฏิบัติในการจ้างงานไม่ใช่ แรงงานบังคับไม่ใช่แรงงานเด็ก พนักงานมีเสรีภาพในการสมาคมและร่วมการเจรจาต่อรองเพื่อได้รับความคุ้มครองทางสังคม กิจการต้องจัดให้มีสภาพแวดล้อมที่คำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน อยู่ในระดับมาก

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน ในปี 2561 การเปิดเผยการโดยมีการเปิดเผยการกำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจที่ตระหนักถึงด้านการสร้างการจ้างงาน การส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรมพัฒนาโดยร่วมกับสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ค่าตอบแทนและผลประโยชน์พนักงานและการไม่เลือกปฏิบัติในการจ้างงาน โดยการคัดเลือกบุคคลเพื่อว่าจ้างให้ดำรงตำแหน่ง อยู่ในระดับมากขึ้น

นอกจากนี้ พบว่าบริษัทมีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน มีลักษณะของข้อความมากที่สุด รองลงมาคือ ตัวเลข รูปภาพ แผนภูมิ/ภาพ และลักษณะที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุดคือ จำนวนเงิน โดยแนวโน้มในแต่ละปีมีการเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน เพิ่มขึ้น

เรื่อยๆ กิจการต้องเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย หลักจริยธรรม ซึ่งแนวทางปฏิบัติของกิจการที่สำคัญ นั้นแสดงว่าบริษัทให้ความสำคัญกับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน เพื่อให้ นักลงทุนได้เห็นผลการดำเนินงานด้านสังคมและพิจารณาในการลงทุน ถึงแม้ว่าการเปิดเผยที่ได้ แสดงข้อมูลในลักษณะของข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน และรูปภาพ

5.1.2.1 การลงทุนด้านนวัตกรรม

การลงทุนนวัตกรรม ซึ่งจำแนกเป็นรายด้านคือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม กระบวนการ นวัตกรรมองค์กร และนวัตกรรมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผย ข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) สามารถอธิบายดังต่อไปนี้

การลงทุนนวัตกรรม ในปี 2558 โดยมีการเปิดเผยข้อมูล นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมองค์กร และนวัตกรรมการตลาด อยู่ในระดับน้อย

การลงทุนนวัตกรรม ในปี 2559 โดยมีการเปิดเผยข้อมูล นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมองค์กร และนวัตกรรมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

การลงทุนนวัตกรรม ในปี 2560 โดยมีการเปิดเผยข้อมูล นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมองค์กร และนวัตกรรมการตลาด อยู่ในระดับมาก

การลงทุนนวัตกรรม ในปี 2561 โดยมีการเปิดเผยข้อมูล นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมองค์กร และนวัตกรรมการตลาด อยู่ในระดับมาก

นอกจากนี้ พบว่าบริษัทการลงทุนด้านนวัตกรรม มีลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล ลักษณะเนื้อหา มากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลการบอกเล่า ข้อมูลเชิงตัวเลข และลักษณะที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุดคือ ข้อมูลแสดงมูลค่า และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล

โดยแนวโน้มในแต่ละปีมีการลงทุนด้านนวัตกรรม เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นั้นแสดงว่าบริษัทมีการเปลี่ยนแนวทางหรือการผลิตสินค้าหรือบริการในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น ในเชิงพาณิชย์ที่ได้ทำให้อดีขึ้นหรือเป็นสิ่งใหม่ในตลาด ทำให้นักลงทุน ได้ตัดสินใจที่จะลงทุน โดยมีอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ ความเข้มแข็งมีผลต่อผลประกอบการของบริษัท ซึ่งบริษัทมีการสร้างมูลค่าและศักยภาพทางนวัตกรรมในรูปแบบที่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าการเปิดเผยที่ได้แสดงข้อมูลในลักษณะของข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน และรูปภาพ

5.1.2.2 การลงทุนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

การลงทุนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) สามารถอธิบายดังต่อไปนี้

การลงทุนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ในปี 2558 โดยมีการเปิดเผยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เดิมให้มีคุณภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงด้านเทคนิค วัสดุประกอบ ซอฟแวร์ที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับน้อย

การลงทุนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ในปี 2559 โดยมีการเปิดเผยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เดิมให้มีคุณภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงด้านเทคนิค วัสดุประกอบ ซอฟแวร์ที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง

การลงทุนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ในปี 2560 โดยมีการเปิดเผยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เดิมให้มีคุณภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงด้านเทคนิค วัสดุประกอบ ซอฟแวร์ที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก

การลงทุนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ในปี 2561 โดยมีการเปิดเผยการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยี การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ให้มีคุณภาพ อยู่ในระดับมากขึ้น

นอกจากนี้ พบว่าบริษัทการลงทุนด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ มีลักษณะของการเปิดเผยข้อมูลลักษณะเนื้อหา มากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลการบอกเล่า ข้อมูลเชิงตัวเลข และลักษณะที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุดคือ ข้อมูลแสดงมูลค่า และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล

โดยแนวโน้มในแต่ละปีมีการลงทุนด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นั้นแสดงว่าบริษัทให้ความสำคัญกับการลงทุนด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เพื่อนำนวัตกรรมใหม่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ถึงแม้ว่าการเปิดเผยที่ได้แสดงข้อมูลในลักษณะของข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน และรูปภาพ

5.1.2.3 การลงทุนนวัตกรรมกระบวนการ

การลงทุนนวัตกรรมกระบวนการ ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า

(Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) สามารถอธิบายดังต่อไปนี้

การลงทุนนวัตกรรมกระบวนการ ในปี 2558 โดยมีการเปิดเผยข้อมูล การปรับเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการใหม่ในการพัฒนาปรับปรุงหรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านเทคนิค เครื่องมือและอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ อยู่ในระดับน้อย

การลงทุนนวัตกรรมกระบวนการ ในปี 2559 โดยมีการเปิดเผยข้อมูล การปรับเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการใหม่ในการพัฒนาปรับปรุงหรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านเทคนิค เครื่องมือและอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ อยู่ในระดับปานกลาง

การลงทุนนวัตกรรมกระบวนการ ในปี 2560 โดยมีการเปิดเผยข้อมูล การปรับเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการใหม่ในการพัฒนาปรับปรุงหรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านเทคนิค เครื่องมือและอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ อยู่ในระดับมาก

การลงทุนนวัตกรรมกระบวนการ ในปี 2561 โดยมีการเปิดเผยข้อมูล การประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ๆ ที่ส่งผลให้กระบวนการผลิต และการทำงานมีประสิทธิภาพ การใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบกระบวนการผลิตใหม่ การควบคุมคุณภาพการผลิต การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในระบบ อยู่ในระดับมากขึ้น

นอกจากนี้ พบว่าบริษัทการลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ มีลักษณะของการเปิดเผยข้อมูลลักษณะเนื้อหา มากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลการบอกเล่า ข้อมูลเชิงตัวเลข และลักษณะที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุดคือ ข้อมูลแสดงมูลค่า และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล

โดยแนวโน้มในแต่ละปีมีการลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นั้น แสดงว่าบริษัทให้ความสำคัญกับการลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ เพื่อเปิดเผยการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ และผสมผสานสิ่งที่มีอยู่เดิมในการสร้างนวัตกรรมขึ้นมาเพื่อทำให้เกิดความมั่งคั่งต่อบริษัทและสังคม ถึงแม้ว่าการเปิดเผยที่ได้แสดงข้อมูลในลักษณะของข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน และรูปภาพ

5.1.2.4 การลงทุนนวัตกรรมองค์กร

การลงทุนนวัตกรรมองค์กร ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) สามารถอธิบายดังต่อไปนี้

การลงทุนนวัตกรรมองค์กร ในปี 2558 โดยมีการเปิดเผยการปรับแนวทางการดำเนินงานในองค์กรไปสู่รูปแบบใหม่ ทั้งการเปลี่ยนแปลงหลักปฏิบัติทางธุรกิจ การจัดสถานที่ทำงานหรือความสัมพันธ์ภายนอกองค์กร อยู่ในระดับน้อย

การลงทุนนวัตกรรมองค์กร ในปี 2559 โดยมีการเปิดเผยการปรับแนวทางการดำเนินงานในองค์กรไปสู่รูปแบบใหม่ ทั้งการเปลี่ยนแปลงหลักปฏิบัติทางธุรกิจ การจัดสถานที่ทำงานหรือความสัมพันธ์ภายนอกองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง

