



การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
Corporate Social Responsibility Information Disclosures and Organizational Performance
of Listed Companies in The Stock Exchange of Thailand

สินีนากู วงศ์เทียนชัย¹

สุพรรณิ บัวสุข²

พิพัฒน์ นนทธารณ์³

ปกรณ์ ประจัญบาน⁴

sineenatwong@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายคือ 1) เพื่อศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน และ 2) เพื่อศึกษาการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินกับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินขององค์กรในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 112 บริษัท และเก็บข้อมูลจากงบการเงินที่ผ่านการรับรองจากผู้สอบบัญชี และเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ของบริษัทที่ตอบแบบสอบถามกลับมา จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (SEM) โดยใช้โปรแกรมลิสเรล (LISREL) ผลของการวิจัยพบว่า 1) การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินแต่ไม่มีผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน และ 2) การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในบริบทความรับผิดชอบต่อสังคมไม่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน

คำสำคัญ: 1) การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม 2) การดำเนินงานขององค์กร

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the corporate social responsibility information disclosures and organizational performance of listed companies in the stock exchange of Thailand and 2) to study the effects of non-financial performance and financial performance in the context of corporate social responsibility of 112 Thai listed companies in the stock exchange of Thailand. This research is a quantitative study and collected the data from questionnaires and financial statement of the listed companies in the stock exchange of Thailand. Afterwards, the data were analyzed by using LISREL program from structural equation modeling (SEM). The results were revealed as follows 1) corporate social responsibility information disclosures affected the non-financial performance but did not affect the financial performance and 2) in the context of corporate social responsibility, non-financial performance did not influence the financial performance.

Keywords: 1) Corporate Social Responsibility Information Disclosures, 2) Organizational Performance

¹ นิสิตปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์วิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์วิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร



บทนำ

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรหรือที่เรียกว่า Corporate Social Responsibility หรือ CSR ได้เข้ามามีบทบาทในองค์กรปัจจุบันเป็นอย่างมาก เนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ ธรรมชาติของผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม การสื่อสารในยุคเทคโนโลยี นักลงทุนและผู้บริโภคให้ความสนใจมากขึ้น ความมีจริยธรรมของธุรกิจ การมีส่วนร่วมของชุมชน กฎระเบียบและข้อบังคับ ตลอดจนเป็นเครื่องมือทางธุรกิจ รวมถึงการเข้ามามีอิทธิพลของบริษัทข้ามชาติ และองค์กรการค้ำระหว่างประเทศต่างๆ อาทิ OECD, UN, International Labor Organization เป็นต้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและทำให้เกิดธุรกิจจำนวนมากที่มีแนวคิดเพื่อสังคมและการเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวคิดสำหรับบริษัทที่มีวิสัยทัศน์ (Hohnen and Potts, 2007, pp.7-8; พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553, หน้า 4)

สำหรับกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมีตัวหลักต้นที่มีพื้นฐานมาจากวัฒนธรรมประเพณี จริยธรรม และอิทธิพลของชุมชน ตลอดจนการนำมาใช้ซึ่งมาตรฐานระหว่างประเทศ ISO หรือการรายงานเพื่อความยั่งยืน (Global Reporting Initiative หรือ GRI) (Visser, 2008, pp.480-488) ให้แนวปฏิบัติการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งทำองค์กรทั่วโลกนำไปใช้เป็นแนวปฏิบัติอย่างแพร่หลาย กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้ถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันในปัจจุบัน และสำหรับกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วกิจกรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ใส่ใจและกระตุ้นให้ธุรกิจและคู่ค้าทั้งในและนอกประเทศต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมไปด้วยกัน สำหรับประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน มีความตื่นตัวและให้ความสนใจอย่างจริงจังเมื่อทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะหน่วยงานที่สำคัญอย่างตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สภาวิชาชีพบัญชีและกระทรวงอุตสาหกรรม ได้ออกแนวปฏิบัติสำหรับองค์กรธุรกิจในประเทศไทย

ด้วยสภาพแวดล้อมของการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงการลงทุนของบริษัทข้ามชาติ การแข่งขันทางธุรกิจ ตลอดจนแรงกดดันจากองค์กรต่างๆ ทั้งในและนอกประเทศ ส่งผลให้องค์กรธุรกิจต้องตระหนักใน

ความรับผิดชอบต่อสังคมและแสดงออกด้วยกิจกรรมการปฏิบัติ มีการบอกกล่าวถึงการกระทำที่องค์กรให้ความสำคัญด้วยการเปิดเผยหรือรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวปฏิบัติที่ได้รับการยอมรับขององค์กรหรือหน่วยงานระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง ในขณะเดียวกันการปฏิบัติดังกล่าวก็ส่งผลได้ให้กับธุรกิจหลากหลายรูปแบบทั้งที่เป็นประโยชน์ในระยะสั้นและระยะยาวให้กับองค์กร โดยสามารถทราบได้จากงานวิจัยที่มีการศึกษาเชื่อมโยงความรับผิดชอบต่อสังคมกับการวัดผลการดำเนินงานโดยใช้ตัวชี้วัดที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-financial performance) และตัวชี้วัดที่เป็นตัวเงิน (Financial performance)

หลายประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกาได้มีการทำวิจัยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เชื่อมโยงกับการดำเนินงานขององค์กรโดยใช้ตัววัดแบบต่างๆ เพื่อศึกษาถึงผลกระทบหรือผลได้จากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีเพิ่มขึ้นโดยตลอด และการทบทวนวรรณกรรมจะพบข้อมูลในงานวิชาการของต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ในขณะที่กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาได้เริ่มให้ความสนใจการศึกษาในเรื่องดังกล่าวแต่ก็ยังไม่แพร่หลาย ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงได้ศึกษาในบริบทของประเทศไทยโดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีผลกระทบกับผู้มีส่วนได้เสียจำนวนมากคือบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อพิสูจน์ผลของการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานทั้งที่ไม่เป็นตัวเงินและที่เป็นตัวเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินกับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินขององค์กรในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดดังนี้



1. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2555 จำนวน 8 กลุ่มอุตสาหกรรม ประกอบด้วย กลุ่มทรัพยากร กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มธุรกิจการเงินและกลุ่มบริการ (ไม่รวมกลุ่มบริษัท MAI, บริษัทที่อยู่ในระหว่างการฟื้นฟูกิจการหรือปรับโครงสร้างหนี้ และกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า) รวมทั้งหมด 112 บริษัท

