

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทนี้จะกล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ และปัจจัยที่อาจมีผลกระทบต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ในส่วนแรกจะกล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยได้แก่ มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ: ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรม ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย และทฤษฎีตัวแทน และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ เช่น ขนาดของกิจการ โครงสร้างความเป็นเจ้าของ: โดยการถือหุ้นแบบกระจุกตัว โดยการถือหุ้นโดยรัฐ และโดยการถือหุ้นโดยชาวต่างชาติ ส่วนถัดไปจะกล่าวถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ส่วนสุดท้ายจะแสดงถึงกรอบแนวคิดของงานวิจัย

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (Corporate Social Responsibility- CSR) (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555)

การดำเนินกิจการโดยมีเป้าหมายสามด้านคือ กำไร สังคม และสิ่งแวดล้อม (Triple Bottom Line) ส่วนเป็นองค์ประกอบในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งสิ้น แม้ว่าปัจจุบัน จะยังไม่มีนิยามศัพท์คำว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคม” ที่เป็นหนึ่งเดียวอย่างชัดเจน แต่หลักใหญ่ใจความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม ก็ปรากฏให้เห็นอยู่ในบทความและงานเขียนต่างๆของกิจการที่ให้ความสำคัญกับแนวคิดนี้ ดังต่อไปนี้

คณะกรรมการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ได้ให้คำนิยามว่า “Corporate Social Responsibility หรือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการนั้น หมายถึง การดำเนินกิจการภายใต้หลักจริยธรรม และการกำกับที่ดี ควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนากิจการอย่างยั่งยืน”

World Business Council on Sustainable Development ให้คำนิยามว่า “ซีเอสอาร์ คือ คำมั่นของบริษัท ที่จะส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยทำงานร่วมกับลูกค้าและครอบครัวของพวกเขา ชุมชนและสังคมโดยกว้าง เพื่อจะพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสังคมโดยรวม”

มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) ให้คำนิยามว่า “ซีเอสอาร์ เป็นเรื่องของ การที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็นเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ประโยชน์กับคน ชุมชนและสังคม นอกจากนั้น ยังเป็นเรื่องของบทบาทของกิจการในสังคม และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อกิจการ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ โดยสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน”

European Commission Green Paper กล่าวว่า “ซีเอสอาร์ เป็นแนวคิดที่บริษัทจะบูรณาการงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกิจการ และการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสียโดยสมัครใจ”

UNTAD กล่าวว่า “ซีเอสอาร์ คือ การที่บริษัทเข้าไปเกี่ยวข้องและมีผลกระทบเชิงบวกต่อความต้องการและเป้าหมายของสังคม”

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการว่า หมายถึง การประกอบกิจการด้วยความดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาลเป็นเครื่องกำกับให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆเป็นไปด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใสและยุติธรรม มีความตระหนักถึงผลกระทบดังกล่าว กับการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาบูรณาการให้เกิดการดำเนินกิจการเป็นการสร้างความสำเร็จและประโยชน์สุข อีกทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทุกเวทีการค้า ซึ่งจะเป็ผลดีต่อความยั่งยืนของกิจการ ผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

กิจการ หมายถึง การประกอบการทุกประเภททั้งที่มุ่งแสวงหาผลกำไรและมีได้มุ่งแสวงหาผลกำไร ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะกิจการขนาดใหญ่ แต่ยังรวมถึงกิจการขนาดกลางและขนาดเล็ก รวมถึงองค์กรที่จัดตั้งในลักษณะอื่นๆ

สังคม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักๆ ได้แก่

1. กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับธุรกิจโดยตรง เช่น ลูกค้า คู่ค้า ผู้ส่งมอบ (Supplier) พนักงานและครอบครัวของพนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ชุมชนรอบถิ่นที่ตั้งของธุรกิจ เป็นต้น
2. กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยอ้อม เช่น รัฐบาลและหน่วยงานกำกับดูแลของรัฐ

สมาคมการค้า กลุ่มวิชาชีพ องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) ผู้ที่จะมาเป็นลูกค้าหรือพนักงานของธุรกิจในอนาคต (prospect) ประชาชนทั่วไป ชุมชนนอกถิ่นที่ตั้งของธุรกิจ เป็นต้น

สิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ซึ่งมีทั้งสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ แม่น้ำ อากาศ ระบบนิเวศน์ เป็นต้น

สำหรับแนวปฏิบัติ ซีเอสอาร์แบ่งเป็น 8 หัวข้อ (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2551) ดังนี้

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
3. การเคารพสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
7. นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

สรุปว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (Corporate Social Responsibility-CSR) หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและการดูแลรักษาสังคม และสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

ประโยชน์ของซีเอสอาร์

ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทั้งแบบที่เป็นรูปธรรมและแบบที่เป็นนามธรรม และทั้งภายในและภายนอกกิจการ

ในแง่ของผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ ราคาหุ้นมีเสถียรภาพและมีส่วนเกินมูลค่าหุ้นในอัตราที่สูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ย เนื่องจากเป็นที่ต้องการของนักลงทุนทุกปัจจุบันเมื่อดูเงินลงทุนในธุรกิจที่มีซีเอสอาร์ซึ่งเรียกกันเฉพาะว่า SRI (Social Responsibility Investing) นั้นมีมูลค่าเกิน 2 ล้านล้านเหรียญ และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เป็นโอกาสที่องค์กรสามารถเข้าถึงแหล่งทุนเพิ่มมากขึ้นและได้ง่ายขึ้นรวมทั้งทำให้ต้นทุนทางการเงินมีแนวโน้มต่ำกว่าเกณฑ์ปกติของตลาด เนื่องจากสถาบันการเงินได้ใช้ซีเอสอาร์ประกอบการพิจารณาการขอแหล่งทุน

ในแง่ของพนักงาน พนักงานเกิดความภาคภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร ได้รับความสุขจากการปฏิบัติงานในหน้าที่นอกเหนือจากผลตอบแทนในรูปตัวเงิน ทำให้องค์กรสามารถที่จะรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้ และในขณะเดียวกัน ก็สามารถที่จะชักชวนบุคลากรที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการให้เข้ามาทำงานกับองค์กรได้

ในส่วนขององค์กร องค์กรสามารถสร้างรายได้และส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากการที่ลูกค้าพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การส่งเสริมการขายด้วยการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งต่อทุกๆ การซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งให้หน่วยงานหรือมูลนิธิที่ช่วยเหลือสังคมในด้านต่างๆ นอกจากนี้องค์กรยังสามารถลดรายจ่ายของกิจการจากการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์

องค์กรสามารถได้รับประโยชน์จากการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) ให้อยู่ในใจของลูกค้าเป็นอันดับต้นๆ ในประเภทสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ ร่วมกับการทำตลาดผลิตภัณฑ์ เช่น ร้านกาแฟที่รับซื้อเมล็ดกาแฟในท้องถิ่นหรือจากไร่กาแฟที่ใช้เกษตรกรอินทรีย์ (ตัวอย่าง ร้านกาแฟดอยตุง) เป็นต้น สำหรับองค์กรที่มีได้ใช้ตราผลิตภัณฑ์เป็นชื่อขององค์กรหรือเป็นองค์กรที่มีหลายตราผลิตภัณฑ์สามารถดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ที่เสริมภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) นอกเหนือจากการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างธรรมเนียมปฏิบัติทางธุรกิจที่อำนวยความสะดวกต่อสังคมโดยสมัครใจมากกว่าเป็นเพียงการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับในอุตสาหกรรม หรือกฎหมายในด้านต่างๆ เช่น การจัดหาและดูแลระบบบำบัดของเสียจากโรงงานให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำของกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องหรือมากกว่าการมีระบบไว้เพียงเพื่อให้ผ่านการตรวจสอบตามเกณฑ์ แต่มีได้เปิดใช้งาน เป็นต้น

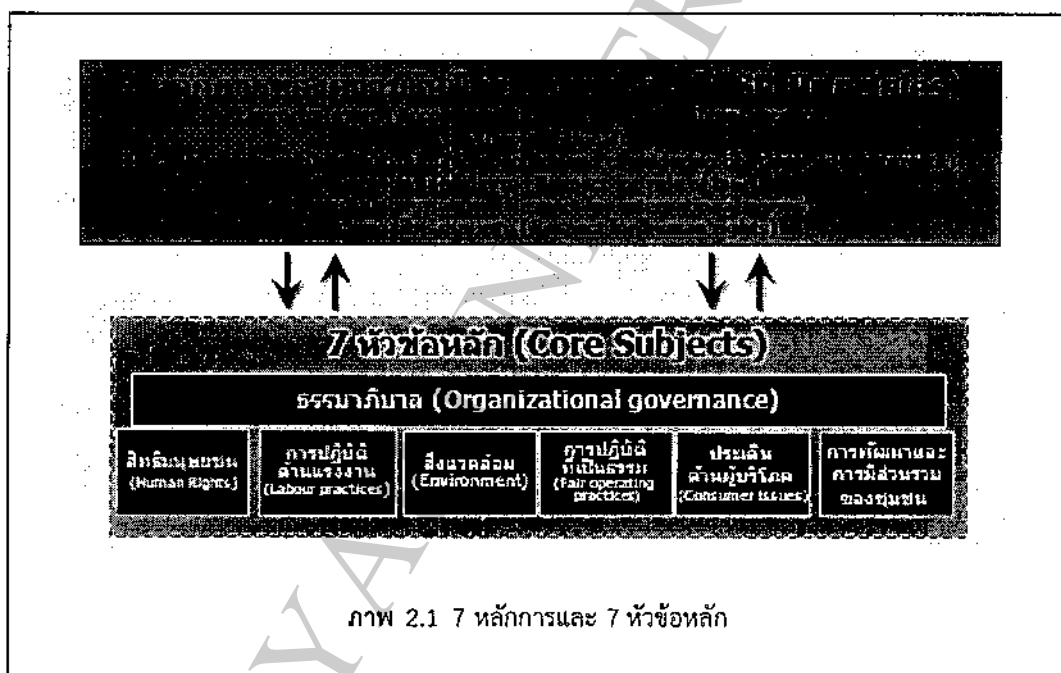
นอกจากนี้ องค์กรยังสามารถจัดทำรายงานของกิจการที่เรียกว่ารายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Report) ซึ่งหน่วยงานองค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (Global Reporting Initiative -GRI) เป็นผู้วางกรอบและแนวทางไว้ เพื่อใช้เผยแพร่กิจกรรมทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร

2.1.2 มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553)

ISO 26000 เป็นมาตรฐานสากลที่แสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบของสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืนทางธุรกิจ

องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization : ISO) ได้เริ่มพิจารณามาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) ตั้งแต่ พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา และได้ถูกนำมาใช้ในปี พ.ศ. 2553 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัท องค์กร หน่วยงาน และสถาบันทั่วโลก รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรได้เพิ่มความตระหนักและ สร้างความเข้าใจในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวจะเป็นข้อแนะนำ หลักการ และวิธีการของความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรพึงปฏิบัติด้วยความสมัครใจ ทุกองค์กรสามารถนำไป ประยุกต์ใช้ได้โดยไม่ต้องมีการตรวจรับรอง

ความรับผิดชอบต่อสังคม มีหลายองค์ประกอบโดยมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) ได้กำหนดองค์ประกอบหลักของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 2 องค์ประกอบเพื่อเป็น แนวทางปฏิบัติ คือ 1) หลักการ (Principles) และ 2) หัวข้อหลัก(Core subjects) (ดังภาพ 2.1)



ที่มา: สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2553, 24)

1) หลักการ (principles)

หลักการประกอบด้วยหลัก 7 ประการของ ISO 26000 ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นคุณสมบัติของ องค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม แนวทางเกี่ยวกับหลัก 7 ประการของความรับผิดชอบต่อสังคม (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554) ดังนี้

(1) ความรับผิดชอบ (Accountability)

หลักการคือ องค์กรควรมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบจากองค์กรที่มีต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม หลักการนี้มีข้อเสนอว่าองค์กรควรรับการถูกตรวจสอบอย่างละเอียด รวมทั้งยอมรับต่อภาระหน้าที่ในการสนองตอบต่อการถูกตรวจสอบอย่างละเอียดนี้ ความรับผิดชอบนี้ถือเป็นหน้าที่ของผู้บริหารขององค์กรในการตอบคำถามต่อกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆที่กำกับดูแลองค์กรและเป็นหน้าที่ขององค์กรในการตอบคำถามต่อหน่วยงานต่างๆที่มีอำนาจตามกฎหมายเกี่ยวข้องกับข้อกฎหมายและระเบียบต่างๆ ความรับผิดชอบต่อผลกระทบโดยรวมที่เกิดจากการตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆขององค์กรที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมยังหมายรวมถึงการตอบคำถามสำหรับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆ รวมทั้งต่อสังคมทั่วไปด้วย ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของผลกระทบและสถานการณ์นั้นๆ

การที่องค์กรมีความรับผิดชอบจะช่วยทำให้เกิดผลดีทั้งต่อองค์กรและต่อสังคม ระดับของความรับผิดชอบต่ออาจมีการผันแปรไปตามขอบเขตและอำนาจหน้าที่ในการตอบสนอง ดังนั้น องค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ที่สำคัญจึงควรระมัดระวังเป็นอย่างมากในสิ่งที่ตัดสินใจต่อเรื่องใดๆ รวมทั้งระมัดระวังในประเด็นที่อาจจะมีการมองข้ามด้วย นอกจากนี้ความรับผิดชอบยังครอบคลุมถึงการยอมรับเป็นผู้รับผิดชอบในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดจากการทำงานขึ้น โดยมีการกำหนดมาตรการอย่างเหมาะสมในการแก้ไขสิ่งที่ผิดพลาดนั้นและดำเนินการปฏิบัติการป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดซ้ำอีก

องค์กรควรมีความรับผิดชอบต่อ

- ผลกระทบจากการตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆขององค์กรต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ โดยเฉพาะผลกระทบด้านลบที่มีนัยสำคัญ
- การดำเนินการเพื่อการป้องกันผลกระทบด้านลบที่ถูกมองข้าม หรือเกิดขึ้นโดยไม่ได้ตั้งใจ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ

(2) ความโปร่งใส (Transparency)

หลักการคือ องค์กรควรมีความโปร่งใสในการตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม องค์กรควรมีการเปิดเผยอย่างชัดเจน ถูกต้องและครบถ้วน รวมทั้งระดับในการชี้แจงที่มีการระบุถึงเหตุผลและมีความเพียงพอเกี่ยวกับนโยบาย การตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆที่องค์กรรับผิดชอบ รวมทั้งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่องค์กรทราบ องค์กรควรมีการจัดเตรียมพร้อมไว้ซึ่งสารสนเทศเพื่อให้ผู้ที่ได้รับผลกระทบสามารถเข้าถึงได้โดยตรงและง่ายต่อการเข้าใจ นอกจากนี้สารสนเทศควรมีความเหมาะสมกับช่วงเวลา เป็นข้อเท็จจริงและนำเสนอในลักษณะ

ที่มีความชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละส่วนสามารถประเมินผลได้อย่างถูกต้องเกี่ยวกับผลกระทบที่ได้รับจากการตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆขององค์กร

หลักการของความโปร่งใสไม่ได้ต้องการให้มีการนำสารสนเทศที่มีผู้ครอบครองอยู่ไปเปิดเผยต่อสาธารณะ รวมทั้งการจัดสรรสารสนเทศที่มีเอกสิทธิ์ หรือการฝ่าฝืนกฎหมายการค้า ความมั่นคง หรือความรับผิดชอบต่อความเป็นส่วนตัว

องค์กรควรมีความโปร่งใสที่เกี่ยวกับ

- วัตถุประสงค์ ลักษณะและสถานที่ตั้งของการดำเนินการต่างๆขององค์กร คุณลักษณะของกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆที่กำกับดูแลองค์กร
- ลักษณะของการตัดสินใจ การนำไปใช้ และการทบทวน รวมทั้งการกำหนดบทบาท ความรับผิดชอบ การตรวจสอบได้ และอำนาจหน้าที่ในหน่วยงานต่างๆขององค์กร
- มาตรฐานต่างๆและกฎเกณฑ์กำหนดซึ่งองค์กรใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม
- ผลการดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆที่มีนัยสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม
- แหล่งที่มาของเงินทุน จำนวน และการนำไปใช้
- ผลกระทบที่ทราบและที่มีแนวโน้มว่าจะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม
- ผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งเกณฑ์ และขั้นตอนการดำเนินงานที่ใช้ในการชี้แจง การคัดเลือกและการสานสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียเหล่านั้น

(3) การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical behavior)

หลักการคือ องค์กรควรปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม พฤติกรรมขององค์กรควรอยู่บนพื้นฐานของการมีค่านิยมที่เกี่ยวกับความซื่อสัตย์ ความเท่าเทียม และความยุติธรรม ค่านิยมเหล่านี้ยังหมายรวมถึงข้อกังวลสำหรับคน สัตว์ และสิ่งแวดล้อม และความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆขององค์กรต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย

องค์กรควรมีการส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมอย่างจริงจัง โดย

- การชี้แจงและกำหนดค่านิยมและหลักการต่างๆขององค์กร
- การจัดทำและดำเนินการตามโครงสร้างการบริหารที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมภายในองค์กรรวมทั้งในกระบวนการตัดสินใจและการมีปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่นๆ

- การบ่งชี้ การปรับ และการประยุกต์ใช้มาตรฐานการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมอย่างเหมาะสม เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย และกิจกรรมขององค์กร และเป็นไปตามหลักการต่างๆที่ได้รับอยู่ในมาตรฐานนี้
- การกระตุ้น และการส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติตามมาตรฐานของการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง
- การกำหนดและสื่อสารเกี่ยวกับมาตรฐานการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมอันเป็นที่คาดหวังจากผู้กำกับดูแลองค์กร บุคลากร ผู้ส่งมอบ ผู้รับเหมา และเจ้าของ และผู้จัดการตามความเหมาะสม และยังรวมถึงกลุ่มที่มีโอกาสสร้างผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อค่านิยม วัฒนธรรม ความยุติธรรม ยุทธศาสตร์ และการดำเนินการขององค์กร และบุคคลใดก็ตามที่ดำเนินงานในนามขององค์กร ในขณะที่ยังคงมีการอนุรักษ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้
- การป้องกัน หรือการแก้ไขการเกิดผลประโยชน์ทับซ้อนที่สามารถจะนำไปสู่การปฏิบัติอย่างไม่มีจริยธรรมตลอดทั่วทั้งองค์กร
- การกำหนดและรักษาไว้ซึ่งกลไกในการกำกับดูแล และการควบคุมต่างๆเพื่อคอยเฝ้าติดตามให้การสนับสนุนและการบังคับให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม
- การกำหนดและรักษาไว้ซึ่งกลไกในการให้ความช่วยเหลือในการทำรายงานเกี่ยวกับการปฏิบัติอย่างไม่มีจริยธรรมโดยปราศจากความหวาดกลัวจากการถูกข่มขู่
- การให้ความสำคัญและดำเนินการในสถานการณ์ต่างๆที่พบว่ายังไม่มีกำหนดกฎหมาย และระเบียบต่างๆของท้องถิ่น หรือมีข้อขัดแย้งกันกับการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม
- การกำหนดและประยุกต์ใช้มาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลเกี่ยวกับการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมเมื่อมีการทำวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์
- การเคารพต่อสวัสดิภาพของสัตว์ หากมีผลกระทบต่อชีวิตและการคงอยู่ รวมทั้งการจัดสภาพที่มีความเหมาะสมในการเลี้ยงดู การเพาะพันธ์ การผลิต การขนส่ง และการใช้สัตว์

(4) การเคารพต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(Respect for stakeholder interests)

หลักการคือ องค์กรควรพิจารณา และตอบสนองต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ถึงแม้ว่าวัตถุประสงค์ขององค์กรอาจจะมีข้อจำกัดเพียงทำเพื่อตอบสนองผลประโยชน์ของเจ้าของ สมาชิก ลูกค้า หรือสมาคมที่องค์กรสังกัด อย่างไรก็ตาม สิทธิ การเรียกร้องและผลประโยชน์ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่นๆควรได้รับการพิจารณาด้วย เนื่องจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเหล่านี้ต่างถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร

องค์กรควรเคารพต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย โดย

- ชี้แจงผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร
- ให้ความสำคัญ และระมัดระวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ รวมทั้งสิทธิทางกฎหมายของผู้มีส่วนได้เสียและตอบสนองต่อข้อกังวลต่างๆที่ได้แสดงไว้
- ให้ความสำคัญว่าผู้มีส่วนได้เสียบางกลุ่มสามารถมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญกับการดำเนินการต่างๆขององค์กร
- ประเมินและพิจารณาถึงการสร้างความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อการติดต่อประสานสัมพันธ์และการมีอิทธิพลกับองค์กร
- ดำเนินถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียกับความคาดหวังของสังคมที่กว้างขวางออกไปและการพัฒนาอย่างยั่งยืนรวมถึงลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร
- พิจารณามุมมองของผู้มีส่วนได้เสียที่อาจได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจ หรือจากกิจกรรมขององค์กรถึงแม้ว่าผู้มีส่วนได้เสียเหล่านั้นจะไม่มีบทบาทอย่างเป็นทางการในการกำกับดูแลองค์กร หรือไม่ได้ให้ความสำคัญกับผลประโยชน์เหล่านั้นก็ตาม

(5) การเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the rule of law)

หลักการคือ องค์กรควรยอมรับว่าการปฏิบัติตามหลักนิติธรรมเป็นสิ่งที่บังคับให้ต้องทำ หลักนิติธรรมถือว่าการกฎหมายเป็นสิ่งสูงสุด ซึ่งเป็นแนวคิดที่ว่าไม่มีบุคคล หรือองค์กรใดที่จะอยู่เหนือกฎหมายได้ และรัฐบาลก็ต้องเคารพกฎหมายเช่นเดียวกัน หลักนิติธรรมจะแตกต่างจากการใช้อำนาจตามอำเภอใจ หลักนิติธรรมโดยทั่วไปจะเกี่ยวกับการกำหนดกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆไว้เป็นลายลักษณ์อักษร มีการเผยแพร่ต่อสาธารณชน และมีการนำไปบังคับใช้อย่างเท่าเทียมกัน และอย่างยุติธรรมตามขั้นตอนการดำเนินการที่กำหนดไว้ ในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคม การเคารพต่อหลักนิติธรรม หมายถึง องค์กรต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆที่องค์กรเกี่ยวข้องทั้งหมด ซึ่งก็หมายความว่า องค์กรควรระมัดระวังต่อกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยมีการแจ้งให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องในองค์กรได้รับทราบถึงความรับผิดชอบในการคอยเฝ้าติดตามและมีการดำเนินการตามมาตรการต่างๆที่กำหนด

องค์กรควรเคารพต่อหลักนิติธรรม โดย

- ปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายทั้งหมดที่ครอบคลุมถึงการดำเนินการขององค์กร ถึงแม้ว่ากฎหมายและข้อกำหนดต่างๆเหล่านั้นจะไม่มีการบังคับใช้อย่างเหมาะสมก็ตาม
- มั่นใจว่าหน่วยงานที่องค์กรมีความสัมพันธ์มีการดำเนินการต่างๆตามกรอบของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

- ติดตามเพื่อให้ได้รับทราบถึงข้อกฎหมายที่ต้องรับผิดชอบทั้งหมด
- ทบทวนถึงการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆที่องค์กรเกี่ยวข้องตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด

(6) การเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล (Respect for international norms of behavior)

หลักการคือ องค์กรควรเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล ในขณะที่ยังคงยึดมั่นกับหลักการเคารพต่อหลักนิติธรรมโดย

- ในสถานการณ์ที่กฎหมาย หรือการดำเนินการตามกฎหมายยังไม่พอเพียงสำหรับการปกป้องสิ่งแวดล้อมหรือสังคมได้ องค์กรควรผลักดันให้เกิดการเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากลเป็นอย่างน้อย
- ในประเทศที่พบว่าไม่มีกฎหมาย หรือการดำเนินการตามกฎหมายขัดแย้งกันกับการปฏิบัติตามแนวทางของสากล องค์กรควรผลักดันให้เกิดการเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากลให้กว้างขวางที่สุดเท่าที่จะทำได้
- ในสถานการณ์ที่กฎหมาย หรือการดำเนินการตามกฎหมายมีความขัดแย้งกันกับการปฏิบัติตามแนวทางของสากล และหากไม่ได้ปฏิบัติตามการปฏิบัติตามแนวทางของสากลเหล่านี้แล้วจะส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรง องค์กรควรทบทวนลักษณะของความสัมพันธ์และกิจกรรมต่างๆในกรอบของกฎหมายนั้นเท่าที่ทำได้และอย่างเหมาะสม
- องค์กรควรพิจารณาถึงโอกาสและช่องทางต่างๆในกฎหมายเพื่อชักชวนองค์กรและหน่วยงานที่กำกับดูแลด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อการขจัดปัญหาข้อขัดแย้งใดๆ
- องค์กรควรหลีกเลี่ยงการร่วมการกระทำผิดกับองค์กรอื่นในการดำเนินการต่างๆที่ไม่เป็นไปตามการปฏิบัติตามแนวทางของสากล

(7) การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for human rights)

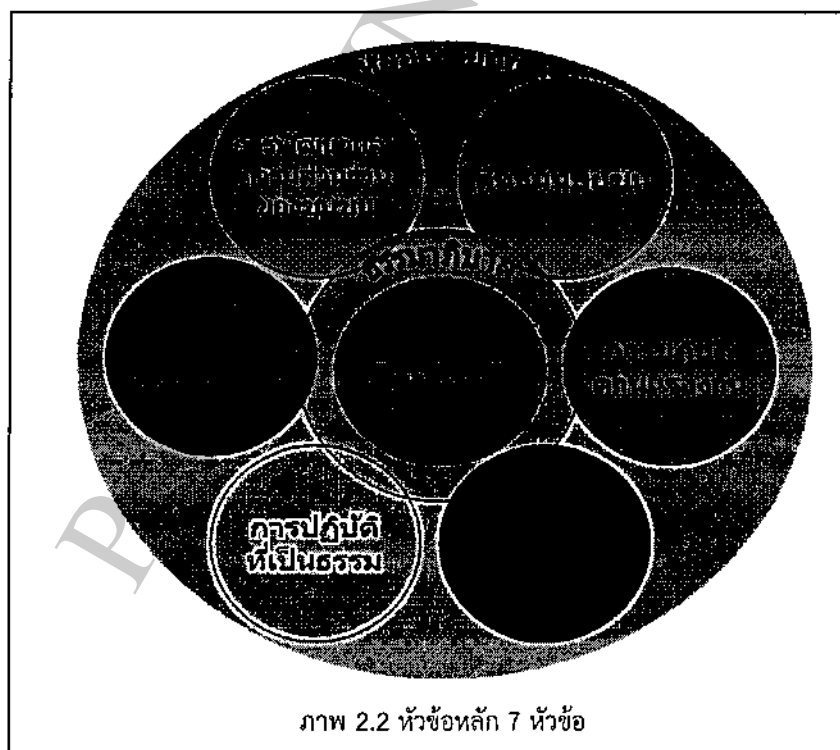
หลักการคือ องค์กรควรเคารพต่อสิทธิมนุษยชน และให้การยอมรับถึงความสำคัญและความเป็นสากลของสิทธิมนุษยชน โดย

- เคารพและส่งเสริมสิทธิต่างๆที่ระบุไว้ในกฎหมายระหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (International Bill of Human Rights) หากทำได้
- เคารพต่อความเป็นสากลของสิทธิต่างๆเหล่านี้ว่าสามารถนำไปปรับใช้ได้ในทุกประเทศ ทุกวัฒนธรรม และทุกสถานการณ์

- ในสถานการณ์ที่สิทธิมนุษยชนไม่ได้รับการปกป้อง องค์กรควรดำเนินการให้เกิดการเคารพสิทธิมนุษยชนและหลีกเลี่ยงการได้มาซึ่งผลประโยชน์จากสถานการณ์ต่างๆดังกล่าว
- ในสถานการณ์ที่กฎหมาย หรือการบังคับใช้กฎหมายยังไม่มี ความเหมาะสมต่อการปกป้องสิทธิมนุษยชน ขอให้ยึดถือหลักการของการเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล

2) หัวข้อหลัก (Core subjects)

หัวข้อหลักประกอบด้วย 7 ประการได้แก่ ธรรมชาติ สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม การปฏิบัติที่เป็นธรรม ประเด็นด้านผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน หัวข้อหลักดังกล่าวเป็นตัวชี้บ่งถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หัวข้อหลักต่างๆเหล่านี้ครอบคลุมผลกระทบทั้งด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมทั้งหมดขององค์กร ซึ่งองค์กรควรนำมาพิจารณาในการดำเนินงาน ภายใต้หัวข้อหลักได้อธิบายและให้รายละเอียดของประเด็นต่างๆ (Issues) ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์กรควรนำมาพิจารณาในการชี้บ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของตนเอง โดยองค์กรทุกแห่งมีความเกี่ยวข้องกับทุกๆหัวข้อหลักแต่ไม่จำเป็นที่จะมีความเกี่ยวข้องกับทุกๆประเด็นที่อยู่ภายใต้หัวข้อหลักนั้น ดังภาพ 2.2 แสดงหัวข้อหลัก 7 หัวข้อ



ภาพ 2.2 หัวข้อหลัก 7 หัวข้อ

ที่มา: สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2553, 26)

หัวข้อหลักและประเด็นต่างๆที่องค์กรนำไปปฏิบัติและตรวจสอบกิจกรรมมีดังนี้(กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554)

หัวข้อหลัก 1 ธรรมาภิบาล (Organization governance) ประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 1 ความรับผิดชอบ
- ประเด็นที่ 2 ความโปร่งใส
- ประเด็นที่ 3 จริยธรรม
- ประเด็นที่ 4 ความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย
- ประเด็นที่ 5 การเคารพต่อหลักนิติธรรม

หัวข้อหลัก 2 สิทธิมนุษยชน (Human rights) ประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 1 การไตร่ตรองอย่างรอบคอบ
- ประเด็นที่ 2 สถานการณ์ความเสี่ยงของสิทธิมนุษยชน
- ประเด็นที่ 3 การหลีกเลี่ยงการร่วมกระทำผิด
- ประเด็นที่ 4 การแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง
- ประเด็นที่ 5 การเลือกปฏิบัติและกลุ่มผู้ด้อยโอกาส
- ประเด็นที่ 6 สิทธิการเป็นพลเมืองและสิทธิทางการเมือง
- ประเด็นที่ 7 สิทธิทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม
- ประเด็นที่ 8 หลักการพื้นฐานและสิทธิในการทำงาน

หัวข้อหลัก 3 การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor practices) ประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 1 การจ้างงานและความสัมพันธ์การจ้างงาน
- ประเด็นที่ 2 สภาพการทำงานและการคุ้มครองทางสังคม
- ประเด็นที่ 3 สังคมเสวนา
- ประเด็นที่ 4 สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน
- ประเด็นที่ 5 การพัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรมในสถานที่ปฏิบัติงาน