การลงทุนนวัตกรรมองค์กร ในปี 2560 โดยมีการเปิดเผยการปรับแนวทางการดำเนินงานในองค์กรไปสู่รูปแบบใหม่ ทั้งการเปลี่ยนแปลงหลักปฏิบัติทางธุรกิจ การจัดสถานที่ทำงานหรือความสัมพันธ์ภายนอกองค์กร อยู่ในระดับมาก

การลงทุนนวัตกรรมองค์กร ในปี 2561 โดยมีการเปิดเผยการปรับแนวทางการดำเนินงานในองค์กรไปสู่รูปแบบใหม่ ทั้งการเปลี่ยนแปลงหลักปฏิบัติทางธุรกิจ การจัดสถานที่ทำงานหรือความสัมพันธ์ภายนอกองค์กร อยู่ในระดับมาก

นอกจากนี้ พบว่าบริษัทการลงทุนด้านนวัตกรรมองค์กร มีลักษณะของการเปิดเผยข้อมูลลักษณะเนื้อหา มากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลการบอกเล่า ข้อมูลเชิงตัวเลข และลักษณะที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุดคือ ข้อมูลแสดงมูลค่า และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล

โดยแนวโน้มในแต่ละปีมีการลงทุนด้านนวัตกรรมองค์กรเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นั้นแสดงว่าบริษัทให้ความสำคัญกับการลงทุนด้านนวัตกรรมองค์กรการปรับแนวทางการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น เพื่อให้นักลงทุนได้เห็นผลการดำเนินงานและพิจารณาในการลงทุน ถึงแม้ว่าการเปิดเผยที่ได้แสดงข้อมูลในลักษณะของข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน และรูปภาพ

5.1.2.5 การลงทุนนวัตกรรมการตลาด

การลงทุนนวัตกรรมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) สามารถอธิบายดังต่อไปนี้

การลงทุนนวัตกรรมการตลาด ในปี 2558 โดยมีการเปิดเผยข้อมูลการเปลี่ยนแปลงวิธีการทางการตลาดรูปแบบใหม่ ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์การจัดวางสินค้า และการส่งเสริมการตลาดและการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ของบริการอยู่ในระดับน้อย

การลงทุนนวัตกรรมการตลาด ในปี 2559 โดยมีการเปิดเผยข้อมูลการเปลี่ยนแปลงวิธีการทางการตลาดรูปแบบใหม่ ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์การจัดวางสินค้า และการส่งเสริมการตลาดและการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ของบริการ อยู่ในระดับปานกลาง

การลงทุนนวัตกรรมการตลาด ในปี 2560 โดยมีการเปิดเผยข้อมูลการเปลี่ยนแปลงวิธีการทางการตลาดรูปแบบใหม่ ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์การจัดวางสินค้า และการส่งเสริมการตลาดและการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ของบริการ อยู่ในระดับมาก

การลงทุนนวัตกรรมการตลาด ในปี 2561 โดยมีการเปิดเผยข้อมูลการเปลี่ยนแปลงวิธีการทางการตลาดรูปแบบใหม่ ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์การจัดวางสินค้า และการส่งเสริมการตลาดและการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ของบริการ อยู่ในระดับมาก

นอกจากนี้ พบว่าบริษัทการลงทุนด้านนวัตกรรมการตลาด มีลักษณะของการเปิดเผยข้อมูลลักษณะเนื้อหา มากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลการบอกเล่า ข้อมูลเชิงตัวเลข และลักษณะที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุดคือ ข้อมูลแสดงมูลค่า และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล

โดยแนวโน้มในแต่ละปีมีการลงทุนด้านนวัตกรรมการตลาด เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นั้นแสดงว่าบริษัทให้ความสำคัญกับการลงทุนด้านนวัตกรรมการตลาด การเปลี่ยนแปลงวิธีการทางการตลาดรูปแบบใหม่เพื่อให้นักลงทุนได้เห็นผลการดำเนินงานและพิจารณาในการลงทุน ถึงแม้ว่าการเปิดเผยที่ได้แสดงข้อมูลในลักษณะของข้อความ ตัวเลข จำนวนเงิน และรูปภาพ

5.1.3 การศึกษาการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ซึ่งจำแนกเป็นรายด้านคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชน และการจ้างแรงงาน สามารถสรุปผลการศึกษาในแต่ละประเด็นดังนี้

5.1.3.1 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการตลาด นวัตกรรมองค์กร นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมกระบวนการ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมการตลาดและนวัตกรรมกระบวนการ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้นหรือลดลง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมองค์กร และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้นหรือลดลง

5.1.3.2 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการตลาด นวัตกรรมองค์กร นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมกระบวนการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรม กระบวนการ และนวัตกรรมการตลาด ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้นหรือลดลง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรม องค์กร และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้นหรือลดลง

5.1.3.3 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงานมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม การตลาด นวัตกรรมองค์กร นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมกระบวนการ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงาน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมการตลาด ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้นหรือลดลง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงานไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อ นวัตกรรมองค์กรและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้นหรือลดลง

5.1.3.4 มูลค่าของกิจการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมองค์กร นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

มูลค่าของกิจการไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมองค์กร และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มากขึ้นหรือลดลง

มูลค่าของกิจการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรมการตลาด ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มากขึ้นหรือลดลง

5.1.3.5 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด นวัตกรรมองค์กร และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรม กระบวนการ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทสามารถทำกำไร และสร้างผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ในบริษัทได้มากขึ้นหรือลดลง

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อนวัตกรรม การตลาด นวัตกรรมองค์กร และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทสามารถทำกำไรและสร้างผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ในบริษัท ได้มากขึ้นหรือลดลง

5.1.3.6 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม จำแนกเป็นรายด้าน คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชน และการจ้างแรงงาน การลงทุนด้านนวัตกรรม จำแนกเป็นรายด้าน คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมองค์กร และนวัตกรรมการตลาด ผลการดำเนินงานของบริษัท คือ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และมูลค่าของกิจการ

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีอิทธิพลทำให้การลงทุนด้านนวัตกรรมผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการมีผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ในบริษัทได้มากขึ้นหรือลดลง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลทำให้นวัตกรรมกระบวนการผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการ มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้น

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลทำให้นวัตกรรมการตลาดผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการ มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้น

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลทำให้นวัตกรรมองค์กรผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการ มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้น

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการ มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้น

5.1.3.7 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลทำให้การลงทุนด้านนวัตกรรมผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการ มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้น

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนไม่มีอิทธิพล ทำให้นวัตกรรมกระบวนการผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการมีผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ในบริษัทได้มากขึ้นหรือลดลง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนไม่มีอิทธิพล ทำให้นวัตกรรมการตลาดผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการมีผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ในบริษัทได้มากขึ้นหรือลดลง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนไม่มีอิทธิพล ทำให้นวัตกรรมองค์กรผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการมีผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ในบริษัทได้มากขึ้นหรือลดลง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงบวกต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์มีผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ในบริษัทได้มากขึ้นหรือลดลง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนไม่มีอิทธิพลทำให้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผ่านมูลค่าของกิจการมีผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ในบริษัทได้มากขึ้นหรือลดลง

5.1.3.8 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงานมีอิทธิพลทำให้การลงทุนด้านนวัตกรรมผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการ มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้น

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงานไม่มีอิทธิพลทำให้นวัตกรรมกระบวนการผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการมีผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ในบริษัทได้มากขึ้นหรือลดลง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงานไม่มีอิทธิพลทำให้นวัตกรรมการตลาดผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ในบริษัทได้มากขึ้นหรือลดลง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงานไม่มีอิทธิพลทำให้นวัตกรรมองค์กรผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการได้มากขึ้นหรือลดลง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงานไม่มีอิทธิพลทำให้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผ่านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการได้มากขึ้นหรือลดลง

5.1.4 ความสัมพันธ์และผลกระทบของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และพบว่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 90% และการลงทุนด้านนวัตกรรมในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ พบว่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 90%

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าของกิจการ และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ และการ

เปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าของกิจการ รวมถึงการเปิดเผยการดำเนินงานด้านการจ้างแรงงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ และการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าของกิจการ

5.1.5 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เปิดเผยการดำเนินงาน การลงทุนด้านนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

โมเดลตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทฤษฎี (โมเดลต้นแบบ) มีความสอดคล้องกันซึ่งผ่านเกณฑ์การประเมินโมเดลที่เรียกว่า “Model Fit” ดังนี้

