

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง "ศักยภาพการสื่อสารของงานนักลงทุนสัมพันธ์ในการยกระดับ
บรรษัทภิบาลของตลาดทุนไทย" มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำมาเป็นแนวทางใน
การศึกษา ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับงานนักลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relations) ประกอบด้วย

1. หลักการเกี่ยวกับการสื่อสาร
2. ความหมายของนักลงทุนสัมพันธ์
3. บทบาทและความสำคัญของงานนักลงทุนสัมพันธ์
4. ความรับผิดชอบและหน้าที่ของงานนักลงทุนสัมพันธ์

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดเผยสารสนเทศของบริษัทจดทะเบียน ประกอบด้วย

1. หลักการการเปิดเผยสารสนเทศของบริษัทจดทะเบียน
2. การเปิดเผยสารสนเทศโดยทันที
3. หลักการการชี้แจงเกี่ยวกับข่าวลือหรือข่าวสารต่าง ๆ
4. หลักการสื่อสารกรณีการซื้อขายหลักทรัพย์ผิดปกติ
5. หลักการเปิดเผยสารสนเทศสำคัญตามรอบระยะเวลาบัญชี
6. หลักการเปิดเผยสารสนเทศตามเหตุการณ์
7. ระยะเวลาการเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญ
8. หลักการเปิดเผยสารสนเทศต่อประชาชนและผู้ลงทุน
9. หลักการมาตรการเปิดเผยการดำเนินบริษัทจดทะเบียน

แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

1. บทบาทของอินเทอร์เน็ตต่อตลาดหลักทรัพย์
2. การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์

แนวคิดเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลที่ดี (Good Corporate Governance) ประกอบด้วย

1. ความหมายของคำว่า "บรรษัทภิบาล"
2. ความสำคัญของบรรษัทภิบาล
3. หลักการบรรษัทภิบาลที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียน
4. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างบรรษัทภิบาลที่ดี
5. บรรษัทภิบาลบริษัทจดทะเบียนไทยในมุมมองนักลงทุนสถาบัน

ต่างประเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับนักลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relations)

1. หลักการเกี่ยวกับการสื่อสาร

Everett M. Rogers and Floyd F. Shoemaker (1969) ได้ให้ความหมายของ "การสื่อสาร" ว่า เป็นกระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร

Windahl and Signitzer (1992) กล่าวว่า แนวคิดทางการสื่อสารแบบดั้งเดิมหลักๆ มี 2 แบบ คือ การสื่อสารทางเดียว (one-way transmission model) และการสื่อสารสองทาง (two-way exchange concept) และให้คำนิยาม "การสื่อสาร" ของ Theodorsen and Theodorsen (1992) ว่า คือการเผยแพร่ข้อมูล, ความคิด, ทักษะ หรือความรู้จากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง ไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรือบุคคลอื่นๆ เป็นส่วนใหญ่ผ่านสัญลักษณ์ต่างๆ

โดยปกติ สื่อในฐานะเป็นเครื่องมือที่สารไหลจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารสามารถแบ่งเป็น 2 ลักษณะ (Everett M. Rogers and Floyd F. Shoemaker, 1971) ดังนี้

1. สื่อมวลชน เป็นวิถีทางในการถ่ายทอดข่าวสาร ผ่านทางสื่อมวลชนซึ่งแหล่งข่าวอาจจะเป็นบุคคลเดียว หรือสองสามคน หรือมากกว่านั้นส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากได้ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถจะไปถึงกลุ่มผู้ฟังที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มพูนความรู้และแพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งยังอาจเปลี่ยนทัศนคติที่บุคคลมีอยู่ได้

2. สื่อบุคคล เป็นการติดต่อระหว่างบุคคลต่อบุคคล เพื่อที่จะถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้สื่อสารกับผู้รับสาร Roger (1971) ได้กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงอันอาจเกิดขึ้นได้ในกรณีที่คนเราได้มีการติดต่อกับผู้อื่น ซึ่งอาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมได้เช่นกัน นักวิชาการสื่อสารหลายคนยอมรับความสำคัญของสื่อบุคคลถึงผลต่อการเปลี่ยนแปลงของบุคคลมากกว่าอิทธิพลของสื่อมวลชน จึงกล่าวได้ว่า สื่อมวลชนมีความสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ แต่สื่อบุคคลช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นวิธีการสื่อสารที่ได้ผลมากที่สุดวิธีหนึ่ง เพราะผู้ส่งสารสามารถเห็นและได้ยินการตอบสนองของผู้รับสาร ทำให้สามารถประเมินผลได้ในทันทีว่าสารของผู้ส่งสารมีประสิทธิผลหรือมีปัญหาและอุปสรรคใดๆ จากการสื่อสาร เนื่องจากเป็นการพบปะและให้ข้อมูลโดยตรงระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร

วิธีการป้องกันและขจัดอุปสรรคในการสื่อสารที่สำคัญ (ขวัญเรือน กิติวัฒน์, 2546) มี 7 ประการ (7 C's of Communication) คือ

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ข่าวสารและวิธีการสื่อสารจะต้องดำเนินไปอย่างถูกต้องและเป็นที่ยอมรับได้ กล่าวคือ เนื้อหาสาระของสารจะต้องไม่บิดเบือน หรือเจือปนด้วยอคติ และที่สำคัญอย่างยิ่งคือ ผู้ส่งสารจะต้องเป็นบุคคลที่ผู้รับสารยอมรับด้วยความเชื่อถือไว้วางใจ

2. การอรรถาธิบาย (Context) เนื้อหาสาระที่ใช้ในการสื่อสารจำเป็นต้องมีการอธิบายรายละเอียดได้ชัดเจน เพื่อเป็นการช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจเนื้อหาสาระได้ถูกต้องตรงกับความต้องการของผู้ส่งสาร

3. เนื้อหาสาระ (Content) ผู้ส่งสารควรรู้จักเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมสอดคล้องกับความคิดและค่านิยมของผู้รับสารให้มากที่สุด อีกทั้ง เนื้อหาสาระดังกล่าวควรเสนอแง่คิดทั้งทางบวกและทางลบ เพื่อผู้รับสารจะได้พิจารณาตัดสินใจว่าจะยอมรับและปฏิบัติตามในลักษณะใดต่อไป ซึ่งเนื้อหาสาระที่ดีต้องมีลักษณะ ดังนี้

- สัญลักษณ์ที่แสดงความเหมือนกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อแลกเปลี่ยนความหมายซึ่งกันและกันได้อย่างชัดเจน อาทิ การใช้ภาษาเดียวกัน

- การกระตุ้นความต้องการของผู้รับสารและแนะนำวิธีการให้ผู้รับสารได้รับการตอบสนองความต้องการนั้น

- การแนะนำวิธีที่ผู้รับสารจะตอบสนองความต้องการได้ตามความเหมาะสมกับสถานการณ์

4. ความชัดเจน (Clarity) ผู้ส่งสารควรเลือกใช้ภาษาที่ผู้รับสารเข้าใจได้ง่าย และตีความสารนั้นตรงกับความต้องการของผู้ส่งสาร โดยหลีกเลี่ยงการใช้คำศัพท์เทคนิคหรือศัพท์เฉพาะทางวิชาการที่เข้าใจยาก

5. ความต่อเนื่องและการกล่าวซ้ำ (Continuity and Consistency) พฤติกรรมการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรณรงค์หรือการโน้มน้าวใจ จะประสบความสำเร็จได้ดีซึ่งต้องอาศัยการส่งสารต่อเนื่องสม่ำเสมอ และมีการกล่าวซ้ำบ่อยครั้ง เพื่อเป็นการย้ำเตือนความจำของผู้รับสาร

6. ช่องทางในการสื่อสาร (Channel) การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้รับสาร สถานการณ์ในขณะนั้น และความสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ดี

7. ความสามารถ (Capability) อุปสรรคในการสื่อสารจะน้อยลง หากผู้ส่งสารและผู้รับสารมีทั้งความรู้ความสามารถในเรื่องที่ทำการสื่อสารกันและมีทักษะในการสื่อสารไปในทางเดียวกัน

ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ก็เป็นการสื่อสารอีกประเภทหนึ่ง อันหมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ความคิดเห็น ตลอดจนข้อมูลต่างๆ จากหน่วยงานไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจุดมุ่งหมายให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข่าวสาร ความเข้าใจ และก่อให้เกิดความร่วมมือ ความเชื่อถือ ศรัทธาและภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน (อุบลวรรณ ปิติพัฒนา โฆษิต, 2545)

การสื่อสารเป็นเรื่องที่สำคัญในทุกวงการ ไม่เว้นแม้แต่องค์กรธุรกิจ ซึ่งงานนักลงทุนสัมพันธ์ก็มีหน้าที่ในการสื่อสารระหว่างบริษัทและกลุ่มเป้าหมายทางการเงิน จึงเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

2. ความหมายของนักลงทุนสัมพันธ์

นักลงทุนสัมพันธ์ กำเนิดขึ้นกลางทศวรรษที่ 1930 จากกฎระเบียบของภาครัฐในสหรัฐอเมริกา ซึ่งพยายามที่จะปกป้องประชาชนจากการหลอกลวงในการปล่อยข่าวและการขายหลักทรัพย์ อันเป็นการสื่อสารในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์

ความหมายของ "การประชาสัมพันธ์" ของสมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (IPRA) หมายถึง ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนงานที่ดี และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์และธำรงรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดี มีความเห็นอกเห็นใจ และได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่องค์กรเกี่ยวข้องอยู่ โดยองค์กรจะต้องใช้วิธีการวัดประเมินถึงประชาคมติที่ประชาชนมีต่อองค์กร แล้วนำมาใช้ประกอบเป็นแนวทางในการพิจารณากำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับประชาคมติหรือความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประ โยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย คือ องค์กรและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546) โดยแหล่งการเงินก็เป็นกลุ่มเป้าหมายพื้นฐานขององค์กรธุรกิจในการประชาสัมพันธ์ (Jefkins, 1994)

ส่วนประกอบพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์ (Wilcox และ Cameron, 2006) ตามที่องค์กรทางการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (Public Relations Society of America: PRSA) ระบุไว้มีทั้งหมด 15 ประการ คือ การให้คำแนะนำ, การวิจัย, สื่อมวลชนสัมพันธ์, การเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity), ลูกจ้างหรือสมาชิกสัมพันธ์, ชุมชนสัมพันธ์, กิจกรรมสาธารณะ (Public affairs) ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องราว/ปัญหาของสาธารณชนความสัมพันธ์ต่อภาครัฐ, (Government affairs), การบริหารจัดการประเด็น (Issues management), นักลงทุนสัมพันธ์หรือความสัมพันธ์ต่อกลุ่มทางการเงิน (Financial relations), ความสัมพันธ์ต่อบริษัท/องค์กรในอุตสาหกรรม (Industry relations), การจัดหาเงินทุนหรือการพัฒนาองค์กร (Development/fund-raising), ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม (Multicultural relations/workplace diversity), การจัดการเหตุการณ์พิเศษ (Special events) และการสื่อสารการตลาด (Marketing communications)

Seitel (2004) ได้ให้ความหมายของนักลงทุนสัมพันธ์ว่า โดยพื้นฐาน เป็นความพยายามที่จะจำกัดช่องว่างระหว่างการรับรู้ของบริษัทและความจริง รวมทั้งการช่วยให้หลักทรัพย์ของบริษัทมีราคาตลาดที่เหมาะสม โดยนักลงทุนสัมพันธ์อาชีพต้องส่งเสริมผู้ถือหุ้นที่จะซื้อและถือหุ้นของบริษัท และแนะนำนักวิเคราะห์ทางการเงินและสถาบันเพื่อที่จะได้รับความสนใจ อีกทั้งนักลงทุนสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ จึงเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ถือหุ้นและบุคคลที่แนะนำผู้ถือหุ้นสำหรับบริษัทมหาชน

องค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของการรักษาความมั่นคงและความมั่นคงของบริษัท (Wilcox และ Cameron, 2006) คือการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นและนักลงทุนที่มีศักยภาพ (prospective investors) โดยมีนักลงทุนสัมพันธ์เป็นศูนย์กลางของกระบวนการนี้

Theaker (2004) ได้แบ่งประเภทการประชาสัมพันธ์ตามกิจกรรมหลักในการประชาสัมพันธ์ ออกเป็น 13 ประเภท โดยมีนักลงทุนสัมพันธ์ (Investor relations) รวมอยู่ด้วย ซึ่งได้อธิบายสั้นๆว่า เป็นการสื่อสารกับองค์กรหรือบุคคลทางการเงิน ผ่านสื่อต่างๆ เช่น จดหมายข่าว, แถลงการณ์ เป็นต้น

Investor Relations (IR) หรือ งานนักลงทุนสัมพันธ์ ตามความหมายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หมายถึง กลยุทธ์การบริหารที่สำคัญ ที่ผสมผสานกันระหว่างหลักการทางด้าน การเงิน การสื่อสาร การตลาดและการประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดการกับสาระสำคัญของข้อมูลของบริษัทให้แก่ผู้ที่ต้องการ เช่น ผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์ และผู้ลงทุนทั่วไป โดยมีจุดประสงค์ที่จะเพิ่มมูลค่าของบริษัท และสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของบริษัทไปยังตลาดหลักทรัพย์หรือเท่ากับราคา

หุ้นของบริษัท รวมทั้งยังเป็นช่องทางของบริษัทจดทะเบียนในการระดมทุนด้วย ซึ่งกิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดีอีกด้วย

ตามคำนิยามเกี่ยวกับนักลงทุนสัมพันธ์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ที่ทำหน้าที่นักลงทุนสัมพันธ์ว่า ควรมีความรู้ในด้านการเงิน ตลาดทุน การตลาดและการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี เนื่องจากนักลงทุนสัมพันธ์จะเป็นคนกลางในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทแก่นักลงทุนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จุฑารัตน์ ธนไพศาลกิจ (BrandAge, 2547, ฉบับที่ 2) กรรมการผู้จัดการบริษัท โอทีอี พีบลิส ริเลชั่นส์ เวิลด์ วายด์ จำกัด ซึ่งเป็นเอเจนซีพาร์ทเนอร์ที่ให้บริการในด้านการทำนักลงทุนสัมพันธ์ ได้ให้คำจำกัดความถึงหลักการของการทำงานนักลงทุนสัมพันธ์ไว้ 2 แนวทาง คือ อย่างแรก ต้องรู้ว่าใครคือนักลงทุนและต้องการอะไร ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องเข้าใจให้ได้ก่อน อย่างที่สอง กฎกติกามารยาท ในการที่จะทำให้ข้อมูลประจักษ์แจ้งออกมาได้และต้องสอดคล้องกับทิศทางของ Corporate Communication คือต้องออกมาทั้งสองทางทั้งที่เป็นความรู้สึกจาก Outside - in และ Inside - out ซึ่งงานนักลงทุนสัมพันธ์เป็นเรื่องที่ต้องทำต่อเนื่องในระยะยาว ไม่ใช่แค่ช่วงการเข้าซื้อขายเท่านั้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญที่เข้ามาเกี่ยวข้องอยู่ 4 ส่วน คือ ข้อหนึ่ง Investor หรือนักลงทุน ทั้งนักลงทุนรายย่อยและกองทุน ข้อสอง บริษัทตนเองและบริษัทจดทะเบียนอื่นๆ ข้อสาม สถาบันการเงิน และข้อสี่ Regulator หรือผู้ควบคุม เช่น ก.ล.ต., ตลาดหลักทรัพย์ และสื่อมวลชน โดยเฉพาะสายการเงิน ซึ่งสื่อประเภทนี้ไม่เพียงเป็นผู้รายงานข่าวสารที่ทางบริษัทต่างๆต้องการสื่อออกไปเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่ในการเป็นนักวิเคราะห์ด้วยซึ่งจะมีบทบาททางความคิดส่วนหนึ่งกับนักลงทุน ทำให้การสื่อสารข้อมูลข่าวสารแต่ละครั้งต้องยืนอยู่บนพื้นฐานของความจริง ตรวจสอบได้ อย่างไรก็ตามแม้จะมีกลุ่มที่เข้ามาเกี่ยวข้องเป็น Stakeholder หลายกลุ่ม แต่เราก็ไม่จำเป็นต้องสื่อสารหรือติดต่อตลอดเวลาทุกกลุ่ม ยกเว้นนักลงทุนในฐานะผู้ถือหุ้นเป็นเจ้าของกิจการร่วมที่จำเป็นต้องสื่อสารอยู่ตลอดเวลา

จากความรุ่งเรืองของโลกอินเทอร์เน็ตตั้งแต่ปลายปี 1990 มีผลต่อตลาดการเงิน การลงทุนทั่วโลก ทำให้ความเป็นไปได้ในการลงทุนจากทุกมุมโลกในบริษัทจดทะเบียนเกิดขึ้นเป็นอย่างมาก เพราะการซื้อขายหุ้นและการเผยแพร่ข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นแบบทันทีทันใด ทำให้การแข่งขันเงินลงทุนของผู้ลงทุนจึงเกิดขึ้น ซึ่งเป็นผลให้บริษัทที่ไม่ได้รับความไว้วางใจพลาดโอกาสที่เกิดขึ้น ประกอบกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับบริษัทจดทะเบียนระหว่างประเทศขนาดใหญ่ในประเทศสหรัฐอเมริกา อย่าง Enron หรือ WorldCom ประสบปัญหาและสันคลอนความไว้วางใจ

ของผู้ลงทุนต่อข้อมูลที่บริษัทเปิดเผย ทำให้ผู้ลงทุนหันไปมุ่งความสนใจต่อข้อมูลทางบัญชี หมายเหตุประกอบงบการเงิน และสัญญาต่างๆที่บ่งชี้ต่อบริษัท ดังนั้นการสื่อสารเพื่อสร้างความไว้วางใจให้กลับมาใหม่ ด้วยการเปิดเผยข้อมูลที่กว้างขวางขึ้นในทุกช่วงเวลา และรักษาระดับประมาณการของผู้ลงทุนอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงความจริง จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

3. บทบาทและความสำคัญของงานนักลงทุนสัมพันธ์

Wilcox และ Cameron (2006) ได้กล่าวถึงแนวโน้มที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ในอนาคต มีหลายประการซึ่งสองเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ การให้ความสำคัญต่อความโปร่งใสและนักลงทุนสัมพันธ์ โดยอธิบายไว้ว่า

- การก้าวสู่ยุคของความโปร่งใส

การสื่อสารที่เชื่อมถึงกันทั่วโลก, เรื่องอื้อฉาวของบริษัทเกี่ยวกับการเงิน, การควบคุมจากทางการ และความต้องการของมวลชนที่เพิ่มขึ้นสำหรับบทบาทความรับผิดชอบเป็นตัวเร่งให้ความโปร่งใสกลายเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับสถาบันต่างๆของสังคม รวมไปถึงบริษัทธุรกิจและอุตสาหกรรม ที่จะเปิดเผยการดำเนินงานอย่างตรงไปตรงมา ตรง เหมือนกับที่บริษัทซอฟต์แวร์ทางการสื่อสารที่ชื่อ Vocus ได้ระบุว่า การดำเนินงานทุกอย่างขององค์กร ตั้งแต่คำตอบแทนของผู้บริหารไปจนถึงประเทศที่โรงงานนำเข้าวัตถุดิบ เป็นสิ่งที่ควรเปิดเผยต่อสาธารณชน หรือเป็นเรื่องของการตรวจสอบอย่างละเอียดจากประชาชน

นอกจากนี้ สถาบันทางการประชาสัมพันธ์ (The Institute of Public Relations: IPR) ของประเทศอังกฤษ ได้ระบุว่า บทบาทของการประชาสัมพันธ์ได้เปลี่ยนไปอย่างมากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา จากการประชาสัมพันธ์ที่สร้างพื้นที่ในสื่อต่างๆ กลายมาเป็นองค์กรต่างๆ นำการประชาสัมพันธ์มาใช้เพื่อการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เพราะสังคมต้องการความโปร่งใสดังตรงไปตรงมาที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก

- ความโดดเด่นของนักลงทุนสัมพันธ์

เรื่องอื้อฉาวของบริษัทจดทะเบียนที่เกิดขึ้น อาทิ Enron, WorldCom และ Tyco ได้กระตุ้นให้องค์กรที่ควบคุมของภาครัฐตั้งกฎระเบียบใหม่ๆขึ้นมาควบคุม โดยเฉพาะในเรื่องการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ เป็นเรื่องแรกที่สำคัญของการสื่อสารทาง

การเงินต้องทำ ตามความเห็นของ Donna Stein ผู้จัดการของบริษัท Brainerd Communications ในนิวยอร์ก อย่างไรก็ตาม ใ้ว่า การสร้างความเข้าใจต่อกฎระเบียบใหม่ทางการเงินเหล่านี้ จะสำคัญต่อนักลงทุนสัมพันธ์เท่านั้น แต่นักประชาสัมพันธ์ทั่วไปก็ต้องทำความเข้าใจกฎหมายและผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อหน้าที่ในการสื่อสารด้วย

ตรงกับความเห็นของ Seitel (2004) ที่ว่า จากปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในวงการเงิน ได้สั่นคลอนความไว้วางใจที่ผ่านมานักลงทุน ส่งผลให้เกิดการตรวจสอบอย่างละเอียดและความสำคัญที่ก้าวกระโดดขึ้นของงานนักลงทุนสัมพันธ์ในตลาดหลักทรัพย์ ตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 1990

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเล็งเห็นความสำคัญของการเปิดเผยและการสื่อสารข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนอย่างถูกต้อง ทันเวลาและโปร่งใส ซึ่งเป็น 1 ในหลักการ 15 ข้อของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และเสนอแนะให้บริษัทต่างๆมีหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบงานเกี่ยวกับนักลงทุนสัมพันธ์ เพื่อเป็นผู้แทนในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุนรายสถาบัน ผู้ลงทุนรายบุคคล บริษัทหลักทรัพย์ ผู้สื่อข่าวและประชาชนที่สนใจ เพื่อบริหารจัดการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

Gray (Theaker, 2004) เป็นนักวิเคราะห์ของ Durlacher ประเทศอังกฤษ กล่าวว่า การเข้าถึงทีมผู้บริหารบริษัทและการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ดังนั้นนักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัทเป็นบุคคลที่ล้ำค่าหรือมีค่ามาก

ตามการวิจัยของ Salary Survey (Wilcox และ Cameron, 2006) นั้น บุคคลที่เชี่ยวชาญในงานความสัมพันธ์กับผู้ลงทุนหรือกลุ่มทางการเงิน เป็นอาชีพที่ได้รับค่าตอบแทนที่สูงสุดในงานด้านการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเป็นอาชีพที่ต้องมีความรู้อย่างมากทางการเงินและกฎระเบียบอย่างมหาศาลจาก ก.ล.ด. (SEC) เกี่ยวกับการเสนอขายหุ้นครั้งแรก (IPOs), การรวบรวมกิจการ, ข้อบังคับทางการบัญชี, เนื้อหาสาระของรายงานการเงิน (financial reports) รายไตรมาส และการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะ

การสื่อสารด้วยนักลงทุนสัมพันธ์ (Smart Enterprise Marketing ใน BrandAge, 2547, ฉบับที่ 2) ถือเป็น 1 ในการตลาดแบบ Smart Marketing ที่เข้ามามีบทบาทอย่างมากและสำคัญต่อองค์กรที่จะก้าวสู่การเป็น Smart Enterprise โดยแนวคิดในการก้าวสู่การเป็น Smart Enterprise จะมี Back Box ที่มีทั้ง Management และ Smart Marketing ที่แต่ละตัว

จะทำหน้าที่แตกต่างกันออกไป ผู้บริหารแทบทุกองค์กรจะมีแนวคิดตรงกันในเรื่องของ Smart Capital หรือ Smart Finance เป็นการจัดการที่จะให้ได้มาซึ่งต้นทุนต่ำ หนึ่งในวิธีนั้นก็คือ การนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อระดมทุนกับนักลงทุน ซึ่งนักลงทุนสัมพันธ์ หรือ IR ที่นักประชาสัมพันธ์หลายท่านนิยมใช้ จึงเข้ามามีบทบาทอย่างมาก โดยหน้าที่ของผู้บริหารแต่ละองค์กรมีอยู่ 2 อย่าง อย่างแรก จะทำอย่างไรให้สินค้าและบริการขององค์กรเดินทางไปสู่เป้าหมายการขายที่ตั้งไว้ ส่วนอย่างที่สอง จะเกี่ยวข้องกับมูลค่าหุ้นของบริษัท ซึ่งในส่วนนี้ เครื่องมือทางการตลาดในรูปของ IR จะเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างมาก หากจะเปรียบเทียบให้เห็นภาพชัดเจนขึ้นก็คือ CRM จะถูกใช้เป็นเครื่องมือในการรักษาลูกค้าของสินค้าและบริการของบริษัท ขณะที่ IR ก็คือเครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนที่เข้ามาซื้อหุ้นของบริษัท อาจจะมีเรียกว่า IR เป็นการทำให้ CRM กับนักลงทุน แต่เป็น CRM ที่ก้าวไปถึงการเป็น Customer Expectation Management (CEM) หรือการบริหารความคาดหวังของนักลงทุน

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ หรือการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มผู้ถือหุ้น (วิรัช ฤทธิรัตนกุล, 2546) เป็นไปเพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจอันดีระหว่างบริษัทกับผู้ถือหุ้น สร้างเครดิตหรือความน่าเชื่อถือของบริษัทเพื่อดึงดูดให้มีผู้มาร่วมหุ้นมากยิ่งขึ้น และจัดความเข้าใจผิดหรือข่าวลือในทางอวกุศลของบริษัทเป็นไปในทางลบ รวมทั้งการกระตุ้นให้ผู้ถือหุ้นมีความกระตือรือร้นสนใจต่อการดำเนินงานของบริษัทยิ่งขึ้น

นักลงทุนสัมพันธ์จะมีเฉพาะในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ตามที่ Jonathan Clare ผู้อำนวยการของ Citigate Dewe Rogerson (Theaker, 2004) กล่าวว่า นักลงทุนสัมพันธ์ที่ดีจะช่วยลดต้นทุนของบริษัทในการเพิ่มทุน (the cost of raising capital) เพราะถ้าบริษัทหนึ่งต้องการเพิ่มทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์แต่อันดับความน่าเชื่อถือ (share rating) อยู่ในระดับต่ำแล้วจะไม่สามารถเพิ่มทุนได้ตามที่ต้องการ ซึ่งอันดับความน่าเชื่อถือที่ต่ำเพราะผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องไม่เข้าใจและไม่เห็นด้วยกับกลยุทธ์ธุรกิจ (business strategy) ของบริษัท

Lou Thompson (Wilcox และ Cameron, 2006) ประธานสถาบันนักลงทุนสัมพันธ์แห่งชาติ (National Investor Relations Institute: NIRI) ยกตัวอย่างข้อเสียของการไม่มีนักลงทุนสัมพันธ์ไว้ว่า การรวบรวมกิจการที่ประสบความสำเร็จในการสร้างความเชื่อมั่น นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่มีลักษณะชี้ส่งต่อการรวบรวมกิจการว่าเป็นความคิดที่ดี ก่อนบริษัทประกาศเรื่องนั้นต่อสาธารณะ ซึ่งจะทำให้ราคาหุ้นของบริษัทตกลงอย่างมีนัยสำคัญ หรืออาจไม่ได้ความเห็นชอบจากผู้ถือหุ้นจนเกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงและตราสินค้าของบริษัท

อย่างในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอังกฤษ ก็มีตลาดหลักทรัพย์หลัก คือ The London Stock Exchange และตลาดหลักทรัพย์ขนาดเล็กที่มีศักยภาพ (Alternative Investment Market: AIM) ซึ่งมีตั้งขึ้นในปี 1995 สำหรับบริษัทขนาดกลางและเล็กที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว อาทิ Ofex โดยข่าวสารของบริษัทจดทะเบียนเหล่านี้มักได้รับการเผยแพร่เป็นประจำทุกวันในหนังสือพิมพ์ แต่ทว่าบริษัทส่วนใหญ่รายงานข้อมูลครบถ้วนในเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน (The London Stock Exchange) โดยเป้าหมายของตลาดหลักทรัพย์ ก็เพื่อเป็นตัวกระตุ้นการเจริญเติบโตของบริษัทและเศรษฐกิจประเทศ ส่วนบริษัทจดทะเบียนมีเป้าหมายเพื่อระดมเงินทุนระยะยาวมากกว่าหนึ่งครั้งสำหรับการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อส่งเสริมการลงทุนเหล่านี้ นักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัทต้องทำหน้าที่ดึงดูดนักลงทุนในอนาคต (potential investors) และดำรงไว้ซึ่งการสนับสนุนจากนักลงทุนที่เป็นผู้ถือหุ้นในปัจจุบันไว้

กฎเกณฑ์ระเบียบของตลาดหลักทรัพย์ในประเทศอังกฤษ มีเป้าหมายเพื่อที่จะปกป้องนักลงทุนในบริษัทจดทะเบียนและเพื่อที่จะมั่นใจได้ในความเท่าเทียมกันในการดำเนินงานของทุกฝ่าย ซึ่งกฎเกณฑ์ระบิบนั้น มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับนักลงทุนสัมพันธ์โดยเฉพาะ นั่นคือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและที่สำคัญ ข้อมูลที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัท เมื่อตลาดหลักทรัพย์และผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบข้อมูลนั้น อย่างเช่น การตกลงทางธุรกิจที่สำคัญ (Large deals) แบบการควบรวมกิจการ ต้องได้รับการเปิดเผยต่อตลาดหลักทรัพย์ผ่านช่องทางบริการต่างๆของผู้ควบคุมหรือผู้ดูแลตลาดหลักทรัพย์ (the approved regulatory wire services) ทั้งนี้ ข่าวสารหรือข้อมูลต่างๆของบริษัทจดทะเบียนต้องเปิดเผยด้วยความถูกต้อง เพื่อสะท้อนสถานการณ์ของบริษัทที่เป็นจริง ผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งที่ได้รับอนุญาต ก่อนที่ข้อมูลเหล่านั้นจะส่งไปยังที่อื่นๆ เพื่อให้แน่ใจได้ว่าผู้ลงทุนทั้งหมดจะได้รับข้อมูลแบบเดียวกัน และไม่มีใครใช้ประโยชน์จากข้อมูลนั้นก่อนคนอื่นหรือการใช้ข้อมูลภายในเพื่อการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ ซึ่งข่าวสารข้อมูลต่างๆ ต้องไม่ทำให้นักลงทุนเข้าใจผิดหรือหลอกลวงผู้ลงทุน สิ่งเหล่านี้ล้วนอยู่ในความรับผิดชอบของนักลงทุนสัมพันธ์

บทบาทของงานนักลงทุนสัมพันธ์มีผลต่อการพัฒนาตลาดทุนไทย ประการแรก เป็นการสนับสนุนให้บริษัทจดทะเบียนมีส่วนรับผิดชอบใกล้ชิดต่อผู้ลงทุน ก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่บริษัทจดทะเบียนและตลาดทุนไทยโดยรวม, สอง การเปิดเผยข้อมูลอย่างมีคุณภาพ โปร่งใส และตรงตามความต้องการของผู้ลงทุน ทำให้เกิดความมั่นใจต่อการดำเนินงานของบริษัท และมีความสนใจที่จะเข้ามาลงทุนซื้อขายหุ้นของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นการเพิ่มสภาพคล่องโดยรวมของตลาดหลักทรัพย์และตลาดทุนไทยโดยรวม, สาม เป็นการยกระดับมาตรฐานของ

ตลาดทุนไทยมีความเป็นสากลมากขึ้น โดยเฉพาะการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) สุดท้าย เป็นการสร้างความน่าสนใจให้แก่การลงทุน ช่วยดึงดูดผู้ลงทุนต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ จึงเป็นการขยายฐานผู้ลงทุนให้กว้างขึ้น เป็นรากฐานสำคัญที่จะสนับสนุนการพัฒนาตลาดทุนให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

งานนักลงทุนสัมพันธ์ควรมีบทบาทในการปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิดร่วมกับผู้บริหารระดับสูง หรือเป็นส่วนหนึ่งในคณะผู้บริหารระดับสูงของบริษัท (คู่มือนักลงทุนสัมพันธ์, ชมรมนักลงทุนสัมพันธ์แห่งประเทศไทย, 2546) เพราะต้องเป็นผู้ที่เข้าใจในทิศทาง นโยบายและผลการดำเนินงานของบริษัทเป็นอย่างดี ซึ่งช่วยให้เกิดความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น เพื่อให้งานนักลงทุนสัมพันธ์ดำเนินการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้เจ้าหน้าที่นักลงทุนสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่เป็นโฆษกของบริษัทที่ดีได้ ซึ่งต้องเปิดเผยข้อมูลตามนโยบายและขอบเขตที่บริษัทกำหนดไว้ด้วย นอกจากนี้ นักลงทุนสัมพันธ์ ยังเป็นศูนย์กลางสำคัญในการรวบรวมข้อมูลข่าวสารในตลาดหลักทรัพย์ให้แก่ผู้บริหารระดับสูงและกรรมการบริษัท อาทิ ความคิดเห็นของผู้ลงทุน รูปแบบและพฤติกรรมกรรมการลงทุน ข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณชน เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจและกำหนดนโยบายของบริษัท

แม้บุคคลทางการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ไม่เข้าใจอย่างชัดเจนเกี่ยวกับงานนักลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relations หรือบางตำราที่เรียกว่า Financial PR) เพราะที่ผ่านมาไม่ค่อยมีตำราทางการประชาสัมพันธ์ที่กล่าวถึงบทบาท วัตถุประสงค์ เป้าหมายและกิจกรรมของงานนักลงทุนสัมพันธ์ โดยเฉพาะในประเทศไทย แต่ทว่าเรื่องเกี่ยวกับ "นักลงทุนสัมพันธ์" ก็มีเป็นตำราเฉพาะเจาะจงสำหรับคนในวงการการเงินซึ่งจะได้รับความนิยมในตลาดทุนที่พัฒนาแล้ว ทั้งนี้ นักลงทุนสัมพันธ์เป็นการจัดการสื่อสารระหว่างบริษัทจดทะเบียน (Listed company) ซึ่งบริษัทที่มีหุ้นสามัญจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และกลุ่มเป้าหมายทางการเงินต่างๆ (Financial audiences) เนื่องจากบริษัทจดทะเบียนเหล่านี้ต้องดำเนินการภายใต้กฎระเบียบและรายงานผลการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท ต่อนักลงทุน, นักวิเคราะห์หลักทรัพย์, สื่อมวลชน และผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งยังสามารถช่วยสร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อบริษัทอย่างถูกต้อง เพื่อรักษาสมดุลหรือเสถียรภาพของราคาหุ้นบริษัท ทั้งหมดนี้ได้นำมาเป็นแนวทางและกรอบการศึกษาถึงการสื่อสารของงานนักลงทุนสัมพันธ์ในการวิจัยครั้งนี้ ต่อไป

4. ความรับผิดชอบและหน้าที่ของงานนักลงทุนสัมพันธ์

งานนักลงทุนสัมพันธ์ มีเป้าหมายในการสื่อสาร (Wilcox และ Cameron, 2006) มุ่งที่จะนำหลักการทางการสื่อสารและการเงินมาประกอบรวมกันเพื่อแสดงภาพความคาดหวังในอนาคตของบริษัทอย่างถูกต้องจากจุดยืนด้านการลงทุน ดังนั้น หน้าที่หลักของเจ้าหน้าที่นักลงทุนสัมพันธ์ จึงเป็นการสื่อสารกับนักลงทุนสถาบัน, นักลงทุนรายบุคคล, บริษัทหลักทรัพย์ และนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ ซึ่งบุคคลเหล่านี้เป็นแหล่งข้อมูลของสื่อทางการเงิน โดยภาพรวมแล้ว นักลงทุนสัมพันธ์มีหน้าที่ในการนำเสนอข้อมูล (presentations), พานักวิเคราะห์และผู้จัดการกองทุนเยี่ยมชมการดำเนินงาน, วิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของผู้ถือหุ้น, ควบคุมการจัดทำรายงานประจำปี และเตรียมสื่อสำหรับนักลงทุนที่มีศักยภาพ

หน้าที่หลักของงานนักลงทุนสัมพันธ์ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) คือ

1. เป็น โฆษกประจำบริษัท (Spokesperson)
2. ติดตามการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท
3. นำเสนอข้อมูลข่าวสารและการเปลี่ยนแปลงของบริษัทให้แก่นักลงทุน
อย่างสม่ำเสมอ
4. สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักวิเคราะห์และผู้ลงทุน
5. เสริมสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อนักลงทุน
6. ประสานงานและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับงานนักลงทุนสัมพันธ์แก่ผู้บริหาร
บริษัท
7. เป็นคนกลางในการสื่อสารข้อมูลทั้งภายในและภายนอกบริษัท

ราคาหุ้นของบริษัทเปรียบเสมือนกระแสเงินสดของบริษัท (Seitel, 2004) ดังนั้นราคาหุ้นที่สูงพิเศษ (premium stock prices) อาจทำให้บริษัทได้มาซึ่งบริษัทอื่นๆ เนื่องจากบริษัทที่มีราคาหุ้นที่ต่ำอาจได้รับการโจมตีจากคู่แข่ง เช่น การเข้าครอบงำกิจการได้ หากราคาของหุ้นมีความสัมพันธ์อย่างยุติธรรมกับความคาดหมายในปัจจุบันและอนาคต บริษัทมีโอกาสที่ดีกว่าในการระดมทุนสำหรับการขยายกิจการในอนาคต พื้นฐานที่แข็งแกร่งของผู้ถือหุ้นมีความจำเป็นต่อ

การสนับสนุนให้บริษัทดำเนินการได้ตามเป้าหมาย ซึ่งการช่วยสร้างพื้นฐานของผู้ถือหุ้นให้มีความมั่นคงเป็นหน้าที่ของนักลงทุนสัมพันธ์ ซึ่งต้องอาศัยการสื่อสารที่สำคัญมากในเวลาที่เหมาะสม

อีกทั้ง ความน่าเชื่อถือก็เป็นหัวใจในงานนักลงทุนสัมพันธ์ และเป็นรากฐานสำคัญต่อความสำเร็จของบริษัท ดังนั้นนักลงทุนสัมพันธ์ต้องรายงานข้อมูลตามความเป็นจริง ถูกต้อง และครบถ้วน อย่างต่อเนื่องเป็นระบบ (คู่มือนักลงทุนสัมพันธ์, ชมรมนักลงทุนสัมพันธ์แห่งประเทศไทย, 2546) แต่ทว่า บางครั้งนักลงทุนสัมพันธ์ก็อาจเปิดเผยข้อมูลในระดับของรายละเอียดที่แตกต่างกัน เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ข้อมูล อย่างโดยทั่วไป นักวิเคราะห์หลักทรัพย์และนักลงทุนสถาบัน มักต้องการข้อมูลต่างๆ ในเชิงลึกมากกว่าผู้ลงทุนรายบุคคลและผู้สื่อข่าวที่ต้องการข้อมูลแบบกว้างๆ ซึ่งต้องใช้ความระมัดระวังอย่างมากในการให้ข้อมูลลักษณะนี้ เพราะอาจเกิดความเข้าใจผิดว่าเลือกปฏิบัติเฉพาะกลุ่มได้

กลุ่มเป้าหมายของงานนักลงทุนสัมพันธ์เป็นกลุ่มบุคคลและองค์กรที่มีความสนใจหรือมีความเกี่ยวข้องกับตลาดเงินตลาดทุน ซึ่ง (Theaker, 2004) สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มหลักๆ ได้ ดังนี้

1. นักลงทุนสถาบัน (Institutional investors) ทั้งผู้ถือหุ้นในปัจจุบัน, ผู้ถือหุ้นในอดีต และผู้ถือหุ้นในอนาคต) เป็นนักลงทุนหลักที่สำคัญของบริษัทจดทะเบียนส่วนใหญ่ อาทิ กองทุนบำนาญ (Pension Funds) และบริษัทประกัน เป็นต้น ยังเป็นนักลงทุนสถาบันที่มีขนาดใหญ่ (พิจารณาตามจำนวนเงินลงทุน) ยังเป็นนักลงทุนที่มีอิทธิพลต่อบริษัทมาก อย่างไรก็ตาม นักลงทุนสถาบันมิใช่เป้าหมายตรง (indirect audience) เพราะข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่ผ่านบุคคลที่สาม (Third party) อาทิ สื่อมวลชนและนักวิเคราะห์หลักทรัพย์

2. นักวิเคราะห์ทางการเงิน/หลักทรัพย์ (Financial analysts) เป็นกลุ่มบุคคลที่ให้ความเห็นหรือคำแนะนำการลงทุนต่อผู้ลงทุนเกี่ยวกับบริษัทจดทะเบียนว่า ควรซื้อ, ขาย หรือถือหุ้นไว้ก่อน ผ่านสื่อมวลชน, นักลงทุนสถาบัน และผู้ลงทุนรายบุคคล จึงถือเป็นเป้าหมายที่สำคัญและมีพลังอย่างยิ่งสำหรับบริษัท ดังนั้นนักลงทุนสัมพันธ์มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงที่จะเสริมสร้างและบริหารความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้น โดยควรเป็นบุคคลแรกของบริษัทในการติดต่อ เพื่อให้ข้อมูลต่างๆ ที่เพียงพอแก่นักวิเคราะห์

บุคคลที่สำคัญของนักลงทุนสัมพันธ์ คือ นักวิเคราะห์หุ้นในตลาดหลักทรัพย์ (Seitel, 2004) ซึ่งรับผิดชอบต่อการกำหนดราคาหุ้นที่ขึ้นกับการประเมินค่าในปัจจุบัน

และความคาดหวังของนักวิเคราะห์ที่มีต่อกำไรต่อหุ้นในอนาคต โดยนักวิเคราะห์หลักทรัพย์มีทั้งที่ทำงานให้กับบริษัทหลักทรัพย์ซึ่งให้คำแนะนำไปยังผู้ลงทุนรายบุคคลและทำงานให้กับบริษัทที่จัดการด้านเงินในฐานะนักลงทุนสถาบัน อาทิ กองทุนบำนาญ, กองทุนรวม เป็นต้น ซึ่งค้นหาหลักทรัพย์ที่จะลงทุนให้ผลตอบแทนที่ดี ทั้งนี้ การสื่อสารของนักลงทุนสัมพันธ์ต้องตรงไปตรงมาและไว้วางใจได้เชื่อถือได้เป็นสิ่งสำคัญ

3. บริษัทหลักทรัพย์ (Private client stockbrokers) เป็นผู้ให้คำแนะนำต่อลูกค้าของตนเองเกี่ยวกับบริษัทจดทะเบียนต่างๆ ที่ลงทุน จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทจดทะเบียน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ ซึ่งลูกค้าเหล่านี้เป็นลูกค้ารายบุคคลที่มีเงินสำหรับการลงทุนและมีการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์ ดังนั้นความคิดเห็นของบริษัทหลักทรัพย์ต่อบริษัทจดทะเบียนได้รับอิทธิพลจากข้อมูลที่เพียงพอผ่านข่าวสารของบริษัทและงานวิจัยของนักวิเคราะห์ โดยนักลงทุนสัมพันธ์ควรเข้ามาบริหารความสัมพันธ์ผ่านการนำเสนอข้อมูล และการจัดประชุมระหว่างบริษัทจดทะเบียนและบริษัทหลักทรัพย์ในเวลาที่เหมาะสม

4. ผู้ลงทุนรายบุคคล (Private individuals หรือ Individual investors) จะเปิดรับข้อมูลจากแหล่งต่างๆ แล้วนำมาวิเคราะห์ก่อนการเลือกลงทุนในหุ้นที่คาดว่าจะให้ผลตอบแทนที่ดี ทั้งนี้ เมื่อมีการใช้อินเตอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นในการซื้อขายหลักทรัพย์ ทำให้ความสำคัญและอิทธิพลของนักลงทุนรายบุคคลก็มากขึ้นเช่นกัน ดังนั้นนักลงทุนสัมพันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มบุคคลนี้ได้ผ่านสื่อ โดยเฉพาะเว็บไซต์ข่าวทางอินเทอร์เน็ต

5. ผู้ถือหุ้น (Shareholders) (Wilcox และ Cameron, 2006) ซึ่งอยู่ในฐานะเจ้าของบริษัท และเป็นแหล่งที่บริษัทจะพึ่งพาในการระดมทุนธุรกิจได้ จึงมีสิทธิอันชอบธรรมในการรับทราบความเคลื่อนไหวต่างๆ ของบริษัทอย่างเท่าเทียมกัน

6. ผู้ถือหุ้นในอนาคต (prospective shareholders) (Wilcox และ Cameron, 2006) ซึ่งก็อาจเป็นผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์อยู่แล้ว แต่ยังไม่ได้ลงทุนในบริษัทของตน หรือประชาชนที่กำลังจะเป็นผู้ลงทุนในอนาคต

7. สื่อ (The media) ในที่นี้หมายถึงสื่อทางธุรกิจและการเงิน (financial media) อย่างของต่างประเทศ Financial Times ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ธุรกิจในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ ซึ่งสื่อเหล่านี้มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อผู้อ่านที่เกี่ยวข้องกับตลาดหุ้น นอกจากข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทแล้ว ยังมีบทวิเคราะห์วิจารณ์บริษัทจดทะเบียน บทพยากรณ์คาดการณ์ต่อผล

การดำเนินงานและราคาหุ้นของบริษัท รวมไปถึงคำแนะนำซื้อหรือขายที่ถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้อ่าน โดยเฉพาะผู้ลงทุนรายบุคคล (private investor) ดังนั้นข้อมูลและความคิดเห็นต่างๆ ในสื่อประเภทนี้มีผลต่อการเคลื่อนไหวของราคาหุ้น ซึ่งนักลงทุนสัมพันธ์จึงมีหน้าที่ส่งเสริมให้บทความต่างๆ เป็นไปในทางบวกต่อบริษัทของตนเอง

8. สื่อประเภทหนังสือ, วารสารเฉพาะกลุ่ม (Trade press) โดยทั่วไปมิใช่กลุ่มเป้าหมายของนักลงทุนสัมพันธ์ อย่างไรก็ตาม สื่อเหล่านี้อาจจะได้รับความสนใจจากนักวิเคราะห์ที่ติดตามเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรม รวมไปถึงนักลงทุนที่มีความสนใจเฉพาะเจาะจงด้วย

9. สื่ออื่นๆ (Other media) อาทิ วิทยุและโทรทัศน์ นั้น นักลงทุนสัมพันธ์ควรให้ความสำคัญต่อรายการที่สำคัญอันเกี่ยวข้องกับธุรกิจและข่าวสารในตลาดหลักทรัพย์ เช่น Bloomberg ซึ่งเป็นสื่อเฉพาะสำหรับการลงทุนที่รายงานข่าวจากตลาดการเงินทั่วโลกเท่านั้น

10. สื่อแบบมีสาย (Wire services) อาทิ Reuters, Dow Jones และ AFX เป็นช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารที่รวดเร็วที่สุด ทำให้นักลงทุนสัมพันธ์ควรระมัดระวังความเร็วในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลทางการเงินการลงทุน อาทิ ผลการดำเนินงานของบริษัท ต้องเป็นไปตามวาระของสื่อ (the agenda of the financial press) ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญยิ่งยวด

11. บริการข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต (Internet news services) มีการเติบโตและพัฒนาขึ้นอย่างมากในช่วงเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา เพื่อให้ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดของแต่ละบริษัทแก่นักลงทุน และมีอิทธิพลมากที่สุดกับนักลงทุนรายบุคคล

แผนก/ฝ่ายของนักลงทุนสัมพันธ์โดยทั่วไปจะมีเจ้าหน้าที่เพียง 2 - 3 คน (Seitel, 2004) โดยนักลงทุนสัมพันธ์มีอาชีพจะรับผิดชอบกิจกรรมทางการสื่อสารที่หลากหลาย ดังนี้

1. รายงานประจำปี ทั้งแบบสิ่งพิมพ์และทางออนไลน์ เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเงินที่สำคัญของบริษัท

2. รายงานข้อมูลผลการดำเนินงานของบริษัทประจำไตรมาส เพื่อให้ผู้ถือหุ้นทราบข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับพัฒนาการของบริษัท โดยเฉพาะข้อมูลการเงินของบริษัท ซึ่งเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา

3. การประชุมผู้ถือหุ้น จะมีการจัดปีละหนึ่งครั้งเพื่อให้ผู้บริหารบริษัทพบกับผู้ถือหุ้น, ขอความเห็นชอบในประเด็นต่างๆและอภิปราย/ถามตอบเกี่ยวกับบริษัท

4. การประชุมทางโทรศัพท์ บางครั้งมีการจัดการประชุมทางโทรศัพท์กับนักวิเคราะห์หลักทรัพย์, นักลงทุนสถาบัน และผู้ถือหุ้นรายย่อย เมื่อมีการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินบริษัทรายไตรมาส เพื่ออธิบายเกี่ยวกับงบการเงินและการตอบคำถามที่ยาก อย่างไรก็ตาม บริษัทต้องระมัดระวังเกี่ยวกับการคาดการณ์ของยอดขายและรายได้ระหว่างการสนทนา ซึ่งการคาดการณ์เหล่านี้ต้องได้รับการเปิดเผยในทันทีและโดยทั่วถึงกับผู้ที่เกี่ยวข้องในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้เกิดโอกาสที่เท่าเทียมกัน ดังนั้นในการสนทนาจึงควรรวมถึงมวลชนไว้ด้วย

เมื่อบริษัทประชุมเสร็จสิ้น ควรสรุปข้อมูลที่น่าเสนอหรือการตอบคำถามในการประชุมทางโทรศัพท์เพื่อเผยแพร่ต่อผู้ที่สนใจ อาทิ ผู้ลงทุน ผู้สื่อข่าว เป็นต้น โดยในสหรัฐอเมริกา ก.ล.ด. ได้ส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนเผยแพร่เทปบันทึกเสียงของการประชุมทางโทรศัพท์บนเว็บไซต์ของบริษัทหลังการประชุม และให้คงข้อมูลหรือเทปบันทึกเสียงไว้เป็นเวลาพอสมควร หรืออาจถอดเทปการประชุมแล้วนำไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ต่อไป หรือใช้เอกสารข่าวแจกในการเผยแพร่ข้อมูลก็ได้

5. รายชื่อสื่อมวลชนและการติดตามตรวจสอบ เครือข่ายสื่อมวลชนทางการเงินซึ่งเผยแพร่ภาพสดผ่านสื่อมวลชนระหว่างช่วงเวลาธุรกิจในแต่ละวัน และทำให้นักลงทุนเกิดความระมัดระวังในการเปลี่ยนแปลงของตลาดหลักทรัพย์ตลอดเวลา ดังนั้นผู้เชี่ยวชาญด้านนักลงทุนสัมพันธ์ที่เฉียบแหลม ต้องรักษาความสัมพันธ์กับสื่อเหล่านี้และตรวจสอบข่าวสารที่เผยแพร่เกี่ยวกับการเงินที่สำคัญ

6. จดหมายมอบฉันทะ เมื่อบริษัทต้องขอมติจากผู้ถือหุ้นซึ่งมักจะเป็นประเด็นที่ต้องมีการโต้เถียงกัน นักลงทุนสัมพันธ์มืออาชีพได้เข้ามามีส่วนการส่งจดหมายไปยังผู้ถือหุ้น โดยให้เหตุผลทางการบริหารที่ดี เพื่อให้ผลการลงคะแนนเป็นไปตามแผนงานของบริษัท

7. การประชุมกับนักวิเคราะห์/นักลงทุนสถาบัน/นักลงทุนรายบุคคล ทั้งแบบตัวต่อตัว (one-on-one meeting) และแบบเป็นกลุ่ม (คู่มือนักลงทุนสัมพันธ์, ชมรมนักลงทุนสัมพันธ์แห่งประเทศไทย, 2546) เป็นวิธีการที่นิยมมากสำหรับบริษัทในการตอบข้อซักถามหรืออธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมจากที่ได้เผยแพร่ไปแล้ว ซึ่งช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท และทำให้ผู้ลงทุนรู้สึกที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย ทว่าการประชุมลักษณะนี้เป็นการเปิดเผยข้อมูลแบบเฉพาะกลุ่ม จึงต้องระวังเรื่องความเป็นธรรม ความเท่าเทียมกันต่อผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมประชุม

การประชุมลักษณะนี้ จะเปิดโอกาสให้บริษัทได้ให้ข้อมูลที่ละเอียดขึ้น และหลีกเลี่ยงการเข้าใจผิดของผู้รับข้อมูลได้

8. การประชุมผ่านทางวิดีโอ กับกลุ่มเป้าหมายทางการเงินของบริษัท (คู่มือ นักลงทุนสัมพันธ์, ชมรมนักลงทุนสัมพันธ์แห่งประเทศไทย, 2546)

กิจกรรมของงานนักลงทุนสัมพันธ์ (Theaker, 2004) มีจุดประสงค์หลัก เพื่อที่จะมั่นใจได้ว่าราคาหุ้นของบริษัทอยู่ในระดับที่สะท้อนคุณค่าที่แท้จริง และช่วยให้เกิดสภาพคล่องของหลักทรัพย์บริษัท ด้วยการสร้างและรักษาการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัทในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและส่งเสริมให้เกิดความสนใจและความคิดเห็นของบุคคลที่สาม (Third party) ในทางที่ดีหรือบวกต่อบริษัทจดทะเบียน

สิ่งที่ผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องสนใจในตัวบริษัท ก็คือ ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial performance) และศักยภาพการเติบโตในอนาคต (growth potential) ซึ่งเป็นเรื่องที่นักลงทุนสัมพันธ์สามารถสื่อสารผ่านการรับรู้ในกิจกรรมและกลยุทธ์ธุรกิจของบริษัทที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการคาดการณ์ในการเติบโตของบริษัท หากผลการดำเนินงานจริงไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์อาจนำไปสู่การเทขายหุ้นของผู้ลงทุน ทำให้ราคาหุ้นตกลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ใช้ข้อมูลที่ชัดเจนและประมาณการตัวเลขที่เป็นจริงเท่านั้น

สำหรับการเผยแพร่สารสนเทศเกี่ยวกับผลประกอบการที่เป็นตัวเลข ตามกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ อาทิ งบการเงิน เป็นต้น เมื่อมีการเปิดเผยผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งของตลาดหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตแล้ว ในวันนั้น นักลงทุนสัมพันธ์ควรจัดให้มีการประชุมกับผู้ลงทุนสำคัญของบริษัท โดยทั่วไป ก็คือนักลงทุนสถาบัน รวมทั้งนักวิเคราะห์และสื่อมวลชน จึงต้องมีการจัดตารางเวลานักวิเคราะห์และสื่อประเภทต่างๆ ให้เหมาะสมและประสานกับบริษัทหลักทรัพย์ซึ่งทำหน้าที่นัดประชุมกับผู้ลงทุนสถาบัน แม้ว่าผู้ถือหุ้นรายย่อยจะไม่ได้รับรายงานประจำปีในวันเดียวกับที่บริษัทประกาศผลการดำเนินงาน แต่สื่อมวลชนจะเป็นหัวใจในการเผยแพร่รายงานข้อมูลเหล่านั้นอย่างเหมาะสมแก่ผู้ถือหุ้นรายย่อยแทน

การรายงานผลการดำเนินงานนี้เป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความเข้าใจ เพราะข้อสังเกตหรือข้อสงสัยเพียงเล็กน้อยสามารถนำไปสู่เรื่องที่ไม่ดีต่อบริษัทได้ ดังนั้น ประธานหรือผู้บริหารบริษัทต้องให้ข้อมูลสำคัญทุกเรื่องที่ครบถ้วนในสิ่งที่ต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นหนึ่งในหน้าที่ของนักลงทุนสัมพันธ์ที่จะช่วยร่างคำกล่าวนี้ รวมไปถึงข่าวบริษัท (Press release) และการนำเสนอข้อมูล (Presentation) ต้องมีข้อมูลที่ครบถ้วนและเพียงพออย่างเดียวกัน

ขณะเดียวกัน ควรเตรียมคำถามคำตอบที่ผู้เข้าร่วมฟังการรายงานในแต่ละครั้งจะเกิดข้อสงสัยไว้ล่วงหน้า ภายหลังจากการรายงานข้อมูลเหล่านี้ นักลงทุนสัมพันธ์สามารถตรวจสอบหรือติดตามผลตอบกลับ (feedback) จากนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่จะออกรายงานบทวิเคราะห์ตามมา นอกจากนี้ รายงานประจำปี (Annual Report) และการประชุมใหญ่ผู้ถือหุ้น (The Annual General Meeting: AGM) รวมถึงการรายงานการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่สำคัญ เช่น การครอบงำกิจการอื่น ก็ควรอยู่ในหน้าที่และความรับผิดชอบของนักลงทุนสัมพันธ์ที่จะสร้างความเข้าใจและสื่อสารต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายด้วย

การเขียนข่าวแจก (News release หรือ press release) ซึ่งเป็นเครื่องมือพื้นฐานที่สำคัญทางการประชาสัมพันธ์ เป็นเอกสารที่มีวัตถุประสงค์หลักในการเผยแพร่ข้อมูลไปยังสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ต เป็นต้น สำหรับข้อมูลทางการเงิน ข่าวแจกที่ส่งไปยังตลาดหลักทรัพย์และสื่อมวลชนเป็นเรื่องที่สำคัญมาก นอกจากนี้ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546) การใช้สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (printed media) เพื่อกระจายข่าวสารให้กลุ่มผู้ถือหุ้นได้ทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวของบริษัทเป็นประจำสม่ำเสมอ อาทิ จุลสาร (booklet) สำหรับผู้ถือหุ้นที่มีวาระกำหนดออกเป็นประจำแน่นอน นิตยสารสำหรับผู้ถือหุ้น รายงานประจำปีของบริษัท เป็นต้น โดยภาษาที่ใช้ควรง่ายสามารถเข้าใจง่าย และหลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์ทางวิชาการหรือศัพท์เทคนิคต่างๆ

