

ก

ความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และ
จรรยาบรรณทางธุรกิจที่มีผลต่อผลตอบแทน
จากการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนใน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Effect of Corporate Social Responsibility,
Corporate Governance, and Code of
Conduct on Corporate return on Operations
of the Companies listed in the Stock Exchange
of Thailand

- ดร. ภูษิต วงศ์หล่อสายชล
- อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ
- คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- E-mail: phusit_won@utcc.ac.th

บทคัดย่อ*

งานวิจัยเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจที่มีผลต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการปฏิบัติและระดับความสำคัญด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (3) ศึกษาผลของความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล จรรยาบรรณทางธุรกิจที่มีต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนใน

* งานวิจัยเรื่องนี้ได้รับทุนส่งเสริมการวิจัยจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) จำนวน 118 บริษัท ผลการวิจัย พบว่า

1. บริษัทส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 60 ดำเนินการในทั้ง 3 ด้านอยู่แล้ว โดยให้ระดับความสำคัญด้านจรรยาบรรณทางธุรกิจมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบรรษัทภิบาล และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมน้อยที่สุด และให้การสนับสนุนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งทางด้านระยะเวลาและบุคลากรมากกว่าด้านบรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจ
2. ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับจรรยาบรรณทางธุรกิจ และบรรษัทภิบาลมีความสัมพันธ์กับจรรยาบรรณทางธุรกิจ
3. ความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการดำเนินธุรกิจเชิงรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นปี 2549 และจรรยาบรรณทางธุรกิจด้านกิจกรรมที่ช่วยเหลือสังคมมีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นปี 2549 และมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ปี 2549-2550 ส่วนด้านการลดความเสี่ยงของกิจการมีผลต่อมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ปี 2549-2550

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล จรรยาบรรณทางธุรกิจ ผลตอบแทนจากการดำเนินงานของบริษัท

Abstract*

This study of the effect of corporate social responsibility, corporate governance, and code of conduct on corporate return on operations of the companies listed in the Stock Exchange of Thailand has three objectives, 1) to study the practice and the level of importance of corporate social responsibility, corporate governance, and code of conduct of the companies listed in the Stock Exchange of Thailand, 2) to study the relationship between corporate social responsibility, corporate governance, and code of conduct of the companies listed in the Stock Exchange of Thailand, 3) to study the effect of corporate social responsibility, corporate governance, and code of conduct on corporate return on operations of the companies listed in the Stock Exchange of Thailand. The sample is 118 companies listed in the Stock Exchange of Thailand. The results are: 1. Sixty percent of the sample fully implement all corporate social responsibility, corporate governance, and code of conduct. The most important is code of conduct, followed by corporate governance and corporate social responsibility in that order, 2. Corporate social responsibility is linked to the code of conduct, and together they are linked to the code of conduct and, 3. Corporate social responsibility

* This research was financially supported by University of The Thai Chamber of Commerce.

affects the return on equity in 2006; Code of conduct through supporting social activities effects the return on equity in 2006 and economic value added in 2006 and 2007. In addition, code of conduct of risk reduction affects the economic value added in 2006 and 2007.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Governance (CG), Code of Conduct (COC), Corporate Return on Operations (CRO)

ปัญหาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประชาคมโลกให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จากการประชุม World Economic Forum ในวันที่ 31 มกราคม 2542 โดยนายโคฟี อันนัน อดีตเลขาธิการองค์การสหประชาชาติ ขอให้บริษัทและองค์กรทั้งรัฐและเอกชนทั่วโลกร่วมมือกับทางสหประชาชาติในการสนับสนุนหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อมในนามของ “The Global Compact” ซึ่งได้ก่อตั้งเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2543 ในปัจจุบันมีองค์กรองค์การสหประชาชาติ รัฐบาล องค์กรธุรกิจ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน องค์กรพลเมืองทางสังคมจากทั่วโลกเข้าร่วมถึง 2,735 องค์กร โดยมีหลักปฏิบัติสากล 10 ประการ ที่ครอบคลุมสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการคอร์รัปชัน (The UN Global Compact Office, 2007)