1. ค่า Chi-square Probability Level: CMIN-p เท่ากับ 0.839
2. Relative Chi-square: CMIN/df เท่ากับ 0.606
3. Goodness of Fit Index: GFI เท่ากับ 0.985
4. Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA เท่ากับ 0.000

การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เปิดเผยการดำเนินงาน การลงทุนด้านนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานของบริษัท เมื่อพิจารณาผลรวมอิทธิพลพบว่าตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลทางตรงการจ้างแรงงาน คือ นวัตกรรมการตลาด โดยมีอิทธิพลเท่ากับ 1.505 และตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลทางตรงด้านสิ่งแวดล้อม คือ นวัตกรรมกระบวนการ โดยมีอิทธิพลเท่ากับ 1.104 และตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าของทางธุรกิจ (Tobin) คือ ด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีอิทธิพลเท่ากับ 0.082 (อิทธิพลทางอ้อม) และตัวแปรที่มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ โดยมีอิทธิพลเท่ากับ 0.118 (อิทธิพลทางอ้อม)

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษานี้สามารถอภิปรายผลการวิจัยสรุปเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ (1) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัทหรือไม่ (2) การลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัทหรือไม่ (3) การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมกับการลงทุนด้านนวัตกรรมของบริษัทหรือไม่ ดังหัวข้อย่อยที่ 5.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 5.2.2 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัทหรือไม่ 5.2.3 การลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัทหรือไม่ 5.2.4 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมกับการลงทุนด้านนวัตกรรมของบริษัทหรือไม่

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

5.2.1.1 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรม ในรายงานประจำปี จำแนกตามลักษณะการเปิดเผยข้อมูล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ในรายงานประจำปี ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page), บรรทัด (Sentences), ภาพ (Visuals), ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) พบว่า บริษัทฯ ได้เปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมในลักษณะของ คำ (Words) หน้า (Page), บรรทัด (Sentences) มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Guthrie, Petty, Ferrier and Wells (1999); Bozzolan, Favotto and Ricceri (2003) และ Steenkamp (2007) แสดงให้เห็นว่าในการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ส่วนใหญ่บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลโดยการบรรยายหรืออธิบายข้อมูลต่างๆ ในลักษณะของข้อความซึ่งเป็นพื้นฐานหลักในการเปิดเผยข้อมูลต่างๆ และอาจมาจากข้อมูลต่างๆ ที่เปิดเผยนั้นหากเปิดเผยข้อมูลด้วยลักษณะอื่นเพียงอย่างเดียว ผู้ศึกษาข้อมูลอาจไม่เข้าใจในสิ่งที่องค์กรต้องการจะสื่อสาร ดังนั้นส่วนใหญ่ในการเปิดเผยจึงต้องมีข้อความในการอธิบายประกอบไปด้วย จึงทำให้การเปิดเผยในลักษณะข้อความมากที่สุด

ตัวเลข พบว่า บริษัทฯ เปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและการลงทุนด้านนวัตกรรม ในลักษณะของตัวเลขเป็นลำดับที่สอง รองจากข้อความ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Guthrie, Petty, Ferrier and Wells (1999) ที่พบว่า บริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของตัวเลขประกอบ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการแสดงข้อมูลต่างๆ ในลักษณะของตัวเลขเพื่อนำเสนอข้อมูลเกี่ยวข้อง เช่น จำนวนของพนักงาน จำนวนกิจกรรม จำนวนของชุมชน ซึ่งการเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของตัวเลขทำให้ผู้ศึกษาข้อมูลได้ทราบถึงรายละเอียดของข้อมูลมากขึ้น

จำนวนเงิน พบว่า บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลในลักษณะของจำนวนเงินค่อนข้างน้อย เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลเป็นการสื่อสารในสาธารณะชนได้ทราบข้อมูลของบริษัทฯ และในปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจสูง ดังนั้นในการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนเงิน บริษัทฯ จึงอาจจะเลือกการเปิดเผยเฉพาะข้อมูลที่สำคัญ เช่น ผลประกอบการ ค่าจ้างพนักงาน ผลประโยชน์พนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ahmand, Sulaiman and Siswantoro (2003) ที่พบว่าบริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณหรือข้อมูลทางการเงินในปริมาณน้อย

ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) พบว่า บริษัท เปิดเผยข้อมูลในลักษณะข้อมูลการบอกเล่า และข้อมูลแสดงมูลค่า ปานกลาง อาจเนื่องมาจากการเปิดเผยในลักษณะการบรรยายและแสดงมูลค่าที่เป็นจำนวนเงินและไม่เป็นจำนวนเงิน เช่น จำนวนเงินที่แสดงผลประกอบการ จำนวนกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม จำนวนชุมชนทำกิจกรรม และจำนวนพนักงาน

ตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) พบว่า บริษัทฯ การเปิดเผยข้อมูลในลักษณะตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูลค่อนข้างน้อย บางบริษัทไม่ได้เปิดเผยในตำแหน่งที่กำหนดไว้

จากผลการศึกษาข้างต้นพบว่าบริษัทเปิดเผยข้อมูลในลักษณะข้อความมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Steenkamp (2007) ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดเผยข้อมูลในลักษณะของข้อความหรือการบรรยายมากที่สุด และมีการเปิดเผยในลักษณะของจำนวนเงินในปริมาณน้อย

5.2.2 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัท

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัท แสดงให้เห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลในเชิงปริมาณ ซึ่งได้แก่ การเปิดเผยเนื้อหา (Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page), บรรทัด (Sentences), ภาพ (Visuals), ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) ประกอบการอธิบายข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชน และด้านการจ้างแรงงาน มีผลต่อผลดำเนินงานของบริษัท อาจเนื่องมาจากการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมทำให้ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องเกิดความเชื่อมั่นว่าองค์กรจะสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท อาจเนื่องมาจากการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมเป็นเพียงการนับจำนวนคำที่เกี่ยวข้องไม่ได้พิจารณาถึงรายละเอียดอื่นประกอบด้วย ดังนั้นการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวอาจจะไม่ตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัท จากผลการวิเคราะห์พบว่า การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on asset : ROA) ขององค์กร จากการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรสามารถสรุปได้ว่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชน และด้านการจ้างแรงงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงินของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม

(ROA) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ซึ่งเมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชน และด้านการจ้างแรงงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงินของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 90%

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมกับผลการดำเนินงานของบริษัท จากผลการวิเคราะห์พบว่า การเปิดเผยการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับมูลค่าของกิจการ (Tobin's Q) จากการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรสามารถสรุปได้ว่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชน และด้านการจ้างแรงงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงินของกับมูลค่าของกิจการ (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ซึ่งเมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชน และด้านการจ้างแรงงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการทางการเงินของกับมูลค่าของกิจการ (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ซึ่งสอดคล้องจากงานวิจัยของ Dragomir (2010) ที่ศึกษาบริษัทใน FTSEurofirst 300 index บริษัทที่จัดทำรายงานความยั่งยืน โดยมีตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน Tobin's Q อัตราผลตอบแทนหลักทรัพย์ (Share Return) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราส่วนหนี้สิน (Leverage Ratio) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) และอัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) งานวิจัยพบว่าไม่มีผลการดำเนินงานแม้แต่วัดชี้วัดเดียวที่มีความสัมพันธ์กับรายงานความยั่งยืน งานวิจัยพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงาน เช่นเดียวกับ Özçelik et al. (2014) ที่พบว่ารายงานความรับผิดชอบต่อสังคมไม่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทโดยศึกษาบริษัทในระดับ Top100 ของตลาดหลักทรัพย์ประเทศตุรกี บริษัทที่จัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และอัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในประเทศไทยของ Saowarot Kungkajit and Muttanachai Suttipun (2014) ศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง และธุรกิจการเกษตรและอาหาร โดยใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และอัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) พบว่าการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของกิจการ

5.2.3 การลงทุนด้านนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัท

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การลงทุนด้านนวัตกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัท แสดงให้เห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลในเชิงปริมาณ ซึ่งได้แก่ การเปิดเผยเนื้อหา

(Texts) คือ คำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) ภาพ (Visuals) ลักษณะของการเปิดเผยข้อมูล (Nature of Disclosure) คือ ข้อมูลการบอกเล่า (Declarative) ข้อมูลเชิงตัวเลข (Numerical) ข้อมูลแสดงมูลค่า (Fiscal Value) และตำแหน่งของการเปิดเผยข้อมูล (Location of Disclosure) ประกอบการอธิบายข้อมูลนวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร อาจเนื่องมาจากการลงทุนด้านนวัตกรรมอาจเนื่องจากการเปิดเผยการลงทุนด้านนวัตกรรมในเชิงปริมาณเป็นเพียงการนับจำนวนคำที่เกี่ยวข้อง ไม่ได้พิจารณาเรื่องถึงรายละเอียดอื่น ประกอบด้วย สอดคล้องกับงานวิจัย Guan and Ma (2005) การลงทุนด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และอัตราการเติบโตด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลให้มีอัตราผลตอบแทนเพิ่มขึ้น

การลงทุนด้านนวัตกรรมในปัจจุบันต่างๆ ที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัท การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เดิมให้มีคุณภาพมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงวิธีการทางการตลาดรูปแบบใหม่ แนวทางหรือวิธีการใหม่ในการพัฒนาปรับปรุงหรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานในองค์กรไปรูปแบบใหม่ทั้งการเปลี่ยนแปลงหลักปฏิบัติทางธุรกิจหรือความสัมพันธ์ภายนอกองค์กร อย่างไรก็ตามการที่บริษัทมีการลงทุนในด้านนวัตกรรมการตลาด นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมองค์กร ในระดับที่ไม่เหมาะสมก็อาจทำให้ระดับการลงทุนดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัท

5.2.4 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมกับการลงทุนด้านนวัตกรรม

การศึกษาครั้งนี้พบว่า การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการลงทุนด้านนวัตกรรม แสดงให้เห็นว่าปริมาณการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนและการจ้างงาน มีผลต่อการลงทุนนวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีผลต่อการพัฒนาด้านนวัตกรรมเป็นการนำสินค้าและบริการ กระบวนการ วิธีการทางการตลาด หรือรูปแบบการดำเนินงานของบริษัท ได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น หรือมีความแปลกใหม่มาใช้ในการดำเนินธุรกิจและจากการที่นวัตกรรมนั้นมีอยู่ในหลากหลายรูปแบบ

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bocquet et al. (2011) ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมจะช่วยให้การเติบโตของบริษัทเพิ่มขึ้น และความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Abdulai Mahmoud and Hinson, 2012) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) สำนักงาน

คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่ระบுவางค์กรจะต้องเปิดเผยข้อมูล นำไปสู่การสร้างความน่าเชื่อมั่นให้ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ รวมถึงการลงทุนในองค์กร

5.2.5 การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมที่มีต่อการลงทุนนวัตกรรมผ่านผลการดำเนินงานของบริษัท

เนื่องจากการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม เกิดขึ้นจากแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนขององค์กรและเป็นกระบวนการที่สำคัญยิ่งในการบริหารองค์กร โดยการประกอบกิจการด้วยความดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาลในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยจะมีการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อใช้สื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นทางการ ซึ่งการลงทุนด้านนวัตกรรม เป็นการปรับใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ การตลาดหรือรูปแบบองค์กรใหม่ ที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงมูลค่าในแง่ของผลประโยชน์ด้านการเงิน ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และความมีประสิทธิภาพ นวัตกรรมจะต้องเป็นสิ่งใหม่ นวัตกรรมจะต้องมีการนำไปใช้ก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงมูลค่า เช่น การเพิ่มมูลค่าทางการเงิน การเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต และการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ใช้นวัตกรรม สำหรับผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Özçelik et al. (2014) พบว่าการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ Sujana (2015) การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของกิจการ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท (Zhang et al. 2017)

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชน และการจ้างแรงงานไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการดำเนินงานผ่านการลงทุนด้านนวัตกรรม ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมองค์กร และนวัตกรรมการตลาด ผ่านผลการดำเนินงานของบริษัท การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของบริษัท โดยผ่านการลงทุนด้านนวัตกรรม ดังที่กล่าวไปแล้วว่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมจะสร้างให้เกิดความน่าเชื่อถือ เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย และการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน และการลงทุนด้านนวัตกรรมจะส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งการที่องค์กรสร้างความน่าเชื่อถือและการพัฒนาบริการและผลิตภัณฑ์ใหม่ทันต่อเศรษฐกิจ ซึ่งการลงทุนด้านนวัตกรรมเป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เดิมให้มีคุณภาพ การเปลี่ยนแปลงวิธีการทางตลาดรูปแบบใหม่และการ

ปรับแนวทางการดำเนินงานในองค์กรไปสู่รูปแบบเพื่อให้องค์กรได้เปรียบทางการแข่งขัน เมื่อผู้มีส่วนได้เสียรับรู้ในคุณค่าขององค์กรก็จะทำให้การสนับสนุนองค์กรในด้านต่างๆ ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัย Eltantawy Fox and Giunipero (2009) ความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานไม่มีอิทธิพลทางอ้อมโดยมีนวัตกรรมการลงทุนทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน ส่วน Saeidi et al. (2014) ศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กร โดยมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความน่าเชื่อถือ การลงทุนด้านนวัตกรรมและเป็นแปรส่งผ่าน พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรง และไม่มีอิทธิพลทางอ้อมกับผลการดำเนินงานขององค์กร

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านชุมชนมีอิทธิพลทางอ้อมผลการดำเนินงานผ่านการลงทุนด้านนวัตกรรมกระบวนการ ความรับผิดชอบต่อสังคมยังสร้างให้เกิดการยอมรับจากชุมชนและสังคมในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการเป็นธุรกิจที่ดีของสังคมคือการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งโดยการให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ การปรับปรุงคุณภาพชีวิต สังคม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนทั้งในท้องถิ่นและชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการร่วมพัฒนากระบวนการผลิตภัณฑ์และการบริการ การส่งเสริมให้ชุมชนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lai et al. (2010) ศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อด้านตราสินค้า พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทั้งทางตรงและทางอ้อม

5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

1. จากการศึกษาข้อมูลพบว่าบริษัทเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชน และการจ้างแรงงานยังไม่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ดังนั้นบริษัทหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกำหนดแนวทางการปฏิบัติและรูปแบบในการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชน และการจ้างแรงงาน

2. เนื่องจากงานวิจัยเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการศึกษาผลกระทบของการลงทุนด้านนวัตกรรม การที่ผู้วิจัยไม่สามารถหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพื่อนำมาใช้ในการศึกษาได้ เพราะข้อมูลไม่เพียงพออาจทำให้งานวิจัยนี้ไม่ได้ทำการศึกษาอย่างครอบคลุมในทุกส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมอย่างเหมาะสม

3. ในการศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม ใช้ข้อมูลรายงานประจำปีเพียงแหล่งเดียว ซึ่งบริษัทอาจมีการเปิดเผยข้อมูลในแหล่งอื่น เช่น เว็บไซต์ ข่าว เป็นต้น

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. อัตราส่วนทางการเงินที่ใช้ในการศึกษา ยังมีอัตราส่วนอื่นๆ ที่สามารถวัดความสามารถในการทำกำไรได้เช่นเดียวกัน ดังนั้นหากมีผู้ที่สนใจจะทำการวิจัยต่อไปในอนาคตก็อาจเปลี่ยนอัตราส่วนที่ใช้ในการวัดเป็นอัตราส่วนอื่นๆ แทน เช่น อัตราผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS)
2. การศึกษาเพิ่มเติม โดยการขยายช่วงระยะเวลาการศึกษาให้กว้างขึ้นเพื่อพิสูจน์ผลการวิจัยเพิ่มเติมในด้านของความสอดคล้องและความแตกต่างกับช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา
3. การศึกษาควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น โดยอาจศึกษาจากบริษัททั้งหมดที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

5.5 บทสรุป

การเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม พบว่ามีการเปิดเผยข้อมูลโดยใช้ตัวอักษร จำนวนคำ (Words) หน้า (Page) บรรทัด (Sentences) มากที่สุด ลักษณะการเปิดเผยพบว่าการเปิดเผยโดยใช้การบรรยายมากที่สุด สำหรับตำแหน่งการเปิดเผยในรายงานประจำปีพบมากที่สุดในลักษณะการประกอบกิจการและตำแหน่งของประกอบธุรกิจ มากที่สุด สำหรับระดับการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืน พบว่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม การลงทุนด้านนวัตกรรม ตามรูปแบบการเปิดเผย ลักษณะการเปิดเผย และตำแหน่งการเปิดเผย อยู่ในระดับที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี นอกจากนี้ยังพบว่าการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการ ส่วนการลงทุนด้านนวัตกรรมไม่มีความสัมพันธ์ต่อไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์และมูลค่าของกิจการ ในทางกลับกันการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมมีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อการลงทุนด้านนวัตกรรม



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรีซ แรงสูงเนิน. (2546). *การศึกษาสภาพการจัดการธุรกิจนาย่อมในจังหวัดหนองคาย*. รายงานการวิจัย. หนองคาย : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิตรลดา พิศาลสุพงศ์ และคณะ. (2557). ภาพรวมการพัฒนาด้านการวิจัยและพัฒนาของประเทศไทย. *วารสารเศรษฐกิจและสังคม*, 51(1).

