

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างวาทกรรม บรรษัทภิบาล ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท บริบท และกระบวนการสร้างตัวบท จากสื่อต่าง ๆ ที่บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ได้ทำการสื่อสาร ประกอบด้วย ภาพยนตร์โฆษณา จำนวน 2 เรื่อง สารคดีทางโทรทัศน์ จำนวน 50 ตอน สารคดีทางวิทยุความยาว 2 นาที จำนวน 96 ตอน สารคดีทางวิทยุ ความยาว 1 นาที จำนวน 30 ตอน โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ จำนวน 8 ชิ้นงาน ซึ่งการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล 3 ส่วน ได้แก่ แหล่งข้อมูลประเภทภาพวีดิทัศน์และแถบบันทึกเสียง ข้อมูลประเภทบุคคล และแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวม

##### 1. แหล่งข้อมูลประเภทภาพวีดิทัศน์ แถบบันทึกเสียง สิ่งพิมพ์

งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมสื่อที่บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ได้สื่อสารออกมา ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2543 จนถึงเดือนมีนาคมปี 2548 มาวิเคราะห์ตามลำดับเวลาการนำเสนอ มีรายละเอียด ดังนี้

##### ● ช่วงที่ 1 ปี 2543 – 2544 มีสื่อที่นำเสนอ ได้แก่

1.1 สารคดีทางวิทยุ ชุด “ร่วมคิด ร่วมสร้าง บรรษัทภิบาลไทย” ความยาว 2 นาที จำนวน 96 ตอน

1.2 ภาพยนตร์โฆษณา ชุด “บรรษัทภิบาล” ความยาว 60 วินาที

1.3 โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด “บรรษัทภิบาล”

##### ● ช่วงที่ 2 ปี 2545 – 2546 มีสื่อที่นำเสนอ ได้แก่

1.4 สารคดีทางโทรทัศน์ ชุด “ร่วมคิด ร่วมสร้าง บรรษัทภิบาลไทย” ความยาว 2 นาที จำนวน 50 ตอน

1.5 ภาพยนตร์โฆษณา ชุด “มิตรภาพ” ความยาว 90 วินาที

1.6 โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด “ไหลแก้ว”

1.7 สารคดีทางวิทยุ ชุด “ร่วมคิด ร่วมสร้าง บรรษัทภิบาลไทย” ความยาว 1 นาที จำนวน 30 ตอน

- ช่วงที่ 3 ปี 2547 – 2548 มีสื่อที่นำเสนอ ได้แก่

1.8 โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด คำคม จำนวน 6 ชิ้นงาน

1.9 โฆษณาทางวิทยุ จำนวน 2 ชิ้นงาน

เนื่องจาก เดือนกรกฎาคม ปี 2543 เป็นครั้งแรกที่บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ได้ทำการสื่อสารวาทกรรมบรรษัทภิบาล จนถึงเดือนมีนาคม ปี 2548 เพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงกับการสื่อสารวาทกรรมบรรษัทภิบาลของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ได้อย่างชัดเจนจึงจำเป็นต้องวิเคราะห์การสื่อสารวาทกรรมดังกล่าวในระยะเวลาพอสมควร

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ติดต่อขอข้อมูลจากหน่วยงานสื่อสารองค์กร โดยคุณธีรภัทร ภาณุวงศกร ผู้ช่วยผู้จัดการสื่อสารภายใน ได้ให้ความอนุเคราะห์บทสารคดีทางโทรทัศน์ สารคดีทางวิทยุ ในลักษณะซีดี เทปคาสเส็ต และไฟล์งาน สำหรับในงานโฆษณา ผู้วิจัยได้ติดต่อคุณศิริพรรณวดี บัวอินทร์ และคุณโชติหทัย โชคพิบูลการ ผู้ช่วยผู้จัดการกลยุทธ์การสื่อสาร ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากทุกท่าน และยังให้สัมภาษณ์เพิ่มเติมอีกด้วย

## 2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล (Key Informants)

เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการสร้างตัวบทและบริบท ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์หน่วยงานที่ดูแลการจัดทำสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ คือ หน่วยงานสื่อสารองค์กร บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีผู้ดูแล ดังนี้

2.1 คุณมัทนา เหลืองนาคทองดี ผู้อำนวยการสำนักงานสื่อสารองค์กร ผู้ดูแลภาพรวมของการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของเครือฯ

2.2 คุณปรารถนา อูรานุกูล ผู้จัดการสื่อเผยแพร่ ซึ่งเป็นผู้ควบคุม ดูแล และกลั่นกรองข้อมูลเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลทั้งหมดที่เครือฯ ทำการสื่อสาร

