

กิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

SOCIAL ACTIVITIES OF THAI LISTED COMPANIES

สุมินทร เบ้าธรรม¹ โสภิตา สัมปัตติกร¹ ฐานิตย์ เกษร¹ ชนันทร สวนดอกไม้¹

ธนพิมพ์ ชุมกาแสง¹ และ รุ่งทิวา เหวะวัน¹

¹คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

Sumintorn Baotham¹ Sopida Sampattikorn¹ Thanit Kesorn¹ Chanuntorn Suandokmai¹

Thanapim Chumkasaeng¹ and Rungtiwa Haerawan¹

¹Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan,

Sakon-Nakhon Campus

(Received: April 15, 2020; Revised: May 15, 2020; Accepted: June 7, 2020)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี พ.ศ. 2561 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสำรวจด้วยตนเอง จำนวนทั้งสิ้น 780 บริษัท โดยจำแนกเป็นกลุ่มตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Stock Exchange of Thailand: SET) และกลุ่มตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (Market Alternative Investment: MAI) ผลการศึกษพบว่า จากจำนวน 622 บริษัท ในตลาด SET มีการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมเพื่อสังคมจำนวน 1,774 กิจกรรม และพบว่าในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในด้านคุณภาพชีวิตและสังคมมากที่สุด รองลงมาคือด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการศึกษา ตามลำดับ โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีกิจกรรมด้านความดี มีเพียง 3 กลุ่มอุตสาหกรรมเท่านั้น ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มธุรกิจการเงิน และกลุ่มบริการ นอกจากนี้ ยังพบว่า จากจำนวน 158 บริษัท ในตลาด MAI มีการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมเพื่อสังคม จำนวน 469 กิจกรรม และพบว่าในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในด้านคุณภาพชีวิตและสังคมมากที่สุด รองลงมาคือด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการศึกษา ตามลำดับเช่นกัน ทั้งนี้ บริษัทในตลาด MAI ยังไม่มีการดำเนินกิจกรรมด้านความดีสารสนเทศที่ได้เป็นข้อมูลสำหรับนักลงทุน ในการพิจารณาประกอบตัดสินใจลงทุนในบริษัทที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือการเลือกคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อเรื่องดังกล่าวนอกเหนือจากเรื่องบรรษัทภิบาล

คำสำคัญ: กิจกรรมเพื่อสังคม, บริษัทจดทะเบียน, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ABSTRACT

This purpose of this research were to study the social activities of Thai listed companies in 2018. The tool used for collecting data was a self – checklist which was completed by 780 companies. The companies were classified by their industry group in the Stock Exchange of Thailand: SET market or the Market Alternative Investment: MAI market. The results showed that the 622 companies in the SET market disclosed 1,774 social activities. For all industry groups, the quality of life was the most

reported social activity. Environmental activity was the second most reported activity and educational activity was the third. Only 3 companies classified in the consumer products, financial, and service groups reported having performed public spirited acts. In addition, the 158 companies in the MAI market disclosed 469 social activities. For all industry groups, the quality of life was the most reported social activity, with environmental activity second and educational activity third. The companies in the MAI market did not report any public spirited acts; the information obtained for investors in considering the decision to invest in companies, concerned society and environment, or selection of responsible business partners for such matters other than corporate governance.

Keywords: Social Activities, Thai Listed Companies, Stock Exchange of Thailand

บทนำ

กิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ถือเป็นกิจกรรม After process ที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่ได้บังคับว่าต้องเปิดเผยเหมือนกับการกำกับดูแลกิจการ (Corporate governance) ที่บริษัทจดทะเบียนต้องเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจปกติ (In-process) โดยอย่างน้อย ควรมีการดูแลติดตามให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และให้เปิดเผยข้อเท็จจริงกรณีที่บริษัทหรือบริษัทย่อยมีการดำเนินธุรกิจที่มีผลกระทบต่อความรับผิดชอบต่อสังคมในช่วงปีที่ผ่านมา พร้อมทั้งอธิบายเหตุผลผลกระทบต่อบริษัทหรือบริษัทย่อย การแก้ไขและแนวทางตรวจสอบป้องกันในอนาคต ทั้งนี้ แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ที่ต้องเปิดเผยในแบบ 56-1 กำหนดหลักการไว้ 8 ข้อ ได้แก่ 1) การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม 2) การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน 3) การเคารพสิทธิมนุษยชน 4) การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม 5) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 6) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม 7) การร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม และ 8) การมีนวัตกรรมและเผยแพร่นวัตกรรม ซึ่งได้จากการดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสีย ส่วนกรณีที่บริษัทมีการบริจาคช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่างๆ ที่นอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจปกติ (After process) ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทอาจเปิดเผยกรณีดังกล่าวไว้ด้วยก็ได้ โดยให้แยกจากเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทหรือบริษัทย่อย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562ค)

