

การศึกษาความสัมพันธ์เชิงพยากรณ์ระหว่างคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรกับความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย

THE STUDY OF THE PREDICTIVE RELATIONSHIP BETWEEN CORPORATE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND CORPORATE ECONOMIC SUSTAINABILITY OF THAI FIRMS

อำพล ชะโยมชัย

Ampol Chayomchai

บริษัท ไดมอนด์ วี มิลล์, อินคอร์ปอเรทีด – สาขาประเทศไทย

Diamond V Mills, Incorporated – Thailand Office

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ทดสอบความสัมพันธ์เชิงพยากรณ์ระหว่างคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรกับความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นค่าเฉลี่ยข้อมูล 3 ปีใน พ.ศ. 2555-2557 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 402 องค์กร ประกอบด้วย 8 หมวดอุตสาหกรรม ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยวิธี Partial Least Squares ผู้วิจัยได้พัฒนาตัวแปรใหม่เชิงปริมาณเพื่อใช้วัดปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กร ผลการวิจัยพบว่า (1) ตลาดทุนมีความสามารถในการทำกำไรที่ดี โดยพิจารณาจากอัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้นและอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์ทั้งหมดมีค่าเป็นบวก (2) บริษัทในตลาดหลักทรัพย์มีการดำเนินงานด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อมไม่สูงนัก (3) ตัวแปรแฝงของงานวิจัยมีความตรงเชิงสอดคล้อง ($AVE > 0.5$) ส่วนการตรวจสอบโมเดลการวัดด้วยการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือพบว่า อยู่ในระดับยอมรับได้ (Cronbach's $\alpha > 0.7$) (4) คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ (สัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.324) และคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรสามารถอธิบายความแปรปรวนของความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรได้ร้อยละ 10.5 และ (5) ตัวแปรที่สำคัญของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรมี 8 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนความร่วมมือ/โครงการกับองค์กรอื่น การระดมทุนสังคม/ความยั่งยืนในสารจากประธานกรรมการ การส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม การจัดทำรายงานทางด้านสังคม/สิ่งแวดล้อม/ความยั่งยืน จำนวนช่องทางในการให้ข้อมูลกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การมีพันธกิจเพื่อสังคมในแผนกลยุทธ์หรือเป้าหมายทางธุรกิจ จำนวนกิจกรรมเกี่ยวกับสังคมหรือสิ่งแวดล้อม และอันดับบรรษัทภิบาล

คำสำคัญ: ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กร ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย Partial Least Squares

Corresponding Author

E-mail: ampolmarketing@gmail.com

Abstract

This research examined the predictive relationship between corporate social entrepreneurship and corporate economic sustainability of the Stock Exchange of Thailand. The 3-year average data for 2012 to 2014 of 402 listed companies in all 8 sectors of Stock Exchange of Thailand (SET) was used in the analysis. Descriptive statistics and Partial Least Squares regression analysis were performed. The new quantitative variables for corporate social entrepreneurship of this study were developed. The results showed that (1) capital market had good profitability based on return on equity and return on assets were positive, (2) the social or environmental operation of companies in the stock market was not high, (3) the latent variables of this research had convergent validity ($AVE > 0.5$) while measurement model assessment by reliability analysis was acceptable (Cronbach's $\alpha > 0.7$), (4) corporate social entrepreneurship had positive significant effect on corporate economic sustainability (path coefficient = 0.324) and 10.5% of total variance of corporate economic sustainability was predicted by corporate social entrepreneurship, and (5) the important variables of corporate social entrepreneurship consisted of 8 variables included numbers of a collaboration with other parties, identifying societal orientation or sustainability orientation on president's letter, promoting employees to participate in social/environmental activities, having a social/environmental/sustainability report, numbers of the information channel for stakeholders, having a social mission in strategic plan or business goal, numbers of social/environmental activities, and corporate governance rating.

Keywords: Corporate Economic Sustainability, Corporate Social Entrepreneurship, Stock Exchange of Thailand, Partial Least Squares

บทนำ

ความยั่งยืน (Sustainability) ถือเป็นประเด็นที่มีความสำคัญในปัจจุบัน เนื่องจากการเกิดปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (Pandey, 2014) สังคมทั่วไปมองว่าภาคธุรกิจมุ่งสร้างผลกำไรโดยไม่ใส่ใจผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการขาดจริยธรรมในการทำธุรกิจผลที่ตามมาคือ องค์กรธุรกิจอาจไม่สามารถอยู่รอดหรือเกิดความยั่งยืนขององค์กรได้ หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคมไม่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น ภาคธุรกิจที่ถือเป็นส่วนหนึ่งของสังคมจำเป็นต้องมีส่วนร่วมในการจัดการปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนอกจากจะส่งผลดีต่อภาพรวมแล้วยังส่งผลดีต่อความยั่งยืนขององค์กรอีกด้วย

(Pandey, 2014; Saul, 2011) ในอดีตที่ผ่านมาพบว่าภาคธุรกิจใช้กิจกรรมทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อตอบสนองข้อเรียกร้องของสังคมและใช้กิจกรรมดังกล่าวในการสร้างภาพลักษณ์องค์กร เช่น การบริจาค การช่วยเหลือบรรเทาทุกข์ งานจิตอาสา เป็นต้น แต่พบว่ากิจกรรมส่วนใหญ่ไม่ได้มุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง (Saul, 2011) องค์กรธุรกิจสมัยใหม่ได้นำแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนเข้ามาใช้ในองค์กร ทำให้ธุรกิจคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ มากขึ้น (McPhee, 2014; Savitz, 2013) รวมถึงเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ (Mitchell, 2012) การศึกษาด้านคุณลักษณะ

ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กรพบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรมีความสำคัญต่อแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนทั้งในองค์กรธุรกิจภาครัฐ และองค์กรไม่หวังกำไร (Hadad & Gauca, 2014; Hervieux, Gedajlovic & Turcotte, 2010; Savitz, 2013) คุณลักษณะดังกล่าวมุ่งหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยการสร้างประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (Szekely & Strebels, 2013)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาและทดสอบความสัมพันธ์เชิงพยากรณ์ของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรกับความยั่งยืนขององค์กร โดยมุ่งเน้นเฉพาะความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ และศึกษาจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากเป็นแหล่งระดมทุนขนาดใหญ่ของประเทศไทย อีกทั้งยังมีนโยบายส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนเข้าร่วมในการพัฒนาความยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงพยากรณ์ระหว่างคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรกับความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดความยั่งยืนขององค์กร

ความยั่งยืนตามความหมายของ Dow Jones Sustainability Index (DJSI) คือ การดำเนินงานเพื่อสร้างมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาวด้วยการใช้ประโยชน์จากโอกาสของการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Stanley, 2012) องค์กรธุรกิจจำเป็นที่จะต้องปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงภายนอกองค์กร ทั้งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการปรับเปลี่ยนความต้องการของผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบใหม่ของภาครัฐ โดยเฉพาะกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

กับสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (Joseph, 2013; Savitz, 2013) งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์มุ่งเติบโตอย่างยั่งยืนสามารถสร้างประโยชน์ทั้งด้านการตลาดและการลดต้นทุนของธุรกิจ รวมถึงการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น (Mathew & Rajan, 2013) จากการทบทวนงานวิจัยต่างๆ พบว่า งานวิจัยหลายงานใช้ตัวชี้วัดทางการเงินในการวัดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร เช่น การเติบโตของรายได้ อัตราส่วนกำไรต่อส่วนผู้ถือหุ้น อัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์ทั้งหมด อัตรากำไรสุทธิ เป็นต้น (Dave et al., 2013; Movassaghi & Bramhandkar, 2012; Rahman & Mazlan, 2014; Siew, Balatbat & Carmichael, 2013; Siminica, Craciun & Dinu, 2015) งานวิจัยครั้งนี้เลือกใช้ตัวแปรอัตราส่วนกำไรต่อส่วนผู้ถือหุ้น (Return On Equity-ROE) และอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์ทั้งหมด (Return On Assets-ROA) ในการวัดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรตามงานวิจัยที่มีการศึกษามาก่อนหน้า ดังที่กล่าวมาข้างต้น

คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กร

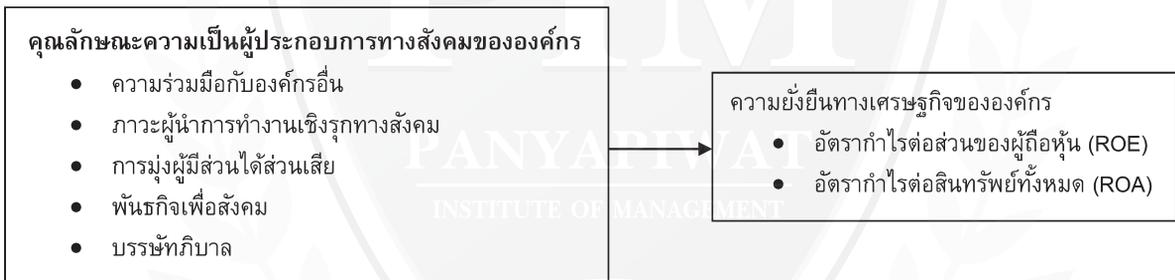
องค์กรธุรกิจที่ดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายทั้งเพื่อสังคมและเพื่อผลประโยชน์ที่สัมพันธ์กันของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กร (Crisan & Borza, 2012; Jiao, 2011; Savitz, 2013) การแสวงหาวิธีการที่จะแก้ไขปัญหาสังคมอย่างยั่งยืนมักเชื่อมโยงอยู่กับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม โดยเริ่มต้นจากการที่องค์กรมีพันธกิจเพื่อสังคม (Crisan & Borza, 2012; Hervieux, Gedajlovic & Turcotte, 2010) งานวิจัยของ Jackson (2014) ได้ศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรพบว่าประกอบด้วยหลายปัจจัย ได้แก่ การมุ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การทำงานเชิงรุกทางสังคม บรรษัทภิบาล และความโปร่งใส รวมถึงการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร ด้าน Crisan & Borza (2012) ได้อธิบายถึงความร่วมมือระหว่างกันขององค์กร

