



ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*

EFFECTS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE ON FINANCIAL PERFORMANCE OF THE FOOD AND BEVERAGE COMPANIES LISTED IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

นันทพัทธ์ โนนศรีเมือง*

Nanthaphat Nonsrimueang*

การันต์ กิจระการ

Karun Kidrakarn

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาสารคาม

Maharakham Business School, Maharakham University, Maharakham, Thailand

*Corresponding author E-mail: 63010990007@msu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ 2) ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปี (แบบ 56-2) จำนวน 46 บริษัท ระหว่างปี พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2563 จำนวน 170 ชุดข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับสูง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมพนักงาน ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม ด้านกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ อยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม และ 2) การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม 2.1) ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงลบกับผลการดำเนินงานทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2.2) ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม และด้านกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ มี

ความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 2.3) ด้านกิจกรรมพนักงาน ไม่มีผลกระทบกับผลการดำเนินงานทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการ การกำหนดกลยุทธ์ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กร ให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

คำสำคัญ: การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม, ผลการดำเนินงานทางการเงิน, ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

The purpose of this research were to examine the effects of corporate social responsibility disclosure and financial performance of the food and beverage companies listed in the Stock Exchange of Thailand by collecting data from the annual reports (Form 56-1 and Form 56-2) of 46 the food and beverage companies listed in the Stock Exchange of Thailand from 2017 to 2020 was used to collect data from 170 datasets. The statistics used for analyzing the collected data were means, standard deviation and multiple regression analysis. Results revealed that: 1) Corporate social responsibility disclosure of the food and beverage companies when each aspect was considered, the aspect found to be at the highest level was employee activities, community and social activities and product and services activities and the aspect found to be at the moderate level was environmental activities and 2) Corporate social responsibility disclosure 2.1) the aspects of environmental activities had negative effects on financial performance 2.2) the aspects of community and society activities and product and services activities had positive effects on financial performance and 2.3) the aspects of employee activities no effects on financial performance. The results of this study could be applied to guidelines on management, establish strategies, policies in corporate social responsibility disclosure. To be in accordance with environment of organizations changing all the time financial performance and to affect the competitive advantage of organizations stability, and sustainability in the future.



Keywords: Corporate Social Responsibility Disclosure, Financial Performance, Food and Beverage Companies, Stock Exchange of Thailand

บทนำ

การประกอบธุรกิจในปัจจุบันไม่สามารถดำเนินธุรกิจโดยมุ่งผลสัมฤทธิ์เพื่อประโยชน์ขององค์กรเพียงอย่างเดียวได้ เนื่องจากในปัจจุบันมีการเรียกร้องความรับผิดชอบต่อภาคธุรกิจให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ภาคธุรกิจถูกมองว่าเป็นต้นตอของปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาทางด้านสังคม ปัญหาสิ่งแวดล้อม จึงได้เกิดกระแสเรียกร้องให้องค์กรธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ การลดภาวะโลกร้อน การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม และรับผิดชอบต่อคุณภาพของผู้บริโภค (สมศักดิ์ สามัคคีธรรม, 2564) ด้วยเหตุนี้ ภาคธุรกิจทั่วโลกต่างจึงหันมาตระหนักและให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นโดยเล็งเห็นว่าการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นกลไกสำคัญประการหนึ่งในการขับเคลื่อนธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้และเป็นไปอย่างยั่งยืน (Nyarku, K. M. & Ayekple, S., 2019)

ความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้ปัจจุบันธุรกิจต่างดำเนินโครงการหรือกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยธุรกิจสามารถกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมโดยบูรณาการให้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการดำเนินธุรกิจ หรือสามารถดำเนินการในลักษณะของโครงการหรือกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมแยกต่างหากได้เช่นเดียวกัน เช่น การหักส่วนแบ่งหากการขาย การส่งเสริมประเด็นทางสังคม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม หรือการบูรณาการเข้ากับกระบวนการดำเนินธุรกิจ (อนันตชัย ยुरประณม และคณะ, 2557) ในการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ธุรกิจต้องเลือกกิจกรรมให้เหมาะสมโดยคำนึงถึงประเด็นทางสังคมว่าปัญหาหรือแนวทางการพัฒนาที่แท้จริงคืออะไร เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมนั้นเกิดประสิทธิภาพและประโยชน์มากที่สุด ทั้งในแง่ของการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสังคม และการสร้างผลกระทบเชิงบวกย้อนกลับมายังธุรกิจด้วย ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจจึงต้องมีการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบถึงผลการดำเนินงาน การนำเสนอข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสียได้รับรู้ถึงผลการดำเนินงานทางธุรกิจนิยมรายงานข้อมูลการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย เพราะเชื่อว่ารายงานที่แสดงข้อมูลกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จะช่วยให้ผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจเห็นถึงคุณค่าและอยากมีส่วนร่วมกับการธุรกิจ มากกว่าธุรกิจที่ไม่มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (ครองรัตน์ อนุศาสนนันท์ และสุรีย์ โพษรณันท์, 2563) ดังนั้นการดำเนินงานของธุรกิจจึงต้องมี