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนั้น มีหลายระดับ เริ่มตั้งแต่ระดับที่ 1 เป็นข้อกำหนดตามกฎหมาย หมายถึง การที่ธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายแรงงาน การจ่ายภาษี เป็นต้น ระดับที่ 2 เป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หมายถึง การที่ธุรกิจคำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งกำไรที่ได้นั้น ต้องมีใช้กำไรซึ่งเกิดจากการเปิดเป็นสังคม ระดับที่ 3 เป็นจรรยาบรรณทางธุรกิจ หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรแก่ผู้ถือหุ้นได้ในอัตราที่เหมาะสม และผู้ประกอบการได้ใส่ใจเพื่อให้

ประโยชน์ตอบแทนแก่สังคมมากขึ้น โดยเฉพาะสังคมที่อยู่รอบข้างที่มีความคาดหวังว่าจะได้รับการดูแล หรือเอาใจใส่จากผู้ประกอบธุรกิจ และระดับที่ 4 เป็นความสมัครใจ หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่กับการปฏิบัติตามแนวทางของ CSR ด้วยความสมัครใจไม่ได้ถูกเรียกร้องจากสังคม ซึ่งการประกอบธุรกิจอยู่บนพื้นฐานของการมุ่งประโยชน์ของสังคมเป็นสำคัญ (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, 2553)

กิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมถือเป็น CSR ระดับที่ 4 ซึ่งบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอาจมีการเปิดเผยไว้ในแบบ 56-1 จากการสำรวจการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่ามีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม 3 ด้านหลัก ได้แก่ 1) ด้านความดี 2) ด้านศาสนาและศิลปวัฒนธรรม 3) ด้านกีฬาและสังคม (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562) นอกจากนี้ จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ยังมีกิจกรรมด้านอื่นที่ทำเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การฟื้นฟูที่นาทุ่งร้างให้กลายเป็นแหล่งเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลน การสร้างเครื่องมือวินิจฉัยโรคอัลไซเมอร์ รวมถึงการสร้างอุปกรณ์ทางการแพทย์ และการบริจาคหน้ากากอนามัยในช่วงสถานการณ์ไวรัส COVID-19 เป็นต้น ดังนั้น เพื่อให้บริษัทดำรงคงอยู่ได้ในระยะยาวอย่างยั่งยืน กิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงถือว่ามีสำคัญต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561 สารสนเทศที่ได้เป็นข้อมูลสำหรับนักลงทุน ในการพิจารณาประกอบตัดสินใจลงทุนในบริษัทที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือการเลือกคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบในเรื่องดังกล่าว นอกเหนือจากเรื่องบรรษัทภิบาล

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อสำรวจกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

McGuire (1963) ได้ให้คำนิยามไว้เป็นแนวคิดความรับผิดชอบต่อองค์กรธุรกิจที่ค่อนข้างกว้าง ซึ่งตระหนักถึงความสำคัญของวัตถุประสงค์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ ควบคู่ไปกับวัตถุประสงค์ทางด้านข้อกำหนดทางกฎหมาย “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เป็นการประกาศว่า นอกเหนือไปจากการที่บริษัทจะต้องคำนึงถึงในด้านของเศรษฐกิจและข้อบังคับตามกฎหมายแล้ว บริษัทยังจะต้องคำนึงความรับผิดชอบต่อสังคมอีกด้วย”

Davis and Blomstrom (1975) ได้ให้แนวคิด 2 ประการ ของการมีความรับผิดชอบต่อสังคม อันประกอบไปด้วย การปกป้องสวัสดิภาพอันดีของสังคม และการยกระดับสวัสดิภาพทางสังคม โดยกล่าวว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เป็นสิ่งที่เรียกร้องให้ผู้มีอำนาจตัดสินใจของบริษัท ลงมือดำเนินการในการป้องกันและยกระดับสวัสดิการทางสังคมโดยรวม ไปพร้อมกับการคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กร”

Carroll (อ้างถึงใน Carroll and Buchholtz, 2006) ได้ให้คำนิยามที่ค่อนข้างเป็นที่นิยม ซึ่ง Carroll มุ่งให้ความสนใจในเรื่ององค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมและองค์กรธุรกิจ โดยกล่าวว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเป็นการรวบรวมเอาเรื่องของเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรมและมนุษยธรรม บนความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ ณ ช่วงเวลาหนึ่งๆ”

