



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของภาคธุรกิจมาหลายปีแล้ว แต่ให้ความสำคัญไม่มากนัก จนกระทั่งเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ในช่วง พ.ศ. 2540 ซึ่งมีการประกาศลอยตัวค่าเงินบาทและการประกาศสั่งปิดสถาบันการเงิน 56 แห่ง สร้างความเสียหายให้แก่ระบบเศรษฐกิจและตลาดทุนของประเทศเป็นอย่างมาก ซึ่งส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจของประเทศตกต่ำลง ธุรกิจต่าง ๆ อยู่ในภาวะชะงักงัน ผู้ประกอบการมีความสามารถในการชำระหนี้ลดลงหรืออาจจะถึงขั้นล้มละลาย จึงทำให้ประเทศไทยเริ่มให้ความสนใจกับแนวคิดเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) มากขึ้น การกำกับดูแลกิจการเป็นแนวทางในการควบคุมฝ่ายบริหารในการดำเนินธุรกิจเพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์การลงทุนของผู้ถือหุ้น และยังได้ขยายความสำคัญไปสู่ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) กลุ่มอื่น ๆ เช่น พนักงาน สังคมส่วนรวม และผู้ขาย (Suppliers) อย่างไรก็ตามเท่าที่ผ่านมาการนำหลักการกำกับดูแลกิจการไปใช้ในทางปฏิบัติโดยส่วนใหญ่ยังปรากฏเด่นชัดอยู่ในกรอบของการจัดการในแวดวงการเงิน โดยเฉพาะการสร้างควมไว้วางใจจากสาธารณชนที่มีต่อบริษัทเท่านั้น (DiPiazza และ Eccles อ้างถึงใน สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี, 2548)

แนวโน้มปัจจุบันของการกำกับดูแลกิจการที่ดี คือการผสมหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเข้ากับแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม โดยนักวิชาการและนักธุรกิจได้พยายามขยายความในการเปลี่ยนแปลงนามธรรมของจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจให้เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น โดยนำไปประยุกต์ใช้ในการวางกลยุทธ์ขององค์กร ไปจนถึงการมองว่าเป็นการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งธุรกิจ และในการสัมมนาเรื่อง “สร้างความมั่งคั่งให้ธุรกิจด้วยมิติใหม่ของโลก: CSR<sup>1</sup> & SRI<sup>2</sup>” เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ. 2547 คุณมัทธมา กุญชร ณ อยุธยา นายกสมาคมบริษัทจดทะเบียน กล่าวไว้ว่า “CSR เป็นเรื่องเดียวกับ CG เพราะเป็นหลักธรรมาภิบาล กล่าวคือ การทำธุรกิจต้องมี Responsibility,

<sup>1</sup> Corporate Social Responsibility

<sup>2</sup> Socially Responsible Investment

Accountability, Transparency และ Equitability เพื่อสร้างผลประโยชน์หรือมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ถือหุ้น และ Stakeholders เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ"

นอกจากนี้ความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีได้ขยายออกจากผู้ถือหุ้นไปสู่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ เช่น พนักงาน เจ้าหนี้ บริษัทที่เป็นสายส่งทางการค้า (Suppliers) ด้วยการเชิญตัวแทนของกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้มาเป็นกรรมการบริษัท หรือการเสนอให้นำเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นปัจจัยช่วยวิเคราะห์โอกาสและความเสี่ยงในระยะยาว โดยครอบคลุมถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคม และคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (The Securities and Exchange Commission) ยังปฏิรูปความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ถือหุ้น โดยอนุญาตให้ผู้ถือหุ้นแก้ไขประเด็นทางด้านสังคม เพื่อสะท้อนความเชื่อที่ว่า ผู้ถือหุ้นควรจะมีการลงคะแนนเสียงในเรื่องของสังคม เช่นเดียวกับเรื่องของบริษัท เช่น การโฆษณาข้อความในผลิตภัณฑ์ พวกเหล่า บุหรี่ เป็นต้น