การจัดเยี่ยมชมการทำงานของบริษัท (Company Visit) ให้แก่นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ (Analysts' site visits) และผู้ลงทุนต่างๆ ก็เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมเพื่อสร้างความเข้าใจในลักษณะการดำเนินงานของบริษัท และสร้างความรู้สึที่ดีต่อนักวิเคราะห์ รวมทั้งเป็นโอกาสที่นักวิเคราะห์จะได้พูดคุยโดยตรงกับผู้บริหารระดับสูงของบริษัท เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักลงทุนสัมพันธ์กับนักวิเคราะห์หลักทรัพย์และผู้ลงทุนด้วย ซึ่งยิ่งบริษัทมีจำนวนผู้ลงทุนรายบุคคลถือหุ้นมาก ยิ่งจำเป็นในการจัดการพบปะหรือเยี่ยมชมบริษัทให้แก่นักวิเคราะห์หลักทรัพย์หรือนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ และต้องให้การเอาใจใส่ดูแลเป็นพิเศษ แต่ต้องไม่เปิดเผยข้อมูลอื่นใดนอกเหนือข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณะ

นอกจากนี้ การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มทางการเงินผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising) ก็เป็นอีกวิธีการหนึ่ง (Wilcox และ Cameron, 2006) โดยมีกลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ผู้ถือหุ้นและกลุ่มบุคคลทางการเงิน บ่อยครั้งที่บริษัทใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์มาช่วยชี้จุดแข็งทางการเงินและโอกาสในอนาคตเพื่อดึงดูดนักลงทุนให้สนใจเพิ่มขึ้น บางครั้ง โฆษณาประชาสัมพันธ์ก็เป็นเครื่องมือที่ช่วยจัดการกับข่าวในทางลบเกี่ยวกับปัญหาทางการเงินของบริษัทหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับข้อหาวิธีการทำบัญชีที่ไม่เหมาะสมของ

ผู้บริหาร และหลายครั้ง การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีส่วนช่วยบริษัทรอดพ้นจากการจู่โจมจากคู่แข่งที่เสนอซื้อหุ้นจากผู้ลงทุนรายบุคคลได้

ข้อมูลที่นักลงทุนสัมพันธ์ควรจัดเตรียมให้กับนักวิเคราะห์หรือนักลงทุน ในทัศนะของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ

1. พันธกิจขององค์กร (Mission Statement) และประวัติความเป็นมาของบริษัท
2. แผนงานและกลยุทธ์ระยะยาว รวมถึงเป้าหมายการดำเนินงาน
3. สรุปข้อมูลและแนวโน้มทางการเงินที่สำคัญ
4. สาสน์จากประธานกรรมการหรือผู้บริหารระดับสูง และนโยบายการบริหาร
5. รายละเอียดโครงสร้างการบริหาร
6. รายละเอียดของธุรกิจและกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ
7. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม, การดำเนินธุรกิจภายใต้เงื่อนไขและสิ่งแวดล้อมและอุตสาหกรรม
8. รายงานสถานะทางการเงินของบริษัท
9. ข้อมูลทางการเงินที่ต้องเปิดเผยตามกฎหมาย
10. สรุปงบกำไรขาดทุนในรอบระยะเวลา 5 ปี
11. หลักการบรรษัทภิบาลของบริษัท
12. การวิเคราะห์ฐานผู้ถือหุ้นของบริษัท
13. ตารางปฏิทินทางการเงินที่สำคัญ

การประเมินผลหลักๆของนักลงทุนสัมพันธ์ ก็คือ ราคาหุ้นของบริษัทที่จะสะท้อนศักยภาพที่เต็มที่ของนักลงทุนสัมพันธ์ เพราะบริษัทที่มีผลประกอบการด้านการเงินที่ดี

ราคาหุ้นควรเท่าหรือดีกว่าบริษัทอื่นในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน และสะท้อนผลการดำเนินงานของหมวดธุรกิจเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมองว่าการประเมินผลการดำเนินงานของนักลงทุนสัมพันธ์ในระยะสั้นทำได้ค่อนข้างยาก และไม่ควรใช้ราคาหุ้นของบริษัทเป็นตัววัด เนื่องจากมีหลายปัจจัยที่ส่งผลให้ราคาหลักทรัพย์เปลี่ยนแปลง การประเมินผลอาจจะทำได้หลายวิธี เช่น จำนวนบทวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่ออกโดยนักวิเคราะห์ทั่วไปและคุณภาพของข้อมูลในบทวิเคราะห์ บริษัทมีจำนวนผู้ถือหลักทรัพย์เพิ่มขึ้นทั้งที่เป็นผู้ถือหลักทรัพย์สถาบัน และรายย่อย หรือสามารถประเมินผลด้วยการทำวิจัย (Survey) จากนักวิเคราะห์ ผู้ลงทุน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อรับฟังความคิดเห็น

ปัญหาและอุปสรรคของการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายบริหารของบริษัทกับผู้ถือหุ้นมีหลายประการ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546) ซึ่งมีทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นจากฝ่ายบริหารของบริษัทและตัวผู้ถือหุ้นเอง เช่น

- ผู้ถือหุ้นไม่ค่อยรู้เรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นไปของบริษัท รวมทั้งไม่ทราบถึงสถานะทางการเงินของบริษัท
- ผู้ถือหุ้นไม่ค่อยให้ความสนใจในกิจกรรมบริษัท ถ้าทราบได้ยังได้รับเงินปันผลจากการถือหุ้นอย่างประจำสม่ำเสมอ
- ผู้ถือหุ้นมีความรู้ในขอบเขตจำกัดเลยไม่สนใจเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ของบริษัท
- ผู้ถือหุ้นไม่สนใจในการดำเนินงานของบริษัทเท่าที่ควร ดั้งหน้าตั้งตาแต่คอยจะรอรับเงินปันผลเพียงอย่างเดียว
- ฝ่ายบริหารของบริษัทไม่ค่อยอยากเปิดเผยเรื่องลับลมคมในบริษัทให้ผู้ถือหุ้นทราบ เพราะเกรงว่าผู้ถือหุ้นจะนำเรื่องรวมเหล่านี้ไปเปิดเผยให้บริษัทคู่แข่งของตนทราบ

ปัญหาและอุปสรรคข้างต้น อาจจะลดลงหรือหมดไปด้วยการประชาสัมพันธ์ที่ดี สร้างสัมพันธ์อันดีกับบรรดาผู้ถือหุ้น

หน้าที่ของงานนักลงทุนสัมพันธ์และการประชาสัมพันธ์ มีข้อแตกต่างกันในประเด็นหลัก ๆ ดังนี้

1. นักลงทุนสัมพันธ์สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (Focus Audience) เช่น นักวิเคราะห์ นักลงทุนสถาบัน แต่นักประชาสัมพันธ์จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง เช่น ผู้สื่อข่าว หรือบุคคลทั่วไป

2. นักลงทุนสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการเงิน การตลาด และการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี ในขณะที่ นักประชาสัมพันธ์อาจจะไม่ต้องมีความรู้เรื่องการเงิน การตลาด ในเชิงลึก

3. นักลงทุนสัมพันธ์จะมีความสัมพันธ์เป็นอย่างดีกับนักวิเคราะห์ นักลงทุนสถาบัน แต่นักประชาสัมพันธ์จะมีความสัมพันธ์กับสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะผู้สื่อข่าว

องค์กรหรือหน่วยงานใดที่ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ในการดำเนินงาน ซึ่งเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับองค์กร(พัชณี เสงจรรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2541) สามารถใช้วิธีใดวิธีหนึ่ง ดังนี้

1. จัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะมีเจ้าหน้าที่ประจำรับผิดชอบงาน
2. ใช้บริการจากบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์
3. ใช้บริการจากบริษัทโฆษณา ในบางกรณี

การศึกษาถึงแนวคิดเกี่ยวกับงานนักลงทุนสัมพันธ์ ทำให้เห็นถึงความจำเป็นอย่างยิ่งในการสื่อสารและความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทจดทะเบียนและกลุ่มเป้าหมายทางการเงินทุกประเภทในตลาดหลักทรัพย์ ทั้งบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบของบุคคลที่ทำหน้าที่นักลงทุนสัมพันธ์นี้ เป็นกรอบของการวิจัยถึงศักยภาพการสื่อสารของงานนักลงทุนสัมพันธ์ในบริษัทจดทะเบียนในตลาดทุนไทย ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพที่ชัดเจนเกี่ยวกับงานของนักลงทุนสัมพันธ์ได้ดียิ่งขึ้น



แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดเผยสารสนเทศของบริษัทจดทะเบียน (Information Disclosure)

1. หลักการการเปิดเผยสารสนเทศของบริษัทจดทะเบียน

ความหมายของคำว่า สารสนเทศ (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2541) คือข้อมูลต่างๆ ที่ได้มีการประมวลผลแล้ว หรือเก็บรวบรวมไว้ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งบุคคลสามารถรับรู้ได้ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ตามต้องการ ซึ่งในการวิจัยนี้ คือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทจดทะเบียน โดยเฉพาะข้อมูลการดำเนินงาน การลงทุนและการเงิน

ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญที่นำไปสู่การตัดสินใจในทุกกิจกรรม โดยเฉพาะการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยง ทำให้นักลงทุนทุกประเภทมีความต้องการสารสนเทศเกี่ยวกับบริษัทจดทะเบียนอย่างมาก เพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการลงทุน เพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุน และป้องกันการขาดทุนจากการลงทุน หรือเป็นการป้องกันความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการลงทุนหลักทรัพย์

การเผยแพร่ (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2541) หมายถึง การแจ้งข่าวสาร ซึ่งอาจจะเกี่ยวกับสินค้าบริการหรือความคิดไปยังประชาชน โดยหน่วยงาน/องค์กร ซึ่งอาจส่งไปยังสื่อมวลชน เป็นต้น

การเปิดเผยสารสนเทศอย่างเหมาะสม มีขอบเขต และมีกฎกติการ่วมกัน มีความจำเป็นอย่างยิ่งในตลาดหลักทรัพย์ทุกประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะตลาดทุนที่พัฒนาแล้ว เพราะเป็นการสร้างความยุติธรรม ความโปร่งใส ความเป็นธรรมต่อการลงทุน สร้างสภาพคล่องให้กับการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ รวมทั้งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับกลุ่มเป้าหมายทางการเงิน และทำให้ตลาดหลักทรัพย์ดำเนินการได้อย่างเป็นระบบระเบียบ เพื่อให้ผู้ลงทุนทั่วไปและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือได้

จากการสำรวจวิจัยของบริษัท The Borden Company (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546) พบว่าจำนวนมากกว่า 60% ของผู้ถือหุ้นขาดความรู้เกี่ยวกับเรื่องหุ้นและการดำเนินงานทางธุรกิจของบริษัท เพราะบริษัทสื่อสารภาษาและคำที่ยากเกินไปที่จะเข้าใจได้ ซึ่งจากผลการวิจัยเช่นนี้ ฝ่ายบริหารบริษัทควรจัดการแก้ไขด้วยวิธีการต่างๆ รวมทั้งปรับปรุงการใช้ภาษาและคำในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ให้สามารถอ่านเข้าใจได้ง่ายที่สุดและใช้คำที่สามัญที่สุดเท่าที่จะทำได้

การวิจัยก่อนหน้านี้เกี่ยวข้องกับเปิดเผยข้อมูลของบริษัท มีดังนี้ งานวิจัย Lang M. และ Lumdholm R. (1993), Buzby Stephen (1975), Schadewitz Hannu และ Blevins Dallas (1998), ZarZeski Marilyn (1996), Chow Chee และ Wong-Boren (1987), Firth (1979), McNally Graeme, Eng Lee และ Hasseldine C (1982), Cooke T. (1989), Naser Kamal (1998) (อ้างถึงใน นกวรรณ เชิดชูภูมิกุล, 2546) หรือ การวิจัยด้านต้นทุนการทำรายการของ King, Pownall และ Waymire (1990) และ Eng และ Mak (2003), Singhvi และ Desai (1971), Zarzeski และ Robb (2001) (อ้างถึงใน บุญทริกา ใจกระจ่าง, 2546) หรือ ผลการวิจัยของ Trotman และ Bradley (1981), Hossain และคณะ (1994), Meek และคณะ (1995), Williams (1999), Zoya และ Wijewardena (2003), Diamond และ Verrecchia (1991) (อ้างถึงใน อติสรุ ผลาวรรณ, 2547) หรือ McKinnon และ Dalimunthe (1993), Wallace และคนอื่นๆ (1994), Raffournier (1995), Naser (1998), Ho และ Wong (2001), Chau และ Gray (2002) (อ้างถึงใน นวพร พงษ์ดัมชกุล, 2546) สรุปได้ว่า ขนาดของบริษัทที่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับระดับ/ขอบเขตการเปิดเผยข้อมูล รวมทั้งการศึกษาของ Zoysa และ Wijewardena (2003) (อ้างถึงใน อติสรุ ผลาวรรณ, 2547) สรุปได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับระดับการเปิดเผยข้อมูล

Seitel (2004) ได้กล่าวว่าการเปิดเผยสารสนเทศเป็นภาระหน้าที่ในบริษัทจดทะเบียน ซึ่งมีผลกระทบต่อการตัดสินใจที่จะซื้อ, ขาย หรือถือหุ้นบริษัท และก็เป็นสิ่งที่ทำให้นักลงทุนสัมพันธ์มีความสำคัญยิ่งขึ้น

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ใช้หลักการเปิดเผยข้อมูลเต็มที่ โดยกำหนดให้บริษัทจดทะเบียนมีหน้าที่เปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญและจำเป็นต่อการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ให้ประชาชนทราบ โดยสารสนเทศดังกล่าวจะต้องถูกต้อง เพียงพอ และทันเวลานอกจากนี้บริษัทจดทะเบียนต้องดำเนินการเพื่อให้แน่ใจว่าผู้ลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัทได้รับสารสนเทศดังกล่าวอย่างเท่าเทียมกันและทั่วถึง ซึ่งการที่ตลาดการเงินมีความสามารถในการกระจายข้อมูลข่าวสารให้แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างรวดเร็วและทั่วถึง เป็นการแสดงถึงความมีประสิทธิภาพของตลาด (Market Efficiency) ด้วย

ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นที่ตลาดหุ้นไทย จึงยึดตามแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการเปิดเผยสารสนเทศของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต.ล.ท.), 2546) มี 6 ประการ ดังนี้

1. การเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญให้ประชาชนทราบโดยทันที โดยบริษัทจดทะเบียนต้องเปิดเผยสารสนเทศเกี่ยวกับการดำเนินงานที่สำคัญ ทั้งของบริษัทจดทะเบียนและบริษัทย่อยให้ประชาชนได้ทราบโดยทันที

2. การเผยแพร่สารสนเทศต่อประชาชนอย่างทั่วถึง โดยบริษัทจดทะเบียนต้องเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญต่อประชาชน ผ่านสื่อและวิธีการที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนด เพื่อให้ข่าวสารสำคัญนั้นได้เผยแพร่ให้ผู้ลงทุนทั่วไปได้รับทราบอย่างทั่วถึงเท่าที่ทำได้

3. การชี้แจงกรณีที่มีข่าวลือหรือข่าวสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะจริงหรือไม่ก็ตาม บริษัทจดทะเบียนต้องชี้แจงเกี่ยวกับข่าวลือหรือข่าวสารนั้นโดยเร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ เนื่องจากข่าวลือหรือข่าวสารนั้นอาจจะมีผลต่อการซื้อขายหลักทรัพย์ หรือมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน

4. การดำเนินการเมื่อการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนผิดไปจากสถานะปกติ โดยบริษัทจดทะเบียนต้องพิจารณาว่าอยู่ระหว่างดำเนินการในเรื่องสำคัญที่อาจมีผลกระทบต่อการซื้อขายหลักทรัพย์หรือไม่ และแจ้งให้ทราบทั่วกัน

5. การเปิดเผยในเชิงส่งเสริมที่ไม่มีเหตุอันสมควร โดยบริษัทจดทะเบียนต้องละเว้นการเปิดเผยสารสนเทศในลักษณะเชิงส่งเสริมที่เกินความจำเป็นในการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัท

6. การซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนโดยใช้สารสนเทศภายใน อาทิ กรรมการหรือผู้บริหารระดับสูงต้องไม่ทำการซื้อหรือขายหลักทรัพย์โดยใช้สารสนเทศที่สำคัญที่ยังมิได้เปิดเผยต่อประชาชน

กฎหมายคาดหวังให้บริษัทเผยแพร่ข้อมูลอย่างเต็มที่, เท่าเทียมกันและรวดเร็วให้แก่กลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึงมากที่สุด เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดทุนทั้งหมดได้รับโอกาสที่เท่าเทียมกันในการตอบสนองต่อข่าวสารนั้น โดยปัจจุบัน (Seitel, 2004) ด้วยความสามารถของอินเทอร์เน็ตในการแพร่กระจายข่าวสารอย่างทันทีทันใด ภาครัฐอย่าง ก.ล.ด. ได้แสดงความห่วงใยอย่างมากเกี่ยวกับการเลือกเปิดเผยข้อมูลต่อนักลงทุนเฉพาะกลุ่มเท่านั้น โดยเฉพาะการประชุมทางโทรศัพท์ขององค์กรกับนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่มีเพิ่มขึ้น ไม่ควรเปิดเผยข่าวสารที่ยังไม่ได้เปิดเผยให้กับกลุ่มเป้าหมายทางการลงทุนอย่างทั่วถึงรับทราบ

ทั้งนี้ การศึกษาหลักการเปิดเผยสารสนเทศของตลาดหลักทรัพย์ที่พัฒนาแล้วอย่างสหรัฐอเมริกาและอังกฤษ ก็มีกฎระเบียบข้อบังคับที่คล้ายคลึงกับประเทศไทย แม้ว่าหากพิจารณาจากปีที่มีการนำมาใช้ปฏิบัติจะเกิดขึ้นก่อนก็ตาม แต่ก็มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือรักษาสิทธิ, ปกป้องผลประโยชน์ และสร้างความเท่าเทียมให้เกิดขึ้นกับผู้ลงทุนทุกรายในตลาดหลักทรัพย์

จากแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการเปิดเผยสารสนเทศข้างต้นจะใช้แนวทางทุกข้อยกเว้นข้อ 5 เท่านั้น เพื่อกำหนดกรอบของระดับการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากการเปิดเผยในเชิงส่งเสริมที่ไม่มีเหตุอันสมควรต้องพิจารณารายละเอียดของเนื้อหาข่าวสารที่บริษัทเปิดเผยต่อสาธารณะ และต้องประเมินร่วมกับการดำเนินงานของบริษัทในช่วงระยะเวลาหนึ่งประกอบด้วย ซึ่งอยู่นอกเหนือขอบเขตการวิจัยนี้

2. การเปิดเผยสารสนเทศโดยทันที

สารสนเทศของบริษัทจดทะเบียนที่ต้องเปิดเผยโดยทันที ก็คือ สารสนเทศเกี่ยวกับการดำเนินงาน หรือเหตุการณ์ หรือสภาพการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน ซึ่งมีหรือจะมีผลกระทบต่อราคาซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ หรือสำคัญต่อผู้ลงทุนในการตัดสินใจลงทุน หรือมีหรือจะมีผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ของผู้ถือหุ้น ซึ่งบริษัทจดทะเบียนต้องรายงานเป็นหนังสือบริษัทพร้อมด้วยเหตุผลในทันทีที่เกิดเหตุการณ์หรือในวันที่คณะกรรมการหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทมีมติ

1. ประสบความเสียหายอย่างร้ายแรง
2. หยุดประกอบกิจการทั้งหมดหรือบางส่วน
3. เปลี่ยนแปลงลักษณะการประกอบธุรกิจ
4. ทำสัญญาให้บุคคลอื่นมีอำนาจในการบริหารงานของบริษัท
5. การครอบงำบริษัทอื่น หรือถูกบริษัทอื่นครอบงำ
6. การเพิ่มทุนหรือลดทุน
7. การจ่ายหรือไม่จ่ายเงินปันผล
8. การควบกิจการเข้าด้วยกันกับบริษัทอื่น

9. การเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้น
10. กำหนดวันประชุมสามัญหรือประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียน
11. กำหนดวันปิดสมุดทะเบียนพักการโอนหุ้นหรือวันให้สิทธิใด ๆ แก่ผู้ถือหุ้น
12. การเพิ่มทุนหรือจัดสรรหุ้นเพิ่มทุน
13. ออกหลักทรัพย์ใหม่หรือกระทำการใด ๆ อันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์แปลงสภาพ หรือกระทบต่อการใช้สิทธิของซื้อหุ้นของผู้ถือหลักทรัพย์
14. บริษัทจดทะเบียนกระทำการใดๆ หรือมีการออกหลักทรัพย์ โดยมีเงื่อนไขใด ๆ ซึ่งมีผลต่อการไถ่ถอน ยกเลิก หรือ การครบกำหนดของหลักทรัพย์จดทะเบียนทั้งหมดหรือบางส่วน (กรณีนี้บริษัทจดทะเบียนต้องแจ้งให้ตลาดหลักทรัพย์ทราบเป็นการล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน ก่อนการไถ่ถอน ยกเลิกหรือการครบกำหนดดังกล่าว)
15. การเปลี่ยนแปลงใดๆ ในสิทธิของผู้ถือหลักทรัพย์ประเภทนี้ ซึ่งอาจแปลงสภาพเป็นหุ้น หรือแลกเปลี่ยนเป็นหุ้นได้ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญ หรือการยกเลิกหลักประกัน หรือมีการผิคนัดชำระเงินตามระยะเวลาชำระคืนในหลักทรัพย์ประเภทนี้ หรือหุ้นกู้ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
16. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทจดทะเบียน และเป็นผลให้มีการเปลี่ยนแปลงอำนาจการควบคุมบริษัท
17. การได้มาหรือเสียไปซึ่งสัญญาทางการค้าที่สำคัญ
18. บริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยมีการ ได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ หรือมีรายการเกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวข้อง โยงกัน
19. บริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยมีการ ได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งเงินลงทุนในบริษัทอื่น ซึ่งเป็นผลให้บริษัทอื่นนั้นมีสภาพหรือสิ้นสภาพจากการเป็นบริษัทย่อยของบริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยนั้น

20. บริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยมีการเข้าร่วมทุน หรือยกเลิกการเข้าร่วมทุนกับบริษัทอื่น โดยสัดส่วนของการเข้าร่วมทุนตั้งแต่ร้อยละ 10 ของทุนชำระแล้วของบริษัทที่เข้าร่วมทุน

21. การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สำคัญ การพัฒนาที่สำคัญเกี่ยวกับทรัพยากรเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์และตลาด หรือการค้นพบที่สำคัญเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ

22. บริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยมีการกู้ยืมเงิน หรือมีการออกตราสารหนี้เป็นจำนวนที่มีนัยสำคัญต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

23. บริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยมีข้อพิพาทที่สำคัญเกี่ยวกับแรงงาน ผู้รับเหมาช่วง ผู้ขายสินค้าให้บริษัทจดทะเบียน

24. บริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยมีข้อพิพาททางกฎหมายที่สำคัญ

25. บริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในโครงการจ่ายลงทุน

26. บริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยมีการจดทะเบียนหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์อื่น หรือมีการเปิดเผยสารสนเทศเกี่ยวกับหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อื่น

27. บริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีที่สำคัญ

28. บริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยเลิกกิจการและมีการชำระบัญชี

29. บริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยจัดให้มีการประเมินราคาทรัพย์สินที่สำคัญ โดยผู้ประเมินราคาอิสระ

ข้อยกเว้นที่ไม่ต้องเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนโดยทันที แต่บริษัทต้องเก็บรักษาไว้เป็นความลับได้อย่างสมบูรณ์

1. เมื่อการเปิดเผยโดยทันทีจะกระทบหรือเป็นผลเสียต่อความสามารถของบริษัทในการที่จะดำเนินการตามวัตถุประสงค์เชิงธุรกิจของบริษัท อาทิเช่น การเปิดเผยต่อ

ประชาชนถึงแผนที่จะซื้อที่ดินแปลงใหญ่เพื่อการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ อาจเป็นผลให้ราคาที่ต้องจ่ายซื้อที่ดินสูงขึ้นจากการเก็งกำไร หรืออาจทำให้บริษัทไม่สามารถรวบรวมที่ดินได้ตามแผนงานที่กำหนด ดังนั้นการไม่เปิดเผยอาจเหมาะสมกว่า บริษัทจึงอาจชะลอการเปิดเผยสารสนเทศต่อตลาดหลักทรัพย์ไว้จนกว่าจะถึงเวลาที่เหมาะสม เช่นเมื่อรวบรวมที่ดินได้ตามจำนวนที่ต้องการแล้ว

2. ข้อมูลเกี่ยวกับประมาณการหรือการคาดการณ์เกี่ยวกับกำไรหรือข้อมูลอื่นที่เกี่ยวกับการดำเนินงานซึ่งใช้เป็นการภายใน บริษัทจดทะเบียนไม่จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลเหล่านี้ เพราะตัวเลขประมาณการดังกล่าวยังมีความไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับสมมติฐานต่าง ๆ หลายประการ อย่างไรก็ตาม หากบริษัทจดทะเบียนมีความจำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว ต้องทำด้วยความระมัดระวังภายใต้ข้อสมมติฐานที่สมเหตุผล และต้องแจ้งตามที่เป็นด้วยเงื่อนไขที่เหมาะสม ซึ่งหากประมาณการหรือการคาดการณ์นั้นปรากฏในภายหลังว่าผิดพลาด บริษัทต้องแก้ไขและแจ้งให้ทราบทั่วกันโดยทันที

3. เมื่อข้อเท็จจริงอยู่ในภาวะที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ และช่วงเวลาการเปิดเผยที่เหมาะสมเป็นสิ่งจำเป็น จึงควรรองนกว่าจะมีข้อสรุปที่แน่นอนจึงเปิดเผยต่อประชาชนได้ อาทิเช่น ช่วงระหว่างการเจรจาเพื่อให้ได้มาบริษัทใหม่ บริษัทไม่จำเป็นต้องออกประกาศต่อประชาชนในแต่ละขั้นตอนของการเจรจา เพราะในขณะหนึ่ง ๆ อาจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แต่ควรรองนกว่ามีความแน่นอนในข้อตกลงหรือมีความคืบหน้าในการเจรจาที่มีความแน่นอนแล้ว บริษัทต้องเปิดเผยโดยทันที

4. เมื่อการเปิดเผยโดยทันทีจะเป็นประโยชน์ที่มีนัยสำคัญต่อคู่แข่งอื่น อาทิเช่น การตัดสินใจที่จะออกผลิตภัณฑ์ใหม่หรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่หากคู่แข่งสามารถล่วงรู้ได้จากแหล่งอื่น บริษัทจดทะเบียนก็ต้องเปิดเผยโดยทันที ในกรณีที่มีข้อสงสัยว่าควรเปิดเผยหรือไม่ก็ให้สันนิษฐานไว้ก่อนเสมอว่าต้องเปิดเผย

การเก็บรักษาสารสนเทศที่สำคัญที่ยังไม่ได้เปิดเผยต่อประชาชนไว้เป็นความลับ โดยจำกัดให้รับรู้เฉพาะผู้บริหารระดับสูงและเจ้าหน้าที่ตามความจำเป็นเท่าที่ควรทราบเท่านั้น หากมีการเปิดเผยสารสนเทศในวงกว้างต่อพนักงานของบริษัท บริษัทต้องแจ้งให้พนักงานทราบว่าป็นสารสนเทศที่เป็นความลับและมีข้อจำกัด หรือบุคคลภายนอกอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องกับบริษัทต้องดำเนินการเพื่อให้แน่ใจว่าบุคคลเหล่านี้ได้ใช้ความระมัดระวังทำนองเดียวกับพนักงานของบริษัท

3. หลักการการชี้แจงเกี่ยวกับข่าวลือหรือข่าวสารต่าง ๆ

ข่าวลือ (พัชนี เขยจรรยา และคณะ, 2541) คือการรายงานเรื่องราวที่แพร่กระจายไปอย่างกว้างขวางโดยไม่รู้แหล่งที่มา โดยเกิดจากการรับเอาสถานการณ์ที่น่าเคลือบแคลงสงสัยมาสร้างเป็นเรื่องที่ตีความให้มีความหมายได้ ซึ่งข่าวลือจะพัฒนาในสื่อที่ไม่เป็นทางการ (การสื่อสารระหว่างบุคคล)

ข่าวลือหรือข่าวสารอื่น ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น บทความที่พิมพ์ในหนังสือพิมพ์ รายงานภาวะการซื้อขายของบริษัทสมาชิก สารสนเทศประเภทโดยปากต่อปาก ไม่ว่าจะจริงหรือไม่ ซึ่งยังไม่ได้รับการยืนยันโดยบริษัท และอาจจะมีหรือได้ผลต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัท หรือที่จะมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน บริษัทจดทะเบียนต้องชี้แจงโดยเร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้

