

ความสัมพันธ์ระหว่างรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนกับภาพลักษณ์องค์กร
ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Relationship between Sustainable Development Report and Corporate Image
Of Thai Listed Companies

ชนิษฐา วงศ์คำตา* ศุทธิณี ปราชญ์ศรีภูมิ² และสุวรรณ หวังเจริญเดช³

Kanista Vongkamta* Suttinee Prachsriphum² and Suwan Wangcharoendate³

Received : January 23, 2020 Revised : March 23, 2020 Accepted : March 27, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนกับภาพลักษณ์
องค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม
ข้อมูลจาก ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 123 คน สถิติที่ใช้ในการ
วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า
รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน และด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนใน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงควรใช้ข้อสนเทศที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ในการวางแผนกำหนดนโยบาย
และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งการจัดทำรายงานนำเสนอให้กับผู้มีส่วนได้เสียและ
สาธารณชนได้รับทราบ รายงานรูปแบบใหม่ที่เปิดเผยข้อมูลทั้งผลการดำเนินงานที่แสดงตัวเลขทางการเงินที่สะท้อน
ผลการดำเนินงานควบคู่ไปกับผลการดำเนินงานที่แสดงให้เห็นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

คำสำคัญ : รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ภาพลักษณ์องค์กร บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Accountancy, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ รองศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Associate Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This research aimed to examine the relationship between sustainable development report and corporate image of Thai Listed Companies. The questionnaires were used as the tool for collecting data from 123 accounting executives from the listed companies. The statistical techniques used for the analysis of the collected data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The results indicated that two in five dimensions of sustainable development reports (human rights and community involvement and development) had positive relationships with and effect on corporate images. Therefore, the accounting executives of the companies listed on the Stock Exchange of Thailand would have better apply the information from this study to planning policies and guidelines of the sustainable development reports, as well as disseminating the reports to the stakeholders and the public in order that they will have a new format of the reports which reveal both facts of financial statements reflecting the business profits and the performances showing responsibilities for environments and societies.

Keyword : Sustainable Development Report, Corporate Image, Thai Listed Companies

1. บทนำ

ในปัจจุบันแนวคิดเรื่องความยั่งยืนทางธุรกิจ หรือการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นเรื่องที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารองค์กร ซึ่งเป็นเรื่องที่ทำนายที่จะนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จโดยที่ไม่ได้มุ่งเน้นในด้านตัวเลข กำไร หรือการเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียวแต่ยังเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล (นิธิภักดิ์ ปินตา, 2559:114) ดังนั้น ธุรกิจหลายประเภทจึงได้นำเอากรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเข้ามาใช้ในการดำเนินงาน เพราะมีปัจจัยภายนอกประกอบด้วย ชุมชนและภาครัฐ ที่ผลักดันให้แต่ละธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากว่ากระบวนการผลิตสินค้าจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นวัตถุดิบหลักของกระบวนการผลิต หากธุรกิจนั้นไม่มีกระบวนการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีโอกาสที่ของเสียหรือมลพิษที่เกิดจากกระบวนการผลิตจะไปทำลายสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตชุมชนก็จะมีค่อนข้างสูง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนี้จึงทำให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดข้อสงสัยเกี่ยวกับกระบวนการทำกำไรกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชนว่าธุรกิจนั้นได้นำไปปฏิบัติอย่างจริงจังหรือไม่ เพื่อแสดงความจริงใจและปรับตัวให้เข้ากับธุรกิจสมัยใหม่ที่สร้างความยั่งยืนด้านกำไรไปพร้อมกับการสร้างความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและสังคม ธุรกิจจึงต้องหันมาดูแลและใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเข้ากับกลยุทธ์และกระบวนการปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถทำได้โดยการจัดทำรายงาน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือรายงานเพื่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อใช้สื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียได้ทราบถึงพฤติกรรมองค์กรต่อสังคมภายนอก (วัชนีพร เศรษฐสุตโก, 2559: 32-33) โดยสามารถเพิ่มบทบาทและมีส่วนร่วมในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม คำนี้ถึงสิทธิมนุษยชน สังคมและสิ่งแวดล้อม แทนที่จะมุ่งเน้นเพียงการสร้างผลกำไรและเพิ่มมูลค่าของกิจการ ซึ่งในการประกอบธุรกิจสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการอย่างยิ่งคือความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคมได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องการการเป็นที่ยอมรับของสังคมเป็นอย่างมาก (ชินกมล สิบบางหัว และจิตตารณ สันจรรยาศักดิ์, 2560: 163)

รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Report) เป็นรายงานที่แสดงให้เห็นผลการปฏิบัติงานภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เป็นการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสังคมโดยรวม นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท รวมทั้งข้อมูลด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารข้อมูลไปยังผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร (วชิรพร เศรษฐฐิติโก, 2559: 175) โดยเกี่ยวข้องกับประเด็นหลัก 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights) ด้านมาตรฐานแรงงาน (Labor Standard) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน (Anti-Corruption) และด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (Community Involvement and Development) (โสภณ พรโชคชัย, 2553: 24-25) การเปิดเผยข้อมูลใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารผลการปฏิบัติงานขององค์กรไปยังผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก เพื่อเพิ่มความเข้าใจกระบวนการสร้างความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม เพิ่มความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร ถือเป็น การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและการสร้างความไว้วางใจจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง (วชิรพร เศรษฐฐิติโก, 2559: 32-33)

ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) เป็นความรู้สึก ความเชื่อ และความประทับใจของแต่ละบุคคลที่มีต่อองค์กร สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ของการบริหารและการดำเนินงานขององค์กรทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการ บุคลากร ความรับผิดชอบต่อสังคมและการกระทำประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างต่อเนื่อง (อภิวิชญ์ พุกสวัสดิ์, 2556: 100) องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ ด้านชื่อเสียง (Reputation) ด้านความน่าเชื่อถือและการยอมรับ (Believe and Acceptance) และด้านความเลื่อมใสและศรัทธา (Trustworthiness and Faith) (วิรัช ภิริชิตนกุล, 2553: 77) ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ เริ่มให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ขององค์กรมากขึ้น เพราะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีจะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจและการสนับสนุนความร่วมมือในองค์กรนั้นให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน (อรวรรณ กิจปราชญ์, 2558: 3) โดยเฉพาะบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีส่วนได้เสียกับผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย ยิ่งต้องเปิดเผยข้อมูลรายงานทางการเงิน รวมทั้งรายงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมากขึ้น เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและสร้างความน่าเชื่อถือในการดำเนินงานส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Thai Listed Companies) เป็นบริษัทขนาดใหญ่หรือบริษัทมหาชน มีส่วนได้เสียกับผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย การดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนต้องอาศัยการสนับสนุนเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้นเพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ แต่การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นการลงทุนที่มีความเสี่ยงทำให้การตัดสินใจเลือกลงทุนในยุคปัจจุบันของผู้ถือหุ้นไม่ได้พิจารณาเลือกลงทุนเฉพาะบริษัทที่มุ่งเน้นการแสวงหากำไรสูงสุดเท่านั้น แต่ขยายขอบเขตการพิจารณาเลือกบริษัทที่สร้างความยั่งยืนด้านกำไรไปพร้อมกับการสร้างความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและสังคม (ธีรพร ทองชะโชค และอาคม ใจแก้ว, 2556: 27-28) ซึ่งบริษัทจดทะเบียนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ตลาดหลักทรัพย์จึงได้สนับสนุนให้บริษัทจดทะเบียนดำเนินกิจการภายใต้หลักของความยั่งยืนและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ลงทุน (สุมาลี หดคำ, 2559: 2) สำหรับในประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้ประกาศแผนพัฒนาความยั่งยืนอย่างเป็นทางการในปี 2556 โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนให้บริษัทจดทะเบียนดำเนินกิจการภายใต้หลักของความยั่งยืน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร สังคม และตอบสนองความต้องการของผู้ลงทุน เนื่องจากประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่นักลงทุนและบริษัทในต่างประเทศให้ความสำคัญ และมีแนวโน้มที่จะเลือกลงทุนหรือเลือกดำเนินธุรกิจกับบริษัทคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อเรื่องดังกล่าว (จรัญญา อนันตชัย, 2558: 3)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนกับภาพลักษณ์องค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กรหรือไม่ ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร

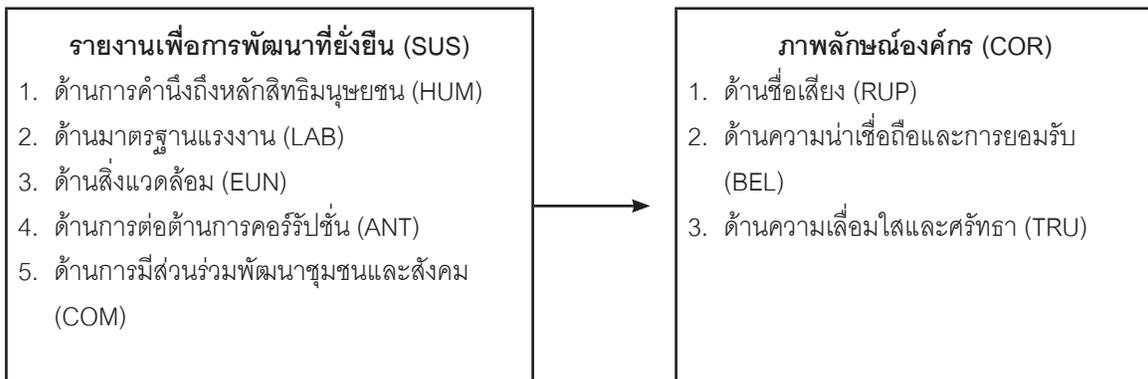
ฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนกำหนดนโยบายและเป็นแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนช่วยส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เห็นถึงความสำคัญของการจัดทำรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความเชื่อมั่น การยอมรับและให้ความร่วมมือ รวมถึงการสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กร จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

กรอบแนวคิดของรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนกับภาพลักษณ์องค์กร



2.1 รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Report) หมายถึง การรายงานหรือการเปิดเผยข้อมูลการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมของธุรกิจในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นรายงานที่ธุรกิจจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลผลการดำเนินงานขององค์กรไปยังผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกขององค์กรได้ทราบกิจกรรมและผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการเปิดเผยข้อมูลสามารถช่วยเพิ่มความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือขององค์กร ส่งเสริมภาพลักษณ์ สร้างความไว้วางใจ และเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญสำหรับผู้ลงทุนที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (โสภณ พรโชคชัย, 2553: 24-25) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน (Human Rights) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้วยความเป็นธรรมบนพื้นฐานของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ปฏิบัติต่อคู่ค้าและผู้ที่ต้องการติดต่อเกี่ยวข้องกับธุรกิจกับองค์กรโดยไม่กีดกันทางเพศ เชื้อชาติ ศาสนา ตลอดจนไม่กระทำการใดที่เป็นการละเมิดสิทธิเสรีภาพของบุคคลใด ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชน ตลอดจนการติดต่อและดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

2.1.2 ด้านมาตรฐานแรงงาน (Labor Standard) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลด้านการให้ความคุ้มครองสภาพการทำงานของพนักงานโดยกำหนดเงื่อนไขการจ้างที่เป็นธรรม ทั้งในด้านสวัสดิการ ผลตอบแทน สิ่งแวดล้อมความปลอดภัยในการทำงาน และสุขภาพของพนักงาน ให้การฝึกฝนทักษะและเพิ่มพูนศักยภาพของพนักงานสม่ำเสมอ

โดยมีนโยบายที่ชัดเจนและแนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม ตลอดจนเปิดโอกาสให้พนักงานมีช่องทางการสื่อสาร ข้อเสนอแนะ และร้องทุกข์เกี่ยวกับการทำงาน

2.1.3 ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อประเมินและหาแนวทางแก้ไข ใช้เทคโนโลยีและการผลิตที่มีมาตรฐาน สร้างระบบที่มีประสิทธิภาพ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในการบำบัดของเสีย มีการฝึกอบรมให้กับบุคลากรเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและผลักดันความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมรวมทั้งมาตรการและแผนฉุกเฉินเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงาน

2.1.4 ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน (Anti-Corruption) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลด้านการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมายด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส สร้างจิตสำนึก ค่านิยม ทักษะคิด ว่าการทุจริตเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ มีระบบบริหารที่ป้องกันการจ่ายสินบน มีเครื่องมือในการตรวจสอบการทุจริตทุกรูปแบบ รวมทั้งมีช่องทางการแจ้งเบาะแส ข้อร้องเรียน หรือข้อเสนอแนะให้แก่สาธารณชนและผู้มีส่วนได้เสีย

2.1.5 ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (Community Involvement and Development) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนเพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดีระหว่างบริษัท และชุมชนใกล้เคียงโดยการสนับสนุนกิจกรรมอาสาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนและสังคม สนับสนุนการจ้างงานหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน สร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรและชุมชนในการอนุรักษ์วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น รวมทั้งการปลูกฝังค่านิยมจิตอาสาให้พนักงานเพื่อสร้างจิตสำนึกในการทำความดีตอบแทนสังคมตามหลักพลเมืองที่ดี