2. ขอบเขตด้านตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปรอิสระจำนวน 1 ตัวแปร ซึ่งเป็นตัวแปรแฝงคือ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility Information Disclosures) และมีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปรคือ ตัววัดด้านเศรษฐกิจ (Economic) ตัววัดด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) และตัววัดด้านสังคม (Social)

ตัวแปรตามจำนวน 2 ตัวแปร ซึ่งเป็นตัวแปรแฝงคือ การดำเนินงานขององค์กรโดยแบ่งเป็น 1) การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-financial Performance) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 2 ตัวแปรคือ ชื่อเสียงองค์กร (Reputation) และความผูกพันของพนักงาน (Employee Commitment) และ 2) การดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (Financial Performance) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปรคือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าขององค์กร (Tobin's Q)

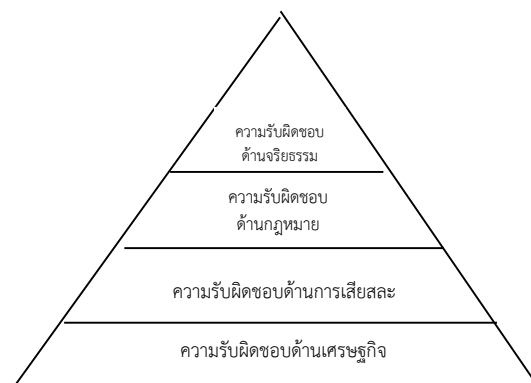
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและการเปิดเผยข้อมูล

วิวัฒนาการแนวความคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมแบ่งออกเป็น 4 ยุค คือ 1) ยุคของทฤษฎีเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมที่มุ่งการทำกำไรสูงสุด มีการเกิดขึ้นของการช่วยเหลือแบบให้เปล่า (Invisible Hand) 2) ช่วงศตวรรษที่ 18 - 19 องค์กรเริ่มมีการแสดงตัวออกมารับผิดชอบต่อสังคม 3) ยุคปลายศตวรรษที่ 19 - 20 การดำเนินงานทางธุรกิจและอุตสาหกรรมได้สร้างปัญหาทางสังคมเกิดขึ้นมาก จึงทำให้เกิดเรื่องของความเสียสละเพื่อเพื่อนมนุษย์

(Philanthropic) และสำนึกของความเป็นมนุษยธรรม และ 4) ยุคปลายศตวรรษที่ 20 มีการให้คุณค่ากับการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพในสังคมที่มีการขยายตัวมากขึ้น ทำให้เกิดแนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรขึ้นมาอย่างเต็มรูปแบบ (Steiner and Steiner, 2003, p.126-133)

Archie B. Carroll ได้นำเสนอรูปแบบปิรามิดความรับผิดชอบต่อสังคมในปี ค.ศ.1991 มีลำดับขั้นดังนี้ 1) ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) องค์กรผลิตสินค้าและบริการที่สังคมต้องการและสร้างกำไร สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ลงทุนในองค์กร 2) ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) ให้ความเชื่อฟังและปฏิบัติตามกฎหมาย 3) ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility) การทำในสิ่งที่ถูกต้อง ยุติธรรมและเป็นธรรม หลีกเลี่ยงสิ่งที่ผิด เป็นความคาดหวังจากสังคมนอกเหนือจากการปฏิบัติตามกฎหมาย และ 4) ความรับผิดชอบต่อด้านการเสียสละ (Philanthropic Responsibility) โดยไม่หวังผลตอบแทน (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553, หน้า 30; Ferrell, et al., 2000, pp.6-7) โดยทั้ง 4 ลำดับขั้นนั้นถูกมองว่าเป็นลักษณะของกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว ในขณะที่ Visser (2008, p.481) ได้นำปิรามิดความรับผิดชอบต่อสังคมไปศึกษาในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาพบว่าได้ให้ความสำคัญที่แตกต่างกันเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อยคือ 1) ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ 2) ความรับผิดชอบต่อด้านการเสียสละ 3) ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย และ 4) ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม โดยมีรูปแบบปิรามิดดังภาพที่ 1



ภาพ 1 ปิรามิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา

ที่มา: Visser, 2008, p.489

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีหลายรูปแบบซึ่ง Douglas, et al., (2004, p.31) ได้ทำการศึกษาและสรุปประเภทของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมไว้มีหลายลักษณะ คือ 1) ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน 2) รวมอยู่ในรายงานประจำปี 3) การใช้คำอธิบายถึงการให้การสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคมโดยข้อมูลนั้นอาจเป็นได้ทั้งข่าวดีหรือข่าวร้ายหรือข้อเท็จจริงตลอดจนข้อมูลเพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร ในบางครั้งองค์กรอาจจะแสดงการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นรายงานแยกออกมาโดยเฉพาะหรือมีการรายงานในเว็บไซต์ (Arussi, et al., 2009, p.59) สำหรับประเทศไทยแล้วตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้สนับสนุนให้บริษัทจดทะเบียนมีการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมในด้านนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการสรุปผลการปฏิบัติงานในรอบปีให้กับผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ โดยใช้แนวทางขององค์การแห่งความริเริ่มว่าด้วยรายงานสากล (GRI) ปัจจุบันบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญและมีการเปิดเผยเรื่องดังกล่าวเป็นจำนวนที่มากขึ้นโดยลำดับ

2. แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและการเปิดเผยข้อมูลมีรากฐานมาจากแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ดังนี้

2.1 จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics)

จริยธรรม (Ethics) คือ ความเข้าใจต่อความประพฤติปฏิบัติว่าถูกหรือผิด บอกถึงพฤติกรรมของเรว่ามีคุณธรรมหรือไม่มีคุณธรรมและเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของมนุษย์ขั้นพื้นฐานที่เราคิดต่อผู้อื่นอย่างไรและผู้อื่นคิดต่อเราอย่างไร (Lawrence and Weber, 2011, p.71) จริยธรรมเป็นหนึ่งในความประพฤติทางศีลธรรมว่าดีหรือเลว และการคิดในศาสตร์ของเทววิทยาและนักปราชญ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรต้องรักษาไว้ในสังคมที่เจริญแล้ว (Wren, 2005, p.474) สามารถแบ่งประเภทออกได้เป็น 5 ประเภท คือ 1) ตามแนวคิดทางศีลธรรม 2) ตามแนวปรัชญาศีลธรรม 3) ตามระดับการใช้ 4) ตามผลของการกระทำ และ 5) ตามระดับของจริยธรรม (พิพัฒน์