โชติญาณ์ หิตะพงศ์. (2549). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทกับระดับของการเปิดเผยข้อมูลใน “บทรายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร” ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). *ข้อมูลรายบริษัท/รายหลักทรัพย์*. สืบค้น 26 มีนาคม 2561. จาก

<https://www.set.or.th/set/companyprofile.do?symbol=HMPRO&ssoPageId=4&language=th&country=TH>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การพัฒนาความรู้ด้านการจัดการทำรายงานแห่งความยั่งยืน การให้รางวัลด้านความยั่งยืน. สืบค้น 26 กุมภาพันธ์ 2561. จาก

https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/about/about_p1.html

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การส่งเสริมการลงทุนอย่างยั่งยืน. สืบค้น 10 กุมภาพันธ์ 2561.

จาก https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/sri/thisi_p1.html

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การส่งเสริมการลงทุนอย่างยั่งยืน สืบค้น 13 พฤษภาคม 2561.

จาก https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/sri/thisi_p1.html

พรสวรรค์ มงคลชัยอรัญญา และ นวพร ประสมทอง. (2551). ทฤษฎีว่าด้วยฐานทรัพยากร: อะไรที่สร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน. *วารสารวิชาการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, 3 (8) 1-12.

พันธุ์อาจ ชัยรัตน์. (2547). บทนำเบื้องต้นของการจัดการ นวัตกรรม. *การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร*. กรุงเทพฯ : สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

- เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย. (2549). *หลักการและการใช้สถิติการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางการพยาบาล* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สงขลา : ชานเมืองการพิมพ์
- ศิลป์พร ศรีจันเพชร. (2560). การบัญชีตามความรับผิดชอบต่อสังคม. *Journal of Business Administration The Association of Private Education Institutions of Thailand*, 6 (1), 25-32.
- สถาบันไทยพัฒนา. (2555). รายงานความยั่งยืนสำคัญอย่างไร. สืบค้น จาก http://www.thaicr.com/2012/11/blog-post_20.html
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2551). *เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม Corporate Social Responsibility Guidelines* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ ไอคอนพริ้นติ้ง
- สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน. (2556). *ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความยั่งยืนขององค์กร*. สืบค้น จาก http://www.set.or.th/yfs/2015/download/YFS2015_YFSCamp2015_Reading08.pdf
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2553). นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี*, 33(128), 49-65
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2560). *หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2560*. สืบค้น 27 มีนาคม 2560, จาก www.sec.or.th
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2549). *สุดยอดนวัตกรรมไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2550). *สุดยอดนวัตกรรมไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สุภัสสร วะโนภาส. (2556). *ปัจจัยผลักดันและอุปสรรคในการจัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืนของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภมาศอังศุโชติ และคณะ. (2551). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ : เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL*. กรุงเทพฯ : บริษัทมิสชั่น มีเดีย จำกัด.

ภาษาต่างประเทศ

- Abrahamson, E., & Amir, E. (1996). The information content of the president's letter to shareholders. *Journal of Business Finance & Accounting*, 23(8), 1157-1182.

- Adams, C. A. (2004). The ethical, social and environmental reporting-performance portrayal gap. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 17(5), 731-757.
- Abdulai Mahmoud, M., & Hinson, R. E. (2012). Market orientation, innovation and corporate social responsibility practices in Ghana's telecommunication sector. *Social Responsibility Journal*, 8(3), 327-346.
- Aggarwal, P., & Singh, A. K. (2018). CSR and sustainability reporting practices in India: An in-depth content analysis of top-listed companies. *Social Responsibility Journal*.
- Ahmad, N. N. N., Sulaiman, M., & Siswantoro, D. (2003). Corporate social responsibility disclosure in Malaysia: An analysis of annual reports of KLSE listed companies. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 11(1).
- Al Farooque, O., & Ahlu, H. (2015). Environmental reporting in the UK, Australia, and South African multinational companies. *The Journal of Developing Areas*, 49(6), 103-118.
- Andras, T. L., & Srinivasan, S. S. (2003). Advertising intensity and R&D intensity: Differences across industries and their impact on firm's performance. *International Journal of Business and Economics*, 2(2), 81-90.
- Andersen KI. (2003). *The Project*. <http://www.aiesec.dk/projects/rexpect/Theproject.htm#Definition>.
- Bansal, P. (2005), "Evolving sustainably: a longitudinal study of corporate sustainable development", *Strategic Management Journal*, 26, 197-218.
- Barako, D. G. (2007). Determinants of voluntary disclosures in Kenyan companies annual reports. *African Journal of Business Management*, 1(5).
- Baregheh, A., Rowley, J. and Sambrook, S. (2009), "Towards a multidisciplinary definition of innovation", *Management Decision*, 47 (8), 1323-39.
- Barnard, C. (1938). 1.(1938). *The functions of the executive*.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99.

- Barney, J. B., & Wright, P. M. (1998). On Becoming a Strategic Partner: The Role of Human Resources in Gaining Competitive Advantage. *Human Resource Management (1986-1998)*, 37(1), 31.
- Barron, O. E., Kile, C. O., & O'KEEFE, T. B. (1999). MD&A quality as measured by the SEC and analysts' earnings forecasts. *Contemporary Accounting Research*, 16(1), 75-109.
- Bebbington, J., Brown, J., & Frame, B. (2007). Accounting technologies and sustainability assessment models. *Ecological economics*, 61(2-3), 224-236.
- Beretta, S., & Bozzolan, S. (2004). A framework for the analysis of firm risk communication. *The International Journal of Accounting*, 39(3), 265-288.
- Bessant, J. & Tidd, J. (2007). *Innovation and Entrepreneurship*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Betje. P. (1998). *Technological Change in the Modern Economy: Basic Topics and New Developments*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Bocquet, R., & Mothe, C. (2011). Exploring the relationship between CSR and innovation: A comparison between small and largesized French companies.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper and Row.
- Bozzolan, S., Favotto, F., & Ricceri, F. (2003). Italian annual intellectual capital disclosure: an empirical analysis. *Journal of Intellectual capital*, 4(4), 543-558.
- Brammer, S. and Millington, A. (2008), "Does it pay to be different? An analysis of the relationship between corporate social and financial performance", *Strategic Management Journal*, 29, 1325-43.
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). Corporate social responsibility and resource-based perspectives. *Journal of business Ethics*, 69(2), 111-132.
- Breton, G., & Taffler, R. J. (2001). Accounting information and analyst stock recommendation decisions: a content analysis approach. *Accounting and business research*, 31(2), 91-101.
- Bryan, S. H. (1997). Incremental information content of required disclosures contained in management discussion and analysis. *Accounting Review*, 285-301.

- Burritt, R. L., & Welch, S. (1997). Accountability for environmental performance of the Australian Commonwealth public sector. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 10 (4), 532-561.
- Business, B. (2010). Pension reform: Europe wants later retirement.
- Business for Social Responsibility. (2003b). *Overview of Corporate Social Responsibility*.
<http://www.bsr.org/BSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=48809>
- Capon, N.J. et al. (1992). "Profiles of Product Innovators among large U.S. manufactures". *Management Science*, 36(2), 157- 169.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, C. D. (1997). Buffer-stock saving and the life cycle/permanent income hypothesis. *The Quarterly journal of economics*, 112(1), 1-55.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business and Society*, 38(3), 268-295.
- Chesbrough, Henry. (2006). *Open Business Models*. Boston: Harvard Business School Press.
- Chen, C. J., & Huang, J. W. (2009). Strategic Human Resource Practices and Innovation Performance - the Mediating Role of Knowledge Management Capacity. *Journal of Business Research*, 62(1), 104.
- Chen, L., Feldmann, A., & Tang, O. (2015). The relationship between disclosures of corporate social performance and financial performance: Evidences from GRI reports in manufacturing industry. *International Journal of Production Economics*, 170, 445-456.
- Cheung, P., & Mak, W. (2009). *The Relation between Corporate Social Responsibility Disclosures and Financial Performance: Evidence from the Commercial Banking*
- Cho, C. H., Michelon, G., Patten, D. M., & Roberts, R. W. (2015). CSR disclosure: the more things change ?. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 28(1), 14-35.
- Christensen, C.M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firm to Fail*. Boston: Harvard Business School Press.