หน่วยงานกำกับดูแลเพื่อให้แต่ละบริษัทมีรูปแบบการเปิดเผยข้อมูลที่สะท้อนข้อมูลที่เป็นความจริงเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายและผลการดำเนินงานของธุรกิจให้สูงขึ้น

สำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีข้อกำหนดและหลักปฏิบัติแนวทางการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสำหรับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ที่จัดอยู่ในหมวดอุตสาหกรรมอาหาร โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมองว่าธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของประชากรในสังคมสูง และการดำเนินธุรกิจบางส่วนอาจส่งผลต่อการทำลายทรัพยากรทางธรรมชาติ และอาจเกิดผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในวงกว้าง (อนันตชัย ยूरประณม, 2559) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีแนวปฏิบัติเพื่อให้บริษัทที่จดทะเบียนสามารถดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างเหมาะสม จากการทบทวนงานวิจัยในอดีตพบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลให้ผลการดำเนินงานทางการเงินสูงขึ้น (Platonova, E. et al., 2018) เนื่องจากความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ก็คือ ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียเนื่องจากองค์กรซึ่งผู้มีส่วนได้เสียต่างพึ่งพาต่อกัน และหากองค์กรแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียโดยการมอบสิ่งที่ดีให้แก่พวกเขา เช่น การรับซื้อวัตถุดิบในราคายุติธรรม การให้ค่าจ้างที่เป็นธรรม การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรม ใส่ใจต่อสังคมและชุมชน เป็นต้น ก็จะทำให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดความรู้สึกเชิงบวก ให้ความไว้วางใจ และอยากจะร่วมมือหรือให้การสนับสนุนต่อกิจกรรมของธุรกิจ อันเป็นการวางรากฐานที่มั่นคงซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถดำเนินการไปสู่ความสำเร็จในระยะยาว (สมศักดิ์ สามัคคีธรรม, 2564) แต่ยังคงงานวิจัยที่ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสม หรือการดำเนินกิจกรรมประเภทใดถึงจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจได้เพื่อให้ธุรกิจตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสูงสุด โดยการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในประเทศไทยในอดีตจะมุ่งเน้นการศึกษากลยุทธ์ หรือรูปแบบที่เหมาะสมในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (วิภา จงรักษ์สัตย์, 2559)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้หรือไม่อย่างไร ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารธุรกิจที่จะทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในการนำข้อมูลไปใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อทดสอบผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 46 บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2564) โดยใช้ข้อมูลระหว่าง ปี พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2563 รวม 170 ชุดข้อมูล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ กระจาดทำการในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2563 ประกอบด้วย การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 34 รายการ ประกอบด้วย ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม จำนวน 11 รายการ ด้านกิจกรรมพนักงาน จำนวน 11 รายการ ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม 6 รายการ และด้านกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ จำนวน 6 รายการ และผลการดำเนินงานทางการเงิน คือ อัตรากำไรสุทธิ ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่เปิดเผยไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และแบบแสดงรายงานประจำปี (แบบ 56-2) ในระหว่างปี พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2563 และผลการดำเนินงานทางการเงิน เก็บข้อมูลจากงบการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2563

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้กระจาดทำการเพื่อรวบรวมข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยอ้างอิงงานวิจัยของ Jitaree, W. (Jitaree, W. , 2015) และคู่มือการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของ

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม มี 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม โดยมีประเด็นในการศึกษา จำนวน 11 ประเด็น การเปิดเผยข้อมูล ประกอบด้วย 1.1) ข้อมูลนโยบายการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม 1.2) ข้อมูลการปฏิบัติตามกฎระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม 1.3) ข้อมูลกิจกรรมการควบคุมมลพิษ 1.4) ข้อมูลกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 1.5) ข้อมูลการป้องกันและซ่อมแซมความเสียหายให้กับสิ่งแวดล้อม 1.6) ข้อมูลการสนับสนุนโครงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ 1.7) ข้อมูลการออกแบบสิ่งก่อสร้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 1.8) ข้อมูลการปล่อยมลพิษทางอากาศ 1.9) ข้อมูลการบำบัดน้ำเสีย 1.10) ข้อมูลการกำจัดของเสียจากกระบวนการผลิต และ 1.11) ข้อมูลรางวัลที่ได้รับด้านสิ่งแวดล้อม 2) ด้านกิจกรรมพนักงาน โดยมีประเด็นในการศึกษา จำนวน 11 ประเด็น การเปิดเผยข้อมูล ประกอบด้วย 2.1) ข้อมูลการปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย 2.2) ข้อมูลกิจกรรมการอบรมพนักงาน 2.3) ข้อมูลกิจกรรมการลดอุบัติเหตุในการทำงาน 2.4) ข้อมูลกิจกรรมการสนับสนุนสวัสดิภาพและสวัสดิการของพนักงาน 2.5) ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการดูแลพนักงาน 2.6) ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกกิจกรรมสันทนาการของพนักงาน 2.7) ข้อมูลสิทธิผลประโยชน์ของพนักงาน 2.8) ข้อมูลสิทธิการลาของพนักงาน 2.9) ข้อมูลนโยบายการขึ้นเงินเดือนของพนักงาน 2.10) ข้อมูลนโยบายความก้าวหน้าและมั่นคงของพนักงาน และ 2.11) ข้อมูลนโยบายสิทธิความเท่าเทียมของพนักงาน 3) ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม โดยมีประเด็นในการศึกษา จำนวน 6 ประเด็น การเปิดเผยข้อมูล ประกอบด้วย 3.1) ข้อมูลกิจกรรมการบริจาคหรือสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนและสังคม 3.2) ข้อมูลกิจกรรมการส่งเสริมการเรียนรู้ในโรงงานของนักเรียน 3.3) ข้อมูลสนับสนุนสุขภาพของคนในชุมชน 3.4) ข้อมูลการสนับสนุนทุนการศึกษาหรือกิจกรรมการศึกษา 3.5) ข้อมูลการบริจาคเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย และ 3.6) ข้อมูลการพัฒนาความยั่งยืนของชุมชนและสังคม และ 4) ด้านกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ โดยมีประเด็นในการศึกษา จำนวน 6 ประเด็น การเปิดเผยข้อมูล ประกอบด้วย 4.1) ข้อมูลความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ 4.2) ข้อมูลมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ 4.3) ข้อมูลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 4.4) ข้อมูลการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4.5) ข้อมูลสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ และ 4.6) ข้อมูลผลกระทบที่จะเกิดกับผู้บริโภค โดยมีหลักในการให้คะแนนการเปิดเผยข้อมูลและวิธีการคำนวณดัชนีการเปิดเผยข้อมูล ตามงานวิจัยของ Matuszak, t. & Rozanska, E. คือ หากบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลประเด็นใดจะให้คะแนนเท่ากับ 1 คะแนน และหากไม่มีการเปิดเผยข้อมูลจะให้คะแนนเท่ากับ 0 คะแนน และนำมาหาคะแนนรวมที่แต่ละบริษัทได้รับ โดยจะคำนวณหาดัชนีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (Matuszak, t. & Rozanska, E., 2020) ดังนี้

ดัชนีการเปิดเผยข้อมูล = คะแนนจริงที่แต่ละบริษัทได้รับ ÷ คะแนนเต็มที่แต่ละบริษัทควรได้รับ



จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการประเมินผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้ววัดระดับการเปิดเผยข้อมูลจากดัชนีการเปิดเผยข้อมูลแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับสูง ระดับกลาง และระดับต่ำ โดยมีเกณฑ์ ดังนี้ (ทัศนีย์ กล้ามาก และคณะ, 2561) ดังนี้