2.2. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) หมายถึง ภาพรวมขององค์กร ที่เกิดจากการรับรู้ ความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนความเชื่อ และความประทับใจของแต่ละบุคคลที่มีต่อองค์กร หน่วยงาน สถาบัน ตั้งแต่การบริหารหรือการจัดการ (Management) รวมไปถึงสินค้า ผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ (Service) ที่องค์กร หน่วยงาน สถาบัน จำหน่าย (วิรัช ฤทธิรัตนกุล, 2553: 82) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านชื่อเสียง (Reputation) หมายถึง การรับรู้ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องว่าเป็นองค์กรที่มีศักยภาพในการดำเนินงาน ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนว่าเป็นหน่วยงานที่มีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ ได้รับการพิจารณาจัดสรรเงินทุนจากสถาบันการเงินเมื่อขอสินเชื่อ รวมถึงได้รับความนิยมและการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดีเมื่อมีสินค้าหรือบริการใหม่

2.2.2 ด้านความน่าเชื่อถือและการยอมรับ (Believe and Acceptance) หมายถึง การได้รับการยอมรับจากบุคคลภายนอกด้านการดำเนินธุรกิจที่มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ เป็นความเชื่อมั่นว่าองค์กรสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รวมถึงการได้รับรางวัลเชิดชูเกียรติจากภาครัฐหรือเอกชนในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.2.3 ด้านความเลื่อมใสและศรัทธา (Trustworthiness and Faith) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลภายนอกที่มีต่อองค์กร แสดงถึงสัมพันธภาพที่ดีกับสาธารณชนภายนอกและพนักงานภายในองค์กร เป็นที่ดึงดูดใจในการเข้าร่วมลงทุน หรือการเข้าร่วมทำงานของบุคคลทั่วไป ตลอดจนได้รับการสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมจากชุมชนและสังคมรอบข้าง และได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่ส่งเสริมกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์แก่ชุมชนและสังคม

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ารายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กร จึงตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

สมมติฐานในการวิจัย : รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับภาพลักษณ์องค์กร

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 611 คน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562: เว็บไซต์) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยส่งแบบสอบถามวันที่ 2 สิงหาคม 2562 จำนวน 611 ฉบับ ตามที่อยู่ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และปรากฏว่ามีแบบสอบถามถูกส่งกลับคืนจำนวน 9 ฉบับ เนื่องจากมีการย้ายหรือเปลี่ยนแปลงที่อยู่ ซึ่งทำให้มีจำนวนแบบสอบถามที่ส่งถึงผู้รับจำนวน 602 ฉบับ และเมื่อครบตามระยะเวลา 45 วัน ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาทั้งสิ้น 128 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 123 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 20.43 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker และคณะ (2004) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่ามีขนาดตัวอย่างเพียงพอในการนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

3.2 การวัดคุณลักษณะตัวแปร

รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสามารถจำแนกออกได้เป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้วยความเป็นธรรมบนพื้นฐานศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ไม่กระทำการใดที่เป็นการละเมิดสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่น ส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชน ตลอดจนการติดต่อและดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

2) ด้านมาตรฐานแรงงาน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลด้านการให้ความคุ้มครองสภาพการทำงานของพนักงานโดยกำหนดเงื่อนไขการทำงานที่เป็นธรรม ความปลอดภัยในการทำงาน ให้การฝึกฝนทักษะและเพิ่มพูนศักยภาพของพนักงาน ตลอดจนเปิดโอกาสให้พนักงานมีช่องทางการสื่อสาร ข้อเสนอแนะ และร้องทุกข์เกี่ยวกับการทำงาน

3) ด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อประเมินและหาแนวทางแก้ไข ใช้เทคโนโลยีและการผลิตที่มีมาตรฐาน มีการฝึกอบรมให้กับบุคลากร เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ รวมทั้งมีมาตรการและแผนฉุกเฉินเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงาน

4) ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลด้านการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมายด้วยความซื่อสัตย์สุจริต สร้างจิตสำนึก ค่านิยม ทศนคติ ว่าการทุจริตเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ มีระบบบริหารที่ป้องกันการจ่ายสินบน รวมทั้งมีช่องทางการแจ้งเบาะแส ขอร้องเรียน หรือข้อเสนอแนะให้แก่สาธารณชนและผู้มีส่วนได้เสีย

5) ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน สนับสนุนการจ้างงานหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน สร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรและชุมชนในการอนุรักษ์วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น รวมทั้งการปลูกฝังค่านิยมจิตอาสาให้พนักงานเพื่อสร้างจิตสำนึกในการทำความดีตอบแทนสังคมตามหลักพลเมืองที่ดี

ภาพลักษณ์องค์กรสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านชื่อเสียง ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนว่าเป็นหน่วยงานที่มีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ ได้รับการพิจารณาจัดสรรเงินทุนจากสถาบันการเงินเมื่อขอสินเชื่อ รวมถึงได้รับความนิยมและการตอบรับจากลูกค้า เป็นอย่างดีเมื่อมีสินค้าหรือบริการใหม่ 2) ด้านความน่าเชื่อถือและการยอมรับ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการได้รับการยอมรับจากบุคคลภายนอกด้านการดำเนินธุรกิจที่มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รวมถึงการได้รับรางวัลเชิดชูเกียรติจากภาครัฐหรือเอกชนในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน 3) ด้านความเชื่อมโยงและศรัทธา ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมที่มีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับสาธารณชนภายนอกและพนักงานภายในองค์กร เป็นที่ดึงดูดใจในการเข้าร่วมลงทุน หรือการเข้าร่วมทำงานของบุคคลทั่วไป ตลอดจนได้รับการสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมจากชุมชนและสังคมรอบข้าง และได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่ส่งเสริมกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์แก่ชุมชนและสังคม

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.507 – 1.242 และภาพลักษณ์องค์กร ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.490 – 0.819 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.4 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.888 – 0.960 และภาพลักษณ์องค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.838 – 0.951 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally และ Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่าแบบเกณฑ์การพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ควรมากกว่า 0.70 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ} \quad \text{COR} = \beta_0 + \beta_1 \text{HUM} + \beta_2 \text{LAB} + \beta_3 \text{EUN} + \beta_4 \text{ANT} + \beta_5 \text{COM} + \epsilon$$

เมื่อ	COR	แทน	ภาพลักษณ์องค์กร
	HUM	แทน	รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน
	LAB	แทน	รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านมาตรฐานแรงงาน
	EUN	แทน	รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม
	ANT	แทน	รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน
	COM	แทน	รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปร	COR	HUM	LAB	EUN	ANT	COM	VIFs
\bar{X}	4.259	4.425	4.295	4.067	4.405	4.073	
S.D	0.595	0.535	0.630	0.752	0.591	0.846	
COR	-	0.551*	0.613*	0.547*	0.602*	0.765*	
HUM		-	0.693*	0.506*	0.660*	0.435*	2.143
LAB			-	0.606*	0.737*	0.545*	2.835
EUN				-	0.591*	0.573*	1.873
ANT					-	0.634*	2.921
COM						-	1.874

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามภาพลักษณ์องค์กรโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.547-0.765 และตัวแปรอิสระรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มีค่าตั้งแต่ 1.873 - 2.921 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ Black (2006: 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน กับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวมของบริษัทยักษ์ใหญ่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	ภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม (COR)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.033	0.282	3.659*	<0.0001
ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน (HUM)	0.205	0.088	2.322*	0.022
ด้านมาตรฐานแรงงาน (LAB)	0.165	0.086	1.912	0.058
ด้านสิ่งแวดล้อม (EUN)	0.024	0.059	0.413	0.680
ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน (ANT)	0.049	0.093	0.523	0.602
ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (COM)	0.425	0.052	8.145*	<0.0001

F = 44.899 p = < 0.0001 Adj R² = 0.657

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม เนื่องจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้ความสำคัญกับการติดต่อและดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมและเผยแพร่ผลการดำเนินงานในรายงานเป็นประจำทุกปีซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนหันมาลงในบริษัทเพิ่มเติม นอกจากนี้บริษัทควรคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภา จงรักษ์สัตย์ (2559: บทคัดย่อ) พบว่า บริษัทในกลุ่ม SET 100 Index ทั้งหมดมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในหัวข้อเรื่องธรรมาภิบาล การปฏิบัติที่เป็นธรรมหัวข้อเรื่องสิทธิมนุษยชน และหัวข้อเรื่องการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงเดช ไชยชนะ และคณะ (2561: บทคัดย่อ) พบว่า การบันทึกบัญชีด้านสิ่งแวดล้อม รายงานเพื่อความยั่งยืนยาวนาน และการเปิดเผยข้อมูลด้านสิทธิมนุษยชนมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัท และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์ภรณ์ ปัตถา (2556: บทคัดย่อ) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี ด้านการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนขององค์กรโดยรวม ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านความมั่นคงทางการเงิน และด้านความมีชื่อเสียงขององค์กร

รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม เนื่องจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเน้นให้กิจการมีส่วนร่วมกับสังคมเพื่อส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ชุมชนรอบ ๆ โดยกิจการที่มีส่วนร่วม เช่น การให้ข้อมูลกิจกรรมอาสาหรือโครงการที่ก่อให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น ช่วยให้เกิดผลดีต่อชุมชน เช่น สนับสนุนการจ้างงานหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปรึกษาหารือตัดสินใจในปัญหาาร่วมกัน เพื่อหาทางออกที่ดีที่สุดแก่บริษัทและชุมชนรอบ ๆ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการกระตุ้นการสร้าง ความเชื่อมั่นและการยอมรับแก่บริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรพินท์ วงศ์ก่อ (2562: บทคัดย่อ) พบว่า บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีการเปิดเผยเรื่องการร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคมมากที่สุด เนื่องจากบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีการขยายตัวของธุรกิจสู่พื้นที่ชุมชนต่าง ๆ จึงมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับชุมชน มีการช่วยพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ชุมชนเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจของบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรณี กัมพลกาญจนา และกุลยา จันทะเดช (2559: บทคัดย่อ) พบว่า บริษัทในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลในเรื่องการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคมมากที่สุด โดยหัวข้อที่อุตสาหกรรมฯ ให้ความสำคัญคือ กิจกรรมที่ช่วยพัฒนาชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ มาตย์ผล และคณะ (2560: บทคัดย่อ) พบว่า วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการพัฒนาสังคมมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมโดยรวม เนื่องจากการพัฒนาสังคมเป็นการปรับปรุงส่งเสริมให้คนที่อยู่ร่วมกันมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ทั้งในด้านวัตถุและจิตใจอันจะทำให้การดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันนั้นมีความสุขรุ่งเรืองและสงบสุข องค์กรจึงมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมที่จะสร้างและรักษาความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้บริโภค

รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านมาตรฐานแรงงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม เนื่องจากประเทศไทยได้มีการกำหนดมาตรฐานแรงงาน โดยกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมได้ประกาศมาตรฐานแรงงานไทยความรับผิดชอบต่อสังคมที่เรียกว่า มรท. 8001 - 2553 ในปี พ.ศ. 2553 ออกมาเพื่อเป็นแนวทางที่บริษัทต่าง ๆ ที่ต้องการจะทำความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสมบูรณ์แบบ ได้นำไปใช้เป็นต้นแบบในการดูแลพนักงานของตน แต่ มรท. 8001 - 2553 เป็นมาตรฐานที่มีต้นแบบมาจากต่างประเทศ โดยเฉพาะการอ้างอิงบรรดามาตรฐานไอเอสโอทำให้บางมาตรฐานไม่สอดคล้องกับวิถีการทำงานของคนไทย ทำให้การรายงานที่ได้ออกมาอยู่ในระดับต่ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลินี สายก้อน (2560: บทคัดย่อ) พบว่า การปฏิบัติตามแรงงานอย่างเป็นธรรม

มีผลกระทบต่อเชิงลบกับการเปิดเผยข้อมูลบัญชีสิ่งแวดล้อมโดยรวม ซึ่งอาจเกิดจากกฎระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อแรงงานที่มีการบังคับให้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดมากขึ้นไปอาจส่งผลให้เกิดความอ่อนไหวต่อความรู้สึกของสังคมหรือบุคคลนั้นได้ ดังนั้น จึงส่งผลให้ธุรกิจไม่ต้องการที่จะเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนเกี่ยวกับเรื่องของการปฏิบัติต่อแรงงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภันยา ห้วยผัด (2562: บทคัดย่อ) พบว่า คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพนักงานของบริษัท มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัท

รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม เนื่องจาก ก.ล.ต. กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่จัดทำโดย ตลท. มีหลักการ 8 ข้อ ได้แก่ (1) การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม (2) การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (3) การเคารพสิทธิมนุษยชน (4) การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (5) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (6) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (7) การร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม และ (8) การมีนวัตกรรมและเผยแพร่นวัตกรรม ในแบบรายการข้อมูลประจำปี ซึ่งการต่อต้านการคอร์รัปชัน คือ ข้อกำหนดนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทั้งในกิจการและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ การมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างรับผิดชอบ การแข่งขันอย่างเป็นธรรม พร้อมแนวปฏิบัติให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ปฏิบัติตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้และติดตามผล พร้อมทำรายงานเปิดเผยผลการดำเนินงานและความคืบหน้า ทั้งนี้บางบริษัทอาจไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลได้ทั้งหมด อีกทั้ง ก.ล.ต. ให้บริษัทถือว่าหลักการ 8 ข้อ เป็นเพียงแนวทางปฏิบัติมิใช่กรอบการรายงานที่ตายตัว ทำให้บริษัทสามารถพิจารณาเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจในขอบเขตที่ได้ดำเนินการแล้ว หรือมีความพร้อมที่จะเปิดเผยและไม่จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลครบถ้วนในทุกหลักการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณี กัมพลกาญจน และกุลยา จันทะเดช (2559: บทคัดย่อ) พบว่า บริษัทจดทะเบียนที่มีชื่อหลักทรัพย์ในกลุ่มดัชนี SET100 มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมแต่มีใช้ทุกบริษัทที่ได้เปิดเผยครบถ้วน และหัวข้อที่มีการเปิดเผยข้อมูลน้อยคือ การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และการมีนวัตกรรมและเผยแพร่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนีย์ กล้ามาก และคณะ (2561: บทคัดย่อ) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลจำแนกตามหัวข้อความรับผิดชอบต่อสังคมตามที่ตลาดหลักทรัพย์และ ก.ล.ต. กำหนด หัวข้อที่มีการเปิดเผยข้อมูลในสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ การต่อต้านการทุจริต และนวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมฯ

รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม เนื่องจากในปัจจุบันการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน และประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเพื่อบังคับใช้กับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงยังขาดแนวปฏิบัติที่จะทำให้บริษัทต่าง ๆ สามารถยึดถือเป็นแนวทางในการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมได้ นอกจากนี้ การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมจะเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่าย ซึ่งหลายบริษัทยังไม่เห็นประโยชน์ จึงทำให้การทำรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมเป็นไปได้ยาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชา จงรัชต์สตี (2559: บทคัดย่อ) พบว่า หัวข้อที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุด คือหัวข้อด้านสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทในกลุ่ม SET 100 Index จำนวนเกือบครึ่งหนึ่งอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน และกลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีการดำเนินงานที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าอุตสาหกรรมกลุ่มอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมาลี หุดคำ (2559: บทคัดย่อ) พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมมีระดับการเปิดเผยรายงานความยั่งยืนน้อยที่สุด อาจเนื่องมาจากหลายสาเหตุ เช่น บางองค์กรมีการดำเนินธุรกิจที่ไม่ได้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การเปิดเผยถึงจำนวนผลกระทบต่อระบุเป็นตัวเลขได้ยาก หรืออาจจะยังไม่มีทำให้ความสำคัญด้านนี้มากนัก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชา จงรัชต์สตี (2561: บทคัดย่อ) พบว่า บริษัทในกลุ่ม SET 100 Index ส่วนใหญ่มีระดับการรายงานข้อมูลสังคมและสิ่งแวดล้อมตามกรอบการจัดทำรายงานของ GRI ฉบับ 3.1 ในระดับต่ำ โดยเฉลี่ยไม่เกิน 10% อาจเนื่องจากบริษัทไทยอาจได้รับแรงกดดันต่ำในการจัดทำรายงานตามกรอบของ GRI จากผู้มีส่วนได้เสียและยังไม่มีกฎหมายหรือข้อบังคับทางกฎหมายให้บริษัทไทยจัดทำรายงานตามกรอบของ GRI จึงส่งผลให้บริษัทไทยมีการจัดทำรายงานตามกรอบดังกล่าว

ในระดับค่อนข้างต่ำมาก

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนกับภาพลักษณ์องค์กรในกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น บริษัทในกลุ่ม SET 100 Index, บริษัทในกลุ่ม SET 150 Index และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร นอกจากนี้ ควรศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการรายงาน เช่น ปัจจัยทางวัฒนธรรม โครงสร้างความเป็นเจ้าของ สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร ลักษณะของธุรกิจ ระดับการแข่งขันของอุตสาหกรรม เป็นต้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและประยุกต์ใช้ในการวางแผนกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งการจัดทำรายงานนำเสนอให้กับผู้มีส่วนได้เสียและสาธารณชนได้รับทราบ รายงานรูปแบบใหม่ที่เปิดเผยข้อมูลทั้งผลการดำเนินงานที่แสดงตัวเลขทางการเงินที่สะท้อนผลการดำเนินงานควบคู่ไปกับผลการดำเนินงานที่แสดงให้เห็นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทำให้องค์กรธุรกิจมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับเกิดความเชื่อถือศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและทำให้องค์กรมีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