- Chung, K. H., & Pruitt, S. W. (1994). A simple approximation of Tobin's q. *Financial management*, 70-74.
- Clarkson, M. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of management review*, 20(1), 92-117.
- Clarkson, P. M., Kao, J. L., & Richardson, G. D. (1994). The voluntary inclusion of forecasts in the MD&A section of annual reports. *Contemporary Accounting Research*, 11(1), 423-450.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128.
- Commission of the European Communities. (2002). *Corporate Social Responsibility – Main Issues*, MEMO/02/153, Brussels.
- Commission of the European Communities. (2001). *Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibilities*, COM (2001) 366 final, Brussels.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). Interpretation and application of factor analytic results. *Comrey AL, Lee HB. A first course in factor analysis*, 2.
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling theory: A review and assessment. *Journal of management*, 37(1), 39-67.
- Corporate Citizenship. (2015). *The future of reporting from routine to strategic*. Retrieved from <http://corporate-citizenship.com/our-insights/the-future-of-reporting-from-routine-to-strategic/>
- Cooper, C. L. (1998). The changing nature of work [1]. *Community, Work & Family*, 1(3), 313-317.
- Daft, R.L. (1982). "Bureaucratic versus non bureaucratic structure and the process of innovation and change", in Bacharach, S.B. (Ed.), *Research in the Sociology of Organisations*, 1, JAI Press, Greenwich, CT.
- Dai, N. T., Du, F., Young, S. M., & Tang, G. (2016). Seeking legitimacy through CSR reporting: Evidence from China. *Journal of Management Accounting Research*.
- Damanpour, F., & Gopalakrishnan, S. (2001). The dynamics of the adoption of product and process innovations in organizations. *Journal of management studies*, 38(1), 45-65.

- Damanpour, F. (1987). "The Adoption of Technological, Administrative, and Ancillary Innovations: Impact of Organizational Factors". *Journal of Management*. 13(4), 675-688.
- Daspit, J. J., & D'Souza, D. E. (2013). Understanding the Multi-Dimensional Nature of Absorptive Capacity. *Journal of Managerial Issues*, 25(3), 299-316,219.
- Deegan, C., & Gordon, B. (1996). A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations. *Accounting and business research*, 26(3), 187-199.
- Devinney, T.M. (2008), "Is the socially responsible corporation a myth? The good, the bad, and the ugly of corporate social responsibility", *Academy of Management Perspectives*, May, pp.44-56.
- Dierickx, I., Cool, K., & Barney, J. B. (1989). Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive. *Management Science*, 35(12), 1504.
- Dorf, R. C. & Byers, T. H. 2008, *Technology Ventures: From Idea to Enterprise*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Dory, T. (2005), "Review of IPTS's research on regional profiles", paper presented at the *MLP Regional Profiles and Growth Poles Workshop*, Brussels.
- Dragomir, A., Côté, R., Roy, L., Blais, L., Lalonde, L., Bérard, A., & Perreault, S. (2010). Impact of adherence to antihypertensive agents on clinical outcomes and hospitalization costs. *Medical care*, 418-425.
- Drucker, P.F. (1985). "The Discipline of Innovation". *Harvard Business Review*. Vol. 68, no. 4, pp. 67-72.
- Drucker, P.F. (1993). *Post-Capitalist Society*. NY: Butterworth Heineman.
- DTI. (2004). *Succeeding Through Innovation, Creating Competitive Advantage Through Innovation: A Guide for Small and Medium Sized Businesses*. Department of Trade and Industry. London.
- Duriau, V. J., Reger, R. K., & Pfarrer, M. D. (2007). A content analysis of the content analysis literature in organization studies: Research themes, data sources, and methodological refinements. *Organizational research methods*, 10(1), 5-34.

- Eisenhardt, Kathleen M., and Jeffrey A. Martin. (2000). "Dynamic Capabilities : What are they?" *Strategic Management Journal*, 21(10), 1105.
- Eltantawy, R. A., Fox, G. L., & Giunipero, L. (2009). Supply management ethical responsibility: reputation and performance impacts. *Supply Chain Management: An International Journal*, 14(2), 99-108.
- English, D. M., & Schooley, D. K. (2014). The evolution of sustainability reporting. *The CPA Journal*, 84(3), 26.
- Ettlit, J.E. and Reza, E. (1992). "Organizational Integration and Process Innovation". *Academy of Management Journal*, 35, 795-827.
- Ethical Performance. (2003). *Introduction: Defining Corporate Social Responsibility*.
<http://www.ethicalperformance.com/bestpractice/archive/1001/introduction.html>
- Evan, W.M. (1966) "Organizational Lag". *Human Organization*. 25 (spring), 51-53.
- Fernandez, P., Linares, P., & Fernández Acín, I. (2014). Market Risk Premium used in 88 countries in 2014: a survey with 8,228 answers. *Available at SSRN 2450452*.
- Fernandez-Feijoo, B., Romero, S., & Ruiz, S. (2014). Effect of stakeholders' pressure on transparency of sustainability reports within the GRI framework. *Journal of business ethics*, 122(1), 53-63.
- Finch, H. (2005). Comparison of distance measures in cluster analysis with dichotomous data. *Journal of Data Science*, 3(1), 85-100.
- Fortune, A., & Shelton, L. (2012). R&D effort, effectiveness, and firm performance in the pharmaceutical sector. *Journal of business and management*, 18(1), 97-115.
- Foster, D., & Jonker, J. (2005). Stakeholder relationships: the dialogue of engagement. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 5(5), 51-57.
- Fox, G., & Royle, M. T. (2014). Human capital in service innovation strategy. *International journal of management and Marketing Research*, 7(1), 29-47.
- Frederick W, Post J, Davis KE. (1992). *Business and Society. Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*, 7th edn. McGraw-Hill: London.
- Freeman, R. B., & Medoff, J. L. (1984). What do unions do. *Indus. & Lab. Rel. Rev.*, 38, 244.
- Freeman, C. & Soete, L. 1997, *The Economics of Industrial Innovation*. 3rd ed.
 London: Continuum.

- Galbreath, J. (2010). Drivers of corporate social responsibility: The role of formal strategic planning and firm culture. *British Journal of Management*, 21(2), 511-525.
- Gallié, E. P., & Legros, D. (2012). French firms' strategies for protecting their intellectual property. *Research Policy*, 41(4), 780-794.
- Gatignon, H., Tushman, M. L., Smith, W., & Anderson, P. (2002). A structural approach to assessing innovation: Construct development of innovation locus, type, and characteristics. *Management science*, 48(9), 1103-1122.
- Gopalakrishnan, S. & Damanpour, F. (1997). "A Review of Innovation Research in Economics, Sociology and Technology Management". *The International Journal of Management Science*, 25(1), 15-28.
- Gopalakrishnan, S., & Bierly, P. (1997). ORGANIZATIONAL INNOVATION AND STRATEGIC CHOICES: A KNOWLEDGE-BASED VIEW. In *Academy of Management Proceedings*, 1, 422-426. Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Gordon, C., Cooper, C., Senior, C. A., Banks, H., Gregory, J. M., Johns, T. C., ... & Wood, R. A. (2000). The simulation of SST, sea ice extents and ocean heat transports in a version of the Hadley Centre coupled model without flux adjustments. *Climate dynamics*, 16(2-3), 147-168.
- Grant, R. M. (1996). "Toward a knowledge-based theory of the firm." *Strategic Management Journal* 17, 109-122.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47-77.
- Global Corporate Social Responsibility Policies Project. (2003). *A Role for the Government – Issues at Hand*, Kenan-Flagler Business School of the University of North Carolina, Chapel Hill. [http://www.csrpolicies.org/CSRRoleGov/ CSR_Issue/csr_issue.html](http://www.csrpolicies.org/CSRRoleGov/CSR_Issue/csr_issue.html)
- Gurvitsh, N., & Sidorova, I. (2012). Survey of sustainability reporting integrated into annual reports of Estonian companies for the years 2007-2010: based on companies listed on Tallinn Stock Exchange as of October 2011. *Procedia Economics and Finance*, 2, 26-34.