ระดับการเปิดเผยข้อมูลมากกว่า 0.65 เป็นการเปิดเผยข้อมูลในระดับสูง

ระดับการเปิดเผยข้อมูลมากกว่า 0.45 – 0.65 เป็นการเปิดเผยข้อมูลในระดับปานกลาง

ระดับการเปิดเผยข้อมูลต่ำกว่า 0.45 เป็นการเปิดเผยข้อมูลในระดับต่ำ

4.2 การศึกษาผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยทำการเก็บข้อมูลจากงบการเงินในรายงานประจำปีที่เคยเผยแพร่บนเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก

$$\text{อัตราส่วนกำไรสุทธิ} = (\text{กำไรสุทธิ} \div 100) / \text{รายได้จากการขาย}$$

จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการประเมินผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.3 การทดสอบผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{Financial Performance} = \beta_0 + \beta_1\text{ENV} + \beta_2\text{EPM} + \beta_3\text{COM} + \beta_4\text{PRO} + \varepsilon$$

โดยที่ β แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

ε แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

ENV แทน การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม



		ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม	
EPM	แทน	การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรม	
พนักงาน			
COM	แทน	การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	
		ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม	
PRO	แทน	การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	
		ด้านกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	

ผลการวิจัย

ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการวิจัยเป็น ดังนี้

1. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 0.75$, S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับสูง 3 ด้าน เรียงจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด ดังนี้ ด้านกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ ($\bar{X} = 0.92$, S.D. = 0.11) ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม ($\bar{X} = 0.76$, S.D. = 0.29) และด้านกิจกรรมพนักงาน ($\bar{X} = 0.72$, S.D. = 0.27) ตามลำดับ และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 0.63$, S.D. = 0.27) ดังการแสดงผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 1

2. ผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีอัตรากำไรสุทธิ เฉลี่ยเท่ากับ 5.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.08 ดังการแสดงผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา		$\bar{X}$	S.D.	ระดับการเปิดเผย
การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม	0.63	0.27	ปานกลาง
	ด้านกิจกรรมพนักงาน	0.72	0.27	สูง
	ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม	0.76	0.29	สูง
	ด้านกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	0.92	0.11	สูง
ผลการดำเนินงานทางการเงิน	อัตรากำไรสุทธิ	5.75	7.08	-



3. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม มีผลกระทบเชิงลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม และด้านกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมพนักงานไม่ผลกระทบกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรอิสระการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม	ผลการดำเนินงานทางการเงิน		t	p-value	VIF
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน			
ค่าคงที่ (a)	-7.065	4.411	-1.602	0.111	
ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม	-7.225	2.678	-2.709	0.007*	1.917
ด้านกิจกรรมพนักงาน	-2.255	2.526	-0.918	0.360	1.699
ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม	5.367	2.326	2.307	0.022*	1.678
ด้านกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	16.269	5.573	2.919	0.004*	1.502
F = 3.807, p = 0.005, AdjR ² = 0.062					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม และด้านกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ มีผลกระทบกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทั้ง 3 ด้านสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ ร้อยละ 6.2 ผู้วิจัยจึงได้นำการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม และด้านกิจกรรมผลิตภัณฑ์และ

บริการ ไปสร้างสมการพยากรณ์ของผลการดำเนินงานทางการเงิน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ ($\text{Adj}R^2$) เท่ากับ 0.063 ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{Financial Performance} = -7.827\text{ENV} + 4.895\text{COM} + 14.496\text{PRO} + \epsilon$$