6. สรุปผลการวิจัย

รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน และด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการติดต่อและดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิ และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ซึ่งถือเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง นอกจากนี้แล้วควรเน้นเรื่องการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เช่น การให้ข้อมูลกิจกรรมอาสาหรือโครงการที่ก่อให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น สนับสนุนการจ้างงานหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปรึกษาหารือ ตัดสินใจในปัญหาาร่วมกัน เพื่อหาทางออกที่ดีที่สุดแก่บริษัท และชุมชนรอบ ๆ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการยอมรับและให้ความร่วมมือ รวมถึงการสร้างความน่าเชื่อถือในการดำเนินงานส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์องค์กร และทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- จรัญญา อนันต์ชัย. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างรายงานความยั่งยืนและมูลค่าของกิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑามาศ มาตย์ผล และคณะ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 9(1), 1-11.
- ชื่อนกมล สีนางหว่า และฐิตาภรณ์ สีนจรรยาศักดิ์. (2560). ผลกระทบของการบัญชีสังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความยั่งยืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 6(1), 161-168.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562). *รายชื่อบริษัท/หลักทรัพย์*. ค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.set.or.th/th/company/companylist.html>
- ทรงเดช ไชยชนะ และคณะ. (2561). ผลกระทบของการปฏิบัติทางการบัญชีอย่างยั่งยืนต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 11(2), 125-141.
- ทัศนีย์ กล้ามาก และคณะ. (2561). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในหมวดธุรกิจการแพทย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิษณุพนธ์*, 13(2), 63-76.
- ทิพยาภรณ์ ปัตถา. (2556). ผลกระทบของความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีที่มีต่อความยั่งยืนขององค์กรของธุรกิจการเงินในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 32(6), 60-70.
- ธีรพร ทองชะโชค และอาคม ใจแก้ว. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 30(1), 23-51.
- นิธิภักดิ์ ปินตา. (2559). ผลกระทบของรายงานความยั่งยืนต่อผลการดำเนินงานขององค์กรสำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในกลุ่มประเทศอาเซียน. *วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 3(2), 112-126.
- พรรณี กัมพลกัญญา และกุลยา จันทะเดช. (2559). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีรายชื่อหลักทรัพย์ในกลุ่มดัชนี SET 100. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 12(36), 20-47.
- มาลินี สายก้อน. (2560). ผลกระทบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่มีต่อการเปิดเผยข้อมูลบัญชีสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตที่ได้การรับรอง ISO 14001 ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 12(2), 78-103.
- วัชนีพร เศรษฐสุลลโก. (2559). *การบัญชีเพื่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม*. กรุงเทพฯ: วี.เจ. ฟรินด์.
- วิภา จงรักษ์สัตย์. (2559). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในประเทศไทย. *วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 8(15), 128-144.
- วิริยา จงรักษ์สัตย์. (2561). การเปิดเผยข้อมูลทางสังคมและสิ่งแวดล้อมตามกรอบการจัดทำรายงานของ GRI: กรณีศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มดัชนี SET 100. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*, 12(17), 1-22.

- วิรัช ภูมิรัตนกุล. (2553). *การประชาสัมพันธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภกันยา ห้วยผัด. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 12(2), 53–67.
- สุมาลี หดคำ. (2559). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยรายงานความยั่งยืนกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชีบริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- โสภณ พรโชคชัย. (2553). *CSR ที่แท้*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย.
- อภิษฐ์ พุกสวัสดิ์. (2556). *การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรพินท์ วงศ์ก่อ. (2562). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิษณุพนธ์*, 14(3), 193–203.
- อรวรรณ กิจปราชญ์. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาการบัญชีสิ่งแวดล้อมกับความรับผิดชอบต่อสังคมและภาพลักษณ์องค์กรในทัศนคติของผู้บริหารบริษัทในอุตสาหกรรมพลังงานและสาธารณูปโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Aaker, D.A., Kumar, V., & Day, G.S. (2001). *Marketing research*. 7th ed. New York: John Wiley & Sons.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. 4th ed. New York: John Wiley & Sons.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychological theory*. New York, NY: MacGraw-Hill.