- Guthrie, J., & Mathews, M. R. (1985). Corporate social accounting in Australasia. In *Research in corporate social performance and policy* (pp. 251-277). JAI Press.
- Guthrie, J. T., Wigfield, A., Barbosa, P., Perencevich, K. C., Taboada, A., Davis, M. H., ... & Tonks, S. (2004). Increasing reading comprehension and engagement through concept-oriented reading instruction. *Journal of educational psychology*, 96(3), 403.
- Guthrie, J., & Farneti, F. (2008). GRI sustainability reporting by Australian public sector organizations. *Public Money and management*, 28(6), 361-366.
- Guthrie, J., Petty, R., Ferrier, F. and Wells, R. (1999) "There is no Accounting for Intellectual Capital in Australia: A review of annual reporting practices and the internal Measurement of Intangibles", OECD Symposium on Measuring and Reporting of Intellectual Capital, Amsterdam, June 9-11
- Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), 77-108.
- Hair, J.F. Jr. Black, W.C., Babin, B.J. Anderson, R.E. and Tatham, R.L. (2006). *Multivariate data analysis*, (6th ed). New Jersey: Prentice Hall
- Halkos, G., & Skouloudis, A. (2018). Corporate social responsibility and innovative capacity: Intersection in a macro-level perspective. *Journal of cleaner production*, 182, 291-300.
- Harney, M., & Tower, E. (2003). Predicting equity returns using Tobin's q and price-earnings ratios. *The Journal of Investing*, 12(3), 58-70.
- Hart, O. (1995). *Firms, contracts, and financial structure*. Clarendon press.
- Hart, S. L., & Dowell, G. (2011). Invited editorial: A natural-resource-based view of the firm: Fifteen years after. *Journal of management*, 37(5), 1464-1479.
- Hashi, I., & Stojcic, N. (2010). The impact of innovation activities on firm performance using a multi-stage model: evidence from the community innovation survey 4. *Research Policy*, Forthcoming.
- Hasseldine, J., Salama, A.I. and Toms, J.S. (2005). "Quantity versus quality: the impact of environmental disclosures on the reputations of UK", *The British Accounting Review*, 37, 231-48.

- Hawkins, D. G., Lake, D. A., Nielson, D. L., & Tierney, M. J. (Eds.). (2006). *Delegation and agency in international organizations*. Cambridge University Press.
- Henderson, R.M. and Clark, K.B. (1990). "Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms". *Administrative Science Quarterly*, 35, 9-30.
- Herkema, S. (2003). "A Complex Adaptive Perspective on Learning within Innovation Projects". *The Learning Organization*, 10(6), 340- 346.
- Ho, L. H., & Chang, P. Y. (2015). Innovation Capabilities, Service Capabilities and Corporate Performance in Logistics Services. *International Journal of Organizational Innovation (Online)*, 7(3), 24-33.
- Homburg, C., & Pflesser, C. (2000). A multiple-layer model of market-oriented organizational culture: measurement issues and performance outcomes, *Journal of Marketing Research*, 37(4), 449-62.
- Hull, C. E., & Rothenberg, S. (2008). Firm performance: The interactions of corporate social performance with innovation and industry differentiation. *Strategic Management Journal*, 29(7), 781-789.
- Husted, B.W. and Allen, D.B. (2007). "Strategic corporate social responsibility and value creation among large firms: lessons from the Spanish experience", *Long Range Planning*, 40, 594-610.
- Ishfaq, M., Latif, K., Khan, A. N., & Noreen, R. (2017). Corporate Social Responsibility and Firm Performance: The Moderating Effect of Ownership Concentration. *Journal of Managerial Sciences*, 11.
- Jensen, M. C. (2001). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Journal of applied corporate finance*, 14(3), 8-21.
- Johnson, T. V., & McCord, T. B. (1971). Spectral geometric albedo of the Galilean satellites, 0.3 to 2.5 microns. *The Astrophysical Journal*, 169, 589.
- Jones TM. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *California Management Review*, 22(2), 59–67.
- Kohli, A.K., & Jaworski, B.J. (1990). "Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications", *Journal of Marketing*, 54, 1-18.

- Kotler, P. T., & Lee, N. R. (2009). *Up and out of poverty: The social marketing solution*. Pearson Prentice Hall.
- Kumsuprom, S. I. R. I. D. E. C. H. (2010). Structured approach to organisational ICT risk management: An empirical study in Thai businesses.
- Lai, C. S., Chiu, C. J., Yang, C. F., & Pai, D. C. (2010). The effects of corporate social Responsibility on brand performance: The mediating effect of industrial brand equity and corporate reputation. *Journal of business ethics*, 95(3), 457-469.
- Laskar, N., & Maji, S. G. (2017). Corporate sustainability performance and firm performance: evidence from India and South Korea. *International Journal of Corporate Strategy and Social Responsibility*, 1(2), 118-140.
- Landsman, W. R., & Shapiror, A. C. (1995). Tobin's q and the Relation between Accounting ROI and Economic Return. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 10(1), 103-118.
- Lang, L. H., & Stulz, R. M. (1993). Tobin's q, corporate diversification and firm performance (No. w4376). *National Bureau of Economic Research*, 10, w4376.
- Lee, D. E., & Tompkins, J. G. (1999). A modified version of the Lewellen and Badrinath measure of Tobin's q. *Financial Management*, 20-31.
- Lemon, M. & Sahota, P. S. (2003). "Organizational Culture as a Knowledge Repository for Increased Innovation Capacity". *Technovation*.
- Lewellen, W. G., & Badrinath, S. G. (1997). On the measurement of Tobin's q. *Journal of financial economics*, 44(1), 77-122.
- Likar, B., Kopač, J., & Fatur, P. (2014). Innovation investment and economic performance in transition economies: Evidence from Slovenia. *Innovation*, 16(1), 53-66.
- Limpaphayom, P., & Connelly, J. T. (2004). Corporate governance in Thailand. Available at SSRN 965300.
- Lindblom, C. K. (1994). The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. In *Critical Perspectives on Accounting Conference, New York, 1994*.

- Lopez, M.V., Perez, M.C. and Rodriguez, L. (2008). "Strategy, corporate social responsibility and R&D expenditure: empirical evidence of European convergence", *paper presented at the 31st Annual Congress of the European Accounting Association*, Rotterdam.
- MacGregor, S.P., & Fontrodona, J. (2008). "Exploring the fit between CSR and innovation", Working Paper WP-759, Center for Business and Society, July.
- Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 41-60.
- Maignan, I., Ferrell, O.C. and Hult, G.T.M. (1999). "Corporate citizenship: cultural antecedents and business benefits", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27 (4), 455-69.
- Malik, M. S., & Kanwal, L. (2018). Impact of corporate social responsibility disclosure on financial performance: case study of listed pharmaceutical firms of Pakistan. *Journal of Business Ethics*, 150(1), 69-78.
- Manne, H. G., & Wallich, H. C. (1972). *The Modern Corporation and Social Responsibility* (American Enterprise Institute for Public Policy Research, Washington, DC).
- Mayring, P. (2001). Combination and integration of qualitative and quantitative analysis. In *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 2(1).
- McGuire, J.W. (1963). *Business and Society*. New York : McGraw-Hill.
- McWilliams, A., & Siegel, D. S. (2011). Creating and capturing value: Strategic corporate social responsibility, resource-based theory, and sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 37(5), 1480-1495.
- McWilliams, A. and Siegel, D. (2001). "Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective", *Academy of Management Review*, 26(1), 117-27.
- Mintzberg, H. (1993). *The Rise and Fall of Strategic Planning*, Free Press, New York, NY.
- Mueller, D. C. (1996). *Constitutional democracy*. Oxford University Press, USA.
- Murcia, F. D. R., & Santos, A. D. (2012). Discretionary-based disclosure: evidence from the Brazilian market. *BAR-Brazilian Administration Review*, 9(1), 88-109.

- Narver, J. and Slater, S. (1990). "The effect of a market orientation on business profitability", *Journal of Marketing*, 54, 20-35.
- O'Cass, A., & Ngo, L. V. (2011). Examining the firm's value creation process: a managerial perspective of the firm's value offering strategy and performance. *British Journal of Management*, 22(4), 646-671.
- O'Dwyer, M., & O'Toole, T. (1998). Marketing-R&D Interface contexts in new product development. *Irish Marketing Review*, 11(1), 59-68.
- OECD/Eurostat. (2005). Oslo manual. In *Guidelines for collecting and interpreting innovation data* (p. 164). OECD.
- Özçelik, F., AVCI ÖZTÜRK, B., & Gürsakal, S. (2014). Investigating the relationship between Corporate social responsibility and financial performance in Turkey. *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 28(3).
- Perez-Bustamante, G. (1999). "Knowledge Management in Agile Innovative Organizations". *Journal of Knowledge Management*, 3(1), 6-17.
- Peteraf, M. A. (1993). The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal (1986-1998)*, 14(3), 179.
- Polasek, P. (2008). Corporate Social Responsibility in Small and Medium-Sized Companies in the Czech Republic. Retrieved May 18,2011, From www.csr-online.cz/netgenium/Download.aspx?.../wr63Lr34xgl
- Porter, M. E. (1985). Technology and Competitive Advantage. *The Journal of Business Strategy*, 5(3), 60.
- Post, D. M. (2002). Using stable isotopes to estimate trophic position: models, methods, and assumptions. *Ecology*, 83(3), 703-718.
- Preston, L.E. and O'Bannon, D.P. (1997). "The corporate social-financial performance relationship: a typology and analysis", *Business and Society*, 36 (4), 419-29.
- Qu, R. (2007). "Corporate social responsibility in China: impact of market orientation", *Chinese Management Studies*, 1(3), 198-207.