อภิปรายผล

1. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงลบกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจาก ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม คือ การป้องกันมลพิษ การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานทางธุรกิจ พร้อมทั้งฟื้นฟูสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารซึ่งเป็นบริษัทที่มีความความอ่อนไหวและสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก และส่วนหนึ่งของการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมเนื่องจากแรงกดดันจากภาครัฐจึงทำให้ธุรกิจต้องดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมค่อนข้างสูง สอดคล้องกับ ทฤษฎีการปฏิบัติงานเพื่อสังคมของธุรกิจ ที่อธิบายว่า องค์กรธุรกิจจะต้องยึดหลักความรับผิดชอบต่อสังคม อันเนื่องมาจากองค์กรธุรกิจตั้งอยู่ในสังคมและมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับสังคม โดยองค์กรธุรกิจอาจเป็นเป็นต้นเหตุให้เกิดปัญหาทางสังคมขึ้น ดังนั้น องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องรับผิดชอบต่อสังคม หรือปัญหาทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นจากสาเหตุอื่นๆ แต่องค์กรธุรกิจอาจเข้าไปช่วยรับผิดชอบต่อสังคมในการแก้ไข แม้ว่าจะเป็นความรับผิดชอบต่ออยู่นอกเขตทางเศรษฐกิจหรือกฎหมายที่ธุรกิจจะต้องรับผิดชอบต่อสังคม (สมศักดิ์ สามัคคีธรรม, 2564) สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรพินท์ วงศ์ก่อ พบว่า บริษัทที่จดทะเบียน มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมสูงที่สุด ซึ่งการดำเนินกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจย่อมหมายถึงมีการส่งผลต่อต้นทุนทางการเงินในการดำเนินกิจกรรมที่เพิ่มสูงขึ้น (อรพินท์ วงศ์ก่อ, 2562) สอดคล้องกับแนวคิดของ ไสรญา เนื่องกุ่มพร และปิติมา ดิสกุลเนติวิทย์ กล่าวว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ อาจส่งผลต่อต้นทุนของกิจการในระยะยาว ซึ่งอาจทำให้การเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลในทางลบกับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ (ไสรญา เนื่องกุ่มพร และปิติมา ดิสกุลเนติวิทย์, 2562) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jha, M. K. & Rangarajan, K. พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลในทางลบกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอินเดีย เนื่องจากการมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมทำให้ค่าใช้จ่ายของธุรกิจสูงขึ้น (Jha, M. K. &



Rangarajan, K., 2020) และสอดคล้องกับ Su, R. et al. พบว่า การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทในประเทศจีนส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินของธุรกิจเพิ่มขึ้น (Su, R. et al., 2020)

2. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจาก การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและสังคมและมีการเปิดเผยข้อมูลจะทำให้เกิดการตระหนักรู้ของคนในชุมชนและสังคมต่อการดำเนินธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนและสังคม สิ่งที่จะได้รับจากการตระหนักรู้ต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมีความโปร่งใสจะทำให้สมาชิกในชุมชนและสังคมมีความเชื่อมั่นต่อองค์กรของธุรกิจ ลดแรงกดดันจากชุมชนและสังคมและสุดท้ายจะส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจ และสุดท้ายก็จะส่งผลต่อประสิทธิภาพทางการเงินของธุรกิจนั่นเอง (ชลิดา อนันตรัมพร และสมยศ อวเกียรติ, 2561) สอดคล้องกับทฤษฎีทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียที่เน้นการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียในฐานะที่เป็นรากฐานของการปฏิบัติตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งตระหนักว่าสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียแตกต่างกัน หากปฏิบัติตามอย่างถูกต้องจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของธุรกิจ (พัทธยา หลักเพชร, 2562) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Su, R. et al. พบว่า การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศจีนส่งผลทางบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน เนื่องจากค่านิยมของชาวจีนที่ยกย่องบุคคลหรือองค์กรที่ทำคุณประโยชน์ต่อสังคมและบุคคลอื่น จึงส่งผลให้ธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านชุมชนและสังคมได้รับการยกย่องจากชุมชนและสังคมและส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจนั่นเอง (Su, R. et al., 2020)

3. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจาก การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ หรืออีกนัยหนึ่งคือการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค คือ การมุ่งความรับผิดชอบต่อการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และปลอดภัยต่อผู้บริโภค การกำหนดราคาที่เป็นธรรมตลอดจนการสื่อสารการตลาดอย่างมีจริยธรรมนั้น ย่อมส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ความเชื่อใจของผู้บริโภคตามมา ซึ่งย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพในทางบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ta, H. T. T. พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทย (Ta, H. T. T. , 2018) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nireesh, J. A. & Silva, W. H. E. พบว่า การเปิดเผย