ต่างๆ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในคุณลักษณะผู้ประกอบการทางสังคม งานวิจัยของ Haat, Rahman & Mahenthiran (2008) และงานวิจัยของ Ergin (2012) ได้สรุปว่าบรรษัทภิบาลมีอิทธิพลต่อผลประกอบการขององค์กร นอกจากนี้งานวิจัยของ Gandy (2012) ได้ระบุว่าคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม โดยเฉพาะคุณลักษณะสามประการ ได้แก่ ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพขององค์กร งานวิจัยนี้ได้เลือกปัจจัยที่สำคัญของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรตามที่ได้พบทวนวรรณกรรมไว้ข้างต้น ได้แก่ ความร่วมมือกับองค์กรอื่น ภาวะผู้นำ การทำงานเชิงรุกทางสังคม การมุ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พันธกิจเพื่อสังคม และบรรษัทภิบาล

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder theory)

ทฤษฎีนี้ได้อธิบายถึงองค์กรสมัยใหม่ที่เป็นจะต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก เนื่องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้สามารถเป็นได้ทั้งผู้สนับสนุนและผู้ต่อต้านองค์กรธุรกิจ ดังนั้น องค์กรธุรกิจสมัยใหม่จำเป็นต้องดำเนินงานอย่างเป็นธรรมและสร้างผลประกอบการที่ดีเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้ถือหุ้นพนักงาน คู่ค้า และนักลงทุน และยังคงใส่ใจในประเด็นทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นให้ความสนใจด้วย (Miles, 2012)

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น สรุปเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งฐานข้อมูลที่ใช้หลักของข้อมูลวิจัยคือ ฐานข้อมูล SETSMART และข้อมูลจากเว็บ www.settrade.com

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย 8 หมวดอุตสาหกรรม ได้แก่ หมวดเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค หมวดสินค้าอุตสาหกรรม

หมวดอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง หมวดทรัพยากร หมวดเทคโนโลยี หมวดบริการ และหมวดธุรกิจการเงิน การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ข้อมูลตัดขวาง (Cross-sectional data) เป็นค่าเฉลี่ยของข้อมูล 3 ปี (พ.ศ. 2555-2557) จำนวน 402 บริษัท

ตัวแปรที่ศึกษา

ผู้วิจัยได้พัฒนาตัวแปรเชิงปริมาณเพื่อใช้วัดปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กร และได้ผ่านการประเมินความเหมาะสมของตัวแปรจากผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญทางการเงินในตลาดหลักทรัพย์ ดังแสดงในตารางที่ 1 ส่วนตัวแปรตามความยั่งยืนทาง

เศรษฐกิจขององค์กร ผู้วิจัยเลือกใช้ตัวแปร 2 ตัว ได้แก่ อัตราส่วนกำไรต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) โดยแบ่งเป็น 7 ระดับ (Categories) ตามเกณฑ์ของ Thompson (2011) (แสดงเกณฑ์ไว้ในตารางที่ 2) เนื่องจากลดปัญหาที่เกิดจากเงื่อนไขเบื้องต้นของการวิเคราะห์สมการถดถอย

เช่น การกระจายตัวของข้อมูลไม่เป็นแบบปกติ เป็นต้น และอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์ทั้งหมด (ROA) ซึ่งผู้วิจัยแบ่งเป็น 5 ระดับ ในลักษณะเดียวกัน (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 ตัวแปรที่ใช้วัดคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กร