- Qu, R. (2009). The impact of market orientation and corporate social responsibility on firm performance: evidence from China”, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 21 (4), 570-82.
- Ratajczak, P., & Szutowski, D. (2016). Exploring the relationship between CSR and innovation. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7(2), 295-318.
- Redding, J. (1997). Hardwiring the learning organization. *Training & Development*, 51(8), 61-68.
- Reverte, C. (2009). Determinants of corporate social responsibility disclosure ratings by Spanish listed firms. *Journal of business ethics*, 88(2), 351-366.
- Rogers, E.M. (1995). *Diffusion of Innovation*. 4th ed. NY: The Free Press.
- Rogers, R. K., & Grant, J. (1997). An empirical investigation of the relevance of the financial reporting process to financial analysts. *Unpublished manuscript*. Portland State University.
- Rothwell, R. and Gardner, D. (1989). “The Strategic Management of Re- innovation”. *R&D Management*, 19 (2), 147-160.
- Russo, M. V., & Fouts, P. A. (1997). A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability. *Academy of management Journal*, 40(3), 534-559.
- Saeidi, S. P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S. P., & Saeidi, S. A. (2015). How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. *Journal of business research*, 68(2), 341-350.
- Santoso, A. H., & Feliana, Y. K. (2014). The Association Between Corporate Social Responsibility And Corporate Financial Performance. *Issues in Social & Environmental Accounting*, 8(2).
- Schilling , M.A. (2008). *Strategic Management of Technological Innovation*. 2nd ed. NY: McGraw-Hill Education.
- Schleicher, T., & Walker, M. (1999). Share price anticipation of earnings and management's discussion of operations and financing. *Accounting and Business Research*, 29(4), 321-335.

- Siegel, D. (2001). "Do British companies really need a minister to make them socially responsible?", *Parliamentary Brief* 7-8, Special Supplement on Business and the Community.
- Slater, F.S. and Narver, J.C. (1995). "Market orientation and the learning organization", *Journal of Marketing*, 59, 63-74.
- Smith, David. (2006). Exploring Innovation. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- Smits, R. (2002). "Innovation studies in the 21 th century: Questions from a user's Perspective". *Technological Forecasting & Social Change*, 69(2), 861-883.
- Srivastava, R. K., Fahey, L., & Christensen, H. K. (2001). The resource-based view and marketing: The role of market-based assets in gaining competitive advantage. *Journal of management*, 27(6), 777-802.
- Steele, F. (1982). *The role of the internal consultant: Effective role-shaping for staff positions*. CBI Pub. Co..
- Steenkamp, N., & Northcott, D. (2007). Content analysis in accounting research: the practical challenges. *Australian Accounting Review*, 17(3), 12.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20(3), 571-610.
- Sujana, A. (2015). The extent of corporate social responsibility engagement in Malaysian banks offering Islamic banking services. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(2).
- Sweeney, L., & Coughlan, J. (2008). Do different industries report corporate social responsibility differently? An investigation through the lens of stakeholder theory. *Journal of Marketing Communications*, 14(2), 113-124.
- Tang, Z., Hull, C. E., & Rothenberg, S. (2012). How corporate social responsibility engagement strategy moderates the CSR–financial performance relationship. *Journal of Management Studies*, 49(7), 1274-1303.
- Tidd, J. (2001). Innovation management in context: environment, organization and performance. *International journal of management reviews*, 3(3), 169-183.
- Tilling, M. V. (2004). *Refinements in legitimacy theory in social and environmental accounting*. School of Commerce, Flinders University.

- Trebucq, S. and Evraert, S. (2008). "Adoption of GRI's guidelines reporting by European companies", paper presented at the *31st Annual Congress of the European Accounting Association, Rotterdam*.
- Trusler, J. P. M., Wakeham, W. A., & Zarari, M. P. (1996). Second and third interaction virial coefficients of the (methane+ propane) system determined from the speed of sound. *International journal of thermophysics*, 17(1), 35-42.
- Tsai, J. H., Yu, J., & Wen, S. Y. (2013). Intellectual capital, corporate governance and firm performance. *Information Management and Business Review*, 5(10), 482.
- Tsang, E. W. (1998). A longitudinal study of corporate social reporting in Singapore: The case of the banking, food and beverages and hotel industries. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 11(5), 624-635.
- Tsoutsoura, M. (2004). Corporate social responsibility and financial performance.
- Turban, D. B., & Greening, D. W. (1997). Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees. *Academy of management journal*, 40(3), 658-672.
- Tushman, M.L. & Nadler, D. (1986). "Organizing for Innovation". *California Management Review*.
- Unerman, J. (1999). A critique of content analysis as a research method for corporate social reporting. In *Critical Perspectives on Accounting Conference*.
- Unerman, J. (2000). Methodological issues-Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13(5), 667-681.
- United Nations Office on Drugs, & Crime. (2004). *World Drug Report 2004* (Vol. 1). United Nations Publications.
- Utterback, J. M., & Suárez, F. F. (1993). Innovation, competition, and industry structure. *Research policy*, 22(1), 1-21.
- Utterback, J.M. (1971). "The Process of Technological Innovation Within the Firm". *Academy of Management Journal*, 14 (1), 75-88.
- Utterback, J.M. (1994). "Radical innovation and corporate regeneration". *Research Technology Management*, 37, (4), 10.

- Utterback, J.M. (2004). "The dynamics of Innovation". *Educause Review*, 39(1), 42.
- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of business ethics*, 44(2-3), 95-105.
- Vomberg, A., Homburg, C., & Bornemann, T. (2015). Talented People and Strong Brands: The Contribution of Human Capital and Brand Equity to Firm Value. *Strategic Management Journal*, 36(13), 2122.
- Villalonga, B. (2004). Does diversification cause the "diversification discount"? *Financial Management*, 5-27.
- Vilanova, M., Lozano, J.M. and Arenas, D. (2009). "Exploring the nature of the relationship between CSR and competitiveness", *Journal of Business Ethics*, 87, 57-69.
- Waddock, S. and Graves, S. (1997). "The corporate social performance-financial performance link", *Strategic Management Journal*, 18 (4), 303-19.
- Walton, C. C. (1967). *Corporate social responsibilities*. Wadsworth Publishing Company.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal (pre-1986)*, 5(2), 171.
- Wernerfelt, B., & Montgomery, C. A. (1988). Tobin's q and the importance of focus in firm performance. *The American Economic Review*, 246-250.
- West, M. and Farr, J. (1989), "Innovation at work: psychological perspectives", *Social Behavior*, 4, 15-30.
- Wiseman, J. (1982). An evaluation of environmental disclosures made in corporate annual reports. *Accounting, Organizations and Society*, 7(1), 53-63.
- World Business Council for Sustainable Development. (2000). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. World Business Council for Sustainable Development: Geneva.
- World Business Council for Sustainable Development. (1999). *Corporate Social Responsibility: Meeting Changing Expectations*. World Business Council for Sustainable Development: Geneva.
- Woodward, R. (2009). *The organisation for economic co-operation and development (OECD)*. Routledge.

- Williamson, T., & Long, A. F. (2005). Qualitative data analysis using data displays. *Nurse researcher, 12*(3).
- Windahl, C., & Lakemond, N. (2010). Integrated solutions from a service-centered perspective: Applicability and limitations in the capital goods industry. *Industrial Marketing Management, 39*(8), 1278-1290.
- Yen, Y. F. (2013). The impact of bank's human capital on organizational performance: How innovation influences performance. *Innovation, 15*(1), 112-127.
- Yeh, Y. P. (2015). Corporate social responsibility and service innovation on customer loyalty: An empirical investigation in wealth management services. *International Journal of Bank Marketing, 33*(6), 823-839.
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension. *The Academy of Management Review, 27*(2), 185-203.
- Zaltman, C., Duncan, R. and Holbek, J. (1973). *Innovations and Organizations*, Wiley, New York, NY.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวชรีพร เมืองจันทร์

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2554 บัณฑิต

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

อาจารย์ประจำสาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ

และการบัญชี

