

การสังเคราะห์แนวคิดเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ความรับผิดชอบต่อสังคมและการรายงานบัญชีเพื่อความยั่งยืน

สุรัชดา เชิดบุญเมือง^{1*}, มัทธกร เปลี้นสมัย², ณัฐชญา เชิดบุญเมือง³

¹คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

²คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

³นักวิจัยอิสระ

Received: 15 July 2025

Revised: 29 October 2025

Accepted: 21 November 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร โดยทบทวนและสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูลวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ แสดงการสังเคราะห์แนวคิดเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ในรูปแบบต่างๆ ด้วยกระบวนการเชิงระบบของการจัดกิจกรรม ใน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลลัพธ์ (Output) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สังเคราะห์แนวคิดในการพัฒนาเครื่องมือสำหรับจัดกิจกรรม CSR ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร 2) เพื่อถอดบทเรียนแนวปฏิบัติที่ดีของการจัดการในลำดับขั้นตอนจัดกิจกรรม CSR ให้สอดคล้องกับทิศทางขององค์กร และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการรายงานผลของกิจกรรม CSR ที่สอดคล้องกับการเปิดเผยข้อมูล ESG ในการบัญชีเพื่อความยั่งยืน ผลการศึกษา พบว่า 1) การสังเคราะห์แนวคิดจะสามารถกำหนดลักษณะของกิจกรรมอย่างมีแบบแผนสร้างขอบเขตของกิจกรรม นำไปสู่การทำกิจกรรมที่ถูกต้อง ด้วยการออกแบบจากทักษะของผู้ดำเนินงาน 2) การถอดบทเรียนเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานนั้นจะทำให้สามารถเรียงลำดับขั้นตอนการปฏิบัติไปที่เป้าหมายได้อย่างชัดเจนและเหมาะสม และ 3) การรายงานผลทางบัญชีแสดงถึงความเชื่อมโยงโดยตรงกับการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จัดการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG)

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินงานจัดกิจกรรมเพื่อสังคม การจัดทำบัญชีเพื่อความยั่งยืน

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: suradchadache@pim.ac.th

The Synthesis of Concepts for Developing Tools for CSR Activities and Sustainability Accounting Reports

Suradchada Cherdboonmung^{1,*}, Mahatthakorn Plensamai²,
Natchaya Cherdboonmuang³

¹Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

²Faculty of Management Sciences, Ubon Ratchathani University

³Independent Researcher

Received: 15 July 2025

Revised: 29 October 2025

Accepted: 21 November 2025

Abstract

This article is documentary research by reviewing and synthesizing related research from national and international academic journal databases. It presents the synthesis of concepts to develop tools for organizing corporate social responsibility (CSR) activities in various formats through a systematic process of organizing activities in 3 components: input, process, and output. The objectives are: 1) Synthesize concepts in developing tools for organizing CSR activities to be aligned with organizational objectives; 2) To extract lessons from good practices of managing the steps in organizing CSR activities to be aligned with the organization's direction; and 3) To study the guidelines for reporting the results of CSR activities that are consistent with ESG information disclosure in sustainability accounting. The study found that: 1) Concept synthesis can systematically define the nature of activities, establish activity boundaries, and lead to proper implementation by designing them based on the operator's skills. 2) Lessons learned as operational guidelines enable clear and appropriate sequencing of operational steps toward goals. 3) Accounting reporting demonstrates a direct link to socially responsible business practices, managing environmental disclosure under the principles of environmental, social, and governance (ESG).

Keyword: corporate social responsibility, CSR business practices, sustainability accounting report

*Corresponding Author; E-mail: suradchadache@pim.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ได้กลายเป็นหัวข้อสำคัญในแวดวงธุรกิจและอุตสาหกรรมทั่วโลก การพัฒนาอย่างยั่งยืนไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะการสร้างผลกำไรในระยะสั้น แต่ยังรวมถึงการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างผลประโยชน์ระยะยาวโดยไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความเป็นอยู่ของชุมชน ได้แก่ การจัดการน้ำโดยไม่ปล่อยมลพิษทางน้ำจากโรงงานที่มีจุลินทรีย์ทำให้แหล่งน้ำมีสิ่งปนเปื้อนไม่เหมาะกับสัตว์ที่อาศัยอยู่ในน้ำที่อาจสูญพันธุ์ หรือการปล่อยมลพิษทางอากาศจากการเผาไหม้ส่งผลกระทบต่อต้นไม้ และมนุษย์ ในระบบหายใจและผิวหนัง เป็นต้น (Chotithammo, 2022)

กล่าวได้ว่า การดำเนินกิจการต้องมีความชัดเจนในด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจ กรอบแนวคิด และแนวทางปฏิบัติ ด้วยทิศทางในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาวจะต้องครอบคลุมถึงความรับผิดชอบต่อสังคม การเสริมสร้างชุมชน และการสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการจัดการด้วยความโปร่งใส ภายใต้หลักธรรมาภิบาล มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างชัดเจนและตรงไปตรงมา ในการรายงานแสดงความยั่งยืนขององค์กร (Sustainability Accounting) 3 ด้าน ได้แก่ สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือให้กับผู้มีส่วนได้เสียและนักลงทุน

การศึกษาแนวทางในการจัดกิจกรรม CSR และการเปิดเผยข้อมูลทางบัญชีเพื่อความยั่งยืนในครั้งนี้ มีเหตุปัจจัยมาจาก ปัญหาสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลือง โดย Rangaptook (2020) ได้กล่าวถึง 3 กระแสหลักที่ขับเคลื่อนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และผันแปรของโลกอย่างรวดเร็ว ได้แก่ กระแสโลกาภิวัตน์ กระแสการพัฒนาเทคโนโลยี และกระแสความเป็นใหญ่ของเงินทุนที่เปลี่ยนเป็นดิจิทัลมากขึ้น ทำให้เกิดสภาวะปรกติแบบใหม่ของโลก ที่ประกอบด้วย ความผันผวน (volatility) ความไม่แน่นอน (uncertainty) ความสลับซับซ้อน (complexity) และความคลุมเครือ (ambiguity) หรือ VUCA World โดยในช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลง องค์กรต้องเตรียมความพร้อมให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงนี้ จึงต้องเสริมสร้างสมรรถนะ การเป็นพลเมืองดี และการตระหนักรู้ทางสังคมให้บุคลากรในองค์กร

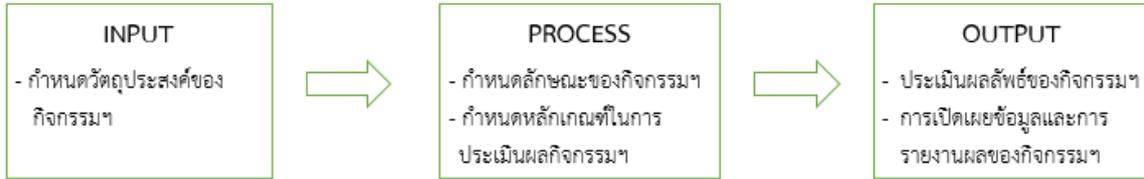
ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จึงได้เชื่อมโยงแนวคิดในกระบวนการ ที่มีความต่อเนื่องกัน และมีความสัมพันธ์กันระหว่างแนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม CSR (Corporate Social Responsibility) ด้วยการนำกรอบ ESG (Environmental, Social, and Governance) ที่มุ่งเน้นพิจารณากิจกรรมเพื่อแสดงผลกระทบเชิงบวกด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ภายใต้หลักธรรมาภิบาล มาเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรม และทำการเปิดเผยข้อมูลเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสังเคราะห์แนวคิดในการพัฒนาเครื่องมือสำหรับจัดกิจกรรม CSR ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร (ปัจจัยนำเข้า: INPUT)
2. เพื่อถอดบทเรียนแนวปฏิบัติที่ดีของการจัดการในลำดับขั้นตอนจัดกิจกรรม CSR ให้สอดคล้องกับทิศทางขององค์กร (กระบวนการ: PROCESS)
3. เพื่อศึกษาแนวทางการรายงานผลของกิจกรรม CSR ที่สอดคล้องกับการเปิดเผยข้อมูล ESG ในการบัญชีเพื่อความยั่งยืน (ผลผลิต: OUTPUT)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การสร้างกรอบแนวคิดผ่านกระบวนการเชิงระบบ จากการศึกษา ทบทวน รวบรวม และสังเคราะห์ เพื่อลำดับขั้นตอนการดำเนินงานในการจัดกิจกรรม CSR ดังแผนภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกระบวนการเชิงระบบ เพื่อกำหนดกิจกรรม CSR นำไปสู่ผลลัพธ์ของการดำเนินการดัดแปลงมาจาก Wiwattanakornwong (2024)