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) มีความหมายหลากหลาย โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2549) ให้คำจำกัดความไว้ว่า "การดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งจากภายในหรือภายนอกองค์กร เพื่อจะทำให้สังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นปกติสุข" การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเริ่มมีมาตั้งแต่ทศวรรษ 1920 เป็นต้นมา กระแสความสนใจลงทุนในธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมได้เริ่มต้นตัวขึ้น และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในทศวรรษ 1970 กลยุทธ์การลงทุนของกองทุนต่าง ๆ เริ่มคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดยจะหลีกเลี่ยงการลงทุนในธุรกิจที่มีภาพลบ และจะพิจารณาลงทุนในเฉพาะบริษัทที่มีภาพลักษณ์เป็นบวก คือ มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือร่วมดูแลสังคม (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2549) ต่อมาในปี 1980 กลุ่มประเทศในยุโรป โดยเริ่มจากประเทศเยอรมันได้นำแนวคิด "Extended Producer Responsibility" มาใช้ ซึ่งเน้นความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนผลิตภัณฑ์นั้นถูกใช้หมดไป ซึ่งบริษัทจะวัดมูลค่าของผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นตลอดอายุของผลิตภัณฑ์นั้น แล้วทำให้ผลเสียนั้นเกิดขึ้นน้อยที่สุดด้วยการออกแบบกระบวนการผลิตให้สะอาดที่สุด ตัวอย่างเช่น บริษัทซีรอกซ์ ผู้ผลิตเครื่องถ่ายเอกสาร พัฒนาระบบการผลิตใหม่ โดยให้ลูกค้าเอาเครื่องเก่ามาแลกเครื่องใหม่ ลูกค้าได้ใช้ของคุณภาพดี และบริษัทก็สามารถนำอุปกรณ์จากเครื่องเก่ามาดัดแปลงใช้ใหม่ ทำให้บริษัทซีรอกซ์ลดค่าใช้จ่ายได้ถึง 500 ล้านดอลลาร์ต่อปี หรือคิดเป็น 2.5% ของยอดขายของบริษัท แนวคิดนี้ทำให้บริษัทซีรอกซ์อยู่ได้มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสนับสนุนแนวคิดการ

พัฒนาแบบยั่งยืนของความรับผิดชอบต่อสังคม และในช่วงศตวรรษที่ 20 ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมากขึ้น เนื่องจากธุรกิจถูกโจมตีว่ามีอำนาจมากเกินไป และปราศจากความรับผิดชอบต่อสังคม จากคำวิพากษ์วิจารณ์ของสังคมนี้เป็นเหตุให้ผู้บริหารตระหนักว่าองค์กรธุรกิจ นอกจากจะแสวงหากำไรสูงสุดแล้ว ธุรกิจยังต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย ตัวอย่างเช่น นายเฮนรี ฟอร์ด (Henry Ford) ผู้บริหารของฟอร์ดได้ให้การสนับสนุนในเรื่องของสวัสดิการของพนักงานในด้านต่าง ๆ เช่น รถรับส่งพนักงาน การตรวจสุขภาพประจำปี และนันทนาการต่าง ๆ เป็นต้น (อภิรัฐ ตั้งกระจ่างและคณะ, 2546) นอกจากนี้ในช่วงปี 2000 ประเทศสหรัฐอเมริกามีเม็ดเงินลงทุนในธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากถึง 2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2549) แสดงให้เห็นว่านักลงทุนให้ความสำคัญเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมากขึ้น โดยนำหลักเกณฑ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมาเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจลงทุนมากขึ้น ดังนั้นบริษัทที่ทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีแนวโน้มที่ราคาหุ้นและโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนมีเพิ่มขึ้น นอกจากนี้องค์กรสากลว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization: ISO) ก็มีความตื่นตัวในเรื่องนี้เช่นกัน โดยอยู่ระหว่างจัดทำมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ชื่อว่า ISO 26000: Guidance on social responsibility

รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของประเทศไทยมีจุดเริ่มต้นประมาณปี.ศ. 2516 สืบเนื่องมาจากการเอาใจเอาเปรียบและการมุ่งเน้นที่จะทำให้ผลประโยชน์ให้มากที่สุด โดยไม่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม ต่อมาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลง องค์กรจึงจำเป็นต้องพัฒนาวิธีการและปรับแนวทางการดำเนินงานและมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมและชุมชนมากขึ้นเป็นลำดับ (กรกนก ทิพรส, 2548) ตัวอย่างเช่น องค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านยานยนต์ได้ก่อตั้งมูลนิธิเพื่อดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการศึกษาและคุณภาพชีวิตของคนในสังคม อีกทั้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยก็ให้การสนับสนุนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นเดียวกัน โดยมอบรางวัลแก่บริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเห็นว่าบริษัทที่ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน มีผลดีต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของธุรกิจ ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และสังคมโดยรวม

หลาย ๆ ธุรกิจพยายามให้ทุกคนรับรู้ว่าองค์กรของตนกำลังทำในสิ่งที่ดี ที่ถูกต้อง เพื่อต้องการความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากสังคม เนื่องจากผลการสำรวจพฤติกรรมทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย พบว่าบริษัทที่มีผลประกอบการดี 75% จัดอยู่ในกลุ่มบริษัทที่คืนกำไรสู่สังคม และประชากรในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ร้อยละ 50 มีความคิดที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กรธุรกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเท่านั้น และเลือกซื้อสินค้าที่นำมาจำหน่ายเพื่อหารายได้ช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส (ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2548) ดังนั้นปัจจุบันประชาชนไม่เพียงแต่ต้องการรู้ว่าธุรกิจปฏิบัติตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปหรือไม่ แต่ยังต้องการทราบว่าธุรกิจปฏิบัติตามความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไรบ้าง กล่าวคือ การกำกับดูแลเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมได้กลายเป็นหลักประกันในการสร้างชื่อเสียง มูลค่าตราสินค้า (Branding) และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่น่าจะดีกว่าการลงทุนในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพียงอย่างเดียว

ประโยชน์ของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนอกจากจะยกระดับตราผลิตภัณฑ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรแล้วยังมีประโยชน์ในด้านการคัดเลือกและสร้างแรงจูงใจในการทำงาน และรักษาพนักงานที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์กร กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่มีต่อพนักงาน ทำให้พนักงานได้รับความสุขจากการปฏิบัติงานในหน้าที่นอกเหนือจากผลตอบแทนในรูปตัวเงิน ทำให้องค์กรสามารถรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้ และในขณะเดียวกันก็สามารถที่จะชักชวนบุคลากรที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการให้เข้ามาทำงานกับองค์กรได้ นอกจากนี้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมยังช่วยลดค่าใช้จ่ายขององค์กร ตัวอย่างเช่น บริษัทแห่งหนึ่งพัฒนาสินค้าแปรรูปจากผลิตผลทางการเกษตรที่กำลังประสบปัญหาสินค้าล้นตลาด ทำให้หลาย ๆ องค์กรในสังคมเข้ามาช่วยเหลือในการประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างกว้างขวาง เพื่อช่วยบรรเทาปัญหาสินค้าเกษตรล้นตลาด ส่งผลให้บริษัทประหยัดค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ หรือในกรณีที่บริษัทสร้างระบบบำบัดของเสียในโรงงาน ทำให้บริษัทไม่ต้องเผชิญกับความเสียหายที่ต้องชดเชยค่าเสียหายในกรณีที่ของเสียจากโรงงานก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2549) ประโยชน์ของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมยังส่งผลถึงรายได้ของบริษัท จากการที่ผู้บริโภคพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทอาจจะส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคมด้วยการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งต่อทุก ๆ การซื้อผลิตภัณฑ์และบริการในแต่ละครั้ง ให้แก่หน่วยงานหรือมูลนิธิเพื่อสังคมต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคที่ต้องการช่วยเหลือสังคม ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทมากขึ้น ทำให้รายได้ของบริษัทเพิ่มมากขึ้น



จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมมีประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างมาก และเพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายได้รับทราบว่าเป็นเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม มากน้อยเพียงใด และมีกิจกรรมใดที่แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยเผยแพร่กิจกรรมทางสังคมของบริษัท การเปิดเผยข้อมูลนอกจากจะเป็นสื่อกลางที่สะท้อนให้เห็นถึงการปฏิบัติตามพันธสัญญา ระหว่างบริษัทต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ แล้ว การเปิดเผยข้อมูลยังมีประโยชน์ในการวางแผนลงทุน ของนักลงทุน ซึ่งจะเลือกลงทุนในหุ้นของบริษัทที่แสดงให้เห็นว่ามีการเติบโตอย่างยั่งยืน และแสดงถึงความโปร่งใสในการดำเนินงานของบริษัท เพื่อได้รับความเชื่อถือจากผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้วยเหตุนี้องค์กรต่าง ๆ จึงพยายามที่จะผลักดันให้บริษัทมีการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม มากขึ้น ดังจะเห็นได้จาก ในปี ค.ศ. 2002 The Global Reporting Initiative (GRI)<sup>3</sup> ได้วางกรอบและ แนวทางในการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้น เพื่อใช้ในการเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของ บริษัท ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมได้ พัฒนาขึ้นเป็นลำดับ ในปี ค.ศ. 2006 GRI ได้เพิ่มแนวทางในการนำเสนอข้อมูลที่เน้นการดำเนินธุรกิจ อย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม และขยายขอบเขตครอบคลุมหลายเรื่อง มีการ นำข้อมูลเชิงคุณภาพมาประกอบกับข้อมูลเชิงปริมาณ โดยบริษัทสามารถนำแนวทางดังกล่าวไปใช้ได้ ตามสมัครใจ ซึ่งข้อมูลปัจจุบันระบุว่า มีองค์กรมากกว่า 575 แห่ง ใน 43 ประเทศ รวมทั้งองค์กรที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต่าง ๆ เลือกใช้แนวทางนี้ในการรายงานผลการดำเนินงานของตน (บรรษัทภิบาลแห่งชาติ, 2547) นอกจากนี้ The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) และ International Standards of Accounting and Reporting (ISAR) ได้ออกแนวทางที่อาจเลือกปฏิบัติสำหรับบริษัทที่มีความสมัครใจที่จะจัดทำบัญชีสิ่งแวดล้อมและ เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นรายงานด้านหนึ่งของรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และการส่งเสริมให้มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมยังปรากฏในด้านการให้รางวัล ตัวอย่างเช่น The Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) มอบรางวัลให้แก่ บริษัทมากกว่า 20 ประเทศในยุโรป แอฟริกา อเมริกาเหนือ และเอเชียแปซิฟิก โดยให้รางวัลแก่บริษัท

<sup>3</sup> The Global Reporting Initiative (GRI) เป็นสถาบันอิสระ มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่เมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ มี วัตถุประสงค์ที่จะช่วยเหลือองค์กรต่าง ๆ มีแนวทางแสดงความโปร่งใสในการดำเนินงาน และใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยให้ข้อเสนอแนะ การจัดทำรายงานการดำเนินงานขององค์กรใน 3 มิติ คือ 1) ด้านเศรษฐกิจ ผลผลิตและบริการ (Economic) 2) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) และ 3) ด้านสังคม (Social)

ที่มีความยอดเยี่ยมในการรายงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นถึงความโปร่งใสของบริษัท

การกำกับดูแลกิจการที่ดีถือเป็นปัจจัยหนึ่งในการผลักดันให้องค์กรมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดยการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะเน้นความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน โดยมีการเรียกร้องให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลมากขึ้น เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลเป็นวิธีการหนึ่งที่เชื่อกันว่าจะช่วยแสดงความโปร่งใส หรืออย่างน้อยช่วยให้ผู้ใช้บริการเงินสามารถประเมินความโปร่งใสในการทำงานของผู้บริหารได้ระดับหนึ่ง นอกจากนี้การเปิดเผยข้อมูลที่เพียงพอในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานะแวดล้อมและองค์ประกอบของธุรกิจที่ครบถ้วน จะเป็นตัวผลักดันให้ธุรกิจยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัท และสอดคล้องกับผลการสอบถามวิจัยทัศนจากผู้เข้าร่วม The World Economic Forum เมื่อปี ค.ศ. 2003 (WEF, 2003 อ้างถึงใน สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสิณี, 2548) โดยกลุ่มประธานกรรมการบริหารจากบริษัทข้ามชาติจากทั่วโลกมองว่าบริษัทภิบาลเป็นแกนกลางของการทำให้ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวมมากขึ้นในฐานะที่เป็นสมาชิกหนึ่งของสังคม