หากพิจารณาจากพฤติกรรมกรรมการแสวงหาข่าวสารของนักลงทุน จะเห็นว่า แหล่งสารจะมีอิทธิพลและบทบาทกับกระบวนการตัดสินใจของนักลงทุน โดยแหล่งสารจะเป็นเงื่อนไขที่ผลักดันให้นักลงทุนเลือกซื้อหุ้นและขายหุ้น ไปจนถึงการหลีกเลี่ยงที่จะเข้าไปลงทุนในหุ้นกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะข่าวลือ (rumor) ที่กระจายอยู่ในกลุ่มนักลงทุนจะมีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจของนักลงทุน ซึ่งส่งผลกระทบต่อทิศทางเคลื่อนไหวของราคาหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ (สุทธิณี บริสุทธิญาณี, 2547)

หากมีข่าวลือหรือข่าวสารอื่น ๆ บริษัทจดทะเบียนต้องดำเนินการ ดังนี้

- กรณีที่ข่าวลือหรือข่าวสารอื่นที่ไม่เป็นจริง ซึ่งมีสารสนเทศที่ผิดพลาดและเผยแพร่ให้ประชาชนทราบแล้ว บริษัทต้องออกประกาศปฏิเสธข่าวลือหรือข่าวสารนั้น พร้อมทั้งแถลงให้ทราบถึงข้อเท็จจริงที่เพียงพอ เพื่อให้ความกระจ่างต่อข่าวลือส่วนที่ทำให้เกิดการหลงผิด
- กรณีที่เป็นข่าวลือหรือข่าวสารมีสารสนเทศที่ถูกต้อง บริษัทต้องเผยแพร่ให้ประชาชนทราบถึงข้อเท็จจริงนั้น
- กรณีที่เป็นข่าวลือหรือข่าวสารที่ไม่เป็นจริง บริษัทต้องประกาศให้กลุ่มเฉพาะ ซึ่งเป็นผู้แจกข่าวนั้นรับทราบด้วย เช่น กรณีที่เป็นบทความหนังสือพิมพ์ที่ลงข่าวผิด ให้บริษัทส่งสำเนาประกาศให้แก่บรรณาธิการสายการเงินของหนังสือพิมพ์นั้น หรือกรณีที่เป็นรายงานภาวะการซื้อขายหลักทรัพย์ผิดพลาดให้บริษัทส่งสำเนาให้แก่บริษัทสมาชิกที่รับผิดชอบการออกรายงานนั้น

- กรณีที่เป็นข่าวลือหรือข่าวสารการคาดคะเนอวดขาย กำไร หรือข้อมูลอื่นในอนาคต โดยปกติบริษัทไม่จำเป็นต้องดำเนินการใดๆ แต่หากการคาดคะเนดังกล่าวตั้งอยู่บนสมมติฐานของสารสนเทศที่ผิดพลาด หรือกล่าวถึงแหล่งอ้างอิงของบริษัทผิดพลาด บริษัทต้องดำเนินการเช่นเดียวกับกรณีของข่าวลือหรือข่าวสารที่ไม่เป็นจริง และหากข่าวลือหรือข่าวสารมีการคาดคะเนซึ่งผิดพลาดอย่างเห็นได้ชัด บริษัทต้องออกประกาศให้ทราบว่าบริษัทไม่ได้คาดคะเนดังกล่าว และในปัจจุบันไม่มีข้อเท็จจริงใดที่จะสนับสนุนการคาดคะเนดังกล่าว

4. หลักการสื่อสารกรณีการซื้อขายหลักทรัพย์ผิดปกติ

สภาพการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนผิดไปจากสภาพปกติของตลาด เช่นการเคลื่อนไหวในราคา หรือปริมาณการซื้อขาย หรือทั้งสองอย่างเกิดขึ้น โดยปราศจากสารสนเทศที่ได้เปิดเผยต่อประชาชนอันจะเป็นสาเหตุของการซื้อขายหลักทรัพย์ที่ผิดไปจากสภาพปกติได้ บริษัทต้องพยายามหาเหตุผล โดยพิจารณาว่า

1. มีสารสนเทศเกี่ยวกับธุรกิจของบริษัทซึ่งได้เปิดเผยให้ประชาชนทราบไว้แล้วเมื่อไม่นานมานี้หรือไม่ หากภาวะการซื้อขายที่ผิดปกติเกิดจากสารสนเทศที่สำคัญที่ได้เผยแพร่ต่อประชาชนแล้ว บริษัทไม่ต้องออกประกาศใดเพิ่มเติมอีก

2. มีสารสนเทศที่ยังไม่ได้เปิดเผยให้ประชาชนทราบอีกหรือไม่ ในกรณีนี้ภาวะการซื้อขายหลักทรัพย์ที่ผิดปกติอาจแสดงให้เห็นว่าได้มีการรั่วไหลเกิดขึ้นแล้ว บริษัทต้องเปิดเผยสารสนเทศที่เกี่ยวข้องต่อประชาชนโดยทันที

3. มีข่าวลือหรือข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทหรือไม่ หากภาวะการซื้อขายที่ผิดปกติเกิดจากข่าวลือหรือข่าวสารที่ไม่เป็นจริง บริษัทต้องดำเนินการตามแนวทางปฏิบัติของตลาดหลักทรัพย์เกี่ยวกับการแก้ไขข่าวลือและข่าวสารนั้นให้ถูกต้อง

หากบริษัทไม่สามารถทราบถึงสาเหตุของภาวะการซื้อขายหลักทรัพย์ที่ผิดปกติ บริษัทควรประกาศให้ประชาชนทราบว่า บริษัทไม่มีพัฒนาการใด ๆ ที่ยังไม่ได้เปิดเผยที่มีผลกระทบต่อบริษัท หรือการดำเนินงานของบริษัทซึ่งจะเป็นสาเหตุของภาวะตลาดที่ผิดปกตินั้น

5. หลักการเปิดเผยสารสนเทศสำคัญตามรอบระยะเวลาบัญชี (Periodic Reports)

ข้อมูลที่สำคัญและมีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงราคาของหลักทรัพย์อย่างมาก ก็คือ ข้อมูลทางการเงินซึ่งเป็นข้อมูลที่ควรให้ ได้มีการเผยแพร่อย่างเท่าเทียมกัน มีการแสดงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานที่แท้จริงของบริษัทจดทะเบียนและเผยแพร่ทันทีเมื่อมีข้อมูลดังกล่าว เพื่อป้องกันการคาดเดาหรือประมาณการกำไรขาดทุนจากงบบุค ซึ่งอาจคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง และเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์

บริษัทจดทะเบียนต้องจัดทำแล้วนำส่งสารสนเทศสำคัญในระยะเวลาที่กำหนดไว้และให้บริษัทจดทะเบียนจัดทำรายละเอียดตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในประกาศคณะกรรมการ ก.ล.ด. มีดังนี้

กำหนดระยะเวลานำส่ง นับแต่วันสิ้นสุดรอบระยะเวลาบัญชี

1. งบการเงินประจำปีซึ่งผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชี	3 เดือน
2. งบการเงินรายไตรมาส ซึ่งผ่านการสอบทานจากผู้สอบบัญชี	45 วัน
3. รายงานประจำปี	110 วัน
4. แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1)	3 เดือน

1. งบการเงินประจำปี การนำส่งรายงานที่เป็นเอกสารฉบับจริงพร้อมสำเนา 1 ชุด ต่อสำนักงาน ก.ล.ด. และสำเนาให้ตลาดหลักทรัพย์ 1 ชุด ภายใน 3 เดือนนับแต่สิ้นรอบระยะเวลาบัญชี และต้องเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของตลาดหลักทรัพย์

ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนอาจนำส่งงบการเงินงวด 6 เดือนหรือ 1 ปี แทนการนำส่งงบการเงินไตรมาสที่ 2 และ 4 ของงวดบัญชีนั้นได้ โดยต้องนำส่งงบการเงินงวด 6 เดือนหรือ 1 ปี ภายใน 60 วัน และต้องถือปฏิบัติโดยสม่ำเสมอ

2. งบการเงินรายไตรมาส การนำส่งรายงานที่เป็นเอกสารฉบับจริงพร้อมสำเนาต่อสำนักงาน ก.ล.ต. และสำเนาให้ตลาดหลักทรัพย์ 1 ชุด ภายใน 45 วันนับแต่สิ้นรอบระยะเวลาบัญชี และต้องเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของตลาดหลักทรัพย์

การจัดส่งงบการเงิน ทั้งงบการเงินประจำปีและงบการเงินรายไตรมาส บริษัทจดทะเบียนต้องจัดส่งทั้งงบการเงินฉบับเต็มและรายงานสรุปผลการดำเนินงาน (F45) ทั้งนี้ ในกรณีที่ผลการดำเนินงานในงบกำไรขาดทุน ทั้งงบการเงินรายไตรมาสและงบการเงินประจำปี มีการเปลี่ยนแปลงจากงวดเดียวกันของปีก่อนเกินกว่าร้อยละ 20 บริษัทต้องมีรายงานชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติมต่อตลาดหลักทรัพย์ เพื่อวิเคราะห์และชี้แจงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงในผลการดำเนินงานดังกล่าว

ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนควรมีการจัดทำและนำส่งรายงานคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร (Management Discussion and Analysis: MD&A) เพื่ออธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทในช่วงเวลาหนึ่ง โดย ก.ล.ต. ได้สนับสนุนให้บริษัทจัดทำ MD&A สำหรับงบการเงินทุกไตรมาส ซึ่งจะช่วยให้ผู้ลงทุนเข้าใจถึงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทได้ดียิ่งขึ้น นอกเหนือจากข้อมูลตัวเลขในงบการเงินเพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้ การนำส่งงบการเงินฉบับก่อนสอบทานหรือก่อนตรวจสอบจากผู้สอบบัญชี สามารถนำส่งงบการเงินดังกล่าวให้ตลาดหลักทรัพย์ทันทีที่บริษัทจัดทำงบการเงินแล้วเสร็จภายใน 30 วันนับแต่วันสิ้นไตรมาสหรือสิ้นงวดบัญชีของบริษัท ทั้งนี้ให้เป็นความสมัครใจของบริษัทจดทะเบียน และจะต้องถือปฏิบัติโดยสม่ำเสมอ

อย่างไรก็ตาม ตามข้อกำหนดของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธ.ป.ท.) กำหนดให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจเงินทุนและ/หรือธุรกิจหลักทรัพย์เปิดเผยฐานะการเงินและผลการดำเนินงานก่อนสอบทานและก่อนตรวจสอบให้ธนาคารแห่งประเทศไทย และปิดประกาศไว้ที่สำนักงานของบริษัทภายใน 21 วันนับจากวันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชี ซึ่งตลาดหลักทรัพย์ได้ขอให้นำส่งงบการเงินดังกล่าวพร้อมกับงบกำไรขาดทุนให้ตลาดหลักทรัพย์โดยทันทีที่มีการเปิดเผยข้อมูลตามข้อกำหนดของกฎหมายอื่นด้วย ตลาดหลักทรัพย์จะได้เผยแพร่ให้ผู้ลงทุนทราบต่อไป

3. รายงานประจำปี บริษัทจดทะเบียนต้องทำรายงานประจำปี และจัดส่งให้ผู้ถือหุ้นพร้อมกับหนังสือเรียกประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น รวมทั้งส่งให้สำนักงาน ก.ล.ต. 2 ชุด และสำเนาให้ตลาดหลักทรัพย์ 3 ชุด

4. แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) บริษัทจดทะเบียนต้องจัดทำและนำส่งแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีต่อสำนักงาน ก.ล.ต. 1 ชุด และสำเนาให้ตลาดหลักทรัพย์ 1 ชุด พร้อมทั้งนำส่งแบบ 56-1 โดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้กับสำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์ด้วย

ในกรณีที่บริษัทจดทะเบียนไม่สามารถนำส่งรายงานตามรอบระยะเวลาบัญชีได้ตามที่กำหนด ให้บริษัททำหนังสือขอผ่อนผันการนำส่งรายงานดังกล่าวต่อสำนักงาน ก.ล.ต. เป็นการล่วงหน้าก่อนวันครบกำหนด พร้อมชี้แจงเหตุผลความจำเป็น และกำหนดเวลาที่จะนำส่งรายงานนั้น โดยบริษัทต้องแจ้งต่อตลาดหลักทรัพย์และเผยแพร่หนังสือขอผ่อนผันดังกล่าวผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของตลาดหลักทรัพย์ด้วย

6. หลักการเปิดเผยสารสนเทศตามเหตุการณ์ (Non-periodic Reports)

ลักษณะของการรายงานตามความสำคัญเร่งด่วนของข้อมูลที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. สารสนเทศที่ต้องรายงานภายใน 3 วัน ซึ่งถือเป็นข้อมูลที่ไม่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อการซื้อขายหลักทรัพย์ แต่ผู้ลงทุนควรทราบ ดังนี้

1.1 เปลี่ยนแปลงกรรมการบริษัท ให้รายงานพร้อมทั้งนำส่งประวัติกรรมการใหม่

1.2 เปลี่ยนแปลงแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิหรือข้อบังคับของบริษัท ยกเว้นการเปลี่ยนแปลงแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิในเรื่องที่บริษัทจดทะเบียนต้องรายงานโดยไม่ชักช้า

1.3 ย้ายที่ตั้งสำนักงานใหญ่

1.4 บริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทย่อยมีการเปลี่ยนแปลงผู้สอบบัญชี

1.5 การเปลี่ยนแปลงนายทะเบียนหลักทรัพย์ หรือการเปลี่ยนแปลงสถานที่ตั้งของนายทะเบียน

2. สารสนเทศที่ให้จัดส่งภายใน 14 วัน

2.1 สำเนาบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่หรือรายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรก ณ วันที่มีการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นและ ณ วันที่ปิดสมุดทะเบียนพักการโอนหุ้น

2.2 รายงานการประชุมสามัญหรือประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น

2.3 รายงานการกระจายการถือหุ้นตามแบบที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนด

3. สารสนเทศเกี่ยวกับวันปิดสมุดทะเบียนพักการโอนหุ้นหรือวันให้สิทธิใดๆ บริษัทจดทะเบียนรายงานให้ตลาดหลักทรัพย์ทราบเป็นการล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 14 วัน และต้องปิดสมุดทะเบียนในเวลา 12.00 น. ของวันปิดสมุดทะเบียน ในกรณีที่บริษัทจดทะเบียนมีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่เคยแจ้งตลาดหลักทรัพย์ไว้ ให้แจ้งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วัน ก่อนวันปิดสมุดทะเบียนพักการโอนหุ้นหรือวันให้สิทธิใดๆ แก่ผู้ถือหุ้นในครั้งหลัง

7. ระยะเวลาการเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญ

ช่วงเวลาของการเปิดเผยสารสนเทศ ยึดหลักการเผยแพร่สารสนเทศต่อประชาชนอย่างทั่วถึง โดยปกติ บริษัทจดทะเบียนจะต้องเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญผ่านตลาดหลักทรัพย์ในช่วงเวลาก่อนเปิดการซื้อขายหลักทรัพย์แต่ละรอบอย่างน้อย 1 ชั่วโมงหรือหลังการปิดซื้อขายประจำวันแล้ว ตลาดหลักทรัพย์ มีรอบซื้อขาย 2 รอบด้วยกันคือ รอบเช้า 10.00 น. ถึง 12.30 น. และรอบบ่าย 14.30 น. ถึง 17.00 น. ดังนั้นบริษัทจดทะเบียนต้องส่งข้อมูลก่อนเวลา 9.00 น. สำหรับการซื้อขายรอบเช้า และระหว่าง 12.30-13.30 น. สำหรับการซื้อขายรอบบ่าย หรือหลังปิดเวลาการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แต่ภายในเวลาทำการของตลาดหลักทรัพย์ นั่นคือ หลังเวลา 17.00 น. ในวันทำการนั้น ถึง 9.00 น. ของวันทำการถัดไป

ในกรณีที่บริษัทจดทะเบียนมีเหตุสุดวิสัยไม่อาจนำส่งได้ทันในวันที่มีเหตุการณ์เกิดขึ้นให้บริษัทรายงานให้ตลาดหลักทรัพย์ทราบก่อนเวลาการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ในรอบแรกอย่างน้อย 1 ชั่วโมงหรือก่อน 9.00 น. ของวันทำการถัดไป เพื่อให้นักลงทุนสามารถรับข้อมูลของทุกบริษัทได้โดยเท่าเทียมกัน

การเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญ ต้องกระทำนอกเวลาทำการซื้อขายหลักทรัพย์ เพื่อป้องกันความผันผวนต่อการซื้อขายหลักทรัพย์ ในกรณีจำเป็นต้องเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญในระหว่างเวลาทำการซื้อขายหลักทรัพย์ บริษัทควรแจ้งให้ฝ่ายบริษัทจดทะเบียนของตลาดหลักทรัพย์

ทราบล่วงหน้า เพื่อพิจารณาว่าการเปิดเผยสารสนเทศดังกล่าวจะมีผลต่อภาวะการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ หากมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ ตลาดหลักทรัพย์อาจให้หยุดการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทเป็นการชั่วคราว เพื่อเปิดโอกาสให้มีการเผยแพร่และประเมินสารสนเทศที่ได้ประกาศให้ทราบ

8. หลักการเปิดเผยสารสนเทศต่อประชาชนและผู้ลงทุน

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศที่สำคัญของบริษัทจดทะเบียน มีจำนวน 2 ท่าน ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูง และเป็นกรรมการของบริษัท อย่างน้อย 1 ท่าน ตามที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนด โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. มีความเข้าใจถึงหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับการเปิดเผยสารสนเทศของบริษัทจดทะเบียนและความสำคัญของการรายงานสารสนเทศของบริษัทที่มีต่อผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไป
2. มีความเข้าใจถึงเจตนารมณ์ของข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์และกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
3. มีทักษะและประสบการณ์ในการจัดทำและเขียนประกาศต่อประชาชนในลักษณะที่ถูกต้อง เสมอภาค และไม่ลำเอียง
4. สามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นในทันทีทันใดและที่ไม่คาดว่ามีขึ้นได้

เพื่อให้ตลาดหลักทรัพย์สามารถติดต่อตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่รายงานได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ โดยเฉพาะในกรณีเร่งด่วนก่อนเริ่มเปิดทำการซื้อขายหลักทรัพย์หรือในระหว่างเวลาซื้อขายหลักทรัพย์ ทั้งนี้ในกรณีที่บุคคลดังกล่าวทั้ง 2 ท่าน เดินทางไปต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ ซึ่งไม่สะดวกต่อการติดต่อ ให้บริษัทแต่งตั้งผู้ทำการแทนเป็นการชั่วคราวพร้อมระบุช่วงระยะเวลาที่จะทำการแทน

การรายงานและการจัดส่งสารสนเทศที่บริษัทจดทะเบียน ต้องรายงานและจัดส่งโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ให้บริษัทจดทะเบียนรายงานและจัดส่งสารสนเทศนั้นเป็นภาษาไทย พร้อมคำแปลเป็นภาษาอังกฤษต่อตลาดหลักทรัพย์โดยผ่านสื่อดังกล่าวพร้อมกัน ยกเว้นแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีให้บริษัทจดทะเบียนจัดส่งสารสนเทศเป็นภาษาไทย

กรณีที่บริษัทจดทะเบียนต้องจัดส่งสารสนเทศในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์ ต้องมีข้อความถูกต้องตรงกันกับสารสนเทศดังกล่าวที่จัดส่งโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

บริษัทจดทะเบียนจัดส่งสารสนเทศให้กับตลาดหลักทรัพย์โดยทางโทรสารในคราวเดียวกัน ยกเว้นงบการเงินและแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีให้บริษัทจดทะเบียนจัดส่งทางโทรสารเฉพาะหนังสือแจ้งการนำส่งเท่านั้น และให้ผู้มีอำนาจรายงานข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนลงลายมือชื่อรับรองในสารสนเทศและหนังสือแจ้งการนำส่งที่จัดส่งโดยทางโทรสารด้วย

อย่างไรก็ตาม การจัดส่งสารสนเทศสำคัญใด ๆ ที่มีหรือจะมีผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ของผู้ถือหลักทรัพย์หรือต่อการตัดสินใจในการลงทุนหรือต่อการเปลี่ยนแปลงในราคาของหลักทรัพย์จดทะเบียนของบริษัทจดทะเบียน ตามข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการเกี่ยวกับการเปิดเผยสารสนเทศและการปฏิบัติการใด ๆ ของบริษัทจดทะเบียน ให้บริษัทจดทะเบียนดำเนินการจัดส่งสารสนเทศนั้น ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของตลาดหลักทรัพย์ตามระยะเวลาที่กำหนด และจะต้องจัดส่งสารสนเทศดังกล่าวให้กับตลาดหลักทรัพย์โดยทางโทรสารในคราวเดียวกันด้วย ทั้งนี้ ผู้มีอำนาจรายงานข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนต้องลงลายมือชื่อรับรองในสารสนเทศที่จัดส่งด้วย

สำหรับกรณีที่สารสนเทศมีความซับซ้อน ตลาดหลักทรัพย์อาจกำหนดให้บริษัทจัดประชุมชี้แจงต่อนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ได้ นอกจากนี้ บริษัทอาจเปิดเผยสารสนเทศให้ทราบพร้อม ๆ กันต่อหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ หรือสำนักแถลงข่าวอื่น เพื่อให้สารสนเทศได้มีการเผยแพร่อย่างทั่วถึงกัน ทั้งนี้ บริษัทต้องส่งประกาศต่าง ๆ ต่อประชาชนให้แก่ตลาดหลักทรัพย์ด้วย

จากนั้น เมื่อตลาดหลักทรัพย์ได้รับสารสนเทศของบริษัทจดทะเบียนที่จัดส่งโดยวิธีการดังกล่าวครบถ้วนแล้ว ตลาดหลักทรัพย์จะเผยแพร่สารสนเทศดังกล่าวให้ผู้ลงทุนทั่วไปทราบต่อไปโดยมิได้เป็นการแสดงว่า ตลาดหลักทรัพย์ได้รับรองถึงความถูกต้องของสารสนเทศดังกล่าว

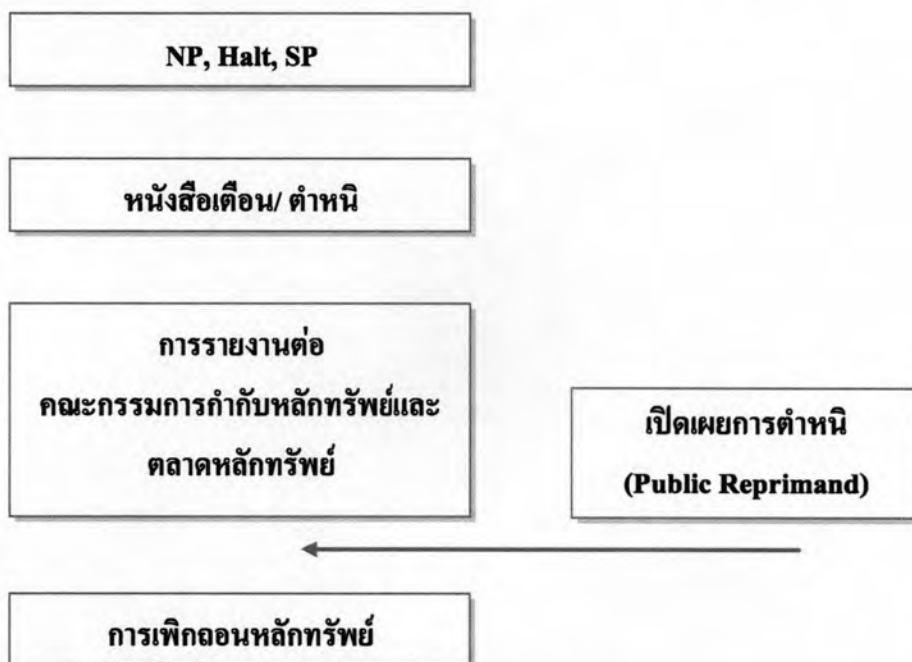
9. หลักการมาตรการเปิดเผยการดำเนินบริษัทจดทะเบียน (Public Reprimand)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีหน้าที่ในการกำกับดูแลตามเจตนารมณ์ เพื่อให้เกิดการกำกับดูแลการปฏิบัติต่างๆ อย่างยุติธรรม

การบังคับใช้ตามกฎหมาย (Enforcement)

กรณีบริษัทจดทะเบียนฝ่าฝืน หรือละเลยกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ จะมีมาตรการดังนี้

เมื่อเกิดการกระทำที่ตลาดหลักทรัพย์เห็นว่าอาจเป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ หน่วยงานภายในตลาดหลักทรัพย์ที่มีหน้าที่โดยตรงในการกำกับดูแลการซื้อขายหลักทรัพย์ การดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน หรือบริษัทสมาชิกแล้วแต่กรณี จะทำหน้าที่ในการตรวจสอบหรือสอบถามข้อเท็จจริงจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดดังกล่าว และรวบรวม ข้อมูลเอกสารหลักฐานส่งให้แก่ฝ่ายวินัยและคดี เพื่อให้ดำเนินการพิจารณาตาม กระบวนการ พิจารณาความผิดทางวินัย เพื่อดำเนินการลงโทษโดยมีคณะกรรมการวินัยเป็นผู้วินิจฉัย



แผนภาพที่ 2 -1: มาตรการบังคับใช้ตามกฎหมาย

ตลาดหลักทรัพย์มีเครื่องหมายที่ใช้ในการกำกับดูแลบริษัทจดทะเบียน 4 ชนิด เพื่อแจ้งต่อนักลงทุนและประชาชนทราบ ได้แก่

1. H (เครื่องหมายเฮช) ย่อมาจาก Halt Trade

ตลาดหลักทรัพย์ติดเครื่องหมายนี้ไว้บนหลักทรัพย์ เป็นเครื่องหมายแสดงการห้ามซื้อขายหลักทรัพย์จดทะเบียนเป็นการชั่วคราว โดยแต่ละครั้งมีระยะเวลาไม่เกินกว่าหนึ่งรอบการซื้อขาย

หลักเกณฑ์ในการขึ้นเครื่องหมาย H ดังนี้

1.1 มีข้อมูลหรือข่าวสารที่สำคัญที่อาจมีผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ของผู้ถือหลักทรัพย์หรือต่อการตัดสินใจในการลงทุนหรือต่อการเปลี่ยนแปลงในราคาของหลักทรัพย์ ซึ่งตลาดหลักทรัพย์ยังไม่ได้รับรายงานจากบริษัท และอยู่ในระหว่างการสอบถามข้อเท็จจริงและรอคำชี้แจงจากบริษัท และตลาดหลักทรัพย์เห็นว่าบริษัทสามารถชี้แจงได้ในทันทีในระหว่างเวลาซื้อขายรอบดังกล่าว

1.2 ภาวะการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทใดบริษัทหนึ่งน่าสงสัยว่าจะมีผู้ลงทุนบางกลุ่มทราบข้อมูลหรือข่าวสารที่สำคัญ และอยู่ในระหว่างการสอบถามข้อเท็จจริงจากบริษัท และตลาดหลักทรัพย์เห็นว่าบริษัทสามารถชี้แจงได้ในทันที

1.3 บริษัทร้องขอให้ตลาดหลักทรัพย์สั่งห้ามการซื้อขายหลักทรัพย์ของตนเป็นการชั่วคราว เนื่องจากบริษัทอยู่ในระหว่างรอการเปิดเผยข้อมูลหรือข่าวสารที่สำคัญ และตลาดหลักทรัพย์เห็นว่าบริษัทสามารถชี้แจงได้ในทันที

1.4 มีเหตุอื่นใดที่อาจมีผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อการซื้อขายหลักทรัพย์นั้น

2. SP (เครื่องหมายเอสพี) ย่อมาจาก Suspension

เป็นเครื่องหมายที่ตลาดหลักทรัพย์ติดบนหลักทรัพย์ เพื่อแจ้งให้ผู้ลงทุนทราบว่าหลักทรัพย์ดังกล่าวอยู่ในระหว่างถูกห้ามซื้อขายชั่วคราว โดยแต่ละครั้งมีระยะเวลาเกินกว่าหนึ่งรอบการซื้อขาย ทั้งนี้ตลาดหลักทรัพย์มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

2.1 บริษัทนั้นฝ่าฝืนหรือละเลยไม่ปฏิบัติตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์

2.2 ปรากฏข่าวสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับฐานะการเงินหรือผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งมีผลกระทบ หรืออาจมีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์ของบริษัท

อย่างรุนแรง โดยที่ข่าวสารนั้นยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชนผ่านตลาดหลักทรัพย์ หรืออยู่ระหว่างที่ตลาดหลักทรัพย์กำลังรอการเปิดเผยข้อมูลหรือข้อเท็จจริงที่สอบถามไป หรือกำลังรอการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติม เพราะรายงานที่ได้รับยังไม่ครบถ้วนชัดเจนเพียงพอ