ปัจจัย	ตัวแปร	สัญลักษณ์	อ้างอิง
ความร่วมมือกับองค์กรอื่น	จำนวนความร่วมมือหรือโครงการกับองค์กรอื่น	COLL	Siminica, Craciun & Dinu (2015)
ภาวะผู้นำ	การระบุการมุ่งสังคม/ความยั่งยืนในสารจากประธานกรรมการ	LETTER	Siminica, Craciun & Dinu (2015)
การทำงานเชิงรุกทางสังคม	การมีกิจกรรมส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม	PROMO	Movassaghi & Bramhandkar (2012), Siminica, Craciun & Dinu (2015)
	การมีการจัดทำรายงานทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม หรือความยั่งยืน	REPORT	Aggarwal (2013), Siminica, Craciun & Dinu (2015)
การมุ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	จำนวนช่องทางในการให้ข้อมูลกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	STAKE	Jackson (2014), Siew, Balatbat & Carmichael (2013)
	อัตราเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้น	DIV	Siew, Balatbat & Carmichael (2013)
	จำนวนครั้งในการนำเสนอข้อมูลที่ตลาดหลักทรัพย์ต่อปี	OPP	Michelon (2011), Siew, Balatbat & Carmichael (2013)
พันธกิจเพื่อสังคม	การมีพันธกิจเพื่อสังคมในแผนกลยุทธ์หรือเป้าหมายทางธุรกิจ	MISSION	Jackson (2014), Siminica, Craciun & Dinu (2015)
	จำนวนกิจกรรม/โครงการเกี่ยวกับสังคมหรือสิ่งแวดล้อม	ACT	Movassaghi & Bramhandkar (2012)
บรรษัทภิบาล	อันดับบรรษัทภิบาล	CGR	Ergin (2012), Movassaghi & Bramhandkar (2012)
	สัดส่วนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร	IND	Vintila & Gherghina (2012)
	การแยกตำแหน่งประธานกรรมการออกจากตำแหน่งประธานบริหาร	DUAL	Haat, Rahman & Mahenthiran (2008), Lipunga (2014)

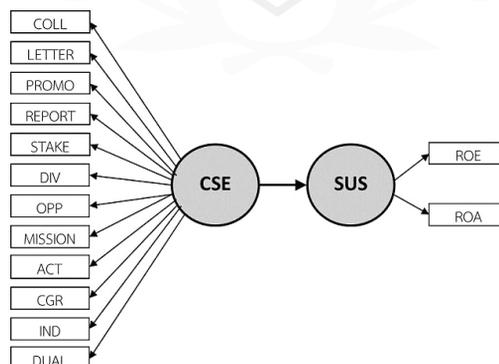
ตารางที่ 2 ตัวแปรที่ใช้วัดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร

ตัวแปร	การแบ่งระดับ (Categories)	คะแนน	รายละเอียด
อัตราส่วนกำไรต่อส่วน ผู้ถือหุ้น (ROE)	7 ระดับ	-3	ROE เท่ากับหรือน้อยกว่า -21 %
		-2	ROE -11.0 % ถึง -20.9 %
		-1	ROE -1.0 % ถึง -10.9 %
		0	ROE 0.9 % ถึง -0.9 %
		1	ROE 1.0 % ถึง 10.9 %
		2	ROE 11.0 % ถึง 20.9 %
		3	ROE เท่ากับหรือมากกว่า 21 %
อัตราส่วนกำไรต่อ สินทรัพย์ทั้งหมด (ROA)	5 ระดับ	-2	ROA เท่ากับหรือน้อยกว่า -11 %
		-1	ROA -1.0 % ถึง -10.9 %
		0	ROA 0.9 % ถึง -0.9 %
		1	ROA 1.0 % ถึง 10.9 %
		2	ROA เท่ากับหรือมากกว่า 11 %

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยใช้การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานและการวิเคราะห์ถดถอยวิธี Partial Least Squares (PLS regression) เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของข้อมูลและตัวแปรที่นำมาศึกษา โดยวิธีการนี้ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม และการศึกษามุ่งเน้น

ศึกษาอิทธิพลของตัวแปรหรือความสัมพันธ์เชิงพยากรณ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม งานวิจัยใช้ตัวแปรแฝง CSE แทนคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรและตัวแปรแฝง SUS แทนความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร ดังนั้นจึงได้ตัวแบบในการศึกษาตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ตัวแบบที่ใช้ในการศึกษา