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงต้องการตรวจสอบว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะมีผลกระทบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทอย่างไร และประเมินคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในปัจจุบัน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานกำกับดูแล ผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ได้ทราบถึงการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท และนำไปใช้ในการตัดสินใจต่าง ๆ ได้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนของการมีกรรมการที่เป็นเครือญาติ ระดับของการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการ สัดส่วนของกรรมการอิสระ และการรวมตำแหน่งของ

ประธานกรรมการกับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

### ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมจะพบแนวคิดที่แตกต่างกันในการจำแนกประเภทของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ในการศึกษาครั้งนี้จะครอบคลุมการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม 5 ด้าน ได้แก่ ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ข้อมูลด้านพนักงานของบริษัท ข้อมูลด้านกิจกรรมทางชุมชนและสังคม ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และข้อมูลด้านสิทธิของผู้ถือหุ้น เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ถูกจัดประเภทโดยส่วนใหญ่ และจากแหล่งข้อมูลที่ทำการศึกษาครั้งนี้ โดยส่วนใหญ่และจะประกอบด้วยข้อมูลที่ได้จัดประเภทไว้ 5 ด้านดังกล่าว

2. การศึกษานี้จะใช้ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อจะได้อยู่บนพื้นฐานของกฎระเบียบข้อบังคับที่เหมือนกัน แต่จะไม่ครอบคลุมถึงบริษัทที่อยู่ในกลุ่มบริษัทที่อยู่ในหมวดบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูกิจการ (Companies under Rehabilitation) และกลุ่มกองทุนซึ่งมีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น และในส่วนของธุรกิจขนาดกลาง (MAI) เนื่องจากตลาดหลักทรัพย์ไม่ได้จัดประเภทอย่างชัดเจนว่าจัดอยู่ในอุตสาหกรรมใด และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เป็นปีแรกในช่วงปี 2547 และ 2548 เนื่องจากจะไม่มีข้อมูลบางส่วนที่ใช้ในงานวิจัยนี้

3. ในการศึกษาคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท จะกำหนดขอบเขตเพียงข้อมูลในงบการเงินและหมายเหตุประกอบงบการเงิน (ปี 2548) รายงานประจำปี (ปี 2548) แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) (ปี 2548) เว็บไซต์ SETSMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของบริษัท

4. แหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะใช้ในการศึกษานี้จะเป็นข้อมูลจากงบการเงิน รายงานประจำปี แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานทางการเงินอื่นตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมาตรฐานการบัญชีที่กำหนดไว้ รวมถึงข้อมูลอื่นๆ จากเว็บ

ไซท์ของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นข้อมูลของปี 2548

### คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. กรรมการอิสระ (Independent Director) หมายถึง กรรมการภายนอก (Outside Director) เป็นกรรมการที่ไม่ได้เป็นกรรมการบริหาร (Non-Executive Director) และไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประจำ และไม่ได้เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในบริษัทจดทะเบียน ไม่ใช่เป็นผู้เกี่ยวข้องหรือญาติสนิทของผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และไม่สามารถถือหุ้นในนามของตนเองหรือในนามของผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนเกินกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทจดทะเบียน บริษัทในเครือ บริษัทร่วมหรือบริษัทที่เกี่ยวข้อง

2. การรวมตำแหน่งของประธานกรรมการ หมายถึง การที่ประธานกรรมการดำรงตำแหน่งผู้จัดการใหญ่ (Chief Executive Officer) ร่วมด้วย หรือประธานกรรมการดำรงตำแหน่งอื่นใดในคณะกรรมการบริษัทที่มีอำนาจในการบริหารงาน การตัดสินใจในการบริหารงานบริษัท หรือควบคุมในการตัดสินใจในการบริหารงานของบริษัทร่วมด้วย

