

การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการยอมรับเกี่ยวกับการจัดการเรื่องขยะอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มธุรกิจไอที

นางสาวสุพิน คุณานุกูล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PUBLIC RELATIONS TO CREATE AWARENESS ABOUT ELECTRONICS WASTE  
BY THE INFORMATION TECHNOLOGY INDUSTRY

Miss Supin Kunanukool

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Public Relations

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2007

Copyright of Chulalongkorn University

501058

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการยอมรับเกี่ยวกับการจัดการ  
ประเด็นเรื่องขยะอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มธุรกิจไอที

โดย

นางสาว สุพิน คุณานุกุล

สาขาวิชา

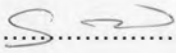
การประชาสัมพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

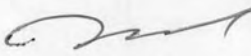
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวีณา วงษ์กะพันธ์


---

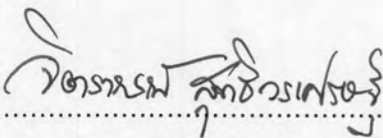
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้ນัวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิติศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวีณา วงษ์กะพันธ์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์)

สุพิน คุณานุกุล : การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการยอมรับเกี่ยวกับการจัดการประเด็นเรื่องขยะอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มธุรกิจไอที. (PUBLIC RELATIONS TO CREATE AWARENESS ABOUT ELECTRONICS WASTE BY THE INFORMATION TECHNOLOGY INDUSTRY)

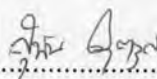

อ. ที่ปรึกษา : ผศ.สุวิธนา วงษ์กะพันธ์, 167 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การปรับกระบวนการทัศนใหม่ทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจไอทีให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ทั่วไปในยุคปัจจุบัน 2) ศึกษาวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านการจัดการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมเรื่องขยะอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์กรธุรกิจไอที 3) เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านการจัดการประเด็นเรื่องขยะอิเล็กทรอนิกส์ ของแต่ละองค์กรในกลุ่มธุรกิจไอที โดยใช้การศึกษา 2 วิธี คือ 1) ศึกษาจากรสัมภาษณ์แบบเจาะลึก 2) การศึกษาจากเอกสาร โดยผลการศึกษา มีดังนี้

1) จากการทำวิจัย ทำให้พบว่า ปัจจุบันบริษัทในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ได้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนในการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยมีชุดการตัดสินใจและการปฏิบัติการต่าง ๆ ทางด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ซึ่ง ประกอบด้วย การตรวจสอบสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร, การจัดทำกลยุทธ์, การปฏิบัติตามกลยุทธ์ และการประเมินผลและการควบคุม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศนนี้เริ่มตั้งแต่การพัฒนาปรับปรุงสินค้าและผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบจนกระทั่งสินค้าหมดอายุการใช้งานโดยคำนึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ตนเองมากขึ้น โดยมีเงื่อนไขที่ทำให้บริษัทในอุตสาหกรรมนี้ต้องปรับกระบวนการทัศนใหม่ทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กร คือ การตื่นตัวของสภาวะโลกร้อน, กฎหมาย และกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ออกมาเพื่อควบคุมสินค้าในอุตสาหกรรมนี้, การลดต้นทุนของบริษัท, แรงบีบจากการแข่งขันในตลาด, การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อภาพลักษณ์ขององค์กรสู่สาธารณชน

2) วิธีดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านการจัดการประเด็นเรื่องขยะอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรต่าง ๆ เน้นในเรื่องการประชาสัมพันธ์ในด้านการออกแบบ, นโยบายการผลิตสินค้าที่ไม่ใช้สารอันตรายเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์, การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเพื่อให้พนักงานเกิดจิตสำนึกในด้านสิ่งแวดล้อม และโดยการประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารให้ภายนอกทราบในด้านการประชาสัมพันธ์แนะนำตัวผลิตภัณฑ์ว่าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้มีเพียงบริษัทโมโตโรล่า (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีโครงการรับสินค้าที่หมดอายุคืน

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์  
สาขาวิชา การประชาสัมพันธ์  
ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อนิสิต.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

498 51722 28 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEY WORD: STRATEGIC MANAGEMENT/ ISSUES MANAGEMENT/ GREEN MARKETING

SUPIN KUNANUKOOL : PUBLIC RELATIONS TO CREATE AWARENESS ABOUT ELECTRONICS WASTE BY THE INFORMATION TECHNOLOGY INDUSTRY. THESIS PRINCIPAL ADVISOR : ASST.PROF.SUWATTANA VONGGAPAN, 167 pp.

This research aims at 1) studying the paradigm shift in strategic management of IT industry companies to align with the current general situation 2) studying The Public Relations Procedure to create awareness of Electronics waste generated by the Information Technology Industry (IT Industry) 3) to realize the difference in approaching the issue of Electronic Waste from each company in IT industry. Data collection for the study was done through 2 methods 1) In-depth interview 2) Documentary research. The result of this research can be briefly concluded as below.

1) Through this research, it is clearly found that, presently, most of the companies in IT industry use the paradigm shift in strategic management based upon the set of decision making for strategic management that comprises the internally and externally environmental scanning, Strategic formulation, Strategic implementation, Evaluation, and control. With this change, the companies start with their research and development from the design stage through the entire life cycle of their products by taking the awareness and concern of the impacts to environment from their products into account. The causes for the paradigm shift in strategic management that lead to currently serious implementation are as following: 1) the awareness of Global Warming issue. 2) The more strict regulation and law (in some countries) to control the products from IT industry. 3) Cost reduction. 4) The competition in the market. 5) To present the Corporate Social Responsibility to public. The strategic management from the companies in IT industry.