นันทนาธรณ์, 2555, หน้า 27-30) สำหรับนักสังคมวิทยา จริยธรรมจะถูกมองว่าเป็นบรรทัดฐานประเภทหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาแล้วนำไปใช้กับบุคคล เป็นแนวทางที่คนในสังคมเห็นพ้องต้องกันว่าเป็นความดี ความงาม เป็นสิ่งที่กระทำแล้วคนอื่นเกิดประโยชน์ มีความสุขสงบเกิดขึ้นแก่คนที่อยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ (สมบัติ ทิฆมทรัพย์, 2004) และเป็นส่วนประกอบสำคัญในการตัดสินใจนโยบายสาธารณะทางด้านสังคมและการเมือง จริยธรรมทางสังคมช่วยกำหนดประจักษ์และส่งผลต่อค่านิยมและทัศนคติของบุคคลในสังคมนั้น (จินตนา บุญบงการ, 2552, หน้า 19) ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมทางธุรกิจมีความเกี่ยวข้องกันเพราะองค์กรต้องรับผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของตนที่กระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา (สมยศ นาวีการ, 2541, หน้า 70-72)

2.2 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory)

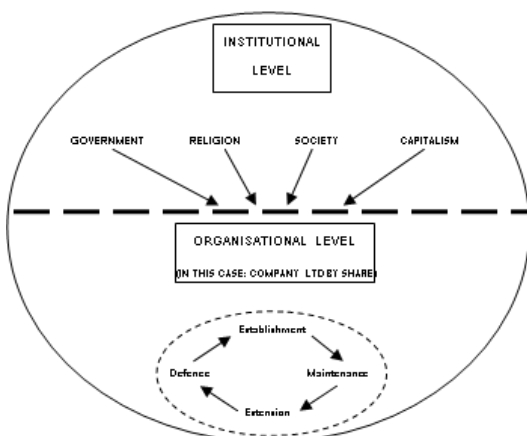
ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียเดิมนั้นถูกกำหนดบทบาทเป็นทฤษฎีหนึ่งของการจัดการเชิงกลยุทธ์มีบทบาทสำคัญในการจัดการผลได้ระยะยาวของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในองค์กร (Greenwood and Anderson, 2009, p.187) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียนี้เกิดขึ้นช่วงปลายยุค 1950 -1960 จากการเรียกร้องของพนักงานในกลุ่มสหภาพต่างๆ รวมถึงผู้บริหารและนักเคลื่อนไหว ส่งผลต่อการจัดการองค์กรสมัยใหม่ที่องค์กรขนาดใหญ่ได้ให้การยอมรับบุคคลอื่นนอกเหนือจากตนเองและผู้ถือหุ้น (Kippenberger, 1996, p.6) จนกระทั่งในปี 1984 Freeman ได้ระบุคำนิยามและกลายเป็นทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียที่บุคคลหรือกลุ่มต่างๆ ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจ นโยบาย และการดำเนินงานขององค์กรได้ (Lawrence and Weber, 2011, p.7) สำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียตามทฤษฎีนี้ประกอบด้วย เจ้าของ ผู้ค้า พนักงาน ลูกค้า ชุมชนท้องถิ่น คู่แข่งขัน สื่อ รัฐบาล นักเคลื่อนไหวด้านสิ่งแวดล้อม (McGee, 2006, p.193) และมีการนำทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียไปใช้สนับสนุนในการศึกษาและวิจัยแบ่งได้เป็นกลุ่ม คือ 1) การให้คำนิยามและความสำคัญแก่ผู้มีส่วนได้เสีย 2) การปฏิบัติและการตอบสนองของผู้มีส่วนได้เสีย 3) การปฏิบัติและการตอบสนองขององค์กร 4) ผลการ



ดำเนินงานขององค์กร และ 5) การอภิปรายทฤษฎี (Laplume, et al., 2008, p.1153)

2.3 ทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory)

ทฤษฎีความชอบธรรมตามความหมายของ Suchman (1995, p.574 as incited in Tilling, 2004, p.2) คือ ความเข้าใจโดยทั่วไปหรือสมมติฐานของการดำเนินการที่เป็นเอกลักษณ์ที่ดีเลิศ ความถูกต้องหรือความเหมาะสมภายใต้ระบบโครงสร้างของสังคมที่เป็นมาตรฐานและมีคุณค่า แสดงออกมาเป็น 2 ระดับของทฤษฎีความชอบธรรมได้ดังภาพที่ 2 ระดับขั้นแรกคือ Institutional Level ประกอบด้วย รัฐบาล ความเชื่อทางศาสนา สังคมและระบบทุนนิยม ซึ่งทำให้เกิดความเป็นองค์กร มีการดำรงอยู่ เจริญเติบโตและการปกป้อง และกลายเป็น Organizational Level ที่เป็นระดับขั้นที่สอง



ภาพ 2 ระดับขั้นของทฤษฎีความชอบธรรม
ที่มา: Tilling, 2004, p.3

ทฤษฎีความชอบธรรมช่วยให้องค์กรสามารถปรับปรุงและรักษาสัญญาที่ให้ไว้กับสังคมโดยทำการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสื่อสารต่อสังคมและยกระดับความคาดหวังของสาธารณะชนต่อองค์กร สร้างผลลัพธ์และเป้าหมายที่ดีให้กับองค์กร (Bebington, et al., 2007, p.352)

จากแนวคิดและทฤษฎีที่ประกอบด้วย แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียและทฤษฎีความชอบธรรมต่างมีความเกี่ยวข้องกับในงานวรรณกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ความสอดคล้องในด้านของจริยธรรมทางธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมมองเห็นได้กับมูลค่าทางสังคมที่ไม่เป็นตัวเงิน

(Arenas, et al., 2009, p.177; อนันตชัย ยूरประถม 2552, หน้า 27) และความเชื่อมโยงกับความชอบธรรมที่องค์กรต้องมีความรับผิดชอบในการเปิดเผยข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย เพราะผู้มีส่วนได้เสียส่งผลต่อการดำรงอยู่ขององค์กร

3. ความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กร

การวัดผลการดำเนินงานแต่เดิมนั้นเน้นที่การวัดแบบเป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินต่อมา Kaplan and Norton (1996, p.16) ได้ขยายตัววัดที่ไม่เป็นตัวเงินออกมาโดยบูรณาการเข้ากับตัววัดที่เชื่อมโยงกับลูกค้า กระบวนการภายในทางธุรกิจและการเรียนรู้และพัฒนา เพื่อไปสู่ความสำเร็จทางการเงินในระยะยาวเรียกการวัดนี้ว่า The Balance Scorecard (BSC) การวัดแบบ BSC นี้ มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย ต่อมาได้มีนักวิชาการนำไปประยุกต์กับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มเป็นอีกหนึ่งมุมมอง (Figge, et al., 2002, pp.274-279) แต่การวัดการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ได้รับการยอมรับอย่างมากกลับมาจากแนวคิดของที่มีมองในมิติของสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งถูกเรียกว่า Triple-Bottom-Line (TBL หรือ 3BL) (Elkington, 1995, as cited in Henriques and Richardson, 2004, p.3) มีการผสมผสานและนำไปใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสังคมในรายงานความยั่งยืนของธุรกิจโดยองค์การแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (GRI) ที่ได้จัดทำแนวทางการรายงานเพื่อความยั่งยืนเพื่อเป็นแนวปฏิบัติและถูกนำไปประยุกต์ใช้กันมากที่สุดในองค์กรต่างๆ ทั่วโลกขณะนี้ มาตรฐานการเปิดเผย (Standard Disclosure) ประกอบด้วยข้อมูลสำคัญดังนี้ 1) กลยุทธ์และการวิเคราะห์ที่จะต้องให้ภาพที่สัมพันธ์กับความยั่งยืนขององค์กร 2) ประวัติองค์กรในรายละเอียดสำคัญ 3) ข้อพิจารณาประกอบการรายงาน 4) การกำกับดูแล ความรับผิดชอบต่อสังคมและข้อตกลง และ 5) กระบวนการจัดการและการดำเนินงาน ซึ่งประกอบไปด้วยตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม สำหรับตัวชี้วัดด้านสังคมนั้นจะมีตัวชี้วัดย่อยประกอบ คือ แรงงาน สิทธิมนุษยชน ชุมชนและความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์

การศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานขององค์กรในด้านที่ไม่เป็นตัวเงินกับด้านที่เป็นตัวเงินมีนักวิจัยได้ศึกษาหาความสัมพันธ์ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้เสีย พนักงาน นักลงทุน สิ่งแวดล้อม ผู้ค้า จะส่งผลให้เกิดผลกระทบทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรและผลการวิจัยพบว่าการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้เสียขั้นพื้นฐานสามารถสร้างผลได้และกำไรให้กับองค์กร (Mishra and Suar, 2010, pp.571-601)

สำหรับการวิจัยในภูมิภาคเอเชียกลุ่มของประเทศที่กำลังพัฒนานั้น ส่วนใหญ่จะมีงานวิจัยปรากฏอยู่ในประเทศจีน อินเดีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ปากีสถาน ไทย เวียดนาม และสำหรับประเทศไทยนั้นจากการสำรวจยังมีอัตราการตอบรับในเรื่องดังกล่าวค่อนข้างน้อยอยู่ในระดับเดียวกันกับประเทศฮ่องกงและมาเลเซีย แต่ในขณะเดียวกันประเทศไทยให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมในมุมมองภายนอก (External Aspects) ในประเด็นของแรงงานเด็กและจริยธรรม (Visser, 2008, pp.477-478)

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กรที่ไม่เป็นตัวเงินมีนักวิจัยได้ทำการศึกษาในประเด็นต่างๆ ดังนี้

Maden, et al., (2012, p.655) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความเชื่อมโยงของความรับผิดชอบต่อสังคมกับชื่อเสียงขององค์กร โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียคือ ลูกค้า พนักงานและนักลงทุน ผลการวิจัยพบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งถือว่าเป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตนประเภทหนึ่งที่มีมูลค่าและต้องได้รับการจัดการอย่างระมัดระวัง เช่นเดียวกับ Arshad, et al., (2012,p.1073)ที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับชื่อเสียงและการดำเนินงานขององค์กร ผลการวิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ

โดยเฉพาะการทำการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการสร้างชื่อเสียงและผลการดำเนินงานที่ดีเลิศให้กับองค์กร หรือการวิจัยที่ไม่เป็นตัวเงินในด้านอื่นของ Bayoud, et al., (2012, p.46) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและความผูกพันของพนักงาน ผลการวิจัยพบว่าการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรได้ปฏิบัติสร้างความผูกพันให้กับพนักงานทำให้พนักงานตระหนักถึงศีลธรรมและมีแรงจูงใจเพิ่มมากขึ้นต่อการยึดติดและให้ความภักดีแก่องค์กร

สำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน มีนักวิจัยทำการศึกษารูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานทางการเงิน เช่น Brine, et al., (2007, p.54) ใช้ตัววัดทางบัญชีเพื่อประเมินการดำเนินการทางการเงินกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในประเทศออสเตรเลียด้วยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และอัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของยอดขายและเงินทุน แต่ในขณะเดียวกันก็มีการลดลงของผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)

การศึกษาวิจัยในงานของ Mahoney และ Roberts (2007, p.242) ทดสอบความสัมพันธ์ของการดำเนินงานด้านสังคมขององค์กรกับการดำเนินงานด้านการเงินของบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศแคนาดา ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของตัววัดด้านสังคมขององค์กรมีความสัมพันธ์ร่วมกันกับ ROE แต่ไม่สัมพันธ์กับ ROA แต่ถ้าเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติของสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับ ROA

บุรณภพ สมเศรษฐ์ และคณะ (2556, หน้า 38) ได้ศึกษาวิจัยในประเด็นของความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานด้านการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เป็นองค์กรขนาดเล็กและขนาดกลาง ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนของผลการดำเนินงานทางการเงิน ROA มีความสัมพันธ์ทางบวกกับกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมด้านการจ้างงานและชุมชน ส่วนอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) และ



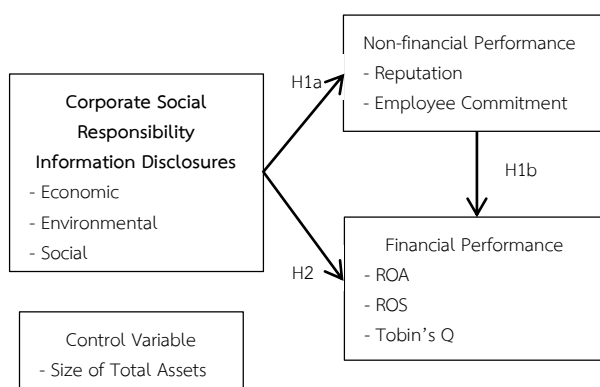
มูลค่าขององค์กร (Tobin's Q) ไม่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 3 ด้านคือ สิ่งแวดล้อม การจ้างงานและชุมชน และในการศึกษาของ Ramasamy, et al., (2007, p.33) และ Velde, et al., (2005, pp.135-136) พบว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินก็ต่อเมื่อมีการปันส่วนต้นทุนทางบัญชีสู่กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และปัจจัยทางด้านการดำเนินงานที่มีความซับซ้อนอันเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ที่มีความแตกต่างกัน