3. กรรมการที่เป็นเครือญาติ หมายถึง กรรมการที่มีนามสกุลเหมือนกันหรือมีความสัมพันธ์เป็นเครือญาติกันอยู่ในคณะกรรมการเดียวกัน ทั้งนี้อาจจะมีเพียงนามสกุลเดียวกันหรือหลายนามสกุลอยู่ในคณะกรรมการเดียวกันก็ได้ โดยถือว่าเป็นกรรมการที่มาจากครอบครัวเดียวกัน

4. การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม คือ การเปิดเผยข้อมูลที่ประกอบด้วยกิจกรรมที่ส่งผลโดยตรงในการปกป้องและรักษาสิ่งแวดล้อมไม่ให้เสื่อมถอยลงขององค์กรธุรกิจ โดยกิจกรรมที่กระทำนั้นไม่ได้หมายความแค่บริเวณที่ตั้งของโรงงานเท่านั้น แต่หมายรวมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ไม่ว่าจะใช้ผลิตภัณฑ์นั้นในที่ได้ก็ตาม

5. การเปิดเผยข้อมูลด้านพนักงาน คือ การเปิดเผยข้อมูลที่เป็นกิจกรรมภายในขององค์กร ซึ่งครอบคลุมถึงผลการดำเนินงานด้านสังคมที่มีผลโดยตรงต่อความผาสุกของพนักงานในองค์กรธุรกิจนั้น



6. การเปิดเผยข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ การเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค หรือข้อมูลที่ส่งผลกระทบต่อสังคมจากการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น การเปิดเผยข้อมูลด้านนี้ เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจขององค์กรธุรกิจ ในการสร้างหรือรักษาความพึงพอใจของลูกค้าไว้

7. การเปิดเผยข้อมูลด้านชุมชนและสังคม คือ การเปิดเผยข้อมูลที่ประกอบด้วยกิจกรรมของ องค์กรธุรกิจที่กระทำแล้วเกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ คำว่า "ชุมชนและสังคม" ไม่ได้มีความหมายเพียง สถานที่ตั้งของโรงงานหรือสำนักงานเท่านั้น

8. การเปิดเผยข้อมูลด้านสิทธิของผู้ถือหุ้น คือ การเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิทธิ ประโยชน์ของผู้ถือหุ้น

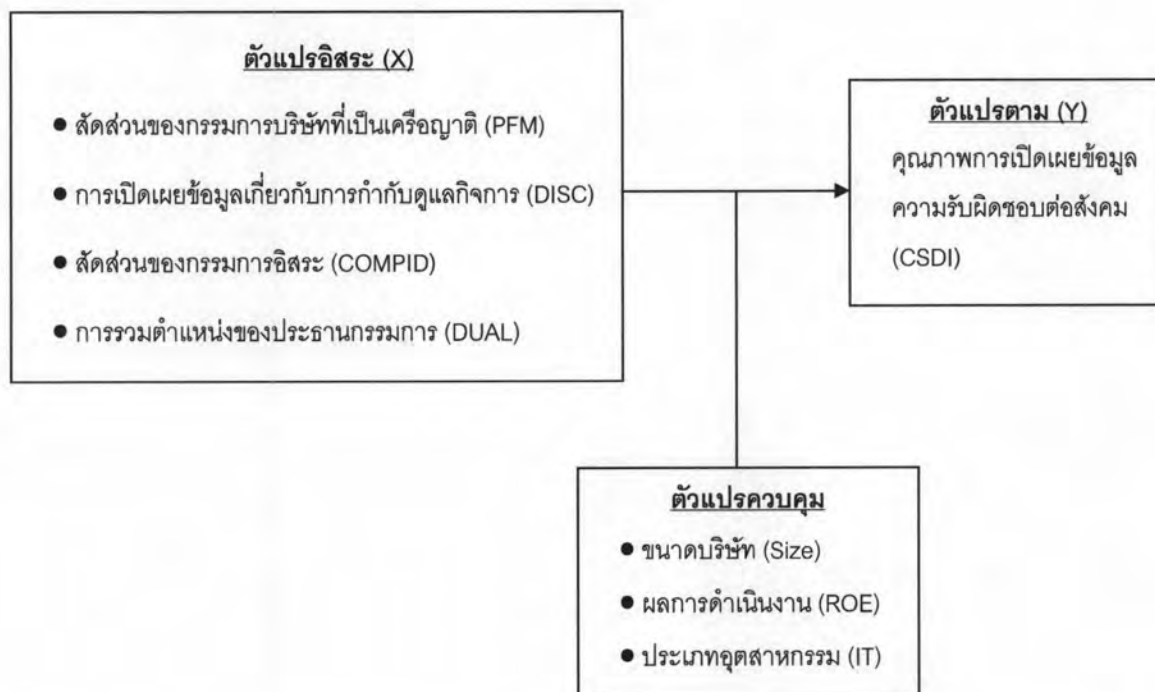
## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม สัดส่วนของ กรรมการบริษัทที่เป็นเครือญาติ การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ สัดส่วนของ กรรมการอิสระ การรวมตำแหน่งของประธานกรรมการ ขนาดบริษัท ผลการดำเนินงาน โดยแยกเป็น ประเภทอุตสาหกรรม 8 ประเภท ตามที่ตลาดหลักทรัพย์ได้แบ่งแยกประเภทไว้ และอธิบายว่ากลุ่ม ข้อมูลดังกล่าวมีความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และค่าการกระจายตัวเป็นเท่าใด