3. NP (เครื่องหมายเอ็นพี) ย่อมาจาก Notice Pending

ตลาดหลักทรัพย์ติดเครื่องหมายนี้ที่หลักทรัพย์ เพื่อแสดงให้ผู้ลงทุนทราบว่า ณ เวลานั้น ตลาดหลักทรัพย์กำลังรอคำชี้แจงหรือรายงานข้อมูลเพิ่มเติมจากบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ดังกล่าว

4. NR (เครื่องหมายเอ็นอาร์) ย่อมาจาก Notice Received

ตลาดหลักทรัพย์จะติด NR ไว้บนหลักทรัพย์ที่เพิ่งถูกถอนเครื่องหมาย NP เป็นเวลา 1 วัน เพื่อแจ้งให้ผู้ลงทุนทราบว่าตลาดหลักทรัพย์ได้รับแจ้งข้อมูลข่าวสาร หรือรายงาน หรือคำชี้แจง จากบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ดังกล่าวอย่างพอเพียง และได้ทำการเผยแพร่เพื่อให้ทราบทั่วกันแล้ว

ในกรณีที่มีการพิจารณาและออกคำสั่งลงโทษแล้ว หากผู้ถูกลงโทษไม่เห็นด้วยกับผลการพิจารณา และคำสั่งลงโทษดังกล่าว หรือต้องการแสดงเอกสารหลักฐานใหม่เพิ่มเติมเพื่อแสดงว่าไม่ได้กระทำความผิด ตามที่ถูกลงโทษ ผู้ถูกลงโทษสามารถโต้แย้งคำสั่งลงโทษนั้นได้ โดยการอุทธรณ์คำสั่งลงโทษตาม กระบวนการพิจารณาและวินิจฉัยอุทธรณ์ ซึ่งมีคณะกรรมการอุทธรณ์เป็นผู้พิจารณาก่อนนำเสนอให้ คณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์พิจารณาสั่งการต่อไป

จะเห็นได้ว่า กรอบปฏิบัติที่สำคัญเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ ข้อบังคับและข้อพึงปฏิบัติในการเปิดเผยสารสนเทศ สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ทั้งที่ต้องปฏิบัติอย่างเข้มงวด และปฏิบัติตามความสมัครใจ มุ่งเน้นให้

1. บริษัทนั้นมีความโปร่งใสในการดำเนินการในทุกขั้นตอน
2. การดำเนินงานของบริษัทมีการรายงานต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายและสามารถตรวจสอบได้
3. รายงานต่างๆ และตัวเลขทางธุรกิจ เชื่อถือได้

4. มีการดำเนินการที่เป็นธรรมต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งผู้บริหาร พนักงาน ผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุน

5. มีการปฏิบัติตามระเบียบและกฎหมายที่กำหนดไว้

ทั้งนี้ ประโยชน์ของการเปิดเผยสารสนเทศที่ดีย่อมเกิดกับทั้งตัวบริษัทจดทะเบียน ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และตลาดหลักทรัพย์ เพราะเป็นการสร้างความมั่นใจต่อผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และผู้ที่เกี่ยวข้องว่าข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีความน่าเชื่อถือได้ และสามารถตรวจสอบได้อย่างโปร่งใส ซึ่งการเปิดเผยสารสนเทศที่กล่าวมานี้ เป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งของบริษัทจดทะเบียนต่อสาธารณะ ที่ต้องมีผู้เข้ามารับผิดชอบในแต่ละบริษัททำหน้าที่ดูแลอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัทจดทะเบียน ที่เป็นตัวกลางเชื่อมประสานและสื่อสารข้อมูลสองทาง (Two-way communication) ระหว่างบริษัทและประชาชนในส่วนการลงทุน การดำเนินงาน และผลประกอบการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความโปร่งใสถึงการเป็นบริษัทที่มีบรรษัทภิบาลที่ดี (Good Corporate Governance) ซึ่งเป็นกรอบการศึกษาครั้งนี้ เกี่ยวกับระดับการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะและคุณภาพของเว็บไซต์บริษัทจดทะเบียน รวมทั้งเป็นแนวทางการวิจัยให้เห็นถึงศักยภาพการสื่อสารของนักลงทุนสัมพันธ์ต่อการเปิดเผยข้อมูล เพื่อพัฒนาบรรษัทภิบาลของตลาดทุนไทย

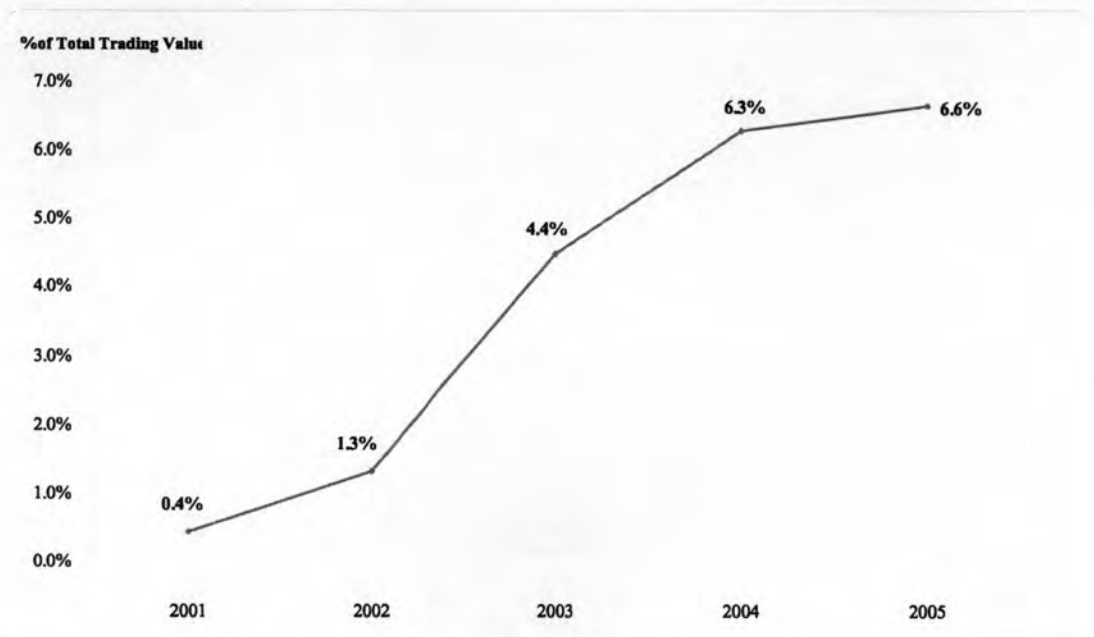
แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. บทบาทของอินเทอร์เน็ตต่อตลาดหลักทรัพย์

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้นำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการดำเนินงานของตลาดหลักทรัพย์ตั้งแต่ปี 2534 เป็นต้นมา โดยเริ่มในส่วนของการซื้อขายหลักทรัพย์ การส่งมอบและชำระราคาหลักทรัพย์ การจัดเก็บข้อมูลของการรับฝากหลักทรัพย์และทะเบียนผู้ถือหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของการซื้อขายหลักทรัพย์ เกิดการกระจายฐานของผู้ลงทุนออกไปอย่างกว้างขวาง และเป็นการเพิ่มความโปร่งใสและความเป็นระเบียบในการซื้อขายหลักทรัพย์

การใช้ Internet เป็นสื่อ on-line ในการซื้อขายหลักทรัพย์ เป็นวิวัฒนาการใหม่ในประเทศไทยที่ได้รับความนิยมกันอย่างรวดเร็วและจะแพร่หลายมากขึ้นในอนาคต โดยที่ Internet จะมีผลกระทบต่อธุรกรรมในตลาดทุนอย่างมาก ทั้งต่อผู้ประกอบการธุรกิจและผู้ลงทุน และ

กลายเป็นช่องทางใหม่ของการติดต่อทำธุรกรรม ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์และบริษัทจดทะเบียนสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง รวดเร็ว โดยมีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจลดลง ปัจจุบันมีหลายประเทศที่ได้นำ Internet มาใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์อย่างแพร่หลาย เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ ไต้หวัน ออสเตรเลีย สิงคโปร์และฮ่องกง



แผนภาพที่ 2 -2: จำนวนเปอร์เซ็นต์การซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Trading) เมื่อเทียบกับปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์ (ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์)

คุณลักษณะในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ต หรือ E-Trading

1. เพิ่มความมั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูล ด้วยระบบรหัสผ่าน 2 ชั้น และเสริมด้วยระบบ Secure Sockets Layer: SSL ซึ่งมีประสิทธิภาพสูง ในการป้องกันข้อมูลการซื้อขายและข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้
2. เพิ่มความสะดวกสบายให้สามารถส่งคำสั่งซื้อขายได้ทุกที่ ทุกเวลา จากบ้าน จากที่ทำงาน จากอินเทอร์เน็ต คาเฟ่ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ หรือที่อื่นๆที่คุณสามารถ

เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ ตัดปัญหาการเดินทางฝ่ารถติดไปห้องค้า หรือต่อสายโทรศัพท์หาเจ้าหน้าที่การตลาด

3. ส่งคำสั่งซื้อขายได้ตลอด 24 ชม. เพราะการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต ไม่ได้มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาส่งคำสั่ง แม้แต่ตอนตลาดหลักทรัพย์ปิดทำการ หรือในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หากส่งคำสั่งในช่วงที่ตลาดหลักทรัพย์เปิดทำการ คำสั่งก็จะส่งตรงสู่ตลาดหลักทรัพย์ และสามารถตรวจสอบสถานะคำสั่งได้ทันทีจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ สำหรับคำสั่งซื้อขายที่ส่งเข้ามาในขณะที่ตลาดหลักทรัพย์ไม่ได้เปิดทำการ คำสั่งก็จะถูกจัดเรียงตามลำดับเวลาที่ส่งคำสั่งเข้ามา และจะถูกส่งไปยังตลาดหลักทรัพย์ทันทีที่ตลาดเปิดทำการ

4. พร้อมพร้อมด้วยข้อมูลข่าวสารที่สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่มากมาย และทันสมัยตลอดเวลา ทั้งข้อมูลราคาหลักทรัพย์เรียลไทม์ รายละเอียดบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ บทวิเคราะห์จากฝ่ายวิเคราะห์หลักทรัพย์ ข้อมูลทางสถิติ ข้อมูลปัจจุบันและย้อนหลัง เพื่อช่วยในการตัดสินใจ

5. คຸ້ມค้ำด้วยค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการซื้อขายด้วยตัวเอง ภูมิใจด้วยค่าคอมมิชชั่นระดับต่ำ เพียงแค่ 0.2 % เท่านั้น



แผนภาพที่ 2 -3: ข้อดีของการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ต

จากผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา "บทบาทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อภาคการเงิน การธนาคารและการลงทุน" ในปี 2543 โดยศูนย์พัฒนาพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ พบความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ตว่า มีข้อดีในเรื่องของความสะดวก รวดเร็วและมีข้อมูลทันสมัยตลอดเวลาซึ่งทำให้นักลงทุนสามารถตัดสินใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ได้เป็นอย่างดี รวมทั้งเป็นการเพิ่มโอกาสในการดึงดูดผู้ลงทุนรายใหม่ๆ มากขึ้น, เป็นการประหยัดเวลา และมีทางเลือกให้ผู้บริโภคมากขึ้น เป็นต้น

อย่างไรก็ดี อินเทอร์เน็ตนอกจากจะเป็นช่องทางในการลงทุนของนักลงทุนในปัจจุบันแล้ว ยังเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญยิ่งสำหรับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ด้วยเช่นกัน

ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่ช่วยในการตัดสินใจ โดยปัจจุบันข้อมูลที่ให้บริการบนเว็บไซต์ส่วนใหญ่ประกอบด้วย

1. ข้อมูลหุ้นเรียลไทม์ (Real-time trading information) ได้แก่ ราคาเสนอซื้อ-เสนอขายหลักทรัพย์ ดัชนีราคาหลักทรัพย์ ปริมาณและมูลค่าการซื้อขาย ภาพรวมการซื้อขาย สรุปอันดับหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขายมากที่สุด ราคาเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง เป็นต้น ส่วนใหญ่จะสามารถเรียกดูข้อมูลย้อนหลังได้

2. ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียน (Listed Companies Info) เช่นรายชื่อคณะกรรมการบริษัท ลักษณะหรือประเภทธุรกิจ งบการเงินประจำงวดต่างๆ รวมทั้งข่าวสารความเคลื่อนไหวอื่นๆของแต่ละบริษัท โดยสามารถเรียกดูข้อมูลย้อนหลังได้

3. รายงานและบทวิเคราะห์หลักทรัพย์ ส่วนใหญ่จะเป็นบทวิเคราะห์ที่จัดทำโดยนักวิเคราะห์ของแต่ละโบรกเกอร์ อาจแยกเป็นวิเคราะห์ข่าวประจำวัน รายงานหุ้นเด่นวันนี้ บทวิเคราะห์รายอุตสาหกรรม รายหลักทรัพย์ วิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน และการวิเคราะห์ทางเทคนิค

4. ความเคลื่อนไหวของดัชนี และข่าวสารของตลาดหุ้นต่างประเทศที่สำคัญ นอกจากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น โบรกเกอร์มักมีรูปแบบในการนำเสนอบริการเสริมอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เช่น เครื่องมือในการวิเคราะห์ทางเทคนิค ระบบเตือนอัตโนมัติทางโทรศัพท์มือถือ ระบบโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2. การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์

ปี ค.ศ. 2000 ถือได้ว่าเป็นปีแห่งการปรับตัวครั้งยิ่งใหญ่ของโลก ไม่ว่าจะอยู่ในส่วนใดของโลก ล้วนได้รับผลกระทบจากระบบเศรษฐกิจใหม่ที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่ต่างจากเดิมโดยสิ้นเชิง คือ เน้นความไวของระบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยอาศัย

เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีการสื่อสารควบคู่กับระบบอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเข้าด้วยกัน เพื่อทำงานแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน โดยอัตโนมัติตลอดเวลา 24 ชั่วโมงทุกวัน ("การสื่อสารในสังคมเศรษฐกิจแนวใหม่", บางกอกโพสต์, 28 พฤศจิกายน 2543)

เมื่อพิจารณาจากมิติด้านต่างๆของอินเทอร์เน็ตในการเป็นช่องทางการสื่อสารแล้วจะพบว่า อินเทอร์เน็ตมีคุณสมบัติเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพอย่างมากในทุกมิติในโลกปัจจุบัน ตามที่ Rao (พัชนี เขจรธยา และคณะ, 2541) ได้กล่าวถึงช่องทางการสื่อสารมีมิติต่างๆที่ช่วยประเมินประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสาร ได้แก่

1. ความน่าเชื่อถือของช่องทาง ในความรู้สึกรับสาร ซึ่งบ่อยครั้งที่ความน่าเชื่อถือของช่องทางเชื่อมโยงกับลักษณะของผู้ส่งสารและผู้รับสารโดยตรง
2. ปฏิกริยาตอบสนองจากช่องทาง คือ โอกาสที่ช่องทางเปิดให้ผู้รับสารตอบสนองได้ทันทีและเต็มทีว่าการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน เป็นต้น
3. การมีส่วนร่วมในช่องทาง เป็นความพยายามที่จะใช้ประสาทรับรู้ทั้งหมดในการเข้าใจสารหรือข้อมูล
4. โอกาสในการใช้ช่องทาง เพื่อเข้าถึงผู้รับสารกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง
5. ความสามารถในการเก็บรักษาสารของช่องทาง คือความคงทนของช่องทางสื่อสารในการถ่ายทอดและคงรักษาสารเป็นเวลานาน
6. กำลังการเผยแพร่กระจายของช่องทาง คือศักยภาพของช่องทางในการครอบคลุมพื้นที่ที่ต้องการสื่อสารให้แพร่กระจายขยายออกไปด้วยความเร็วและเวลา
7. การเสริมการทำงานของช่องทางอื่น คือศักยภาพของช่องทางในการเสริมงานด้านการสื่อสารของช่องทางอื่นๆ

เหตุผลสำคัญที่ทำให้อินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมแพร่หลาย คือ

1. การสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต ไม่จำกัดระบบปฏิบัติการของเครื่องคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์ที่ต่างระบบปฏิบัติการกันก็สามารถติดต่อสื่อสารกันได้

2. อินเทอร์เน็ตไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะทาง ไม่ว่าจะอยู่ภายในอาคารเดียวกันห่างกันคนละทวีป ข้อมูลก็สามารถส่งผ่านถึงกันได้

3. อินเทอร์เน็ตไม่จำกัดรูปแบบของข้อมูล ซึ่งมีได้ทั้งข้อมูลที่เป็นข้อความอย่างเคียว หรืออาจมีภาพประกอบ รวมไปถึงข้อมูลชนิดมัลติมีเดีย คือมีทั้งภาพเคลื่อนไหวและมีเสียงประกอบด้วยได้

Seitel (2004) ระบุว่า การพัฒนาเว็บไซต์บริษัท ถือเป็นหนึ่งในหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ โดยเป็นหลักการขององค์กรที่สร้างขึ้นเพื่อติดต่อประสานงานกับประชาชน สิ่งสำคัญคือการติดตามตรวจสอบเว็บไซต์และการตอบสนองจากผู้เยี่ยมชม

ในปี 1995 Warren Newman (Theaker, 2004) อดีตประธานสมาคมประชาสัมพันธ์ (The Institute of Public Relations: IPR) ซึ่งเป็นองค์กรที่เป็นมืออาชีพชั้นนำสำหรับนักประชาสัมพันธ์ในประเทศอังกฤษ ก่อตั้งขึ้นในปี 1948 กล่าวไว้ว่า อินเทอร์เน็ตคือการประชาสัมพันธ์ แต่ในช่วงเวลานั้น อินเทอร์เน็ตได้รับการจัดอันดับโดยนักประชาสัมพันธ์ให้อยู่ในลำดับที่ 7 ของประเด็นที่สำคัญทางการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ ปัจจุบัน ไม่มีใครในวงการประชาสัมพันธ์ที่จะละเลย "อินเทอร์เน็ต" ได้ทั้งในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย, ความสามารถในการเผยแพร่ข้อมูล และการหลอมรวมในการให้บริการเข้ากับสื่ออื่นๆ ได้ เช่นการฟังวิทยุทางอินเทอร์เน็ต (Internet radio), โทรทัศน์ระบบดิจิทัล (Interactive digital TV) เป็นต้น

การสร้างงานประชาสัมพันธ์นั้น มีส่วนเกี่ยวข้องกับหลายประการ ไม่ว่าจะเป็้องค์กรหรือสถาบันผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำงานประชาสัมพันธ์สู่สายตาประชาชน ข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่เนื้อหาสาระที่จะส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ซึ่งจะทำหน้าที่นำข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์นั้นๆ และสุดท้ายคือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งถือเป็นกลุ่มสำคัญที่จะวัดได้ว่างานประชาสัมพันธ์นั้นมีคุณค่ามากน้อยเพียงใด และกลุ่มเป้าหมายในที่นี้ หมายถึง กลุ่มประชาชนที่ตกเป็นเป้าหมายในงานประชาสัมพันธ์นั้นๆ เพื่อให้ได้รับเนื้อหาสาระจากสื่อในการประชาสัมพันธ์และสิ่งที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่ง คือการเลือกสื่อในการประชาสัมพันธ์ ต้องมีความเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างไกล มีความน่าสนใจในตัวของสื่อเอง ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นระบบการสื่อสารด้วยเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ครอบคลุมไปทั่วโลก ซึ่งองค์กรควรนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด กล่าวคือประชาชนที่อยู่ทั่วทุกมุมโลกสามารถเข้าถึงได้ และด้วยการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมากๆ ในเวลาอันรวดเร็ว และใช้ต้นทุนในการลงทุนต่ำทำให้อินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของทุกหน่วยงาน/องค์กร

การนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในระดับสากลโดยไม่จำกัดกลุ่ม และถิ่นที่อยู่ของผู้รับสาร สามารถแพร่กระจายตัวได้ทั่วโลก สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถสร้างกระบวนการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ สามารถติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้อย่างรวดเร็ว โดยการใช้ E-mail หรือการประยุกต์ใช้การ chat เพื่องานประชาสัมพันธ์ เป็นต้น นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลา เป็นสื่อที่สามารถเปิดรับข่าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถให้ข่าวสารข้อมูลได้มากกว่าสื่อชนิดอื่นๆ ทั้งข้อความ ภาพและเสียง รวมทั้งเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่ใช้งบประมาณน้อยแต่ผลประโยชน์กว้างไกลซึ่งสามารถส่งสารไปได้ทั่วโลกอีกด้วย

การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่องานประชาสัมพันธ์ เริ่มมีการใช้มากยิ่งขึ้น และเห็นเป็นรูปธรรม เช่น การนำเสนอข่าวสารของหน่วยงานผ่านทางเว็บไซต์ การรวบรวมกิจกรรมที่จัดทำขึ้น การรวบรวมข่าวสารที่แถลงต่อสื่อมวลชน การรวบรวมคำกล่าวสุนทรพจน์ต่างๆ ของผู้บริหารหน่วยงาน เป็นต้น ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่มีอยู่แล้วมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด กล่าวคือ เมื่อมีข่าวสารหรือมีการประชุม แถลงข่าวต่าง ๆ ก็นำมาไว้บนโฮมเพจเพื่อที่จะให้ผู้เข้าชมได้ตลอดเวลา

การทำประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต (อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโฆษิต, 2545) โดยการเผยแพร่ข้อความผ่านทาง forums, bullentin, newsgroups, e-mail และ website มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- เพื่อสร้างภาพพจน์ของบริษัทให้มากขึ้น
- เป็นการเปิด โอกาสให้กับบริษัทและสินค้าของบริษัทเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ
- สารที่ส่งถึงผู้รับสารกระตุ้นให้มีความต้องการในสินค้าได้มากขึ้น
- สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าใหม่ๆ
- ประสานความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่าให้แน่นแฟ้น

ทั้งนี้ หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ คือ การเตรียมข้อมูลที่ถูกต้องทันสมัยทั้งเสียงและภาพเพื่อเผยแพร่ในเว็บไซต์ และการติดต่อทำความเข้าใจประสานงานที่ดีระหว่างบริษัทกับบริษัทที่จัดทำโฮมเพจ และที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ การประชาสัมพันธ์ชวนเชิญให้ผู้สนใจรู้จักเว็บไซต์ของบริษัท และเข้ามาเยี่ยมชมเป็นประจำ ซึ่งปัจจัยที่ทำให้การจัด

ประชาสัมพันธน์บนอินเทอร์เน็ตประสบความสำเร็จ คือ ผู้บริหารระดับสูงต้องให้ความสำคัญกับการจัดทำประชาสัมพันธน์ รู้จักและเข้าใจความสำคัญของสื่อประเภทนี้ และให้ความร่วมมือที่ดี รวมทั้งการร่วมมือทำงานเป็นทีมระหว่างฝ่ายประชาสัมพันธน์, ฝ่ายเทคโนโลยี และฝ่ายการตลาด

เครื่องมือทางการประชาสัมพันธน์ผ่านสื่อออนไลน์ (Theaker, 2004) ได้แก่

1. เว็บไซต์ (Websites) ของบริษัทเป็นสิ่งสำคัญ เพราะสะท้อนภาพลักษณ์และคุณค่าตราสินค้าของบริษัท รวมทั้งสามารถเป็นช่องทางการสื่อสารที่คุ้มค่าและมีประสิทธิภาพต่อกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก เมื่อเปรียบเทียบกับส่วนผสมทางการตลาด เช่น การโฆษณา เป็นต้น โดยสิ่งสำคัญสำหรับเว็บไซต์ คือ การใช้งานที่ง่าย, การเป็นแหล่งรวมเนื้อหาข่าวสารและข้อมูลที่ทันสมัย ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มสัดส่วนของผู้เข้าชมในอนาคตได้ รวมทั้ง Dysart (2003) ได้แนะว่าการทำสำรวจความเห็นบนเว็บไซต์จะช่วยเพิ่มจำนวนผู้เยี่ยมชมและเป็นการสร้างประเด็นใหม่ๆ ด้วย

การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ มี 3 ลักษณะ คือ หนึ่ง การสื่อสารจากธุรกิจไปยังธุรกิจ ซึ่งมีเป้าหมายเป็นผู้ถือหุ้น, ผู้ลงทุน, นักวิเคราะห์, สื่อมวลชน เป็นต้น สอง การสื่อสารจากธุรกิจไปยังลูกค้าทั้งปัจจุบันและอนาคต ซึ่งอาจเป็นแหล่งข้อมูล แหล่งความบันเทิง หรือระบบการซื้อขายออนไลน์ (e-commerce systems) เป็นต้น สาม การสื่อสารภายในองค์กร

การจัดทำเว็บไซต์ขององค์กรนั้น ปัจจุบันถือได้ว่าเป็นกิจกรรมประชาสัมพันธน์ที่ต้องทำ เพราะทำให้ข้อมูลได้มาก ค่าบริการถูก แก้ไขได้ง่าย รวดเร็ว เชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่นๆ ได้ และเป็นการสื่อสารสองทาง การมีเว็บไซต์ของบริษัทให้ผู้ที่สนใจเข้ามาเรียนรู้ นั้นนอกจากจะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแล้วยังถือได้ว่าเป็นการสร้างภาพพจน์ของความเป็นองค์กรที่ทันสมัยก้าวหน้า ทันความเจริญเติบโตทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารด้วยเป็นการสัมพันธภาพที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายทำให้ติดต่อกันได้สม่ำเสมอ มีเรื่องที่น่าสนใจชวนติดตาม(เสรีวงษ์มณฑา, 2546) โดยในการจัดทำเว็บไซต์ มีหลักดังนี้

- หน้าแรกต้องน่าสนใจ ทำให้ชวนติดตาม
- ต้องเผยแพร่เว็บไซต์ของบริษัทในสื่ออื่นๆ ให้คนได้รู้จัก
- ต้องเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่นๆ เพื่อให้มีการเผยแพร่ที่กว้างขวาง
- ต้องปรับเปลี่ยนข้อความบ่อยๆ ให้ทันสมัย



- ใช้ง่าย ไม่ยุ่งยาก
- สนุกสนาน น่าสนใจ
- เปิดโอกาสให้ผู้เข้ามาใช้เว็บไซต์สามารถสอบถามได้ เป็นการสื่อสารสองทาง หรือ Interactive

- มีข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อกลับ การสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

2. ส่วนห้องข่าวเสมือนจริง (Virtual press offices) เพราะนักข่าวปัจจุบันพึ่งพาอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูล แทนการใช้วิธีเดิมๆ ดังนั้นห้องข่าวเสมือนจริง จึงควรมีลักษณะดังนี้

- แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของบริษัท อาทิ สินค้าและบริหาร ให้แก่นักข่าว
- ประกาศข่าวล่าสุดและเอกสารอื่นๆ ที่ช่วยนักข่าวในการเขียนข่าวและบทความ รวมไปถึงรูปภาพและข้อมูลพื้นฐานขององค์กร

- เผยแพร่เบอร์โทรศัพท์และการติดต่อออนไลน์ต่างๆ กับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่มีหน้าที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติมและประสานงานไปยังโฆษกองค์กร

- เชื่อมโยงตรงไปยังหน้าแรกของเว็บไซต์และควรเป็นคนละส่วนกับหน้านักลงทุนสัมพันธ์ เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนได้ง่าย

- มีการออกแบบที่ชัดเจนและสอดคล้องกับการสร้างตราสินค้า

- เป็นส่วนที่นักข่าวและบริษัทให้ความสนใจ

อย่างไรก็ตาม หากบริษัทไม่มีข้อมูลหรือข่าวสารเพียงพอในการทำให้ห้องข่าวเสมือนจริงมีความทันสมัยอยู่เสมอ ก็อาจนำเสนอข่าวในวงการอุตสาหกรรมของตนด้วย เช่น รายงานการวิจัยต่างๆ และการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร จึงควรมีทีมงานเฉพาะในการรับผิดชอบดูแลทั้งความสดใหม่ของข้อมูลและความง่ายในการดาวน์โหลดข้อมูล/ภาพ

3. การสนทนาเสมือนจริง (Virtual forums) เป็นเรื่องสำคัญของนักประชาสัมพันธ์ เพราะให้ความเห็นได้ทั้งทางบวกและลบ เกี่ยวกับสินค้าและองค์กร ซึ่งสามารถแพร่กระจายไปยังกว้างขวางและมีโอกาสที่คนจำนวนมากจะให้เห็น

4. การใช้จดหมายออนไลน์ (e-mail) อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นการสร้าง/รักษาความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน เนื่องจากข้อดีของอีเมลเป็นการสื่อสารที่ส่งตรงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นรายบุคคล ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ควรจัดทำรายชื่ออีเมล (internet mailing lists) เพื่อเข้าถึงกลุ่มบุคคลต่างๆ ได้ ซึ่งอาจให้มีการสมัครเพื่อรับข่าวสารในเว็บไซต์ของบริษัท เช่นการส่ง email newsletters หรือจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ ให้กับลูกค้ารายบุคคล ซึ่งเป็นวิธีรักษาความสัมพันธ์อันดีที่คุ้มค่า นอกจากนี้ การตอบกลับจดหมายของลูกค้าหรือผู้ติดต่อผ่านทางออนไลน์ต้องให้ความสำคัญในเรื่องความรวดเร็ว เพราะลูกค้ามีความคาดหวังสูงในความรวดเร็วของการตอบกลับทางอีเมล ซึ่งหลายบริษัทได้ตั้งระบบตอบกลับอัตโนมัติเพื่อให้ผู้ส่งทราบว่าบริษัทได้รับจดหมายนั้นแล้วในเบื้องต้น และจะต้องติดตามตอบกลับจากผู้ที่เกี่ยวข้องของบริษัท โดยเร็วต่อไป