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยแนวคิด ทฤษฎีตลอดจนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กรส่วนใหญ่จะเป็นงานวิชาการและงานวิจัยจากต่างประเทศ สำหรับประเทศไทยนั้นยังมีค่อนข้างจำกัด จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาเรื่องดังกล่าวในบริบทของประเทศไทย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียจำนวนมากและมีความพร้อมของข้อมูลเพียงพอคือบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เป็นตัวแทนของหน่วยธุรกิจของประเทศไทย และจากรายละเอียดข้างต้นจึงนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 3 และตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H1a. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่งผลต่อการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน

H1b. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน

H2. การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน



ภาพ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการ

เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงประจักษ์ที่มีความสมบูรณ์และตอบจุดมุ่งหมายงานวิจัยได้ จึงมีวิธีดำเนินการดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ได้แก่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 8 กลุ่มอุตสาหกรรมในปี 2555 จำนวน 112 บริษัท

2. เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามสำหรับผู้บริหารและพนักงานที่เป็นตัวแทนองค์กร โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ความคิดเห็นต่อระดับของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และ 3) การวัดการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินที่เป็นระดับความคิดเห็นในด้านของชื่อเสียงองค์กรและความผูกพันของพนักงาน โดยที่แบบสอบถามส่วนที่ 2) และ 3) จะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นที่ให้ความเที่ยงตามสูตรอัลฟาของครอนบาช ดังตารางที่ 1

ตาราง 1 การวิเคราะห์ผลแบบสอบถาม

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าความเชื่อมั่น
1. ด้านเศรษฐกิจ	0.87
2. ด้านสิ่งแวดล้อม	0.93
3. ด้านสังคม	0.94
4. ชื่อเสียงขององค์กร	0.91
5. ความผูกพันของพนักงาน	0.95
ค่าความเชื่อมั่นเฉลี่ย	0.92

ผลการวัดค่าความเชื่อมั่นของแต่ละตัวแปรสังเกตได้พบว่า ค่าความเชื่อมั่นที่ได้มีค่าระหว่าง 0.87 - 0.95 โดยมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในภาพรวมของแบบสอบถามในงานวิจัยเท่ากับ 0.92 ซึ่งเป็นค่าที่สูงแสดงถึงแบบสอบถามมีความเหมาะสมเพียงพอที่นำมาใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยนี้

3. การวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

3.1 การส่งแบบสอบถามไปยังบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 459 บริษัททางไปรษณีย์และทางถามจำนวน



2 ครั้ง ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์อีก 1 ครั้ง และบริษัทที่ตอบกลับแบบสอบถามมีจำนวน 122 บริษัทพบว่าแบบสอบถามบางชุดมีการตอบกลับไม่ครบถ้วนตลอดจนบางบริษัทมีรอบระยะเวลาบัญชีที่ไม่สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2555 รวมถึงการตัดค่าผิดปกติของอัตราส่วนทางการเงิน (Outliers) จึงมีข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้จำนวน 112 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.40

3.2 บริษัทที่ตอบแบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลที่เป็นตัวเงินคือ ROA ROS และ Tobin's Q ในงบการเงินและในเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในจำนวน 112 บริษัท ดังกล่าว

4. ข้อมูลที่ได้รับจะนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Analysis) โดยมีตัวแปรควบคุมเป็นขนาดของสินทรัพย์รวม จากนั้นจึงนำข้อมูลสหสัมพันธ์ของตัวแปรมากำหนดค่าส่งลงบนโปรแกรม LISREL และทำการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

ผลการศึกษา

จากแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับจากผู้บริหารและพนักงานมีข้อมูลที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์ได้จำนวน 112 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.40 ของการตอบกลับแบบสอบถามจาก 459 บริษัท โดยกลุ่มที่ตอบกลับมากที่สุดคือ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และกลุ่มที่ตอบกลับน้อยที่สุดคือกลุ่มเทคโนโลยี โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30-40 ปี มีคุณวุฒิทางการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ และผู้ตอบแบบสอบถามจะมีประสบการณ์ในการทำงานในองค์กรมากกว่า 10 ปี และการวิเคราะห์ผลการศึกษแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนคือ

1. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ดังนี้

1.1 ความสัมพันธ์ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ประกอบด้วย 3 ตัวแปรคือ ตัววัดด้านเศรษฐกิจ (ECO) ตัววัดด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) และตัววัดด้านสังคม (SOC) กับการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ประกอบด้วย 2 ตัวแปรคือ ชื่อเสียงขององค์กร (REP) และความผูกพันของพนักงาน (COM) จากการวิเคราะห์ตัวแปรตามตาราง 2 อธิบายได้ดังนี้

1.1.1 ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) ตัวชี้วัดด้านสังคม (SOC) และตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (ECO) มีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงขององค์กร (REP) ในทางบวกที่ระดับ 0.709 0.698 และ 0.663 ตามลำดับที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

1.1.2 ตัวชี้วัดด้านสังคม (SOC) ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) และตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (ECO) มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงาน (COM) ในทิศทางบวกกับตัวชี้วัดด้านสังคมที่ระดับ 0.632 0.567 และ 0.539 ตามลำดับที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

1.1.3 พบความสัมพันธ์ระหว่างตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (ECO) และขนาดขององค์กร (SIZE) ที่ระดับ 0.191 จากนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ประกอบด้วย 3 ตัวแปรคือ ตัววัดด้านเศรษฐกิจ (ECO) ตัววัดด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) และตัววัดด้านสังคม (SOC) กับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ประกอบด้วย 3 ตัวแปรคืออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าขององค์กร (TOBIN) จากตารางที่ 2 ไม่พบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญ

1.3 ตัวแปรของการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) คือชื่อเสียงขององค์กร (REP) กับความผูกพันของพนักงาน (COM) กับการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ประกอบด้วย 3 ตัวแปรคืออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และมูลค่าขององค์กร (TOBIN) จากตาราง 2 ไม่พบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญ



ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปี 2555

ตัวแปร	ECO	ENV	SOC	REP	COM	ROA	ROS	TOBIN	SIZE
Mean	3.813	3.505	3.716	3.952	3.881	0.060	0.086	1.542	7.09E+10
Std. Dev.	0.712	0.860	0.684	0.661	0.639	0.071	0.149	0.761	3.057E+11
ECO	1.000								
ENV	0.627*	1.000							
	*								
SOC	0.654*	0.722**	1.000						
	*								
REP	0.663*	0.709**	0.698*	1.000					
	*		*						
COM	0.539*	0.567**	0.632*	0.778*	1.000				
	*		*	*					
ROA	-0.027	-0.022	0.002	0.026	-0.032	1.000			
ROS	0.031	0.065	0.084	0.159	0.079	0.585*	1.000		
						*			
TOBIN	-0.015	-0.011	-0.022	0.042	0.086	0.495*	0.251*	1.000	
						*	*		
SIZE	0.191*	0.073	0.147	0.153	0.174	-0.096	0.174	-0.083	1.000