Carroll ได้อธิบายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประการ โดยอธิบายว่า หากความรับผิดชอบต่อสังคมในชั้นล่างไม่ได้รับการปฏิบัติ ก็จะส่งผลให้การมีความรับผิดชอบต่อสังคมในชั้นที่อยู่เหนือขึ้นมาไม่สามารถทำได้ โดยมีการอธิบายไว้ว่า

ลำดับขั้นที่ 1 ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ (Economic responsibility) เป็นรากฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม เพราะทุกกิจกรรมทางธุรกิจเป็นบทบาทของหน่วยธุรกิจในระบบเศรษฐกิจนั้น ถือเป็นพื้นฐานสำคัญที่สามารถหากำไรได้จากสังคม ในลักษณะการให้และการรับที่ยุติธรรมในระบบการแข่งขันเสรีที่ต้องมีกติกาตามกลไกการตลาดเสรี

ลำดับขั้นที่ 2 ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย (Legal responsibility) เป็นหน้าที่ของธุรกิจที่ต้องรู้และปฏิบัติตามกฎหมายเช่นเดียวกับหน้าที่ของพลเมืองดีทั่วไป ซึ่งจะปฏิเสธไม่ได้ว่าไม่รู้ และไม่ทำตามกฎหมายไม่ได้ โดยที่กฎหมายเป็นบรรทัดฐานทางสังคมที่บ่งบอกไว้ชัดเจนว่าทำอะไรถูก ทำอย่างไรผิด ตามกติกาสังคม ถ้าทำผิดหรือละเลย ไม่ปฏิบัติตามก็จะมีบทลงโทษ ซึ่งเป็นไปตามระบบของกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายที่เป็นที่ยอมรับของสังคม

ลำดับขั้นที่ 3 ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม (Ethical responsibility) เป็นความสำนึกของ บริษัทที่จะพิจารณาและปฏิบัติสิ่งที่ถูกต้องดีงามเหมาะสม และยุติธรรมต่อสังคม รวมถึงหลีกเลี่ยงการปฏิบัติที่เป็นอันตรายหรือที่สามารถทำร้ายสังคมหรือชุมชนได้ องค์กรควรนำจริยธรรมทางธุรกิจเข้าไปร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์ของบริษัท และสร้างจริยธรรมขึ้นภายในบริษัทจนเป็นภารกิจประจำวันอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้บริหารระดับสูงของบริษัทควรเป็นผู้นำด้านจริยธรรมและเป็น “Role Model” ในวัฒนธรรมองค์กร

ลำดับขั้นที่ 4 ความรับผิดชอบต่อด้านมนุษยธรรม (Philanthropic responsibility) เป็นความรักในมนุษยชาติ ระวังกษาสถิตินุชยชน ให้ความเอื้ออาทรห่วงใย และยกระดับความเป็นมนุษย์ ไม่ใช่เพื่อมุ่งหวังผลกำไรอย่างเดียว ความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะนี้ องค์กรควรแสดงให้เห็นที่ประจักษ์ชัดเจน เป็นนโยบายของบริษัท เป็นวัฒนธรรมขององค์กร หรือเป็นจรรยาบรรณและข้อกำหนดที่พนักงานทุกคนทุกระดับต้องถือปฏิบัติ โดยไม่ต้องรอให้กฎระเบียบ หรือกฎหมายของบ้านเมืองมาบังคับให้ทำตาม โดยที่องค์กรมีการอุทิศทรัพยากรขององค์กรให้แก่ชุมชนหรือสังคม เพื่อปรับปรุงและยกระดับคุณภาพชีวิต เพื่อที่องค์กรจะได้เป็นนิติบุคคลพลเมืองดี

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ (2553) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า เป็นการดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข โดยความรับผิดชอบต่อสังคม แบ่งได้ 3 กลุ่ม ได้แก่

1. CSR - In process เป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการหลักของกิจกรรมหรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกันหรือการขจัดมลพิษในกระบวนการผลิต เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและ

ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคอย่างถูกต้อง ครบถ้วน การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของ พนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อเหล่านี้ ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่ในเวลาทำงานปกติของกิจการ

2. CSR - After process เป็นการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็น กระบวนการหลักของกิจการ (รวมความถึงกิจกรรมที่เกิดจากผลต่อเนื่องของกระบวนการดำเนินการ ธุรกิจ) เช่น การแจกจ่ายสิ่งของบรรเทาสาธารณภัย การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสาธารณะ และการ เยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ

3. CSR - As process เป็นกิจกรรมที่ดำเนินงานโดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรให้กับตนเอง เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อบูรณาการประโยชน์ต่อสังคมเป็นด้านหลัก เช่น มูลนิธิ หรือ สมาคมการ กุศลที่เป็นองค์กรสาธารณะประโยชน์

ในการปฏิบัติตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคม (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, 2553) ที่จะนำมา ประยุกต์ใช้ควบคู่กับธุรกิจ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ระดับ ดังนี้

ระดับ 1 Mandatory Level: ข้อกำหนดตามกฎหมาย (Legislation) หมายถึง การที่ธุรกิจ มีหน้าที่ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายแรงงาน การจ่ายภาษี เป็นต้น

ระดับ 2 Elementary Level: ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (Economic profit) หมายถึง การ ที่ธุรกิจคำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งกำไรที่ได้นั้นต้องมีใช้ กำไรซึ่งเกิดจากการเบียดเบียนสังคม

ระดับ 3 Preemptive Level: จรรยาบรรณทางธุรกิจ (Business code of conduct) หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรแก่ผู้ถือหุ้นได้ในอัตราที่เหมาะสม และผู้ประกอบการได้ ใส่ใจเพื่อให้ประโยชน์ตอบแทนแก่สังคมมากขึ้น โดยเฉพาะสังคมใกล้ที่อยู่รอบข้างที่มีความคาดหวังว่า จะได้รับการดูแล หรือเอาใจใส่จากผู้ประกอบการ

ระดับ 4 Voluntary Level: ความสมัครใจ (Voluntary action) หมายถึง การดำเนิน ธุรกิจควบคู่กับการปฏิบัติตามแนวทางของความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยความสมัครใจไม่ได้ถูก เรียกร้องจากสังคม ซึ่งการประกอบธุรกิจอยู่บนพื้นฐานของการมุ่งประโยชน์ของสังคมเป็นสำคัญ

สรุปแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ เป็นความคาดหวังที่สังคมมีต่อธุรกิจในเรื่อง ของเศรษฐกิจ การปฏิบัติตามข้อบังคับของกฎหมาย การคำนึงถึงจริยธรรมและมนุษยธรรม โดยธุรกิจ ควรดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ชุมชน และ ประเทศชาติ ในอันที่จะทำให้ธุรกิจและสังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข

งานวิจัยนี้ มุ่งศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับ 4 ความสมัครใจ ซึ่งถือเป็น CSR-After process เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่ศึกษา ได้แบ่งกิจกรรมเพื่อสังคมออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความดี หมายถึง กิจกรรมที่สนับสนุน/เชิดชูองค์กรและบุคคลที่ทำความดีผ่าน โครงการและกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ต้นแบบความดี และคนดีที่เสียสละ และมุ่งสร้างประโยชน์แก่สังคม

2. ด้านการศึกษา หมายถึง กิจกรรมที่ส่งเสริมการศึกษาและสนับสนุนทุนการศึกษาที่ เหมาะสม ส่งเสริมอุปกรณ์ทางการศึกษา รวมทั้งทำกิจกรรมต่างๆ ภายในสถาบันการศึกษา

3. ด้านศาสนา หมายถึง กิจกรรมที่สนับสนุนองค์กรต่างๆ ที่ทำงานด้านส่งเสริมให้คนไทยเป็นผู้มีคุณธรรม และจริยธรรม รวมถึงทำนุบำรุงศาสนา และอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม เพื่อถนอมเกลาจิตใจของคนในสังคม

4. ด้านคุณภาพชีวิตและสังคม หมายถึง กิจกรรมที่ทำการฟื้นฟูสถานที่ให้แก่สังคม กิจกรรมที่สนับสนุนการทำสาธารณประโยชน์ให้แก่ชุมชน และการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยการนำความรู้ด้านสาธารณสุขมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

5. ด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง กิจกรรมที่ดูแลรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สนับสนุนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างรู้คุณค่า และการดูแลผลกระทบที่จะเกิดต่อสิ่งแวดล้อม

6. ด้านอื่นๆ หมายถึง กิจกรรมที่ทำประโยชน์เพื่อสังคม นอกเหนือจาก ด้านความดี ด้านการศึกษา ด้านศาสนา ด้านคุณภาพชีวิตและสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การบริจาคโลหิต การออกส่งเสริมการออกกำลังกาย ส่งเสริมการออม เป็นต้น