การจัดส่งข้อความไปยังกลุ่มเป้าหมายทางคอมพิวเตอร์โดยส่งให้ผู้ที่สนใจ ทำให้ได้คุยกับกลุ่มเป้าหมาย และสามารถเก็บข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายไว้เป็นฐานข้อมูลได้อีกด้วย เพราะว่าการกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับอีเมลจากเรา หากมีความสนใจก็จะตอบกลับหรือสอบถามเพิ่มเติม จึงเป็นการสื่อสารสองทาง (เสรี วงษ์มณฑา, 2546) ซึ่งต้องยึดหลัก ดังนี้

- เล่าเรื่องที่เป็นข่าวจริงๆ
- ใช้ฐานข้อมูลในการเลือกส่งให้กับกลุ่มเป้าหมายที่น่าจะสนใจจริงๆ ดังนั้น ฐานข้อมูลต้องดี

- อย่าส่งมั่วๆ ให้คนรำคาญหรือรู้สึกเสียเวลา
- เลือกข้อความที่เป็นที่น่าสนใจ

ข้อควรระงับในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (ประทุม ฤกษ์กลาง และคณะ, 2543) มีดังนี้

1. ควรระมัดระวังในเรื่องข้อมูลตัวเลขให้ถูกต้อง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับองค์กร
2. ถ้าต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายทั่วโลก ก็ควรจะทำข้อมูลใน website ให้มีภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาอังกฤษ นอกเหนือจากภาษาไทย

3. ควรมีการปรับเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารใน web อย่างรวดเร็วสม่ำเสมอ ซึ่งจะสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ถึงแม้ว่าองค์กรจะมี website ของตน แต่ถ้าไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอให้ทันสมัยทันเหตุการณ์ ก็อาจจะนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ไม่ดีแก่องค์กรได้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์องค์กรจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องนี้ ซึ่งหลักฐานการวิจัยได้พบว่ากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ต้องการข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์และมีรูปแบบสีสันแปลกใหม่ (รัชนิ อุคมเพชร และคณะ. 2545) องค์กรจึงควรจัดการปรับข้อมูลข่าวสาร พัฒนารูปแบบ สีสันของหน้าตา website การให้บริการใหม่ๆ และหลากหลาย

4. มีการเชื่อมโยงไปยัง website อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือเป็นพันธมิตรกัน จะช่วยสร้างความสะดวกแก่ผู้เข้าชม

5. ควรจัดให้มีส่วนของการส่งข้อมูลความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ป้อนย้อนกลับมายังหน่วยงานได้โดยสะดวก ซึ่งจะช่วยให้ได้ปฏิกริยาย้อนกลับ (feedback) ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร อาจใช้ประโยชน์ในการวิจัยหาข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์กร วิจัยประเมินผลในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัองค์กร เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย องค์กร ตลอดจนเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับกลุ่มเป้าหมาย องค์กรได้อีกด้วย

6. การทำโปรแกรมให้ website สามารถนับจำนวนผู้เข้าชมชม website ซึ่งจะช่วยให้สามารถประเมินความนิยม website ขององค์กรได้

อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต (2542) ได้กล่าวว่าแนวคิดการทำประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีประโยชน์มากกว่าการทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อแบบเดิมๆ เพราะสามารถติดต่อโดยตรงกับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการ โดยไม่ต้องผ่านผู้กรองข่าวสารก่อน เช่น นักข่าว ในสื่อแบบเดิมๆ หรือปราศจากการเข้าแทรกแซงของมีเดีย ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการติดต่อสื่อสารรูปแบบนี้

สำหรับบนอินเทอร์เน็ต ประชาชนจะเป็นผู้ค้นหาข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเอง การใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่า อย่างมีประสิทธิภาพ และนับได้ว่าเป็นสื่อมวลชน (Mass Communication) แต่ก็ยากที่จะวัดผลตอบสนองกลับ ซึ่งปัจจุบันสามารถทำได้ในระดับหนึ่ง อาทิ จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ เป็นต้น

สรุปแล้วการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีประโยชน์ต่อองค์กรในด้านประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการให้บริการข้อมูลกว่าการใช้บุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถให้บริการข้อมูลได้เพียง ครั้งละคนหรือกลุ่มเล็กๆเท่านั้น แต่การ

ให้บริการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต สามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่มเป้าหมาย เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย จำนวนมาก ได้ในเวลาพร้อมๆกัน สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศและโลก ซึ่งมีลักษณะเป็นการสื่อสาร มวลชนหรือการสื่อสารไปยังคนจำนวนมากๆภายในเวลาพร้อมๆกันด้วยความสะดวกรวดเร็ว แต่ทว่าไม่ต้องเสียค่าเวลา สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ ไม่ต้องจ่ายค่าเนื้อที่ในนิตยสาร หนังสือพิมพ์ ซึ่งเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์แล้ว มีอัตราค่อนข้างจะถูกกว่า นอกจากนี้ยังสามารถบรรจุข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ได้ปริมาณมาก และมีประสิทธิภาพในการส่งปฏิกริยาป้อนกลับ(Feedback) (ศิริวรรณ ศรีวิชชุพงษ์ , 2543)

แนวคิดเกี่ยวกับธรรมาภิบาลที่ดี (Good Corporate Governance)

1. ความหมายของคำว่า "บรรษัทภิบาล"

บรรษัทภิบาล ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Corporate Governance ซึ่งมีการแปลเป็นภาษาไทยในอีกคำ นั่นคือ การกำกับดูแลกิจการ โดยในปี 2532 มีการวิจัยและใช้คำว่า Governance โดยกลุ่มนักวิชาการและนักวิจัยขององค์กรระหว่างประเทศ รวมทั้งปรากฏในรายงานของธนาคารโลก ต่อมามีการเสนอแนวคิด Good Governance ในภาครัฐ ช่วงปี พ.ศ. 2540 และประยุกต์หลักการมาใช้กับภาคธุรกิจเอกชนเรียกว่า Good Corporate Governance (อรพินท์ สพโชคชัย, 2549, สไลด์) ซึ่งบรรษัทภิบาลสะท้อนความเชื่อของการเอาตัวกิจการเป็นตัวตั้ง จึงมีลักษณะที่อิงกับแนวปรัชญาที่เน้นคุณค่าผู้ถือหุ้น (Shareholder value approach) ซึ่งเชื่อว่ากิจการมีวัตถุประสงค์หลักคือการเพิ่มมูลค่าหุ้นให้มีราคาสูงสุด

ในงานวิจัยนี้ ความหมายของคำว่า "บรรษัทภิบาล", "การกำกับดูแลกิจการ" และ "ธรรมาภิบาล" ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า Corporate Governance นั้นล้วนมีความหมายเดียวกัน จึงมีการนำมาใช้แทนกันได้ เนื่องจากมีความเชื่อมโยงและความคล้ายคลึงกันมาก ซึ่งองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน นักวิชาการและนักวิจัยส่วนใหญ่ ก็มีการใช้ในลักษณะเดียวกัน โดยยึดตามคำภาษาอังกฤษ คือ Corporate Governance เป็นหลัก

บรรษัทภิบาลเกิดขึ้นเป็นประเด็นขึ้นในสหรัฐอเมริกาในทศวรรษ 1980 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการปรับโครงสร้างของบริษัทอันเนื่องมาจากการควบและการเข้าครอบงำกิจการใน

รูปแบบต่างๆ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพของทรัพย์สินของบริษัทที่ถูกใช้ไปอย่างไม่เต็มค่าและเพื่อเพิ่มผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งผลของการปรับปรุงโครงสร้างใหม่ของบริษัทได้ส่งผลกระทบต่ออย่างกว้างขวางตลอดมา จากปัญหาทั้งหมดนี้ทำให้คณะกรรมการของบริษัท ผู้ลงทุนที่เป็นสถาบัน สำนักงานกำกับดูแลเกี่ยวกับหลักทรัพย์และสาธารณะได้เริ่มตรวจสอบและทบทวนบทบาทของคนที่ควรเป็นอย่างไรในกระบวนการตัดสินใจของบริษัท

คำว่า "บรรษัทภิบาล" (Corporate governance) เป็นคำกล่าวสมัยใหม่ของประเด็นปัญหาซึ่งบริษัทได้ประสบมาหลายปีแล้ว ได้แก่ ปัญหา "ความรับผิดชอบต่อผลปฏิบัติงานตามหน้าที่" โดยคำนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับผู้ที่ได้รับความไว้วางใจให้จัดการงานประจำวันของบริษัทต้องรับผิดชอบต่อหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้นและผู้ให้เงินทุนอื่น อย่างไร และบริษัทมีโครงสร้างที่เหมาะสมที่ช่วยเสริมสร้าง "ความรับผิดชอบต่อหน้าที่" หรือไม่ (เอกสารบรรษัทภิบาลกับตลาดการเงิน, สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2546)

คำว่า "บรรษัทภิบาล" (Corporate Governance) หรือที่ตลาดหลักทรัพย์ใช้คำว่า "การกำกับดูแลกิจการ" ตามความหมายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ ระบบที่จัดให้มีโครงสร้างและกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการ และผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่ความเจริญเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่นประกอบ (คณะอนุกรรมการเพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี, 2544)

คณะกรรมการบรรษัทภิบาลบริษัทแห่งชาติ ได้ให้ความหมายของ "บรรษัทภิบาล" ว่า หมายถึง ชุดของความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารของบริษัท คณะกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้น และฝ่ายมีส่วนได้เสียอื่นๆ ความสัมพันธ์เหล่านี้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการกำหนดและใช้กฎระเบียบและสิ่งจูงใจ โครงสร้าง และการสอดส่องดูแลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่บริษัทกำหนด

องค์กรเพื่อความร่วมมือเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD, The OECD Principles of Corporate Governance, 1999) ได้ให้ความหมายของ บรรษัทภิบาล หรือ Corporate Governance ว่า หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายจัดการ คณะกรรมการ ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนอื่นของบริษัท บรรษัทภิบาลยังให้โครงสร้างที่ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวัตถุประสงค์ของบริษัท และให้วิธีต่างๆ ที่จะบรรลุวัตถุประสงค์เหล่านั้น รวมถึงวิธีสอดส่องดูแลผลปฏิบัติงานของบริษัท

คำว่า "บรรษัทภิบาล" หรือ Corporate Governance ตามความหมายของสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย คือ หลักในการบริหารจัดการธุรกิจทุกประเภททุกขนาดให้เติบโตอย่างมั่นคง ด้วยการสร้างกลไกควบคุมการดำเนินงานขององค์กร ให้เป็นไปอย่างโปร่งใสและเกิดความเป็นธรรมต่อ ผู้ถือหุ้น คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ตลอดจนรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

บรรษัทภิบาล (อ้างถึงใน พรนพ พุกกะพันธ์, 2546) หมายถึง วิธีแห่งการดำรงอยู่ของบริษัทหรือธุรกิจเอกชนและแนวทางหรือวิธีแห่งการปฏิบัติตนของคนในบริษัท หรือธุรกิจเอกชนเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ คือ การเติบโตที่ยั่งยืน อย่างมีจริยธรรมและคุณธรรม

ฉัฐพงศ์ พันธเกียรติไพศาล, ดาว ไวรักษ์สัตว์ และอรลดา เฝ้าวิบูล (2548) ให้คำอธิบายว่า บรรษัทภิบาลที่ดี (Good Corporate Governance) คือการที่บริษัทมีโครงสร้างการแบ่งแยกบทบาทและความรับผิดชอบของกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ อย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถถ่วงดุลและตรวจสอบซึ่งกันและกันได้ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

ในหลายประเทศ ระบบการกำกับดูแลได้รับการพิจารณาทบทวนด้วยเหตุผลต่างกัน เช่น ประเทศอังกฤษเป็นผลมาจากการประพุดติมิชอบต่างๆ ในการจัดการและการเงินของบริษัทขนาดใหญ่หลายแห่งของประเทศ ส่วนประเทศอื่นๆ ในยุโรป การแปรรูปรัฐวิสาหกิจทำให้เกิดความไม่หวังตามมาเกี่ยวกับสิทธิของผู้ลงทุน เรื่องอื้อฉาว และการประพุดติมิชอบในบริษัท ความโปร่งใสที่อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำและความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้ได้สนับสนุนและผลักดันให้เกิดระบบบรรษัทภิบาลขึ้น

จากการรวบรวมแนวคิดขององค์กรและนักวิชาการต่างๆ ข้างต้น จะพบอย่างชัดเจนว่า บรรษัทภิบาลได้ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการขององค์กรหรือบริษัทนั้น ให้เกิดความโปร่งใสต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรม โดยหนึ่งในนั้นคือการเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องตรวจสอบได้ และควรมีการสื่อสารไปยังผู้เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง ซึ่งเป็นกรอบการเชื่อมโยงตัวแปรต่างๆ ในการกำหนดกรอบในการวิจัยครั้งนี้

2. ความสำคัญของบรรษัทภิบาล

พื้นฐานหรือหลักการที่ดีในการกำกับดูแลกิจการมีความสอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นปรัชญาที่มุ่งเน้นความสมดุลและพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยให้

ความสำคัญกับการใช้ความรู้อย่างรอบคอบ ระมัดระวัง และคำนึงถึงคุณธรรม ดังนั้น บรรษัทภิบาลหรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี จึงมีความสำคัญต่อบริษัทจดทะเบียน โดยแสดงให้เห็นถึงการมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงกล่าวได้ว่าบรรษัทภิบาลที่ดีเป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท

สาเหตุประการหนึ่งที่บริษัทต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์ (เสรี วงษ์มณฑา, 2546) คือการทำงานขององค์กรจะต้องมีคุณธรรม ไม่หลอกลวง ไม่โกหก ไม่หมกมืด เพราะองค์กรก็เหมือนกับการเป็นประชากรที่แสนดีของสังคม (Good corporate citizen) จะต้องเป็นผู้ที่มีความยุติธรรม มีโลกทัศน์ มีคุณธรรม จริยธรรมในการทำธุรกิจ เนื่องจากในยุคนี้เน้นเรื่องธรรมาภิบาล (Good governance) และบรรษัทภิบาล (Corporate governance) ซึ่งเป็นเรื่องของการดำเนินกิจการขององค์กรที่โปร่งใส รับผิดชอบและตรวจสอบได้มากขึ้น

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย เริ่มตั้งแต่ปี 2538 ได้ให้ความสนใจมากขึ้นต่อการสร้างกระบวนการสำหรับการบริหารกิจการที่ดี วิธีการที่ส่งผลให้องค์กรเป็นที่น่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ และมีความสามารถในการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหลาย โดยรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการยกระดับบรรษัทภิบาลในตลาดทุนไทย ซึ่งได้กำหนดให้ปี 2545 เป็นปีเริ่มต้นแห่งการรณรงค์การมีบรรษัทภิบาลที่ดี และเพื่อให้การส่งเสริมบรรษัทภิบาลที่ดีมีการดำเนินการและมีพัฒนาการที่เป็นรูปธรรม มีความต่อเนื่อง และครอบคลุมทั้งระบบ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล คณะรัฐมนตรีจึงมีมติเห็นชอบให้จัดตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาลแห่งชาติขึ้น โดยมีนโยบายที่จะจัดเรื่องนี้ให้เป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) นอกจากนั้น ได้มีการตั้งคณะกรรมการพิจารณาแนวปฏิบัติที่ดีของบริษัทจดทะเบียนขึ้น เพื่อทบทวนและกำหนดแนวปฏิบัติที่ดีของบริษัทจดทะเบียน เพื่อยกระดับ Corporate Governance

เมื่อพิจารณาแก่นสำคัญของ Good Corporate Governance (ฉันทพงศ์ พันธเกียรติไพศาล และคณะ, 2548) คือ การสร้างการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย โดยยึดหลักการจัดโครงสร้าง ความรับผิดชอบและหน้าที่ที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งหมายความว่า ความสำเร็จขององค์กรที่จะเกิดขึ้น เป็นผลมาจากความคิดร่วมกันและการได้รับประโยชน์ร่วมกันของทุกฝ่ายนั่นเอง จึงสรุปได้ว่าการที่บริษัทมีบรรษัทภิบาลที่ดีนั้น จะมีประโยชน์ในแง่ต่างๆ ดังนี้

1. สร้างความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการบริหาร การกำกับดูแลกิจการที่ดีทำให้การบริหารงานต้องกระทำด้วยความโปร่งใส มีการถ่วงถ่วงและการตรวจสอบที่รัดกุม วัตถุประสงค์ ซึ่งจะสร้างประสิทธิภาพให้องค์กรในการแข่งขันได้อย่างดี
2. เพิ่มความเชื่อมั่นแก่นักลงทุน การกำกับดูแลกิจการที่ดีทำให้ผู้ลงทุนเห็นว่าเงินลงทุนของตนเองถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ของบริษัทเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อประโยชน์ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดโดยเฉพาะ และทำให้เกิดความมั่นใจที่จะเข้ามาลงทุนด้วย
3. เพิ่มโอกาสในการระดมทุนในตลาดทุน เมื่อผู้ลงทุนมีความเชื่อมั่นแล้ว หากบริษัทต้องการระดมทุนเพิ่มในอนาคตเพื่อขยายกิจการ ก็จะทำให้ได้ง่ายขึ้น เช่น การออกหุ้นกู้เสนอขายก็ทำได้ไม่ยากนัก และบริษัทจะสามารถเพิ่มสภาพคล่องให้กิจการได้โดยลดค่าใช้จ่ายด้านดอกเบี้ยลงไปได้อย่างมาก
4. สร้างความมั่นคงให้กิจการ การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยลดโอกาสในการทุจริต คดโกงในการดำเนินงานเนื่องจากมีขบวนการตรวจสอบที่รัดกุม

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า กิจการยุคใหม่ที่มีความโปร่งใสในการดำเนินงาน มีความเป็นธรรม มีความสามารถในการตรวจสอบและวัตถุประสงค์ รวมทั้งมีการสื่อสารที่เป็นระบบต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในองค์กร ไม่ว่าจะเป็น พนักงาน ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น จะสามารถสร้างคุณค่าของกิจการในระยะยาว กิจการลักษณะนี้เป็นกิจการที่นักลงทุนทั่วโลกมองหา ดังนั้นผู้บริหารยุคใหม่จำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ต้องปรับองค์กรเข้าสู่ขบวนการจัดการที่เป็นสากล และมีรูปแบบที่เป็นที่ยอมรับ การได้ผ่านการปรับตัวเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นั้น นอกจากผลประโยชน์หลักที่ได้จากการระดมทุนแล้ว ผู้ลงทุนทั่วโลก ลูกค้าและคู่ค้าของบริษัท จะมีความเชื่อมั่นถึงขบวนการจัดการที่ได้มาตรฐานสากล โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสิ่งนี้เป็นตัวสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการ ทั้งในรูปตัวเงินที่จับต้องได้ชัดเจนจากราคาหุ้นที่เพิ่มขึ้น หรือมูลค่าเพิ่มที่แฝงอยู่ในรูปอื่น เช่น ความภักดีในตราสินค้าของลูกค้า เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความมั่งคั่งให้กิจการยุคใหม่อย่างไม่มีขีดจำกัด

จากการศึกษาและสำรวจของบริษัท McKinsey, บริษัท Credit Lyonnais Securities Asia (CLSA) และผู้เชี่ยวชาญต่างๆ ในต่างประเทศ พบข้อเท็จจริงว่า ธุรกิจที่มีการดำเนินงานตามหลักเกณฑ์บรรษัทภิบาลที่ดีจะเป็นธุรกิจที่มีผลประโยชน์ที่คิดด้วย อันจะส่งผลต่อเนื่องให้ธุรกิจมีสภาพทางการเงินที่มั่นคง สามารถเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีความ

ผันผวนอย่างมาก และมีความซับซ้อนในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น ทั้งในตลาดเงินและตลาดทุนทั่วโลก

บรรษัทภิบาล เป็นคำที่นักธุรกิจในประเทศไทยได้ฟังกันบ่อยในช่วงเวลา 4 - 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งปัจจุบัน ภาคธุรกิจทั้งในประเทศและในระดับโลกได้ให้ความสนใจอย่างมากในองค์กรมหาชนนั้นต้องมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี หรือ "Good Corporate Governance" ดังนั้น หากองค์กรมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ก็จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อนักลงทุนได้ในระดับสากลทีเดียว เพราะตลาดหุ้นเป็นตลาดสำหรับนักลงทุนทั่วโลก ไม่ใช่เฉพาะนักลงทุนไทยเท่านั้น (ณัฐพงศ์ พันธเกียรติไพศาล และคณะ, 2548)

หากพิจารณาความสำคัญของบรรษัทภิบาลต่อบริษัทมหาชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ พบว่า ความน่าเชื่อถือของบริษัทเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจเลือกลงทุน แล้วเมื่อกลายเป็นผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นเจ้าของบริษัทและเจ้าของเงินที่ลงทุนไปในบริษัท โดยเฉพาะที่เป็นผู้ลงทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์ไม่ได้เข้าร่วมบริหารจัดการในบริษัทอย่างใกล้ชิด จึงไม่สามารถดูแลผลประโยชน์ของตนเองได้ จำเป็นต้องแต่งตั้งบุคคลที่ไว้วางใจ เพื่อเป็นกรรมการเข้าไปควบคุมดูแลคณะผู้บริหารที่ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการงานต่างๆแทน ดังนั้น เพื่อให้เกิดความมั่นใจและไว้วางใจได้ก็ต่อเมื่อมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพราะกรรมการต้องทำหน้าที่ในการรักษาประโยชน์ของบริษัทและผู้ถือหุ้นอย่างเต็มที่ให้สมกับความไว้วางใจ โดยไม่ควรนำตำแหน่งมาหาประโยชน์หรือฉวยโอกาสจากบริษัท เพื่อตัวเองหรือพวกพ้อง คณะผู้บริหารและฝ่ายจัดการให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่างับเงินลงทุนที่ใส่เข้ามาในบริษัท ขณะเดียวกัน ต้องให้สิทธิแก่ผู้ถือหุ้นในการรับทราบข้อมูลของบริษัท การตัดสินใจในเรื่องสำคัญๆ รวมถึงการตรวจสอบการทำงานของกรรมการและผู้บริหาร

ด้วยคำกล่าวสากลที่ว่า "Rome was not built in one day" ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ไม่อาจสร้างขึ้นในวันเดียวฉับใด เช่นเดียวกับการปลูกฝังให้คนในสังคมตระหนักถึงความสำคัญของการมีบรรษัทภิบาลที่ดีในตลาดทุนของประเทศไทย เป็นเรื่องที่ต้องใช้ระยะเวลา และต้องอาศัยความร่วมมือของทุกฝ่ายในตลาดทุนเป็นตัวช่วยขับเคลื่อนด้วย ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้ชี้ให้เห็นความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี อันเป็นสิ่งที่บริษัทต้องการ โดยสรุปประโยชน์ของบรรษัทภิบาลที่ดีต่อบริษัทจดทะเบียนดังนี้

1. ทำให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) ในการดำเนินงานมากขึ้น เนื่องจากการกำกับดูแลกิจการเป็นเครื่องมือช่วยตรวจสอบการทำงานด้านต่างๆ ขององค์กร ซึ่งทำให้เกิดแนวทางในการเสนอข้อคิดเห็นให้กับองค์กรเพื่อปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน
2. ทำให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) เนื่องจากบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะก่อให้เกิดรูปแบบกิจการที่เป็นที่ยอมรับว่ามีมาตรฐานการปฏิบัติงานที่เป็นสากล ซึ่งจะทำให้มี คุณลักษณะเหนือกว่าผู้อื่นทั้งในเรื่องกลยุทธ์ และการจัดการ
3. เพิ่มความเชื่อมั่นแก่ผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholders Confidence) ว่าบริษัทมีความโปร่งใส ในการบริหารงาน จัดการที่จะช่วยป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์จากกรรมการ และฝ่ายจัดการ กล่าวคือ หากไม่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ผู้ที่เกี่ยวข้องก็ไม่อยากที่จะเสี่ยงกับบริษัท รวมทั้งบริษัทจะมีภาพพจน์ที่ดีในสายตาผู้เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น ประชาชนทั่วไป ลูกค้า supplier เจ้าหนี้ ฯลฯ
4. สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ถือหุ้น (Shareholder Values) นั่นคือการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยให้เกิดความมั่นใจในการลงทุน ส่งผลให้หุ้นที่นักลงทุนถืออยู่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น เพราะราคาหุ้นของบริษัทจะมี premium เพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้ลงทุนจะเห็นประโยชน์และความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีมากขึ้น เช่นเดียวกับแนวโน้มที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ ซึ่งผลจากการวิจัยของบางบริษัทพบว่า ผู้ลงทุนต่างประเทศยินดีจ่าย premium ให้กับหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทยที่มี Governance ที่ดี เพิ่มขึ้นถึง 26%
5. การมีบรรษัทภิบาลจะทำให้บริษัทสามารถระดมทุนได้ง่ายรวมทั้งมีต้นทุนที่ต่ำ

อีกทั้ง ด้วยความสัมพันธ์ระหว่างบรรษัทภิบาลกับตลาดการเงินที่มีซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิด ทำให้ผลทางบวกทั้งหมดของการมีบรรษัทภิบาลที่ดีจะส่งผลโดยตรงกับการปฏิบัติงานทางเศรษฐกิจของประเทศและภาพลักษณ์ที่ดีของตลาดการเงิน โดยรวมด้วย เพราะบรรษัทภิบาลที่โปร่งใสเป็นกุญแจสำคัญของบริษัทในการเข้าถึงตลาดทุนระดับโลกได้ ซึ่งโดยสรุป บรรษัทภิบาลที่ดีมีประโยชน์ต่อตลาดการเงิน ดังนี้

1. ช่วยให้เกิดตลาดการเงินมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การมีบรรษัทภิบาลที่ดีจะก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ และนักลงทุนจะมีความเชื่อมั่นที่จะเข้ามาลงทุนมากขึ้น บริษัทที่มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพและมีบรรษัทภิบาลที่ดีก็จะมีนักลงทุนให้ความสนใจเข้ามาลงทุนมาก ราคาหลักทรัพย์จะสะท้อนถึงมูลค่าที่แท้จริงของบริษัท ในขณะที่เดียวกันบริษัทที่การบริหารจัดการขาดความโปร่งใสและไม่มีบรรษัทภิบาลที่ดีพอ ก็จะไม่ได้รับความเชื่อถือจากนักลงทุนทำให้ราคาหลักทรัพย์ตกต่ำลง เมื่อเป็นเช่นนี้ก็จะเป็นการผลักดันในทางอ้อมให้บริษัทเหล่านั้นหันกลับมาปรับปรุงการบริหารจัดการในบริษัทตนเองให้ดีขึ้นเพื่อให้ได้รับความเชื่อมั่นจากนักลงทุนกลับคืนมา

2. ช่วยให้เกิดตลาดการเงินเป็นแหล่งเงินทุนหลักของผู้ที่ต้องการใช้เงินทุน

ในปัจจุบันแหล่งเงินทุนของบริษัทต่างๆ ส่วนใหญ่มาจากสินเชื่อจากสถาบันการเงินต่าง ๆ เป็นหลัก ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนทางอ้อมและมีภาระดอกเบี้ยจ่ายรวมทั้งยังต้องชำระคืนเงินต้นภายในระยะเวลาที่กำหนด เนื่องจากบริษัทเหล่านั้นไม่สามารถทำให้นักลงทุนเกิดความเชื่อมั่นเพียงพอว่าเมื่อลงทุนไปแล้ว เงินของเขาเหล่านั้นจะไม่สูญหายหรือถูกนำไปใช้อย่างผิดๆ เมื่อเป็นเช่นนี้บริษัทก็จะไม่สามารถระดมทุนจากตลาดการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดทุนซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนระยะยาวและปลอดจากภาระดอกเบี้ยจ่าย ทำให้ต้นทุนในการดำเนินการของบริษัทสูงกว่าที่ควรจะเป็น แต่หากบริษัทมีบรรษัทภิบาลที่ดีพอ ก็จะได้รับ ความเชื่อถือจากนักลงทุน ทำให้สามารถระดมทุนได้ง่ายและมีต้นทุนต่ำลง