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน

ผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 3 โดยตัวแปรที่น่าสนใจคือ อัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์ทั้งหมด (ROA) มีค่าเป็นบวก ซึ่งถือว่าตลาดหุ้นยังมีความสามารถในการทำกำไรที่ดี แต่พบว่า บริษัทในตลาดหลักทรัพย์มีแนวโน้มนโยบายหรือการดำเนินงานด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อมยังไม่สูงนัก เพราะมีจำนวนบริษัทที่มีการระบุการมุ่งดำเนินงานด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อม (LETTER) เฉลี่ยเพียงร้อยละ 39 มีพันธกิจด้านนี้ (MISSION) เฉลี่ยเพียงร้อยละ 43 การจัดทำรายงานด้านนี้ (REPORT) ยังน้อย เฉลี่ยเพียงร้อยละ 20 ของทั้งตลาดหลักทรัพย์ การส่งเสริมพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม (PROMO) ยังน้อย เฉลี่ยเพียงร้อยละ 30 ของทั้งตลาดหลักทรัพย์ การให้ข้อมูลที่ตลาดหลักทรัพย์ (OPP) ยังไม่มากคือ เฉลี่ยเพียง 0.69 ครั้งต่อปี ความร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ (COLL) ยังไม่มากนัก เฉลี่ยเพียง 1.72 ของกลุ่มความร่วมมือ ส่วนจำนวนกิจกรรม/โครงการด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อม (ACT) ถือว่าค่อนข้างดีคือ เฉลี่ย 1.12 กิจกรรมต่อบริษัท จำนวนช่องทางทำให้ข้อมูลกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (STAKE) ก็ถือว่าดี เพราะมีค่าเฉลี่ย 4.67 ช่องทางต่อบริษัท และยังพบว่า อัตราเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้น (DIV) ก็ถือว่าค่อนข้างดีเช่นกันคือ เฉลี่ยจ่ายปันผลร้อยละ 2.92 ด้านบริษัทภิบาลพบว่า อันดับบริษัทภิบาล (CGR) เฉลี่ยค่อนข้างดี ร้อยละของกรรมการอิสระต่อกรรมการทั้งหมด (IND) ไม่สูงเกินไป และส่วนมากบริษัทแยกตำแหน่งประธานกรรมการออกจากประธานบริหาร (DUAL)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน

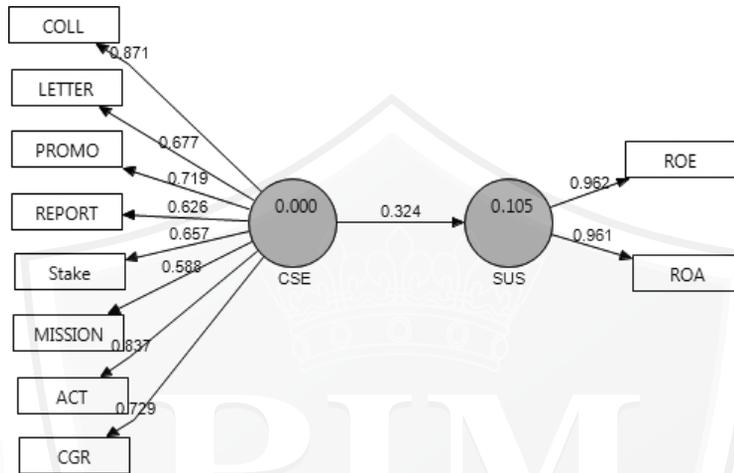
Variables	Mean	Std. Deviation
ROE	1.31	1.46
ROA	1.08	0.92
COLL	1.72	1.26
LETTER	0.39	0.49
ACT	1.12	0.77
REPORT	0.20	0.40
STAKE	4.67	1.48
DIV	2.92	2.27
OPP	0.69	1.26
MISSION	0.43	0.50
PROMO	0.30	0.46
CGR	1.24	1.02
IND	0.38	0.12
DUAL	0.25	0.43

ผลการวิเคราะห์ PLS regression

การวิเคราะห์เบื้องต้นใช้เกณฑ์ในการประเมินตัวแปรและตัวแบบ ได้แก่ (1) ความตรงเชิงสอดคล้อง (Convergent validity) โดยประเมินจากค่า Average Variance Extracted (AVE) ของตัวแปรแฝง ต้องมีค่าสูงกว่า 0.5 (2) การประเมินความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct reliability) โดยดูจากค่า CR เป็นการประเมินความสอดคล้องภายในของตัวแปร (Internal consistency) ต้องมีค่ามากกว่า 0.7 (3) ค่า Cronbach's alpha ใช้ตรวจสอบโมเดลการวัด (measurement model) ต้องมีค่ามากกว่า 0.7 จึงจะถือว่ามีความสอดคล้องภายในของตัวแปรอยู่ในระดับยอมรับได้ (Hair et al., 2014; Ufere, Uche & Alias, 2016)

เมื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติของตัวแบบเบื้องต้นพบว่า ค่า loading ของตัวแปรบางตัวมีค่าต่ำกว่า 0.5 ได้แก่ ตัวแปร DIV มีค่า loading = 0.397 ตัวแปร DUAL มีค่า loading = -0.137 ตัวแปร IND มีค่า loading = 0.248 และตัวแปร OPP มีค่า loading = 0.432 ส่งผล

ต่อค่า AVE ของตัวแปร CSE ต่ำกว่า 0.5 ซึ่งไม่ผ่านเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงปรับตัวแบบใหม่ โดยตัดตัวแปรดังกล่าวออกจากตัวแบบ แล้วทำการวิเคราะห์ทางสถิติใหม่ จนได้ตัวแบบสุดท้ายตามภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ PLS regression ของความสัมพันธ์เชิงพยากรณ์ของตัวแบบ

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ข้อมูลมีความตรงเชิงสอดคล้อง มีค่า AVE ของตัวแปรแฝงทั้งสองตัวมีค่าสูงกว่า 0.5 การประเมินความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง โดยดูจากค่า CR พบว่า ผ่านเกณฑ์เนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.7 ส่วนค่า Cronbach's alpha ที่ใช้ตรวจสอบโมเดลการวัดพบว่ามีค่ามากกว่า 0.7 ซึ่งถือว่ามีความสอดคล้องภายในของตัวแปรในระดับยอมรับได้

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ PLS regression

Var.	AVE	Composite Reliability (CR)	Cronbach's alpha
CSE	0.517	0.8939	0.8643
SUS	0.924	0.9605	0.9178

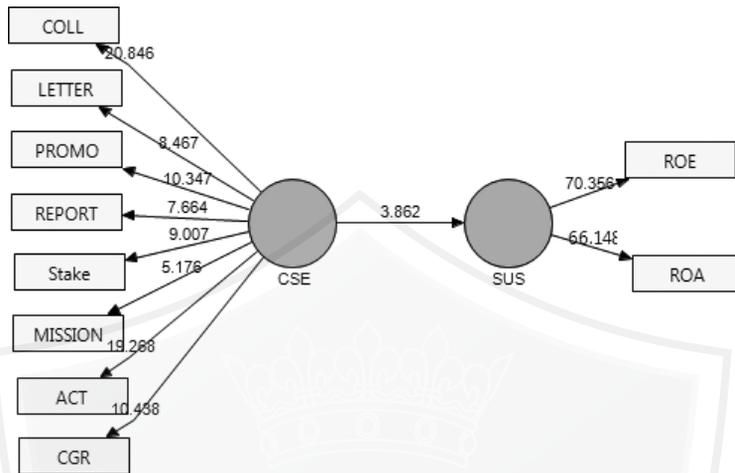
จากตัวแบบในภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงพยากรณ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coef-

ficient) มีค่าเป็นบวกเท่ากับ 0.324 และได้ค่าความเชื่อมั่น (R^2) ที่แสดงถึงความสามารถของตัวแปรต้นในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม เท่ากับ 0.105 แสดงถึงคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรสามารถอธิบายความแปรปรวนของความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรได้ร้อยละ 10.5 ซึ่งถือว่าความสัมพันธ์เชิงพยากรณ์ของตัวแบบไม่สูงนัก (Garson, 2016) เมื่อวิเคราะห์ตัวแปรต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝง CSE ด้วยค่า loading ที่แสดงถึงน้ำหนักของความสัมพันธ์หรืออิทธิพลของตัวแปรที่มีต่อตัวแปรแฝง ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรที่มีค่า loading สูงหรือมีอิทธิพลสูง (ค่า loading เกิน 0.7) ได้แก่ ตัวแปร COLL มีค่า loading = 0.871 ตัวแปร ACT มีค่า loading = 0.837 ตัวแปร CGR มีค่า loading = 0.729 และตัวแปร PROMO มีค่า loading = 0.719 หมายความว่า ตัวแปรเหล่านี้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อตัวแปร CSE อย่างมาก ส่วนตัวแปรแฝง SUS พบว่า ตัวแปร ROE และ ROA มีอิทธิพลสูงมากต่อ

ตัวแปรแฝง SUS โดยมีค่า loading เท่ากับ 0.962 และ 0.962 ตามลำดับ

เมื่อทำการวิเคราะห์ Bootstrap ด้วยขนาดตัวอย่าง

500 ตัวอย่าง ผลวิเคราะห์แสดงดังภาพที่ 4 พบว่า ค่าสถิติ t มีค่าเท่ากับ 3.862 ซึ่งมากกว่า 1.96 แสดงว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ภาพที่ 4 ผลการวิเคราะห์จากการทำ Bootstrap

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้ทดสอบความสัมพันธ์เชิงพยากรณ์ระหว่างคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรกับความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย ประชากรที่ใช้คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 402 บริษัท ใช้ข้อมูลค่าเฉลี่ย 3 ปี ในปี พ.ศ. 2555-2557 โดยผู้วิจัยได้พัฒนาตัวแปรเชิงปริมาณขึ้นใหม่เพื่อใช้วัดคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กร ส่วนตัวแปรความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร งานวิจัยใช้อัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้นและอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์ทั้งหมดในลักษณะแบ่งเป็นระดับคะแนนในการวัดผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานพบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความสามารถในการทำกำไรค่อนข้างดี แต่การมุ่งนโยบายและดำเนินงานทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมยังไม่สูงมากนัก มีเพียงด้านบรรษัทภิบาลที่อยู่ในเกณฑ์ดี รวมถึงจำนวนช่องทางการให้ข้อมูลกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและอัตราเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้นที่ค่อนข้างดีเช่นกัน

ผลการวิเคราะห์ถดถอยวิธี PLS และวิเคราะห์ Bootstrap พบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ โดยตัวแปรที่มีความสำคัญและเป็นส่วนประกอบสำคัญในปัจจุบัน คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรมี 8 ตัวแปร ได้แก่ (1) จำนวนความร่วมมือหรือโครงการกับองค์กรอื่น (2) การระดมทุนสังคม/ความยั่งยืนในสารจากประธานกรรมการ (3) การมีการส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม (4) การมีการจัดทำรายงานทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม หรือความยั่งยืน (5) จำนวนช่องทางในการให้ข้อมูลกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (6) การมีพันธกิจเพื่อสังคมในแผนกลยุทธ์หรือเป้าหมายทางธุรกิจ (7) จำนวนกิจกรรม/โครงการเกี่ยวกับสังคมหรือสิ่งแวดล้อม และ (8) อันดับบรรษัทภิบาล ผลการวิจัยแสดงว่า บริษัทที่มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรทั้ง 8 ประการย่อมส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจที่วัดจากอัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้นและอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์

ทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับ Joseph (2013) และ Savitz (2013) ที่ระบุว่า องค์กรธุรกิจต้องปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เติบโตอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับ Jiao (2011) และ Savitz (2013) ที่ระบุถึงองค์กรที่มุ่งดำเนินงานทั้งเพื่อสังคมและผลประโยชน์ มักพบคุณลักษณะผู้ประกอบการทางสังคม รวมถึงสอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ให้แนวทางว่า องค์กรสมัยใหม่ต้องดำเนินงานอย่างเป็นธรรมและตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย (Miles, 2012)

ดังนั้นองค์กรธุรกิจที่มุ่งความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ควรมีนโยบาย กลยุทธ์ และแนวปฏิบัติที่ส่งเสริมและสนับสนุนคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรทั้ง 8 ประการ เช่น ผู้นำในองค์กรควรระบุแนวนโยบายด้านสังคม สิ่งแวดล้อม หรือความยั่งยืนให้ชัดเจน และกำหนดเป็นพันธกิจในแผนกลยุทธ์หรือในเป้าหมายทางธุรกิจ รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ และส่งเสริมพนักงานในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม อีกทั้งการมุ่งเน้นบรรษัทภิบาลอย่างชัดเจนจนได้รับคะแนนการจัดอันดับบรรษัทภิบาล (CG rating) ก็มีส่วนสำคัญต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรเช่นกัน

References

- Aggarwal, P. (2013). Sustainability reporting and its impact on corporate financial performance: A literature review. *Indian Journal of Commerce & Management Studies*, 4(3), 51-59.
- Crisan, C. M. & Borza, A. (2012). Social entrepreneurship and corporate social responsibilities. *International Business Research*, 5(2), 106-113.
- Dave, P., Wadhwa, V., Aggarwai, S. & Seetharaman, A. (2013). The impact of research and development on the financial sustainability of information technology (IT) companies listed on the S&P500 index. *Journal of Sustainability Development*, 6(11), 123-138.
- Ergin, E. (2012). Corporate governance ratings and market-based financial performance: Evidence from Turkey. *International Journal of Economics and Finance*, 4(9), 61-68.

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการกำหนดเป็นนโยบายหรือส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนมุ่งความยั่งยืนทางเศรษฐกิจได้ โดยใช้คุณลักษณะผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรทั้ง 8 ประการเป็นแนวทางในการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน

2. บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มุ่งความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ควรกำหนดเป้าหมาย นโยบาย พันธกิจ และการดำเนินงานขององค์กรให้สอดคล้องกับคุณลักษณะผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กร เช่น การร่วมมือกับองค์กรอื่น การทำกิจกรรมทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมพนักงานให้ร่วมทำกิจกรรมทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม และการมุ่งการดำเนินงานด้านบรรษัทภิบาล เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากค่าความเชื่อมั่น (R^2) มีค่าต่ำ อาจเป็นข้อจำกัดในการใช้ตัวแบบ ดังนั้นควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมในงานวิจัยในอนาคต
2. เสนอแนะให้ศึกษาเพิ่มเติมด้วยการศึกษาแบบแยกรายอุตสาหกรรมและเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระหว่างแต่ละอุตสาหกรรมในงานวิจัยในอนาคต

- Esposito Vinzi, V. (2007). *The PLS Approach to Data Exploration and Modeling: An everlasting matter of dispute or a playground for integrating different cultures?* In PLS and Related Methods: Proceedings of the PLS'07 International Symposium (H. Martens, T. Naes and M. Martens, Eds.). Matforsk, As, Norway, 8–11.
- Gandy, J. D. (2012). *The relationship between social entrepreneurship and organizational effectiveness* (Doctoral dissertation). Texas, US: Dallas Baptist University.
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. US: Statistical Associates Publishing.
- Haat, M. H. C., Rahman, R. A. & Mahenthiran, S. (2008). Corporate governance, transparency and performance of Malaysian companies. *Managerial Auditing Journal*, 23(8), 744-778.
- Hadad, S. & Gauca, O. (2014). Social impact measurement in social entrepreneurship organizations. *Management & Marketing: Challenges for the Knowledge Society*, 9(2), 119-136.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). US: Pearson Education.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). California: SAGE Publications.
- Henseler, J., Hubona, G. & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.
- Hervieux, C., Gedajlovic, E. & Turcotte, M. B. (2010). The legitimization of social entrepreneurship. *Journal of Enterprise Communities: People, and Places in the Global Economy*, 4(1), 37-67.
- Jackson, C. A. (2014). *Corporate social responsibility training: Exploring the antecedents to corporate social entrepreneurship* (Doctoral dissertation). Kansas, US: Kansas State University.
- Jiao, H. (2011). A conceptual model for social entrepreneurship directed toward social impact on society. *Social Enterprise Journal*, 7(2), 130-149.
- Joseph, C. (2013). Understanding sustainable development concept in Malaysia. *Social Responsibility Journal*, 9(3), 441-453.
- Lipunga, A. M. (2014). Corporate governance practices in commercial banking sector of Malawi: Evidence from annual reports. *Journal of Applied Finance & Banking*, 4(5), 115-133.
- Mathew, S. K. & Rajan, T. (2013). Sustainability as an imperative and an opportunity: The case of Infosys Limited. *Emerald Emerging Markets Case Studies*, 3(2), 1-16.
- McPhee, W. (2014). A new sustainability model: Engaging the entire firm. *Journal of Business Strategy*, 35(2), 4-12.
- Michelon, G. (2011). Sustainability disclosure and reputation: A comparative study. *Corporate Reputation Review*, 14(2), 79-96.

- Miles, J. A. (2012). *Management and Organization Theory: A Jossey-Bass reader*. San Francisco: John Wiley & Sons.
- Mitchell, S. F. (2012). *An empirical investigation: How small to mid-sized enterprises use innovation on the path toward ecological sustainability* (Doctoral dissertation). New Hampshire, US: University of New Hampshire.
- Movassaghi, H. & Bramhandkar, A. (2012). Sustainability strategies of leading global firms and their financial performance: A comparative case based analysis. *Journal of Applied Business and Economics*, 13(5), 21-34.
- Pandey, C. L. (2014). The limits of climate change agreements: From past to present. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 6(4), 376-390.
- Rahman, M. A. & Mazlan, A. R. (2014). Determinants of financial sustainability of microfinance institutions in Bangladesh. *International Journal of Economics and Finance*, 6(9), 107-116.
- Savitz, A. W. (2013). *Talent, transformation, and the triple bottom line: How companies can leverage human resources to achieve sustainable growth*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Siew, R. Y. J., Balatbat, M. C. A. & Carmichael, D. G. (2013). The relationship between sustainability practices and financial performance of construction companies. *Smart and Sustainable Built Environment*, 2(1), 6-27.
- Siminica, M., Craciun, L. & Dinu, A. (2015). The impact of corporate sustainability strategies on the financial performance of Romanian companies in the context of green marketing. *Amfiteatru Economic*, 17(40), 994-1010.
- Stanley, S. (2012). *The Evolution of Sustainability: A Public Relations and Business Argument* (Master's Thesis). California, US: University of Southern California.
- Saul, P. (2011). *Social innovation Inc.: 5 strategies for driving business growth through social change*. USA: HB Printing.
- Szekely, F. & Strebels, H. (2013). Incremental, radical and game-changing: Strategic innovation for sustainability. *Corporate Governance*, 13(5), 467-481.
- Thompson, B. A. (2011). *Evaluation of Factors on Financial Performance of the North American Cable Industry*. Doctoral dissertation, Northcentral University.
- Ufere, K. J., Uche, A. G. & Alias, B. B. (2016). Social determinants of voluntary carbon information disclosure in the real estate sector of Malaysia. *Studia Ubb Negotia*, LXI, 3, 69-83.
- Vintila, G. & Gherghina, S. C. (2012). An empirical examination of the relationship between corporate governance ratings and listed companies' performance. *International Journal of Business and Management*, 7(22), 46-61.



Name and Surname: Ampol Chayomchai

Highest Education: Doctor of Business Administration, Dhurakij Pundit University

University or Agency: Diamond V Mills, Incorporated – Thailand

Field of Expertise: Strategic Management, Marketing Management

Address: 55/140 Bankluay-sainoi Rd., Pimonrach, Bangbuathong, Nonthaburi 11110