** Pearson correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Pearson correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. งานวิจัยนี้ใช้การกำหนดค่าสั่งจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlations) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 8 ตัวแปร ประกอบด้วย ตัววัดด้านเศรษฐกิจ ตัววัดด้านสิ่งแวดล้อม ตัววัดด้านสังคม ชื่อเสียงองค์กร ความผูกพันของพนักงาน ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ผลตอบแทนต่อยอดขายและมูลค่าขององค์กร ลงบนโปรแกรม LISREL เพื่อทำวิเคราะห์ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างตัวแปรอิสระที่เป็นตัวแปรแฝง (Latent Variables) คือ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ว่ามีอิทธิพลหรือส่งผลต่อตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรแฝงเช่นเดียวกัน คือการ

ดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) และการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) ผลของการวิเคราะห์พบว่า

2.1 การวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนสามารถสรุปผลได้ว่าความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี 2555 ผ่านเกณฑ์ในครั้งแรกโดยที่ไม่ต้องมีการปรับโมเดล ซึ่งตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงปกติและรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์ของ สุภมาส อังศุโชติ และคณะ (2554, หน้า 29) ตามตาราง 3 และผลการวิเคราะห์สามารถตรวจสอบความถูกต้องของรูปแบบ



โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อธิบายรายละเอียดได้คือ

ค่าระดับความมีนัยสำคัญ (P-value) เท่ากับ 0.78 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 8 ตัวแปร มีความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 12.39 ระดับองศาอิสระ (df) เท่ากับ 17 มีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 0.72 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงปกติและกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 100 จึงทำให้รูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยภาพรวม

ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (GFI) เท่ากับ 0.97 แสดงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่รูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นถูกยอมรับว่ามีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ

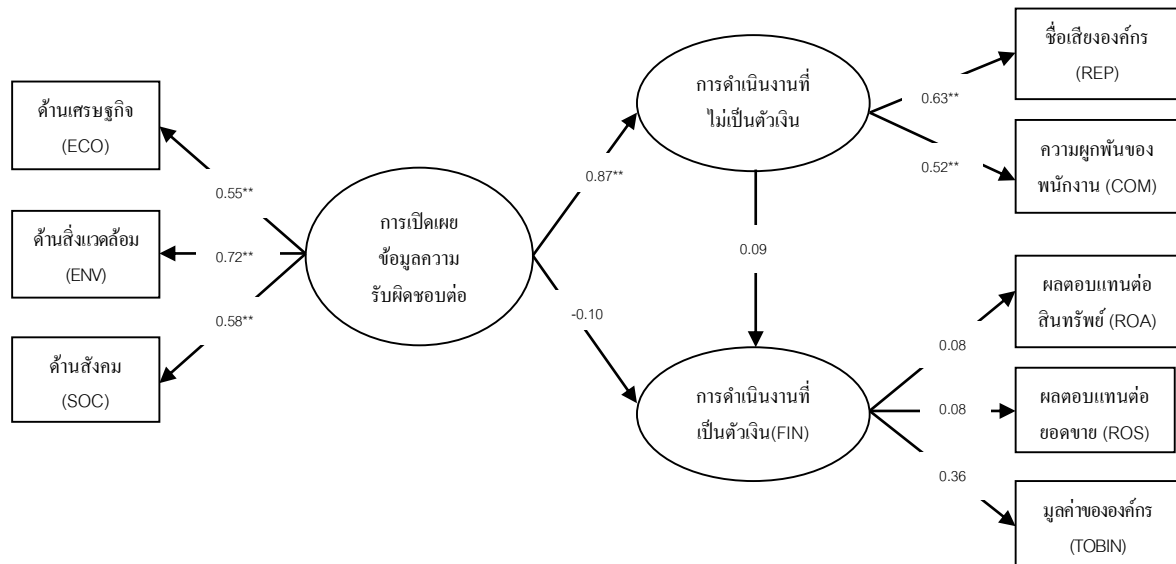
0.94 แสดงถึงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่ยอมรับรูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นที่ปรับแก้ด้วยองศาความเป็นอิสระมีความสอดคล้องกลมกลืนพอใช้กับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนในรูปแบบความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) ใช้ทดสอบสมมติฐาน มีค่าเท่ากับ 0.00 และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปแบบความคลาดเคลื่อน (RMR) เท่ากับ 0.01 แสดงค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนที่น้อยทำให้รูปแบบโครงสร้างเชิงเส้นมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2.2 จากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ค่าแล้วสามารถแสดงรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2555 ได้ดังภาพ 4

ตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ปี 2555

ลำดับ	ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการวิเคราะห์
1	P-value	>0.05	ไม่มีนัยสำคัญ	ผ่านเกณฑ์
2	(χ^2)/df	<2.00	สอดคล้องกลมกลืนดี	ผ่านเกณฑ์
3	GFI	≥ 0.95	สอดคล้องกลมกลืนดี	ผ่านเกณฑ์
4	AGFI	0.90-0.95	สอดคล้องกลมกลืนพอใช้	ผ่านเกณฑ์
5	RMSEA	<0.05	สอดคล้องกลมกลืนดี	ผ่านเกณฑ์
6	RMR	<0.05	สอดคล้องกลมกลืนดี	ผ่านเกณฑ์



Chi-Square = 12.39, df = 17, P-value = 0.77603, RMSEA=0.000

ภาพ 4 ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และการดำเนินงานขององค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

จากภาพ 4 อธิบายได้ดังนี้

2.2.1 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ส่งอิทธิพลทางตรงหรือส่งผลต่อการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวแทน (NFI) ที่มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.87 ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

2.2.2 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ไม่มีอิทธิพลหรือไม่ส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวแทน (NFI)