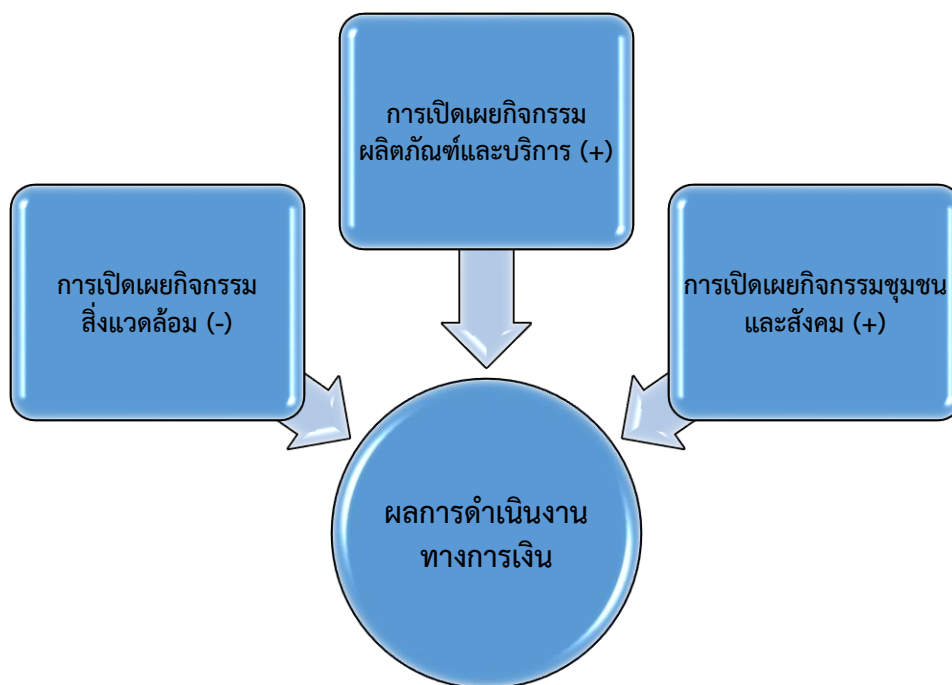


ข้อมูลความรับผิดชอบต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงินของสถาบันการเงินที่จดทะเบียนในประเทศศรีลังกา (Nireesh, J. A. & Silva, W. H. E., 2018)

4. การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมพนักงาน ไม่มีผลกระทบกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจาก การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อพนักงานของธุรกิจนั้นจำเป็นต้องใช้งบประมาณในการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการทำงานเป็นจำนวนมาก ถ้าหากพนักงานมีการลาออกองค์กรก็จำเป็นต้องสูญเสียงบประมาณเพิ่มขึ้นเพื่อสรรหา และพัฒนาพนักงานใหม่ให้สามารถปฏิบัติงาน ดังนั้นการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อกิจกรรมพนักงานจึงมีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจน้อยหรือไม่มีผลกระทบเลย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Moslemany, R. El. & Etab, M. พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศอียิปต์ (Moslemany, R. El. & Etab, M., 2017) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Su, R. et al. พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากบริษัทในประเทศจีนต้องสูญเสียต้นทุนทางการเงินในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เช่น การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ในกับพนักงานเป็นจำนวนมาก (Su, R. et al., 2020) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Okafor et al. พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อพนักงานไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงิน ของธุรกิจในสหรัฐอเมริกา (Okafor, A. et al., 2021)

องค์ความรู้ใหม่

ในการวิจัยนี้ได้องค์ความรู้ใหม่ ที่เป็นข้อมูลให้ผู้บริหารธุรกิจสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินการเงินธุรกิจ คือการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม และกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ผู้บริหารธุรกิจสามารถนำไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจให้สูงขึ้น ดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งทางบวกและทางลบ ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม และด้านกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ เนื่องจาก 2 กิจกรรมดังกล่าวส่งผลกระทบในทางบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ และผู้บริหารธุรกิจควรระมัดระวังในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม เนื่องจาก ผลการวิจัยกิจกรรมดังกล่าวส่งผลทางลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม ส่งผลทางลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ดังนั้น ธุรกิจต้องให้ความสำคัญระมัดระวังต่อการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม จากผลการวิจัยยิ่งธุรกิจเปิดเผยข้อมูลมากยิ่งขึ้นส่งผลให้ผลการดำเนินงานทางการเงินลดลง