หัวข้อหลัก 4 สิ่งแวดล้อม (Environment) ประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 1 การป้องกันมลพิษ
- ประเด็นที่ 2 การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน
- ประเด็นที่ 3 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การลดผลกระทบและการปรับตัว
- ประเด็นที่ 4 การปกป้องสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ และการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ

หัวข้อหลัก 5 การปฏิบัติที่เป็นธรรม (Fair operating practices) ประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 1 การต่อต้านการทุจริต
- ประเด็นที่ 2 การมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างรับผิดชอบ
- ประเด็นที่ 3 การแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- ประเด็นที่ 4 ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อด้านสังคมในห่วงโซ่แห่งคุณค่า
- ประเด็นที่ 5 การเคารพต่อสิทธิในทรัพย์สิน

หัวข้อหลัก 6 ประเด็นด้านผู้บริโภค (Consumer issues) ประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 1 การตลาดที่เป็นธรรม สารสนเทศที่เป็นจริงและไม่เบี่ยงเบน และการปฏิบัติตามข้อตกลงที่เป็นธรรม
- ประเด็นที่ 2 การคุ้มครองสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค
- ประเด็นที่ 3 การบริโภคอย่างยั่งยืน
- ประเด็นที่ 4 การบริการ การสนับสนุน และการยุติข้อร้องเรียนและข้อโต้แย้งแก่ผู้บริโภค
- ประเด็นที่ 5 การปกป้องข้อมูล และความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค
- ประเด็นที่ 6 การเข้าถึงบริการที่จำเป็น
- ประเด็นที่ 7 การให้ความรู้ และการสร้างความตระหนัก

หัวข้อหลัก 7 การมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน (Contribution to the community and society) ประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 1 การมีส่วนร่วมของชุมชน
- ประเด็นที่ 2 การศึกษา และวัฒนธรรม
- ประเด็นที่ 3 การสร้างการจ้างงานและการพัฒนาทักษะ
- ประเด็นที่ 4 การพัฒนาและการเข้าถึงเทคโนโลยี
- ประเด็นที่ 5 การสร้างความมั่งคั่ง และรายได้
- ประเด็นที่ 6 สุขภาพ
- ประเด็นที่ 7 การลงทุนด้านสังคม

ประโยชน์ที่จะได้รับการดำเนินการตามมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO26000)

1. มุมมองด้านธุรกิจ

สามารถเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับองค์กร สร้างจุดแข็งให้กับตราสินค้า ส่งเสริมภาพลักษณ์และความร่วมมือในการบริหารองค์กร ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถ แรงจูงใจ และสร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงาน ทำให้สามารถรักษาพนักงานที่ดีที่สุดไว้ให้อยู่กับองค์กรตลอดไปได้

2. มุมมองด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

เป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กรลดปัญหาและผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมเสริมสร้างชุมชน และสังคมให้เข้มแข็งมาตรฐานนี้เป็นเสมือนเครื่องมือสะท้อนว่า ผู้ประกอบการนั้นได้แสดงถึงความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งปัจจุบันเป็นกระแสนิยมทั่วโลก ที่สังคมโดยรวมถึงธุรกิจได้ให้น้ำหนักกันมากขึ้น ทั้งยังสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

2.1.3 โครงสร้างความเป็นเจ้าของ (Ownership Structure)

Mohd Ghazali (2007) กล่าวว่า โครงสร้างความเป็นเจ้าของเป็นโครงสร้างภายในซึ่งอาจจะมีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ และหลายการศึกษาชี้ว่า โครงสร้างความเป็นเจ้าของ (Ownership) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริหารในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ในรายงานประจำปีของกิจการ (Darus et al., 2009; Mohd Ghazali, 2007; Chau & Gray, 2002; Gabrielsen, Gramlich & Plenborg, 2002; Haniffa & Cooke, 2002; Ho & Wong, 2001) อย่างไรก็ตามการศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษาในประเทศฮ่องกง สิงคโปร์และมาเลเซีย ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างความเป็นเจ้าของกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในประเทศไทย โดยเน้นความเป็นเจ้าของโดยการถือหุ้นแบบกระจุกตัว ความเป็นเจ้าของโดยรัฐ และความเป็นเจ้าของโดยชาวต่างชาติ

(1) ความเป็นเจ้าของโดยการถือหุ้นแบบกระจุกตัว (Ownership Concentration)

การถือหุ้นแบบกระจุกตัวเป็นการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีสิทธิในการออกเสียงเพียงพอที่จะควบคุมกิจการ ในกิจการที่มีการถือหุ้นแบบกระจุกตัว ปัญหาความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ (Conflicts of Interests) จะเกิดขึ้นระหว่างผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีสิทธิในการออกเสียงเพียงพอที่จะควบคุมกิจการกับผู้ถือหุ้นรายย่อยแทนที่จะเกิดขึ้นระหว่างผู้บริหารกับผู้ถือหุ้น เนื่องจากผู้ถือหุ้นราย

ใหญ่ที่มีสิทธิในการออกเสียงเพียงพอที่จะควบคุมกิจการมีอำนาจเหนือผู้บริหารและบ่อยครั้งที่ผู้ถือหุ้นรายนี้จะมาดำรงตำแหน่งผู้บริหารเองจึงทำให้การกระทำหรือการตัดสินใจของผู้บริหารคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายใหญ่เป็นสำคัญ นอกจากนี้คณะกรรมการของกิจการที่มีโครงสร้างการถือหุ้นแบบกระจุกตัวนี้มักจะถูกครอบงำโดยผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีสิทธิในการออกเสียงเพียงพอที่จะควบคุมกิจการ(วรศักดิ์ ทุมมานนท์, 2543)

บริษัทที่หุ้นถูกกระจายอยู่ในมือผู้ถือหุ้นจำนวนมากจะมีความขัดแย้งระหว่างเจ้าของ (ตัวการ) และผู้บริหาร(ตัวแทน) สูงกว่าบริษัทที่มีโครงสร้างการถือหุ้นแบบกระจุกตัว เนื่องจากมีการกระจายความเป็นเจ้าของ จึงทำให้ผู้ถือหุ้นแต่ละคนมีอำนาจน้อยในการควบคุมผู้บริหารและทำให้เจ้าของ (ตัวการ) สามารถตรวจสอบผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ผู้บริหาร (ตัวแทน) ก็สามารถแสดงผลการดำเนินงานของพวกเขาที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ที่ดีที่สุดสำหรับตัวการ ดังนั้นบริษัทเหล่านี้จะมีความรับผิดชอบต่อสาธารณะค่อนข้างสูง และความรับผิดชอบต่อสาธารณะมักจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางสังคมหรือชุมชนและการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมเหล่านี้ (Gamerschlag, Moller & Verbeeten , 2011)

ในทางตรงกันข้ามบริษัทที่มีโครงสร้างการถือหุ้นแบบกระจุกตัว(เช่น บริษัทที่ครอบครัวเป็นเจ้าของ) จะมีแรงจูงใจน้อยในการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะ เนื่องจากปกติผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากทางอื่นนอกเหนือจากรายงานของบริษัท และผู้ถือหุ้นรายใหญ่สามารถเข้าถึงคณะกรรมการบริหารได้โดยตรง ซึ่งก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการรับข้อมูลข่าวสาร ระหว่างผู้ถือหุ้นรายใหญ่กับผู้บริหาร (Gamerschlag et al., 2011)

โดยเฉพาะบริษัทในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ส่วนใหญ่จะมีโครงสร้างการถือหุ้นแบบกระจุกตัวในลักษณะครอบครัวเป็นเจ้าของ(Darus et al., 2009; Haniffa & Cooke, 2002; Ho & Wong, 2001) และครอบครัวที่เป็นเจ้าของบริษัทจะมีอิทธิพลในการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารอิสระ ซึ่งอิทธิพลนี้จะทำให้ความเป็นอิสระของคณะกรรมการเสียไป และนำไปสู่ความเสี่ยงของการเกิดความสัมพันธ์ระหว่างกรรมการและเจ้าของกิจการ นอกจากนี้ยังพบว่าคณะกรรมการบริหารอิสระที่ถูกแต่งตั้งโดยอิทธิพลของความเป็นเจ้าของจะสนับสนุนสมาชิกในครอบครัวมากกว่าบุคคลภายนอก (Ho & Wong, 2001)

ดังนั้นในบริษัทที่ครอบครัวเป็นเจ้าของ สมาชิกในครอบครัวมักจะมีตำแหน่งที่สำคัญในคณะผู้บริหารและคณะกรรมการ และมีอิทธิพลสูงในการแต่งตั้งตัวแทนของสมาชิกในครอบครัวเป็นคณะกรรมการ เนื่องจากถือหุ้นในสัดส่วนสูง ดังนั้นสัดส่วนสมาชิกครอบครัวในคณะกรรมการมักจะสูงด้วย เมื่อผู้บริหารที่เป็นสมาชิกของครอบครัวสามารถเข้าถึงข้อมูลภายในบริษัทได้มากมักจะมีแรงจูงใจน้อยในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่อนักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียภายนอก (Darus et

al., 2009) นอกจากนี้ยังพบว่าเปอร์เซ็นต์ของสมาชิกในครอบครัวในคณะกรรมการ การสูงจะลดแรงจูงใจของผู้บริหารในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทต่อนักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียภายนอก (Darus et al., 2009; Haniffa & Cooke, 2002; Ho & Wong, 2001)

Jensen and Meckling (1976) กล่าวว่า การเปิดเผยข้อมูลอย่างสมัครใจเป็นเครื่องมือตรวจสอบที่จะลดความขัดแย้งระหว่างผู้บริหารและผู้ถือหุ้น จากการศึกษาของ Hossain, Perera and Rahman (1995) พบว่าความเป็นเจ้าของโดยการถือหุ้นแบบกระจุกตัวมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอย่างสมัครใจในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ บริษัทที่มีโครงสร้างการถือหุ้นแบบกระจุกตัวจะมีแรงจูงใจในการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์อย่างสมัครใจต่อนักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียภายนอกในระดับต่ำ และผู้ถือหุ้นส่วนน้อยมีอำนาจน้อยในการปกป้องผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่จากการใช้แผนของเขาในบริษัท (Said, Zainuddin & Haron, 2009) ในขณะที่บริษัทที่มีผู้ถือหุ้นจำนวนมากและผู้ถือหุ้นแต่ละคนถือหุ้นในสัดส่วนน้อยจะมีความรับผิดชอบต่อสาธารณะสูง ดังนั้นบริษัทเหล่านี้จะมีการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมสังคมหรือชุมชนต่อสาธารณะในระดับสูง ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Haniffa and Cooke (2002) ที่พบว่าความเป็นเจ้าของโดยถือหุ้นแบบการกระจาย มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์แบบสมัครใจ ในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นการศึกษานี้จึงคาดว่า การถือหุ้นแบบกระจุกตัวมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในประเทศไทยในทิศทางตรงกันข้าม

หลายการศึกษาใช้สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้น 10 อันดับแรกเป็นตัววัดการเป็นเจ้าของโดยการถือหุ้นแบบกระจุกตัว (Hossain et al., 1995; Haniffa & Cooke, 2002; Mohd Ghazali, 2007) แต่ Mohd Ghazali (2007) พบว่าผู้ถือหุ้น 10 อันดับแรกไม่สามารถอธิบายระดับการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ในรายงานประจำปีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นการศึกษานี้จึงใช้สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้น 5 อันดับแรกเป็นตัววัดความเป็นเจ้าของโดยการถือหุ้นแบบกระจุกตัว เนื่องจากการศึกษาของ Haniffa and Hudaib (2006) อ้างว่าสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้น 5 อันดับแรกมีโครงสร้างความเป็นเจ้าของแบบกระจุกตัวในบริษัทในประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เหมือนประเทศไทย

(2) ความเป็นเจ้าของโดยรัฐ (Government Ownership)

บริษัทที่มีโครงสร้างการถือหุ้นส่วนใหญ่โดยรัฐมักจะดำเนินงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางสังคมมากกว่าวัตถุประสงค์ทางด้านกำไร (Gomez & Jomo, 2002) นอกจากนี้บริษัทที่มีโครงสร้างการถือหุ้นส่วนใหญ่โดยรัฐจะได้รับผลกระทบได้ง่ายจากสภาพแวดล้อม เนื่องจากกิจกรรมของบริษัทเหล่านี้จะอยู่ในสายตาของสาธารณชน (Mohd Ghazali, 2007) ดังนั้นกิจกรรมส่วนใหญ่ของบริษัทเหล่านี้

มักจะเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ต่อสังคมและการเปิดเผยกิจกรรมทางสังคมของบริษัทเหล่านี้จะแสดงถึงความชอบธรรมในการดำเนินธุรกิจของบริษัท (Mohd Ghazali, 2007) ทำนองเดียวกับ Mohd Ghazali (2007) ที่เชื่อว่าบริษัทที่มีรัฐเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่จะมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมสูง เนื่องจากบริษัทเหล่านี้มักจะมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับสังคมและสาธารณะ ดังนั้นการเปิดเผยกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือกิจกรรมซีเอสอาร์ อาจเป็นเครื่องแสดงให้สาธารณชนเห็นว่าบริษัทได้ดำเนินงานให้สอดคล้องกับความคาดหวังของประชาชน สุดท้ายจะทำให้บริษัทสามารถอยู่ได้ด้วยความชอบธรรม

Said et al. (2009) กล่าวว่าความเป็นเจ้าของโดยรัฐเป็นกระบวนการกำกับดูแลกิจการอย่างหนึ่งที่ทำให้บริษัทปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีและข้อกำหนดกฎหมายอื่นๆ ความเป็นเจ้าของโดยรัฐจะช่วยลดผลกระทบด้านลบแก่บริษัท และชี้ให้สังคมและผู้มีส่วนได้เสียได้ทราบว่าเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ปัญหาสังคมผ่านการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติม นอกจากนี้เนื่องจากรัฐบาลเป็นองค์กรที่ได้รับการไว้วางใจจากสาธารณชน จึงเป็นแรงกดดันให้บริษัทที่รัฐเป็นเจ้าของต้องแสดงความโปร่งใสและเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

Eng and Mak (2003) กล่าวว่า บริษัทที่ควบคุมโดยรัฐจะมีความขัดแย้งระหว่างตัวแทน (Agency conflicts) สูงกว่าบริษัทที่มีเอกชนเป็นเจ้าของ ความขัดแย้งระหว่างตัวแทนมักจะส่งผลให้บริษัทเหล่านี้จำเป็นต้องมีการเพิ่มสวัสดิการและการดำเนินกิจกรรมที่ไม่หวังผลกำไรมากขึ้น ดังนั้นผู้บริหารในบริษัทที่ควบคุมโดยรัฐ จะมีแรงจูงใจสูงในการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ เพื่อลดความขัดแย้งระหว่างตัวแทน และแสดงถึงความสำเร็จของรัฐในการบรรลุวัตถุประสงค์ต่างๆต่อนักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียภายนอก

Said et al. (2009) พบว่าความเป็นเจ้าของโดยรัฐเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยพบว่าความเป็นเจ้าของโดยรัฐมีความสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ บริษัทที่มีความเป็นเจ้าของโดยรัฐสูงจะมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Darus et al. (2009) ทำนองเดียวกับ Eng and Mak (2003) และ Said et al. (2009) ที่พบว่าความเป็นเจ้าของโดยรัฐเกี่ยวข้องกับการเพิ่มขึ้นของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสมัครใจ

ดังนั้นการศึกษานี้จึงคาดว่าความเป็นเจ้าของโดยรัฐจะนำไปสู่การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในประเทศไทยมากขึ้น

(3) ความเป็นเจ้าของโดยชาวต่างชาติ (Foreign Ownership)

Tech and Thong (1984) กล่าวว่าบริษัทที่มีชาวต่างชาติเป็นเจ้าของมักจะอยู่ภายใต้การควบคุมและการตรวจสอบของรัฐบาลเจ้าของประเทศ ดังนั้นบริษัทเหล่านี้จึงต้องมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสเพื่อหลีกเลี่ยงคำตำหนิหรือข้อกล่าวหาว่าบริษัทมาลงทุนเพื่อกอบโกยทรัพยากรของประเทศกำลังพัฒนา

หลายบริษัทจึงใช้การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกลยุทธ์แสดงความชอบธรรมเพื่อให้ได้รับเงินทุนไหลเข้าประเทศอย่างต่อเนื่องและเพื่อให้นักลงทุนเห็นจริยธรรมของบริษัท (Said et al., 2009)

นอกจากนี้ทฤษฎีตัวแทนได้แนะนำว่าความเป็นเจ้าของโดยชาวต่างชาติจะช่วยกระจายความเป็นเจ้าของในบริษัท ซึ่งในสถานการณ์ดังกล่าวเจ้าของหรือผู้ถือหุ้นกลุ่มนี้มักจะต้องการข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) อย่างละเอียดเพื่อช่วยในการตัดสินใจ ดังนั้นผู้บริหารของบริษัทจะมีแรงจูงใจสูงในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อลดความขัดแย้งระหว่างตัวแทนกับตัวการ และช่วยให้ผู้ลงทุนต่างชาติมีโอกาสตรวจสอบการทำงานและกิจกรรมของผู้บริหารว่าได้สนับสนุนผลประโยชน์ของเจ้าของหรือไม่ (Haniffa & Cooke, 2002) ถึงแม้ว่า Said et al., (2009) และ Darus et al., (2009) พบว่าสัดส่วนการถือหุ้นโดยชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแต่ Darus et al., (2009) อธิบายเหตุผลว่าอาจเนื่องมาจากในกลุ่มตัวอย่างที่เก็บมีบริษัทที่มีชาวต่างชาติเป็นเจ้าของมีจำนวนน้อย อย่างไรก็ตาม Haniffa and Cooke (2005) และนักวิจัยอื่นๆเช่น Wang, Sewon and Claiborne (2008) พบว่าบริษัทที่มีเปอร์เซ็นต์การถือหุ้นโดยชาวต่างชาติสูงจะมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมสูงเช่นกัน

ดังนั้นการศึกษานี้จึงคาดว่าความเป็นเจ้าของโดยชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของบริษัทในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน

2.1.4 ขนาดของกิจการ (Firm Size)

Watts and Zimmerman (1978) กล่าวว่ากิจการที่มีขนาดใหญ่จะอยู่ในสายตาและเป็นที่สนใจของสาธารณะและอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์และแรงกดดันจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ซึ่งส่งเสริมให้บริษัทขนาดใหญ่มีการทำกิจกรรมทางสังคมมากขึ้นเพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างภาพพจน์ให้กับกิจการ (Mohd Ghazali, 2007) เพื่อลดต้นทุนทางการเงินและแสดงความเป็นพลเมืองดี กิจการขนาดใหญ่จะมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นเพราะการเปิดเผยข้อมูลมากขึ้น

อาจมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของสังคมเกี่ยวกับกิจการ (Neu Warsame & Pedwell, 1998) ทำนองเดียวกับ Adam et al. (1998) ที่กล่าวว่ากิจการที่มีขนาดใหญ่จะมีการแพร่กระจายสินค้าในหลายภูมิภาค ดังนั้นกิจการที่มีขนาดใหญ่จึงมีผู้มีส่วนได้เสียหลากหลายกลุ่มและมีผู้มีส่วนได้เสียจำนวนมาก จึงทำให้ถูกจับตามองจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียภายนอกค่อนข้างสูง เป็นไปได้ว่ากิจการที่มีขนาดใหญ่จะมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่ากิจการที่มีขนาดเล็กเพื่อเป็นหนทางสู่การส่งเสริมชื่อเสียงของกิจการ

ยิ่งไปกว่านั้น Lerner (1991, อ้างถึงใน Branco & Rodrigues, 2008) อ้างว่ากิจการที่มีขนาดใหญ่มักจะมีทรัพยากรมากกว่ากิจการขนาดเล็กในการอุทิศให้แก่กิจกรรมสังคมและมีสินทรัพย์มากกว่าซึ่งส่งผลไปถึงการปันส่วนต้นทุนไปยังส่วนของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร นอกจากนี้กิจการขนาดใหญ่มักจะมีช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง จึงทำให้สามารถกระจายข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมได้มากกว่ากิจการขนาดเล็ก (Gamerschlag et al., 2011)

ถึงแม้ว่า Hossain et al. (2006, อ้างถึงใน Rouf, 2011, p.22) รายงานว่าขนาดของกิจการไม่ส่งผลกระทบต่อระดับการรายงานข้อมูลสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่มีหลายการศึกษาพบว่าขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมหรือข้อมูลซีเอสอาร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Hackston & Milne, 1996; Adam et al., 1998; Haniffa & Cooke, 2005; Pattern, 1991) กล่าวคือ กิจการที่มีขนาดใหญ่จะมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมค่อนข้างสูง หลายการศึกษา (Gamerschlag et al., 2011; Darus, et al., 2009; Said et al., 2009) จึงคาดว่าขนาดของกิจการอาจจะมีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นการศึกษาเหล่านี้จึงใช้ขนาดของกิจการเป็นตัวแปรควบคุมเพื่อยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างความเป็นเจ้าของ และการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ในการวัดขนาดของกิจการหลายการศึกษาได้ใช้สินทรัพย์รวมเป็นตัววัดขนาดของกิจการ (Rouf, 2011; Darus et al., 2009; Said et al., 2009)