2) The Public Relations procedure for the issue management of Electronic Waste from the companies in IT industry always indicates the policy of manufacturing their products without toxic substances in the process starting from the design stage. The internal Public Relations convey the realization and awareness of the serious concern from corporation to all employees on the environment issue. The companies employ the external Public Relations to generate awareness of all consumers to realize that their products are "environment friendly". Only Motorola in Thailand implements the return of their end of life products project called "ECOMOTO Takeback program".

Department....Public Relations..... Student's signature .....  
Field of study...Public Relations..... Principal advisor's signature.....  
Academic year .....2007 .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒน์ วงษ์กะพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาชี้แนะแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ ให้คำแนะนำและกรุณาตรวจสอบ แก้ไขเนื้อหา จนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ กรรมการจากภายนอกมหาวิทยาลัย ที่ได้ให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้อย่างยิ่ง ตลอดจนคณาจารย์ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้อันทรงคุณค่า ส่งผลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จออกมาเป็นผลงานสมความตั้งใจ

ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหารองค์กร และเจ้าหน้าที่ทุกท่าน คณะสื่อมวลชน ที่เอื้อเพื่อให้ข้อมูล และให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี ตลอดจนคอยให้ความช่วยเหลือ และให้คำแนะนำดี ๆ ตลอดจนการวิจัย จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้

ขอขอบคุณ ดร. เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว ที่เป็นผู้ให้คำปรึกษา ให้กำลังใจ และให้คำแนะนำในการทำงานอยู่ตลอดเวลา สุเมธ กาญจนพันธ์ุ ผู้เป็นแรงบันดาลใจสำหรับหัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ธนินี เตรียมชัยศรี ที่คอยช่วยเหลือในการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อน ๆ และน้อง ๆ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ ทุกคนที่เป็นกำลังใจให้กันและกัน และคุณสิริ ศิริธรรมเมธ ที่คอยช่วยเหลือ และให้คำแนะนำดี ๆ ตลอดจนการทำวิจัย

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา-มารดา และพี่สาว ที่เป็นผู้สนับสนุน และให้กำลังใจจนฟันฝ่าอุปสรรคจากการเรียนและการทำงานได้ตลอดมา

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	8
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2	
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management).....	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการประเด็น (Issues Management).....	20
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดเพื่อโลกสีเขียว (Green Marketing).....	29
แนวคิดเกี่ยวกับกฎเกณฑ์การใช้สารเคมีที่เป็นพิษ.....	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
บทที่ 3	
ระเบียบวิธีวิจัย.....	51
กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง.....	51
แหล่งข้อมูล.....	53
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
การนำเสนอข้อมูล.....	57

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	58
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	130
สรุปผลการวิจัย.....	130
การอภิปรายผล.....	141
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	148
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	150
รายการอ้างอิง.....	151
ภาคผนวก.....	159
ภาคผนวก ก.....	160
ภาคผนวก ข.....	166
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	167



**สารบัญตาราง**

ตาราง		หน้า
ตารางที่ 1	ตารางแสดงถึงการจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจ.....	135
ตารางที่ 2	ตารางแสดงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านการจัดการประเด็น.....	140

## สารบัญภาพ

ญ

ภาพประกอบ

หน้า

ภาพที่ 1	แสดงตัวแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Model).....	19
ภาพที่ 2	แผนภาพแสดงแบบจำลองกระบวนการ และขั้นตอนของการบริหารประเด็น.....	28
ภาพที่ 3	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	50
ภาพที่ 4	ภาพแสดงระเบียบการจำกัดการใช้สารอันตรายบางชนิด.....	66
ภาพที่ 5	กองเครื่องซักผ้าที่ใช้แล้วรอการรีไซเคิล.....	68
ภาพที่ 6	วัสดุบางส่วนจากเครื่องปรับอากาศผลิตเป็นกระป๋อง.....	68
ภาพที่ 7	โต๊ะรีไซเคิลจากพลาสติกโรงงาน METEC.....	68
ภาพที่ 8	ภาพกิจกรรม พานาโซนิค รักษ์ป่าชายเลน.....	74
ภาพที่ 9	โปสเตอร์แสดงวิธีการรวบรวมและกำจัดแบตเตอรี่อย่างปลอดภัย.....	77
ภาพที่ 10	ภาพแสดงการแยกทิ้งขยะแต่ละประเภทตามประเภทตามป้ายบอก.....	78
ภาพที่ 11	ถุงผ้าที่ใช้ในการรณรงค์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม.....	98
ภาพที่ 12	ตัวชี้วัด Factor T Eco-efficiency.....	100
ภาพที่ 13	โลโก้ ที่จ้ง T-Chan.....	102
ภาพที่ 14	ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ของโมโตโรลาที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม.....	112
ภาพที่ 15	ภาพแสดงโทรศัพท์มือถือราคาถูก และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม.....	113
ภาพที่ 16	ภาพแสดงโทรศัพท์ต้นแบบ ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล.....	114
ภาพที่ 17	ภาพฉลากจากเว็บไซต์.....	115
ภาพที่ 18	ภาพแสดงขั้นตอนการดำเนินการนำซากผลิตภัณฑ์ไปกำจัดอย่างถูกวิธี.....	125
ภาพที่ 19	สถานที่ตั้งของจุดรับบริการคืนซากผลิตภัณฑ์.....	126
ภาพที่ 20	จุดรับบริการคืนซากผลิตภัณฑ์.....	127
ภาพที่ 21	รูปแบบการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ.....	146
ภาพที่ 22	รูปแบบการดำเนินงานของบริษัท โตชิบา ไทยแลนด์ จำกัด.....	147