ในทางตรงข้ามธุรกิจควรมีการดำเนินกิจกรรมและเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและสังคม และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ยังมีการเปิดเผยข้อมูลมากยิ่งขึ้นส่งผลให้ผลการดำเนินงานการเงินของธุรกิจสูงมากขึ้น สำหรับการวิจัยครั้งในครั้งต่อไป ควรมีศึกษาโดยการวิจัยเชิงคุณภาพ หรือการวิจัยแบบผสมเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มมากขึ้น หรือเปลี่ยนตัวแปรตามเป็นผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น ผลการดำเนินงานทางการตลาด ภาพลักษณ์องค์กร เป็นต้น และควรเปลี่ยนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เช่น แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารธุรกิจ เป็นต้น จะทำให้งานวิจัยมีความลุ่มลึกและจะได้มุมมองการวิจัยจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์การวิจัยจากให้ข้อมูลการวิจัยแบบปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ผู้สนใจที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ควรพิจารณาด้วยความระมัดระวังเนื่องจากงานวิจัยนี้เก็บข้อมูลการผลการดำเนินงานทางการเงินในช่วงที่มีการระบาดของไวรัส Covid-19 ซึ่งส่งผลให้ผลการดำเนินงานการเงินของธุรกิจต่ำกว่าปกติ

เอกสารอ้างอิง

- ครองรัตน์ อนุศาสนนันท์ และสุรีย์ โปษกรนนุ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 5(7), 61-76.
- ชลิตา อนันตรัมพร และสมยศ อวเกียรติ. (2561). แนวทางการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. วารสารรัชต์ภาคย์, 12(26), 241-254.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). รายชื่อบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. เรียกใช้เมื่อ 1 ธันวาคม 2564 จาก <https://www.set.or.th>
- ทัศนีย์ กล้ามาก และคณะ. (2561). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในหมวดธุรกิจการแพทย์ที่จะทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิษณุพรรณ, 13(2), 63-76.
- พัทธริยา หลักเพชร. (2562). การบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิภา จงรัชชัตย์. (2559). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในประเทศไทย. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 8(15), 128-144.



- สมศักดิ์ สามัคคีธรรม. (2564). ธรรมชาติและความรับผิดชอบต่อสังคม. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- โสธญา เนื่องกุ่มพร และปิติมา ดิสกุลเนติวิทย์. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมกับต้นทุนเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 8(16), 18-31.
- อนันตชัย ยูระประถม. (2559). แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรม: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: วนิดาการพิมพ์.
- อนันตชัย ยูระประถม และคณะ. (2557). ไขความหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: วนิดาการพิมพ์.
- อรพินท์ วงศ์ก่อ. (2562). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พชญทรรศน์, 14(3), 193-203.
- Jha, M. K. & Rangarajan, K. (2020). Analysis of corporate sustainability performance and corporate financial performance causal linkage in the Indian context. *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, 5(1), 1-30.
- Jitaree, W. . (2015). Corporate social responsibility disclosure and financial performance: evidence from Thailand. In Doctoral Dissertation in Accounting, University of Wollongong. University of Wollongong.
- Matuszak, t. & Rozanska, E. (2020). Online corporate social responsibility (CSR) disclosure in the banking industry: evidence from Poland. *Social Responsibility Journal*, 16(8), 1191-1214.
- Moslemamy, R. El. & Etab, M. (2017). The effect of corporate social responsibility disclosures on financial performance in the banking industry: empirical study on Egyptian banking sector. *International Journal of Business and Economic Development*, 5(1), 20-34.
- Nireesh, J. A. & Silva, W. H. E. (2018). The Nexus between corporate social responsibility disclosure and financial performance: Evidence from the listed banks, finance and insurance . *Accounting and Finance Research*, 7(2), 65-82.
- Nyarku, K. M. & Ayekple, S. (2019). Influence of corporate social responsibility on non-financial performance. *Social Responsibility Journal*, 15(7), 910-923.

- Okafor, A. et al. (2021). Corporate social responsibility and financial performance: Evidence from U.S tech firms. *Journal of Cleaner Production*, 292(1), 1-11.
- Platonova, E. et al. (2018). The impact of corporate social responsibility disclosure on financial performance: Evidence from the GCC Islamic banking sector. *Journal of Business Ethics*, 151(2), 451-471.
- Su, R. et al. (2020). The heterogeneous effects of CSR dimensions on financial performance - A new approach for CSR measurement. *Journal of Business Economics and Management*, 21(4), 987-1009.
- Ta, H. T. T. . (2018). Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 10(1), 40-58.