2.3 คุณศิริพรรณวดี บัวอินทร์ ผู้ช่วยผู้จัดการกลยุทธ์การสื่อสาร ผู้ดูแลการผลิตงานโฆษณาบรรษัทภิบาล ปี 2545-2546

2.4 คุณโชติหทัย โชคพิบูลการ ผู้ช่วยผู้จัดการกลยุทธ์การสื่อสาร ผู้ดูแลการผลิตงานโฆษณาบรรษัทภิบาล ปี 2547-2548

2.5 คุณปิยะ ตงสาลี ผู้ช่วยผู้จัดการสื่อเผยแพร่ ผู้จัดทำและดูแลข้อมูลเกี่ยวกับบรรษัทภิบาล

2.6 คุณธีรภัทร ภาณุวงศกร ผู้ช่วยผู้จัดการสื่อสารภายใน ซึ่งเคยเป็นผู้ดูแลการผลิตสารคดีทางโทรทัศน์และสารคดีทางวิทยุ

ผู้วิจัยมีวิธีเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ค่อนข้างง่าย เนื่องจากผู้วิจัยทำงานอยู่ในบริษัทซิเมนต์ไทย การตลาด จำกัด ในเครือซิเมนต์ไทย ซึ่งต้องมีการทำงานที่ต้องประสานงานกับสำนักงานสื่อสารองค์กรอยู่แล้ว จึงได้รับความร่วมมือในการอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์เป็นอย่างดี รวมทั้งการให้ข้อมูลเพิ่มเติมในภายหลังทางโทรศัพท์เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์มากขึ้นด้วย

### 3. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งหมดจากการค้นคว้าเอกสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับธรรมาภิบาล บรรษัทภิบาล และวาทกรรม จากสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักงานสื่อสารองค์กรบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ศูนย์ข้อมูลหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ศูนย์ข้อมูลหนังสือพิมพ์มติชน และจากสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัย

สำหรับเอกสารที่นำมาประกอบการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

- วิทยานิพนธ์ที่มีการทำวิจัยเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล และวิทยานิพนธ์ที่มีการทำวิจัยเรื่องวาทกรรม
- แผนดำเนินการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาล สำนักงานสื่อสารองค์กร ปี 2543 – 2548 (แต่เนื่องจากการย้ายสถานที่ตั้งสำนักงานทำให้แฟ้มข้อมูลบางส่วน ได้สูญหายไป จึงมีเพียงแผนฯ ของปี 2545 และปี 2547 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์ในส่วนของแผนดำเนินการสื่อสารเพิ่มเติมจากผู้ให้สัมภาษณ์ข้างต้นซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานจริง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์)
- ข่าวจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 7 ฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ มติชน กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน ผู้จัดการรายสัปดาห์ ประชาชาติธุรกิจ และฐานเศรษฐกิจ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับธรรมาภิบาล ซึ่งมีทั้งหมดจำนวน 70 ข่าว และข่าวบรรษัทภิบาล ซึ่งมีทั้งหมดจำนวน 102 ข่าว เพื่อให้ผู้วิจัยได้เห็นถึงบริบททางสังคมในขณะที่มีการสื่อสารเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลในช่วงต่าง ๆ และสามารถวิเคราะห์ได้ชัดเจนมากขึ้น

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ต้องการวิเคราะห์ให้เห็นถึงวาทกรรมเกี่ยวกับบรรษัทภิบาล ที่มีในเนื้อหาของสื่อต่าง ๆ ที่บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) สร้างสรรค์ขึ้น โดยมีความสัมพันธ์กับรูปแบบ บริบท และปัจจัยแวดล้อม จึงได้วิเคราะห์ตามแนวคิดเรื่องวาทกรรมร่วมกับแหล่งข้อมูลประเภทต่าง ๆ ดังนี้

- การวิเคราะห์ข้อมูลประเภทภาพวิดีโอ คัดค้านที่กึ่งเสียง และสิ่งพิมพ์ ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์เนื้อหาที่นำเสนอในดวบท ว่าได้นำเอาแนวคิดบรรษัทภิบาลเรื่องใดมานำเสนอในลักษณะใด และมีอุดมการณ์คู่ตรงข้ามที่มีอยู่เดิม (Binary opposition) ในสังคมอะไร
- การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคล ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ในประเด็นของกระบวนการสร้างสื่อต่าง ๆ ว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร มีการนำเสนอเรื่องบรรษัทภิบาลภายใต้บริบททางสังคม วัฒนธรรมใด ซึ่งข้อมูลนี้จะทำให้เข้าใจถึงความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงในการนำแนวคิดบรรษัทภิบาลมานำเสนอในสื่อที่บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ว่าจ้างผลิต
- การวิเคราะห์ข้อมูลประเภทเอกสาร ผู้วิจัยได้ใช้เป็นข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนของการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อให้เกิดแนวคิดและมุมมองที่กว้างขวางหลากหลายมากขึ้น

สำหรับวิธีการหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์วาทกรรมบรรษัทภิบาล ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) คือ การวิเคราะห์วาทกรรมบรรษัทภิบาลที่มีอยู่ในดวบท และเปรียบเทียบชี้ให้เห็นอุดมการณ์คู่ตรงข้ามที่มีอยู่เดิมในสังคม รวมทั้งนำเสนอข้อมูลรวมของสื่ออื่น ๆ ในรูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ซึ่งจะทำให้ทราบถึงลักษณะ กระบวนการสร้างความหมายวาทกรรมบรรษัทภิบาลได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

### การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอข้อมูลโดยแยกเป็น 3 ช่วงเวลา มีระยะเวลาช่วงเวลาละ 2 ปีตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร โดยลำดับของการนำเสนอในแต่ละสื่อมี 4 ส่วน คือ

ส่วนแรกเป็นการนำเสนอที่มาของการสื่อสารในช่วงนั้น ขั้นตอนการทำงาน และการพิจารณาอนุมัติ เพื่อให้เห็นภาพการทำงานสื่อสารของที่มีได้มีสื่อเป็นของตนเอง (Advocate) รวมทั้งขั้นตอนการพิจารณาการสื่อสารขององค์กรเอกชนขนาดใหญ่ที่เป็นบริษัทมหาชน

ส่วนที่สอง นำเสนอลักษณะ รูปแบบ และกระบวนการสร้างของสื่ออื่น เพื่อให้เข้าใจถึงดวบท (Text) วิธีการนำเสนอ และการปฏิบัติการทางวาทกรรม

สำหรับส่วนที่สาม นำเสนอการวิเคราะห์วาทกรรมบริษัทที่พบในสื่อ นั้น โดยการจัดทำตารางเปรียบเทียบเพื่อชี้ให้เห็นถึงอุดมการณ์คู่ตรงข้ามที่มีอยู่เดิม และตีความสร้างข้อสรุป ข้อมูลบริษัทที่มีอยู่ในแต่ละตัวบท

และในส่วนที่สี่ สรุปวาทกรรมย่อยทั้งหมดที่พบในสื่อ นั้น และจัดหมวดหมู่ เพื่อให้เห็นภาพรวมของวาทกรรมบริษัท

เมื่อวิเคราะห์สื่อทั้งหมดในแต่ละช่วงเวลาแล้ว จึงนำเสนอภาพรวมของลักษณะ กระบวนการสร้างความหมายวาทกรรมบริษัทในช่วงเวลานั้น และสรุปวาทกรรมย่อยที่พบในสื่อทั้งหมดที่มี ณ ช่วงเวลานั้น ในลักษณะการจัดหมวดหมู่ เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมของวาทกรรมในช่วงเวลาเดียวกัน ได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

เมื่อวิเคราะห์การสื่อสารในแต่ละช่วงเวลา ครบทั้ง 3 ช่วงตามรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว สุดท้ายจึงสรุปลักษณะ รูปแบบ กระบวนการสร้างความหมายวาทกรรมบริษัท และวาทกรรมบริษัทที่พบทั้งหมด โดยเปรียบเทียบลักษณะความเหมือนและความแตกต่างระหว่าง 3 ช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งทั้งหมดนี้จะนำเสนอในบทที่ 4

สำหรับการสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ จะนำเสนอในบทที่ 5

### การประเมินข้อมูลและระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยทำงานอยู่ในหน่วยงานสื่อสารการตลาด ในเครือซีเมนต์ไทย จึงทำให้สามารถขอข้อมูล และได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานสื่อสารองค์กรได้เป็นอย่างดี และยังทำให้ทราบถึงข้อมูลในเบื้องต้นต่าง ๆ และการเข้าถึงแหล่งข้อมูล อีกทั้งผู้วิจัยได้ทำงานแอดวงโฆษณา จึงทำให้ทราบถึงลำดับขั้นตอนการทำงานโดยทั่วไปของการทำงานโฆษณา ซึ่งเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจกระบวนการสร้างสรรค์การสื่อสารด้านบริษัทได้เป็นอย่างดี แต่เพื่อให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของบริษัทต่าง ๆ ที่มีผลต่อการสื่อสารวาทกรรมด้านบริษัท ผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์แหล่งข้อมูลรวมทั้งตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งอื่น นั่นคือชาวด้านธรรมาภิบาลและบริษัทปี 2541 - 2547 จึงทำให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย และสามารถตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลได้อีกด้วย