ดังนั้นการศึกษานี้จึงใช้ขนาดของกิจการเป็นตัวแปรควบคุมเพื่อให้ผลของตัวแปรตามเกิดจากตัวแปรอิสระอย่างแท้จริง และใช้สินทรัพย์รวมเป็นตัววัดขนาดของกิจการ

2.1.5 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นวิธีที่กิจการใช้เพื่อเปิดเผยกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือกิจกรรมซีเอสอาร์ ซึ่งการรายงานกิจกรรมซีเอสอาร์ต่อผู้มีส่วนได้เสียจะช่วยลดช่องว่างระหว่างกิจการกับผู้มีส่วนได้เสีย (Said et al., 2009) หลายการศึกษา (Hackston & Milne, 1996; Haniffa & Cooke, 2005; Gray, Kounhy & Leavers, 2001 อ้างถึงใน Said et al., 2009)

ใช้การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ เป็นการแสดงการดำเนินงานด้านสังคมของกิจการ การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการจัดเตรียมข้อมูลต่อสาธารณชนเกี่ยวกับกิจกรรมของกิจการที่เกี่ยวกับชุมชน สิ่งแวดล้อม ลูกจ้าง ผู้บริโภค และการใช้พลังงานในกิจการ (Said et al., 2009)

Hackston and Milne (1996) ให้คำนิยามของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ ข้อมูลซีเอสอาร์ ว่าเป็นการจัดเตรียมข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงินที่เกี่ยวกับปฏิกิริยาโต้ตอบของกิจการต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพและทางสังคมในรายงานประจำปีหรือรายงานสังคมแยกต่างหาก การเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ประกอบด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พลังงาน ทรัพยากรมนุษย์ สังคมและชุมชน (Said et al., 2009)

ทำนองเดียวกับ Gray et al. (2001) อ้างถึงใน Said et al., 2009, p. 214) ซึ่งกล่าวว่าการเปิดเผยข้อมูลสังคมและสิ่งแวดล้อมประกอบด้วยข้อมูลกิจกรรมของกิจการที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ลูกจ้าง ผู้บริโภค การใช้พลังงาน โอกาสที่เท่าเทียม ความยุติธรรมทางการค้าและการกำกับดูแลกิจการ การเปิดเผยข้อมูลสังคมและสิ่งแวดล้อมอาจจะเกิดขึ้นผ่านสื่อที่แตกต่างกัน เช่น รายงานประจำปี การโฆษณา ใบปลิว และอื่นๆ อย่างไรก็ตาม Darus et al. (2009) กล่าวว่าการจัดทำรายงานทางการเงิน (Financial reporting) ไม่เพียงพอที่จะเปิดเผยกิจกรรมซีเอสอาร์ของกิจการ และกิจกรรมซีเอสอาร์ที่รายงานในรายงานประจำปี (Annual reports) ของกิจการไม่เอื้ออำนวยให้นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆสามารถประเมินกิจกรรมซีเอสอาร์ให้สอดคล้องกับความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย ดังนั้นหลายปีที่ผ่านมาการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ จึงเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างมากทั้งในวงการวิชาการและวงการธุรกิจ (Mohd Ghazali, 2007) โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียง เนื่องจากประเทศในแถบนี้มีความโปร่งใสค่อนข้างต่ำและกิจกรรมซีเอสอาร์ยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น (Darus et al., 2009)

Chamber, Moon and Sullivan (2003, อ้างใน Said et al., 2009) ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ใน 7 ประเทศในเอเชีย พบว่า ประเทศเหล่านี้มีกิจกรรมซีเอสอาร์และมีการเปิดเผยกิจกรรมเหล่านี้้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทในประเทศอังกฤษและญี่ปุ่น โดยมีคะแนนเฉลี่ย 41% ซึ่งต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของคะแนนของบริษัทในประเทศอังกฤษ (98%) และในประเทศญี่ปุ่น (96%) ทำนองเดียวกับ Said et al. (2009) ที่พบว่าบริษัทจดทะเบียนในประเทศมาเลเซียซึ่งเป็นประเทศหนึ่งในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีระดับการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์อยู่ในระดับต่ำ (ค่าเฉลี่ย 13.9%)

2.1.6 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

Reverte (2009) กล่าวว่ามิตฤษฎีหลายทฤษฎีที่สนับสนุนการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการหรือข้อมูลซีเอสอาร์ เช่น ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรม ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย ทฤษฎีตัวแทน เป็นต้น เนื่องจากทฤษฎีเหล่านี้เป็นพื้นฐานความรู้ความเข้าใจถึงสาเหตุที่องค์กรจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านอื่นๆนอกเหนือจากการสร้างกำไรและการปฏิบัติตามกฎหมาย Deegan (2002) อ้างด้วยว่าทฤษฎีเหล่านี้มีมุมมองที่แตกต่างกันเล็กน้อย ในขณะเดียวกันก็มีความซ้ำซ้อนกันในบางส่วน ดังนั้นจึงมีนักวิจัยหลายท่านใช้ทฤษฎีมากกว่าหนึ่งทฤษฎีเพื่ออธิบายการกระทำเชิงบริหารขององค์กรตัวอย่าง Reverte (2009) ใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรม ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียและทฤษฎีตัวแทนในการศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ในประเทศสเปน ส่วน Darus et al. (2009) ใช้ทฤษฎีตัวแทนและทฤษฎีสถาบัน ซึ่งมีทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมรวมอยู่ในทฤษฎีนี้ด้วยในการศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างความเป็นเจ้าของต่อการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ดังนั้นในการศึกษานี้จะกล่าวถึง 3 ทฤษฎี ซึ่งได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรม ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียและทฤษฎีตัวแทน ดังนี้

1) ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรม (Legitimacy theory)

งานวิจัยเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ส่วนใหญ่ใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรม (Branco & Rodrigues, 2008; Mohd Ghazali, 2007) เนื่องจากทฤษฎีนี้เป็นแรงจูงใจให้บริษัทจัดเตรียมการเปิดเผยข้อมูลทางสังคมในรายงานประจำปี (Adam et al. 1998) ซึ่งเป็นวิธีการที่มีประสิทธิผลในการให้ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสังคมแก่สาธารณะ (O'Donovan, 2002) นอกจากนี้ทฤษฎีนี้เป็นแนวคิดพื้นฐานในการสร้างความรู้ความเข้าใจสำหรับบริษัทเพื่อเป็นแนวทางการทำซีเอสอาร์ เพราะทฤษฎีนี้ทำให้บริษัทเปลี่ยนแปลงแนวคิดทั้งในเรื่องของการดำเนินธุรกิจและการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ จากการทำบริษัทเป็นศูนย์กลางไปสู่รูปแบบที่เป็นความต้องการหรือความคาดหวังของสังคมเป็นหลักเพื่อคงไว้ซึ่งสิทธิอันชอบธรรมในการคงอยู่ในสังคมต่อไป (อนันตชัย ยुरประดม, 2007)

ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมเป็นการอธิบายถึงอำนาจในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคลของบริษัทสำหรับการดำเนินธุรกิจ โดยชี้ว่า บริษัทได้รับสิทธิและอำนาจนั้นมาจากสังคมในลักษณะที่เป็นใบอนุญาตชั่วคราว ภายใต้เงื่อนไขในการดำเนินธุรกิจของบริษัทตรงตามความคาดหวังของสังคมโดยรวม ดังนั้นความเจริญก้าวหน้าหรือความอยู่รอดของบริษัทจึงอยู่ที่บริษัทได้ดำเนินตรงตามสิ่งที่สังคมคาดหวังมากน้อยเพียงใด(อนันตชัย ยुरประดม, 2007)

Reverte (2009) กล่าวว่าทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมจัดเตรียมมุมมองที่ครอบคลุมเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ เนื่องจากทฤษฎีนี้ยอมรับว่าธุรกิจถูกล้อมรอบด้วยสัญญาทางสังคมที่บริษัทต่างๆจะต้องปฏิบัติตามความคาดหวังของสังคม Perrow (1970) ได้ให้คำนิยาม ความชอบธรรมไว้ว่าเป็นการกระทำที่ถูกต้องและเหมาะสมขององค์กรภายในระบบและกฎเกณฑ์ทางสังคม ทำนองเดียวกับ Deegan (2002) ที่กล่าวว่าแนวคิดของทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับสัญญาทางสังคม เนื่องจากองค์กรเป็นส่วนหนึ่งของระบบทางสังคม ความอยู่รอดขององค์กรจะพบอุปสรรค ถ้าสังคมรับรู้ว่าการกระทำทำลายสัญญาทางสังคม ภายใต้ทฤษฎีนี้องค์กรจะปรับปรุงโครงสร้างหรือการดำเนินงานขององค์กรให้สอดคล้องกับความคาดหวังภายนอก ตัวอย่างเช่น หากองค์กรส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมมีโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี สิ่งนี้อาจจะเป็นแรงกดดันให้องค์กรอื่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้จำเป็นต้องมีการปรับโครงสร้างให้เหมาะสม ดังนั้นทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมจะพูดถึงสังคมและการปฏิบัติตามความคาดหวังของสังคม

นอกจากนี้ Darus et al. (2009) ยังอ้างว่า ตามทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรม ผู้บริหารมีแรงจูงใจในการเพิ่มข้อมูลซีเอสอาร์เพื่อปฏิบัติตามความชอบธรรมและกฎเกณฑ์ทางสังคม เพื่อว่าบริษัทจะได้รับการกระทำที่เหมาะสมในสังคมและลดค่าตีเตียนจากผู้มีส่วนได้เสียโดยผู้มีส่วนได้เสียจะได้คำนึงถึงกิจกรรมซีเอสอาร์ของบริษัท

ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมเน้นความสำคัญในการยอมรับของสังคมเพื่อความอยู่รอดของบริษัท ทฤษฎีนี้เชื่อว่าการดำเนินงานของบริษัทที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่บริษัทตั้งอยู่ ถ้ากิจกรรมของบริษัทมีผลกระทบที่เป็นอันตรายต่อชุมชน สาธารณชนอาจจะต่อต้านสินค้าของบริษัทหรือได้รับการกดดันจากรัฐบาล ดังนั้นกิจกรรมที่บริษัทดำเนินอยู่และการรายงานผลการดำเนินงานของบริษัทได้รับอิทธิพล โดยกฎเกณฑ์ทางสังคมที่บริษัทดำเนินอยู่ (Gray, Kounhy & Leavers, 1995)

Branco and Rodrigues (2008) กล่าวว่าทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมเกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ เนื่องจากทฤษฎีนี้ยอมรับว่า สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ของบริษัท คือ สภาพแวดล้อมทางการเมืองและสังคมที่บริษัทดำเนินอยู่ เนื่องจากพฤติกรรมของบริษัทได้รับอิทธิพลจากกฎเกณฑ์และโครงสร้างทางสังคม (Cooper & Sherer, 1984 อ้างถึงใน Kuasirikun & Sherer, 2004) ดังนั้นการเปิดเผยข้อมูลทางสังคมและสิ่งแวดล้อมจึงเป็นการจัดการเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่พยายามจะทำกิจกรรมที่ชอบธรรมตามกฎหมาย เพื่อจะทำให้สาธารณชนแน่ใจว่าองค์กรได้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และความคาดหวังของสังคม (Adam et al., 1998; Deegan, 2002)

นอกจากนี้ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมยังยอมรับว่าแรงจูงใจทางเศรษฐกิจเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ของบริษัท เนื่องจากทฤษฎีนี้กล่าวว่า บางบริษัทเชื่อว่าการแสดงข้อมูลซีเอสอาร์จะสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งจะนำความสำเร็จทางเศรษฐกิจมาสู่บริษัท

บริษัทเหล่านี้คาดว่าความสัมพัทธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียจะทำให้ผลตอบแทนทางการเงินเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มมูลค่าให้กับสินทรัพย์ไม่มีตัวตน เนื่องจากแรงกดดันจากภายนอกทำให้บางบริษัททำกิจกรรมซีเอสอาร์และมีการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ตามบริษัทอื่นๆ เพราะเชื่อว่าการไม่ทำกิจกรรมซีเอสอาร์และการไม่เปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์จะเป็นอันตรายต่อความสามารถในการทำกำไรและความอยู่รอดของกิจการ (Branco & Rodrigues, 2008)

กิจกรรมซีเอสอาร์และการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์จึงเป็นเครื่องมือที่บริษัทเหล่านี้จะต้องใช้ภายในขอบเขตที่ผู้มีส่วนได้เสียยอมรับและคาดหวัง ดังนั้นกิจกรรมซีเอสอาร์และการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ส่วนใหญ่จึงเป็นเครื่องมือที่บริษัทเหล่านี้ใช้เพื่อแสดงถึงการปฏิบัติตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

นอกจากนี้การเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์เป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมชื่อเสียงของบริษัทเพราะการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์มีอิทธิพลต่อการรับรู้ชื่อเสียงของบริษัทจากภายนอก บริษัทที่มีชื่อเสียงที่ดีทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจะสามารถปรับปรุงความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียภายนอก เช่น ลูกค้า นักลงทุน เจ้าหนี้ ผู้จัดการหน่วยงานวัตถุประสงค์และคู่แข่ง เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทเหล่านี้จะสามารถดึงดูดลูกจ้างที่มีความสามารถหรือเพิ่มแรงจูงใจและสร้างความจงรักภักดีให้กับลูกจ้าง ซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงผลทางการเงินของบริษัท ยิ่งกว่านั้นการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์จะช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับบริษัทอีกด้วย จึงอาจกล่าวได้ว่าการปฏิบัติตามความชอบธรรมและชื่อเสียงเป็นสิ่งที่เชื่อมกันอยู่ โดยไม่สามารถแยกออกจากกัน (Branco & Rodrigues, 2008)

การปฏิบัติดังกล่าวของบริษัทจึงสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท (Kuasirikun & Sherer, 2004) ซึ่งจะทำให้บริษัทคงอยู่ได้อย่างยั่งยืน (Mohd Ghazali, 2007)

2) ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory)

ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียมีความเชื่อมโยงอย่างเหนียวแน่นกับเรื่องของความชอบธรรม (Legitimacy) โดยมุมมองของแนวคิดนี้มุ่งไปยังนโยบายของบริษัทที่สร้างผลกระทบให้เกิดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็น ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า ภาครัฐและชุมชน เป็นต้น โดยบริษัทมีภาระรับผิดชอบต่อสังคมที่จะต้องตอบสนองความต้องการให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของตนเอง หรืออีกนัยหนึ่งแนวคิดนี้เป็นเรื่องของการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท โดยพิจารณาถึงความต้องการและความสนใจและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากนโยบายและการดำเนินงานของบริษัทเพราะการที่บริษัทจะสามารถดำรงอยู่ เจริญก้าวหน้าหรือล่มสลายถือเป็นความชอบธรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทเป็นผู้กำหนด (อนันตชัย ยูรประดม, 2007)

ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียจะพิจารณาผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่แตกต่างกันภายในสังคม (Reverte, 2009) ทฤษฎีนี้ประกอบด้วย 2 มุมมอง คือ มุมมองด้านจริยธรรมและมุมมองด้านการบริหาร ในมุมมองด้านจริยธรรมจัดเตรียมวิธีปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียและเน้นความรับผิดชอบขององค์กร ภายใต้มุมมองด้านการบริหาร การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทเป็นเครื่องมือในการจัดการความต้องการข้อมูลของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่แตกต่างกัน ผู้บริหารมีแรงจูงใจในการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับโครงการและความคิดสร้างสรรค์ต่างๆต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อจะเชื่อว่าพวกเขาได้ปฏิบัติตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อให้ได้รับการสนับสนุนและความอยู่รอดของกิจการ (Deegan, 2002)

Reverte (2009) และ Deegan (2002) ชี้ว่าทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียมีความคล้ายกันในส่วนหนึ่ง ทั้ง 2 ทฤษฎีมีแนวคิดที่ว่าองค์กรเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคม ซึ่งเป็นสถานที่ที่องค์กรสร้างผลกระทบ ในขณะที่เดียวกันก็ได้รับผลกระทบจากกลุ่มอื่นภายในสังคม ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมกล่าวถึงความคาดหวังของสังคมโดยทั่วไป ส่วนทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียจะยอมรับว่ากลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติเกี่ยวกับวิธีที่องค์กรจะใช้ในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันด้วย (Reverte, 2009)

ดังนั้นทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมมองที่สังคมโดยรวมทั้งหมด ขณะที่ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียยอมรับว่ากลุ่มบางกลุ่มในสังคมเป็นผู้มีอำนาจมากกว่ากลุ่มอื่น (Reverte, 2009)

3) ทฤษฎีตัวแทน (Agency theory)

ทฤษฎีตัวแทนมองว่า มนุษย์ทุกคนในองค์กรย่อมมีแรงผลักดันที่จะทำเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวด้วยกันทั้งสิ้น ดังนั้นผู้บริหารหรือฝ่ายจัดการจะพยายามหาหนทางสร้างมูลค่าสูงสุดให้กับกิจการก็ต่อเมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าหนทางนั้นเอื้ออำนวยประโยชน์ให้กับตนเองด้วย สมมติฐานที่อยู่เบื้องหลังทฤษฎีการเป็นตัวแทนก็คือผู้เป็นเจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้นกับผู้บริหารหรือฝ่ายจัดการต่างมีความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ซึ่งกันและกันโดยที่ผู้บริหารหรือฝ่ายจัดการจะสร้างอรรถประโยชน์สูงสุดให้กับตัวเองโดยไม่คำนึงถึงว่าการกระทำเช่นนั้นจะก่อให้เกิดประโยชน์หรือความมั่งคั่งสูงสุดแก่ตัวผู้เป็นเจ้าของกิจการหรือไม่ (ภัทรพรและศิลปพร, 2551, น.44) ความเป็นตัวแทน (Agency) เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดจากความยินยอมพร้อมใจระหว่างบุคคลสองฝ่าย โดยที่บุคคลฝ่ายหนึ่งคือตัวแทน (Agency) ตกลงที่จะทำการในฐานะที่เป็นตัวแทนให้กับอีกฝ่ายหนึ่งที่เรียกว่า ตัวการ (Principle) โดยที่แต่ละฝ่ายย่อมมีแรงจูงใจที่จะตัดสินใจที่จะก่อให้เกิดผลประโยชน์ส่วนตัว ความขัดแย้งกันในผลประโยชน์อาจเกิดขึ้นเมื่อแต่ละฝ่ายดำเนินการเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเอง กล่าวคือ ผู้ถือหุ้นเป็นผู้มอบหมายให้ผู้บริหารดำเนินการแทนตน การที่ผู้ถือหุ้นไม่สามารถล่วงรู้ข้อมูลการตัดสินใจของผู้บริหารย่อมทำให้เกิดต้นทุนจากการมอบอำนาจดำเนินการขึ้น (Agency Costs) ซึ่ง

ประกอบด้วย ต้นทุนในการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและต้นทุนในการจูงใจให้ผู้บริหารตัดสินใจดำเนินการที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ถือหุ้น (วรศักดิ์ ทุมมานนท์, 2543)

สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2548) ได้กล่าวถึง การขัดแย้งทางผลประโยชน์และทฤษฎีตัวแทนว่า องค์การธุรกิจใดๆก็ตามจะประกอบไปด้วย ฝ่ายต่างๆที่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องกับบริษัทหลายฝ่ายด้วยกัน ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ เป็นต้น ในบางครั้งการตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของผู้บริหารอาจจะกระทบกับผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับบริษัทได้

ทฤษฎีตัวแทนเป็นการประยุกต์สถานการณ์ที่ว่าบุคคลหรือกลุ่มบุคคลหรือองค์กรซึ่งตามทฤษฎีนี้เรียกว่า “ตัวการ” (Principal) ว่าจ้างให้บุคคลอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งตามทฤษฎีนี้เรียกว่า “ตัวแทน” (Agent) เป็นผู้ดำเนินงานแทนตน โดยให้อำนาจแก่ตัวแทนในการตัดสินใจแทนตนได้ (Jensen & Meckling, 1976, p.308) เมื่อไรก็ตามที่ตัวการขึ้นอยู่กับตัวแทนในการดำเนินงานในนามของตัวการ ปัญหาหลักในทฤษฎีตัวแทน คือ การสนับสนุนเป้าหมายระหว่างตัวการและตัวแทน (Jabbarzadeh Kangarluei & Bayazidi, 2010) แนวคิดที่สำคัญของทฤษฎีนี้ คือ ตัวการจะมีอำนาจความเป็นเจ้าของและควบคุมตัวแทนในการดำเนินงานให้ได้ผลตามที่ตัวการต้องการ (Jensen & Meckling, 1976, p.308) โดยตัวการมีอำนาจในการควบคุมตัวแทนได้หลายทาง เช่น การให้อำนาจในการตัดสินใจแก่ตัวแทน การจัดเตรียมเงินทุนและการจัดสรรทรัพยากรให้ตัวแทน เป็นต้น (Reade, 2010, p.45)

ลักษณะความสัมพันธ์ในทางธุรกิจมักเป็นความสัมพันธ์กันระหว่างตัวการ(Principal) กับตัวแทน (Agent) กล่าวคือ ตัวการได้ว่าจ้างโดยจ่ายค่าตอบแทนให้ตัวแทนเข้ามาดำเนินงานให้ตน และตัวแทนจะต้องรายงานผลการดำเนินงาน ฐานะการเงินของกิจการที่ตนรับผิดชอบพร้อมทั้งส่งมอบผลประโยชน์ให้ตัวการ จากแนวคิดพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่มีการแบ่งแยกการเป็นเจ้าของออกจากการจัดการ ซึ่งประกอบด้วยหลักพื้นฐาน 3 ประการได้แก่

- อำนาจสูงสุดของการเป็นเจ้าของ คือเจ้าของแต่งตั้งกรรมการให้ดูแลสินทรัพย์ของตน
- อำนาจตามหน้าที่ของคณะกรรมการ คือคณะกรรมการเลือกผู้จัดการเพื่อเพิ่มมูลค่าสินทรัพย์ของเจ้าของ
- หน้าที่ปฏิบัติตามของฝ่ายจัดการ คือผู้จัดการทำงานเน้นตามวัตถุประสงค์ที่คณะกรรมการกำหนดในนามของเจ้าของ

การแยกการเป็นเจ้าของจากการจัดการสร้างให้เกิดความเกี่ยวพันตามกฎหมายว่าด้วยตัวแทน โดยความเกี่ยวพันระหว่างกรรมการ ฝ่ายจัดการ และผู้ถือหุ้นเป็นความรับผิดชอบอันเกิดจากความเชื่อใจและไว้วางใจต่อกัน โดยที่กรรมการมีความรับผิดชอบตามหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้นและฝ่ายจัดการ

มีความรับผิดชอบตามหน้าที่ต่อคณะกรรมการและผู้ถือหุ้น ซึ่งการแยกดังกล่าวนี้อาจนำไปสู่ปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ทำให้ต้องมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ภัทรพรและศิลปพร, 2551, น.44)

ดังนั้นทฤษฎีนี้จึงเป็นหนึ่งในทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานของงานวิจัยที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการควบคุมด้านการจัดการในประเทศตะวันตก เนื่องจากทฤษฎีนี้มีข้อสมมติฐานว่า มนุษย์แต่ละคนจะหาผลประโยชน์ใส่ตัวและถูกกระตุ้นโดยผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของตนเอง กล่าวคือมนุษย์แต่ละคนจะเลือกทางเลือกที่ให้ผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจกับตนเองสูงสุด ดังนั้น ตัวแทนมักจะสร้างประโยชน์ให้กับตัวเองถ้ามีโอกาส

ระบบการควบคุม (Control systems) เช่น ระบบการตรวจสอบ ระบบการประเมินผล ระบบการให้รางวัล ระบบสารสนเทศ เป็นต้น จึงเป็นเครื่องมือช่วยตัวการในการลดโอกาสและแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมดังกล่าวของตัวแทน (Jabbarzadeh Kangarluei & Bayazidi, 2010)

ทฤษฎีตัวแทนได้กลายเป็นทฤษฎีหนึ่งสำหรับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากทฤษฎีตัวแทนมองบริษัทเป็นตัวเชื่อมระหว่างตัวแทนที่ทำธุรกิจในตลาดที่มีประสิทธิภาพและเน้นเรื่องการเงินหรือความมั่งคั่ง ตามทฤษฎีนี้เชื่อว่าการเปิดเผยข้อมูลทางสังคมและสิ่งแวดล้อมจะช่วยในการกำหนดกฎเกณฑ์ในการทำสัญญาเกี่ยวกับหนี้และสัญญาการจ่ายค่าชดเชยหรือต้นทุนทางการเงิน (Reverte, 2009)

ทฤษฎีทั้ง 3 มีบางส่วนที่คล้ายกัน ในขณะที่เดียวกันก็มีข้อสมมติฐานพื้นฐานที่แตกต่างกัน (Reverte, 2009; Deegan, 2002) ตัวอย่างเช่น ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย ไม่เหมือนทฤษฎีตัวแทนในแง่ที่ว่า ทฤษฎีทั้ง 2 ไม่มีข้อสมมติฐานเกี่ยวกับการสร้างความมั่งคั่งของบุคคลที่ดำเนินงานภายในสภาพแวดล้อมของตลาดทุนที่มีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย จะมีแนวคิดเหมือนกันคือ ทฤษฎีทั้ง 2 จะมององค์กรเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคม แต่มีข้อแตกต่างกันในแง่มุมมองที่ว่า ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมมองสังคมในภาพรวมแต่ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียยอมรับว่ามีคนบางกลุ่มในสังคมมีอำนาจเหนือกว่ากลุ่มอื่น (Reverte, 2009)

Cormier, Magnan and Van Velthoven (2005) ชี้ว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมหรือข้อมูลซีเอสอาร์เป็นเรื่องที่ซับซ้อนและไม่สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีเดียว Reverte (2009) ยังกล่าวอีกว่าการใช้ทฤษฎีหลายทฤษฎีในงานวิจัยเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ เป็นการสร้างความเข้าใจกับการศึกษา เพราะจะทำให้เห็นแง่มุมเด่นๆของแต่ละประเด็นเป็นทางเลือกในการสร้างความเข้าใจและการศึกษาการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์กรในการเปิดเผยข้อมูลที่แตกต่างกันสู่สาธารณะ และงานวิจัยของเขาได้ศึกษาเกี่ยวกับตัวกำหนดการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ของบริษัท

จดทะเบียนในประเทศไทย ซึ่งใช้แนวคิดของทฤษฎีหลายทฤษฎี เช่น ทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรม ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย และทฤษฎีตัวแทนมาใช้ในงานวิจัยเพื่ออธิบายความแตกต่างของวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย

ทำนองเดียวกับ Darus et al. (2009) ซึ่งศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างความเป็นเจ้าของต่อการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ได้ใช้ทฤษฎี 2 ทฤษฎีได้แก่ ทฤษฎีสถาบัน (Institution theory) และทฤษฎีตัวแทน (Agency theory) ภายใต้ทฤษฎีสถาบัน ซึ่งได้รวมทฤษฎีเกี่ยวกับความชอบธรรมไว้ในทฤษฎีนี้ด้วย ทฤษฎีสถาบันได้ชี้เกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ว่าผู้บริหารมีแรงจูงใจในการเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์มากขึ้น เพื่อปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ทางสังคมเพื่อว่าบริษัทจะได้มีการกระทำที่เหมาะสมในสังคมและลดค่าตีเตียนจากสังคม โดยคำนึงถึงกิจกรรมซีเอสอาร์ที่พวกเขาได้กระทำ

ทฤษฎีตัวแทนมีแนวคิดว่าการตัดสินใจเปิดเผยข้อมูลซีเอสอาร์ของผู้บริหารได้รับอิทธิพลมาจากโครงสร้างความเป็นเจ้าของของบริษัท (Ownership structure) รวมทั้งความต้องการของพวกเขาในการแสดงสัญญาณว่าพวกเขาได้ดำเนินงานตามความสนใจของผู้ถือหุ้น (Darus et al., 2009)

ดังนั้นการศึกษานี้จึงอ้างทฤษฎีทั้งสามประกอบการศึกษาเพื่อใช้อธิบายความแตกต่างของพฤติกรรมขององค์กรและวิธีปฏิบัติในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Darus et al. (2009) ได้ศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างความเป็นเจ้าของต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ พบว่าโครงสร้างความเป็นเจ้าของโดยครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในทิศทางตรงข้าม ขณะที่โครงสร้างความเป็นเจ้าของโดยรัฐมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าบริษัทที่มีการถือหุ้นโดยสมาชิกในครอบครัวในสัดส่วนที่สูงจะมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำและบริษัทที่มีการถือหุ้นโดยรัฐในสัดส่วนที่สูงจะมีแรงจูงใจสูงในการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อลดความขัดแย้งของตัวแทน แต่การศึกษานี้ไม่พบว่าโครงสร้างความเป็นเจ้าของโดยชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Mohd Ghazali (2007) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างความเป็นเจ้าของและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งพบว่าบริษัทที่มีรัฐเป็นเจ้าของและบริษัทที่มีขนาดใหญ่จะมี

การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง ถึงแม้ว่าการศึกษานี้จะไม่พบว่า โครงสร้างการถือหุ้นแบบกระจุกตัวมีความสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่การศึกษานี้ก็ยืนยันว่าโครงสร้างความเป็นเจ้าของเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

Said et al. (2009) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการกำกับดูแลกิจการ และการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้ขนาดของกิจการ (ซึ่งใช้สินทรัพย์รวมเป็นตัววัดขนาดของกิจการ) เป็นตัวแปรควบคุม ผลการศึกษาชี้ว่า โครงสร้างความเป็นเจ้าของโดยรัฐ และการถือหุ้นแบบกระจุกตัวมีความสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ในทิศทางเดียวกัน และความเป็นเจ้าของโดยรัฐเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ไม่พบว่าความเป็นเจ้าของโดยชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้การศึกษานี้ยังพบว่าขนาดของกิจการ(สินทรัพย์รวม) มีความสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในทิศทางเดียวกัน

2.3 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

การศึกษานี้ได้ศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการตามมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) ของสมอ.และจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการคาดว่าจะสัมพันธ์กับโครงสร้างความเป็นเจ้าของโดยการถือหุ้นแบบกระจุกตัว ความเป็นเจ้าของโดยรัฐและความเป็นเจ้าของโดยชาวต่างชาติ โดยใช้ขนาดของกิจการเป็นตัวแปรควบคุมในการศึกษานี้ ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดของงานวิจัยจากงานวิจัยของ Darus et al. (2009) ซึ่งสามารถสรุปกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ดังภาพ 2.3

