

ความสัมพันธ์ระหว่างวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับประสิทธิภาพ
การบัญชีสิ่งแวดล้อมของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย
Relationship between Corporate Social Responsibility Vision and Environmental
Accounting Efficiency of Textile Businesses in Thailand

จุฑามาศ มาตย์ผล* นาถนภา นิลนิยม² และศุทธิณี ปราชญศรีภูมิ³
Juthamat Matpol* Natnapa Nilniyom² and Suttinee Prachsriphum³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย จำนวน 105 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ด้านการพัฒนาสังคม และด้านการใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมโดยรวม ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์องค์กรใน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อปลูกจิตสำนึกให้กับบุคลากรในองค์กรและตอบสนองความต้องการของสังคม ที่คาดหวังไว้กับองค์กรในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดี ให้กับองค์กรผ่านรายงานการบัญชีสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่นำเสนอต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร

คำสำคัญ : วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม ธุรกิจสิ่งทอ

* นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{2,3} อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master's degree Student, Master of Accountancy Program, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

^{2,3} Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This research aimed to examine the relationships between corporate social responsibility vision and environmental accounting efficiency of textile businesses in Thailand. The questionnaires were used as the tool for collecting data from 104 accounting directors of textile businesses in Thailand. The statistic techniques used for the analysis of the collected data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The results indicated that corporate social responsibility vision in aspects of corporate governance, fair operating practice, social development, and attention to environment had relationship and positive effect on the overall environmental accounting efficiency. The results of the research can be the guidelines for determining the corporate vision in terms of social responsibility for raising awareness of the people in organization, and for responding to the need of the social expectation in terms of social responsibility. This can build and enhance the credibility, trustworthiness, and good image of the corporate, which perceived by all stakeholders, both inside and outside of the organization via the environmental accounting reports.

Keywords : Corporate Social Responsibility Vision , Environmental Accounting Efficiency , Textile Businesses

1. บทนำ

ในปัจจุบันองค์กรธุรกิจต่างมุ่งแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ในขอบเขตของธุรกิจที่มีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เพื่อแสดงวิสัยทัศน์และจิตสำนึกของผู้นำองค์กรที่เห็นคุณค่าและประโยชน์แก่ส่วนรวม เพราะแนวโน้มของสังคมโลกทุกวันนี้ให้ความสำคัญ และตระหนักถึงเรื่องการสร้างประโยชน์ให้กับส่วนรวม อาทิ การรักษาสีสิ่งแวดล้อม การดูแลชุมชน การใส่ใจด้านสิทธิมนุษยชนเพื่อลดการต่อต้าน จากความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจรวมถึงการเอาตัวเปรียบด้านแรงงานต่อกันซึ่งบทบาทในการดูแลโลกต่อประเด็นดังกล่าว ต้องอาศัยความร่วมมือทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการดำเนินงานอย่างแท้จริงของหน่วยงานต่างๆ จึงมีการทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่อง (กัญญรัตน์ หงส์วรินทร์, 2555 : 86) ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอาจไม่ใช่แนวทางเดียวในการดำเนินธุรกิจยุคใหม่แต่เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้างจิตสำนึกแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมของมนุษย์ต่อสังคมต่อโลก โดยเริ่มต้นด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ใช่แค่เพียงการประกอบธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมายเพียงอย่างเดียว แต่ธุรกิจต้องตระหนักด้วยว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการลงทุนในมนุษย์สิ่งแวดล้อม รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร ซึ่งทั้งหมดนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันความอยู่รอดและรายได้ขององค์กรนั่นเอง (รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ, 2553 : 9)

วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility Vision) เป็นการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้การดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จ องค์กรมีการกำหนดนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไว้โดยตรงก่อให้เกิดผลต่อความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรซึ่งทำให้วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกลายเป็นเครื่องมือทางธุรกิจที่สนองประโยชน์ต่อองค์กรแทนและสนองประโยชน์ต่อสังคม (सानิตย์ หนูนิล, 2554 : 4) ซึ่งประกอบด้วย ธรรมชาติขององค์กร (Corporate Governance) การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operating Practices) การพัฒนาสังคม (Social Development) และการใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Attention Environment) ความสำเร็จ

ขององค์กรธุรกิจจึงไม่ได้พิจารณาเพียงแค่ ผลประกอบการและตัวเลขทางการเงิน ความพึงพอใจของผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น หรือพนักงานเท่านั้น แต่ต้องพิจารณาถึงวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ และประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม ยังมีความสำคัญกับธุรกิจในการเปิดเผยข้อมูลซึ่งมุ่งเน้นไปที่การปฏิบัติงาน ทางด้านบัญชีของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย

ประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม (Environmental Accounting Efficiency) เป็นการบัญชีแขนงหนึ่ง ที่นักบัญชีสมัยใหม่ได้พัฒนาขึ้น ให้ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ ซึ่งเป็นการบัญชีแนวคิดใหม่ โดยการนำเอาแนวคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมาประยุกต์เข้ากับหลักการบัญชีที่สามารถช่วยปกป้องและลดปัญหา สิ่งแวดล้อม ซึ่งนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำรายงานการพัฒนายั่งยืน และยังกลายมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการตัดสินใจในการลงทุน การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมก่อนจะนำไปสู่การลดต้นทุน (อิสริยา โชวีวัฒนา, 2553 : 48) ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีมาตรฐานการบัญชีสำหรับการบัญชีสิ่งแวดล้อมเป็นการเฉพาะ ดังนั้น แนวทางปฏิบัติในการนำเสนอข้อมูลที่ใช้อยู่ในปัจจุบันจึงอิงกับความต้องการข้อมูลของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และ ศิลปพร ศรีจันเพชร, 2552 : 14-13) ที่องค์กรจะต้องจัดทำรายงานเพื่อเสนอต่อบุคคลภายนอก และผู้ที่เกี่ยวข้องกับ กิจกรรมให้ทราบถึงนโยบายและการดำเนินงานของธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมจะก่อให้เกิดผลดีต่อธุรกิจหลายด้าน ประกอบด้วย คุณค่าของธุรกิจ (Business Value) ภาพลักษณ์ทางการตลาด (Marketing Image) และความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Capability) ประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม จึงเป็นอีกแนวทางที่จะช่วยตระหนักถึงปัญหา สิ่งแวดล้อมในธุรกิจสิ่งทอและธุรกิจอื่นๆในประเทศไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทและความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจจะมี

ธุรกิจสิ่งทอ (Textile Businesses) จัดเป็นธุรกิจที่มีขนาดใหญ่และครอบคลุมธุรกิจย่อยหลายธุรกิจ หากพิจารณาในมิติด้านการตลาดแบ่งออกเป็น 5 ธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจเส้นใย ธุรกิจปั่นด้าย ธุรกิจทอผ้า ธุรกิจฟอก ย้อม พิมพ์และแต่งสำเร็จ และธุรกิจผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์สิ่งทอเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการของตลาดอาเซียนและ ตลาดโลก ธุรกิจสิ่งทอมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวม เพราะเป็นหนึ่งในธุรกิจที่สร้างรายได้ติดอันดับต้นๆ รวมถึงยังเป็นธุรกิจที่มีการจ้างงานสูง ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ประชากร ทั้งที่เป็นแรงงานมีฝีมือและแรงงานไร้ฝีมือ อีกทั้ง ยังมีความเกี่ยวเนื่องโยงไปในธุรกิจอื่น นับจากวัตถุดิบ ฝ้าย ไหม ไปจนถึงการทอผ้าผืนและการตัดเย็บเสื้อผ้า สำเร็จรูป (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556 : 19) แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ในอดีตจนถึงปัจจุบัน จะเป็นการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ลักษณะที่ปรากฏเป็นกระบวนการที่ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีการนำเอาวิสัยทัศน์ ค่านิยม พันธกิจและเป้าหมายของ ธุรกิจมาร่วมพิจารณา ในการกำหนดรูปแบบของกิจกรรมด้านการมีความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ โดยประสานเข้ากับกระบวนการทางธุรกิจอย่างมีกลยุทธ์ แสดงให้เห็นว่าองค์กรธุรกิจในประเทศไทยได้ให้ความสนใจอย่างจริงจังในเรื่องของการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดขึ้นในองค์กร