2.2.3 การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวแทน (NFI) ไม่มีอิทธิพลหรือไม่ส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวแทน (FIN)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลตามจุดมุ่งหมายและตอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐาน H1a. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในระดับที่มีนัยสำคัญ (อิทธิพลทางตรง 0.87) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของตัวแปรแล้วพบว่า การเปิดเผยข้อมูลในด้านของเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมจะส่งผลต่อชื่อเสียงและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ผลของงานวิจัยในประเด็นนี้จึงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยอื่นคือ ด้านชื่อเสียงองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bayoud,

et al., (2012, p.156) ที่พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มากขึ้นจะส่งผลต่อชื่อเสียงมากขึ้นเช่นกัน และยังแสดงในมิติของการเป็นเครื่องมือสื่อสารที่จะปกป้องหรือยกระดับของภาพพจน์และชื่อเสียงขององค์กรรวมถึงการเป็นปัจจัยทางกลยุทธ์ประเภทหนึ่งที่ต้องคำนึงมาใช้ สำหรับด้านความผูกพันของพนักงาน พนักงานเป็นผู้มีส่วนได้เสียในองค์กรที่มีคุณค่าและมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร (Greenwood and Anderson, 2009: Bae, et al., 2011, p.130; Bayoud, et al., 2012, p.47) เช่นเดียวกับ Ali, et al. (2010, p.2799, p.2801) ที่พบว่าความเข้าใจของพนักงานในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะส่งผลต่อระดับความผูกพันของพนักงานและส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร และจะยกระดับมากขึ้นหากพนักงานได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือมีเข้าไปมีส่วนร่วมในงานเหล่านั้นทั้งในด้านการกิจกรรมทางสังคม ชุมชน ตลอดจนการทำงานในสภาพแวดล้อมและมีสวัสดิการที่ดี ทำให้มีการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้กับผู้บริโภค การปฏิบัติตามกฎระเบียบรัฐ ได้ทำงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งหมดนี้จะเป็นปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรและทำให้องค์กรมีการปรับปรุงการดำเนินงานอยู่เสมอ

สมมติฐาน H1b. จากผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐาน การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

ไม่ส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งผลของการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวไม่สอดคล้องกับการศึกษาของนักวิจัยส่วนใหญ่ในต่างประเทศตามที่ได้ทบทวนวรรณกรรม แต่ผลลัพธ์ของงานวิจัยตามสมมติฐานนี้มีความคล้ายคลึงกันกับงานวิจัยของบุรณพ สมเศรษฐ์ และคณะ (2556, หน้า 53) ที่อธิบายสาเหตุความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานทางการเงินขององค์กรในประเทศไทยเกิดจากตัวแปรส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์กัน เพราะมีความเป็นไปได้ว่าการทำกิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศไทยยังไม่สามารถสะท้อนประโยชน์ให้เห็นในระยะเวลายันสั้นได้ อาจเนื่องมาจากประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนาจึงให้ความสำคัญต่อการยอมรับในเรื่องดังกล่าวแตกต่างกับประเทศอื่นหรือประเทศที่พัฒนาแล้ว และผลของงานวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Ramasamy, et al., (2007, p.33) ในประเทศมาเลเซียซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนา กลุ่มเดียวกันกับประเทศไทยว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะมีผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินนั้นจะมีความชัดเจนก็ต่อเมื่อองค์กรได้มีการบูรณาการป็นส่วนทรัพยากรไปยังกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างแท้จริง

สมมติฐาน H2. จากผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐาน การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (NFI) ในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นไม่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (FIN) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วอาจเกิดจากความซับซ้อนของข้อมูลทางการเงินที่ต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษา เพราะการดำเนินงานของธุรกิจแต่ละอุตสาหกรรมมีความแตกต่างกันอย่างมากย่อมส่งผลต่อลักษณะของข้อมูลทางการเงินที่แตกต่างกันมากเช่นกัน ตลอดจนการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ใหม่ๆ ที่ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจจะส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นอาจต้องใช้เวลาที่ยาวนานขึ้นในการพิสูจน์ (Velde, Vermeir and Corten, 2005, pp.135-136)

บทสรุปของการวิจัยเรื่องนี้พบความสัมพันธ์มีอิทธิพลอย่างเห็นได้ชัดเจนระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่ง

ประเทศไทย และถึงแม้ว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินจะไม่ส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินขององค์กรก็ตาม แต่ในรายละเอียดของข้อมูลที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ผู้วิจัยพบว่าในส่วนของการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดขององค์กร (Firm Size) กับตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (Economic) ซึ่งในระยะยาวมีความเป็นไปได้ที่ความรับผิดชอบต่อสังคมจะส่งผลต่อการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินได้ สอดคล้องกับเหตุการณ์ปัจจุบันที่องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่บางแห่งในประเทศไทยได้เริ่มให้ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น มีการริเริ่มที่จะทำการปันส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าสู่กระบวนการทางธุรกิจที่ชัดเจนขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้และงานวิจัยในอนาคต

1. ผลของการวิจัยนี้เป็นการยืนยันว่าในบริบทของประเทศไทย การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการสร้างชื่อเสียงองค์กรและทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร สร้างภาพพจน์และทัศนคติที่ดีต่อองค์กรต่อสาธารณชนนำไปใช้ในการวางแผนงานเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่ขณะเดียวกันองค์กรบางแห่งอาจต้องใช้ความพร้อมด้านระยะเวลาและเงินทุนตลอดจนกระบวนการสร้างความรู้ความเข้าใจรวมถึงการสร้างทัศนคติให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร

2. งานวิจัยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กรในอนาคตสามารถทดสอบในมิติอื่นได้ อาทิ การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในมุมมองของลูกค้านักลงทุน ชุมชน เจ้าหน้าที่ ลูกหนี้และผู้มีส่วนได้เสียอื่น

3. งานวิจัยเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานขององค์กรในบริบทของประเทศไทยในอนาคต อาจต้องแยกศึกษาในเชิงลึกแต่ละมิติหรือวิจัยเป็นกรณีศึกษาโดยเฉพาะจากบริษัทที่มีความพร้อมในการให้ข้อมูลทั้งด้านเงินลงทุน การจัดสรรทรัพยากรเข้าสู่กระบวนการทำงานเพื่อสังคมเพื่อให้ผลได้ทางการเงินสามารถวัดได้อย่างเป็นรูปธรรม