3. ช่วยสร้างมูลค่าและสภาพคล่องของหลักทรัพย์ในตลาดการเงิน

การที่ภาพลักษณ์ของตลาดการเงินโดยรวมดีและมีความน่าเชื่อถืออันเนื่องมาจากบริษัทต่างๆ มีบรรษัทภิบาลที่ดีนั้น จะทำให้นักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศเกิดความเชื่อมั่นที่จะนำเงินมาลงทุนในตลาดการเงินมากขึ้น เม็ดเงินที่ไหลเข้ามาลงทุนในหลักทรัพย์ต่างๆ ในตลาดการเงินจะช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้กับหลักทรัพย์เหล่านั้นและผลักดันให้ราคาของหลักทรัพย์เข้าใกล้มูลค่าที่แท้จริงได้ในที่สุด

3. หลักการบรรษัทภิบาลที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียน

ในปัจจุบันตลาดการเงินโลกเปิดกว้างขึ้น ทำให้ผู้ลงทุนมีช่องทางให้เลือกลงทุนมากยิ่งขึ้นและการเคลื่อนย้ายเงินลงทุนจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็นไปได้สะดวก

รวดเร็วกว่าเดิม และเนื่องจากมูลค่าของตราสารทางการเงินในตลาดการเงินส่วนใหญ่มักผูกติดกับสิทธิเรียกร้องที่มีต่อรายได้หรือกระแสเงินสดของบริษัทในอนาคต ดังนั้นความน่าเชื่อถือของบริษัทที่ออกตราสารดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนของผู้ลงทุน

ภายใต้สภาวะการณ์ที่ตลาดมีลักษณะ Globalization ดังกล่าว หากบริษัทใดไม่มีบรรษัทภิบาลหรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี ผู้ลงทุนก็อาจจะไม่เลือกลงทุนในบริษัทนั้น ซึ่งจะทำให้การระดมทุนเพื่อขยายกิจการต่อไปทำได้ยากและจะส่งผลกระทบต่อสภาพลักษณะและความเชื่อมั่นของผู้ลงทุนที่มีต่อตลาดการเงินของประเทศนั้นๆ โดยรวมด้วย

ในทางตรงกันข้าม หากบริษัทที่ออกตราสารการเงินมีการดำเนินงานตามแบบอย่างของบรรษัทภิบาลที่ดี มีความเป็นสากล มีการบริหารงานแบบมืออาชีพ โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ ก็จะช่วยให้อุตสาหกรรมนั้นสามารถบริหารต้นทุนในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม และจะช่วยสร้างรายได้ของบริษัทนั้นให้เพิ่มขึ้นได้ในอนาคต แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือทำให้ผู้ลงทุนเกิดความเชื่อมั่นที่จะเข้ามาลงทุนในบริษัทนั้นๆ และทำให้การระดมทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคตทำได้ง่ายขึ้นซึ่งจะส่งผลดีต่อสภาพลักษณะของตลาดการเงินโดยรวมอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม บรรษัทภิบาลไม่ได้มีความสัมพันธ์ต่อตลาดการเงินเพียงด้านเดียวแต่ลักษณะของตลาดการเงินก็สามารถมีผลต่อระดับบรรษัทภิบาลด้วยเช่นเดียวกัน กล่าวคือแม้ตลาดสินค้าจะมีการแข่งขันสูงแต่ถ้าตลาดการเงินไม่มีประสิทธิภาพ ก็อาจทำให้แรงจูงใจของบริษัทในการรักษาบรรษัทภิบาลที่ลดลงได้ เช่น ผู้ลงทุนสนใจลงทุนระยะสั้นหรือเก็งกำไรมากกว่าการได้รับผลตอบแทนระยะยาว โดยมองเพียงราคาตลาดไม่ได้มองถึงมูลค่าที่แท้จริงของบริษัท หรือการบริหารงานของบริษัทที่ถูกแทรกแซงโดยภาครัฐก็อาจทำให้บริษัทไม่สามารถบริหารเพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงสุดและทำให้แรงจูงใจในการบริหารงานและกำกับดูแลกิจการที่ดีลดน้อยลง เป็นต้น

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าบรรษัทภิบาลกับตลาดการเงินมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิด (เอกสารบรรษัทภิบาลกับตลาดการเงิน, สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2546)

ตลาดหลักทรัพย์ จึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาและส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนมีระบบการกำกับดูแลกิจการให้เป็นไปตามหลักการที่ดี ซึ่งได้เริ่มศึกษาก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทย ปี

พ.ศ. 2541 โดยช่วงแรกมุ่งเน้นที่บทบาทคณะกรรมการตรวจสอบและกรรมการบริษัทจดทะเบียน ต่อมาคณะอนุกรรมการเพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance Committee) อันประกอบด้วยผู้แทนจากองค์กร วิชาชีพต่างๆ ได้จัดทำและเผยแพร่รายงานการกำกับดูแลกิจการฉบับปรับปรุงสิงหาคม 2544 ซึ่งนำเสนอหลักการที่คาดหวังให้บริษัทปฏิบัติตาม 40 ข้อ

ในรายงานการกำกับดูแลกิจการของคณะอนุกรรมการเพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ของ ค.ส.ท. ปี 2544 ได้ระบุเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสในส่วนปัจจัยพื้นฐานของโครงสร้างว่า การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสเป็นฐานที่สร้างความเข้าใจและความไว้วางใจระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งหลาย ทั้งยังมีส่วนช่วยเสริมประสิทธิผลของบริษัทและการทำงานของตลาดทุน รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นและผู้เกี่ยวข้องพิจารณาพิจารณาบริษัทได้อย่างถี่ถ้วนขึ้น ซึ่งในขั้นต้น ความโปร่งใส หมายถึง การมีข้อกำหนดเกี่ยวกับบทบาทและความรับผิดชอบของผู้เกี่ยวข้องไว้อย่างชัดเจน มีการเปิดเผยและจัดให้ผู้เกี่ยวข้องเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้โดยสะดวกและค่าใช้จ่ายไม่สูง มีกระบวนการวางแผนการทำงานและการตัดสินใจ กำหนดไว้อย่างเปิดเผย และมีการสอดคล้องดูแลว่ามีกรปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรมและคุณธรรม ดังนั้น บริษัทควรเปิดเผยเรื่องสำคัญทุกเรื่อง ทั้งที่เกี่ยวกับการเงินและไม่เกี่ยวกับการเงินอย่างสม่ำเสมอทั้งในด้านบวกและด้านลบ ลักษณะของการเปิดเผยควรชัดเจน ถูกต้อง ครบถ้วน อ่านเข้าใจง่าย และทันเวลา ไม่ให้เกิดความสับสนและสำคัญผิดในข้อเท็จจริง นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงความรับผิดชอบต่อหน้าที่ โดยคณะกรรมการของบริษัทมีหน้าที่เสนอรายงานต่อผู้ถือหุ้นเกี่ยวกับผลปฏิบัติงานของตน

อีกทั้ง สองข้อในหลักการและข้อเสนอแนะของรายงานฉบับนี้ เป็นประเด็นเรื่องความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน สื่อมวลชน และลูกค้า สรุปได้ว่ากรรมการและผู้บริหารระดับสูงอยู่ในฐานะที่ดีและเหมาะสมที่สุดในการสื่อสารกับหน่วยงานภายนอกต่างๆ เพื่อดูแลให้มั่นใจว่าบริษัทได้เปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญอย่างถูกต้อง ทันเวลาและโปร่งใส รวมทั้งควรจัดให้มีหน่วยงานเกี่ยวกับ "นักลงทุนสัมพันธ์" (Investor Relations) เพื่อเป็นตัวแทนในการสื่อสารกับผู้ลงทุนที่เป็นสถาบัน ผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์ทั่วไปและภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และพัฒนาความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการนำเสนอสารสนเทศและการติดต่อสื่อสาร เนื่องจากในภาคปฏิบัติ ผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนต้องการสารสนเทศที่เชื่อถือได้และเปรียบเทียบได้ในรายละเอียดพอที่จะใช้ประเมินผลปฏิบัติงานของฝ่ายจัดการได้ ซึ่งบริษัทส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะเปิดเผยสารสนเทศโดย

สมัครใจมากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนด เพื่อสนองตอบความต้องการและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ลงทุน

ในหลักการและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการเพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ได้ระบุว่า ช่องทางในการเผยแพร่สารสนเทศมีความสำคัญเท่ากับเนื้อหา บริษัทควรจัดช่องทางในการเผยแพร่ให้อยู่ในลักษณะที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้ทันเวลาและได้ผลคุ้มค่าใช้จ่าย โดยสารสนเทศที่สำคัญในการเปิดเผยต่อสาธารณะ สรุปได้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของบริษัท
2. ฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งมีความซับซ้อนจึงควรมีรายงานเชิงอธิบายประกอบ เพื่อขยายความเรื่องที่สำคัญและยากที่จะเข้าใจ
3. โครงสร้างการถือหุ้นและสิทธิในการออกเสียงลงคะแนน
4. รายชื่อกรรมการ อนุกรรมการชุดต่างๆ ผู้บริหารระดับสูง และคำตอบแทน
5. ปัจจัยและนโยบายเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงที่สามารถมองเห็นได้ทั้งที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและการเงิน
6. ประเด็นสำคัญๆ เกี่ยวกับลูกจ้างและผู้มีส่วนได้เสียอื่น
7. นโยบายและโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ รวมทั้งความรับผิดชอบของคณะกรรมการในการรายงานทางการเงิน และรายงานของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ เป็นต้น

ตั้งแต่ปี 2545 ถึงปัจจุบัน ตลาดหลักทรัพย์ได้มีการปรับปรุงหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ข้อนี้เป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่องโดยตลอด จากการศึกษาและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นกับองค์กรกำกับดูแลระหว่างประเทศ กรรมการและผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียน เพื่อรองรับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมในตลาดทุนในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งในปี 2549 นี้ ตลาดหลักทรัพย์ได้เผยแพร่หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2549 ซึ่งประกอบไปด้วยหลักการและแนวปฏิบัติที่ดีเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งแบ่งเป็น 5 หมวดสำคัญ ได้แก่

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น
2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน
3. บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย
4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ซึ่งคณะกรรมการควรจัดให้มีหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบงานเกี่ยวกับ "ผู้ลงทุนสัมพันธ์" เพื่อสื่อสารกับผู้ลงทุนและบุคคลภายนอก เช่น ผู้ลงทุนสถาบัน ผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์และภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม
5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2549 ของบริษัทจดทะเบียนควรนำหลักการไปปฏิบัติให้มากที่สุดหรือชี้แจงเหตุผล (Comply or Explain) เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนสามารถยกระดับการกำกับดูแลกิจการให้ทัดเทียมกับสากลได้ และบริษัทควรเปิดเผยข้อมูลผลของการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้อง ไว้เป็นหน้าที่ที่สำคัญของบริษัทจดทะเบียน โดยให้เปิดเผยข้อมูลดังกล่าวในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีและรายงานประจำปีของบริษัท นอกจากนี้บริษัทจดทะเบียนควรพิจารณาการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการของบริษัทผ่านช่องทางอื่นที่เหมาะสม ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงได้สะดวก เช่น Website ของบริษัท เป็นต้น โดยควรปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ

ทั้งนี้ หลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดีจำนวน 15 ข้อสำหรับบริษัทจดทะเบียน โดยมี 2 ข้อที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ คือ

1. นโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการควรจัดทำรายงานเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัทไว้ ซึ่งควรมีข้อความระบุนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลบริษัทที่ครอบคลุมหลักการใดบ้าง อาทิ

- การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส (Disclosure and Transparency)

- คณะกรรมการ ในประเด็นโครงสร้าง บทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ ความเป็นอิสระและความเข้มแข็ง

- สิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย
- การควบคุมและบริหารความเสี่ยง
- จริยธรรมธุรกิจ

พร้อมทั้งเปิดเผยในรายงานประจำปีให้ผู้ถือหุ้นและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้ทราบโดยทั่วกัน

คณะกรรมการควรรายงานในรายงานประจำปีถึงนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลบริษัทว่าได้นำหลักการที่เสนอแนะไปใช้อย่างไร พร้อมสรุปสถานการณ์และเหตุผลที่ทำให้ไม่สามารถนำหลักการบางข้อมาใช้ในขณะนี้(ถ้ามี)

2. ความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน

คณะกรรมการควรดูแลให้มั่นใจว่าบริษัท ได้เปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญของบริษัทย่างถูกต้อง ทันเวลา และ โปร่งใส โดยควรจัดให้มีหน่วยงาน หรือผู้รับผิดชอบงานเกี่ยวกับ "ผู้ลงทุนสัมพันธ์" (Investor Relations) เพื่อเป็นตัวแทนในการสื่อสารกับผู้ลงทุนที่เป็นสถาบัน ผู้ถือหุ้น รวมทั้งนักวิเคราะห์ทั่วไป และภาครัฐที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการควรจัดหาทรัพยากรอย่างเพียงพอ เพื่อช่วยพัฒนาความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการนำเสนอสารสนเทศและการติดต่อสื่อสาร

ตลาดหลักทรัพย์เชื่อมั่นว่าการดำเนินการตามแนวทางปฏิบัติดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพราะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงมาตรฐานการจัดการกิจการที่ดี อันเป็นสิ่งที่พึงคาดหวังจากบริษัทจดทะเบียน ซึ่งจะมีส่วนทำให้บริษัทได้รับการยอมรับมากขึ้นทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ เป็นแหล่งระดมทุนที่มีคุณภาพน่าเชื่อถืออันเป็นผลให้ตลาดทุนไทยสามารถเติบโตได้อย่างมีเสถียรภาพ ตลอดจนจนเป็นการเสริมสร้างความโปร่งใสและประสิทธิภาพของฝ่ายจัดการอันจะสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นแก่ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

นักลงทุนกับบริษัทภิบาลในประเทศไทย (เอกสารบริษัทภิบาลกับตลาดการเงิน, สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2546)

1. การเปิดเผยข้อมูลให้กับนักลงทุน

การเปิดเผยข้อมูลเป็นกลไกที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งของบริษัทภิบาล เนื่องจากผู้ถือหุ้นสามารถใช้กลไกในการเปิดเผยข้อมูลเป็นช่องทางในการสอดส่องดูแลการปฏิบัติงานของผู้บริหารได้

การเปิดเผยข้อมูลที่ตีควรมีลักษณะที่เป็น free flow คือ นักลงทุนควรมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน ข้อมูลที่เปิดเผยต้องมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ เพียงพอ และทันต่อเหตุการณ์ นอกจากนี้ ควรมีทั้งข้อมูลที่เป็นด้านการเงิน (financial) และที่ไม่เกี่ยวกับการเงิน (non-financial) ที่สะท้อนถึงจุดอ่อน และจุดแข็งของบริษัท เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมีข้อมูลครบถ้วนในการตัดสินใจ และควบคุมดูแลผู้บริหารทั้งในเรื่อง การจัดการความเสี่ยง (risk management), การจัดการทางการเงิน(financial management) และกลยุทธ์ของธุรกิจ (business strategy)

ผู้ถือหุ้นสามารถใช้ข้อมูลที่เปิดเผยในการตัดสินใจซื้อหรือขายหุ้นของบริษัท ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะช่วยให้อัตราหุ้นสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของบริษัท ภายใต้การบริหารงานของผู้บริหารปัจจุบัน ดังนั้น การที่ผู้ลงทุนขายหุ้นบริษัทจำนวนมาก จนทำให้อัตราหุ้นลดลงอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ชี้ว่า ผู้ลงทุนเห็นว่า ผู้บริหารชุดปัจจุบันไม่สามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และหากยังคงให้ผู้บริหารชุดดังกล่าวบริหารงานต่อไป อาจทำให้เป้าหมายของบริษัทที่ต้องดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นในระยะยาวไม่สามารถบรรลุได้

ข้อกำหนดของสำนักงาน ก.ล.ด. เกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในปัจจุบัน กำหนดให้ต้องเปิดเผยข้อมูลทั้งที่เป็นด้านการเงิน(Financial) และที่ไม่เกี่ยวกับการเงิน (non-financial) ที่สะท้อนถึงจุดอ่อน และจุดแข็งของบริษัท เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมีข้อมูลครบถ้วนในการตัดสินใจ เพราะผู้ถือหุ้นสามารถใช้ข้อมูลที่เปิดเผยในการตัดสินใจซื้อหรือขายหุ้นของบริษัท ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะช่วยให้อัตราหุ้นสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของบริษัท

การเปิดเผยข้อมูลจะกระทำใน 3 ส่วนหลัก ได้แก่

1. การเปิดเผยข้อมูลด้านการเงิน

บริษัทจดทะเบียนต้องจัดส่งงบการเงินทุกสิ้นไตรมาสและสิ้นรอบระยะเวลาบัญชี โดยงบการเงินดังกล่าวต้องเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไป และผ่านการตรวจสอบ/สอบทาน โดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

2. การเปิดเผยข้อมูลที่ไม่ใช่การเงิน

- แผนการดำเนินงาน รวมทั้งผลการดำเนินงานของคณะกรรมการ
ตามแผนดังกล่าว
- เหตุการณ์สำคัญ ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการ
ดำเนินงานของบริษัท
- การปฏิบัติตามข้อกำหนดของคณะกรรมการบริษัท ในกรณี
ที่ทางการได้กำหนดเป็นแนวทางให้บริษัทหรือกรรมการปฏิบัติตาม และกรณีที่กรรมการไม่ได้ปฏิบัติ
ตามข้อกำหนดดังกล่าวในเรื่องใด ก็ควรเปิดเผยเหตุการณ์ดังกล่าว พร้อมทั้งเหตุผลที่ไม่สามารถ
ปฏิบัติตามได้

3. การเผยแพร่ข้อมูลสู่ผู้ลงทุน

ปัจจุบันผู้ลงทุนสามารถรับทราบข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนได้
หลายวิธี ซึ่งได้แก่

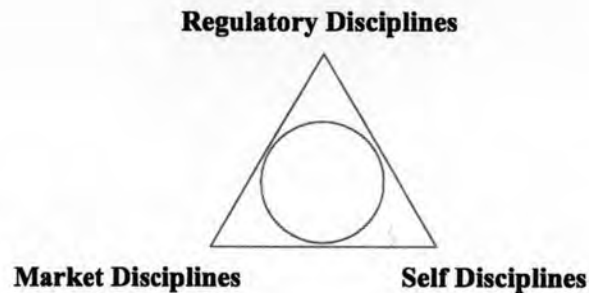
- รายงานต่าง ๆ ที่บริษัทจดทะเบียนต้องจัดส่งให้แก่สำนักงาน
ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์ฯ เพื่อเผยแพร่ต่อผู้ลงทุนทั่วไป
- การเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียน โดยผ่านตลาดหลักทรัพย์
ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ข้อมูลเกี่ยวกับกรรมการ ผู้ถือหุ้น สิทธิการจองซื้อหุ้น ประวัติการเพิ่ม
ทุน และงบการเงิน เป็นต้น
- คำแนะนำด้านการลงทุนจากบริษัทหลักทรัพย์ หรือที่ปรึกษาการ
ลงทุน

2. บทบาทของผู้ถือหุ้นวงนอก (outside shareholder)

มาตรการประการหนึ่งที่ใช้ในการกำกับดูแลบริษัท ก็คือ การสนับสนุน
ให้มีการรวมกลุ่มกันของผู้ถือหุ้นที่ไม่มีอำนาจในการบริหาร (Non-controlling shareholder) ให้
มากขึ้น โดยผ่านทางกองทุนรวม หรือในลักษณะที่เป็น activism group ซึ่งคอยสอดส่องดูแลผล
การดำเนินงานและการบริหารจัดการของบริษัท

4. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างบรรษัทภิบาลที่ดี

การยกระดับบรรษัทภิบาลให้ได้ผล ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องช่วยกันผลักดันอย่างเต็มที่ ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยแรงผลักดัน 3 ด้านต่อไปนี้ถือว่ามีความสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดบรรษัทภิบาลที่ดี ซึ่งต้องผลักดันพร้อมกันทั้ง 3 ด้าน (คณะกรรมการบรรษัทภิบาลแห่งชาติ, 2545) ดังนี้



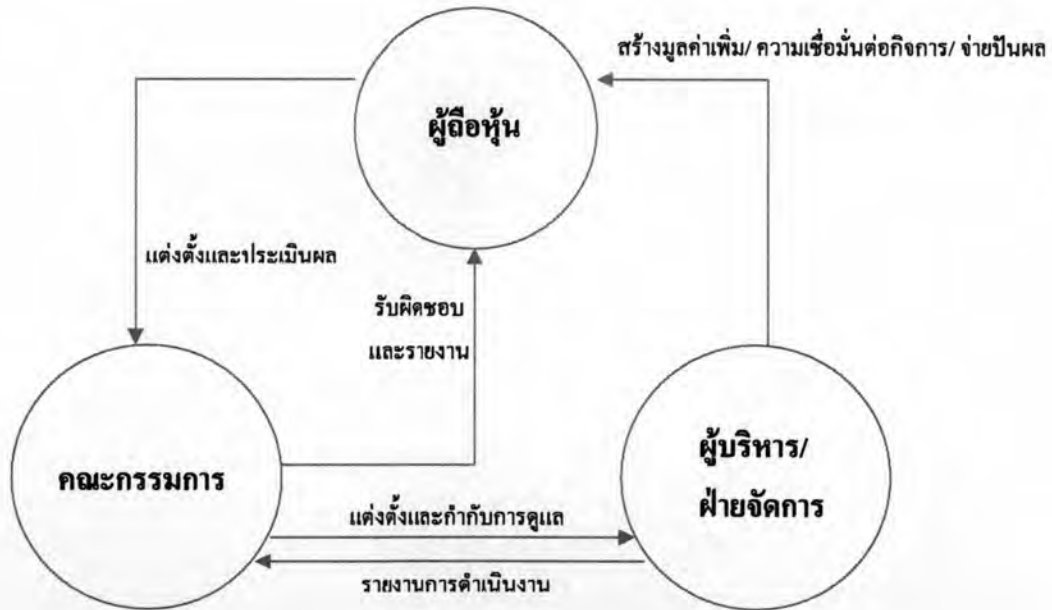
แผนภาพที่ 2 -4: ความสัมพันธ์ของ 3 องค์ประกอบที่สนับสนุนให้เกิดบรรษัทภิบาลที่ดี

1. การออกข้อบังคับของทางการ (Regulatory Disciplines) หมายถึง การผลักดันจากภาครัฐโดยการออกกฎหมายหรือกฎเกณฑ์ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องปฏิบัติตามมาตรฐานขั้นต่ำในระดับสากล
2. การกระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันจากสังคม (Market Disciplines) หมายถึง การสร้างกลไกตลาดและแรงจูงใจ เพื่อให้กระแสสังคมเป็นแรงผลักดันให้บริษัทจดทะเบียนมีบรรษัทภิบาลที่ดี
3. ความตั้งใจจากภาคเอกชน (Self Disciplines) หมายถึง การส่งเสริมให้ภาคเอกชนเห็นความสำคัญของการมีบรรษัทภิบาลที่ดี และตั้งใจนำแนวทางต่าง ๆ ไปปฏิบัติอย่างจริงจัง

หลังจากวิกฤติเศรษฐกิจ ปี 2540 ถึงปัจจุบัน บรรษัทภิบาลของตลาดทุนไทยได้พัฒนาจากจุดเริ่มต้นไปค่อนข้างมาก จากการผลักดันของทั้ง 3 องค์ประกอบข้างต้น ไม่ว่าในส่วนของทางการ ได้ปรับปรุงกฎหมาย กฎเกณฑ์ข้อบังคับต่างๆ ให้ทัดเทียมกับมาตรฐานสากล ซึ่งเสมือนการวางเสาเข็มหลักและ โครงสร้าง แต่ทุกฝ่ายก็ยังคงต้องเร่งสร้างหรือพัฒนาบรรษัทภิบาลที่ดี

ต่อไป ส่วนบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ กรรมการและผู้บริหารบริษัท ในฐานะผู้ปฏิบัติที่เป็นแรงสำคัญ ที่จะร่วมกันพัฒนาให้เกิดผลเป็นรูปธรรมได้มากขึ้น รวมทั้งประชาชน โดยเฉพาะผู้ลงทุน ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้วัดความสำเร็จในการสร้างบริษัทภิบาลให้เกิดขึ้นเช่นกัน เพราะเมื่อผู้ลงทุนในตลาดทุนใส่ใจประเด็นบริษัทภิบาลที่ดีก่อนการตัดสินใจพิจารณาลงทุนในหลักทรัพย์ และสอดคล้องคุณผลผลประโยชน์ของตนเอง เมื่อนั้นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญในการผลักดันให้เกิดบริษัทภิบาลที่ดีต่อบริษัทจดทะเบียนจะเกิดขึ้น

อีกทั้ง การกำกับดูแลกิจการที่ดี อันประกอบไปด้วยการมีโครงสร้างและกระบวนการที่คณะกรรมการบริษัทในฐานะตัวแทนของผู้ถือหุ้นใช้ในการกำหนดทิศทาง ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของฝ่ายจัดการ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ดังนั้น บุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับบริษัทภิบาลที่ดีนั้น ซึ่งทุกฝ่ายจะมีส่วนร่วมในการส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาบริษัทภิบาลขององค์กรไปในทางบวกยิ่งขึ้น แม้จะมีบทบาทที่แตกต่างกันในองค์กร ได้แก่



แผนภาพที่ 2 -5: ความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการ ผู้บริหารของบริษัท และผู้ถือหุ้น

- ผู้ถือหุ้น ในฐานะเจ้าของกิจการ เพราะการถือหุ้นทำให้ผู้ซื้อเป็นเจ้าของและผู้ถือหุ้นคนหนึ่งของบริษัท ไม่ใช่เพียงผู้ลงทุนเท่านั้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นจึงควรได้รับและเข้าถึงสารสนเทศอย่างทันท่วงที พร้อมทั้งสิทธิโดยชอบธรรมของผู้ถือหุ้น เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นที่มีและไม่มีอำนาจในการบริหารจัดการบริษัท ซึ่งผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่รู้เพียงว่าตนเป็นผู้

ลงทุน แต่ไม่ตระหนักว่าตนเป็นเจ้าของกิจการ ดังนั้น ผู้ถือหุ้นควรตระหนักว่าตนมีสิทธิเข้าร่วมการประชุมในการออกเสียงในเรื่องราวต่างๆ เพื่อรักษาผลประโยชน์ที่พึงได้รับ ไม่ใช่เพียงขายหุ้นทิ้งเมื่อไม่พอใจการดำเนินงานของบริษัท (Vote by feet) ซึ่งวิธีนี้ไม่สามารถแก้ปัญหาที่แท้จริงของระบบการกำกับดูแลกิจการได้ อย่างไรก็ตาม การแก้ปัญหานี้ ต้องสร้างความตระหนักของผู้ถือหุ้นในการใช้สิทธิออกเสียงของตนจะมีผลกับการจัดการของบริษัท และการใช้สิทธิจะสามารถปกป้องผลประโยชน์ของตนเอง เพราะเป็นผู้มอบหมายคณะกรรมการให้เป็นตัวแทน และติดตามประเมินผลคณะกรรมการ

- คณะกรรมการบริษัท เป็นกลุ่มบุคคลที่ได้รับการคัดเลือกโดยผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้กำหนดนโยบายและทิศทางของบริษัท การประเมินและคอยดูแลกำกับตรวจสอบการดำเนินการของฝ่ายจัดการให้เป็นไปอย่างถูกต้อง ตรงไปตรงมา และมีประสิทธิภาพ

การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะสามารถเกิดขึ้นและเป็นไปอย่างต่อเนื่องได้ ต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจและคุณธรรมของคณะกรรมการ

- ผู้บริหารและฝ่ายจัดการ เป็นบุคคลที่ทำหน้าที่บริหารและปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบายหรือจุดประสงค์ที่คณะกรรมการได้กำหนดไว้ เพื่อยังผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วยความสุจริตและความระมัดระวังแก่กิจการและผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการนั่นเอง

บรรษัทภิบาลที่ดี เป็นระบบที่จัดให้มีกระบวนการ และโครงสร้างของภาวะผู้นำ และการควบคุมของกิจการ ให้มีความรับผิดชอบตามหน้าที่ด้วยความโปร่งใส และสร้างความสามารถในการ แข่งขันเพื่อรักษาเงินลงทุน และเพิ่มคุณค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว ภายในกรอบการมีจริยธรรมที่ดี โดย คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น และสังคมโดยรวม ประกอบ

สรุปความสัมพันธ์ของผู้ถือหุ้น คณะกรรมการและฝ่ายจัดการ ได้ดังนี้

ผู้ถือหุ้น มอบหมายคณะกรรมการให้เป็นตัวแทน และติดตามประเมินผลของคณะกรรมการ โดยคณะกรรมการต้องมีภาวะผู้นำ ควบคุมและกำหนดนโยบาย ด้วยการปฏิบัติงานด้วยความสุจริตและระมัดระวัง พร้อมมอบหมายให้ฝ่ายจัดการเป็นตัวแทน แล้วฝ่ายจัดการก็ปฏิบัติงานตามนโยบายของคณะกรรมการ และให้ความมั่นใจว่าการปฏิบัติงานสอดคล้องกัน และเป็นไปด้วยความสุจริตและระมัดระวังเช่นกัน ในทางกลับกัน ฝ่ายจัดการก็มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ต่อคณะกรรมการ ส่วนคณะกรรมการก็ต้องทำผลตอบแทนสูงสุดและรับผิดชอบต่อหน้าที่ต่อบริษัทหรือผู้ถือหุ้นนั่นเอง