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การศึกษา การสังเคราะห์แนวคิดเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม และการรายงานบัญชีเพื่อความยั่งยืน เป็นการศึกษาเชิงเอกสาร (Documentary Research)

ตัวอย่าง

ตัวอย่าง คือ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ หนังสือ บทความวิจัย และวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ ในฐานข้อมูลวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ (Tongkaew and Pasunon, 2018)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูล (Record form) ผลงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ที่สังเคราะห์ได้จากฐานข้อมูลวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยคัดเลือกเอกสารจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการสังเคราะห์ผลงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม CSR

โดยทั่วไปจะมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการบรรเทาปัญหาหรือประเด็นทางสังคมที่มีมาอย่างยาวนาน เพื่อให้ชุมชนรวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้มีส่วนร่วมในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม วิธีคิด แนวทางปฏิบัติของตนเอง เกิดเป็นคณกลุ่มใหญ่ที่ได้เปลี่ยนแปลงสังคมและชุมชนไปในทิศทางที่เหมาะสม มั่นคง และเข้มแข็งต่อไป โดยกิจการที่จัดกิจกรรมฯ จะวางแผนงาน ด้วยการเรียงลำดับขั้นตอนการดำเนินงานไว้ดังนี้ 1) กำหนดลักษณะของ

กิจกรรมฯ ตามความสามารถและทักษะของบุคลากรในองค์กร 2) กำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรมฯ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมฯ 3) ระบุหลักเกณฑ์ในการประเมินผลของกิจกรรมฯ และ 4) ประเมินผลลัพธ์ของการทำกิจกรรมฯ ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในข้อ 3 ตามลำดับ เครื่องมือในการชี้วัดประสิทธิผลของกิจกรรมถูกกำหนดขึ้นเป็นจำนวนหรือตัวเลข ได้แก่ ค่าสถิติ (Statistics) ค่าร้อยละ (Percentage) อัตราส่วน (Ratio) สัดส่วน (Proportion) ค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นต้น หรืออาจวัดประสิทธิผลจากผลกระทบด้านเศรษฐกิจ (Economic Impact Reporting) สิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Reporting) และด้านสังคม (Social Impact Reporting) เพื่อสรุปและจัดทำรายงานผลการบูรณาการทางบัญชีเพื่อความยั่งยืนต่อไป

อ้างอิงหนังสือ CSR การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร: การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ของ Nontanatorn (2016) ได้กล่าวถึงมิติของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) โดยแยกกิจกรรมออกได้เป็นหลายลักษณะตามสมรรถนะขององค์กรแบ่งได้เป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. การส่งเสริมเหตุปัจจัย (Cause Promotion) เป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนเพื่อเพิ่มการตระหนักรู้ปัญหาของสังคม โดยสร้างการรับรู้ในสาเหตุต่าง ๆ และการหาแนวทางแก้ไข อ้างถึงงานวิจัยของ Lomlao, Pasusirirod, Phoophai boon and Siriwong (2016) ทำการศึกษารูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจากความต้องการของพนักงานในบริษัท โดยมีเป้าประสงค์ให้พนักงานเป็นผู้ออกแบบกิจกรรมเน้นทักษะที่มีอยู่ ทำการวิเคราะห์และกำหนดลักษณะ วิธีดำเนินงานของกิจกรรมฯ โดยให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาของสังคมที่จำเป็นต้องแก้ไข เน้นรูปแบบของการทำดีเพื่อสังคม ผลลัพธ์ที่ได้จะแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนของพนักงานในองค์กร และประสิทธิผลของการจัดกิจกรรมฯ คือ การปรับทัศนคติของบุคคลในการอยู่ร่วมกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลและความเอื้ออาทรที่มีต่อกันต่อชุมชนและสังคม 2) ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งมีความชัดเจนของความสุขที่ได้ร่วมกิจกรรมฯ เป็นพลังขับเคลื่อนให้พนักงานมีความตั้งใจทำงาน มีความภักดีต่อองค์กร โดยยกตัวอย่างกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ โครงการสืบสานตามประเพณีและวัฒนธรรมไทย ประกอบด้วย งานปีใหม่ งานรดน้ำดำหัวในวันสงกรานต์ กิจกรรมฝึกอาชีพ เป็นต้น ซึ่งเป็นการดำเนินกิจกรรมสู่สังคม นอกจากนี้ยังได้นำสิ่งของเพื่อการบริจาคให้วัด โรงเรียน ชุมชน โดยเป็นสินค้าของกิจการ เช่น กระเป๋ามุงหลังคา ฯ และโครงการมอบทุนการศึกษาในพื้นที่บริเวณรอบที่ตั้งของบริษัทและโรงงานผลิต เพื่อผลักดันให้ชุมชนส่งเสริมบุตรหลานให้ได้เรียนหนังสือ นอกจากนี้องค์กรได้ทำการสนับสนุน การพัฒนา และแก้ไขปัญหาสังคมที่สำคัญ ที่ต้องรีบดำเนินการด่วน ได้แก่ การปรับปรุงเส้นทางคมนาคมในการสัญจรเข้าออก เนื่องจากเป็นการใช้ทางร่วมกันระหว่างชุมชนและองค์กร มีรถบรรทุกสินค้าวิ่งเข้าออกเป็นประจำ ทำให้ถนนเป็นหลุมเป็นบ่อ การปรับปรุงแหล่งน้ำ ด้วยการตรวจสอบคุณภาพของน้ำเป็นประจำ ให้ได้ค่ามาตรฐานเหมาะสมสำหรับดื่มและใช้ของบุคคลทั่วไป การปรับปรุงหรือการจัดการปัญหาขยะ ทำการคัดแยกขยะ รวมถึงการส่งเสริมการลดโลกร้อนเพิ่มพื้นที่สีเขียวบริเวณรอบบริษัทและโรงงาน เพิ่มพื้นที่ปลูกป่าในบริเวณห่างไกล ซึ่งองค์กรได้ใช้ประเด็นปัญหาของสังคมที่จำเป็นต้องแก้ไข มาเป็นแผนที่ชี้ทางในการดำเนินกิจกรรม

2. การตลาดเหตุสัมพันธ์ (Cause-Related Marketing) เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมผ่านการซื้อผลิตภัณฑ์ และนำรายได้ไม่หักค่าใช้จ่ายสู่องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรเพื่อกระจายสู่สาธารณะกุศลต่อไป ดังเช่น งานวิจัยของ Apiwatthanakul and Kasemsuk (2022) ได้กล่าวถึงรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับความยั่งยืนของธุรกิจ ของ บมจ. ทู คอรัปอเรชั่น โดยบุคคลทั่วไปสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้

โดยแยกรูปแบบกิจกรรม เป็น 4 ประเภทดังนี้ 1) รูปแบบส่งเสริมการรับรู้ประเด็นทางสังคม ได้แก่ โครงการค่ายเยาวชนช่อสะอาดด้านทุจริต โครงการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตผู้พิการ เป็นต้น 2) รูปแบบการตลาดเพื่อสังคม ได้แก่ โครงการ Care The Whale ขยะล่องหน โครงการทรูปลูกปัญญา เป็นต้น 3) รูปแบบส่งเสริมสังคมจากกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ โครงการสามเณรปลูกปัญญาธรรม โครงการนักวิทยุน้อยทรูแลป เป็นต้น และ 4) อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน ได้แก่ โครงการระบบเฝ้าระวังช้างป่า โครงการคอนเน็กซ์อีดี เป็นต้น