บรรณานุกรม

- จินตนา บุญบังการ. (2552). **สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ** (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุรณภพ สมเศรษฐ์, ภิรายุ แสนบุตดา และมนวิภา ผดุงสิทธิ์. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดขององค์กร ความรับผิดชอบทางสังคมและผลการดำเนินงานด้านการเงิน. **วารสารวิชาชีพบัญชี**, 9(24), 37-58.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2553). **การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน**. นนทบุรี: บริษัท อินค์ ปัยอนด์บุ๊กส์ จำกัด.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2555). **การจัดการจริยธรรมทางธุรกิจ: ฐานรากของซีเอสอาร์ ปฐมเหตุ**. กรุงเทพฯ: บรรณศิลป์ พรินต์ติ้ง.
- สมัยศ นาวิกการ. (2541). **การบริหารเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ.
- สมบัติ ทิฆัมภ์. (27 กุมภาพันธ์ 2004). **คุณธรรมและจริยธรรมนักบริหาร**. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2554, จาก <http://www.ombudsman.go.th/10/ethical/ethical0.pdf>
- สุภามาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชนิกุล ภิญโญภูมิมินทร์. (2554). **สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: บริษัทเจริญดีมีนคองการพิมพ์.
- อนันตชัย ยูประถม.(2550). CSR จากแนวคิดสู่วิธีปฏิบัติ. **วารสาร Productivity World**. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2552, จาก http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/71/pw71_4lds3.pdf
- Ali, I., Rehman, K. U., Ali, S. I., Yousaf, J., and Zia, M. (2010). Corporate Social Responsibility Influences, Employee Commitment and Organizational Performance. **African Journal of Business management**, 4(12), 2796-2801.
- Arenas, D., Lozano, J. M., and Albareda, L. (2009). The Role of NGOs in CSR: Mutual Perceptions Among Stakeholders. **Journal of Business Ethics**, (88), 175-197.
- Arshad, R., Othman, S., and Othman, R. (2012). Islamic Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Performnce. **World Academy of Science, Engineering and Technology**, 64, 1070-1074.
- Arussi, A. S. A., Selamat, M. H., and Hanefah, M. M. (2009). Determinant of financial and environmental disclosures through the internet by Malaysian companies. **Financial and Environmental Disclosures**, 17(1), 59-76.
- Bae, K. H., Kang, J. K., and Wang, J. (2010). Employee treatment and firm leverage: A test of the stakeholder theory of capital structure. **Journal of Financial Economics**, (100), 130-153.
- Bayoud, N. S., Kavanagh, M., and Slaughter, G. (2012). Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Reputation in Developing Countries: The Case of Libya. **Journal of Business and Policy Research**, 7(1), 131-160.
- Bayoud, N. S., Kavanagh, M., and Slaughter, G. (2012). Corporate Social Responsibility Disclosure and Employee Commitment: Evidence from Libya. **International Journal of Economics and Finance**, 4(5), 37-50.
- Bebbington, J., Larrinaga C., and Moneva J. M. (2007). Corporate Social Reporting and Reputation Risk Management. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, 21(3), 337-358.
- Brine, M., Brown, R., and Hackett, G. (2007). Corporate Social Responsibility and Financial Performance in the Australian Context. **Economic Round-up**, Autumn, 47-58.



- Comings, L., and Patel, C. (2009). Stakeholder Literature Review. **Studies in Managerial and Financial Accounting**, 19, 17-51.
- Douglas, A., Doris, J., and Johnson, B. (2004). Case study: Corporate social reporting in Irish financial institutions. **The TQM magazine**, 16(6), 387-395.
- Elkington, J. (2004). Enter the Triple Bottom Line. In H. Adrian and R. Julie. (Eds.), **The Triple Bottom Line: Does It All Add Up? Assessing the Sustainability of Business and CSR**. (p.2). UK: Earthscan.
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., and Ferrell, L. (2000). **Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases** (4th ed.). Boston: Houghton Mifflin Company.
- Figge, F., Hahn, T., Schaltegger, S., and Wagner, M. (2002). The Sustainability Balanced Scorecard – Linking Sustainability Management to Business Strategy. **Business Strategy and the Environment**, 11, 269-284.
- Greenwood, M., and Anderson, E. (2009). I used to be an employee but now I am a stakeholder: Implications of labeling employees as stakeholder. **Asia Pacific Journal of Human Resources**, 47, 186-200.
- Henriques, A. and Richardson, J. (2004). **The Triple Bottom Line: Does It All Add Up? Assessing the Sustainability of Business and CSR**. UK and USA, Earthscan. http://www.mandrake.ca/bill/news/articles_june_2011.asp
- Hohnen, P., and Potts, J. (Eds.) (2007). **Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business**. New York, IISD Reporting Services.
- Kaplan, S. R., and Norton, P. D. (1996). **The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action**. The United States of America, Harvard Business School Publishing.
- Kippenberger, T. (1996). How the theory developed (stakeholders). **The Antidote**, 1(2), 6-7.
- Laplume, A. O., Sonpar, K., and Litz, R. A. (2008). Stakeholder Theory: Reviewing a Theory That Moves Us. **Journal of Management**, 34(6), 1152-1189.
- Lawrence T. A., and Weber, J. (2011). **Business and Society: Stakeholders, Ethics, Public Policy** (13th ed.). Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Marden, C., Arian, E., Telci, E. E., and Kantur, D. (2012). Linking corporate social responsibility to corporate reputation: a study on understating behavioral consequence. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, (58), 655-664.
- Mahoney, L. and Roberts, R. W. (2007). Corporate social performance, financial Performance and institutional ownership in Canadian firms. **Accounting Forum**, (31), 233-253.
- McGee, J. (2006). **The Blackwell Encyclopedia of Management, Strategic Management** (2nd ed.). Wiley-Blackwell., Blackwell Reference Online.
- Mishra, S., and Suar, D. (2010). Does Corporate Social Responsibility Influence Firm Performance of Indian Companies?. **Journal of Business Ethics**, (95), 571-601.
- Ramasamy, B., Ting, H. W., and Yeung, M. C. Y. (2007). Does It Pay to be Good in Developing Countries? The Relationship between CSR and Financial Performance in Malaysia. **Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance**, 3(1), 21-36.
- Steiner, A. G., and Steiner, F. J. (2003). **Business, Government, and Society: A Managerial Perspective, Text and Cases** (10th ed.). New York, McGraw-Hill Irwin.



- Tilling, M. V. (2004). Refinements to Legitimacy Theory in Social and Environmental Accounting. **Social and Behavioural Sciences**. Retrieved May 31, 2013, from <http://www.flinders.edu.au/sabs/index.cfm?6C5249DF-C51E-B62D-38CD-CD51F248E021>
- Velde, E. V., Vermeir, W., and Corten. (2005). **Finance and accounting: Corporate social responsibility and financial performance**. Corporate Governance. 5(3), 129-140.
- Visser, W. (2008). Corporate Social Responsibility in Developing Countries. In C. Andrew, Mc.W. Abigail, M. Dirk, M. Jeremy and S. S. Donald (Eds.). **The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility** (pp.473-499). Great Britain: Oxford University Press.
- Wren, A. D. (2005). **The History of Management Thought** (5th ed.). Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.