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นภัทร คล้ายคลึง และ เสาวนีย์ สมันต์ศิริพร (2557) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีผลต่อการจงรักภักดีในสายการบินนกแอร์ พบว่า องค์กรสายการบินนกแอร์มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม นวัตกรรม การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้าต่อสายการบินนกแอร์ในด้านตราสินค้าและการกลับมาใช้ซ้ำ ผลการวิจัยยังพบอีกว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านกระบวนการบุคลากร พนักงาน ประสิทธิภาพและลักษณะทางกายภาพของการบริการ มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้าต่อสายการบินนกแอร์ในด้านตราสินค้า และการกลับมาใช้ซ้ำ

ศิริรัตน์ พรหมดวงตา (2559) ได้ศึกษา 1) รูปแบบกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย 2) เปรียบเทียบการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารแต่ละประเภท 3) การมีส่วนร่วมและรับรู้ของพนักงานและผู้ใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบของกิจกรรม เป็นกิจกรรมด้านการศึกษา กิจกรรมด้านสังคม กิจกรรมด้านสาธารณสุข กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมด้านการปลูก และกิจกรรมด้านศาสนาและวัฒนธรรม 2) เปรียบเทียบการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธนาคารแต่ละประเภท พบว่า ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยแต่ละประเภททั้ง เอกชน รัฐบาล และที่ระดมทุนกับต่างประเทศนั้น ทุกประเภทของธนาคาร มีกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน 3) การมีส่วนร่วมและรับรู้ของพนักงานและผู้ใช้บริการผลการวิจัย พบว่า ในธนาคารแต่ละธนาคาร มีการสื่อสารหลากหลายช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงพนักงานและผู้ใช้บริการและมีส่วนร่วมกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น

ณัฐสุภรณ์ เจริญเพชรภักตร์ และ ประเวศ อินทองปาน (2560) ศึกษาแนวคิดจริยศาสตร์ บทสังเคราะห์เพื่อสนับสนุนแนวคิดซีเอสอาร์ ผลการสังเคราะห์แนวคิดจริยศาสตร์ด้วยการหาดุลยภาพ

ระหว่างหลักการในจริยศาสตร์ ประโยชน์นิยมและจริยศาสตร์กรณีธรรม และเชื่อมประสานกับจริยศาสตร์แห่งความอาทร ที่ให้ความสำคัญกับการกระทำด้วยความเกื้อกูลและอาทร รวมทั้งบูรณาการเข้ากับพุทธจริยศาสตร์ ที่ให้ความสำคัญกับการกระทำด้วยความเมตตาบนฐานของเจตนาอันเป็นกุศล เพื่อผลประโยชน์อย่างยั่งยืน ทำให้ได้แนวคิดจริยศาสตร์ที่สนับสนุนแนวคิด CSR ที่มีการกระทำด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของมนุษย์ เป็นศูนย์กลางการกระทำของกิจการหรือธุรกิจ อย่างไรก็ตาม หลักการนี้เป็นหลักการเชิงแนวคิดที่รอการประเมินผลจากข้อเท็จจริงเชิงประจักษ์ต่อไป

Chapple and Moon (2005) ทำการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมในภูมิภาคเอเชียพบว่า ร้อยละ 42 ของ 50 บริษัทอันดับแรก ในประเทศไทยมีการรายงานถึงนโยบายและกิจกรรมในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของสัดส่วนที่ปรากฏในประเทศอังกฤษ โดย 50 บริษัทอันดับแรกในประเทศอังกฤษ มีการรายงานถึงนโยบายและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบนหน้าเว็บไซต์ถึงร้อยละ 98 จึงได้เสนอแนะว่า การเพิ่มขึ้นของกิจกรรมของธุรกิจจากชาติตะวันตกในภูมิภาคเอเชีย ได้ทำให้ความเป็นโลกาภิวัตน์ในเอเชียขนาดใหญ่ขึ้น รวมถึงการเผยแพร่แนวคิดในเรื่องของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโดยเฉพาะในเอเชียด้วย ทั้งนี้ การดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจของประเทศในภูมิภาคเอเชีย กำลังเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และพบว่า การมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย มุ่งเน้นในเรื่องของความเกี่ยวข้องต่อสังคม แต่ยังมีแนวโน้มที่จะละลายในเรื่องของความสัมพันธ์กับพนักงาน

Welford (2005) ทำการศึกษานโยบายของบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศไทยใน 3 ลักษณะ ได้แก่ ประเด็นภายนอกและประเด็นภายใน ความรับผิดชอบต่อ และการเป็นพลเมืองดีขององค์กร จากการสำรวจพบว่า ประเด็นภายนอก (ซึ่งส่วนมากจะเป็นเรื่องของความเกี่ยวข้องกับชุมชน จริยธรรม และการใช้แรงงานเด็ก) มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจอย่างเป็นปกติอยู่แล้วในประเทศไทย หากแต่การดำเนินงานในประเด็นภายในยังคงมีน้อย ตัวอย่างเช่น สิทธิหรือการคุกคามต่อพนักงาน หากมองในประเด็นของความรับผิดชอบต่อ Welford พบว่า มีบริษัทจำนวนน้อยที่เป็นสัญชาติไทยจริงๆ ที่มีการตีพิมพ์รายงานในเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคม ยิ่งไปกว่านั้นในเรื่องของการสื่อสารสองทางระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสียก็แทบจะไม่พบ หรือพบว่าเป็นเรื่องที่ไม่ธรรมดาสำหรับองค์กรธุรกิจของไทย

Wynne (2007) ได้ทำการศึกษาการรับรู้และประสบการณ์ในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ของผู้จัดการจาก 6 บริษัทขนาดใหญ่ในประเทศไทย ในการศึกษาครั้งนี้ผู้จัดการทุกคน ล้วนแต่ตระหนักถึงความสำคัญของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจ และเห็นว่าแนวโน้มของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยกำลังเพิ่มขึ้น และเห็นด้วยว่าการออกแบบการดำเนินงานแบบไทยและการรับสินบน มีส่วนทำให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นไปได้ยากขึ้น ผู้จัดการเหล่านี้ได้แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจในการที่จะดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมีความหลากหลาย และการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในมุมมองของคนไทย มีแหล่งกำเนิดมาจากวัฒนธรรมของไทย และการทำบุญของศาสนาพุทธ นั่นเอง

สรุปได้ว่า เมื่อธุรกิจดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นพลเมืองที่ดีของสังคม จะส่งผลสะท้อนกลับในทางที่ดีต่อธุรกิจ ทำให้ธุรกิจและสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวน 780 บริษัท ในปี พ.ศ. 2561 จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม ในตลาด SET จำนวน 622 บริษัท และในตลาด MAI จำนวน 158 บริษัท โดยการเก็บข้อมูลบนเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562ก)

ตารางที่ 1 รายชื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม ตลาด SET และ MAI

ลำดับ	กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวน บริษัท (SET)	จำนวน บริษัท (MAI)
1	เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	53	9
2	สินค้าอุปโภคบริโภค	40	9
3	ธุรกิจการเงิน	60	10
4	สินค้าอุตสาหกรรม	94	37
5	อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	161	25
6	ทรัพยากร	52	13
7	บริการ	118	44
8	เทคโนโลยี	38	11
9	ไม่มีกลุ่มอุตสาหกรรม	6	-
	รวม	622	158

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ใช้แบบสำรวจรายการด้วยตนเอง (Checklist) ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นเอง เพื่อศึกษากิจกรรมเพื่อสังคม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ปี พ.ศ. 2561 โดยแบ่งกิจกรรมเพื่อสังคมเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความดี ด้านการศึกษา ด้านศาสนา ด้านคุณภาพชีวิตและสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านอื่นๆ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบ 56-1 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 780 บริษัท ปี พ.ศ. 2561 โดยแบ่งเป็นกลุ่มตลาด SET จำนวน 622 บริษัท และกลุ่มตลาด MAI จำนวน 158 บริษัท

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ มีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

4.1 ทำการศึกษากิจกรรมเพื่อสังคมที่ปรากฏอยู่ในแบบ 56-1

4.2 นำข้อมูลที่ได้มาทำการ Checklist โดยการจัดทำตารางแสดงข้อมูลของแต่ละกลุ่ม
อุตสาหกรรม จำแนกเป็นกลุ่มตลาด SET และกลุ่มตลาด MAI

4.3 วิเคราะห์กิจกรรมเพื่อสังคม โดยอธิบายผลลัพธ์ในรูปของร้อยละ (Percentage)

4.4 สรุปผลการวิเคราะห์กิจกรรมเพื่อสังคม โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ปี พ.ศ. 2561 ทำการวิเคราะห์โดยจำแนกเป็นกลุ่มตลาด SET และกลุ่มตลาด MAI

ตารางที่ 2 สรุปกิจกรรมเพื่อสังคมในตลาด SET จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ลำดับ	กลุ่ม อุตสาหกรรม	ด้านความดี		ด้านการศึกษา		ด้านศาสนา		ด้านคุณภาพชีวิต และสังคม		ด้านสิ่งแวดล้อม		ด้านอื่นๆ		ผลรวม จำนวน กิจกรรม เพื่อ สังคม
		จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	
1	เกษตรและ อุตสาหกรรม อาหาร	-	-	29	18.95	19	12.42	49	33.03	48	31.37	8	5.23	153
2	สินค้าอุปโภค บริโภค	2	1.82	20	18.18	19	17.27	31	28.18	29	26.37	9	8.18	110
3	ธุรกิจการเงิน	1	0.61	34	20.86	17	10.43	57	34.97	49	30.06	5	3.07	163
4	สินค้า อุตสาหกรรม	-	-	62	19.94	34	10.93	94	30.23	93	29.90	28	9.00	311
5	อสังหาริมทรัพย์ และก่อสร้าง	-	-	59	15.21	23	5.93	152	39.18	144	37.11	10	2.58	388
6	ทรัพยากร	-	-	30	19.61	17	11.11	51	33.33	51	33.33	4	2.62	153
7	บริการ	1	0.29	84	23.46	28	7.82	114	31.84	114	31.84	17	4.75	358
8	เทคโนโลยี	-	-	27	22.50	13	10.84	36	30.00	37	30.83	7	5.83	120
9	ไม่ระบุ	-	-	3	16.67	2	11.11	6	33.33	6	33.33	1	5.56	18
รวม		4	0.23	348	19.62	172	9.69	590	33.26	571	32.19	89	5.01	1,774

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์กิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาด
หลักทรัพย์ พบว่า จากจำนวน 622 บริษัท ในกลุ่มตลาด SET มีการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมเพื่อสังคม
จำนวน 1,774 กิจกรรม และพบว่า ในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในด้านคุณภาพ
ชีวิตและสังคมมากที่สุด จำนวน 590 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 33.26 รองลงมาคือด้านสิ่งแวดล้อม
จำนวน 571 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 32.19 และด้านการศึกษา จำนวน 348 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ
19.62 ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมที่มีกิจกรรมด้านศาสนา 3 อันดับแรก
เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มทรัพยากร และกลุ่มเกษตรและ
อุตสาหกรรมอาหาร และกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีกิจกรรมด้านความดี มีเพียง 3 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่
กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มธุรกิจการเงิน และกลุ่มบริการ ส่วนกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีกิจกรรมด้านอื่นๆ

เช่น กิจกรรมการบริจาคโลหิต กิจกรรมการออกกำลังกาย กิจกรรมจิตอาสา 3 อันดับแรก ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มเทคโนโลยี ตามลำดับ

ตารางที่ 3 สรุปกิจกรรมเพื่อสังคมในตลาด MAI จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ลำดับ	กลุ่มอุตสาหกรรม	ด้านความดี		ด้านการศึกษา		ด้านศาสนา		ด้านคุณภาพชีวิตและสังคม		ด้านสิ่งแวดล้อม		ด้านอื่นๆ		ผลรวมจำนวนกิจกรรมเพื่อสังคม
		จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	
1	เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	-	-	6	24.00	2	8.00	8	32.00	8	32.00	1	4.00	25
2	สินค้าอุปโภคบริโภค	-	-	6	23.07	4	15.39	9	34.62	5	19.23	2	7.69	26
3	ธุรกิจการเงิน	-	-	7	21.88	4	12.50	9	28.12	10	31.25	2	6.25	32
4	สินค้าอุตสาหกรรม	-	-	24	20.34	15	12.71	36	30.51	36	30.51	7	5.93	118
5	อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	-	-	13	19.40	5	7.46	25	37.31	22	32.84	2	2.99	67
6	ทรัพยากร	-	-	7	17.50	6	15.00	13	32.50	13	32.50	1	2.50	40
7	บริการ	-	-	33	25.78	7	5.47	44	34.38	42	32.81	2	1.56	128
8	เทคโนโลยี	-	-	8	24.25	5	15.15	10	30.30	10	30.30	-	-	33
รวม		-	-	104	22.18	48	10.23	154	32.84	146	31.13	17	3.62	469

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์กิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ พบว่า จากจำนวน 158 บริษัท ในกลุ่มตลาด MAI มีการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมเพื่อสังคมจำนวน 469 กิจกรรม และพบว่า ในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในด้านคุณภาพชีวิตและสังคมมากที่สุด จำนวน 154 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 32.84 รองลงมาคือด้านสิ่งแวดล้อมจำนวน 146 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 31.13 และด้านการศึกษา จำนวน 104 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 22.18 ตามลำดับ นอกจากนี้ บริษัทในตลาด MAI ยังไม่มีการดำเนินกิจกรรมด้านความดี