ขณะที่บริษัทในประเทศไทยได้เล็งเห็นความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นเดียวกับสากล โดยเฉพาะบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้นต้องปฏิบัติตามหลักการที่ดีในการกำกับดูแลกิจการหรือบรรษัทภิบาล (Corporate Governance) ซึ่งหมายถึง “ระบบที่จัดให้มีโครงสร้างและกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการ

และผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันนำไปสู่ความเจริญเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น” (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ศูนย์พัฒนาการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน, 2550) ซึ่งแบ่งหลักการและแนวทางการปฏิบัติเป็น 5 หมวด ได้แก่ สิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ โดยหลักการทั้ง 5 หมวดนั้นยังไม่ได้ครอบคลุมในทุกประเด็นของการดำเนินธุรกิจแบบมีความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด เช่น ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงาน ชุมชน และสิ่งแวดล้อม (มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย, สถาบันไทยพัฒนา, 2550) อีกทั้งไม่ได้กล่าวถึงการดำเนินธุรกิจนั้นต้องปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณในทุกประเด็น เช่น การรักษาความสุจริต ลิขสิทธิ์ภาพส่วนบุคคล การลดความเสี่ยงของธุรกิจ หรือการมุ่งการส่งเสริมหลักการปฏิบัติอันเป็นเลิศในองค์กร (หอการค้าไทย, 2549) ซึ่งการดำเนินธุรกิจต้องสอดคล้องกับหลักบรรษัทภิบาลและจรรยาบรรณการทำธุรกิจนั้นรวมทั้งต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยเพื่อสามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

การดำเนินกิจการธุรกิจต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จในปัจจุบันนี้ ไม่ควรมุ่งหวังเพียงแค่ผลประโยชน์ทางการเงินหรือผลกำไรแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่บริษัทและองค์กรต่างๆ เหล่านั้น จะต้องเป็นบริษัทที่ “ดี” ด้วย กล่าวคือ บริษัทต้องให้ความสำคัญและคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) ยึดหลักการที่ดีในการกำกับดูแลกิจการหรือบรรษัทภิบาล (Corporate Governance) ตลอดจนการยึดหลักจรรยาบรรณที่ดีในการประกอบกิจการดำเนินธุรกิจ ซึ่งในที่สุดแล้ว ผลจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จะกลายเป็นผลตอบแทนกลับคืนมาในรูปแบบของผลตอบแทนด้านการเงิน ด้านเศรษฐกิจ ราคาหุ้น ในตลาดหลักทรัพย์ อีกทั้งยังได้การยอมรับที่ดีจากทั้งประชาชนทั่วไป ผู้บริโภค และสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยเกื้อหนุนก่อให้เกิดชื่อเสียงที่ดี สร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ และนำไปสู่การดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนและมั่นคงในสังคมสืบต่อไป ต่างไปจากบริษัทหรือองค์กรที่ดำเนินกิจการ โดยปราศจากการคำนึงถึงหรือปราศจากความใส่ใจต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ขาดหลักการที่ดีในการกำกับดูแลกิจการหรือบรรษัทภิบาล หรือไร้ซึ่งจรรยาบรรณที่เหมาะสมในการประกอบกิจการดำเนิน ก็จะได้ผลตอบแทนกลับคืนมาในลักษณะที่ตรงกันข้ามจากที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น และเป็นผลให้ขาดหลักประกันความยั่งยืนและมั่นคงที่ดีต่อการดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคต

งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินการและการให้ระดับความสำคัญด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยา-