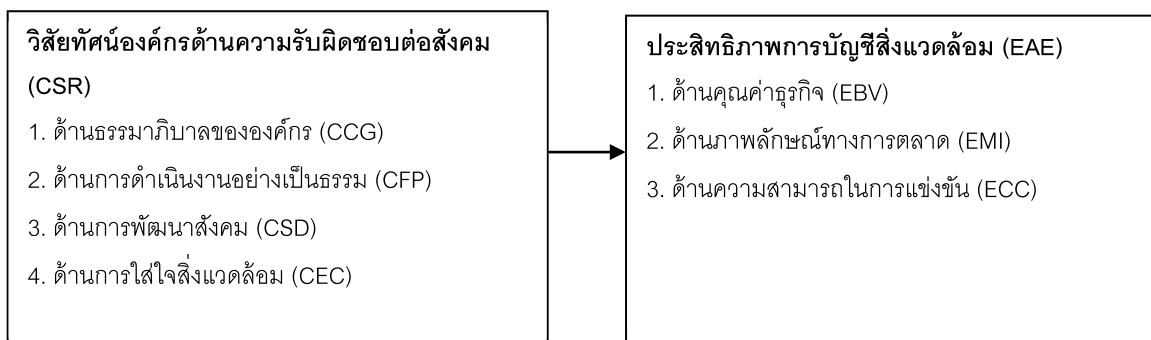
จากเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า วิสัยทัศน์ องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูล ในการปรับปรุงวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริม สนับสนุนให้ธุรกิจดำเนินกิจกรรม โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น และเป็นแนวทางปฏิบัติทางการบัญชีสิ่งแวดล้อม และการรายงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม ซึ่งจากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม



2.1 วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility Vision)

หมายถึง การกำหนดเป้าหมายของหน่วยย่อยภายในองค์กร เป็นการนำค่านิยมและความเชื่อของบุคลากรในองค์กรมาหล่อหลอมรวมกันเป็นวิสัยทัศน์องค์กร เพื่อนำมากำหนดเป็นนโยบาย ภารกิจและกลยุทธ์ เป้าหมายขององค์กรให้มีความสอดคล้องกันกับความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสามารถบรรลุซึ่งวิสัยทัศน์ที่กำหนด (นิภา วิริยะพิพัฒน์, 2552 : 198) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร (Corporate Governance) หมายถึง การปกครอง การบริหาร การจัดการการควบคุมดูแล กิจการต่าง ๆ การให้คำปรึกษาหารือ ตรวจสอบการต่อต้านคอร์รัปชัน การต่อต้านการรับสินบน การมีส่วนร่วมทางการเมืองและการรับผิดชอบต่อสังคมเสนอแนะแนวทางการดำเนินการให้เป็นไปในครรลองธรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด

2.1.2 ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operating Practices) หมายถึง แนวทางการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจที่ดีของบุคลากรที่ต้องปฏิบัติตาม และครอบคลุมถึงแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการที่ดี การให้คำปรึกษาหารือ ตรวจสอบการต่อต้านคอร์รัปชัน การต่อต้านการรับสินบน บทบาทต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส และความรับผิดชอบต่อของคณะกรรมการอย่างชัดเจน รวมถึงแนวปฏิบัติเกี่ยวกับจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

2.1.3 ด้านการพัฒนาสังคม (Social Development) หมายถึง การกระทำเพื่อมุ่งปรับปรุงส่งเสริมให้คนที่อยู่ร่วมกัน ให้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ทั้งในด้านวัตถุและจิตใจอันจะทำให้การดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันนั้น มีความเจริญรุ่งเรืองและสงบสุข เพื่อให้ชุมชนสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงด้วยตนเอง

2.1.4 ด้านการใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Attention Environment) หมายถึง องค์กรปฏิบัติอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้หลักการแจ้งเตือนล่วงหน้าเพื่อคุ้มครองและปกป้องสิ่งแวดล้อมใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างฉลาด โดยใช้ให้น้อยเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยคำนึงถึงระยะเวลาในการใช้ให้ยาวนาน และก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

2.2 ประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม (Environmental Accounting Efficiency) หมายถึง แนวคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่มาประยุกต์เข้ากับหลักการบัญชีในรูปแบบของรายงาน เพื่อนำเสนอต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมีมุ่งหวังถึงผลสำเร็จขององค์กร เพื่อเสนอต่อบุคคลภายนอกและผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจการให้ทราบถึงนโยบายและการดำเนินงานของธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมจะก่อให้เกิดผลดีต่อธุรกิจหลายด้าน (Sarmiento, 2004 : 9) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านคุณค่าของธุรกิจ (Business Value) หมายถึง ข้อมูลทางบัญชีที่เป็นเครื่องมือให้ทุกคนในองค์กรทำงานร่วมกัน เพื่อจะสร้างสิ่งดีงามหรือคุณประโยชน์ของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนผลการดำเนินงานที่ธุรกิจเสนอให้กับผู้บริโภคและบุคคลที่เกี่ยวข้องในธุรกิจ คุณค่าธุรกิจ จึงเป็นองค์รวมแห่งคุณประโยชน์ ที่จะสร้างและรักษาความพึงพอใจสูงสุดอย่างเหมาะสม ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้บริโภค ควบคู่ไปกับผลตอบแทนคุณค่าที่องค์กรจะได้รับและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับประโยชน์อย่างยุติธรรม

2.2.2 ด้านภาพลักษณ์ทางการตลาด (Marketing Image) หมายถึง องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการให้กับตลาดหรือมีสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับกระแสนิยม การบริโภคของผู้บริโภคในตลาดได้ ย่อมสามารถสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand Royalty) ได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะปัจจุบัน ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่กำลังได้รับความสนใจจากทุกฝ่ายในสังคม รวมถึงผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการก็ได้ให้ความสำคัญกับปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยนิยมเลือกสินค้าหรือบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือ ผลิตภัณฑ์จากองค์กรธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการตลาดสิ่งแวดล้อม (Environmental Marketing)

2.2.3 ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Capability) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพเป็นที่พอใจของลูกค้า ความสามารถในการทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของเราแทนที่จะซื้อจากแหล่งอื่นและ ความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรและประเทศชาติ ความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจเป็นเรื่องต่อไปที่ต้องทำในสภาวะที่สิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงง่าย เช่น ในปัจจุบันนี้ บางครั้งอาจจะต้องประเมินความสามารถขององค์กรปีละครั้งหรือมากกว่านั้น เพื่อตรวจสอบว่าต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจที่ตั้งไว้หรือไม่ เพื่อให้ทันกับสถานการณ์อยู่ตลอดเวลาองค์กรขนาดเล็กจะได้เปรียบในการปรับตัวที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว เนื่องจากผู้นำองค์กรมักจะเป็นเจ้าของกิจการเองและมีอำนาจสิทธิ์ขาดในการนำองค์กรที่ชัดเจน

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม จึงตั้งเป็นสมมุติฐาน ได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม

สมมุติฐานที่ 2 : วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม

สมมุติฐานที่ 3 : วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการพัฒนาสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม

สมมุติฐานที่ 4 : วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย จำนวน 2,570 คน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2557 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย จำนวน 350 คน โดยเปิดตาราง Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 42-43) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบ่งตามภูมิภาคที่ตั้งธุรกิจและทำการสุ่มโดยใช้คอมพิวเตอร์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยส่งแบบสอบถามวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558 จำนวน 350 ฉบับ ตามที่อยู่ของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย เมื่อครบกำหนดระยะเวลา 90 วัน ได้รับแบบสอบถามที่ส่งคืนกลับมา จำนวน 126 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 105 ฉบับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30.00 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างสอดคล้องกับ Aaker, Kumar and Day (2001) ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่ามีขนาดตัวอย่างเพียงพอในการนำไปใช้วิเคราะห์ข้อมูล

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นตัวแปรอิสระซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารงานตามกฎหมายระเบียบที่เป็นธรรมกับทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 2) ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่เป็นธรรมและความรับผิดชอบต่อลูกค้า 3) ด้านการพัฒนาสังคม จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์องค์กรให้สอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน 4) ด้านการใส่ใจสิ่งแวดล้อม จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกในการใส่ใจสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงานและชุมชน

ประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมเป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1) ด้านคุณค่าของธุรกิจ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 2) ด้านภาพลักษณ์ทางการตลาด จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าทั้งในด้านคุณภาพและราคาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า 3) ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความแตกต่างจากคู่แข่งทางธุรกิจ อาจจะเป็นความแตกต่างในกระบวนการทำงานขององค์กร หรือสินค้าจะแสดงให้เห็นถึงประสิทธิผลและประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยการผ่านพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.552 – 0.716 และประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.534 – 0.793 ซึ่งสอดคล้องกับ Rovinelli and Hambleton (1977 : 49-60) ได้เสนอว่า ค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่ารายข้อของแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันระหว่างรายข้อของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด และทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha- Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค Cronbach ซึ่งวิสัยทัศน์องค์กร

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.821 – 0.854 และประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.801 - 0.849 ซึ่งสอดคล้องกับ Cronbach (1970 : 161) ได้เสนอว่าค่า Alpha มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 แสดงว่า ความเที่ยงตรงของข้อคำถามอยู่ในระดับดี

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย

$$\text{สมการ EAE} = \beta_0 + \beta_1 \text{CCG} + \beta_2 \text{CFP} + \beta_3 \text{CSD} + \beta_4 \text{CEC} + \mathcal{E}$$

เมื่อ EAE แทน ประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมโดยรวม

CCG แทน วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร

CFP แทน วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม

CSD แทน วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการพัฒนาสังคม

CEC แทน วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการใส่ใจสิ่งแวดล้อม

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย

ตัวแปร	EAE	CCG	CFP	CSD	CEC	VIFs
$\bar{X}$	4.24	4.33	4.20	4.17	4.10	
S.D	0.41	0.53	0.54	0.55	0.57	
EAE	-	0.505*	0.463*	0.645*	0.570*	
CCG		-	0.414*	0.675*	0.570*	1.944
CFP			-	0.429*	0.410*	1.289
CSD				-	0.721*	2.676
CEC					-	2.182

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าตั้งแต่ 1.944 – 2.676 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ขึ้นได้ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย

วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	ประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม		T	p-value
	โดยรวม (EAE)			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	ถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.593	0.289	5.520	0.000*
ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร (CCG)	0.030	0.077	0.388	0.699
ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (CFP)	0.147	0.062	2.379	0.019*
ด้านการพัฒนาสังคม (CSD)	0.255	0.087	2.912	0.004*
ด้านการใส่ใจสิ่งแวดล้อม (CEC)	0.205	0.076	2.698	0.008*
F = 25.075 p = 0.000 Adj R ² = 0.481				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม เนื่องจาก การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม เป็นตัวที่วัดถึงภาพลักษณ์ทางการตลาดที่ดีของธุรกิจ สามารถทำให้ธุรกิจมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ ศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและจะทำให้องค์กรหน่วยงานหรือสถาบันนั้นมีความเจริญก้าวหน้าได้ จึงต้องกำหนดทิศทางให้ชัดเจนถึงเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์ทางการตลาด โดยใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปิยะนารถ สิงห์ขุ (2557 : เว็บไซต์) กล่าวว่า การดำเนินงานของภาคธุรกิจในด้านต่างๆ ขององค์กรอย่างเป็นธรรม ยุติธรรม มีคุณธรรมต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร ในทุก ๆ ฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นเจ้าขององค์กร ลูกค้า หรือ เจ้าหนี้ หากธุรกิจขาดจริยธรรมและจรรยาบรรณต่ออาชีพไม่มีจริยธรรมทางธุรกิจจะทำให้เศรษฐกิจและสังคมไม่มีการเติบโตอย่างยั่งยืน เพราะเป้าหมายในการทำธุรกิจไม่ใช่เพื่อแสวงหากำไรสูงสุด แต่ต้องเป็นการแสวงหากำไรอย่างยั่งยืน

2) วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการพัฒนาสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมโดยรวม เนื่องจาก การพัฒนาสังคมเป็นการปรับปรุงส่งเสริมให้คนที่อยู่ร่วมกัน มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ทั้งในด้านวัตถุและจิตใจอันจะทำให้การดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันนั้นมีความเจริญรุ่งเรือง และสงบสุข องค์กรจึงมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมที่จะสร้างและรักษาความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้บริโภค ดังนั้น องค์กรจึงมีการจัดทำและนำเสนอข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมต่อสาธารณชน บัญชีสิ่งแวดล้อมช่วยให้องค์กรสามารถบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และเกิดการยอมรับชื่อเสียงขององค์กร รวมทั้งผลการดำเนินงานและควมมีศักยภาพในการแข่งขันที่ดี ทั้งนี้ยังต้องคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมเป็นเสมือนเครื่องมือบ่งชี้ ซึ่งมีแนวทางในการกำหนดเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีรุ่งรัตน์ สุดสมบูรณ์ (2548 : 107) พบว่า องค์กรให้ความสำคัญกับการรับรู้รายการ และการจัดทำรายงานตลอดจนการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าธุรกิจ การสร้างภาพลักษณ์ทางการตลาด ตลอดจนเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน ซึ่งส่งผลให้องค์กรได้รับความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียและบุคคลภายนอก

3) วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมโดยรวม เนื่องจาก การใส่ใจสิ่งแวดล้อมของธุรกิจในปัจจุบันถือเป็นหน้าที่ขององค์กรในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยถือว่าการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเกิดจากจิตสำนึกการดูแลสิ่งแวดล้อมขององค์กร ซึ่งอยู่ในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรและเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางธุรกิจในทุกขั้นตอนโดยเริ่มจากการกำหนดนโยบาย และเป้าหมายที่ชัดเจนอันเกิดจากกิจกรรมดำเนินงานทุกขั้นตอนขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พยอม กบิลพัฒน์ (2556 : 114) พบว่า องค์กรมีการจัดทำและนำเสนอข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมต่อสาธารณชนบัญชีสิ่งแวดล้อมช่วยให้ธุรกิจสามารถบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและเกิดการยอมรับชื่อเสียงขององค์กร รวมทั้งผลการดำเนินงานและควมมีศักยภาพในการแข่งขันที่ดี ทั้งนี้ยังต้องคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมเป็นเสมือนเครื่องมือบ่งชี้ ซึ่งมีแนวทางในการกำหนดเพื่อให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร เช่น ผู้ร่วมถือหุ้น คู่แข่งขันทางธุรกิจ องค์กรอิสระด้านสิ่งแวดล้อม ผู้กำหนดกฎหมาย พนักงาน ในองค์กรผู้บริโภค หากกิจการให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม จะสามารถนำพาธุรกิจให้ดำเนินสู่ความสำเร็จได้

วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านธรรมาภิบาลขององค์กรไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมโดยรวม อาจเนื่องมาจากวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านธรรมาภิบาลขององค์กร ยังมีอำนาจไม่เพียงพอที่จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมซึ่งการจะนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ปกครองบริษัทได้นั้น จะต้องปฏิบัติตามรายละเอียดเรื่องต่างๆ อย่างเคร่งครัด ดังนั้นบุคคลภายนอกก็อาจเลื่อมใสและเชื่อถือในการบริหารงานของบริษัทและองค์กรที่ใช้หลักการธรรมาภิบาลบริหารงาน เพราะมีมาตรฐานการทำงานสูงและอาจทำให้พวกเขาอยากติดต่อกับธุรกิจด้วยก็เป็นได้ อย่างไรก็ตาม หลักธรรมาภิบาลจะช่วยให้บุคคลทั้งภายในและภายนอกบริษัทสามารถตรวจสอบกันและกันได้ โดยวิธีการที่ช่วยให้บริษัทมีความโปร่งใสก็คือเปิดเผยข้อมูลให้สาธารณชนได้รับรู้วัตถุประสงค์ต่าง ๆ ของบริษัทโดยตรงไปตรงมา

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและผลประโยชน์ของงานวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาความสัมพันธ์ของวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมในกลุ่มธุรกิจอื่นๆ เช่น ธุรกิจอาหาร และธุรกิจพลาสติก เพื่อเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะทำให้งานวิจัยมีประสิทธิผล และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมายมาก ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อม เพราะการบัญชีสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องใหม่และยังไม่มีนโยบาย มาตรการ และวิธีการที่ชัดเจนในการปฏิบัติทางบัญชี ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวได้