3. การตลาดเพื่อสังคมของกิจการ (Corporate Social Marketing) เพื่อแก้ไขปัญหาสังคม โดยมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การสร้างความตระหนักรู้ ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านสาธารณสุข ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย ทำให้ชุมชนอยู่ดีมีความสุข ดังตัวอย่างงานวิจัยที่แสดงถึงความตระหนักรู้ของบุคลากร ด้วยกิจกรรมการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม ของ Jaiya and Pakasat (2021) ได้ศึกษาแนวทางในการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมขององค์กร (CSV) ที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และการยอมรับของชุมชนในเขตพื้นที่มาบตาพุด จังหวัดระยอง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเข้าร่วมกิจกรรมการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมขององค์กร ในการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.244$, S.D. = 0.7982) โดยชุมชนต้องการให้มีกิจกรรมชุมชน ได้แก่ บุญข้าวหลาม สงกรานต์ ลอยกระทง งานมงคลและอวมงคลของชุมชน เพื่อสนับสนุนอัตลักษณ์ให้คงอยู่ รองลงมา คือ ชุมชนมีความต้องการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจและการจ้างงาน ($\bar{X} = 4.102$, S.D. = 0.796) ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมรายได้ ได้แก่ จัดให้มีตลาดนัดในสวน ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารชุมชน ร้านนวดสมุนไพร เพื่อเกิดการขยายตัวของสังคม และลำดับที่ 3 คือ ชุมชนความต้องการด้านการศึกษาและการพัฒนาชุมชน ($\bar{X} = 4.028$, S.D. = 0.804) ได้แก่ การให้ทุนการศึกษาแก่บุตรหลานในชุมชน เป็นต้น จะเห็นได้ว่า การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ทำให้การสร้างคุณค่าร่วมกันกับสังคม จะสามารถกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์กรได้ชัดเจนมากขึ้น ทำให้ประเด็นปัญหาสังคมได้ถูกแก้ไขไปพร้อมกันกับการเติบโตขององค์กร

4. การให้เพื่อสังคมของกิจการ (Corporate Philanthropy) เป็นการดำเนินการตามกระแสความต้องการของสังคมหรือจากภายนอกองค์กร หรือการบริจาคตรง ดังนั้นจะไม่เชื่อมโยงกับพันธกิจหรือเป้าหมายของกิจการชัดเจน เนื่องจากไม่มีการวางแผนเป้าหมายการดำเนินงานและการออกแบบการจัดกิจกรรมฯ โดยละเอียด ซึ่งลักษณะกิจกรรมจะเป็นการบริจาคและการให้เงินช่วยเหลือ รวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางหรือหน่วยรับบริจาค เพื่อส่งต่อให้สังคมในโครงการต่าง ๆ ได้แก่ โครงการแก้ปัญหาสุขภาพผู้ประสบภัยน้ำท่วมและร่วมพัฒนาพื้นที่พื้นที่น้ำท่วม ประจำปี 2566 โดยหน่วยรับบริจาคมียุทธศาสตร์หลายประเภท ได้แก่ มูลนิธิ สภาวิชาชีพไทย โรงพยาบาล และสถานศึกษา ทั้งนี้รัฐบาลและผู้เกี่ยวข้องได้เห็นความสำคัญของการเพิ่มช่องทางสำหรับการบริจาคเงินเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมเพิ่มขึ้น จึงได้ทำการเพิ่มช่องทางในระบบบริจาคอิเล็กทรอนิกส์ (e-Donation) โดยหน่วยรับบริจาคต่าง ๆ จะต้องได้รับการรับรอง โดยผู้บริจาคสามารถตรวจสอบรายชื่อหน่วยงานที่เข้าร่วมระบบ e-Donation ได้ที่เว็บไซต์ของกรมสรรพากร

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nitichoatpakin and Sukcharoensin (2025) ได้กล่าวถึงการบริจาคเพื่อช่วยเหลือสังคมผ่านระบบ e-Donation โดยผู้บริจาคต้องการบริจาคเงินให้หน่วยรับบริจาคเพราะต้องการแบ่งปันช่วยเหลือผู้ที่ด้อยโอกาสมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 18.2 และผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 11.0 โดยเลือกบริจาคผ่านระบบ e-Donation เพราะความสะดวกคิดเป็นร้อยละ 43.9 จะเห็นได้ว่า การได้รับรู้ปัญหาและความต้องการของผู้ที่เดือดร้อน มาจากอิทธิพลของการสร้างเครือข่ายทางสังคมอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

ซึ่งจะเป็นช่องทางให้บุคคลได้รับข่าวสารข้อมูลมากยิ่งขึ้น ดังนั้น จึงควรส่งเสริมให้มีการทำกิจกรรมในชุมชนอย่างต่อเนื่องในทุกเดือน จะทำให้เกื้อกูลซึ่งกันและกัน ทั้งนี้จะสามารถสร้างรากฐานแห่งความสามัคคีที่เข้มแข็งให้กับชุมชน

5. การอาสาชุมชน (Community Volunteering) เป็นการสนับสนุนและจูงใจให้ผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ พนักงาน คู่ค้า สมาชิกกิจการ เป็นต้น มาร่วมมือ ร่วมแรง และสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชน เพื่อตอบสนองประเด็นปัญหาสังคมที่กิจการได้ให้ความสนใจหรือห่วงใย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Songklang and Sripokangkul (2020) ได้ทำการศึกษาวิธีการดำเนินโครงการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในด้านการศึกษา เพื่อสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันในฐานะสมาชิกของชุมชนหรือสังคมเดียวกัน โดยบริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมเป็นอาสาสมัคร ไปทำหน้าที่พลเมืองดีในชุมชน หนึ่งในโครงการที่สำคัญ คือ โครงการทฤษฎีอาสา ปลุกปัญญาเยาวชนไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อให้พนักงานมีจิตอาสา ให้ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และต้องการส่งเสริมครู นักเรียนให้ใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์และสื่อปลุกปัญญาที่มอบให้ ทั้งนี้พนักงานที่เป็นอาสาสมัครจะได้รับการประเมินว่าเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานในหน้าที่ที่พึงกระทำ

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) กล่าวถึงกระบวนการทางธุรกิจที่ป้องกันหรือหลีกเลี่ยงประเด็นปัญหาของสังคม ซึ่งในงานวิจัยของ Kettapan (2016) ได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษาของ บริษัทในประเทศอินเดีย ด้วยการสร้างโอกาสและเพิ่มคุณค่าทางธุรกิจให้แก่กิจการ จากการที่รับซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันของกลุ่มเกษตรกรรายย่อยในท้องถิ่น เสริมสร้างความรู้เพื่อให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น และวิธีการลดการทำลายสิ่งแวดล้อมในชุมชน ทำให้มีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกิจการกับชุมชน ลูกค้ายิ้มแย้มแจ่มใส ส่งผลต่อยอดขายและกำไรที่เพิ่มขึ้น ส่วนแบ่งตลาดสูงขึ้น กิจการเป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับ ลูกคามีความพึงพอใจและความภักดี จะเห็นได้ว่า กระบวนการดำเนินธุรกิจที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในความสำเร็จของกิจการนั้น จะสร้างการเติบโตให้กิจการอย่างยั่งยืน

7. การพัฒนาและส่งมอบสินค้าและบริการที่สามารถซื้อหาได้ (Developing and Delivering Affordable Products and Services) กล่าวได้ว่า เป็นการพัฒนาสินค้า เพื่อให้ตลาดที่เป็นกลุ่มที่มีฐานะยากจน มีกำลังซื้อ มีความปลอดภัยขั้นพื้นฐานที่ได้รับการปกป้องคุ้มครองจากกฎหมาย กล่าวคือเป็นกลุ่มคนที่อยู่บนฐานล่างสุดของปิรามิด (The Bottom of the Pyramid: BOP) ซึ่งเป็นหน้าที่ที่กิจการต้องปฏิบัติ โดยแบ่งตามลำดับชั้นความรับผิดชอบต่อสังคม ในลำดับที่ 1 เป็นระดับข้อบังคับ (Mandatory Level) ที่เป็นข้อบังคับตามกฎหมาย ซึ่งกิจการต้องปฏิบัติตาม ได้แก่ กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายแรงงาน เป็นต้น ที่สะท้อนความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ และกิจการยังคงมีกำไรจึงจะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้เช่นกัน (Wagner, 2019)