บรรณทางธุรกิจ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและผลของความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล จรรยาบรรณทางธุรกิจ ที่มีต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประโยชน์ที่สำคัญของงานวิจัยนี้ คือ บริษัทในภาคธุรกิจได้เห็นถึงความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมของบริษัทได้ในอนาคต อีกทั้งยังสามารถกระตุ้นให้บริษัทได้เห็นความสำคัญของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจ ที่มีผลต่อผลตอบแทนในการดำเนินงานของบริษัท เพื่อสร้างความยั่งยืนในการประกอบธุรกิจขององค์กร สุดท้ายภาครัฐสามารถออกมาตรการในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรทั้งทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจของภาคเอกชน อันจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมี 4 ส่วน ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ใช้ในการศึกษาโดยอิงทฤษฎีของ Kotler และ Nancy (2005: 23-24) ได้แบ่งไว้เป็น 6 ด้านด้วยกัน คือ

- 1.1 การส่งเสริมมูลเหตุ
- 1.2 การตลาดที่เกี่ยวข้องกับมูลเหตุ

- 1.3 การตลาดเพื่อสังคม
- 1.4 การบริจาคสิ่งของ
- 1.5 อาสาสมัครของชุมชน
- 1.6 การดำเนินธุรกิจเชิงรับผิดชอบต่อ

สังคม

2. แนวคิดเกี่ยวกับบรรษัทภิบาล (Corporate Governance: CG) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ใช้ในการศึกษา โดยอิงหลักบรรษัทภิบาลที่ดีของ Organization for Economic Cooperation and Development (OECD Principles of Corporate Governance) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยแบ่งออกเป็น 5 หมวดหลัก คือ

- 2.1 สิทธิของผู้ถือหุ้น
- 2.2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน
- 2.3 บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย
- 2.4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส
- 2.5 ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ

3. แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Conducts: COC) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ใช้ในการศึกษา โดยอิงหลักของหอการค้าไทยที่มีการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับจรรยาบรรณทางธุรกิจ โดยแบ่งออกเป็น 10 ด้านคือ

- 3.1 การให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้
- 3.3 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและคู่ค้า
- 3.4 การรักษาความสุจริต
- 3.5 กิจกรรมที่ส่งเสริมจริยธรรม
- 3.6 กิจกรรมช่วยเหลือสังคม

3.7 การส่งเสริมการบำบัดและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

3.8 สิทธิเสรีภาพของบุคคล

3.9 การลดความเสี่ยงของกิจการ

3.10 มุ่งการส่งเสริมหลักการปฏิบัติอันเป็นเลิศในองค์กร

4. แนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทนจากการดำเนินงานของบริษัท (Corporate Return on Operations) หมายถึง ผลลัพธ์จากการประกอบธุรกิจขององค์กรซึ่งสามารถวัดได้ในหลายมิติ แต่ในบทความนี้วัดจากอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น และมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจซึ่งเป็นผลตอบแทนที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางสำหรับนักลงทุนเพื่อประเมินความสามารถในการดำเนินงานของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4.1 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) หมายถึง อัตราส่วนทางการเงินที่ใช้วิเคราะห์ระดับผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นได้รับจากเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นที่ลงทุนในกิจการ

4.2 อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (Price/Earning Ratio: P/E Ratio) หมายถึง อัตราส่วนที่นักลงทุนใช้พิจารณาในการซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ว่าจะซื้อที่ราคาเท่าใดจึงเหมาะสม

4.3 มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ (Economic Value Added: EVA) หมายถึง ดัชนีวัดผลการดำเนินงานด้านการเงินของผลตอบแทน ซึ่งมีแนวคิดพื้นฐานจากกำไรทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Profit) ที่สะท้อนให้เห็นความเป็นจริงเชิงเศรษฐกิจที่องค์กรประสบในแต่ละช่วงเวลา โดยผู้บริหารมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ได้ค่า EVA สูงสุดในอนาคต