อภิปรายผล

จากการสำรวจกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561 พบว่า ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มในตลาด SET และกลุ่มในตลาด MAI ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในด้านคุณภาพชีวิตและสังคมมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการศึกษา ตามลำดับ ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ พรหมดวงตา (2559) ที่ได้ทำการศึกษารูปแบบกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย พบรูปแบบของกิจกรรม เป็นกิจกรรมด้านการศึกษา กิจกรรมด้านสังคม กิจกรรมด้านสาธารณสุข กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมด้านการปลูก และกิจกรรมด้านศาสนาและวัฒนธรรม เช่นกัน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับกิจกรรมเพื่อสังคมของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่สนับสนุนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างคุณค่าแก่สังคมอย่างยั่งยืน โดยการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมใน 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่ ด้านความดี ด้านศาสนาและศิลปวัฒนธรรม และด้านกีฬาและสังคม (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาพบว่า ไม่ว่าจะเป็นในตลาด SET หรือในตลาด MAI ทุกกลุ่มอุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมด้านคุณภาพชีวิตและสังคม และกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม แต่ไม่ค่อยพบการดำเนินกิจกรรมด้านความดี ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะบริษัทมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อเกิดความสอดคล้องกับแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต้องเปิดเผยในแบบ 56-1 ในประเด็นการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และประเด็นการร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม ทำให้กิจกรรมด้านความดี และด้านศาสนา และด้านอื่นๆ ไม่ได้ได้รับความสนใจในการดำเนินกิจกรรมเท่าที่ควร ดังนั้น ตลาดหลักทรัพย์ควรส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนได้ดำเนินกิจกรรมด้านอื่นๆ ที่เป็น CRS-After process เช่น กิจกรรมจิตอาสา กิจกรรมการบริจาคโลหิต เพื่อช่วยเหลือและส่งเสริมการทำความดี การคงไว้ซึ่งศาสนาและศิลปวัฒนธรรมไทย เพื่อส่งเสริมสังคมไทยให้เข้มแข็ง เสริมสร้างรากฐานสังคมของประเทศให้ยั่งยืนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาแนวทางสากลของความรับผิดชอบต่อสังคม ที่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ต้องปฏิบัติตามที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนด เช่น United Nations Global Compact (UNGC), Global Reporting Initiative (GRI) และ ISO 26000 เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐสุภรณ์ เทียวเพชรภัสกร และ ประเวศ อินทองปาน. (2560). แนวคิดจริยศาสตร์: บทสังเคราะห์ เพื่อสนับสนุนแนวคิดซีเอสอาร์. วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์, 13(ฉบับพิเศษ เล่ม 1), 197-209.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562ก). รายชื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2562, จาก <https://www.set.or.th/set/commonslookup.do?language=th&country=TH>.
- _____. (2562ข). กิจกรรมเพื่อสังคม. สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2562, จาก <https://www.set.or.th/set/archiveActivity.do>
- _____. (2562ค). แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1). สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2562, จาก <https://market.sec.or.th/public/idisc/th/Viewmore/fs-r561?uniqueIDReference=0000001119&searchSymbol=TU>
- _____. (2563). ความรับผิดชอบต่อสังคม. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2563, จาก https://www.set.or.th/th/news/csr/csr_p1.html
- นภัทร คล้ายคลึง และ เสาวนีย์ สมันต์ตรีพร. (2557). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) และความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีผลต่อการจงรักภักดีในสายการบินนกแอร์. รยมสาร, 12(1), 93-101.

- พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. (2553). **ตั้งไข่ให้ CSR**. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2563, จาก <https://www.nha.co.th/assets/portals/1/news/14250/1.pdf>
- ศิริรัตน์ พรหมดวงตา. (2559). **รูปแบบกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- Carroll, B. A., & Buchholtz, K. A. (2006). **Business and Society: Ethics and Stakeholder Management**. (6th Ed.). Australia: South-Western.
- Chapple, W., & Moon, J. (2005). Corporate Social Responsibility (CSR) in Asia: A seven country study of CSR website reporting. **Business & Society**, 44(4), 415-441.
- Davis, K., & Blomstrom, L. R. (1975). **Business and Society: Environment and Responsibility**. (3th Ed.). New York: McGraw-Hill.
- McGuire, J. W. (1963). **Business and society**. New York: McGraw-Hill.
- Welford, R. (2005). Corporate Social Responsibility in Europe, North America and Asia: 2004 Survey Result. **Journal of Corporate Citizenship**, 17(1), 33-52.
- Wynne, R. A. (2007). **Perceptions and Practices of Corporate Social Responsibility in the Thai Context: Insights from the Experiences of Thai Managers at Six Major Firms**. London: University of London.