ทั้งนี้ เพื่อให้กิจกรรม CSR เป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสมตามสมรรถนะขององค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม การกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรมฯ จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อเป็นทิศทางในการดำเนินงาน และการระบุตัวชี้วัดจากการดำเนินงานเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยสามารถแบ่งทิศทางของการกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ ดังนี้ (Nontanatorn, 2016)

1. กิจกรรมเพื่อให้ความสอดคล้อง (Relevance) ระหว่างกลยุทธ์กิจการและผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีบทบาทในลักษณะของผู้ทำกิจกรรมและผู้ได้รับผลประโยชน์จากกิจกรรมฯ นั้น ๆ อ้างถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการในหน่วยงานต่างๆ ที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ของ Kusakei and Bushera (2023) ได้กล่าวถึงแนวคิดในแผนภาพปิรามิดของ CSR ที่ได้ทำการศึกษาศักยภาพต่างๆ ในประเทศเอธิโอเปีย (Corporate social responsibility

pyramid in Ethiopia) พบว่า ข้อมูลถูกรวบรวมมาจาก 100 บริษัทที่ทำธุรกิจแตกต่างกัน ได้แก่ ร้านค้าปลีกค้าส่ง เทคโนโลยี การเกษตร การขนส่ง เป็นต้น จากการคำนวณสัดส่วนของค่าเฉลี่ยรวมเป็นร้อยละ ของการปฏิบัติงานจากการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมต่อจำนวนกิจการที่ปฏิบัติงานใน 5 ลักษณะโครงการ ดังต่อไปนี้ 1) CSR กับพนักงาน พิจารณาจากการจัดการเงินเดือนและผลตอบแทนต่างๆ โดยร้อยละ 78 ของกิจการ ได้จัดการในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3-4) 2) ESG (Environmental Social Governmental) กับ CSR พิจารณาจาก การจัดการสิ่งแวดล้อม การบริจาค และสังคมยั่งยืน โดยร้อยละ 44 ของกิจการ ได้จัดการในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3-4) 3) CSR กับทิศทางความต้องการของลูกค้า พิจารณาจากควมมีสุขภาพที่ดี โดยทุกกิจการได้จัดการในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3-4) 4) ความรับผิดชอบต่อทางด้านกฎหมาย โดยร้อยละ 83 ของกิจการ ได้จัดการในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3-4) และ 5) การจัดการกิจการกับ CSR พบว่า มีการจัดการในระดับสากลเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยร้อยละ 85 ได้จัดการในระดับพื้นฐานปรกติ (2.5-3) อาจกล่าวได้ว่า เมื่อประเมินภาพรวม CSR กับค่าเฉลี่ยกับจำนวนของบริษัทฯ คิดเป็นค่าร้อยละของการปฏิบัติพบว่า ภาพรวมของการประกอบการเกี่ยวกับ CSR มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ 2.5-3 คิดเป็นร้อยละ 58 ของการประกอบกิจการที่ถูกรวบรวมมาจำนวน 100 บริษัท

2. กิจกรรมเพื่อเพิ่มความพอเพียง (Adequacy) ในการใช้ทรัพยากรต่างๆ สำหรับการทำกิจกรรม CSR ได้แก่ การนำเทคโนโลยีมาช่วยลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต การเพิ่มช่องทางการขายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น สอดคล้องกับวิจัยของ Kittanondech and Ruangchoengchum (2018) ได้ทำการศึกษาลดความสูญเสียโดยไม่ทราบสาเหตุในกระบวนการผลิตน้ำตาลทรายของโรงงานน้ำตาลเกษตรผลจำกัด จังหวัดอุดรธานี ด้วยการสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลจำนวน 20 รายร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย IDEFO และแผนผังต้นไม้ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วย Why-Why และ How-How โดยได้ทำการแก้ไขกระบวนการผลิตน้ำตาลทรายด้วยการลดการสูญเสียโดยไม่ทราบสาเหตุ สรุปได้ว่า สามารถลดการสูญเสียจากสิ่งปนเปื้อนที่มาที่มาจากอ้อยได้ร้อยละ 59 การลดความสูญเสียจากอ้อยตกหล่นเมื่อขนส่งอ้อยเข้าหีบร้อยละ 35 และการลดการรั่วไหลของน้ำตาลจากกิจกรรมการบีบอ้อย ร้อยละ 70 สรุปได้ว่า การค้นหาค่าความสูญเสียในกระบวนการผลิต จะเป็นการประหยัดทรัพยากร ส่งผลต่อมูลค่าของผลผลิตจะเพิ่มขึ้น

3. กิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) แสดงถึงความคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากรด้านต่างๆ ได้แก่ ทางการเงิน ทางกายภาพ และทุนมนุษย์ เป็นต้น เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Al-Shammari, Banerjee and Rasheed (2021) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง CSR และการรายงานผลประกอบการของบริษัทในความสัมพันธ์แบบ 3 ทิศทาง ระหว่าง CSR การรายงานผลประกอบการ และการแสดงสถานะทางเศรษฐกิจของบริษัท โดยเลือกศึกษาบริษัทขนาดใหญ่ที่เป็นบริษัทมหาชนในทวีปอเมริกาเหนือ จำนวน 137 บริษัท ระหว่างปี ค.ศ.2004-2013 จาก S&P 500 (Standard & Poor's 500) ที่เป็นหนึ่งในดัชนีที่แสดงถึงเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศสหรัฐอเมริกา ประกอบด้วยบริษัทขนาดใหญ่จำนวน 500 บริษัท คำนวณโดยวิธีถ่วงน้ำหนักตามมูลค่าตลาด (Market cap) ที่มีขนาดประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าตลาดหุ้นสหรัฐอเมริกาทั้งหมด ผลการศึกษาพบว่า บริษัทที่การแสดงผลประกอบการด้านความสามารถในการวิจัยและพัฒนา และด้านการบริหารจัดการภายในที่ดี จะส่งผลต่อการรายงานผลประกอบการภาพรวมที่แสดงสถานะทางเศรษฐกิจที่ดีของบริษัทด้วย ทั้งนี้ วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานของบริษัทจะแยกส่วนของกิจกรรมหลัก ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ กิจกรรมหลักเป็นกิจกรรม CSR ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียกับกิจการทั้งทางตรงและทางอ้อม (social responsibility toward all

stakeholders) และกิจกรรมหลักในการดำเนินงาน ได้แก่ การวิจัยและการพัฒนา การตลาด กระบวนการดำเนินงาน เป็นต้น สรุปได้ว่า การแสดงผลประกอบการของกิจการเป็นภาพสะท้อนของประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและประสิทธิผลของความสัมพันธ์ในการดำเนินกิจกรรมทางสังคมที่ให้ประโยชน์ร่วมกัน

4. กิจกรรมเพื่อสร้างผลผลิตและผลลัพธ์ (Output and Outcome) ดังเช่นตัวอย่างของการสร้างอาชีพและรายได้ของคนในชุมชน ด้วยการพัฒนาสินค้าของชุมชน การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การสื่อสารด้วยภาษาถิ่นแสดงถึงขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น การสร้างการรับรู้ และกระแสความนิยมให้การเดินทางมาเยือน เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อความมั่นคงในอาชีพอย่างยั่งยืนในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tuphrut, Boonkuer and Amphu (2020) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังโดยใช้แนวคิดในการบริหารจัดการ Balanced Scorecard กล่าวคือ ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน เป็นการยืนยันความสามารถในการพัฒนาตนเองของชุมชน ที่บ่งชี้ความเข้มแข็งและยั่งยืน โดยมุ่งเน้นกิจกรรมสาธารณประโยชน์และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการใช้ Balanced Scorecard (BSC) ในการประเมินผลลัพธ์และนำไปแก้ไข ด้วยการทำการประเมินผลการปฏิบัติงานของวิสาหกิจชุมชนใน 4 ด้านหลัก คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดตรังด้านความคิดริเริ่ม เป็นปัจจัยที่มีระดับของความสำเร็จมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, $SD = 0.48$) กล่าวคือ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง มีการวางแผนกระบวนการทำงานเป็นทีม มีการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าด้วยการสำรวจอย่างเป็นลำดับขั้นตอน จัดการวางแผนแนวทางในการพัฒนาทักษะ และสืบทอดความรู้สู่เยาวชนรุ่นใหม่ ทำให้มีการพัฒนาผลผลิตอยู่เสมอ และมีผลลัพธ์ที่ชัดเจน

5. กิจกรรมเพื่อส่งผลกระทบ (Impact) ให้เกิดขึ้นในภาพรวมที่แสดงถึงความต้องการเติบโตของกิจการที่วางแผนไว้โดยกิจกรรม CSR ที่ได้ดำเนินการจะสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ของกิจการ เจตคติที่ดีของกิจการที่ต้องการพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดของกิจการ ซึ่งงานวิจัยหลายฉบับได้นำแนวคิดมาและกรณีศึกษาที่อยู่ในทิศทางเดียวกันมาสรุปไว้ ดังตัวอย่างงานวิจัยของ Kettapan (2016) ที่ทำการศึกษากลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้ศึกษาแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทบางจาก ปีโตเลียม จำกัด (มหาชน) ในประเทศไทย พบว่าบริษัทฯ ได้นำ CSR มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานทางธุรกิจ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่กิจการ และสิ่งสำคัญที่เห็นเด่นชัดจากการประกอบกิจกรรม CSR นั้น จะเป็นการขยายโอกาสสร้างงาน สร้างรายได้เพิ่มขึ้น นำไปสู่ชุมชนพัฒนา

กล่าวได้ว่า กิจการต่างๆ นิยมใช้หลักการ CSR นี้ในการดำเนินงาน เนื่องจากเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใหญ่ ที่จะสะท้อนผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินและไม่ได้เป็นตัวเงิน ทำให้ได้รับการยอมรับ สามารถจดจำได้ง่าย และได้รับการระลึกถึง เป็นบทบาทของกิจการในการประกอบธุรกิจที่สะท้อนการมีชื่อเสียงเชิงบวกได้ในภาพรวม ด้วยเหตุผลของหลักการ CSR นี้ได้ส่งผลกระทบต่อการมีทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสียต่อกิจการ และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อกิจการนั้นๆ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจะต้องทำด้วยความสมัครใจและสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ กล่าวคือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

จากหนังสือ CSR การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร: การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Nontanatorn, 2016) ยังได้กล่าวถึงการประเมินผลกิจกรรม CSR ไว้ว่าเป็นการนำผลลัพธ์ในแต่ละช่วงเวลา

ของการดำเนินงานภายใต้หลักเกณฑ์ที่กำหนดขึ้น ซึ่งได้รับการตรวจสอบความชัดเจนให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินการอย่างถูกต้องแล้ว ทั้งนี้การประเมินผลตามช่วงเวลาของการดำเนินกิจกรรม ได้มีการแบ่งลักษณะไว้ดังนี้

1. การประเมินผลกระบวนการ (Process Evaluation) เป็นการศึกษาผลการดำเนินงานใน 4 มิติ ได้แก่ ด้านปริมาณ ด้านคุณภาพ ด้านเวลา และด้านต้นทุน จะทำให้กระบวนการในการดำเนินงานของกิจกรรมมีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ การบริหารงานแบบไคเซ็น (Kaizen) ที่เป็นแนวคิดในการปรับปรุงการบริหารและการจัดการที่มีประสิทธิผล โดยใช้ความรู้ ความสามารถของพนักงานมาดำเนินงาน โดยลักษณะการดำเนินงานตามแนวคิดของไคเซ็นนั้น มุ่งเน้นไปที่การควบคุมคุณภาพและการบริหารคุณภาพทั้งระบบ มีระบบการผลิตแบบทันเวลาพอดี มีการบำรุงรักษา ทวีผล เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Janjic, Bagicevic and Krstic (2019) ที่กล่าวถึงประโยชน์ที่ได้รับ เมื่อกิจการใช้แนวคิดไคเซ็นมาปรับปรุงในกระบวนการทำงาน กิจการสามารถจัดการต้นทุนได้อย่างเหมาะสม ลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต และการพัฒนาคุณภาพของกระบวนการผลิต รวมถึงได้เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในการทำงาน และจัดการกิจการด้วยวิธีใหม่ อาจกล่าวได้ว่าแนวคิดไคเซ็น เป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนวัฒนธรรมกิจการ วิธีการทำงาน และประสบการณ์ในการทำงานให้เหมาะสมมากขึ้น

2. การประเมินผลลัพธ์ (Outcome Evaluation) เป็นการตรวจสอบผลลัพธ์จากเป้าหมายที่ระบุไว้ กล่าวคือเป็นการประเมินผลหลังจากการดำเนินงานสิ้นสุดลง โดยเปรียบเทียบประสิทธิผลจากการดำเนินงานและเป้าประสงค์ที่วางแผนไว้ ดังเช่น งานวิจัยของ Nyeadi, Ibrahim and Sare (2018) เรื่อง Corporate social responsibility and financial performance nexus: Empirical evidence from South African listed firms ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการแสดงผลประกอบการในงบการเงินของกิจการและกิจกรรม CSR โดยศึกษาข้อมูลจาก 100 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (listed firms) ในประเทศแอฟริกาใต้ พบว่ามีผลกระทบเชิงบวกที่ชัดเจนโดยเฉพาะในกิจการขนาดใหญ่ ด้วยการแสดงผลการดำเนินงานประจำปีในรายงานความยั่งยืนในประเด็นสำคัญทางธุรกิจและที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม CSR ในด้านต่าง ๆ กล่าวคือ ด้านสังคม ได้แก่ การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน การตรวจสอบสัดส่วนร้อยละของจำนวนพนักงานทุกซ์พลภาพ การกำหนดสิทธิประโยชน์ขั้นพื้นฐานของพนักงานในกิจการ เป็นต้น และในด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การตรวจสอบสัดส่วนร้อยละของปริมาณน้ำที่ถูกลำมาใช้หมุนเวียน การตรวจสอบสัดส่วนร้อยละของการนำวัสดุอุปกรณ์กลับมาใช้ใหม่ วิธีการคัดแยกขยะและกำจัดของเสียในโรงงาน เป็นต้น

3. การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation) เป็นการสำรวจสภาพสะท้อนของกิจกรรมในการดำเนินงาน ทั้งก่อน และภายหลังการทำกิจกรรม กล่าวคือ เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ที่อยู่ร่วมในเหตุการณ์ดังนั้นจึงสามารถประเมินผลกระทบก่อนการดำเนินงานได้ โดยมีองค์ประกอบของการประเมินผลกระทบก่อนการดำเนินงาน เรียกว่า Impact Assessment แบ่งออกเป็น การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA) การประเมินผลกระทบสังคม (Social Impact Assessment: SIA) และการประเมินผลกระทบต่อสุขภาพ (Health Impact Assessment: HIA) รวมถึงการวิเคราะห์จากประสิทธิผลของกิจกรรมหลังการดำเนินงานได้เช่นกัน ตัวอย่างกรณีศึกษา บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิง จำกัด ในงานวิจัยของ Dechporn (2020) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการรับรู้ด้านการทำกิจกรรมทางสังคมเพื่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ และภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิง จำกัด พบว่าภาพลักษณ์ด้านการประกอบการของกิจการนั้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสามารถร้องเรียนเมื่อได้รับความไม่เป็นธรรมจากกิจการเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.27$,

SD = 0.84) ซึ่งเป็นผลกระทบในด้านสังคม ขณะที่ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ได้รับความสนใจมากที่สุด ที่กิจการได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพเพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริโภค (\bar{X} = 3.95, SD = 0.87) กล่าวคือเป็นผลกระทบด้านสุขภาพ และภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมนั้น ผู้บริโภคให้ความสนใจในโครงการ “กล่องพิเศษ” เพื่อรีไซเคิลกล่อง ยู เอช ที มากที่สุด (\bar{X} = 4.37, SD = 0.75) ซึ่งเป็นการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

ดังนั้น การสร้างตัวชี้วัด CSR จึงเป็นสิ่งสำคัญในการตรวจสอบความสำเร็จ จึงมีข้อความที่ควรระบุไว้อย่างชัดเจน ได้แก่ วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ซึ่งจะเป็นแผนที่นำทางการดำเนินงานในกระบวนการต่างๆ เพื่อจะได้ไม่คลาดเคลื่อนไปจากเป้าประสงค์ที่ต้องการ นอกจากนี้ปัจจัยแห่งความสำเร็จก็จะเป็นตัวแปรที่ควบคุมให้อยู่ในกรอบของการดำเนินงานที่วางแผนไว้ และการจัดการข้อควรระวังในโอกาสของการเบี่ยงเบนผลลัพธ์ ที่อาจมาจากปัจจัยอื่นๆ ซึ่งกิจการจะสามารถตรวจสอบได้ด้วยการใช้สถิติในการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ในการประเมินผล และสุดท้าย คือ ประโยชน์ที่กิจการและผู้มีส่วนได้เสียจะได้รับในประเด็นต่างๆ จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรม CSR จึงเป็นบทสรุปที่กล่าวไว้อย่างชัดเจน ภายหลังจากเสร็จสิ้นของกิจกรรม CSR ดังตัวอย่างการค้นคว้าของ Manasomjit (2021) เรื่อง แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากสารสกัดเมล่อน ด้วยเทคโนโลยีการผลิตฟาร์อินฟาร์เรด เพื่อการชะลอวัย เป็นการค้นหาแนวทางและจัดทำแผนการดำเนินงานด้วยกิจกรรมเพื่อสร้างผลผลิตและผลลัพธ์ กล่าวคือ บริษัท วอนเดอร์ เมล่อน จำกัด ได้ดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (Dietary Supplement product) มีเป้าหมายในการดำเนินงาน เพื่อผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารเสริมในประเทศไทยมีมาตรฐานในระดับสากล มีตลาดจำหน่ายทั่วโลก โดยเริ่มจากวางแผนการดำเนินงาน ด้วยแนวคิดที่จะเป็นไปได้ในการประกอบกิจการ วิเคราะห์อุตสาหกรรมที่มีองค์ประกอบ 6 ด้านที่มีโอกาสสร้างผลกระทบกับธุรกิจ ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบด้วย PESTEL Analysis วางแผนเป้าหมายทางการตลาดแบ่งออกเป็นระยะสั้น ภายใน 1 ปี กำหนดแผนงาน 1) การกระจายสินค้าทั่วประเทศไทย 2) จำนวนข้อร้องเรียนโดยรวมที่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ของกิจกรรมการขายทั้งหมด และแผนระยะยาว (1-5 ปี) กำหนดแผนการดำเนินงานที่ผลกำไรในปีที่ 2 ของการดำเนินกิจการ มีการขยายตัวแทนจำหน่ายเติบโตที่ร้อยละ 10 ต่อปี มีอัตราส่วนกำไรเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 5 ต่อปี มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ปีละ 1 ชุดผลิตภัณฑ์ เพื่อรักษาฐานลูกค้าเก่า เป็นต้น จะเห็นได้ว่าลักษณะกิจกรรมเพื่อสร้างผลผลิตและผลลัพธ์มีความชัดเจน มีตัวเลขชี้วัดเป้าหมาย มีการสร้างมาตรฐานและกฎเกณฑ์ในการประเมินผลลัพธ์เพื่อตรวจสอบความสำเร็จของแผนงานที่จัดทำ

อาจกล่าวได้ว่า ตัวชี้วัดผลงาน (Key Performance Indicator: KPI) ที่จัดทำเป็นตัวเลข ในลักษณะของร้อยละ (Percentage) อัตราส่วน (Ratio) สัดส่วน (Proportion) ค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นต้น ถูกประยุกต์ใช้เพื่อรายงานแบบบูรณาการ (Integrated Reporting) แสดงถึงผลกระทบด้านความยั่งยืนของกิจการ ที่สามารถประเมินประสิทธิภาพจากประสิทธิภาพได้เช่นกัน ตัวอย่าง การนำหลักการในการประยุกต์ตัวชี้วัดประสิทธิภาพทางการบริการ (Service Effectiveness) มาใช้ ก็จะสามารถอ้างอิงได้จากการนับจำนวนผู้ที่ได้รับบริการและได้รับผลประโยชน์จากการให้บริการ และเมื่อกล่าวถึง การนำหลักการประยุกต์ตัวชี้วัดประสิทธิภาพเชิงต้นทุนต่อหน่วยกิจกรรมหรือการประหยัดเงิน (Economy) ก็จะสามารถคำนวณจากค่าใช้จ่ายจริงต่อกิจกรรมที่ลดลง

แนวคิดในการจัดทำบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting) การบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting) ได้รับการประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางในกิจการหลายแห่งทั่วโลก เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งการบัญชีประเภทนี้มุ่งเน้นการประเมินและรายงานผลกระทบทางเศรษฐกิจ

สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ยังช่วยเสริมสร้างความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้มีส่วนได้เสีย การนำมาประยุกต์ใช้ในกิจการต่างๆ มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. การใช้แนวทางการรายงานด้วยการเปิดเผยข้อมูลของผลการดำเนินงานของกิจการด้านความยั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และ ธรรมาภิบาล (Governance) หรือ การรายงานด้าน ESG ซึ่งช่วยในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในทุกมิติของการดำเนินธุรกิจ รวมถึง การนำมามาตรฐาน ISO 26000 ไปใช้ในองค์กร โดยมีหลักการสำคัญ 7 ประเด็น ได้แก่ ธรรมาภิบาลขององค์กร สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม การปฏิบัติดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ประเด็นด้านผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน (Suntornchote and Meeampol, 2020) ดังเช่น งานวิจัยของ Zik-rullahi and Jide (2023) ได้ทำการศึกษาบริษัทในอุตสาหกรรมพลังงานที่ใช้ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) ในการรายงานข้อมูลเกี่ยวกับการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

และงานวิจัยของ Yothachun, Meeumpol, and Pajongwong (2020) ทำการศึกษารายงานที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม ESG100 มีการเปิดเผยข้อมูลรายงานความยั่งยืน จากปี พ.ศ. 2558-2562 พบว่า การเปิดเผยข้อมูลมีเพิ่มมากขึ้น เมื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลรายงาน ความยั่งยืนกับผลการดำเนินงาน โดยควบคุมขนาดของบริษัท อายุของบริษัท อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น และประเภทอุตสาหกรรม พบว่า การเปิดเผยข้อมูลรายงานความยั่งยืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) และมูลค่ากิจการวัดโดย Tobin's Q แสดงให้เห็นถึงการเปิดเผยข้อมูลรายงานความยั่งยืน ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทที่ดีขึ้นตามไปด้วย ในด้านสังคมมีการเปิดเผยข้อมูลต่ำสุด แสดงให้เห็นว่าบริษัทยังคงให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางสังคมน้อย ควรมีการส่งเสริมให้บริษัทหันมาสนใจทำกิจกรรมเพื่อสังคมให้มากขึ้น เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้บริษัทส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ สร้างมูลค่าทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในบริษัทส่งผลต่อยอดขายและกำไร สามารถดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาลงทุน และสร้างความเชื่อมั่นให้นักลงทุน ใช้ประกอบพิจารณาในการลงทุน

2. การใช้การบัญชีสิ่งแวดล้อม (Environmental Accounting) โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติมาก เช่น อุตสาหกรรมพลังงาน อุตสาหกรรมเหมืองแร่ และอุตสาหกรรมเกษตร เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้กิจการสามารถวัดผลกระทบที่เกิดจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การจัดการของเสีย และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ที่จะสามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน (Rangkuti, 2023) โดยงานวิจัยของ Yangyuen (2020) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ESG Performance กับประสิทธิภาพทางการเงินในกลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมที่อ่อนไหว (Sensitive industries) กรณีศึกษาในกลุ่มสมาชิกสหภาพยุโรป โดยมุ่งเน้นบริษัทที่มีการดำเนินงานด้าน ESG ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์กลุ่มประเทศยุโรปจำนวน 16 ประเทศ ได้แก่ อังกฤษ สวีเดน เยอรมัน โปแลนด์ ฝรั่งเศส รัสเซีย อิตาลี สเปน เดนมาร์ก ฟินแลนด์ เนเธอร์แลนด์ ออสเตรีย สวิสเซอร์แลนด์ เบลเยียม นอร์เวย์ และกรีซ จากบริษัทจดทะเบียนจำนวนทั้งสิ้น 428 บริษัท ในช่วงระยะเวลาระหว่างปี 2553-2561 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมที่อ่อนไหว โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง เช่น อุตสาหกรรม เหมืองแร่ โลหะ ก่อสร้าง และเคมี เนื่องจากอุตสาหกรรมเหล่านี้มีความเสี่ยงสูงในการก่อกมลพิษและก่อกำเนิดด้านสิ่งแวดล้อม จึงมีการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยเฉพาะบริษัทขนาดใหญ่มีการดำเนินงานด้าน ESG ในทุกๆ ด้านได้เป็นอย่างดี ได้คำนึงถึงการควบคุมและจัดการ

มลพิษต่างๆ เป็นการตระหนักถึงส่วนรวมที่ไม่ให้กระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เป็นไปตามมาตรการในการควบคุมมลพิษในยุโรป

3. การประยุกต์ใช้การบัญชีเพื่อความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการเงิน ได้นำแนวคิด การเงินสีเขียว (Green Finance) มาใช้ควบคู่กับการบัญชีเพื่อความยั่งยืน ดังเช่น งานวิจัยของ Ng (2018) ที่ทำการศึกษา การจัดทำบัญชีเพื่อความยั่งยืนในระบบการเงินสีเขียว (Green Financing System) ในประเทศฮ่องกง เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับนักลงทุนและส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในโครงการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือโครงการที่ช่วยลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการพลังงานสะอาด และโครงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

4. การใช้การบัญชีเพื่อความยั่งยืน ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ Noor, Mat, Zainun, Mat and Abdullah (2023) ที่กล่าวถึง การจัดการบัญชีสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Accounting System: EMAS) ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตของมาเลเซีย เพื่อประเมินและรายงานผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการของเสีย การลดการใช้พลังงาน และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ผลการวิจัยพบว่า การใช้ EMAS ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรายงาน และทำให้การดำเนินงานมีความยั่งยืนมากขึ้นในระยะยาว

5. การประยุกต์ใช้การรายงานแบบบูรณาการ (Integrated Reporting) ซึ่งรวมเอาการรายงานทางการเงินและการรายงานผลกระทบด้านความยั่งยืนเข้าด้วยกัน ทำให้กิจการสามารถสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียถึงการเชื่อมโยงระหว่างการดำเนินงานทางการเงินกับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและสังคมได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น บริษัทในอุตสาหกรรมเกษตรได้ใช้การรายงานแบบบูรณาการเพื่อแสดงถึงการลดการใช้ทรัพยากรน้ำและการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้มากขึ้น (Zyznarska-Dworczak, 2020)

กล่าวได้ว่า แนวคิดในการจัดการบัญชีเพื่อความยั่งยืน เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้กิจการสามารถบริหารจัดการผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างผลประโยชน์ระยะยาวให้กับกิจการ ทั้งนี้ เป็นการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและสังคม สร้างความน่าเชื่อถือ และเสริมสร้างความโปร่งใส ให้กับกิจการและผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดของกิจการ

อย่างไรก็ตาม ความท้าทายและข้อจำกัดยังคงมีหลายประการที่กิจการต้องเผชิญ ในการจัดทำบัญชีเพื่อความยั่งยืน ที่จะสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างประสิทธิภาพและความโปร่งใสของกิจการ เช่น การขาดแคลนข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอ การบังคับใช้มาตรฐานการรายงานที่ไม่ทั่วถึง และต้นทุนในการดำเนินการที่สูง ทั้งนี้ การนำกรอบแนวคิดความยั่งยืนมาใช้ในทางปฏิบัติ ยังคงต้องการการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร และการบังคับใช้นโยบายที่เข้มแข็ง (Bashatweh, 2018) และในอนาคต แนวโน้มของการบัญชีเพื่อความยั่งยืนจะมีบทบาทมากขึ้นในธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการพัฒนามาตรฐานและเครื่องมือที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เช่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนอย่างละเอียดมากขึ้น การปรับปรุงระบบการรายงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลกจะช่วยให้กิจการสามารถเปรียบเทียบผลการดำเนินงานได้ดีขึ้น (Ng, A., 2018)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการสังเคราะห์แนวคิดในการพัฒนาเครื่องมือสำหรับจัดกิจกรรม CSR ที่สืบค้นจากฐานข้อมูลผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการระดับชาติและระดับนานาชาติ ทำให้ได้การลำดับขั้นตอนของกิจกรรม CSR เป็นไปตามวัตถุประสงค์และลักษณะของกิจกรรมที่เป็นโครงสร้างในการปฏิบัติขององค์กรได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้

อาจมีการเพิ่มลดขั้นตอนเพื่อให้เป็นไปตามระยะเวลาจัดกิจกรรมฯ ของโครงการ ซึ่งอาจจะมีรายละเอียดที่แตกต่างกัน รวมถึงการสร้างตัวชี้วัดความสำเร็จ และการประมวลผลแห่งความสำเร็จของการดำเนินการจัดกิจกรรมฯ

2. ผลลัพธ์ที่ได้จากการถอดบทเรียนแนวปฏิบัติที่ดีของแต่ละกิจกรรม CSR ในแต่ละขั้นตอน จะทำให้การกำหนดทิศทางของการจัดกิจกรรม CSR ได้สอดคล้องกับความต้องการของกิจการอย่างแท้จริง เกี่ยวข้องกับทักษะของบุคลากรและความร่วมมือในกิจการ แผนกลยุทธ์การเติบโตที่สัมพันธ์กับอัตลักษณ์ขององค์กร รวมถึงสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้มีส่วนได้เสียทั้งใกล้และไกล

3. ลักษณะของการรายงานผลจากแนวคิดในการจัดทำบัญชีเพื่อความยั่งยืนที่นำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ด้วยแนวทางปฏิบัติของกิจการที่เป็นตัวอย่างในการแสดงความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างความโปร่งใสให้กับองค์กร และแสดงถึงอัตลักษณ์ขององค์กร ที่แสดงถึงการจัดการผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อการเติบโตที่ยั่งยืนของกิจการต่อไป

อภิปรายผล

1. ด้านปัจจัยนำเข้า ผลจากการสังเคราะห์แนวคิดการพัฒนาเครื่องมือสำหรับจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม นำไปสู่ความเข้าใจในกระบวนการเชิงระบบ ได้มองเห็นภาพรวมและองค์ประกอบที่ทำงานร่วมกันในระบบ จะสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและองค์กรได้ ตัวอย่างเช่น การประชาสัมพันธ์สินค้าประเภทเครื่องสำอางที่ชัดเจน เรื่องของการไม่ทดลองสินค้าในสัตว์ โดยมีการระบุข้อความ “Cruelty Free” ไว้ข้างหน้าสินค้า หรือด้านหลังสินค้า โดยมีข้อความว่า “ไม่ได้ทำการทดลองกับสัตว์” (Not Tested on Animal) (Bangkok Biz News, 2021) แสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานด้วยการประชาสัมพันธ์เพื่อชี้แจงให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นและเต็มใจสนับสนุนสินค้า

2. ด้านกระบวนการ เมื่อสามารถเข้าใจความต้องการของสังคมอย่างถ่องแท้ ทำให้กำหนดแนวปฏิบัติที่ดีได้ด้วยการจัดลำดับขั้นตอนของกิจกรรม CSR ในทิศทางตามสมรรถนะขององค์กร ตรงกับประเด็นปัญหาสังคม และปรับปรุงให้ดีขึ้นไปพร้อม ๆ กับการเติบโตขององค์กรได้ โดยการออกแบบลักษณะกิจกรรม CSR ภายได้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่องค์กรกำหนดขึ้น ซึ่งอาจใช้การประเมินผล 1) จากการดำเนินงาน ในมิติของ ปริมาณ คุณภาพ เวลา และต้นทุน 2) จากการตรวจสอบผลลัพธ์จากเป้าหมาย หรือ 3) จากผลกระทบของเหตุการณ์ เครื่องมือชี้วัดนี้สามารถกำหนดให้เป็นจำนวน หรือตัวเลขได้

3. ด้านผลผลิต องค์กรจะทำการสื่อสารได้ชัดเจน สร้างความเข้าใจร่วมกันได้ระหว่างผู้เกี่ยวข้องับกระบวนการทั้งหมด รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งสังคมใกล้ (ผู้ที่มีผลกระทบทางตรง) และสังคมไกล (ผู้ที่มีผลกระทบทางอ้อม) ภายในและภายนอกกิจการ ได้แก่ บุคลากรในองค์กร ลูกค้า ชัพพลายเออร์ เป็นต้น ทั้งยังเอื้อประโยชน์ให้แก่สังคมช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกัน รวมถึงการดูแลสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบกิจการ ด้วยการแสดงความโปร่งใสในการรายงานผลของกิจกรรม CSR ในการเปิดเผยข้อมูล ESG ในการบัญชีเพื่อความยั่งยืน ทั้งนี้จะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในตราสินค้าและยินดีสนับสนุนองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 องค์กรสามารถนำกรอบแนวคิดเชิงระบบ (Input-Process-Output) ที่ได้จากการสังเคราะห์ ไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและวางแผนกิจกรรม CSR ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงบริบทของสังคมและผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นรูปธรรม

1.2 หน่วยงานที่รับผิดชอบด้าน CSR และการพัฒนาอย่างยั่งยืน ควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจกรรม CSR ที่เชื่อมโยงกับการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG เพื่อเพิ่มความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และคุณค่าของรายงานความยั่งยืนขององค์กร

1.3 ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือหรือคู่มือปฏิบัติงาน (Guidelines/Toolkit) สำหรับการจัดกิจกรรม CSR และการจัดทำบัญชีเพื่อความยั่งยืน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจร่วมกันของบุคลากรในองค์กร และยกระดับการดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical Research) โดยนำกรอบแนวคิดและเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยนี้ไปทดลองใช้กับองค์กรหรืออุตสาหกรรมที่หลากหลาย เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ วิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จ อุปสรรค และขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับการบูรณาการกิจกรรม CSR กับการบัญชีเพื่อความยั่งยืนในบริบทที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- Al-Shammari, M.A., Banerjee, S.N. & Rasheed, A.A. (2021). Corporate social responsibility and firm performance: A Theory of dual responsibility. *Management Decision*, 60(6), 1513-1540.
- Apiwatthanakul, U. and Kasemsuk, J. (2022). A model of corporate social responsibility activities and business sustainability: A case study of True Corporation Public Company Limited. *Panyapiwat Journal*, 14(3), 293-305. (in Thai)
- Bangkok Biz News. (2021). "Cosmetics" and animals: Why should we care today?. [Online]. Retrieved March 15, 2025 from: <https://www.bangkokbiznews.com/business/934134>.
- Bashatweh, A. D. (2018). Accounting theory and its impact on adoption of sustainability reporting dimensions - A field study. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 8(4), 82-99.
- Chotithammo, K. (2022). A study of sustainable development factors (Environmental, Social, Governance: ESG) in SME business in Thailand. Independent study of the Degree of Master's Program in Management. Bangkok: Mahidol University. (in Thai)
- Dechporn, J. (2020). Consumers' Perception towards Image of Organization Implementing Concept of Corporate Social Responsibility (Case Study: Ampol Food Processing Ltd.). Thesis of the Degree of Master of Business Administration Program in Business Innovation Management. Bangkok: Silpakorn University. (in Thai)

- Jaiya, P., and Pakasat, N. (2021). The Method of Creating Shared Value (CSV) influencing to image, reputation, and community acceptance within Mab Ta Phut, Rayong province. *Social Sciences Journal*, 11(2), 469-479. (in Thai)
- Janjic, V., Bagicevic, J. and Krstic, B. (2019). Kaizen as a Global Business Philosophy for Continuous Improvement of Business Performance. *EKOONOMIKA*, 65(2), 13-25.
- Kettapan, K. (2016). Strategy of Corporate Social Responsibility for Competitive Advantage. *Silpakorn University Veridian E-Journal of Humanities, Social Sciences and Arts*, 9(1), 1143-1156. (in Thai)
- Kittanondech, T and Ruangchoengchum, P. (2018). Reduction of Undetermined Loss in Sugar Production Process of Kasetphol Sugar Factory, Udonthani Province. *Journal of the Graduate School of Management Khon Kaen University*, 11(2), 1-17. (in Thai)
- Kusakei, S. and Bushera, I. (2023). Corporate social responsibility pyramid in Ethiopia: A mixed study on approaches and practices. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy*, 5(1), 37-48.
- Lomlao, P., Pasusirirot, T., Phoophai boon, S. and Siriwong, P. (2016). The Social Construction of Meanings, Source of Meanings and Corporate Social Responsibility Practicing Concept to Needs of Staff of TPI Polene Public Company Limited. *Silpakorn University Veridian E-Journal of Humanities, Social Sciences and Arts*, 9(1), 630-642. (in Thai)
- Manasomjit, P. (2021). Business Plan for Dietary Supplements from Melon Extract with Far-Infrared-Technology for Anti-Aging. Thesis of the Degree of Master's Program in Management. Bangkok: Mahidol University. (in Thai)
- Ng, A. (2018). From sustainability accounting to a green financing system: Institutional legitimacy and market heterogeneity in a global financial centre. *Journal of Cleaner Production*, 195, 585-592.
- Nitichoatpakin, P. and Sukcharoensin, P. (2025). Factors affecting Donations through the Electronic Donation System (e-Donation). *Development Economic Review*, 19(1), 69-89. (in Thai)
- Nontanatorn, P. (2016). CSR Corporate Social Responsibility Management: Creating Sustainable Competitive Advantage. 2nd ed. Bangkok: Social Business Leadership Center of Kasetsart University. (in Thai)
- Noor, N., Mat, A., Zainun, T., Mat, T., and Abdullah, A. (2023). Environmental management accounting system adoption and sustainability performance: Triple bottom line approach. *Management and Accounting Review*, 22(1), 229-263.

- Nyeadi, J.D., Ibrahim, M. and Sare, Y.A. (2018). Corporate social responsibility and financial performance nexus: Empirical evidence from South African listed firms. *Journal of Global Responsibility*, 9(3), 301-328.
- Rangaptook, W. (2020). Thai children's competencies in the era of VUCA world. *Kurusapawitthayachan Journal*, 1(1), 8-18. (in Thai)
- Rangkuti, M. B. (2023). Green accounting in enhancing sustainability report disclosure. *International Journal of Research and Review*, 10(11), 483-490.
- Songklang, K. and Sripokangkul, S. (2020). Corporate Social Responsibility of the True Corporation to Support Education. *Journal of Modern Learning Development*, 5(6), 88-101. (in Thai)
- Togkaew, T. and Pasunon, P. (2018). The Documentary Research to Synthesize Components and Analyze the Relationships of Managing Capabilities of Occupational for People with Disabilities: The context of Situation, Paradigms and Capability Approach. *Silpakorn University Veridian E-Journal*, 11(3), 2162-2192. (in Thai)
- Tuphrut, N., Boonkuer, S. and Ampho, O. (2020). Factors of Success in Trang Community Enterprise by the Use of Balanced Scorecard. *Nakkhabut Paritat Journal Nakhorn Si Thammarat Rajabhat University*, 12(1), 1-12. (in Thai)
- Wagner, S. (2019). In search of ethics: from Carroll to integrative CSR economics. *Social Responsibility Journal*, 15(4), 469-491.
- Wiwattanakornwong, K. (2024). Waste reduction in the order management process through enterprise resource planning: A case study of ABC Company. *Journal of Social Innovation and Mass Communication Technology*, 7(3), 60-72. (in Thai)
- Yangyuen, W. (2020). ESG Performance and Corporate Financial Performance in Sensitive Industries – An Empirical Study of European Union. Thesis of the Degree of Master's Program in Management. Bangkok. Mahidol University. (in Thai)
- Zyznarska-Dworczak, B. (2020). Sustainability accounting—Cognitive and conceptual approach. *Sustainability*, 12, 1-24.