### 2. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน

การศึกษานี้ได้นำข้อมูลทฤษฎีภูมิภาควิเคราะห์เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง สัดส่วนของ กรรมการบริษัทที่เป็นเครือญาติ การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ สัดส่วนของ กรรมการอิสระ การรวมตำแหน่งของประธานกรรมการ กับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความ รับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้วิธีการทดสอบด้วยแบบจำลองและศึกษาโดยใช้สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regressions) มาประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม และตัวแปรควบคุมมาวัดความสัมพันธ์ให้ถูกต้องยิ่งขึ้น ดังนี้



1. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

2. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ สัดส่วนของกรรมการบริษัทที่เป็นเครือข่าย การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ สัดส่วนของกรรมการอิสระ และการรวมตำแหน่งของประธานกรรมการ

3. ตัวแปรควบคุม (Control Variable) ได้แก่ ขนาดบริษัท ผลการดำเนินงาน และประเภทอุตสาหกรรม

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิผลของการกำกับดูแลที่ดีว่ามีผลกระทบต่อ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกกฎข้อบังคับ หรือปรับปรุงกฎระเบียบการกำกับดูแลของส่วนงานที่รับผิดชอบต่อไป รวมถึงสนับสนุนการกำกับดูแลที่ดีในตลาดทุนไทย เพื่อ

เป็นการส่งเสริมความรู้และความเข้าใจต่อผู้สนใจ นักวิเคราะห์ ผู้ถือหุ้น นักลงทุน หรือบริษัทจดทะเบียน

2. ทำให้ทราบถึงการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งในด้านปริมาณและลักษณะของการเปิดเผย และพิจารณาว่าในปัจจุบันบริษัทได้ตระหนักถึงสังคมโดยส่วนรวมหรือไม่ และมีคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับใด ตลอดจนทราบถึงความแตกต่างของคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละอุตสาหกรรม โดยข้อมูลดังกล่าวนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาให้มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทยเพิ่มขึ้น และสำหรับนักลงทุนข้อมูลการเปิดเผยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อลงทุนกับบริษัท

### ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิจัย

เนื้อหาและผลการศึกษาในครั้งนี้จะมีการนำเสนอโดยแบ่งออกเป็น 5 บท ดังนี้

บทที่ 1 กล่าวถึง ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 กล่าวถึง แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย รวมถึงเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 กล่าวถึง วิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย รูปแบบที่ใช้ในการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล สมมติฐานการวิจัย และวิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