5. บรรษัทภิบาลบริษัทจดทะเบียนไทยในมุมมองนักลงทุนสถาบันต่างประเทศ

การกำกับดูแลกิจการที่คืบหน้าวันยังมีความสำคัญต่อบริษัทจดทะเบียนและผู้ที่เกี่ยวข้องมากขึ้น นอกจากจะเป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มมูลค่าและความยั่งยืนของบริษัทแล้ว ผู้ลงทุนก็เริ่มให้ความสนใจนำประเด็นนี้มาพิจารณาในกระบวนการตัดสินใจลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักลงทุนสถาบันต่างประเทศ ซึ่งมีอิทธิพลมากต่อทิศทางการลงทุนในตลาดหุ้นไทย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) โดยนักลงทุนสถาบันต่างประเทศนำการกำกับดูแลกิจการมาวิเคราะห์ เพื่อพิจารณาความเสี่ยงทั้งในระดับประเทศและระดับบริษัทที่ต้องประเมินออกมาเป็นค่าที่วัดได้ ซึ่งบางแห่งวิเคราะห์ปัจจัยด้านการกำกับดูแลกิจการควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน เป็นต้น เพราะนักลงทุนต่างประเทศเชื่อมั่นว่าบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกันและเหมาะสม โดยเฉพาะกลุ่มประเทศที่กำลังเติบโต (Emerging Market) การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะมีบทบาทสำคัญมากต่อการประเมินมูลค่าหุ้น

จากการรวบรวมและวิเคราะห์เอกสารเผยแพร่ต่างๆ ของนักลงทุนสถาบันต่างประเทศ โดยศูนย์พัฒนาการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2548) พบว่าประเด็นที่นักลงทุนสถาบันต่างประเทศให้ความสำคัญนั้น ส่วนใหญ่ตรงกับที่ตลาดหลักทรัพย์เสนอไว้ในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ข้อ แต่หลายประเด็นที่นักลงทุนต่างประเทศพิจารณามากกว่า โดยอ้างอิงจากมาตรฐานของประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งประเด็นพิจารณาโดยสรุปที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

- บริษัทต้องแสดงให้เห็นได้ว่ามีนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ชัดเจนและนำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง
- บริษัทต้องแสดงให้เห็นว่าเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มีใช้ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ ซึ่งมีผลกระทบต่อบริษัท ราคาและมูลค่าหุ้น และการตัดสินใจลงทุนอย่างมีคุณภาพ อันหมายถึง ถูกต้อง ชัดเจน เพียงพอ รวดเร็วและทันเวลา
- ในระหว่างที่คณะกรรมการพิจารณาผลการดำเนินงานของบริษัทเพื่อประกาศให้ผู้ลงทุนทราบ ต้องไม่มีกรณีที่กรรมการและผู้บริหารใช้ข้อมูลภายในซื้อขายหุ้นของบริษัท และหลังจากประกาศผลการดำเนินงานแล้ว นักวิเคราะห์สามารถพบผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเพื่อรับทราบข้อมูลเพิ่มเติมได้ เช่น การจัดประชุมนักวิเคราะห์, มีเว็บไซต์ที่แสดงข้อมูลปัจจุบันของบริษัทเป็นภาษาอังกฤษ

จากเหตุการณ์การทุจริตคอร์ปชั่นและการจงใจบิดเบือนข้อมูลข่าวสารหรือการบริหารจัดการที่ผิดพลาดของบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ขึ้น อันส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมในระดับมหภาค ในประเทศที่พัฒนาแล้ว อย่างเช่น สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป เป็นผลให้ "บรรษัทภิบาล" (Corporate Governance) กลายเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมากยิ่งขึ้นทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะแต่ในประเทศที่กำลังพัฒนาเท่านั้น โดยการนำหลักบรรษัทภิบาลมาใช้ในการดูแลจัดการในองค์กรเพื่อป้องกันมิให้เกิดสภาพการณ์เหล่านั้นขึ้นอีก เนื่องจากเป้าหมายหลักของบรรษัทภิบาล ซึ่งก็คือ ธรรมภิบาล (Good Corporate Governance) ที่เน้นในเรื่องกระบวนการ กิจกรรม หรือกลไกที่องค์กรหรือบริษัทกระทำหรือดำเนินการ (พรอนงค์ บุษราตระกูลต, 2547) เพื่อให้เกิดการจัดการที่ดีในองค์กร ในขณะที่เดียวกันก็มุ่งขจัดความล้มเหลวหรือข้อผิดพลาดของธุรกิจที่อาจเกิดจากการทุจริต การคอร์ปชั่น หรือการบริหารจัดการที่ผิดพลาดที่จะส่งผลให้เกิดความเสียหาย และส่งผลกระทบต่อกลุ่มบุคคลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ของธุรกิจนั่นเอง ซึ่งเมื่อเกิดกรณีเหล่านี้มากขึ้นเรื่อย ๆ ก็ย่อมจะส่งผลกระทบต่อระบบต่าง ๆ ของประเทศโดยรวมด้วย อาทิเช่น ความล้มเหลวของตลาดทุน เนื่องจากนักลงทุนขาดความเชื่อมั่นในความโปร่งใสของธุรกิจที่ระดมทุนในตลาดเงินตลาดทุน เพราะไม่มีการปกป้องผู้ถือหุ้นหรือนักลงทุนอย่างเพียงพอทำให้นักลงทุนลดความสนใจที่จะลงทุนในตลาดทุน ทำให้ธุรกิจมีความยากลำบากในการจัดหาแหล่งเงินทุนจากแหล่งภายนอกกิจการ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนของเงินทุนสูงขึ้น ส่งผลต่อราคาของสินค้าและบริการธุรกิจที่จะสูงขึ้น ซึ่งท้ายสุดก็จะก่อให้เกิดความเสียหายต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ถึงแม้ว่าบรรษัทภิบาลของบริษัทจดทะเบียนไทยมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการผลักดันให้บริษัทจดทะเบียนทุกแห่งปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดีให้ได้อย่างครบถ้วน ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้นำมาเป็นแนวทางในการศึกษาประกอบกับการศึกษาถึงการสื่อสารของนักลงทุนสัมพันธ์ต่อไป

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2548 โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสำรวจออนไลน์ จึงมีลักษณะการตอบโดยสมัครใจ (self-selection) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 21,880 คน ผลการสำรวจเกี่ยวกับกิจกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต

(Internet Activities) พบว่า กิจกรรมที่ทำมากที่สุด ได้แก่ การรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (ร้อยละ 24.2) รองลงมา การค้นหาข้อมูล (ร้อยละ 22.8) และการเล่นเกมกับการสนทนามีผู้ตอบเท่ากัน (ร้อยละ 13.6) หากพิจารณาในรายละเอียดปรากฏว่า ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นกิจกรรมที่ทำบนอินเทอร์เน็ตสูงเป็นอันดับ 1 โดยมีผู้ตอบร้อยละ 88.1 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยส่วนมากเป็นกลุ่มวัยทำงานอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปเป็นหลัก ซึ่งเพศหญิงจะนิยมในกิจกรรมนี้มากกว่าเพศชาย ส่วนค้นหาข้อมูล (Information Search) เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงเป็นอันดับ 2 โดยมีผู้ตอบร้อยละ 88.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งใกล้เคียงกันกับไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มาก ซึ่งทุกกลุ่มอายุมีส่วนในการทำกิจกรรมนี้ใกล้เคียงกัน และเพศหญิงนิยมใช้บริการค้นหาข้อมูลมากกว่าเพศชาย สำหรับการอ่านหรือแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ด (Webboard) ร้อยละ 72.9 ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเพศชายเป็นกลุ่มคนที่นิยมทำกิจกรรมนี้มากที่สุด และช่วงอายุมากกว่า 30 ปี ให้ความความนิยมในกิจกรรมนี้ลดลงจากปีก่อน ส่วนการติดตามข่าว (News, Timely Report) โดยรวมร้อยละ 70.9 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ก่อนข้างเป็นกลุ่มที่นิยมกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ แต่กลุ่มเพศชายอายุต่ำกว่า 20 ปีเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจกิจกรรมนี้น้อยที่สุด

กิตติชัย สถิตย์มันวิวัฒน์ (2548) ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลไกควบคุมตามหลักการกำกับดูแลกิจการ กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีใช้สถาบันการเงิน ซึ่งระดับการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการพิจารณาตามประกาศ "หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี" ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 15 ข้อ ผลการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ พบว่า บริษัทจดทะเบียนร้อยละ 90 ที่มีการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปปฏิบัติ โดยบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากรสามารถปฏิบัติและเปิดเผยข้อมูลการกำกับดูแลกิจการได้มากที่สุด เมื่อเทียบกับบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 8 กลุ่ม โดยหลักการในข้อที่ 15 เรื่องความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน พบว่า บริษัทจดทะเบียนร้อยละ 22.11 มีการกำหนดหน่วยงานผู้ลงทุนสัมพันธ์ ในขณะที่บริษัทส่วนใหญ่ยังไม่มีการกำหนดหน่วยงานดังกล่าวขึ้นเป็นการเฉพาะ ซึ่งอาจเนื่องจากไม่เห็นความจำเป็นและความสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอก

สุทธินิ บริสุทธิญาณี (2547) ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เปรียบเทียบการแสวงหาข่าวสาร เพื่อการตัดสินใจในการลงทุนซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนรายย่อยรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยการ

สัมภาษณ์เจาะลึก โดยแบ่งนักลงทุนเป็นสองกลุ่ม คือนักลงทุนรุ่นเก่าที่ซื้อขายผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด และนักลงทุนรุ่นใหม่ที่ซื้อขายหุ้นด้วยตัวเองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผลการวิจัยพบว่า

- สื่อที่ใช้ในการแสวงหาข่าวสารของนักลงทุนทั้งรุ่นและรุ่นใหม่ แสวงหาข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตและโทรทัศน์เช่นเดียวกัน โดยให้เหตุผลในทิศทางเดียวกันว่า อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับกิจกรรมในชีวิตประจำวัน และเป็นช่องทางที่สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารได้สะดวกรวดเร็ว ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คุณสมบัติในเรื่องความสะดวกในการค้นหาข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการแสวงหาข่าวสาร ส่วนโทรทัศน์ เป็นสื่อที่เปิดรับได้ง่าย และมีกระบวนการรายงานข่าวสารที่รวดเร็วและทันเหตุการณ์

- ประเภทข่าวสารที่นักลงทุนให้ความสนใจ มีสองประเภท คือข่าวที่ส่งผลกระทบต่อด้านใดด้านหนึ่ง ได้แก่ ข่าวเกี่ยวกับหุ้น และข่าวที่ส่งผลกระทบต่อภาพรวม ได้แก่ ข่าวเศรษฐกิจและการเมือง ซึ่งส่งผลกระทบต่อกระบวนการลงทุนทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ข่าวเกี่ยวกับหุ้นในทัศนะของนักลงทุนรุ่นเก่ามองว่ามีผลกระทบโดยตรง ส่วนนักลงทุนรุ่นใหม่มองว่ามีผลกระทบต่อหุ้นที่ถือครองอยู่

- แหล่งสารที่เปิดรับเพื่อนำข่าวสารมาใช้ลดความเสี่ยงจากการลงทุน มีอยู่ 3 แหล่ง คือ โบรกเกอร์ ตลาดหลักทรัพย์ และสื่อมวลชน ด้วยเหตุผลที่ต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการตรวจสอบข่าวสารที่น่าเชื่อถือ ความเป็นกลางในการเผยแพร่ข่าวสาร กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ความใกล้ชิดกับแหล่งข้อมูลจำนวนมาก และการเข้าถึงแหล่งสารได้ง่าย รวมถึงการได้รับข่าวสารจากแหล่งที่มาโดยตรง ทั้งนี้คุณสมบัติของแหล่งสารที่นักลงทุนให้ความเชื่อถือ มีสองประการ คือความถูกต้องของข้อมูล และความใกล้ชิดกับแหล่งที่มาของข้อมูล อีกทั้งนักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความเชื่อถือต่อโบรกเกอร์

- แหล่งสารที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน มีอยู่ 2 แหล่ง คือ โบรกเกอร์และสื่อบุคคล

อลิศรา ผลาวรรณ (2547) ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทกับระดับการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากการศึกษาเปรียบเทียบความครอบคลุมในรายละเอียดของการเปิดเผยข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีและรายงานประจำปีของปี 2545 โดยใช้ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลแสดงระดับการเปิดเผยข้อมูลของแต่ละบริษัท ซึ่งศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนใน ต.ล.ท. ยกเว้นบริษัทในกลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มกิจการที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการและกลุ่มอื่นๆ ในการศึกษาชี้แจงประเภทการเปิดเผยข้อมูล

เป็นการเปิดเผยข้อมูลตามข้อบังคับและการเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุและการทดสอบครุสคัล-วัตลิสเปิดสถิติในการทดสอบ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

บริษัทจดทะเบียนมีการเปิดเผยข้อมูลตามข้อบังคับในระดับที่ค่อนข้างสูง แต่บริษัทที่มีความสมัครใจที่จะเปิดเผยข้อมูลอื่นๆ เพิ่มเติมอยู่ในระดับต่ำ โดยขนาดของบริษัท การถือหุ้นโดยชาวต่างชาติ อายุการดำเนินงาน สภาพคล่องทางการเงิน และประเภทของผู้สอบบัญชี เป็นคุณลักษณะที่มีความสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งขนาดของบริษัทและประเภทของผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับการเปิดเผยข้อมูล แต่การถือหุ้นโดยชาวต่างชาติ อายุการดำเนินงาน และสภาพคล่องทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อระดับการเปิดเผยข้อมูล นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดเผยข้อมูลในแต่ละอุตสาหกรรม พบว่า บริษัทในแต่ละอุตสาหกรรมมีการเปิดเผยข้อมูลตามข้อบังคับในระดับที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่มีการเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจในระดับที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งกลุ่มทรัพยากรมีการเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจในระดับที่ค่อนข้างสูงและแตกต่างจากกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญ

นภวรรณ เชิดชูวุฒิกุล (2546) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาของบริษัทในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างและเครื่องตกแต่ง ด้วยการศึกษาเฉพาะช่วงปี 2543 – 2545 ในการทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีทางสถิติและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์ทางลบกับระดับการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปีของบริษัทในอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างและตกแต่ง นอกจากนี้ บริษัทควรปรับปรุงการเปิดเผยข้อมูลในด้านภาษาที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลและการรายงานให้ทันต่อเวลา เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจ รวมทั้งหากบริษัททำการเปิดเผยข้อมูลตามข้อกำหนดของ ค.ล.ท. และ ก.ล.ด. บริษัทจะได้รับความน่าเชื่อถือจากผู้ใช้งายงานประจำปี และนักลงทุนจะสนใจซื้อหลักทรัพย์ของบริษัทมากขึ้น

นภาพร พงษ์ดัมพกุล (2546) ทำการวิจัยเรื่อง โครงสร้างการเป็นเจ้าของและคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของบริษัทจดทะเบียน 80 บริษัทและสำรวจการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญและความจำเป็นของข้อมูลในรายงานทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ถือหุ้นภายนอกจำนวน 160 คน ผลการศึกษาพบว่า การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการเปิดเผยข้อมูลทั้ง 3 ประเภท ดังนี้ การเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจ, การเปิดเผยข้อมูล

โดยข้อกำหนด และการเปิดเผยข้อมูลโดยรวมทั้งหมด ดังนั้นนักลงทุนสถาบันจึงเป็นกลไกที่สำคัญอย่างยิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้ระบบข้อมูลและบัญชีของบริษัทมีความ โปร่งใส

บุญทริกา ใจกระจ่าง (2546) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลของเครื่องมือทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ด้วยการรวบรวมจากแบบสอบถามผู้บริหารระดับสูงฝ่ายบัญชีธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การวิเคราะห์ห้อย่งประกอบ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุและการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ขนาดกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการเปิดเผยข้อมูลอย่างมีสาระสำคัญ ทั้งนี้เมื่อควบคุมอายุการก่อตั้งธนาคาร พบว่า เมื่อธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่มีอายุการก่อตั้งมากและมีความสามารถในการทำกำไร ผู้ใช้งบการเงินจะได้รับประโยชน์จากการเปิดเผยข้อมูลเครื่องมือทางการเงินมากขึ้น

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2545) ศึกษาสำรวจเรื่อง พฤติกรรม ความต้องการ ความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของผู้ลงทุนเกี่ยวกับการลงทุน โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชาชนอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ผ่านทางไปรษณีย์ และเว็บไซต์องค์กร ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 900 ราย ผลการสำรวจพบว่า

- ประเภทข้อมูลที่นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนนั้น ส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะตลาด อาทิ ราคาดัชนี, ข่าวสาร เป็นต้น ร้อยละ 33 เท่ากับข้อมูลในอดีตของบริษัท อาทิ การจ่ายปันผล, ผลการดำเนินงาน เป็นต้น รองลงมา เป็นโอกาสในอนาคต อาทิ ประเภทธุรกิจ, นโยบายการลงทุนของบริษัท ร้อยละ 23 ต่อมา เป็นความน่าเชื่อถือ อาทิ Good Governance ร้อยละ 11 ทั้งนี้ประเภทข้อมูลที่ใช้ติดตามผลการลงทุน ส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลด้านราคา ร้อยละ 55 และอีก ร้อยละ 45 ใช้ข้อมูลด้านผลการดำเนินงาน

- การนำคำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนไปใช้ประกอบการพิจารณา ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 75 นำคำแนะนำไปใช้ ส่วนอีกร้อยละ 25 ไม่ใช้คำแนะนำเหล่านั้น

- ช่องทางที่ต้องการรับข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุน ส่วนใหญ่ รับข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ ร้อยละ 26 รองลงมา ผ่านบล./บลจ. ร้อยละ 24 ต่อมาเป็นอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 19, ก.ล.ต. ร้อยละ 16 และการสัมมนา ร้อยละ 15 โดยที่ความต้องการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการลงทุนผ่านแผ่นพับ ร้อยละ 40 รองลงมาเป็นโทรทัศน์ ร้อยละ 29, อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 22 และวิทยุ ร้อยละ 9

คณะอนุกรรมการเพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2544) ศึกษาเรื่อง การกำกับดูแลกิจการที่ดีในระดับนานาชาติ เพื่อใช้เป็นแนวทางวางหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ผลการวิจัยพบว่า ตั้งแต่ต้นปี 1990 เป็นต้นมา การจัดทำรายงานเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการของประเทศต่างๆ รวมทั้งของสหรัฐอเมริกาหรือสหราชอาณาจักรต่างสะท้อนถึงความต้องการและสภาพแวดล้อมของแต่ละประเทศตามช่วงเวลานั้น และบางครั้งสะท้อนให้เห็นในลักษณะการสนองตอบต่อเหตุการณ์หรือสิ่งผิดปกติที่สร้างความสะเทือนใจให้กับสังคมนั้นๆ ตามลักษณะวัฒนธรรมของประเทศ ณ เวลานั้น โดยเฉพาะ รวมทั้งยังไม่มีให้เห็นพ้องต้องกันว่ามีระบบการกำกับดูแลใดชุดเดียวที่ยอมรับว่าเป็นการกำกับดูแล "ที่ดี" แต่ละประเทศแต่ละบริษัทย่อมมีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม จุดมุ่งหมายและขั้นความเติบโตของตน โดยเฉพาะ อย่างไรก็ตาม อิทธิพลของตลาดทุนในระดับสากลได้มีส่วนในการชี้้นำให้ประเทศต่างๆ ปรับวิธีการทำงานและการกำกับดูแลของประเทศตนเองให้เข้าหากันมากขึ้นเรื่อยๆ

จรัสศรี ปีกักคัง (2542) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเพื่อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐ และความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐในอนาคต ส่วนใหญ่ร้อยละ 99.4 เห็นด้วยกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเห็นว่ามีความประโยชน์ ทันสมัย สะดวก และสามารถให้ข้อมูลได้รวดเร็ว อีกทั้งผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เห็นว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีจุดเด่นในด้านการเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมงและไม่จำกัดระยะทาง

ปิยวรรณ หอมถวิล (2541) ศึกษาวิจัยเรื่อง "การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดขององค์กร" ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เป็นลูกค้าของบริษัทที่ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการตลาดให้องค์กรและธุรกิจต่างๆ มีการเลือกใช้บริการจากการเห็นความสำคัญในเรื่องเทคโนโลยีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงผู้ชมจำนวนมาก โดยเห็นว่าอินเทอร์เน็ตมีศักยภาพในการเป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และด้านการตลาดซึ่งเป็นทักษะจากองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน

บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ (2540) ศึกษาวิจัยเรื่อง วิสัยทัศน์การประชาสัมพันธ์ ปี 2010 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์, ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และผู้บริหารระดับสูง ผลการวิจัยสรุปได้ว่า วิสัยทัศน์การประชาสัมพันธ์ ปี 2010 ของบริษัทจดทะเบียนฯ คือ องค์กรธุรกิจมุ่งสร้างภาพลักษณ์อันพึงปรารถนาเป็นสำคัญ เน้นประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้น ต้องมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ระยะยาว ระยะปานกลางและระยะสั้น เน้นการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น มีงบประมาณในการซื้อสื่อเผยแพร่ข่าวสารมากขึ้น หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทต้องขึ้นตรงกับผู้บริหารระดับสูงสุด และการทำงานในหน่วยงานประชาสัมพันธ์เน้นการทำงานเป็นทีม นอกจากนี้ วิสัยทัศน์การประชาสัมพันธ์เรื่อง "ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และนักประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้และก้าวทันกับเทคโนโลยีสื่อสาร" จัดอยู่ในระดับสูงมาก ส่วน "บทบาทของE-mailและComputer On-line จะถูกนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจมากขึ้น" จัดอยู่ในระดับสูง หากแยกองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์พบว่า วิสัยทัศน์ด้านแนวคิดและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ จัดอยู่ในระดับสูง ซึ่งมองภาพในอนาคตว่า การประชาสัมพันธ์จะเป็นเครื่องมือสำคัญขององค์กรธุรกิจในการสร้างและรักษาไว้ ซึ่งความเข้าใจอันดีกับกลุ่มเป้าหมายประเภทต่างๆ และวิสัยทัศน์ด้านสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จัดอยู่ในระดับสูง ซึ่งมองภาพในอนาคตว่า การประชาสัมพันธ์ธุรกิจจะเน้นการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทของสื่อคอมพิวเตอร์ออนไลน์ อินเทอร์เน็ต (Internet) และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) จะถูกนำมาใช้มากขึ้น รวมทั้งกิจกรรมประชาสัมพันธ์จะเน้นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะมากขึ้น

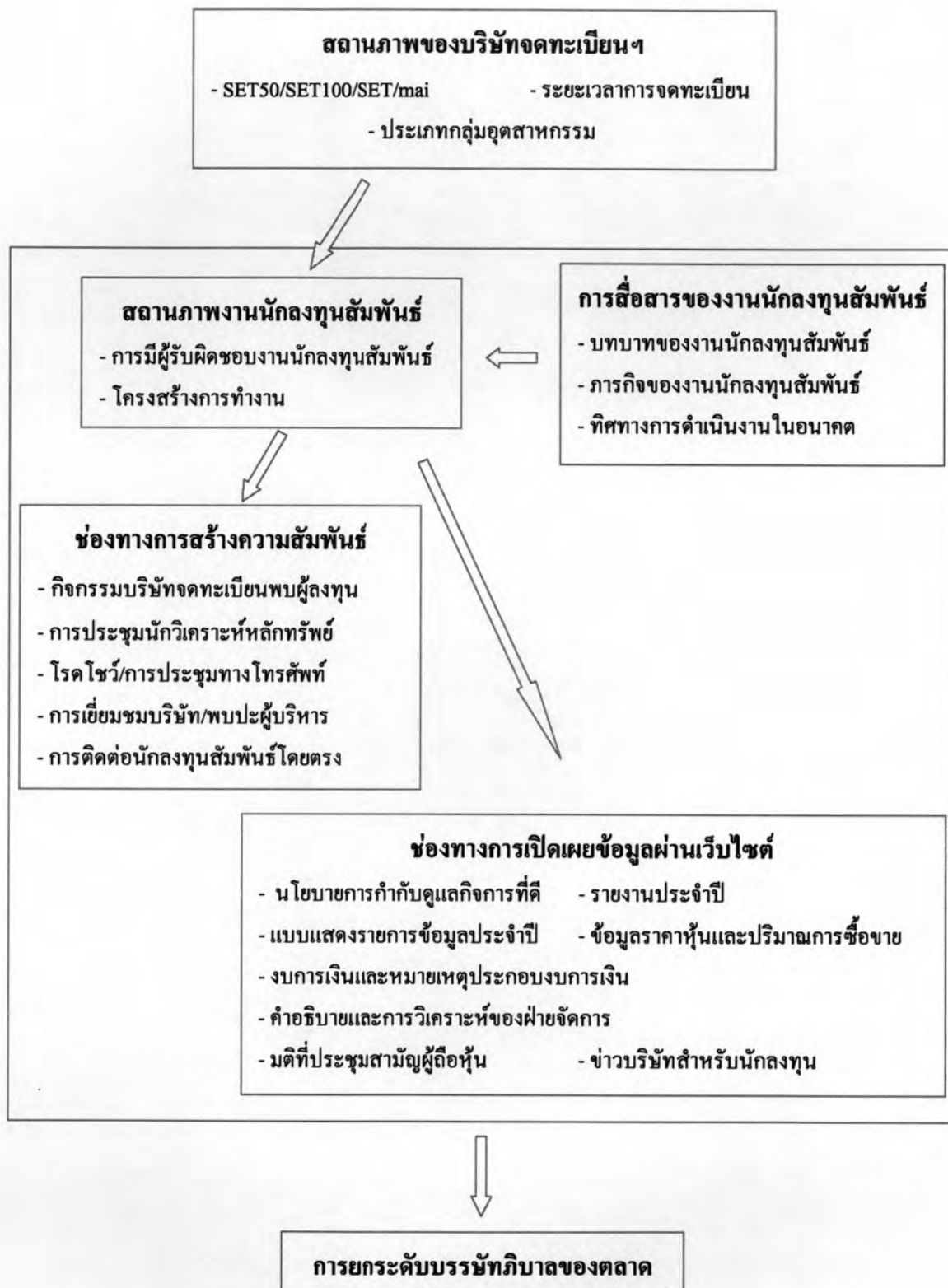
อดิศักดิ์ อนันนัป (2540) ศึกษาวิจัยเรื่อง ธุรกิจการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ผลปรากฏว่า หน่วยงานที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์จะเป็นองค์กรขนาดใหญ่ทั้งภาครัฐและเอกชน หรือบริษัทที่มีกลุ่มเป้าหมายระดับสากล ผู้ผลิตโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ยอมรับว่าอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่มีศักยภาพในการเป็นช่องทางการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ได้ แต่ยังคงขาดความรู้ความเข้าใจในตัวสื่อ และความสามารถในการเข้าถึงสื่อของประชาชน ซึ่งส่งผลให้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่จำกัดกลุ่มเป้าหมายยังไม่แพร่หลายในสังคมไทย

ศุจิภา ดวงมณี (2539) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน World Wide Web ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนไทยในปัจจุบันใช้ช่องทาง World Wide Web เพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรและเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับการสื่อสารข้อมูลไปในระดับโลก เนื่องจาก

World Wide Web เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีข้อได้เปรียบทางด้านความเร็ว สามารถนำเสนอได้หลายรูปแบบในเวลาเดียวกันและเป็นช่องทางในการเผยแพร่กระจายข่าวสารไปถึงระดับโลกได้ในราคาที่ต่ำกว่าสื่อประเภทอื่น สรุปได้ว่าในอนาคตสื่อมวลชนไทย มีแนวโน้มที่จะใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารมากขึ้นในรูปแบบที่ทันสมัยและติดตามเทคโนโลยีมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามยังคงคำนึงถึงความสะดวกของผู้ใช้งานเป็นหลัก

Hoffman (1995) ศึกษาเรื่อง "Commercial Scenarios for the Web: Opportunities and Challenges" ผลปรากฏว่า โดยธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถกล่าวได้ว่าเป็นสื่อที่มีลักษณะหลายโฉมหน้า เนื่องจากมีความผสมผสานกันระหว่างการเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล และเป็นช่องทางการสื่อสารมวลชน

จากแนวคิดในด้านต่างๆ ของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวข้างต้น รวมทั้งผลสรุปจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหลายนั้น ได้นำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการวางกรอบแนวคิด, การสร้างแบบสอบถามและคำถามสัมภาษณ์ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์อภิปรายผลเกี่ยวกับศักยภาพการสื่อสารของงานนักลงทุนสัมพันธ์ในการยกระดับบรรษัทภิบาลของตลาดทุนไทย เพื่อนำมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้



แผนภาพที่ 2 - 6: กรอบแนวคิดในการวิจัย