5.2 ผลประโยชน์ของงานวิจัย

การวิจัยนี้สามารถนำไปกำหนดนโยบายและแผนงานที่ชัดเจนอย่างมีระบบ ตามนโยบายและแผนที่วางไว้ และกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนานุเคราะห์อย่างต่อเนื่อง กำหนดมาตรฐานขององค์กร ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในปัจจุบันและอนาคตได้มุ่งสู่ยุคแห่งสังคมข้อมูลข่าวสารมากขึ้นการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นไปอย่างรวดเร็วเป็นกระแสของความไม่แน่นอนหาเสถียรภาพได้ยากองค์กรต่างๆ จึงต้องรับรู้และเตรียมการที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลง วิสัยทัศน์ จะเป็นตัวช่วยให้เกิดความรู้สึกลึกซึ้งมีเสถียรภาพอย่างมีทิศทางมุ่งสู่เป้าหมาย ส่งผลให้องค์กรควรมีการจัดทำบัญชีสิ่งแวดล้อมและการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมในรายงานทางการเงิน เพื่อสะท้อน

ให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีต่อสังคมโดยรวม โดยการสร้างสิ่งดีงามให้เกิดขึ้นในสายตาผู้บริโภคและประชาชนทั่วไปดีขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับชุมชนทำให้การดำเนินงานกับการรักษาสีสิ่งแวดล้อมเป็นไปด้วยความสอดคล้องกันกับวิสัยทัศน์องค์กรที่ได้กำหนดไว้

6. สรุปผลการวิจัย

วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ด้านการพัฒนาสังคม และด้านการใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมโดยรวม ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจสิ่งทอควรมีการกำหนดวิสัยทัศน์ในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ด้านการพัฒนาสังคม และด้านการใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ชื่อเสียงขององค์กรเป็นที่ยอมรับเพิ่มขึ้น อันจะนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร และเพิ่มแรงจูงใจในการพัฒนาองค์กรและสร้างความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งจะทำให้องค์กรเดินไปสู่จุดหมายปลายทางได้อย่างถูกต้องและประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัญญรัตน์ หงส์วรรณ. (2555). การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม : กลยุทธ์และโอกาสขององค์กรธุรกิจประเทศกำลังพัฒนาในสังคมพลวัต. *นิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต* 6,2 : 86
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2557). รายชื่อโรงงานอุตสาหกรรม. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2557, จาก <http://www.diw.go.th/hawk/default.php>.
- นิภา วิริยะพัฒน์. (2552). ก้าวทันกระแสความรับผิดชอบต่อสังคม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*. 29, (3) : 197
- นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะและศิลปพร ศรีจันเพชร. (2552). *ทฤษฎีการบัญชี*. กรุงเทพฯ : ทีพีเอ็น เพรส
- บุญชุม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พยอม กบัลพัฒน์. (2556). *ผลกระทบของความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์และการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมที่มีต่อประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่ได้รับ ISO 14001 ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปิยะนารถ สิงห์ชู. (2557). *คุณค่าหลักจริยธรรมทางธุรกิจต่อองค์กร*. ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2558, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/533883>
- सानิตย์ หนูนิล. (2554). *บทบาทหน่วยงานทรัพยากรมนุษย์ในงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร*. *สหศาสตร์ศรีปทุม*. 1,(2) : 4
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556) *ผู้ผลิต SME สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม*. ค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2557, จาก <http://www.sme.go.th/Pages/home.aspx?page=page-act>
- มารีสา เซาว์พุดพิงค์. (2555). *การจัดองค์กรและการบริหารงานบุคคล*. ค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2558, จาก <http://www.east.spu.ac.th>.
- รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ. (2553). *ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ Corporate Social Responsibility – CSR*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ศรีรุ่งรัตน์ สุดสมบูรณ์.(2549). ความสัมพันธ์และผลกระทบของศักยภาพภายในองค์กรและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีต่อประสิทธิภาพของการบัญชีสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่ได้รับ ISO 14001 ในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. ฉบับพิเศษ : 460-467
- อิสริย์ ไชววิวัฒนา. (2553). *บทบาทนักบัญชี : การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม*. กรมบัญชีกลาง.
- 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.). USA : John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing* (3rd ed.). New York : Harper & Row.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion - referenced test item validity. *Journal of Educational Research*, 49-60.
- Sarmento, D. D. & Manucle D, (2005) "Study of Environmental Sustainability : *The Case of Portuguese Pollution Industries, Energy, An International Journal*. 30(8) : 1247 : 1257