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า บริษัทที่ลงทุนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมสูงจะได้ผลตอบแทนกำไรสูง ขณะที่บริษัทที่ลงทุนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำจะได้ผลตอบแทนกำไรต่ำ (McWilliams and Siegel, 2001: 117-127) และอัตรากิจกรรมทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลประกอบการทางการเงินทั้งผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets) และผลตอบแทนต่อยอดขาย (Return on Sales) (Waddock and Graves, 1997: 250-279) ซึ่งทั้งผลตอบแทนทางการเงินและผลตอบแทนทางสังคมจะเป็นปัจจัยส่งเสริมซึ่งกันและกัน (Orlitzky, Schmidt, and Rynes, 2003: 403-441) โดยบริษัทที่สามารถสร้างผลกำไรจากการทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีแนวโน้มที่จะทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้นในอนาคต (Barnett, 2007: 794-816) ขณะที่ด้านราคาหุ้นของบริษัทที่ดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจะสูงกว่าบริษัทที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากผู้ลงทุนซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์จะเลือกลงทุนในบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ความต้องการหุ้นเพิ่มขึ้นและส่งผลทำให้ราคาหุ้นของบริษัทสูงขึ้นตามอุปสงค์ (Mackey, Mackey, and Barney, 2007: 817-835)

วิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) จำนวน 118 บริษัท ซึ่งมีการแบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรม 8 อุตสาหกรรม มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และแบบสอบถาม ที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด และปลายเปิด และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสถิติเพื่อแสดงผล

การวิจัยทั้งแบบสถิติเชิงพรรณนาทั้งค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานต่างๆ ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นตรง

ผลการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้มีการแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป

ผลการศึกษา พบว่า บริษัทส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน (ร้อยละ 27) โดยเป็นธุรกิจประเภทเงินทุนหลักทรัพย์มากกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มธุรกิจการเงิน นอกจากนั้น หากแบ่งตามประเภทธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทเงินทุนหลักทรัพย์ (ร้อยละ 16)

ด้านผลตอบแทนของการดำเนินงาน พบว่า ในปี 2550 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นมีค่าเฉลี่ยที่ 6.76 อัตราราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้นมีค่าเฉลี่ยที่ 18.31 และมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยที่ 24,253 ล้านบาท ซึ่งสูงกว่าผลตอบแทนของการดำเนินงานในปี 2549 ทุกด้าน

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผลตอบแทนจากการดำเนินงานโดยจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม พบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ปี 2549-2550 สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 27.31 และ 15.30) กลุ่มทรัพยากรและกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีอัตราราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้น ปี 2549-2550 สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 25.54 และ 28.28) และกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมมีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ปี 2549-2550 สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 7.80 และ 7.60)

2. การดำเนินการและการให้ระดับความสำคัญด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัท

ผลการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมบริษัทส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 60 ดำเนินการทั้ง 3 ด้าน โดยบริษัทให้ระดับความสำคัญด้านจรรยาบรรณทางธุรกิจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา คือ ด้านบรรษัทภิบาล (ค่าเฉลี่ย 3.95) และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.89)

2.1 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทส่วนใหญ่มีการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่แล้ว โดยเฉพาะการส่งเสริมมูลเหตุ (ร้อยละ 81.80) รองลงมา คือ การบริจาคสิ่งของ (ร้อยละ 77.50)

ขณะที่มีบริษัทจำนวนไม่มากยังไม่ทำแต่วางแผนที่จะทำภายใน 5 ปี โดยเฉพาะการตลาดเพื่อสังคมและอาสาสมัครของชุมชน แต่ทั้งนี้อาสาสมัครของชุมชน ยังเป็นสิ่งที่บริษัทยังไม่ทำและไม่วางแผนที่จะทำ

นอกจากนั้น โดยภาพรวมของบริษัทให้ความสำคัญด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับมาก (3.89) ซึ่งการบริจาคสิ่งของเป็นกิจกรรมที่ให้ความสำคัญมากที่สุด (4.18) รองลงมา คือ การส่งเสริมมูลเหตุ (4.11)

2.2 ด้านบรรษัทภิบาล

เนื่องจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีข้อกำหนดด้านบรรษัทภิบาล ซึ่งทุกบริษัทต้องปฏิบัติตามและดำเนินการอย่างเป็นมาตรฐาน จึงไม่มีรายงานผลการปฏิบัติกิจกรรมด้านบรรษัทภิบาลของบริษัท แต่มีรายงานผลเฉพาะระดับความสำคัญของกิจกรรม

ซึ่งโดยภาพรวมบริษัทให้ความสำคัญด้านบรรษัทภิบาลในระดับมาก (3.95) ซึ่งการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกันเป็นเรื่องที่ให้ความสำคัญมากที่สุด (4.35) รองลงมา คือ สิทธิของผู้ถือหุ้น (4.04)

2.3 ด้านจรรยาบรรณทางธุรกิจ

บริษัทส่วนใหญ่มีการดำเนินการด้านจรรยาบรรณทางธุรกิจอยู่แล้ว โดยเฉพาะการให้ความสำคัญธรรมชาติแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ร้อยละ 97.30) รองลงมา คือ การปฏิบัติในส่วนของความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและคู่ค้า (ร้อยละ 96.80)

ในขณะที่มีบริษัทจำนวนไม่มาก ยังไม่ทำแต่วางแผนที่จะทำภายใน 5 ปี โดยเฉพาะส่งเสริมหลักการปฏิบัติอันเป็นเลิศ สิทธิเสรีภาพของบุคคล และการส่งเสริมการบำบัดและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ทั้งนี้การลดความเสี่ยงของกิจการยังเป็นสิ่งที่บริษัทยังไม่ทำ และไม่วางแผนที่จะทำ (ร้อยละ 8.00)

นอกจากนั้น โดยภาพรวมของบริษัทให้ความสำคัญด้านจรรยาบรรณทางธุรกิจในระดับมากที่สุด (4.26) ซึ่งการส่งเสริมหลักการปฏิบัติอันเป็นเลิศ เป็นเรื่องที่ให้ความสำคัญมากที่สุด (4.70) รองลงมา คือ การรักษาความสุจริต (4.68)

จากการเปรียบเทียบการให้ระดับความสำคัญตามกลุ่มอุตสาหกรรม พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มทรัพยากรให้ความสำคัญด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29) ขณะที่กลุ่มบริการให้ความสำคัญด้านความรับผิดชอบต่อสังคมน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.65) ส่วนด้านบรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจนั้น กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.20 และ 4.38) ตามลำดับ ขณะที่

กลุ่มทรัพยากรให้ความสำคัญด้านบรรษัทภิบาลน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.68) และกลุ่มเทคโนโลยีให้ความสำคัญด้านจรรยาบรรณทางธุรกิจน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.96)

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัท

จากผลการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมของบริษัทส่วนใหญ่ให้การสนับสนุนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งทางด้านระยะเวลาและบุคลากรร้อยละ 98.91 ให้การสนับสนุนเกี่ยวกับ บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจทั้งทางด้านระยะเวลาและบุคลากร ร้อยละ 98.77 เท่ากัน รวมทั้งในปี 2550 บริษัทส่วนใหญ่ยังคงให้การสนับสนุนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจ ทั้งทางด้านระยะเวลาและบุคลากรเพิ่มขึ้นจากปี 2549 ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 บริษัทที่ให้การสนับสนุนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ 10.90% ของเวลาทั้งหมด และให้การสนับสนุนเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยที่ 5.25% จากปี 2549 รวมทั้งให้การสนับสนุนด้านบุคลากรโดยเฉลี่ยเป็นจำนวน 247 คน และให้การสนับสนุนเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยที่ 11.46% จากปี 2549

3.2 บริษัทที่ให้การสนับสนุนเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ 18.01% ของเวลาทั้งหมด และให้การสนับสนุนเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยที่ 11.53% จากปี 2549 รวมทั้งให้การสนับสนุนด้านบุคลากรโดยเฉลี่ยเป็นจำนวน 170 คน และให้การสนับสนุนเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยที่ 6.68% จากปี 2549

3.3 บริษัทที่ให้การสนับสนุนเกี่ยวกับจรรยาบรรณทางธุรกิจด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ 17.96% ของเวลาทั้งหมด และให้การสนับสนุนเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยที่ 8.06% จากปี 2549 รวมทั้งให้การสนับสนุนด้านบุคลากรโดยเฉลี่ยเป็นจำนวน 444 คน และให้การสนับสนุนเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยที่ 11.69% จากปี 2549

4. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับจรรยาบรรณทางธุรกิจในทิศทางเดียวกัน และบรรษัทภิบาลมีความสัมพันธ์กับจรรยาบรรณทางธุรกิจในทิศทางเดียวกัน

สมมติฐานที่ 2 ความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล จรรยาบรรณทางธุรกิจมีผลต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดำเนินธุรกิจเชิงรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นปี 2549 และความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการส่งเสริมมูลเหตุการตลาดที่เกี่ยวข้องกับมูลเหตุ การตลาดเพื่อสังคม และการบริจาคสิ่งของมีผลต่ออัตราราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้นปี 2549 ส่วนการตลาดที่เกี่ยวข้องกับมูลเหตุ นอกจากนั้น ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการตลาดเพื่อสังคมมีผลต่ออัตราราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้นปี 2550

ที่ระดับนัยสำคัญ .05 การปฏิบัติด้านบรรษัทภิบาลในทุกด้านไม่มีผลต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ขณะที่ระดับนัยสำคัญ .05 จรรยาบรรณทางธุรกิจด้านการรักษาความสุจริต กิจกรรมที่ช่วยเหลือสังคมมีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ปี 2549 และมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ปี 2549-2550 ส่วนด้านการลดความเสี่ยงของกิจการมีผลต่อมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ปี 2549-2550

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับจรรยาบรรณทางธุรกิจในทิศทางเดียวกัน และบรรษัทภิบาลมีความสัมพันธ์กับจรรยาบรรณทางธุรกิจในทิศทางเดียวกันนั้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2550) ที่สนับสนุนให้องค์กรธุรกิจนำจรรยาบรรณทางธุรกิจมาเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดของสมาคมตลาดตราสารหนี้ไทย (ThaiBMA) ที่สนับสนุนให้องค์กรธุรกิจนำจรรยาบรรณทางธุรกิจมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านบรรษัทภิบาลที่ดี เนื่องจากจรรยาบรรณทางธุรกิจเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการเสริมสร้างและยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่าจรรยาบรรณทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับบรรษัทภิบาลมากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคมในทิศทางเดียวกันซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2550) และสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2550) ตามลำดับ เนื่องจากบรรษัทภิบาล

และจรรยาบรรณทางธุรกิจมีการจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับนโยบายดังกล่าวเหมือนกัน ในขณะที่ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเรื่องของความสมัครใจและเต็มใจที่จะทำ แต่เมื่อดำเนินการไปแล้วก็จะนำมาเผยแพร่ต่อสาธารณชนในภายหลัง

จากสมมติฐานที่ 2 สามารถอภิปรายผลได้ว่าเมื่อบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการดำเนินการด้านการส่งเสริมมูลค่าการตลาดที่เกี่ยวข้องกับมูลเหตุ การตลาดเพื่อสังคม และการบริจาคสิ่งของ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สามารถปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมและประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบถึงการดำเนินงานของบริษัทได้โดยง่าย จึงทำให้กิจกรรมดังกล่าวมีผลต่ออัตราราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้นปี 2550 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mackey, Mackey, and Barney (2007: 817-835)

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ทำให้ในแต่ละบริษัทไม่มีความแตกต่างในการปฏิบัติด้านบรรษัทภิบาลและไม่มีผลต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานนั่นเอง

สุดท้ายเมื่อบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการดำเนินงานด้านจรรยาบรรณทางธุรกิจเกี่ยวกับด้านการรักษาความสุจริตและกิจกรรมที่ช่วยเหลือสังคมโดยการบริจาคสินค้าของบริษัท เช่น การบริจาคสินค้าของบริษัทเพื่อช่วยภัยแล้ง ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและอาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคให้มากขึ้น จึงส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ปี 2549-2550 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Barnett (2007: 794-816); McWilliams and Siegel (2001: 117-127);

Orlitzky, Schmidt, and Rynes (2003: 403-441) และ Waddock and Graves (1997: 250-279)

ถึงแม้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล จรรยาบรรณทางธุรกิจมีผลต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างไม่สม่ำเสมอในแต่ละมิติและแตกต่างกันในแต่ละปีอันอาจเนื่องมาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมที่ไม่เหมือนกันในแต่ละช่วงเวลา แต่ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถสะท้อนว่าถ้าองค์กรธุรกิจมีดำเนินงานโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจย่อมส่งผลที่ดีต่อผลตอบแทนการดำเนินงานของบริษัทในอนาคต เนื่องจากการปฏิบัติดังกล่าวส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง ลูกค้า ผู้บริโภค ผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ รวมทั้งชุมชนและสาธารณชน สุดท้ายสามารถสะท้อนถึงผลการดำเนินงานของบริษัทได้เป็นอย่างดี ซึ่งองค์กรควรให้ความสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม บรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจ มากกว่าเพิกเฉยต่อการดำเนินกิจกรรมดังกล่าว

สรุปผลการวิจัย

ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับจรรยาบรรณทางธุรกิจในทิศทางเดียวกัน และบรรษัทภิบาลมีความสัมพันธ์กับจรรยาบรรณทางธุรกิจในทิศทางเดียวกัน โดยจรรยาบรรณทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับบรรษัทภิบาลมากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคมในทิศทางเดียวกัน และความรับผิดชอบต่อสังคม และจรรยาบรรณทางธุรกิจมีผลต่อ

ผลตอบแทนจากการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ที่สนับสนุนทุนวิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

บรรณานุกรม

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ศูนย์พัฒนาการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน. 15 กรกฎาคม 2550. **หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2549** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: http://www.set.or.th/th/regulations/cg/center__p1.html
- “มอง CSR ผ่านสายตา “ฟิลิป คอตเลอร์.” 4 กรกฎาคม 2548. **ประชาชาติธุรกิจ** [หนังสือพิมพ์ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2005q3/article2005july04p5.html>
- มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย. สถาบันไทยพัฒนา. 10 มิถุนายน 2550. **ซีเอสอาร์คืออะไร** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: http://thaicsr.blogspot.com/2006/03/blog-post__20.html
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. 4 กรกฎาคม 2550. **ความสำคัญในการทำ CSR (ตอนที่ 1-2)** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.csri.or.th/knowledge/csr/190>
- หอการค้าไทย. 20 พฤศจิกายน 2549. **จรรยาบรรณคือหัวใจสร้างธุรกิจไทยให้มั่นคง** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: http://www.ftqm.or.th/files/information2-04__01.pdf

- Barnett, Michael L. 2007. "Stakeholder Influence Capacity and the Variability of Financial Returns to Corporate Social Responsibility." **Academy of Management Review** 32, 3: 794-816.
- Kotler, Philip, and Lee, Nancy. 2005. **Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause**. Hoboken, NJ: Wiley.
- Mackey, Alison, Mackey, Tyson B., and Barney, Jay B. 2007. "Corporate Social Responsibility and Firm Performance: Investor Preferences and Corporate Strategies." **Academy of Management Review** 32, 3: 817-835.
- McWilliams, A., and Siegel, D. 2001. "Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective." **Academy of Management Review** 26: 117-127.
- Orlitzky, M., Schmidt, F., and Rynes, S. 2003. "Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis." **Organization Studies** 24: 403-441.
- The UN Global Compact Office. 2007, July 12. **Overview of the UN Global Compact** [Online]. Available: <http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>
- Waddock, S.A., and Graves, S.B. 1997. "Quality of Management and Quality of Stakeholder Relations: Are they Synonymous?" **Business & Society** 36, 3: 250-279.



Dr. Phusit Wonglorsaichon received his Doctor of Business Administration Degree from Nova Southeastern University, Florida, U.S.A. He is currently a full-time lecturer for International Business Major, School of Business, University of the Thai Chamber of Commerce. His researches focus on International Business, Service Quality Management, and Family Business.