

การสื่อสารเพื่อสร้างวาทกรรม บรรษัทภิบาล ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)



นางสาวพัชราภาญ์ ศิลปศาสตร์

ศูนย์วิทยทรัพยากร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2547

ISBN 974-53-2114-1

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE COMMUNICATION FOR DISCOURSE OF CORPORATE GOVERNANCE
OF THE SIAM CEMENT PUBLIC CO., LTD.



Miss Pachrakarn Silpasastr

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2004

ISBN 974-53-2114-1

พัชราภาญจน์ ศิลปศาสตร์ : การสื่อสารเพื่อสร้างวาทกรรม บรรษัทภิบาล ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน). THE COMMUNICATION FOR DISCOURSE OF CORPORATE GOVERNANCE OF THE SIAM CEMENT PUBLIC CO., LTD.) อ. ที่ปรึกษา : รศ.จุมพล รอดคำดี, จำนวนหน้า 198 หน้า. ISBN 974-53-2114-1.

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารวาทกรรม บรรษัทภิบาล ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งผลการวิจัย พบว่า

1. กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างวาทกรรมด้านบรรษัทภิบาลของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) มีผู้ริเริ่ม คือ คณะกรรมการบริษัทฯ ผู้วางแผนและดำเนินการสื่อสาร คือ หน่วยงานสื่อสารองค์กร การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารจัดทำโดยบริษัทที่ปรึกษากลยุทธ์ การจัดทำสื่อต่าง ๆ จัดทำโดยบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญ มีแนวคิดในการสื่อสาร คือ สร้างความรู้ ความเข้าใจ และสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาล โดยมีข้อความหลัก คือ เครือซิเมนต์ไทย บรรษัทภิบาลของไทย ใช้ช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง โดยเฉพาะภาพยนตร์โฆษณา โฆษณาทางวิทยุ โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ สารคดีทางโทรทัศน์ และสารคดีทางวิทยุ

2. วาทกรรมที่พบในการสื่อสารบรรษัทภิบาลมีครบทั้ง 6 กลุ่มใหญ่ตามคุณสมบัติขององค์กรที่มีหลักบรรษัทภิบาลสากล โดยสามารถจัดกลุ่มย่อยได้ 16 กลุ่ม คือ ผลประโยชน์ อำนาจ ความเก่ง ความดี ความกล้า ความยุติธรรม การดูแลพนักงาน การดูแลชุมชนและสิ่งแวดล้อม ความโปร่งใส การตรวจสอบ เงินทุน การยอมรับ การดูแลผู้ถือหุ้น ความเติบโตทางธุรกิจ การควบคุมความเสี่ยง การควบคุมคุณภาพ

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน.....ลายมือชื่อนิสิต.....พัชราภาญจน์.....
สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา...2547.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4485221928 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: DISCOURSE / CORPORATE GOVERNANCE / SIAM CEMENT

PACHRAKARN SILPASASTR : THE COMMUNICATION FOR DISCOURSE OF CORPORATE GOVERNANCE OF THE SIAM CEMENT PUBLIC CO., LTD..

THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. JOOMPOL RODCUMDEE, 198 pp. ISBN 974-53-2114-1.

This research is a qualitative research. There is only one objective to analyze the communication for discourse of Corporate governance of the Siam Cement Public Co., Ltd. The results are as follow :

1. The initiators of the communication process are the corporate committee and the corporate communication office that are responsible for the action plan. The communication strategic is planning by a consulting company. The outputs are produced by the experts advertising agencies and production houses. The communication concepts are creating knowledge and leading image of corporate governance for the company. The key message is The Siam Cement Group, the good corporate governance. The messages are conveyed by many channels, especially TV commercials, Radio spots, Print advertising, TV documentary and Radio documentaries.

2. The discourse found that the corporate governance communication are 6 major groups of the qualification of corporate governance international organization. In addition, the discourse can be divided into 16 groups; benefit, authority, competent, goodness, bravery, justice, employee responsibility, community and environment responsibility, transparency, verification, principal, respect, stock-holder responsibility, business growth, risk management and quality management.

Department.....Mass Communication Student's signature.....
 Field of study.....Mass Communication Advisor's signature.....
 Academic year....2004..... Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี ทั้งนี้ก็ด้วยความเมตตาและได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลหลาย ๆ ท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในเวลาอันกระชั้นชิด ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญเรือน กิติวัฒน์ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาชี้แนะในข้อทฤษฎี และกระตุ้นเตือนให้ผู้วิจัยตั้งใจทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ กันภัย กรรมการ ที่กรุณาให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ยิ่ง

ขอขอบคุณคุณมัทนา เหลืองนาคทองดี ผู้อำนวยการสำนักงานสื่อสารองค์กร คุณปรารณา อรานุกูล ผู้จัดการสื่อเผยแพร่ คุณศิริพรรณวดี บัวอินทร์ และคุณโชติหทัย โชคพิบูลการ ผู้ช่วยผู้จัดการกลยุทธ์การสื่อสาร คุณปิยะ ตงสาลี ผู้ช่วยผู้จัดการสื่อเผยแพร่ และที่สำคัญคุณธีรภัทร ภาณุวงศกร ผู้ช่วยผู้จัดการสื่อสารภายใน สำนักงานสื่อสารองค์กร บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่ได้กรุณาให้ข้อมูลหลักอันเป็นประโยชน์ยิ่งในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อคุณแม่ ที่ได้เลี้ยงดู ให้ความรัก และสนับสนุน การศึกษาของลูกมาตลอดชีวิต และขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและกระตุ้นเตือน ทั้ง วีรวัลย์ พีผี คุณจิม พีแหม่ม พีจ๊อบ น้องหน่อง เพื่อนพะยูน รวมทั้งอาจารย์จีบ-เมธา น้อง ๆ MC#11-ภาคนอก คุณปู-เจ้าหน้าที่ภาควิชาฯ และพี่ต้อย-เลขานุการท่านรองอธิการบดีที่คอยประสานงานให้ด้วยความเต็มใจ และที่สำคัญผู้วิจัยขอขอบคุณพี่วรรษย์ที่คอยดักเตือน สนับสนุน และหากลยุทธ์ต่าง ๆ ในอันที่จะผลักดันให้ผู้วิจัยจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงลงได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	12
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	12
ข้อสันนิษฐาน.....	12
ขอบเขตของการวิจัย.....	12
นิยามศัพท์.....	13
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
แนวคิดเรื่องวาทกรรม.....	15
แนวคิดธรรมาภิบาลและบรรษัทภิบาล.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	30
แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
การนำเสนอข้อมูล.....	33
การประเมินข้อมูลและระเบียบวิธีวิจัย.....	34

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4	กระบวนการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน).....35
4.1	การสื่อสารช่วงที่ 1 ปี 2543-2544.....37
4.1.1	สารคดีทางวิทยุ ความยาว 2 นาที.....37
4.1.2	ภาพยนตร์โฆษณา ชุด บรรษัทภิบาล.....90
4.1.3	โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด บรรษัทภิบาล.....97
4.2	การสื่อสารช่วงที่ 2 ปี 2545-2546.....107
4.2.1	สารคดีสั้นทางโทรทัศน์.....108
4.2.2	ภาพยนตร์โฆษณา ชุด มิตรภาพ.....135
4.2.3	โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด โหลแก้ว.....140
4.2.4	สารคดีสั้นทางวิทยุ ความยาว 1 นาที.....144
4.3	การสื่อสารช่วงที่ 3 ปี 2547-2548.....165
4.3.1	โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ปี 2547.....165
4.3.2	โฆษณาทางวิทยุ.....171
4.3.3	โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ปี 2548.....175
5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....181
รายการอ้างอิง.....194
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....198

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย