

บทที่ 4

กระบวนการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

ภายหลังจากที่บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ได้รางวัลชนะเลิศจากการประกวดการปฏิบัติอันเป็นเลิศเชิงบรรษัทภิบาล ปี 2542 ประเภทบริษัทมหาชน ที่มียอดขายหรือรายรับมากกว่าปีละ 500 ล้านบาท และมีสินทรัพย์รวมมากกว่า 2,000 ล้านบาทขึ้นไป จากสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทยซึ่งจัดการประกวดขึ้นเป็นปีแรก คณะกรรมการบริษัท และคณะจัดการเครือข่าย จึงได้มีนโยบายให้มีแผนการดำเนินงานด้านบรรษัทภิบาล เพื่อปรับปรุงให้มีข้อกำหนดของหลักบรรษัทภิบาลเพิ่มมากขึ้นเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ

ในการดำเนินแผนงานด้านบรรษัทภิบาลดังกล่าวคณะกรรมการบริษัท และคณะจัดการเครือข่ายซีเมนต์ไทย ได้กำหนดนโยบายที่ชัดเจนเพื่อเป็นแนวทางในการทำหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท โดยจัดทำหนังสือ “บรรษัทภิบาลเครือข่ายซีเมนต์ไทย” เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทฯ รวมทั้งผู้บริหารของเครือข่าย ยึดถือปฏิบัติ ทั้งนี้ ได้ปรับปรุงและเพิ่มแนวทางการปฏิบัติต่าง ๆ ในการดำเนินงาน รวมทั้งนโยบายต่าง ๆ ซึ่งได้นำมาจากสิ่งที่เป็นอุดมการณ์ดั้งเดิมของเครือข่าย นั่นคือ จรรยาบรรณเครือข่ายซีเมนต์ไทย ร่วมกับหลักปฏิบัติอื่น ๆ เช่น หลักปฏิบัติบรรษัทภิบาล 15 ข้อของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นต้น

ประกอบกับบริบทในขณะนั้นเป็นช่วงที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้นทั่วโลก จากการดำเนินงานที่ขาดการยึดหลักบรรษัทภิบาลของบริษัทต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้นักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศเกิดความไม่มั่นใจ องค์กรต่าง ๆ ในภาครัฐบาลจึงต้องรณรงค์เรื่องนี้อย่างจริงจัง ทั้งการให้คำแนะนำ และการผลักดันโดยการให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อให้บริษัทต่าง ๆ หันมาดำเนินธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาล

จากปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น คณะกรรมการบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) และคณะจัดการเครือข่าย จึงดำริว่าภารกิจที่เกี่ยวกับวิกฤตเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย ต้องทำให้ผู้ลงทุนมีความมั่นใจในเศรษฐกิจ โดยเริ่มจากความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย รวมทั้งเครือข่ายซีเมนต์ไทยต้องการมีภาพลักษณ์ในการเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาล ดังนั้น เครือข่ายซีเมนต์ไทย จึงเริ่มแผนงานการสื่อสารเรื่องบรรษัทภิบาลขึ้น โดยเชิญชวนให้ผู้ที่ทำธุรกิจเล็งเห็นความสำคัญของการดำเนินธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาล

สำนักงานประชาสัมพันธ์ (ปัจจุบันคือสำนักงานสื่อสารองค์กร) ซึ่งมีหน้าที่ในการกำหนดและสร้างภาพลักษณ์เครือข่ายซีเมนต์ไทย ทั้งด้านธุรกิจและสังคม รวมทั้งให้บริการการสื่อสารครบวงจรแก่กิจการต่างๆ ในเครือฯ จึงเป็นหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายหน้าที่โดยตรงเพื่อทำการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของเครือซีเมนต์ไทย อนึ่ง เพื่อให้เข้าใจถึงขั้นตอนการทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ ในสำนักงานประชาสัมพันธ์ จึงขออธิบายถึงหน่วยงานที่อยู่ในสังกัดสำนักงานฯ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องในการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของเครือฯ สุ่มวลชน ซึ่งได้แก่

- หน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสาร จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสาร รวมทั้งควบคุมดูแลการผลิตชิ้นงานโฆษณา ได้แก่ ภาพยนตร์โฆษณา โฆษณาทางวิทยุ และโฆษณาทางสิ่งพิมพ์
- หน่วยงานสื่อโทรทัศน์ ควบคุมดูแลการผลิตสารคดีทางโทรทัศน์ และสารคดีทางวิทยุ
- หน่วยงานสื่อเผยแพร่ รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับบรรษัทภิบาล โดยจัดทำคู่มือสิ่งพิมพ์ และเอกสารเผยแพร่ต่าง ๆ

ทั้งนี้ หน่วยงานต่าง ๆ ในสำนักงานประชาสัมพันธ์ได้แบ่งขั้นตอนการทำงานการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลอย่างชัดเจน แต่มีการประสานงานกันเป็นอย่างดี โดยการดำเนินงานด้านการสื่อสารทั้งหมดอยู่ภายใต้การพิจารณาตัดสินใจของผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์

เพื่อที่จะเข้าใจกระบวนการสร้างความหมายของวาทกรรมเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีการสื่อสารออกมาเป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงได้แบ่งสื่อที่ใช้ในการสื่อสารวาทกรรมดังกล่าวตามช่วงเวลาออกเป็น 3 ช่วงใหญ่ ๆ ตามวัตถุประสงค์เดียวกันในแต่ละช่วง เพื่อที่จะได้วิเคราะห์กระบวนการสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลได้ชัดเจนมากขึ้น ดังนี้

4.1 ช่วงปี 2543 – 2544 ช่วง “สร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาล” และ “ให้ความรู้เกี่ยวกับบรรษัทภิบาล”

4.2 ช่วงปี 2545 - 2546 ช่วง “เน้นย้ำภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาล” และ “ให้ความรู้เกี่ยวกับบรรษัทภิบาล”

4.3 ช่วงปี 2547 – 2548 ช่วง “รักษาภาพลักษณ์ด้านบรรษัทภิบาล”

4.1 การสื่อสารช่วงที่ 1 ปี 2543-2544 : เพื่อสร้างภาพลักษณ์ และให้ความรู้

ผู้วิจัยพบว่า หลังจากได้รับนโยบายจากคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการแล้ว สำนักงานประชาสัมพันธ์จึงเริ่มจัดทำแผนการสื่อสารบริษัท ภายใต้งานกลยุทธ์การสื่อสาร เป็นผู้จัดทำและนำเสนอต่อผู้อำนวยการสำนักงาน ซึ่งวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร คือ การสร้างภาพลักษณ์ด้านบริษัทให้กับเครือซิเมนต์ไทย โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มผู้นำความคิดและผู้บริหาร ซึ่งเมื่อหน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสารได้พิจารณารูปแบบการสื่อสาร ที่สามารถสร้างการตระหนักรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ความเป็นบริษัทของเครือซิเมนต์ไทย ได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง จึงเลือกใช้การสื่อสารด้วยสื่อภาพยนตร์โฆษณา

คุณปิยะ ตงสาลี (สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2548) กล่าวว่า “ตอนนั้นกลุ่มเป้าหมายยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในหลักบริษัทซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ในสังคมขณะนั้นเลย แม้แต่พนักงานเองก็ยังไม่รู้ จึงคิดกันว่าควรให้ความรู้เรื่องบริษัทก่อน ถึงได้ทำสารคดีทางวิทยุ” จากนั้นจึงนำเสนอแผนการสื่อสารดังกล่าวต่อผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์ เพื่อพิจารณาอนุมัติในเบื้องต้น จากนั้นผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์จึงได้นำเสนอต่อคุณอริวิรุทธิ์ วงศ์พุทธพิทักษ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ซึ่งดูแลสำนักงานประชาสัมพันธ์ในขณะนั้น เพื่อพิจารณาอนุมัติก่อนเริ่มดำเนินการสื่อสาร

“พอแผนอนุมัติแล้ว ทางสื่อโทรทัศน์ก็ทำต่อเพราะเป็นหน้าที่โดยตรง”(คุณธีรภัทร ภาณุวงศกร, สัมภาษณ์ 28 เมษายน 2548)

ผู้วิจัยจะนำเสนอการวิเคราะห์สารคดีทางวิทยุก่อนภาพยนตร์โฆษณา ซึ่งเป็นไปตามลำดับเวลาที่ทำการสื่อสาร

4.1.1. สารคดีทางวิทยุ ความยาว 2 นาที

ขั้นตอนและกระบวนการผลิต

คุณธีรภัทร ภาณุวงศกร (สัมภาษณ์ 28 เมษายน 2548) กล่าวว่า “ตอนนั้นติดต่อบริษัทผู้ผลิตสารคดีทางวิทยุเพื่อเปรียบเทียบราคาและรูปแบบ ก็มีหลายเจ้า Sat studio แล้วก็ 77...” ในที่สุดสำนักงานประชาสัมพันธ์ได้สรุปเลือกบริษัท 77 Sound and scene เป็นผู้ผลิต “ก็ดูหลายอย่างรูปแบบที่นำเสนอน่าสนใจด้วย อีกอย่างเค้ามีคลื่นมีเวลาออกอากาศที่ตรงกับที่เราอยากได้ ก็เลยจ้างมาให้ผลิตด้วยข้อดีด้วย”

ขั้นตอนการพิจารณาจัดทำและอนุมัติตัวบท เริ่มจากหน่วยงานสื่อไอศทัศน์ฯ ประสานงานกับหน่วยงานสื่อเผยแพร่ ให้จัดเตรียมข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลรวมทั้งสถาบันหรือองค์กรที่มีบทบาทด้านบรรษัทภิบาล และจัดส่งข้อมูลนั้นให้ทีมงานเขียนบทของบริษัท 77 sound and scene เพื่อจัดทำโครงร่างและประเด็นนำเสนอ ทั้งนี้ ผู้ที่พิจารณาการผลิตสารคดีทางวิทยุ คือ ผู้ช่วยผู้จัดการสื่อไอศทัศน์ ผู้จัดการสื่อไอศทัศน์ และผู้ตัดสินใจในขั้นสุดท้ายคือผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์

“ก็ดูกันแค่ตรงที่มีบทเท่านั้น เพราะว่าเป็นแผนที่ได้รับอนุมัติมาแล้ว” (ธีรภัทร ภาณุวงศกร, สัมภาษณ์ 2548)

เมื่อโครงร่างและประเด็นทั้งหมด ได้รับการอนุมัติแล้ว บริษัท 77 sound and scene จึงจัดทำบทสารคดีโดยผู้ช่วยผู้จัดการสื่อไอศทัศน์ เป็นผู้พิจารณาขั้นสุดท้าย ทั้งนี้เนื้อหาที่เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลและเครือข่าย ได้นำไปปรึกษาจากคณะทำงานด้านบรรษัทภิบาลของเครือข่าย “ตอนแรก ๆ ก็มีการปรับแก้ค่อนข้างมาก เพราะยังไม่รู้ทางกัน พอซัก 3-4 ครั้งก็แทบไม่มีแก้แล้ว ดูแค่เนื้อหาเรื่องบรรษัทภิบาลเท่านั้น”

“เรื่องผลิตเค้าก็ดูแลให้ทั้งหมดเลย พวกรายงานการวิจัย รายงานจากต่างประเทศ ที่เราออกไป หรือว่าเค้าไปหาเพิ่มเติมเอง แล้วก็ติดต่อผู้ให้สัมภาษณ์ให้ ไปสัมภาษณ์เองหมด เราไม่ต้องทำอะไรหลังจากอนุมัติบทไปแล้ว แต่ตรงที่ไปสัมภาษณ์ก็ไม่ได้คุยบทก่อน เค้าจะไปสัมภาษณ์มาแล้วเขียนมาให้เราดู” (ธีรภัทร ภาณุวงศกร, สัมภาษณ์ 28 เมษายน 2548) หน่วยงานประชาสัมพันธ์เพียงพิจารณารูปแบบการนำเสนอ รายละเอียดของบทสารคดี และอนุมัติหรือสั่งแก้เมื่อได้ฟังสารคดีที่อัดเสียงมาแล้วเท่านั้น

เมื่อวิเคราะห์ขั้นตอนและกระบวนการผลิตสารคดีทางวิทยุดังกล่าว เห็นได้ว่าหน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสารเป็นผู้ทำงานด้านวิเคราะห์และวางกลยุทธ์ด้านการสื่อสารเอง โดยไม่ได้ว่าจ้างบริษัทภายนอกเพื่อจัดทำกลยุทธ์ ส่วนขั้นตอนในการทำงานหลังจากแผนงานนี้ได้รับการอนุมัติจากผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์แล้ว หน่วยงานสื่อไอศทัศน์เป็นผู้รับหน้าที่ต่อไปโดยได้รับการสรุปงาน (Brief) เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการผลิต และหน่วยงานสื่อเผยแพร่เป็นผู้รวบรวมและสนับสนุนข้อมูลต่าง ๆ ด้านบรรษัทภิบาล ทำให้เห็นได้ชัดเจนว่ามีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจนระหว่างผู้คิดแผนงานกลยุทธ์ ผู้ดำเนินการผลิต และผู้จัดเตรียมข้อมูล แต่ก็ทำงานประสานกันได้อย่างต่อเนื่องในการดูแลของผู้ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์

ในด้านกระบวนการผลิตนั้น เนื่องจากเครือข่ายนิเทศไทยซึ่งเป็น Advocate คือ ไม่ได้เป็นเจ้าของสื่อ แต่มีเงินทุนในการว่าจ้าง หน่วยงานสื่อไอศทัศน์จึงค้นหา Supplier เพื่อผลิตรายการให้โดยเลือกจาก Supplier ที่เคยร่วมงาน และ Supplier ที่มีชื่อเสียงในธุรกิจด้านนี้ เพื่อนำมา

เปรียบเทียบกัน แต่ท้ายที่สุดบริษัท 77 Sound and scene ซึ่งเป็น Supplier ที่มีสื่ออยู่ในมือด้วยก็มีภาษีดีกว่าและได้งานไป ทำให้เห็นได้ชัดเจนว่าผู้ที่ครอบครองสื่อ คือ ผู้มีอำนาจ มีโอกาสที่จะได้รับผลประโยชน์มากกว่าคนที่ไม่มีสื่อในมือ

ลักษณะ รูปแบบ กระบวนการสร้าง สารคดีทางวิทยุ ความยาว 2 นาที

เมื่อวิเคราะห์สภาพการณ์ในการสื่อสาร (Analysis of communication events) พบว่า ตัวบท (Text) ที่สร้างขึ้น ใช้ภาษาในการสื่อความหมายอย่างชัดเจนและตรงประเด็น ซึ่งเป็นรูปแบบของสารคดีทางวิทยุ เพราะต้องเสนอเนื้อหาที่เป็นหลักการให้ได้ครบถ้วนและง่ายต่อการสร้างความเข้าใจให้กับผู้ฟังในเวลาจำกัด โดยใช้รูปแบบการกล่าวนำ อธิบาย และสรุปความ เพื่อนำเสนอประเด็นหลักเพียงประเด็นเดียวในแต่ละตอน ทั้งนี้ มีการกล่าวซ้ำทวนข้อดีของหลักบรรษัทภิบาล และหลักปฏิบัติทั้งหมดในบางตอนเพื่อย้ำให้ผู้ฟังเห็นภาพรวมของหลักบรรษัทภิบาล

ส่วนวิธีการนำเสนอได้เลือกใช้ให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบสื่อ โดยมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายถึง 3 รูปแบบด้วยกัน คือ

1. การสนทนาระหว่างตัวแสดงที่เป็นผู้บริหารและพนักงานบริษัท ในสถานการณ์ที่สมมติขึ้นในบริษัทหนึ่ง โดยให้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารงาน และบอกถึงข้อดีของหลักบรรษัทภิบาล มีการใช้รูปแบบนี้ในตอนแรก ๆ เท่านั้น ซึ่งเป็นการพูดตอบโต้เพียงเล็กน้อยเพื่อนำเข้าสู่เนื้อหาวิเคราะห์ได้ว่าเนื้อหาของหลักบรรษัทภิบาลต้องใช้การอธิบายค่อนข้างมาก จึงไม่เหมาะกับการใช้รูปแบบการสนทนาทั่วไปซึ่งเหมาะกับการสร้างความสนใจในประเด็นที่มีเนื้อหาไม่มากนัก

2. การบอกเล่าด้วยโฆษณาเกี่ยวกับที่มาของหลักบรรษัทภิบาล และการยกตัวอย่างบริษัทในต่างประเทศที่ดำเนินธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาล มีความเหมาะสมกับการอธิบายหลักบรรษัทภิบาล การยกตัวอย่างเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล แต่เนื่องจากการอ่านเพียงอย่างเดียวทำให้ผู้ฟังอาจไม่สนใจรับรู้เนื้อหาหรือประเด็นที่น่าเสนอมากพอควร

3. การสัมภาษณ์บุคคลที่อยู่ในสถาบันหรือดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลวิเคราะห์ได้ว่าเป็นการนำเสนอภาพความเป็นสถาบันที่น่าเชื่อถืออื่นๆ มาสนับสนุนหลักบรรษัทภิบาล เพื่อให้การนำเสนอในตอนอื่น ๆ มีน้ำหนักมากขึ้น โดยเป็นการพูดของบุคคลที่สาม มิใช่การพูดโดยบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) เหมือนตอนอื่น ๆ

การปฏิบัติการทางวาทกรรมของการสารคดีทางวิทยุในช่วงแรกนี้ เมื่อวิเคราะห์ในแง่ของกระบวนการสร้างตัวบท (Text production) พบว่าสำนักงานประชาสัมพันธ์ได้คิดจัดทำแผนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาล และสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องบรรษัทภิบาลให้กับ

กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่กลุ่มผู้นำความคิด โดยเริ่มใช้สื่อสารคดีทางวิทยุเพื่อให้ความรู้ก่อน เนื่องจาก
 เล็งเห็นว่าในขณะนั้น “หลักบรรษัทภิบาล” ยังเป็นเรื่องที่ใหม่มากในสังคม แต่เป็นกระแสที่คนจำนวนมาก
 มากสนใจจากการรณรงค์เรื่องธรรมาภิบาลในภาครัฐบาล

ดังนั้น บริบทที่เป็นตัวผลักดันให้เกิดตัวบทของสารคดีนี้ จึงสรุปได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. เรื่องสาธารณะที่อยู่ในกระแสสังคม โดยนั้นเป็นช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจซึ่งสังคมต้องการ
 ให้บริษัทเอกชนมีจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น เพื่อไม่ให้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจอีก เพราะ
 ผู้อ่านตระหนักรู้ และให้ความสนใจเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เมื่อนำมาสร้างเป็นเนื้อหาจะทำให้ง่ายต่อการ
 ทำความเข้าใจ เพราะมีลักษณะร่วมสมัย

2. เนื้อหาที่นำมาจากการเปลี่ยนสถานะใหม่ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จากการที่ได้รับรางวัล
 ด้านบรรษัทภิบาล และมีแผนงานด้านการสื่อสารบรรษัทภิบาลสู่มวลชน

3. สังคมยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องหลักบรรษัทภิบาล ซึ่งเป็นเรื่องสาธารณะที่อยู่ใน
 กระแสสังคมดีพอ ทำให้บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ความเป็น
 บรรษัทภิบาลให้กับบริษัท ต้องทำหน้าที่ในการให้ความรู้ความเข้าใจกับสังคมก่อนว่าการบริหารงาน
 ด้วยหลักบรรษัทภิบาลคืออะไร เพื่อส่งผลกระทบต่อกลับมาให้บริษัทซึ่งได้รับรางวัลบรรษัทภิบาลแล้ว
 ว่าบริษัทปูนซิเมนต์ไทยเป็นบริษัทที่ดี เพราะมีบรรษัทภิบาล

ความหมายที่เกิดขึ้นหลังจากที่ตัวบทได้นำเสนอสู่สังคมภายใต้บริบทดังกล่าว พบว่า เนื้อหา
 ได้สร้างความรู้ความเข้าใจ และตระหนักรู้เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลให้กลุ่มเป้าหมายในประเด็นต่าง
 ๆ ได้สูง ซึ่งรวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านหลักบรรษัทภิบาลของเครือซิเมนต์ไทยด้วย
 เพราะเป็นบริษัทเอกชนรายแรกที่มีการสื่อสารเรื่องบรรษัทภิบาลโดยใช้งบประมาณมากอย่างต่อเนื่อง

สำหรับอัตลักษณ์ที่ปรากฏในวาทกรรมการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของเครือซิเมนต์ไทยใน
 ช่วงแรกนี้ เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งสร้างขึ้นโดยมีความสอดคล้องกับเรื่อง
 นำเสนอ คือ

- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือซิเมนต์ไทย ที่เชิญชวนให้ผู้มีอำนาจใน
 บริษัทเอกชนใช้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารองค์กร
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือซิเมนต์ไทย ในการชี้แนะและสอนความรู้
 เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลให้มวลชน
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือซิเมนต์ไทยในการชี้แนะว่าเครือซิเมนต์ไทยเป็น
 บรรษัทภิบาลให้มวลชนรับรู้

- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของผู้บริหารองค์กรและสถาบันต่าง ๆ ในการชี้แนะและเสนอแนะให้ผู้มีอำนาจในบริษัทเอกชนบริหารธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาล
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของของเครือซิเมนต์ไทยกับองค์กรระดับประเทศและสถาบันการเมืองในด้านบรรษัทภิบาล จากการเป็นองค์ปาฐก และวิทยากรในงานสัมมนาการบริโภคตัวบท (text consumption) ในที่นี้ คือ ประสิทธิภาพของการสื่อสารในช่วงเวลาดังกล่าวที่เกิดจากการรับสารจากวาทกรรมบรรษัทภิบาล แล้วเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์บริษัทปูนซิเมนต์ไทยว่าเป็นบรรษัทภิบาลขึ้นในใจของกลุ่มเป้าหมาย พบว่าเครือซิเมนต์ไทยผู้ว่าจ้างผลิตการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลในช่วงแรกนี้ พึงพอใจในประสิทธิภาพของการสื่อสาร เพราะตัวบทสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจด้านบรรษัทภิบาล และยังมีส่วนในการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้กับองค์กรด้วย

เมื่อวิเคราะห์ไปยังแบบแผนการใช้ภาษา (Analysis the order of discourse) พบว่าลักษณะการดำเนินเรื่อง การจัดวางลำดับการนำเสนอเป็นไปในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน โดยเริ่มจาก Intro jingle เพื่อบอกว่าใครเป็นผู้จัดทำ ต่อมาโฆษกพูดเกริ่นนำคร่าว ๆ เกี่ยวกับประเด็นที่นำเสนอเพื่อนำเข้าเรื่อง ส่วนต่อมาเป็นการอธิบายให้รายละเอียดของเรื่องซึ่งกล่าวถึงหลักปฏิบัติต่าง ๆ ของหลักบรรษัทภิบาล จากนั้นจึงสรุปใจความสำคัญของเนื้อหาที่นำเสนอ แล้วปิดท้ายด้วย Outro jingle แต่มีข้อสังเกตว่า Outro jingle ตอนที่ 1 – 30 ไม่ได้บอกถึงสถานที่ติดต่อเพื่อขอพบสารคดีทางวิทยุ แต่ในตอนที่ 31-96 ได้ให้สถานที่พร้อมเบอร์โทร.ติดต่อไว้ ซึ่งแบบแผนดังกล่าวมีความเหมาะสมกับสื่อสารคดีทางวิทยุซึ่งเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ฟังไม่สามารถกลับมาทบทวนเนื้อหาได้ จึงต้องมีการเปิดประเด็น ให้รายละเอียด และสรุปใจความสำคัญ เพื่อให้จดจำได้ถึงเนื้อหาที่นำเสนออีกครั้ง

นอกจากนั้น ยังพบว่าสารคดีทางวิทยุที่นำเสนอเนื้อหาเดียวกัน จะเลือกนำเสนอเนื้อเรื่องและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันไป เพื่อให้สามารถเน้นย้ำเนื้อหาที่ต้องการได้หลายตอน เช่น เรื่องเกี่ยวกับประโยชน์ของบรรษัทภิบาล ในตอนที่ 2 “บรรษัทภิบาล มีประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างไร” นำเสนอด้วยรูปแบบการตอบโต้ระหว่างตัวละคร และเนื้อหาดังกล่าวถูกนำมาเสนออีกครั้ง ในตอนที่ 37 “บรรษัทภิบาล แต้มต่อของธุรกิจ” ในรูปแบบการสัมภาษณ์ประธานคณะอนุกรรมการเพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลาดหลักทรัพย์

การวิเคราะห์เนื้อหา

สารคดีทางวิทยุทั้ง 96 ตอนนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และนำเสนอข้อดีของการบริหารงานด้วยหลักบรรษัทภิบาล เพื่อผู้ฟังเกิดความสนใจเรื่องบรรษัทภิบาลและตระหนักรู้

ว่าเป็นเรื่องสำคัญในการดำเนินธุรกิจ สามารถวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบให้เห็นคู่ความคิดเห็นตรงกันข้ามที่มีอยู่เดิมในสังคมไทย (Binary Opposition) โดยแยกเป็นตารางเปรียบเทียบให้เห็นชัดเจนได้ดังนี้

บทวิทฤษฎ์ ตอนที่ 1 “คุณรู้หรือไม่..อะไรคือบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาใช้ลักษณะการบอกเล่าข้อมูล เพื่อให้เข้าใจความหมายของหลักบรรษัทภิบาลอย่างง่าย จากประโยคของโฆษกที่ว่า “หลักในการบริหารจัดการธุรกิจทุกประเภททุกขนาดให้เติบโตอย่างมั่นคง” รวมทั้งให้ข้อมูลว่ามีหลักปฏิบัติหลัก ๆ อย่างไร เพื่อส่งผลให้ผู้ฟังซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริหารเกิดความสนใจนำไปใช้กับธุรกิจของตนเพื่อให้ “เติบโต” “อย่างมั่นคง” เช่นกัน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ธุรกิจไม่ควรเอาแต่กำไร ต้องมีคุณธรรมด้วย	ธุรกิจควรทำกำไรเป็นหลัก แต่อาจไม่มีคุณธรรมก็ได้
มีกลไกควบคุมการดำเนินงานขององค์กรให้โปร่งใส เกิดความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย รับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม	การดำเนินงานขององค์กรเป็นระบบแบ่งพรรคแบ่งพวก ตักตวงผลประโยชน์ให้กับพวกพ้องเท่านั้นเพื่อต่อยอดอำนาจในบริษัท
บริหารจัดการธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคง	บริหารจัดการธุรกิจให้เติบโตอย่างรวดเร็วได้ ผลตอบแทนสูงสุดเป็นหลัก เพื่อให้ได้ผลตอบแทนเฉพาะหน้าก่อน

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ส่วนตัว ความเติบโตของธุรกิจ คุณธรรม

บทวิทฤษฎ์ ตอนที่ 2 “บรรษัทภิบาล มีประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างไร”

เนื้อหานำมาจากการเพิ่มข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ให้บริษัทจดทะเบียนต้องบริหารงานด้วยหลักบรรษัทภิบาล อันเนื่องมาจากบริบททางสังคมที่เศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก โดยเนื้อหาชี้ให้เห็นข้อดีของหลักบรรษัทภิบาลว่าเป็นการลงทุนระยะยาวที่คุ้มค่า และเป็นโอกาสที่ดีที่องค์กรจะได้ยกระดับตนเองสู่มาตรฐานโลก เสริมด้วยการกล่าวถึงประโยชน์ 3 ข้อในตอนท้าย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
บรรษัทภิบาลทำให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น	ความน่าเชื่อถืออยู่ที่ผลงานของผู้บริหารที่สร้างรายได้ของบริษัทมากกว่า

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
บรรษัทภิบาลเป็นการลงทุนระยะยาวและเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบริษัท	บรรษัทภิบาลเป็นภาระที่เพิ่มความยุ่งยากวุ่นวายให้บริษัท

สรุปวาทกรรมที่พบ : เพิ่มความน่าเชื่อถือของบริษัท การทำตามขั้นตอน

บทวิทยุ ตอนที่ 3 “ต้นแบบของบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่มาของหลักบรรษัทภิบาล โดยยกตัวอย่างความล้มเหลวในการกำกับดูแลกิจการในประเทศสหรัฐอเมริกา ปี 1992-1993 ซึ่งทำให้ธุรกิจประสบปัญหา จึงเป็นจุดกำเนิดของหลักบรรษัทภิบาล และชี้ให้เห็นว่าหลักบรรษัทภิบาลมีความจำเป็นกับทุกบริษัท

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
บรรษัทภิบาลจำเป็นต่อทุกบริษัทรวมทั้งในประเทศต้นแบบคือสหรัฐอเมริกา	บรรษัทภิบาลจำเป็นเฉพาะประเทศในแถบเอเชียที่ต้องการเงินลงทุนจากต่างชาติ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ต้องการเงินลงทุน

บทวิทยุ ตอนที่ 4 “บทเรียนความเสียหายของธุรกิจ ที่มาจากหลักบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาเป็นการให้ข้อมูลตัวอย่างความไร้ประสิทธิภาพของกลไกตรวจสอบการทำงานของ บริษัทแห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกา ปี 1992 – 1993 โดยเนื้อหา มีลักษณะว่ากล่าวการกระทำนั้น เห็นได้จากประโยคที่ว่า “กรรมการมัวแต่ตักตวงผลประโยชน์ จนละเลยภาระหน้าที่ของตน” และได้สรุปสุดท้ายว่าเหตุการณ์เหล่านั้นทำให้วงการธุรกิจสร้างกลไกตรวจสอบซึ่งกันและกัน ระหว่างผู้มีอำนาจสำคัญในบริษัท คือ ผู้ถือหุ้น คณะกรรมการ และฝ่ายบริหาร ซึ่งต่อมาได้รับการพัฒนาให้เป็นหลักบรรษัทภิบาล จึงเป็นการเปรียบเทียบให้ผู้ฟังรับรู้ด้วยว่าผลเสียที่จะเกิดขึ้นกับบริษัทที่ไม่มีหลักบรรษัทภิบาลเป็นอย่างไร

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
สร้างกลไกตรวจสอบการทำงานระหว่างผู้มีอำนาจในบริษัท คือ ผู้ถือหุ้น กรรมการบริษัท และฝ่ายบริหาร	ไม่สนใจตรวจสอบ เพราะต่างฝ่ายต่างตักตวงผลประโยชน์ให้ตัวเองตามแต่จะมีช่องทางอำนาจ

สรุปวาทกรรมที่พบ : การคานอำนาจ การตรวจสอบ

บทวิทยุ ตอนที่ 5 “หลักการของบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาเป็นลักษณะการให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักการพื้นฐาน 6 ข้อ ของหลักบรรษัทภิบาล คือ

1. ทุกฝ่ายในบริษัทต้องมีความตระหนักในภาระหน้าที่ของตน โดยคำนึงถึงหลักจริยธรรม
2. ทุกฝ่ายในบริษัทต้องปฏิบัติหน้าที่ของตนให้สมบูรณ์
3. บริษัทต้องปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างยุติธรรม
4. ข้อมูลต่าง ๆ ทางธุรกิจที่บริษัทเปิดเผย โดยเฉพาะผลประกอบการและฐานะการเงินต้องโปร่งใส
5. บริษัทต้องมุ่งมั่นกับการทำธุรกิจ เพื่อสร้างคุณค่าระยะยาวแก่ผู้ถือหุ้น
6. บริษัทต้องส่งเสริมการปฏิบัติอันเป็นเลิศในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านการผลิตสินค้า การให้บริการ และการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ

ทั้งนี้ เนื้อหาได้จำลองบทสนทนาของผู้ถือหุ้นรายย่อยของบริษัทที่บริหารด้วยหลักบรรษัทภิบาล ที่ได้รับผลประกอบการของบริษัทเช่นเดียวกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ให้ความสำคัญกับผู้ถือหุ้นทุกราย	ให้ความสำคัญเฉพาะผู้ถือหุ้นรายใหญ่
ตัวเลขรายงานผลประกอบการต้องแสดงรายละเอียดเพื่อความโปร่งใส	ตัวเลขรายงานผลประกอบการ แสดงให้ดูตามกฎหมายเท่านั้น ไม่ต้องให้รายละเอียดมาก เพราะจะทำให้เกิดข้อซักถามที่ต้องชี้แจงตามมา
มีความตระหนักในภาระหน้าที่ โดยคำนึงถึงหลักจริยธรรม	ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎระเบียบที่กำหนด และตั้งตวงผลประโยชน์ตามแต่สถานการณ์อำนวย
ปฏิบัติหน้าที่ของตนให้สมบูรณ์	ปฏิบัติหน้าที่ของตนตามเวลางาน
ปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างยุติธรรม	เห็นแก่ผลประโยชน์ของบริษัทเป็นหลัก
ข้อมูลทางธุรกิจที่บริษัทเปิดเผย โดยเฉพาะผลประกอบการและฐานะการเงินต้องโปร่งใส	ปิดบังข้อมูลที่ไม่ดี เปิดเผยเฉพาะข้อมูลด้านดี
ต้องมุ่งมั่นกับการทำธุรกิจ เพื่อสร้างคุณค่าระยะยาวแก่ผู้ถือหุ้น	มุ่งมั่นทำธุรกิจเพื่อผลกำไรเฉพาะหน้า
ต้องส่งเสริมการปฏิบัติอันเป็นเลิศในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านการผลิตสินค้า การให้บริการ และการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	มีการพัฒนาคุณภาพให้มีมาตรฐานแต่ไม่สูงมากเกินไป เพื่อให้ไม่ให้ต้นทุนสูงมากจนบริษัทต้องขาดทุนกำไร

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความยุติธรรม มีความรับผิดชอบ เปิดเผยข้อมูล ผลประโยชน์ พัฒนาคุณภาพ

บทวิทยุ ตอนที่ 6 “หลักของบรรษัทภิบาลข้อที่หนึ่ง...ความตระหนักในภาระหน้าที่”

เนื้อหา มีลักษณะเชิงชวนให้ฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กรตระหนักในภาระหน้าที่ของตน ซึ่งเป็นข้อที่หนึ่งของการบริหารงานตามหลักบรรษัทภิบาล โดยบอกถึงตัวอย่างข้อปฏิบัติต่าง ๆ ของคณะกรรมการพร้อมทั้งให้เหตุผล นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นข้อดีของการปฏิบัติดังกล่าวว่าจะนำพากิจการไปสู่ความรุ่งเรือง

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องทำทั้งหน้าที่ตามกฎหมาย กำหนดนโยบายที่มีประสิทธิภาพสูงสุดและกำกับดูแลฝ่ายบริหารให้ปฏิบัติงานตามนโยบายอย่างเต็มกำลังความสามารถ	กรรมการบริษัททำหน้าที่ตามกฎหมายก็พอ เพื่อให้ชื่อว่าไม่บกพร่องต่อหน้าที่

สรุปวาทกรรมที่พบ : ทำงานด้วยความทุ่มเท

บทวิทยุ ตอนที่ 7 “บรรษัทภิบาลมีหลายองค์ประกอบ”

เนื้อหา บอกกล่าวถึงหลักการต่าง ๆ 6 ข้อของแนวคิดบรรษัทภิบาลเช่นเดียวกับในสารคดีวิทยุ ตอนที่ 5 และยกตัวอย่างการปฏิบัติจริงของหลักการเรื่องความโปร่งใส โดยชี้ให้เห็นว่าต้องแสดงตัวเลขในผลประกอบการที่ส่งให้ผู้ถือหุ้นอย่างละเอียด ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคง

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
คำนึงถึงความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม	คำนึงถึงผลประโยชน์ของตัวเองและพวกพ้อง
ปฏิบัติงานด้วยความตระหนักในหน้าที่อย่างแท้จริง โดยทำหน้าที่ให้ดีที่สุด	ปฏิบัติงานตามหน้าที่อย่างไม่บกพร่องก็พอ ไม่ต้องทำงานมากเกินหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
กำหนดภารกิจของแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันความซ้ำซ้อนและไม่โปร่งใสในการทำงาน	กำหนดภารกิจของแต่ละฝ่ายพอคร่าว ๆ เพื่ออาจต้องมีการไหว้วานให้ทำงานแทน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ดำเนินงานอย่างโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้	ดำเนินงานเฉพาะให้หน่วยงานตัวเองรู้ดีเท่านั้น ไม่จำเป็นต้องเปิดเผยมาก เพราะจะทำให้เกิดการตรวจสอบมาก วุ่นวาย เสียเวลา
ทำธุรกิจแบบมองการณ์ไกล คำนึงถึงผลประโยชน์ระยะยาว	กอบโกยผลกำไรเฉพาะหน้า
ส่งเสริมให้การปฏิบัติทุกด้านมุ่งสู่ความเป็นเลิศ	ส่งเสริมให้ปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ผลกำไรตามกำหนดปีต่อไป โดยไม่มุ่งหวังความเป็นเลิศ
เน้นความเติบโตอย่างมั่นคงของธุรกิจ	เน้นที่การทำผลกำไรให้บริษัท โดยต้องกล้าเสี่ยง กล้าลงทุน เพื่อให้ได้มา

สรุปวาทกรรมที่พบ : ทีมทำงาน แบ่งแยกอำนาจ ตรวจสอบการดำเนินงาน ผลประโยชน์ ความเป็นเลิศ

บทวิทยุ ตอนที่ 8 “ใครคือผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจ”

เนื้อหาหลักขณะการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม” ว่าหมายถึงบุคคลกลุ่มไหนบ้าง และย้ำว่าธุรกิจที่บริหารงานด้วยหลักบรรษัทภิบาลต้องคำนึงถึงความเป็นธรรมของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ เหล่านั้นด้วย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจ คือ ผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ คณะกรรมการบริษัท พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ชุมชน และสิ่งแวดล้อม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจ คือ ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของบริษัทเท่านั้น
ต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม	คำนึงเฉพาะผลประโยชน์ของบริษัท

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความยุติธรรม ผลประโยชน์ของทุกฝ่าย

บทวิทยุ ตอนที่ 9 “ภาระหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้น คือหนึ่งในสำนึกบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาชี้ให้เห็นว่าคณะกรรมการบริษัทต้องให้ความสำคัญกับ “ภาระหน้าที่ของบริษัทที่มีต่อผู้ถือหุ้น” เป็นอันดับต้นๆ และกล่าวอธิบายถึงข้อปฏิบัติสำหรับการบริหารงานด้วยหลักบรรษัทภิบาล ข้อดังกล่าว เพื่อให้การบริหารงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด และป้องกันการทุจริต

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
คณะกรรมการบริษัทตระหนักในภาระหน้าที่ของตนด้วยสำนึกรับผิดชอบต่ออย่างแท้จริง	คณะกรรมการบริษัทปฏิบัติตามหน้าที่ของตนให้ดีที่สุดก็เพียงพอ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ปฏิบัติหน้าที่อย่างทุ่มเท

บทวิทยุ ตอนที่ 10 “การปกป้องผู้ถือหุ้นด้วยสำนึกรับผิดชอบต่อ”

เนื้อหาให้ข้อมูลภาระหน้าที่หนึ่งของหลักบรรษัทภิบาล คือ “การปกป้องสิทธิอันพึงมีพึงได้ของผู้ถือหุ้น” จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ถือหุ้นที่มีต่อบริษัทที่ขาดสำนึกรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น จะส่งผลเสียต่อธุรกิจ แต่บทวิทยุไม่ได้ให้รายละเอียดของผลเสียเพิ่มเติม

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้ถือหุ้นสามารถเข้าร่วมลงคะแนนเสียงได้โดยสะดวก	บริษัทกำหนดเวลาและสถานที่การลงคะแนนเสียงเองไม่ปรับตามความสะดวกของผู้ถือหุ้น โดยถือว่าผู้ถือหุ้นต้องรักษาสีทึ่และจัดสรรเวลาลงคะแนนเอง มิฉะนั้นก็ถือว่าละสิทธิ
แจ้งกำหนดการประชุมล่วงหน้าพอควร เพื่อให้เตรียมตัวได้ทัน	ขอให้มีการประกาศแจ้งกำหนดการประชุมตามกฎหมายกำหนดเท่านั้นและแจ้งเฉพาะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ไม่จำเป็นต้องสนใจเรื่องการเตรียมตัวเพื่อประชุมของผู้ถือหุ้นโดยเฉพาะรายเล็ก
กระตุ้นให้ผู้ถือหุ้นเข้าร่วมการประชุมทุกปี	เป็นหน้าที่ของผู้ถือหุ้นที่ต้องเข้าประชุมเอง
อำนวยความสะดวกในการสอบถามข้อมูลต่าง ๆ และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอเพื่อผลประโยชน์ในการตรวจสอบ	ให้ข้อมูลเท่าที่จำเป็น เพราะไม่ต้องเปิดเผยข้อมูลที่อาจทำให้บริษัทมีปัญหากจากการตรวจสอบได้

สรุปวาทกรรมที่พบ : การอำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้น การแจ้งกำหนดการประชุมผู้ถือหุ้น การลงคะแนนเสียงของผู้ถือหุ้น

บทวิทยุ ตอนที่ 11 “หลัก 3Cs เพื่อการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส”

เนื่อหา มีลักษณะการให้ข้อมูลถึงองค์ประกอบของข้อมูลทางธุรกิจที่มี “ความโปร่งใส” 3 ข้อ คือ Clear (ความชัดเจน ชัดเจน ตรงไปตรงมา Consistent (ความสม่ำเสมอ) จัดทำและบันทึกด้วยหลักเกณฑ์เดียวกันทั้งหมด Comparable (สามารถเปรียบเทียบได้) เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อให้คณะกรรมการได้กำกับดูแลการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวให้เป็นไปตามหลักบรรษัทภิบาล

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ข้อมูลในทางธุรกิจที่ให้ผู้ถือหุ้น ต้องมีความโปร่งใส คือ ชัดเจนตรงไปตรงมา ใช้หลักเกณฑ์เดียวกันในการจัดทำและบันทึก หากมีการเปลี่ยนแปลงต้องรีบแจ้งผู้ถือหุ้น และ ข้อมูลจัดทำตามมาตรฐานสามารถนำไปวิเคราะห์เปรียบเทียบกับแหล่งอื่นได้โดยสะดวก	จัดทำข้อมูลทางธุรกิจตามกฎหมาย ไม่ต้อง ยุ่งยากในการปรับปรุง หรือเปลี่ยนมาตรฐานอีก หรือหากมีการเปลี่ยนหลักเกณฑ์การจัดทำและบันทึกข้อมูลก็ไม่จำเป็นต้องรายงานผู้ถือหุ้น

สรุปวาทกรรมที่พบ : ข้อมูลทางธุรกิจโปร่งใส

บทวิทยุ ตอนที่ 12 “พนักงาน..ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ”

เนื้อหาชี้ให้เห็นความสำคัญของพนักงานบริษัท เห็นได้จากประโยค “คน คือทรัพยากรที่สำคัญที่สุดขององค์กร” โดยให้แนวปฏิบัติต่อพนักงาน เพื่อส่งผลให้พนักงานเหล่านั้นร่วมสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กรในระยะยาว

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกคนที่มีคุณภาพ เข้ามาทำงาน และพัฒนาศักยภาพของคนที่มียู่ ถือว่าคนเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดขององค์กร	ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกคนเข้ามาทำงาน แต่หากคนต้องการความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ก็ต้องแสวงหาวิธีพัฒนาศักยภาพด้วยตัวเอง มิฉะนั้นบริษัทก็อาจรับคนใหม่เข้ามาทำงานแทน

สรุปวาทกรรมที่พบ : การคัดเลือกพนักงาน การพัฒนาพนักงาน

บทวิทยุ ตอนที่ 13 “หลักบรรษัทภิบาลสำหรับพนักงาน”

เนื้อหาที่มีลักษณะเชิญชวนให้พัฒนาพนักงานให้มีคุณภาพ และนำเสนอหลักบรรษัทภิบาล 5 ข้อสำหรับพนักงาน โดยชี้ให้เห็นข้อดีว่าจะส่งผลให้ธุรกิจนั้นเจริญเติบโตอย่างมั่นคง

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
บริษัทที่หวังความเจริญเติบโตอย่างมั่นคง ต้องพัฒนาพนักงานของตนให้มีคุณภาพ โดยปลูกฝังหลักบรรษัทภิบาล 5 ข้อ ให้กับพนักงาน	บริษัทที่หวังความเจริญเติบโตอย่างมั่นคง ต้องจูงใจให้พนักงานมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างจริงจัง เพื่อสร้างกำไรให้บริษัท

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความเจริญเติบโตของธุรกิจ

บทวิทยุ ตอนที่ 14 “ลูกค้า..ในความหมายของบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาที่มีลักษณะการเปรียบเทียบให้เห็นถึงความสำคัญของลูกค้า จากประโยคที่ว่า “ลูกค้าคือพระเจ้า” และ “ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ” และกล่าวถึงข้อปฏิบัติต่อลูกค้าตามหลักบรรษัทภิบาล เพื่อให้ผู้ฟังซึ่งเป็นผู้บริหารนำไปตอบสนองลูกค้า โดยกล่าวว่าถ้าทำได้แล้วจะส่งผลให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตท่ามกลางการแข่งขันอย่างรุนแรงในยุคโลกาภิวัตน์

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ลูกค้าคือคนที่ซื้อสินค้าของบริษัท ไม่ว่าจะซื้อโดยตรง หรือซื้อจากตัวแทนจำหน่าย จึงต้องรับผิดชอบดูแลอย่างเท่าเทียม เช่น บริษัทรับเปลี่ยนของใหม่ให้ลูกค้าที่ซื้อจากตัวแทนฯ	ลูกค้าคือคนที่ซื้อสินค้าของบริษัทเท่านั้น ไม่ใช่ผู้ที่ซื้อจากตัวแทนจำหน่าย ดังนั้น หากซื้อจากตัวแทนจำหน่าย การดูแลลูกค้ายานั้นจึงเป็นความรับผิดชอบของตัวแทนจำหน่ายผู้เดียว
การปฏิบัติกับลูกค้า หมายถึง ต้องเอาใจเขามาใส่ใจเรา คือ ทำสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากผู้ขาย เช่น ความซื่อสัตย์ ความปลอดภัย ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม เป็นต้น	การปฏิบัติกับลูกค้า หมายถึง การขายสินค้าหรือบริการให้เท่านั้น โดยไม่จำเป็นต้องสนใจในเรื่องอื่น เช่น ความซื่อสัตย์ ความปลอดภัย ฯลฯ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความรับผิดชอบต่อลูกค้า

บทวิทยุ ตอนที่ 15 “ทำไมต้องรับผิดชอบต่อชุมชน”

เนื่อนำมาจากปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในชุมชนที่โรงงานต่าง ๆ ตั้งอยู่ โดยชี้ให้เห็นว่าองค์กรธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับชุมชนหรือสังคมด้วย โดยให้เหตุผลว่าผลกำไรที่ได้จากการประกอบธุรกิจมีต้นทุนส่วนหนึ่งจากชุมชนเช่นกัน ซึ่งเมื่อได้รับการยอมรับจากสังคมส่วนรวม จะส่งผลให้กิจการดำเนินไปได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และได้รับการสนับสนุนที่ยั่งยืนจากคนในชุมชน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
องค์กรธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับชุมชนด้วย โดยต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชน และคืนกำไรให้ชุมชน	องค์กรธุรกิจมุ่งเฉพาะผลประโยชน์ของคนในองค์กร คือ เจ้าของ หรือผู้ถือหุ้น เท่านั้น โดยไม่ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชน

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลกระทบต่อชุมชน

บทวิทยุ ตอนที่ 16 “คู่แข่งทางการค้า..หลักบรรษัทภิบาลมองอย่างไร”

เนื่อหากกล่าวถึงการปฏิบัติกับคู่แข่งทางธุรกิจว่า ควรให้เกียรติคู่แข่งในฐานะเพื่อนร่วมธุรกิจ แข่งกันค้าขายโดยเคารพกฎกติกา มารยาท และช่วยเหลือเกื้อกูลกันในโอกาสที่เหมาะสม

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
คู่แข่งทางธุรกิจเป็นเพื่อนร่วมธุรกิจ ช่วยกระตุ้นให้ธุรกิจมีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาตนเอง	คู่แข่งทางธุรกิจคือศัตรู ที่มาแย่งชิงผลประโยชน์จากตลาด
ไม่เห็นด้วยกับธุรกิจผูกขาด เพราะเป็นผลประโยชน์ที่ไม่ยั่งยืน	ธุรกิจผูกขาดจะสร้างผลประโยชน์ และกำไรมหาศาลให้กับองค์กร

สรุปวาทกรรมที่พบ : คู่แข่งทางธุรกิจ ธุรกิจผูกขาด ผลประโยชน์ของบริษัท

บทวิทยุ ตอนที่ 17 “บรรษัทภิบาลเริ่มจากกรรมการบริษัท”

เนื่อหากกล่าวถึงความสำคัญของคณะกรรมการบริษัท ในการผลักดันให้เกิดการนำหลักบรรษัทภิบาลมาใช้ในบริษัทได้อย่างเป็นรูปธรรม และให้ข้อมูลด้านการปฏิบัติจริงในการผลักดันดังกล่าว

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องประพฤติตนเป็นแบบอย่าง โดยทำงานอย่างโปร่งใส ยุติธรรม และมีความรับผิดชอบต่อ	กรรมการบริษัทปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย กำหนด โดยไม่จำเป็นคำนึงถึงความโปร่งใส ยุติธรรม หรือมีความรับผิดชอบต่อ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความโปร่งใส ยุติธรรม มีความรับผิดชอบต่อ

บทวิทยุ ตอนที่ 18 “คุณสมบัติสำคัญของคณะกรรมการบริษัท”

เนื้อหาให้ข้อมูลคุณสมบัติที่เหมาะสมของคณะกรรมการบริษัท 3 ข้อ คือ เป็นคนดี เป็นคนเก่ง และเป็นคนกล้า และอธิบายความหมายของแต่ละข้อพร้อมเหตุผลที่กำหนดคุณสมบัตินั้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้กำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น และให้ความยุติธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม	คณะกรรมการบริษัทเป็นกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้นเป็นหลัก โดยไม่ต้องให้ความยุติธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นเพราะถือว่าไม่ใช่เจ้าของบริษัท
คณะกรรมการต้องเป็นคนดี คนเก่ง และคนกล้า	คณะกรรมการเป็นคนเก่ง และคนกล้าได้ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นคนดี

สรุปวาทกรรมที่พบ : การกำกับดูแลฝ่ายบริหาร ความยุติธรรม คนดี คนเก่ง คนกล้า

บทวิทยุ ตอนที่ 19 “ความซื่อสัตย์ของคณะกรรมการบริษัท”

เนื้อหาชี้ให้เห็นถึงคุณสมบัติสำคัญข้อหนึ่งของคณะกรรมการบริษัท คือ ความซื่อสัตย์สุจริต เคารพจรรยาบรรณวิชาชีพ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดหลักบรรษัทภิบาลในด้าน “ความโปร่งใส” ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
คณะกรรมการบริษัทต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต มีจรรยาบรรณ เพื่อให้มีอิสระในการกำกับดูแล และตรวจสอบการทำงานของฝ่ายบริหาร	คณะกรรมการบริษัทที่มีญาติพี่น้องเป็นผู้บริหารด้วย มีข้อดีเพราะสามารถช่วยกันหาผลประโยชน์ส่วนตัวได้เมื่อมีโอกาสได้

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความซื่อสัตย์ของคณะกรรมการ จรรยาบรรณในการทำงาน

บทวิทยุ ตอนที่ 20 “รับผิดชอบต่อชุมชน..ตัวอย่างหลักปฏิบัติจากญี่ปุ่น”

เนื้อหาเป็นการยกตัวอย่างความรับผิดชอบต่อชุมชนในประเทศญี่ปุ่น โดยให้รายละเอียดของข้อปฏิบัติในกฎบัตรที่องค์กรธุรกิจแห่งหนึ่งได้จัดทำเพื่อเป็นแนวทางแก่บริษัทต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
เสนอสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก	เสนอสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการเท่านั้น โดยลูกค้าเป็นคนพิจารณาเรื่องความปลอดภัยเอง
บริษัทต้องยึดหลักความโปร่งใส โดยมีการสื่อสารและเปิดเผยข้อมูลธุรกิจตามความเหมาะสม	บริษัทยึดถือความเป็นส่วนตัวและความลับทางการค้า โดยไม่จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูล
ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหลักมนุษยธรรม	ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลประโยชน์เป็นหลัก
ไม่สนับสนุนบุคคลหรือองค์กรที่ทำลายความสงบสุข และความปลอดภัยของสังคม	สนับสนุนบุคคลหรือองค์กรที่เอื้อประโยชน์จำนวนมากให้กับบริษัท โดยไม่สนใจในปัญหาที่บุคคลหรือองค์กรนั้น ๆ เกี่ยวข้อง โดยถือว่าเป็นเรื่องส่วนตัว
เมื่อประกอบธุรกิจในท้องถิ่นใด ต้องเคารพวัฒนธรรมและทำตัวให้เป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่นนั้น	เมื่อประกอบธุรกิจในถิ่นใด ก็สามารถปฏิบัติได้ ๆ ได้อย่างเต็มที่ในอาณาเขตของบริษัท โดยไม่จำเป็นต้องยุ่งเกี่ยวกับท้องถิ่นนั้น
หากคนในบริษัทฝ่าฝืนกฎบัตร ผู้บริหารต้องเป็นผู้ตัดสินใจ ตัดสินปัญหา หามาตรการป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ แจ้งให้สังคมรับทราบ และลงโทษผู้ฝ่าฝืนอย่างจริงจัง	ผู้บริหารเป็นผู้ตัดสินปัญหา หามาตรการป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ แต่การลงโทษต้องดูว่าคนผิดอยู่ฝ่ายไหน จะลงโทษได้หากไม่ก่อให้เกิดปัญหาขัดแย้งกับผู้ที่มีอำนาจในบริษัท และไม่จำเป็นต้องแจ้งให้สังคมรับทราบ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความปลอดภัยของลูกค้าและสังคม การเปิดเผยข้อมูล ผลประโยชน์ของบริษัท คำมั่นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น การตัดสินปัญหา

บทวิทยุ ตอนที่ 21 “ความยั่งยืนของธุรกิจ มิใช่เพียงคุณภาพสินค้าและบริการ”

เนื้อหา นำมาจากบริบทในสังคมขณะนั้นที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจในเอเชียว่าส่งผลให้สังคมธุรกิจทั่วโลก เรียกร้องหลักบรรษัทภิบาลในการดำเนินธุรกิจ โดยชี้ให้เห็นว่าการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองประโยชน์ของลูกค้าแต่ละเลยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนอื่น จะไม่สามารถทำให้ธุรกิจยั่งยืนได้อย่างแท้จริง

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองประโยชน์ของลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่น	ผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ซื้อสินค้าเท่านั้น ไม่ต้องสนใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่น ถ้าไม่ใช่ลูกค้าที่หารายได้กับบริษัท

สรุปวาทกรรมที่พบ : เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม

บทวิทยุ ตอนที่ 22 “คณะกรรมการบริษัทมีอาชีพ”

เนื้อหา มีลักษณะการให้ข้อมูลคุณสมบัติของคณะกรรมการบริษัทที่มีความเป็นมืออาชีพ 2 ประการ คือ ความเป็นผู้นำ และความมีอิสระ โดยให้รายละเอียดอธิบายของคุณสมบัติดังกล่าว อันจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการปฏิบัติงาน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
คณะกรรมการต้องมีความเป็นผู้นำ ปฏิบัติงานด้วยสำนึกรับผิดชอบอย่างแท้จริง และความเป็นอิสระ ต้องมี ความเที่ยงธรรมในการตรวจสอบฝ่ายบริหาร	คณะกรรมการ คล้อยตามคนหมู่มาก เพราะไม่เสี่ยงกับการออกความคิดเห็น ปฏิบัติตามหน้าที่โดยไม่จำเป็นต้องมีสำนึกรับผิดชอบ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความรับผิดชอบต่อหน้าที่

บทวิทยุ ตอนที่ 23 “มาตรฐานธุรกิจใหม่ คือ บรรษัทภิบาล”

เนื้อหา นำบริบทในสังคมที่ธุรกิจไทยต้องติดต่อกับต่างประเทศมากขึ้น และยังพึ่งพาเงินลงทุนจากต่างชาติ มาโนมนำให้ผู้ฟังเห็นความสำคัญของการสร้างมาตรฐานในการดำเนินงานให้

เป็นหลักสากล ซึ่งจะส่งผลให้ได้รับการยอมรับ โดยชี้ให้เห็นว่าหลักบรรษัทภิบาลเป็นหนึ่งในมาตรฐานสากลดังกล่าว

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
นักลงทุนทั่วโลกพิจารณาราคาหุ้น ประกอบกับการดำเนินงานด้วยหลักบรรษัทภิบาล	นักลงทุนทั่วโลกพิจารณาลงทุนจากราคาหุ้นเป็นหลัก

สรุปวาทกรรมที่พบ : เงินลงทุน

บทวิทิตย ตอนที่ 24 “มาตรฐานบรรษัทภิบาลของ calPERS”

เนื้อหาชี้ให้เห็นถึงบทบาทของนักลงทุนประเภทสถาบันที่มีต่อการเคลื่อนย้ายเงินทุนในตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลกอย่างมาก และยกตัวอย่างกรณีพิจารณามาตรฐานบรรษัทภิบาล ของบริษัทที่กองทุน calPERS (California Public Employee's Retirement System) ซึ่งจะเลือกลงทุนกับธุรกิจที่บริหารงานด้วยหลักบรรษัทภิบาล

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
บริษัทต้องดูแลสิทธิของผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน	บริษัทสนใจดูแลสิทธิให้ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ก็พอ เพราะมีสิทธิมีเสียงมากกว่าคนอื่น
ต้องกำหนดแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ	ทำงานเพื่อให้ได้เป้าหมายตามที่กำหนดไว้ก็พอ ไม่ต้องกำหนดแนวปฏิบัติอื่น ๆ ให้ยุ่งยาก
บริษัทต้องเปิดเผยข้อมูลทางการเงินอย่างโปร่งใส	บริษัทจะเปิดเผยข้อมูลเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เพราะถือว่าเป็นความลับทางการค้า
คณะกรรมการบริษัทต้องมีความเป็นอิสระ และมีความสามารถเพียงพอ	คณะกรรมการบริษัทต้องมีความสามารถเพียงพอ แต่อาจไม่มีความเป็นอิสระอย่างสิ้นเชิงก็ได้

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความยุติธรรมต่อผู้ถือหุ้นทุกกลุ่ม เปิดเผยข้อมูลทางการเงิน กำหนดคุณสมบัติของคณะกรรมการ มีอิสระในการตัดสินใจ

บทวิทยุ ตอนที่ 25 “บรรษัทภิบาลอยู่ที่การปฏิบัติ”

เนื้อหาเชิญชวนให้ทุกฝ่ายในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญของหลักบรรษัทภิบาลและลงมือปฏิบัติอย่างจริงจัง แทนการมีแต่ทบัญญัติที่สวยหรู และยกตัวอย่างการปฏิบัติดังกล่าว

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
บุคลากรฝ่ายต่าง ๆ ปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึก รับผิดชอบอย่างแท้จริง โดยอาจไม่ต้องมี บทบัญญัติสวยหรู	มีบทบัญญัติที่สวยหรูเพื่อให้สามารถนำเสนอต่อ ผู้ถือหุ้น และสังคมก็พอ บุคลากรก็ทำงานตาม หน้าที่เท่านั้น
กรรมการที่เป็นผู้บริหารด้วย กล้านำเสนอสิ่งดี ๆ กล้าจัดการสิ่งไม่เหมาะสม แม้ว่าจะทำให้เกิด การเผชิญหน้ากับฝ่ายบริหารที่มีอิทธิพลใน องค์กร และสามารถให้คุณให้โทษตน	กรรมการที่เป็นผู้บริหารด้วย รู้จักการบริหารงาน และเอาตัวรอด โดยหลีกเลี่ยงไม่เผชิญหน้ากับ ผู้บริหารที่มีอิทธิพลในบริษัทที่อาจให้คุณให้โทษ ตน

สรุปวาทกรรมที่พบ : รับผิดชอบต่อหน้าที่ กล้าเสนอสิ่งที่ดี กล้าจัดการสิ่งที่ไม่ดี

บทวิทยุ ตอนที่ 26 “แนวทางการสร้างบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาที่มีลักษณะให้ข้อมูลขั้นตอนการนำหลักบรรษัทภิบาลมาให้บริการงาน 3 ขั้นตอน เพื่อให้ธุรกิจที่สนใจนำหลักบรรษัทภิบาลมาประยุกต์ใช้ในองค์กรได้เข้าใจอย่างง่าย ๆ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การเริ่มนำหลักบรรษัทภิบาลมาใช้ ผู้มีบทบาท ชี้นำธุรกิจต้องศึกษาให้เข้าใจอย่างถ่องแท้	ไม่จำเป็นต้องศึกษา แค่ว่าจ้างบริษัทที่รับทำเพื่อ วางระบบก็สามารถเป็นบรรษัทภิบาลได้

สรุปวาทกรรมที่พบ : มีความรู้ในธุรกิจอย่างลึกซึ้ง

บทวิทยุ ตอนที่ 27 “บรรษัทภิบาลสำหรับ SMEs”

เนื้อหาชี้ให้เห็นว่าหลักบรรษัทภิบาลสามารถประยุกต์ใช้ได้กับธุรกิจทุกประเภททุกขนาด โดย ยกตัวอย่าง ธุรกิจ SMEs ว่าหลักสำคัญคือเจ้าของธุรกิจต้องเข้าใจในหลักการ และรู้จักนำมา ประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ให้ค่าตอบแทนลูกจ้างสมกับผลงาน	ต่อรองให้จ่ายค่าตอบแทนให้น้อยที่สุด โดยได้ผลงานมากที่สุด เพื่อให้ได้กำไรมากที่สุด
ทำการค้าอย่างซื่อสัตย์กับทุกฝ่าย	การค้าคือการค้า ต้องพยายามทำผลประโยชน์ให้บริษัทมากที่สุด โดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่จำเป็น
เคารพกฎหมาย มีการทำบัญชี เสียภาษีอย่างตรงไปตรงมา	ทำบัญชี 2 เล่ม เพื่อให้เสียภาษีน้อยที่สุด
ไม่ก่อความรำคาญหรือสร้างมลภาวะต่อชุมชนที่ธุรกิจตั้งอยู่	การก่อความรำคาญหรือสร้างมลภาวะ หากเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ ก็ต้องมีอยู่ โดยอาจให้สินบนต่อเจ้าหน้าที่รัฐ เมื่อมีการร้องเรียนของชุมชน เพื่อให้เรื่องสงบและสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ต่อทุกฝ่าย ค่าตอบแทน ความรับผิดชอบต่อชุมชน

บทวิทยุ ตอนที่ 28 “โครงสร้างคณะกรรมการบริษัทที่ดี”

เนื้อหาชี้ให้เห็นว่าการจัดโครงสร้างคณะกรรมการบริษัท ต้องมีการถ่วงดุลอำนาจ โดยควรประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ๆ คือ 1. กรรมการที่เป็นผู้บริหาร ซึ่งควรมี 2 ฝ่าย คือ กรรมการที่เป็นอิสระจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับบริษัท และกรรมการที่เป็นตัวแทนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่น ๆ และ 2. กรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร และมีจำนวนมากพอที่จะถ่วงดุล เพื่อไม่ให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดมีอำนาจเหนือการตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัท

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
จัดโครงสร้างคณะกรรมการบริษัท ให้เอื้อต่อการถ่วงดุลอำนาจภายในบริษัท	คณะกรรมการบริษัทควรพิจารณาเลือกจากผู้ที่มีอำนาจในสังคม เพราะสามารถช่วยเจรจาให้ผลประโยชน์กับบริษัทได้ ไม่จำเป็นต้องถ่วงดุล
ตำแหน่งประธานควรเลือกจากผู้ที่เป็นกรรมการอิสระ และไม่ควรเป็นบุคคลเดียวกับกรรมการผู้จัดการ	ตำแหน่งประธานควรเป็นผู้ที่มีอาวุโสที่กรรมการคนอื่นให้ความเคารพเกรงใจ โดยอาจมาจากฝ่ายบริหารก็ได้

สรุปวาทกรรมที่พบ : การถ่วงดุลอำนาจ ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บทวิทฤษฎ ตอนที่ 29 “บรรษัทภิบาลคือประสิทธิภาพของธุรกิจ”

เนื้อหาของบทวิทฤษฎตอนนี้ชี้ให้เห็นประโยชน์ของหลักบรรษัทภิบาล โดยจะส่งผลให้เพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจ คือ 1. เพิ่มความคล่องตัว เพราะกำหนดภารกิจและแบ่งแยกหน้าที่ของแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน การปฏิบัติงานจึงเป็นไปตามขั้นตอน ไม่ซ้ำซ้อนหรือล่าช้า 2. ลดต้นทุนรวม เพราะได้ดอกเบียดำ ขายสินค้าได้ง่าย ไม่เสียเงินโฆษณามาก 3. ลดความเสี่ยง ต่อการทุจริตของผู้มีอำนาจในบริษัท

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กำหนดภารกิจ แบ่งแยกหน้าที่อย่างชัดเจน การปฏิบัติงานเป็นไปตามขั้นตอน ไม่ซ้ำซ้อนหรือล่าช้า	การระดมช่วยกันทำงานของหลาย ๆ ฝ่าย แม้ว่า จะมีขั้นตอนซ้ำซ้อนกันบ้าง แต่ก็ทำให้งานเสร็จรวดเร็วขึ้น
ค่าใช้จ่ายลดลงจากความเชื่อมั่นจากผู้เกี่ยวข้อง	ค่าใช้จ่ายลดลงจากการลดต้นทุนในการผลิต เช่น การเพิ่มเวลาทำงานของพนักงาน การลดคุณภาพสินค้าบางส่วน เป็นต้น
ลดความเสี่ยงต่อการทุจริตของผู้มีอำนาจในบริษัท	ผู้มีอำนาจในบริษัทอาจยกยอเขาผลประโยชน์ไปบ้าง ก็ถือว่าเป็นน้ำมันหล่อลื่นให้ทำงาน ซึ่งไม่มีควรยุ่งเพื่อหาเรื่องใส่ตัว

สรุปวาทกรรมที่พบ : การลดค่าใช้จ่าย ความเสี่ยงต่อการทุจริตของผู้มีอำนาจ การทำตามขั้นตอน

บทวิทฤษฎ ตอนที่ 30 “การประกวดบรรษัทภิบาลยกระดับธุรกิจไทยสู่มาตรฐานโลก”

เนื้อหา นำมาจากความตื่นตัวกับกระแสบรรษัทภิบาล ซึ่งเห็นได้จากการจัดประกวด “การปฏิบัติอันเป็นเลิศตามหลักบรรษัทภิบาล” โดยสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย เนื้อหาให้ข้อมูลหลักเกณฑ์ในการประกวด และชื่อผู้ชนะเลิศ ซึ่งส่งผลให้องค์กรที่เข้าร่วมประกวดได้หันกลับมาทบทวนและปรับปรุงการดำเนินงานกิจการของตน และยังกระตุ้นให้ผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทยปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาลอย่างแพร่หลายขึ้น ช่วยยกระดับธุรกิจไทยให้ได้รับการยอมรับในระดับสากล

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
สาระสำคัญของการประกวดไม่ได้อยู่ที่รางวัลชนะเลิศ แต่อยู่ที่องค์กรที่เข้าร่วมประกวด ได้หันกลับมาทบทวนและปรับปรุงการดำเนินงานกิจการของตน	สาระสำคัญของการประกวดอยู่ที่รางวัลชนะเลิศ ซึ่งจะทำให้บริษัทมีชื่อเสียงและการยอมรับมากขึ้น รวมทั้งนักลงทุนมีความเชื่อมั่นและให้ความสนใจในการลงทุน

สรุปวาทกรรมที่พบ : การมีมาตรฐานรับประกัน

บทวิทิตย ตอนที่ 31 “ความตระหนักในภาระหน้าที่ หนึ่งในหลักบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาล เรื่อง “ความตระหนักในภาระหน้าที่ (Accountability)” โดยอธิบายความหมาย และชี้ให้เห็นแนวทางปฏิบัติ รวมทั้งผลที่ได้เมื่อพนักงานทุกระดับสามารถปฏิบัติได้ว่าจะช่วยผลักดันธุรกิจสู่ความสำเร็จ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัท ต้องสำนึกว่าได้รับความไว้วางใจจากผู้ถือหุ้น ให้กำกับดูแลและตรวจสอบฝ่ายบริหาร จึงต้องติดตามการทำงานและประเมินผลงานฝ่ายบริหารอย่างจริงจัง เพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้น	กรรมการบริษัทปฏิบัติหน้าที่ที่ระบุไว้ในกฎหมายก็เพียงพอแล้ว ไม่จำเป็นต้องพยายามในการตรวจสอบมากมาย ซึ่งจะก่อให้เกิดความขัดแย้งกับฝ่ายบริหารแทนที่จะเอื้อประโยชน์ต่อกัน

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความซื่อตรงต่อหน้าที่

บทวิทิตย ตอนที่ 32 “กำหนดภารกิจ...เพิ่มประสิทธิภาพ”

เนื้อหาให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาล เรื่อง “การกำหนดภารกิจ (Responsibility)” โดยอธิบายความหมาย และบอกถึงประโยชน์ว่าจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น รวดเร็ว ไม่เกิดความซ้ำซ้อน และยังเป็นการแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ของแต่ละฝ่าย ส่งผลให้เกิดความโปร่งใสในการปฏิบัติงานยิ่งขึ้น



บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ของแต่ละฝ่าย ช่วยให้ เกิดความโปร่งใสในการปฏิบัติงานมากขึ้น	ใช้ระบบพรรคพวกช่วยแบ่งแยกอำนาจกันเอง ใน การรายงานข้อมูลและจับผิดฝ่ายตรงข้าม

สรุปวาทกรรมที่พบ : การแบ่งแยกอำนาจ

บทวิทยุ ตอนที่ 33 “หลักบรรษัทภิบาล หลักแห่งความยุติธรรม”

เนื้อหาให้ข้อมูลของหลักบรรษัทภิบาล เรื่อง “ความยุติธรรม (Fairness)” โดยชี้ให้เห็นว่าต้อง
เริ่มจากระดับนโยบาย และนำเสนอวิธีปฏิบัติ จากนั้นให้เหตุผลสนับสนุนข้อดีว่าจะทำให้ธุรกิจมีความ
น่าเชื่อถือ และช่วยสร้างความยั่งยืนแก่ธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
คณะกรรมการบริษัทต้องดูแลปกป้องผู้ถือหุ้นทุก กลุ่มอย่างเสมอภาค ไม่ถ่วงเทผลประโยชน์ให้ผู้ ถือหุ้นกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยมิชอบ	คณะกรรมการบริษัทเอื้อประโยชน์บางอย่าง ให้กับกลุ่มผู้มีอำนาจ หรือผู้มีอิทธิพล เพื่อเพิ่ม ความคล่องตัวในการทำงาน หรือให้ผลประโยชน์ ตอบแทนบริษัท
ผู้บริหารต้องดูแลพนักงานด้วยความเที่ยงธรรม ใครทำดีก็ส่งเสริม ใครทำผิดก็ตักเตือนหรือ ลงโทษ	ผู้บริหารส่งเสริมพนักงานในสายพรรคพวกของ ตัวเองเป็นอันดับแรก เพื่อเพิ่มอิทธิพลในบริษัท และเอื้อผลประโยชน์ให้ตัวเอง
พนักงานต้องให้บริการลูกค้า และปฏิบัติต่อผู้ขาย สินค้าหรือบริการโดยไม่เลือกที่รักมักที่ชัง	พนักงานบริการเป็นพิเศษต่อลูกค้าที่ดูใจและ ปฏิบัติต่อผู้ขายสินค้าหรือบริการที่ให้ ผลตอบแทนส่วนตัวต่อตนเอง
ไม่ส่งเสริมการใช้สินบน เพราะนำไปสู่ความไม่ ชอบธรรมในการแข่งขัน	ใช้สินบนเพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนิน ธุรกิจ และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียม ไม่ส่งเสริมการใช้
สินบน

บทวิทยุ ตอนที่ 34 “บรรษัทภิบาลคือความโปร่งใสในองค์กรธุรกิจ”

เนื้อหาเป็นการกล่าวเปรียบเทียบให้ผู้ฟังเข้าใจหลักบรรษัทภิบาลอย่างคร่าว ๆ โดยนำไปเปรียบเทียบกับธรรมชาติที่เคยอยู่ในกระแสการเรียกร้องให้เกิดขึ้นในภาครัฐ และให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาล เรื่อง ความโปร่งใสในองค์กรธุรกิจ (Transparency) ว่าในทางปฏิบัตินั้นการเปิดเผยข้อมูลธุรกิจใดบ้างที่จะทำให้เกิดความโปร่งใส ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
จัดทำงานการเงินโดยใช้มาตรฐานทางบัญชี ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาต ตามกฎหมาย เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถนำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลจากแหล่งอื่นได้	จัดทำงานการเงินตามกฎหมายก็พอ ไม่จำเป็นต้องคำนึงเรื่องมาตรฐานเพื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลอื่น เพื่อให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม
เปิดเผยโครงสร้างของการถือหุ้น	ผู้ถือหุ้นมากไม่อยากจะเปิดเผยโครงสร้างการถือหุ้น เพราะจะทำให้เห็นถึงอำนาจที่มีอยู่
เปิดเผยผลตอบแทนของกรรมการและผู้บริหารระดับสูง	ผลตอบแทนที่ได้มีหลายรูปแบบ เช่น เงินเดือน เบี้ยประชุม หุ้น และเปิดเผยบางตัวเท่านั้นเพื่อช่วยเลี่ยงการเสียภาษีให้

สรุปวาทกรรมที่พบ : มาตรฐานของงบการเงิน การเปิดเผยโครงสร้างผู้ถือหุ้น การเปิดเผยผลตอบแทนคณะกรรมการ

บทวิทยุ ตอนที่ 35 “ทำธุรกิจ..ต้องมองไกล”

เนื้อหาพูดถึงการเปรียบเทียบให้ถึงความขัดแย้งระหว่างการสร้างมูลค่าระยะยาวแก่องค์กร หรือการทำธุรกิจแบบมองการณ์ไกล และการประกอบการค้าแบบนักเก็งกำไร โดยชี้ให้เห็นผลดีของการทำธุรกิจแบบมองการณ์ไกลว่าจะช่วยสร้างผลกำไรที่ยั่งยืนแก่องค์กร

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
เลือกลงทุนในธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนเมื่อเทียบกับความเสี่ยงแล้ว ให้ผลคุ้มค่าในระยะยาว และหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ไม่จำเป็น	เป็นนักเก็งกำไร โดยเลือกลงทุนที่อาจดูเสี่ยงบ้าง แต่ให้ผลตอบแทนคุ้มค่ามากกว่า รวยได้เร็วกว่า

สรุปวาทกรรมที่พบ : การเลือกลงทุนของนักลงทุน

บทวิทยุ ตอนที่ 36 “มุ่งสู่ความเป็นเลิศ..เสริมศักยภาพการแข่งขัน”

เนื้อหา นำสภาพการแข่งขันที่เข้มข้นในยุคโลกาภิวัตน์ เพื่อให้ผู้ฟังเห็นความสำคัญของหลักบรรษัทภิบาล เรื่อง การส่งเสริมการปฏิบัติอันเป็นเลิศ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติจริง รวมทั้งชี้ให้เห็นข้อดีที่จะเป็นปัจจัยเสริมศักยภาพการแข่งขันให้ธุรกิจได้อย่างแท้จริง

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
จำหน่ายสินค้าในราคาที่เป็นธรรม	หากสินค้าขาดตลาด และเป็นที่ต้องการมาก ก็ควรขึ้นราคา เป็นช่วงน้ำขึ้นให้รีบตัก
ไม่ละเลยปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เป็นผลจากการดำเนินธุรกิจของตน	ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องของหน่วยงานรัฐ และชุมชน ต้องดูแล เพราะธุรกิจก็เสียภาษีให้รัฐไปแล้ว
ใส่ใจกับการพัฒนาคุณภาพของบุคลากร	แต่ต้องการความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ก็ต้องแสวงหาวิธีพัฒนาศักยภาพด้วยตัวเอง มิฉะนั้นบริษัทก็อาจรับคนใหม่เข้ามาทำงานแทน
ผลักดันให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องพยายามพัฒนาตนเอง เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศอยู่ตลอดเวลา	ผลักดันให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทำงานให้มากที่สุด เพราะต้องแข่งขันตลอดเวลา ถ้าใครมีเวลาว่างไปทำเรื่องอื่นแสดงว่าได้รับงานน้อยเกินไป

สรุปวาทกรรมที่พบ : ราคาสินค้าที่เป็นธรรม ดูแลสิ่งแวดล้อม พัฒนาตนเอง ความเป็นเลิศ

บทวิทยุ ตอนที่ 37 “บรรษัทภิบาล แต่มั่นคงของธุรกิจ”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์คุณชวลิต ธนะชานันท์ ประธานคณะกรรมการเพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นคณะทำงานที่จัดตั้งโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีหน้าที่ศึกษาระบบกำกับดูแลกิจการขององค์กรธุรกิจนานาชาติ เนื้อหา มีลักษณะเชิงชวนให้ธุรกิจบริหารงานด้วยระบบกำกับดูแลที่ดี โดยชี้ว่าจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ เพราะสร้างความมั่นคงในระยะยาว ยิ่งมีเร็วเท่าไร ก็ยิ่งได้ประโยชน์เร็วเท่านั้น

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การทำให้กิจการมีระบบกำกับดูแลที่ดี ยิ่งเร็วเท่าไร ประโยชน์ที่จะได้รับก็จะเร็วขึ้นเท่านั้น	วุ่นวาย เสียเวลา และเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น โดยไม่รู้ว่าจะมีประโยชน์ที่ชัดเจนเป็นรูปธรรมให้ผลตอบแทนกับบริษัทเมื่อใด

สรุปวาทกรรมที่พบ : ประโยชน์ต่อบริษัท

บทวิทยุตอนที่ 38 “บทบาทของกรรมการอิสระ”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์คุณชวลิต ธนะชานันท์ มีลักษณะการให้ข้อมูลของกรรมการอิสระ ว่าเป็นผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการบริหารของบริษัท รวมทั้งหน้าที่ที่มี และชี้ให้เห็นประโยชน์ของการมีกรรมการอิสระ

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการอิสระ คือกรรมการที่ไม่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นใด ๆ ทำหน้าที่ให้ความเห็นในการประชุมอย่างตรงไปตรงมา ต้องดูแลว่าในการพิจารณาเรื่องต่าง ๆ ไม่ใช่เพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายใหญ่เท่านั้น	กรรมการอิสระมีความสัมพันธ์กับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คอยดูแลผลประโยชน์ให้ในที่ประชุม และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ล่วงหน้า

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความสัมพันธ์ส่วนตัว

บทวิทยุตอนที่ 39 “ประกวดบริษัทภิบาล ประกาศศักยภาพธุรกิจไทย”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์อาจารย์เกียรติศักดิ์ จีระเจริญ นายกสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย ซึ่งมีลักษณะการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของการจัดประกวดการปฏิบัติอันเป็นเลิศตามหลักบริษัทภิบาล ว่าได้รับการกล่าวขานอย่างมากในระดับสากล

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การประกวดสร้างความตื่นตัวในเรื่องระบบการกำกับดูแลกิจการให้กับธุรกิจในบ้านเรา และทำให้สังคมโลกได้ร่วมรับรู้การเคลื่อนไหวครั้งสำคัญ ของธุรกิจไทยอีกด้วย	บริษัทที่ไม่มีบริษัทภิบาลก็ได้รับรางวัลจากการประกวดด้วย เพราะมีความสัมพันธ์กับผู้อำนาจในบ้านเมือง

สรุปวาทกรรมที่พบ : การสร้างมาตรฐานร่วมกัน

บทวิทยุตอนที่ 40 “บรรษัทภิบาลไทยในเวทีโลก”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์อาจารย์เกียรติศักดิ์ จีรเจียรนาถ มีลักษณะการประชาสัมพันธ์ถึงความสำเร็จของการประกวดฯ ในระดับสากล โดยนำเสนอข้อดีของหลักบรรษัทภิบาลในการดำเนินธุรกิจว่าเป็นปัจจัยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
สังคมนานาชาติยอมรับว่าประเทศไทยมีมาตรฐานเดียวกัน จากการที่มีบรรษัทภิบาล	บรรษัทภิบาลเป็นเพียงอุบายของต่างชาติเพื่อให้ล้วงความลับของบริษัทคนไทย เพื่อให้สามารถหาข้ออ้างในการซื้อหุ้นได้ถูกลง เพราะในประเทศเขาเอง บริษัทส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นบรรษัทภิบาล และไม่มีกฎบังคับที่จริงจัง

สรุปวาทกรรมที่พบ : การยอมรับในระดับสากล

บทวิทยุตอนที่ 41 “คณะกรรมการตรวจสอบ กลไกสำคัญของหลักบรรษัทภิบาล”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์คุณสุภัท ต้นสถิตติกร ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบตรวจสอบ สมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย ว่าคณะกรรมการตรวจสอบ เป็นหัวใจของหน่วยงาน เพราะเป็นหูเป็นตาให้กับกรรมการบริษัท

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
มีคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อเป็นหูเป็นตาให้กับคณะกรรมการบริษัท	คณะกรรมการตรวจสอบทำให้เพิ่มขึ้นขั้นตอนการทำงานมากขึ้น

สรุปวาทกรรมที่พบ : การตรวจสอบการทำงาน

บทวิทยุตอนที่ 42 “สำนึกบรรษัทภิบาล...ตัวอย่างในต่างประเทศ”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์อาจารย์เกียรติศักดิ์ จีรเจียรนาถ เกี่ยวกับตัวอย่างบริษัทในต่างประเทศที่มีสำนึกในเรื่องบรรษัทภิบาล ว่าเกิดจากแนวคิดเชิงบรรษัทภิบาลที่ดีที่ต้องคำนึงถึงผู้มีผลประโยชน์ร่วมอื่น ๆ ด้วย

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ไม่สนับสนุนการใช้แรงงานเด็ก	ลักลอบใช้แรงงานเด็กดีกว่า แรงงานถูก โดยเฉพาะเด็กที่ลักลอบเข้ามาจากประเทศเพื่อนบ้าน เพราะไม่มีญาติพี่น้องฟ้องร้องได้
สินค้าที่จะขายต้องไม่ทำลายสภาพแวดล้อม	จ่ายเงินได้โตะให้กับเจ้าหน้าที่เพื่อไม่ให้เกิดการทำลายสภาพแวดล้อมจากการผลิตสินค้าเป็นเรื่องเป็นราวขึ้นมา
คำนึงถึงผู้มีประโยชน์ร่วมอื่น ๆ นอกเหนือจากผู้ถือหุ้น	คำนึงถึงผลประโยชน์ของบริษัทเป็นหลัก โดยเฉพาะของผู้ถือหุ้นที่ถือว่าเป็นเจ้าของบริษัท เพราะถ้าผลประโยชน์ที่ดีก็จะได้รับจ่ายเงินตอบแทนมากขึ้น

สรุปวาทกรรมที่พบ : ประโยชน์ส่วนรวม ดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงประโยชน์ของทุกฝ่าย

บทวิทยุตอนที่ 43 “บริษัทภิบาล...เพิ่มประสิทธิภาพการระดมทุน”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์อาจารย์เกียรติศักดิ์ จิรเจียรนาถ ซึ่งให้ชี้แจงเชิงเชิดชวนว่า บริษัทภิบาลคือปัจจัยที่ผู้ลงทุนนำมาพิจารณา ซึ่งจะส่งผล 3 อย่างด้านการกู้เงิน คือ 1. กู้ได้ง่ายขึ้น 2. กู้ได้มากขึ้น 3. ต้นทุนถูกลง และยังทำให้ราคาหุ้นเพิ่มขึ้น

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การมีบริษัทภิบาลทำให้บริษัทได้รับความเชื่อมั่นจากแหล่งเงินกู้ และผู้ลงทุน หรือผู้ถือหุ้น ทำให้สามารถระดมทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ความเชื่อมั่นจากแหล่งเงินกู้และผู้ลงทุน อยู่ที่ความสามารถในการบริหารงานมากกว่าว่าจะสามารถทำให้เงินออกงยได้มากแค่ไหน ถ้าลงทุนแล้วได้ผลประโยชน์มากและเร็ว ใครจะไม่เอา

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความเชื่อมั่นของนักลงทุน

บทวิทยุตอนที่ 44 “บริษัทภิบาล...ไม่ใช่เรื่องไกลตัว”

เนื้อหาชี้ให้เห็นว่าบริษัทภิบาลเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทุกคน โดยที่ในฐานะลูกค้า การซื้อสินค้าจากห้างร้านที่ดำเนินธุรกิจตามหลักบริษัทภิบาลลูกค้าจะได้สินค้าที่มีคุณภาพ ในราคา

ยุติธรรม ได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรมจากผู้ขาย ส่วนในฐานะสมาชิกในสังคมจะได้ประโยชน์ทางอ้อมจากการที่บริษัทที่ดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลนั้นจะไม่ทำสิ่งที่ขัดต่อกฎหมาย โดยสรุปให้เข้าใจง่ายว่า “ถ้าพ่อค้าเป็นคนดี ผู้ซื้อก็ไม่ถูกเอาเปรียบ สังคมก็ย่อมสงบสุข”

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
พ่อค้าเป็นคนดี ผู้ซื้อก็ไม่ถูกเอาเปรียบ สังคมก็ย่อมสงบสุข	เป็นคนดีด้วย และต้องมีกำไรด้วย เพราะถ้าไม่มีกำไรมากพอ ธุรกิจก็อยู่ไม่ได้เหมือนกัน

สรุปวาทกรรมที่พบ : คนดี

บทวิทยุตอนที่ 45 “ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย...แนวร่วมสร้างมาตรฐานบรรษัทภิบาล”

เนื้อหากล่าวถึงความเคลื่อนไหวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยด้านบรรษัทภิบาล คือ การกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อผลักดันให้ธุรกิจมีระบบกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
เปิดเผยข้อมูลแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน	ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ซึ่งส่วนมากเป็นกรรมการบริษัท จึงรู้ข้อมูลภายในที่เป็นประโยชน์ก่อน และตัดสินใจผลประโยชน์ได้ก่อนผู้ถือหุ้นรายย่อย

สรุปวาทกรรมที่พบ : เปิดเผยข้อมูลให้ทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน

บทวิทยุตอนที่ 46 “สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย”

เนื้อหากล่าวถึง IOD หรือสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ว่าเป็นองค์กรที่ได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงาน เพื่อเป็นแหล่งผลิตบุคลากรคุณภาพเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทต่าง ๆ และมีกิจกรรมต่างๆ อันเป็นการวางรากฐานระบบกำกับดูแลกิจการที่ดีในประเทศไทย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องมีทักษะความรู้ และจรรยาบรรณ เพราะเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงต่อการกำกับดูแลกิจการ และมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการสร้างหลักบรรษัทภิบาลให้เกิดขึ้น	กรรมการบริษัทส่วนมากมาจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ซึ่งก็ถือว่าเป็นเจ้าของบริษัท ส่วนจะมีทักษะความรู้และจรรยาบรรณแค่ไหน ก็ต้องขึ้นกับภูมิหลังของแต่ละคน

สรุปวาทกรรมที่พบ : มีความรู้ความคู่จรรยาบรรณ

บทวิทยุตอนที่ 47 “ระบบควบคุมภายใน...หนทางสู่บรรษัทภิบาล”

เนื้อหากล่าวถึงระบบควบคุมภายใน ว่ามีขึ้นเพื่อให้มีความมั่นใจว่าบริษัทจะดำเนินกิจการอย่างมีประสิทธิภาพเป็นไปตามเป้าหมาย โดยทรัพย์สินของบริษัทไม่สูญหายหรือถูกใช้ไปในทางที่ไม่เหมาะสม และรายงานทางการเงินเชื่อถือได้ ไม่มีการตกแต่งตัวเลข รวมทั้งบริษัทปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ระบบดังกล่าวประกอบด้วย การวางกฎเกณฑ์ ระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ รวมทั้งการปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีในการทำงาน ซึ่งเป็นแนวทางการสร้างหลักบรรษัทภิบาลในองค์กร

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ทรัพย์สินบริษัทไม่ถูกใช้ไปในทางที่ไม่เหมาะสม	จะเอาทรัพย์สินบริษัทไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัว
รายงานการเงินเชื่อถือได้ ปราศจากการตกแต่งตัวเลขให้ดูดีเกินจริง	ตกแต่งตัวเลขรายงานการเงิน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นพอใจ ราคาหุ้นก็จะสูงขึ้น
บริษัทไม่ละเมิดประโยชน์สุขของสังคมโดยรวม	ไม่ลงทุนเสียเงินมากเพื่อแก้ไขความเสียหายในการทำงานที่มีต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม แต่ให้เงินได้โตะกับผู้ควบคุมดูแล เพื่อให้ธุรกิจของบริษัทเดินหน้าต่อ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ใช้ทรัพย์สินบริษัท รายงานทางการเงินเชื่อถือได้ มีความรับผิดชอบต่อสังคม

บทวิทยุตอนที่ 48 “ลดความเสี่ยงของธุรกิจด้วยระบบควบคุมภายใน”

เนื้อหากล่าวถึง ระบบควบคุมภายใน ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสร้างหลักบรรษัทภิบาลในองค์กร โดยช่วยลดความเสี่ยงของกิจการ สร้างความมั่นใจแก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้บริหารไม่ควรนำเงินบริษัทไปลงทุนเก็งกำไรเอง เช่น ตลาดหุ้น หรือ การนำเงินไปซื้อขายพันธบัตร โดยเกินอำนาจหน้าที่ โดยไม่มีการสอบถามและคานอำนาจ เพราะมีความเสี่ยงสูง และทำให้บริษัทต้องปิดกิจการได้	เงินของบริษัทในความดูแลอยู่เฉย ๆ ไม่มีประโยชน์อะไร ขอเืมเงินบริษัทไปลงทุนหาผลตอบแทนชั่วคราวก็ไม่เป็นอะไร ไม่มีใครรู้ เพราะเราเป็นผู้บริหารดูแลอยู่ พอได้กำไรมาก็เอาเงินต้นคืนบริษัท ก็ถือว่าไม่ได้โกงบริษัท

สรุปวาทกรรมที่พบ : การใช้ทรัพย์สินบริษัท ความเสี่ยงในการลงทุน

บทวิทยุตอนที่ 49 “ที่มาของกระแสบรรษัทภิบาลในเมืองไทย”

เนื้อหากล่าวถึงที่มาของบรรษัทภิบาลว่า หลังการล่มสลายของเศรษฐกิจฟองสบู่ ทำให้ต้องมีหลักปฏิบัติที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน เพื่อสามารถนำเม็ดเงินจากนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศมาฟื้นชีวิตให้กับภาคธุรกิจไทย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน	ถ่ายเทผลประโยชน์เป็นของตนเองและพวกพ้องดีกว่าให้คนอื่นเอาไป ถ้าเราไม่ทำยังไงก็มีคนทำ

สรุปวาทกรรมที่พบ : การปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน

บทวิทยุตอนที่ 50 “ระดับความโปร่งใสคือปัจจัยสร้างความเชื่อมั่น”

เนื้อหากล่าวถึงการสร้างความโปร่งใสให้กับองค์กร คือ การเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจของนักลงทุน อย่างตรงไปตรงมา และทันเวลา เพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบ โดยนักลงทุนทั่วโลกจัดระดับการเปิดเผยข้อมูลในโลก 4 ระดับ คือ 1. ไม่เปิดเผยอะไรเลย 2. เปิดเผยน้อย 3. เปิดเผยมาก และ 4. เปิดเผยเต็มที่ ซึ่งโฆษกกล่าวเสริมว่าการยกระดับความโปร่งใส เป็นการเรียกความเชื่อมั่นจากนักลงทุนทั่วโลก

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
เปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจของนักลงทุนอย่างตรงไปตรงมา และทันเวลา	เปิดเผยข้อมูลเท่าที่ทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทดูสวยหรู อาจปรับแต่งตัวเลข เพื่อดึงดูดใจนักลงทุน เพื่อให้บริษัทมีเงินทุนในการทำธุรกิจ

สรุปวาทกรรมที่พบ : เปิดเผยข้อมูลอย่างตรงไปตรงมาและทันเวลา ดึงดูดนักลงทุน

บทวิทยุตอนที่ 51 “บรรษัทภิบาลในประเทศเพื่อนบ้าน”

เนื้อหากล่าวถึงผลการศึกษาของคณะอนุกรรมการเพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ว่าได้สรุปหลักบรรษัทภิบาลจากประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย ว่าให้ความสำคัญกับ 4 ประเด็นหลักคล้าย ๆ กัน คือ บทบาทของคณะกรรมการ

บริษัท บทบาทของผู้ถือหุ้น รายงานทางการเงิน และจริยธรรมทางธุรกิจ และกระตุ้นในตอนท้ายว่า ประเทศไทยต้องเร่งสร้างบรรษัทภิบาลเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในเวทีการค้าโลกด้วย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กำหนดความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท ต่อผู้ถือหุ้น	กรรมการทำตามหน้าที่ตามมาตรฐานปกติที่ไม่โดนกล่าวหาเอาผิดได้ ส่วนเวลาที่มีใช้หาผลประโยชน์ส่วนตัวอย่างอื่นที่คุ้มค่าดีกว่า

สรุปวาทกรรมที่พบ : จริยธรรมในการทำงาน

บทวิทยุตอนที่ 52 “ทุกส่วนของสังคมร่วมผลักดันบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาเป็นลักษณะการให้ข้อมูลปัจจัยภายนอกที่ส่วนผลักดันหลักบรรษัทภิบาล ว่าประกอบด้วยกลไก 2 ส่วนคือ 1. กลไกที่มีผลบังคับตามกฎหมาย 2. กลไกทางธุรกิจและสังคม โดยจะส่งผลให้เกิดประสิทธิผลในการดำเนินงาน และความยั่งยืนของธุรกิจ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ปัจจัยภายนอกที่ช่วยผลักดันหลักบรรษัทภิบาล คือ กลไกที่มีผลบังคับตามกฎหมาย และกลไกทางธุรกิจและสังคม เช่น นักลงทุน คู่ค้า เจ้าหนี้ สื่อมวลชน ฯลฯ	ปัจจัยสำคัญอยู่ที่คนภายใน เพราะถ้าคนภายในบริษัทไม่ได้ปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล ก็มีแต่ภาพลักษณ์สวยงาม

สรุปวาทกรรมที่พบ : ร่วมแรงร่วมใจผลักดันให้เกิดบรรษัทภิบาล

บทวิทยุตอนที่ 53 “แรงผลักดันจากสื่อมวลชน”

เนื้อหากล่าวถึงสื่อมวลชนที่มีส่วนในการผลักดันธุรกิจไปสู่มาตรฐานบรรษัทภิบาล โดยคอยตรวจสอบและเปิดเผยการเบียดเบียนหรือทำความเสียหายต่อสาธารณประโยชน์ต่อสังคม รวมทั้งเป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่แนวคิดบรรษัทภิบาลในวงกว้าง

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
สื่อมวลชนเปิดเผยการเบียดเบียนหรือทำความเสียหายต่อสาธารณประโยชน์	สื่อมวลชนรับเงินใต้โต๊ะ และช่วยปิดข่าว เพื่อให้ธุรกิจบริษัทเดินหน้าต่อ

สรุปวาทกรรมที่พบ : หน้าที่ของสื่อมวลชน

บทวิทยุตอนที่ 54 “ผู้สอบบัญชี...ผู้สร้างความโปร่งใสให้ธุรกิจ”

เนื้อหาเกี่ยวกับผู้สอบบัญชี โดยกล่าวว่าเป็นอีกหนึ่งกลไกที่ช่วยสร้างความโปร่งใสให้แก่กิจการ ดังนั้น บริษัทต้องใส่ใจกับการปฏิบัติของผู้สอบบัญชี และต้องให้ความไว้วางใจ และประกันความเป็นอิสระในการทำงานของผู้สอบบัญชี

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
คัดเลือกผู้สอบบัญชีที่มีความรู้ความสามารถ และเคร่งครัดกับจรรยาบรรณวิชาชีพ	คัดเลือกผู้สอบบัญชีที่มีความรู้ความสามารถ และรู้ช่องทางในการจัดทำบัญชีเพื่อให้เสียภาษีได้น้อยลง
ให้ความไว้วางใจ และประกันความเป็นอิสระในการทำงานของผู้สอบบัญชี โดยไม่แสดงอิทธิพลครอบงำทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อบิดเบือนผลการตรวจสอบ	การค้าต้องได้กำไรมากที่สุด จึงต้องเจรจากับผู้สอบบัญชี เพื่อหาทางหลีกเลี่ยงภาษีที่ต้องจ่าย โดยทำให้จ่ายภาษีน้อยที่สุด และให้ผลตอบแทนกับผู้สอบบัญชีเพิ่มเติม

สรุปวาทกรรมที่พบ : การคัดเลือกผู้สอบบัญชี ไม่ตบแต่งตัวเลขทางการเงิน

บทวิทยุตอนที่ 55 “บรรษัทภิบาลของแท้...ไม่ต้องรอให้ใครตรวจสอบ”

โฆษกกล่าวว่า ผู้นำองค์กรควรสร้างกลไกตรวจสอบภายในองค์กร ในลักษณะสอบทานซึ่งกันและกัน เพื่อช่วยรักษามาตรฐานของผลงาน ลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต และสร้างความโปร่งใสภายในองค์กร

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
สร้างกลไกตรวจสอบการทำงานระหว่างกันภายในบริษัท	การจับผิด ทำให้เสียบรรยากาศที่ดีในการทำงาน มองหน้ากันไม่ติด เสียการเสียงานได้ ไม่มีใครอยากทำงานอะไร เพราะกลัวโดนจับผิด

สรุปวาทกรรมที่พบ : สร้างกลไกตรวจสอบการทำงาน

บทวิทยุตอนที่ 56 “สื่อสารภายในองค์กร สร้างวิสัยทัศน์บรรษัทภิบาล”

เนื้อหาชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กร โดยกล่าวถึงวิธีปฏิบัติ และให้เหตุผลว่าจะสามารถสร้างบรรษัทภิบาลได้อย่างเป็นรูปธรรม

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
แจ่มแจ้งให้ชัดเจนว่าใครมีภารกิจและหน้าที่รับผิดชอบอะไรบ้าง	ไม่แจ่มแจ้งภารกิจและหน้าที่รับผิดชอบ เป็นเรื่องของหัวหน้างานที่ต้องบริหารงานเอง

สรุปวาทกรรมที่พบ : เปิดเผยภารกิจหน้าที่รับผิดชอบ

บทวิทยุตอนที่ 57 “ความเป็นอิสระของกรรมการบริษัท...ตัวอย่างในต่างประเทศ”

เนื้อหาชี้ให้เห็นว่าจำนวนกรรมการอิสระเป็นการบ่งบอกประสิทธิภาพของระบบกำกับดูแลในองค์กร และเล่าถึงตัวอย่างข้อกำหนดคุณสมบัติของกรรมการอิสระ เพื่อให้มีความเป็นกลางในการดูแลผลประโยชน์ในธุรกิจที่บริษัทถือหุ้นอยู่

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กำหนดคุณสมบัติกรรมการอิสระไว้อย่างละเอียด เพื่อให้มีความเป็นกลางในการดูแลผลประโยชน์	คณะกรรมการอิสระไม่เป็นกลาง ให้ข้อมูลที่ผลประโยชน์กับพวกเดียวกัน

สรุปวาทกรรมที่พบ : มีความเป็นกลาง

บทวิทยุตอนที่ 58 “ปรับทัศนคติ รับการแข่งขัน”

เนื้อหาชี้ให้เห็นความสำคัญของหลักบรรษัทภิบาล ว่าเป็นทางรอดและวิถีการเติบโตของธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งธุรกิจไทยที่ต้องพึ่งพาปัจจัยภายนอกมากขึ้น จึงจำเป็นต้องปรับทัศนคติจากเดิมที่เป็นธุรกิจครอบครัว ให้สอดคล้องกับหลักบรรษัทภิบาล เพื่อสร้างการยอมรับในระดับสากล และเสริมสมรรถนะการแข่งขัน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ไม่ควรรวบอำนาจการบริหารไว้คนเดียว โดยไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายอื่น	ผู้ถือหุ้นรายใหญ่นับว่าเป็นเจ้าของบริษัท ต้องรวบอำนาจไว้ ไม่ไว้วางใจให้คนอื่นดูแลกิจการแทน
แต่งตั้งกรรมการจากภายนอกที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มากกว่าแต่งตั้งลูกหลานญาติพี่น้องเป็นคณะกรรมการบริษัท	คนในครอบครัวน่าไว้วางใจให้บริหารงานได้มากกว่าคนภายนอก เพราะอย่างไรก็เป็นญาติกัน ส่วนเรื่องงานสามารถเรียนรู้และฝึกฝนภายหลังได้

สรุปวาทกรรมที่พบ : การรวบอำนาจ ธุรกิจแบบครอบครัว

บทวิทยุตอนที่ 59 “เอกลักษณ์ไทยที่ส่งเสริมหลักบรรษัทภิบาล”

เนื้อหากล่าวถึงความ เป็นไทยหลายอย่าง เชื้อต่อการปฏิรูปวง การธุรกิจให้เป็นไปตามแนวทาง บรรษัทภิบาล เช่น ความเชื่อในเรื่องบาปบุญคุณโทษ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความจงรักภักดีในสถาบัน พระมหากษัตริย์ และการปลดปล่อยความขัดแย้งทางเชื้อชาติศาสนา

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
เคร่งครัดกับจรรยาบรรณในการทำธุรกิจ ไม่เอาเปรียบใคร	จรรยาบรรณกินไม่ได้ ถ้าหาผลประโยชน์ได้ก่อน ก็ไม่ควรปล่อยโอกาสให้หลุดไป
ไม่กอบโกยผลประโยชน์ส่วนตน แต่มีน้ำใจคืนสิ่งดี ๆ กลับสู่ชุมชน	การค้าก็ต้องเป็นการค้า ถ้าจะทำการค้าก็ต้องมีกำไร ส่วนการทำประโยชน์ให้ชุมชนก็ต้องดูว่าจะได้ผลประโยชน์รูปแบบไหนตอบแทนกลับมาด้วย

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ส่วนตัว จรรยาบรรณ

บทวิทยุตอนที่ 60 “สร้างความเชื่อมั่น การทำงานต้องชัดเจน”

เนื้อหาชี้ให้เห็นว่าหลักบรรษัทภิบาลเป็นการผสมผสานระหว่างจิตสำนึกที่ดีจากภายใน ซึ่งก็คือการที่บุคลากรทุกฝ่ายมีจิตสำนึกที่ดีเป็นพื้นฐาน และกฎเกณฑ์ควบคุมจากภายนอก เช่น การกำหนดกฎเกณฑ์การทำงานที่ชัดเจนแน่นอน ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงทั้งสองอย่างควบคู่กันด้วย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
มีความชัดเจนในการดำเนินงาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้อื่นที่อยู่ภายนอกองค์กร	การดำเนินงานเป็นเรื่องภายในไม่จำเป็นต้องแสดงให้คนนอกรู้ การสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้อื่นที่อยู่ภายนอกองค์กร สามารถสร้างได้จากตัวเลขรายได้ของบริษัท คนก็เชื่อมั่นในบริษัทแล้ว

สรุปวาทกรรมที่พบ : ดำเนินการอย่างชัดเจน สร้างความเชื่อมั่น

บทวิทยุตอนที่ 61 “สร้างระบบที่ดี ส่งเสริมบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาเกี่ยวกับการสร้าง “ระบบที่ดี” เช่น การมีมาตรการส่งเสริมให้คนที่ทำดีได้ประโยชน์ เช่น การยกย่องเชิดชูเกียรติคุณแก่ผู้ปฏิบัติงานอย่างซื่อสัตย์ การสร้างความเข้าใจและปลูกจิตสำนึก

ที่ดีให้แก่บุคลากรฝ่ายต่าง ๆ และการสร้างกฎเกณฑ์ที่เป็นธรรม โดยกล่าววาระบบที่ดีนั้น ควรมีมาตรการป้องกันการกระทำผิด ควบคู่กับมาตรการส่งเสริมการทำดี

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
มีมาตรการป้องกันการกระทำผิด ควบคู่กับ มาตรการส่งเสริมการทำดี สร้างกฎเกณฑ์ที่เป็น ธรรมโดยไม่มีทางเลือกปฏิบัติ	ในทางปฏิบัติจริงถึงมีมาตรการไว้ แต่คนที่เป็น คนโปรดของเจ้านายก็ได้รับการลงโทษก็เบามาก หรือแทบไม่มีเลย และกลับได้ดี ส่วนคนที่ทำดีแต่ ไม่ได้เป็นคนโปรด ก็ไม่มีใครสนใจ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ยุติธรรมกับพนักงานทุกคน

บทวิทฤษฎตอนที่ 62 “บรรษัทภิบาลไม่มีสูตรสำเร็จ”

เนื้อหาชี้แนะว่าหลักบรรษัทภิบาลเป็นเพียงแนวทางกว้าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจ จึงต้องนำมา ประยุกต์โดยพิจารณาสภาพแวดล้อมในองค์กรเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมก่อนนำไปใช้

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาลต้องประยุกต์ให้ เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแต่ละธุรกิจ เพื่อ ประสิทธิภาพสูงสุดในการสร้างความยั่งยืนให้กับ ธุรกิจ	การปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาลยังไม่มีข้อ พิสูจน์แน่นอนว่าเป็นตัวแปรที่สร้างความยั่งยืน ให้กับธุรกิจได้จริง เพราะถ้ากิจการไม่ดี ถึงทำ หลักบรรษัทภิบาลแค่ไหน ธุรกิจก็อยู่ไม่ได้

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความยั่งยืนของธุรกิจ

บทวิทฤษฎตอนที่ 63 “มาตรฐานบรรษัทภิบาลของอังกฤษ”

เนื้อหา นำมาจากประกาศประมวลหลักปฏิบัติที่เป็นเลิศของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแห่งลอนดอน ประเทศอังกฤษ ได้โดยสรุปรวมจากหลักปฏิบัติขององค์กรธุรกิจในประเทศ ซึ่งได้รับการยอมรับว่า เป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาล

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
อังกฤษนำหลักบริษัทภิบาลมาใช้ยกระดับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจของตน เพื่อดึงดูดนักลงทุน เป็นแบบอย่างให้ธุรกิจไทยที่ต้องการปรับตัวให้สอดคล้องกับมาตรฐานโลก	บริษัทภิบาลเป็นเรื่องตมต้นเพื่อให้ต้องเสียเงินให้กับฝรั่ง แม้แต่ฝรั่งส่วนหนึ่งก็ยังหลงเชื่อ

สรุปวาทกรรมที่พบ : การสร้างมาตรฐานการทำธุรกิจ

บทวิทยุตอนที่ 64 “บริษัทภิบาล...ปัจจัยวัดระดับความน่าเชื่อถือ

เนื้อหานำมาจากการสัมภาษณ์ ศ.ดร.วรภัทร ไตชนะเกษม กรรมการผู้จัดการ บริษัท Thai Rating and Information Service จำกัด หรือ TRIS โดยให้ข้อมูลการจัดอันดับความน่าเชื่อถือ ว่าต้องดูทั้งตัวแปรพื้นฐานทั่วไป และกลไกของการบริหารของบริษัท ว่าสอดคล้องกับหลักการทั่วไปของกระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดีหรือไม่

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องดูที่มาของคณะกรรมการ ความรู้ ความสามารถ ความสมดุล และความหลากหลายแตกต่างกันในหลาย ๆ วิชาชีพ	กรรมการที่มีความรู้ความสามารถ อาจทุจริตโดยให้ข้อมูลที่เอื้อประโยชน์กับผู้รับเหมาบางราย และใช้อำนาจหน้าที่เปลี่ยนตัวคนที่ไม่ยอมทุจริตออกไป เอาคนที่คุมได้มาทำแทน

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความรู้ความสามารถของคณะกรรมการ ความสมดุลของคณะกรรมการ ความหลากหลายของคณะกรรมการ

บทวิทยุตอนที่ 65 “ฟื้นความเชื่อมั่นช่วยหลักบริษัทภิบาล”

เนื้อหานำมาจากการสัมภาษณ์ ศ.ดร.วรภัทร ไตชนะเกษม โดยชี้ให้เห็นความสำคัญของการบริหารงานด้วยหลักบริษัทภิบาลว่า ต้องสร้าง ธรรมภิบาล ให้มากในระดับที่พอใจ จึงจะสามารถเรียกความมั่นใจของนักลงทุนต่างชาติให้มีต่อธุรกิจไทยได้ หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
บริษัทต้องมีความซื่อสัตย์ เช่น การเปิดเผยตัวเลขทางการเงินอย่างโปร่งใส เพื่อให้ชาวต่างชาติที่อยากลงทุนมีความมั่นใจ	นักลงทุนจะมองปัจจัยหลักที่งบการเงินต้องดีจึงจะให้ความสนใจ ถ้างบการเงินไม่ดี ต่อให้มีบริษัทภิบาลแค่ไหน ก็ไม่อยากลงทุนด้วย

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความซื่อสัตย์ของบริษัท เปิดเผยตัวเลขทางการเงิน เงินลงทุน

บทวิทยุตอนที่ 66 “บริษัทภิบาลไทยวันนี้”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ ศ.ดร.วรภัทร ไตชนะเกษม ซึ่งให้ข้อมูลการสร้างหลักบริษัทภิบาลที่ดีว่ามีแนวโน้มที่ดีขึ้น รวมทั้งยกตัวอย่างการปฏิบัติของฝ่ายต่างๆ ที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในธุรกิจที่บริหารงานด้วยหลักบริษัทภิบาล ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการตรวจสอบตั้งคำถามมากขึ้น ผู้บริหารก็ต้องหาคำตอบที่ฟังแล้วชัดเจนตรงไปตรงมามากขึ้น ทุกคนตระหนักถึงภาระหน้าที่มากขึ้น	ถึงแม้ว่าจะมีการตั้งคำถามมากขึ้น แต่กรรมการยังคงเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ซึ่งคนยังให้ความเกรงใจ เพราะเป็นวัฒนธรรมไทยอย่างหนึ่ง
ผู้ถือหุ้นรายใหญ่เป็นคนมีชื่อเสียงในสังคม เขาก็ต้องปกป้องชื่อเสียงเขาเหมือนกัน	มีการรับผลประโยชน์แบบกินตามน้ำจากตำแหน่งกรรมการ หรือผู้ถือหุ้น ซึ่งไม่มีหลักฐานในบริษัทโดยตรง อีกทั้งมีเส้นสายพรรคพวกคอยปกป้อง ก็ไม่ทำให้เสียชื่อเสียง

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความรับผิดชอบ ผลประโยชน์

บทวิทยุตอนที่ 67 “ข้อคิดจากการประปานครหลวง...บริษัทภิบาลกับการระดมทุน”

เนื้อหา มาจากการสัมภาษณ์คุณชวนพิศ ธรรมศิริ ผู้ว่าการการประปานครหลวง ซึ่งขณะเกิดการประกวดหลักบริษัทภิบาล ปี 2543 โดยเป็นลักษณะการให้ข้อมูลว่าการประปานครหลวงได้ปรับปรุงระบบบริหารให้ชัดเจน โปร่งใส สามารถตรวจสอบและรับรู้การดำเนินงานต่าง ๆ ได้ เพื่อเตรียมเป็นบริษัทมหาชน และเนื้อหาได้ชี้ให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือของธุรกิจที่เกิดขึ้นจากหลักบริษัทภิบาล เป็นประโยชน์ต่อการระดมทุน และส่งผลดีต่อเครดิตธุรกิจนั้น ๆ เมื่อมีการกู้ยืม

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ระบบบริหารต้องชัดเจน โปร่งใส ทุกคนสามารถตรวจสอบและรับรู้การดำเนินงานได้	เปิดเผยอย่างโปร่งใสให้ดูแต่ส่วนที่ดี จะตรวจสอบและรับรู้การดำเนินงานได้ แต่ส่วนที่เสียหายไม่ให้อวด

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความโปร่งใสของระบบบริหาร การตรวจสอบระบบบริหาร

บทวิทยุตอนที่ 68 “สร้างหลักบรรษัทภิบาล เริ่มจากสร้างความเข้าใจ”

เนื่อนำมาจากการสัมภาษณ์ คุณชนวนพิศ ธรรมศิริ โดยชี้ให้เห็นความสำคัญของการสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ตรวจกับผู้ถูกตรวจในช่วงการเริ่มเปลี่ยนระบบการตรวจสอบว่า เป็นการช่วยกันเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดที่ใหญ่

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
มีระบบตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้น	ระบบตรวจสอบในสังคมไทยที่เน้นการประนีประนอม ทำให้เกิดความแตกแยก เพราะมีการเผชิญหน้ากันระหว่างผู้ตรวจกับผู้ถูกตรวจ และอาจทำให้ฝ่ายบริหารทำงานไม่เต็มที่เพราะต้องคอยระวังตัว

สรุปวาทกรรมที่พบ : มีระบบตรวจสอบ

บทวิทยุตอนที่ 69 “พลังเสียงจากนักลงทุน”

เนื่อนำมาจากการสัมภาษณ์ ม.ล.ผกาแก้ว บุญเลี้ยง นายกสสมาคมบริษัทจัดการลงทุน กล่าวว่า บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่ของผู้ลงทุนในการผลักดันให้กิจการให้ความสำคัญกับหลักบรรษัทภิบาล โดยเลือกลงทุนในกิจการที่มีผลประกอบการดี มีความโปร่งใส สุจริต และใช้ดุลพินิจที่รอบคอบระมัดระวังในการดำเนินการ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
นักลงทุนจะเลือกลงทุนในกิจการที่มีผลประกอบการดี มีความโปร่งใส สุจริต	นักลงทุนได้ข้อมูลไม่ครบทุกด้าน เพราะบริษัทเลือกเปิดเผยเฉพาะข้อมูลที่ดี แต่มีการปิดบังส่วนที่ไม่ดีไว้

สรุปวาทกรรมที่พบ : การเลือกลงทุนของนักลงทุน

บทวิทยุตอนที่ 70 “บทบาทของนักลงทุนในต่างประเทศ”

เนื่อนำมาจากการสัมภาษณ์ ม.ล.ผกาแก้ว บุญเลี้ยง โดยให้ข้อมูลกองทุน CalPERs ว่า การลงทุนนั้นจะพิจารณาจากผลประกอบการ และการมีหลักบริษัทที่ดี โดยชี้ให้เห็นถึง บทบาทของนักลงทุนในการผลักดันให้เกิดบริษัทที่ดีในภาคธุรกิจ

บริษัท/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การมีผลประกอบการและบริษัทที่ดีเพิ่ม โอกาสการจูงใจให้นักลงทุนมาซื้อหุ้น โดยเฉพาะ นักลงทุนที่เป็นกองทุน ซึ่งจะเป็นการเชิญชวนให้นักลงทุนรายอื่นซื้อหุ้นนั้นตามด้วย	นักลงทุนเลือกลงทุนโดยดูที่ผลประกอบการเป็นหลัก มากกว่าเรื่องบริษัท ซึ่งบริษัท ส่วนมากสร้างภาพบริษัทจากการเปิดเผย ข้อมูลให้รู้เฉพาะส่วนดีเท่านั้น

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประกอบการดี การจูงใจนักลงทุน

บทวิทยุตอนที่ 71 “ตัวอย่างหลักบริษัทของผู้ประกอบธุรกิจ”

เนื่อนำมาจากการสัมภาษณ์ ม.ล.ผกาแก้ว บุญเลี้ยง โดยมีลักษณะการให้ข้อมูลการ คุ่มครองธุรกิจจัดการลงทุนของสำนักงานคณะกรรมการหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

บริษัท/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ไม่ทำธุรกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง	มีการถ่ายโอนทรัพย์สินจากบริษัทที่ถือหุ้นโดยผู้ถือหุ้นหลายราย ไปยังบริษัทอื่นเพื่อให้การแบ่ง ผลประโยชน์กับผู้ถือหุ้นรายย่อยอื่นๆ น้อยลง
ไม่ใช่ข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ส่วนตัว	กรรมการและผู้บริหารนำข้อมูลที่รู้ล่วงหน้าเป็นการภายในซึ่งเกี่ยวกับผลกระทบต่อราคาหุ้นไปซื้อหรือขายหุ้นก่อนประกาศกับสาธารณชน ทำให้ได้รับผลประโยชน์

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ส่วนตัว

บทวิทยุตอนที่ 72 “IOD กับปีที่ผ่านมา”

เนื่อนำมาจากการสัมภาษณ์ คุณชาญชัย จารุวัตร์ กรรมการผู้อำนวยการ IOD หรือ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการไทย โดยให้ข้อมูลการจัดหลักสูตรการอบรมและการสัมมนาต่าง ๆ

ซึ่งส่งผลต่อการเริ่มต้นที่ดีของการวางรากฐานความมั่นคงแก่ธุรกิจไทย ด้วยการสร้างความตระหนักในภาระหน้าที่ของกรรมการบริษัท

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ และนำองค์กรไปให้สอดคล้องกับหลักบรรษัทภิบาล	กรรมการบริษัททำตามหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด ก็พอ

สรุปวาทกรรมที่พบ : หน้าที่ของกรรมการ

บทวิทยุตอนที่ 73 “อีกก้าวของบรรษัทภิบาลไทย”

เนื่อนานำมาจากการสัมภาษณ์ คุณชาญชัย จารุวัศตร์ ซึ่งชี้ให้เห็นข้อดีของโครงการ Benchmark โดยเป็นการกระตุ้นบริษัทต่าง ๆ ให้พัฒนาตัวเอง รวมทั้งสามารถวัดผลอย่างเป็นรูปธรรมว่าการสร้างหลักบรรษัทภิบาลที่ดีของธุรกิจไทยคือหน้าอย่างไร และกำลังก้าวเดินไปทางไหน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
เป็นการดึงดูดความสนใจของนักลงทุน	บรรษัทภิบาลไม่ได้เป็นการรับประกันว่าจะมีนักลงทุนสนใจ หากผลประกอบการของบริษัทไม่ดี

สรุปวาทกรรมที่พบ : การดึงดูดความสนใจนักลงทุน

บทวิทยุตอนที่ 74 “บทบาทของกรรมการบริษัท...ข้อคิดจาก IOD”

เนื่อนานำมาจากการสัมภาษณ์ คุณชาญชัย จารุวัศตร์ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีจรรยาบรรณ และสร้างความมั่นคงของบริษัทให้เจริญเติบโตมีกำไรอย่างต่อเนื่อง โดยจะส่งผลให้ค่านิยมและมูลค่าของผู้ถือหุ้นในระยะยาวสูงขึ้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
สร้างความมั่นคงให้แก่ธุรกิจมากขึ้น แทนที่จะเน้นเฉพาะการทำกำไรอย่างเดียว	เน้นการทำกำไรก่อน เพื่อให้ตัวเลขงบการเงินของบริษัทดีนักลงทุนก็จะสนใจลงทุน
ทำให้ค่านิยมและมูลค่าของผู้ถือหุ้นในระยะยาวสูงขึ้น	ผู้ถือหุ้นส่วนมากไม่สนใจมูลค่าระยะยาว แต่ต้องการทำกำไรในระยะเวลานึงเท่านั้น

สรุปวาทกรรมที่พบ : กำไรของบริษัท สร้างมูลค่าระยะยาว

บทวิทยุตอนที่ 75 “มุมมองที่สร้างสรรค์...กฎเกณฑ์ที่ไม่ใช่ภาระ”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ ดร.ประสาร ไตรรัตน์วรกุล เลขาธิการ คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งชี้ให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ได้จากการบริหารงานด้วยหลักบรรษัทภิบาล แม้ว่าจะอาจเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายบ้าง และยกตัวอย่างประโยชน์ดังกล่าว

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ให้ผลประโยชน์อาจจะมากกว่า เช่น ระดมทุนได้ในราคาที่ต่ำลงโดยมีผู้ลงทุนบางประเทศยินดีให้ premium กับเรื่องบรรษัทภิบาลถึง ร้อยละ 20-30 ของราคานั้น ถ้าเป็นบริษัทที่ไม่ดี	เป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่าย บริษัทที่สร้างภาพลักษณ์แต่ไม่ปฏิบัติจริง แต่เป็นบริษัทใหญ่ และมีความน่าเชื่อถือ ทำกำไรได้มาก มูลค่าหุ้นก็สูงขึ้นได้ และยังมีนักลงทุนนิยมซื้อมากกว่า

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ เงินลงทุน ความน่าเชื่อถือ

บทวิทยุตอนที่ 76 “องค์กรพิทักษ์สิทธิผู้ถือหุ้นรายย่อย”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ ดร.ประสาร ไตรรัตน์วรกุล เลขาธิการ คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือ กลต. ซึ่งมีลักษณะการให้ข้อมูลองค์กรพิทักษ์สิทธิผู้ถือหุ้นรายย่อย ซึ่งส่งผลให้ผู้ถือหุ้นทุกรายได้รับการดูแลสิทธิอย่างเท่าเทียม

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้ถือหุ้นรายใหญ่และรายย่อยได้รับการดูแลสิทธิประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน	นักลงทุนรายย่อยถูกละเมิดสิทธิโดยบริษัทที่ตนถือหุ้น เพราะขาดความรู้ความเข้าใจในการตรวจสอบความไม่ชอบมาพากล

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นทุกกลุ่ม

บทวิทยุตอนที่ 77 “ภาพสะท้อนอีกด้านของบรรษัทภิบาลไทย”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ ดร.ประสาร ไตรรัตน์วรกุล ให้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบตัวอย่างของบริษัทธุรกิจในเมืองไทยที่ขาดระบบการกำกับดูแลที่ดี

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ไม่นำข้อมูลภายในไปสร้างผลประโยชน์ส่วนตัว	นำข้อมูลภายในในบริษัทที่มีผลกับราคาหุ้นล่วงหน้าไปซื้อหรือขายหุ้นก่อนเพื่อทำกำไรก่อนเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชน
กรรมการบริษัทกำกับดูแลและตรวจสอบการทำงานของฝ่ายบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ	การตัดสินใจเรื่องสำคัญ ๆ ของฝ่ายบริหาร ไม่มีการตรวจสอบของกรรมการบริษัท
ดูแลผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน	ฝ่ายจัดการหรือกรรมการบริษัทมีการปล่อยทรัพย์สินของบริษัทมหาชนที่ถือหุ้นโดยประชาชนออกไปสู่กลุ่มบุคคล

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ส่วนตัว ผลประโยชน์ของทุกฝ่าย กำกับดูแลฝ่ายบริหาร ตรวจสอบการทำงานฝ่ายบริหาร การตรวจสอบ

บทวิทยุตอนที่ 78 “บทบาทสำคัญของสมาคมนักบัญชี”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ คุณนนทพล นิมสมบุญ นายกสมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย โดยมีลักษณะการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานวิชาชีพ ซึ่งจะส่งผลให้นักลงทุนข้ามชาติมั่นใจในมาตรฐานบัญชีของประเทศไทย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้ตรวจสอบบัญชีต้องทำงานได้ถูกต้องตามมาตรฐาน เพื่อให้บริการเงินของบริษัทน่าเชื่อถือ	ผู้ตรวจสอบบัญชีรับผลประโยชน์ และไม่รายงานตัวเลขทางการเงินที่ไม่ดี เพื่อให้บริษัทดูน่าเชื่อถือ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความน่าเชื่อถือของบการเงิน การตรวจสอบบัญชีถูกต้อง

บทวิทยุตอนที่ 79 “ข้อคิดถึงผู้บริหารเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ คุณนนทพล นิมสมบุญ เนื้อหาชี้ให้เห็นข้อดีของการทำบการเงินที่ถูกต้องสะท้อนความเป็นจริง ทำให้สามารถใช้ประโยชน์จากบการเงินในการบริหาร ตามสภาพเป็นจริงทางธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายเกิดความเชื่อมั่น และเป็นผลดีต่อการบริหารจัดการ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ทำงานการเงินที่ถูกต้องสะท้อนความเป็นจริง ใช้ประโยชน์จากงบการเงินในการบริหารตามสภาพเป็นจริงทางธุรกิจ เป็นประโยชน์สูงสุด	ถ้าแสดงตัวเลขกำไรมาก ก็ต้องเสียภาษีให้รัฐบาลมาก บริษัทก็ขาดรายได้ที่ควรได้ไป ต้องทำให้เสียภาษีน้อยที่สุด
เรื่องภาษีอากรเป็นผลตามมาถ้านักธุรกิจมีบัญชีนำเชื่อถือ กรมสรรพากรก็คงจะไม่ประเมินภาษี	ความน่าเชื่อถืออยู่ที่ต้องมีเส้นสายกับผู้มีอำนาจทางการเมือง เพื่อให้สรรพากรไม่มาประเมินภาษี

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความน่าเชื่อถือของงบการเงิน การเสียภาษีอากร

บทวิทยุตอนที่ 80 “อีกหนึ่งตัวอย่าง...บรรษัทภิบาลไทย”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ คุณวิทยา ศรัทษ์ ผู้ว่าการการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย โดยมีลักษณะการให้ข้อมูลหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ ฝ่ายบริหาร และผู้บริหาร ซึ่งเป็นไปตามการบริหารงานด้วยหลักบรรษัทภิบาล ส่งผลให้ชนะเลิศการประกวด

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
แบ่งแยกหน้าที่ระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายบริหารอย่างชัดเจน	กำหนดการแบ่งแยกหน้าที่ แต่ในทางปฏิบัติก็มีการเอื้อผลประโยชน์ในการใช้ข้อมูลบริษัทหรือผลประโยชน์บริษัทไปเป็นประโยชน์ส่วนตัว
ดูแลผลประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน	นักลงทุนรายย่อยถูกละเมิดสิทธิ เพราะขาดความรู้ความเข้าใจในการตรวจสอบความไม่ชอบมาพากล / บริษัทไม่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการทำธุรกิจของตน

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความเท่าเทียมกันของทุกฝ่าย การแบ่งแยกอำนาจ

บทวิทยุตอนที่ 81 “กฟผ.กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ คุณวิทยา ศรัทษ์ โดยเป็นการให้ข้อมูลนโยบายของ กฟผ. ที่มีต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ให้ผลตอบแทนแก่พนักงานตามความสามารถ ในอัตราที่เหมาะสม	ผลตอบแทนของพนักงานขึ้นอยู่กับเส้นสายในที่ทำงาน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
รับผิดชอบเจ้าหน้าที่โดยประกอบธุรกิจให้มีฐานะการเงินที่ดีสามารถใช้หนี้ได้ตามที่วางแผน	ประกอบธุรกิจให้มีกำไร แต่อ้างการลงทุนเพื่อผลระยะยาวโดยยังไม่ใช้คืนหนี้ตามสัญญา
รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	ทำความเสียหายให้กับชุมชนและสิ่งแวดล้อม และปิดข่าวทำให้เรื่องเงียบหายไปจากสื่อมวลชน รวมทั้งอ้างว่าได้ทำการสำรวจความคิดเห็นประชาชนแล้วว่าไม่มีการร้องเรียน แต่ความเป็นจริงไม่เคยมีการสำรวจใดๆ

สรุปวาทกรรมที่พบ : การให้ผลตอบแทนของพนักงาน การดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม รับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่

บทวิทยุตอนที่ 82 “ความน่าเชื่อถือของธุรกิจ เริ่มจากศรัทธาในองค์กร”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ คุณเวรดี ต.สุวรรณ กรรมการบริหารโรงพยาบาลวิภาวดี เนื้อหามีลักษณะการให้ข้อมูลบทบาทของกรรมการบริษัทที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ได้รับความมั่นใจจากบุคลากรในองค์กรอันจะทำให้ได้รับความร่วมมือเต็มที่

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
แสดงความโปร่งใสในการทำงาน มีความยุติธรรม และตั้งใจจริงในการทำประโยชน์ให้องค์กร	ปกปิดข้อมูลที่ไม่ดี เอื้อประโยชน์ต่อพวกเดียวกัน เพื่อหาผลประโยชน์ส่วนตัว

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความโปร่งใส ความยุติธรรม ผลประโยชน์

บทวิทยุตอนที่ 83 “จิตสำนึกของกรรมการบริษัท”

เนื้อหา เป็นการชี้ให้เห็นความสำคัญของความเป็นกลางในการปฏิบัติงานของผู้ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท ไม่ถ่วงเทผลประโยชน์ขององค์กรมาเป็นของตนหรือพวกพ้อง ซึ่งคุณเวรดี ต.สุวรรณ ยกตัวอย่างจากประเทศออสเตรเลีย ซึ่งให้เพื่อนที่รู้จักมาเป็นกรรมการ และมีธุรกิจต่อเนื่อง เมื่อมีผลประโยชน์กัน จึงทำให้พูดได้ไม่เต็มปาก

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องมีความเป็นกลางในการปฏิบัติงาน ไม่ถ่ายเทผลประโยชน์ขององค์กรมาเป็นของตนเองหรือพวกพ้อง	ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้รับเหมาบางรายที่มีความสัมพันธ์กัน หรือนำข้อมูลภายในเพื่อทำกำไรจากการซื้อหรือขายหุ้นก่อนประกาศสู่สาธารณชน

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความเป็นกลางในการปฏิบัติงาน ผลประโยชน์ส่วนตัว

บทวิทยุตอนที่ 84 “รู้สึก รู้จริง ในธุรกิจ”

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งของคณะกรรมการบริษัท คือ การเรียนรู้ธุรกิจของตนให้เข้าใจอย่างลึกซึ้ง โดยชี้ให้เห็นว่าจะจะเป็นประโยชน์ทั้งในแง่การบริหารงานและการกำกับดูแล และยกตัวอย่างเพื่อให้ผู้ชมเข้าใจชัดเจน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องเรียนรู้ธุรกิจของตนให้ลึกซึ้ง	เป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหารต้องนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจให้ เพื่อประกอบการตัดสินใจ

สรุปวาทกรรมที่พบ : เรียนรู้ธุรกิจอย่างลึกซึ้ง

บทวิทยุตอนที่ 85 “การรวมพลังของผู้ถือหุ้นรายย่อย”

เนื้อหาชี้ให้เห็นว่าการรวมพลังและเคลื่อนไหวอย่างเป็นระบบของผู้ถือหุ้นรายย่อย สามารถผลักดันบริษัทให้ใส่ใจกับผลประโยชน์ของตนมากขึ้นได้ และยกตัวอย่างเพื่อให้ผู้ชมเข้าใจชัดเจน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้ถือหุ้นรายย่อยต้องรวมพลังและเคลื่อนไหวอย่างเป็นระบบ เพื่อผลักดันให้บริษัทใส่ใจกับผลประโยชน์ของตนมากขึ้น	ผู้ถือหุ้นรายย่อยไม่สนใจในการร่วมประชุมผู้ถือหุ้น เพราะคิดว่าเป็นไม่ชึกไปงัดไม้ซุง จึงไม่จำเป็นต้องไป ให้ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ประชุมก็พอ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อย

บทวิทยุตอนที่ 86 “พลังเสียงของข้างน้อย”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ คุณศิริวัฒน์ วรเวทวุฒิคุณ โดยมีลักษณะการให้ข้อเท็จจริง ว่าผู้ถือหุ้นแม้จะเพียงหุ้นเดียวก็เป็นเจ้าของบริษัท และชี้ให้เห็นความสำคัญของการเข้าประชุมผู้ถือหุ้นว่าจะส่งผลให้เกิดความโปร่งใส เพราะฝ่ายบริหารผู้ถือหุ้นใหญ่ก็จะรู้ว่ามีคนจับตามองอยู่

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้ถือหุ้นต้องแสดงบทบาทของตนในการเข้าประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อตรวจสอบการทำงานของ บริษัท	ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ประชุมก็พอ เพราะมีเงินลงทุน ในบริษัทมากกว่าก็ยอมตรวจสอบการทำงานของ บริษัทเพื่อผลประโยชน์ของเขาด้วย

สรุปวาทกรรมที่พบ : ตรวจสอบการทำงานของ บริษัท

บทวิทยุตอนที่ 87 “ติดตามข้อมูล...คุณสมบัติของผู้ลงทุนที่ดี”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ ดร.ประสาร ไตรรัตน์วรกุล โดยมีลักษณะการชี้แนะว่าผู้ลงทุน ควรให้ความสนใจติดตามข้อมูลต่าง ๆ ของบริษัท และควรมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสิทธิของตน โดยรู้ช่องทางในการเรียกร้องหรือปกป้องสิทธิของตนเอง

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้ลงทุนควรให้ความสนใจติดตามข้อมูลของ บริษัท เช่น รายงานประจำปี	ผู้ถือหุ้นส่วนมากไม่สนใจตรวจสอบตัวเลข เพราะ ไม่มีเชี่ยวชาญในการอ่านงบการเงิน
ผู้ลงทุนควรมีความรู้พื้นฐาน เช่น สิทธิ และช่องทางในการปกป้องสิทธิเมื่อถูกละเมิด	ผู้ถือหุ้นโดยเฉพาะรายเล็กไม่สนใจเรื่องความรู้พื้นฐาน สนใจเพียงว่าหุ้นตัวไหนราคาไม่ดีก็รีบขายทิ้งไปเท่านั้น

สรุปวาทกรรมที่พบ : ติดตามข้อมูลของบริษัท ความรู้พื้นฐานของผู้ถือหุ้น

บทวิทยุตอนที่ 88 “ที่มาของความเชื่อมั่น”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ คุณนนทพล นิมสมบุญ โดยชี้ให้เห็นว่างบการเงินที่ดูสวยกว่าความเป็นจริงไม่สามารถหลอกลวงนักลงทุนขนาดใหญ่ได้ เพราะจะส่งคนเข้ามาวิเคราะห์ก่อน และ

เนื้อหาเชิญชวนให้จัดทำรายงานทางการเงินที่ตรงไปตรงมา โดยจะส่งผลในการสร้างความมั่นใจแก่นักลงทุนได้อย่างแท้จริง

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
รายงานทางการเงินต้องสะท้อนความเป็นจริงของธุรกิจนั้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักลงทุน	ต้องตบแต่งตัวเลขผลประกอบการในรายงานทางการเงิน เพื่อสร้างความสนใจให้นักลงทุน

สรุปวาทกรรมที่พบ : สร้างความมั่นใจให้นักลงทุน

บทวิทยุตอนที่ 89 “นิยามของกรรมการบริษัทมีอาชีพ”

เนื้อหาชี้ให้เห็นว่าการผลักดันให้เกิดหลักบรรษัทภิบาลที่ดีในองค์กรเกิดขึ้นได้จากการริเริ่มและผลักดันอย่างจริงจังของกรรมการบริษัท และเนื้อหาให้ข้อมูลองค์ประกอบของกรรมการบริษัทมีอาชีพ 5 ข้อ

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องเป็นทั้งคนเก่ง คนดี และคนกล้า	กรรมการบริษัทเพียงปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายกำหนดเท่านั้น ถ้าเห็นเรื่องไหนไม่ชอบมาพากลก็อาจลาออกโดยได้รับผลตอบแทนหรือหุ้นของบริษัทเพื่อปิดปาก

สรุปวาทกรรมที่พบ : คนเก่ง คนดี คนกล้า

บทวิทยุตอนที่ 90 “บรรษัทภิบาลคือการประยุกต์ใช้”

เนื้อหานำมาจากการสัมภาษณ์ ศ.ดร.วรภัทร ไตรนเกษม โดยชี้ให้เห็นสภาพสังคมว่าสังคมไทยเป็นสังคมที่หลีกเลี่ยงความขัดแย้ง ซึ่งต้องปรับเปลี่ยนเฉพาะส่วนที่ไม่สอดคล้องกับแนวโน้มใหม่ของโลก และกล่าวสรุปว่าต้องมีการประยุกต์ใช้หลักบรรษัทภิบาล เพื่อให้สอดคล้องลงตัวกับวัฒนธรรมไทย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องทำหน้าที่ในการตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ	คนไทยมีวัฒนธรรมแห่งความเกรงใจ และมักไม่ยอมรับการตรวจสอบซึ่งกันและกัน ถ้าใครตั้งคำถามบ่อย ๆ จะกลายเป็นแคะตำ แล้วทำให้เกิดความรู้สึกขัดแย้ง

สรุปวาทกรรมที่พบ : หน้าที่ในการตรวจสอบ

บทวิทยุตอนที่ 91 “ข้อคิดในการสร้างระบบตรวจสอบ”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ คุณชวนพิศ ธรรมศิริ ยกตัวอย่างของการปราบปรามครหลวงรัฐวิสาหกิจที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ การประกวดหลักบรรษัทภิบาลประจำปี 2543 จากสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย เกี่ยวกับหน่วยตรวจสอบว่าได้ลดจำนวนพนักงานด้านนี้ลง โดยปรับเปลี่ยนการดำเนินงานด้านตรวจสอบ โฆษกสรุปว่าการพลิกแพลง ช่วยพัฒนาระบบตรวจสอบเพื่อก้าวไปสู่หลักบรรษัทภิบาลที่ดี โดยไม่ทำให้ธุรกิจมีค่าใช้จ่ายเพิ่ม

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
สร้างระบบตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ โดยประยุกต์ให้มีค่าใช้จ่ายน้อยลง	สร้างตรวจสอบเพียงเพื่อให้มี แต่การปฏิบัติจริงก็ขึ้นอยู่กับความหน้าบางยางอายุของผู้บุคคลผู้มีอำนาจมากกว่า

สรุปวาทกรรมที่พบ : สร้างระบบตรวจสอบ

บทวิทยุตอนที่ 92 “บรรษัทภิบาลจากมุมมอง กบข.”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ คุณนพพร เรืองสกุล โดยชี้ให้เห็นข้อดีของบริษัทที่มีบรรษัทภิบาล เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจะแก้ได้ง่ายกว่า และรวดเร็วกว่า ทำให้การลงทุนของนักลงทุนปลอดภัย อันจะส่งผลให้ดึงดูดใจนักลงทุน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้ถือหุ้นทุกคนได้สิทธิเสมอกัน มีการให้ข้อมูลดีพอ	บริษัทสนใจและให้สิทธิประโยชน์ผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่า แต่ก็มีข้อมูลมาตรฐานส่งให้ผู้ถือหุ้นทุกคน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
มีความโปร่งใสในการดำเนินการ ผู้บริหาร รับผิดชอบ	ผู้บริหารปิดบังข้อมูล ให้ดูรายงานเฉพาะส่วนที่ดี แต่ส่วนที่เสียหายไม่ให้ดู

สรุปวาทกรรมที่พบ : การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้น ความเท่าเทียมกัน

บทวิทยุตอนที่ 93 “อีกหนึ่งแรงจากผู้ลงทุน”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ คุณนพพร เรืองสกุล โดยมีลักษณะการให้ข้อมูลการ
ดำเนินการของ กบข. ที่ช่วยเร่งสร้างหลักบรรษัทภิบาลที่ดี และยกตัวอย่างการดำเนินงานดังกล่าว

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้ลงทุนต้องผลักดันให้เกิดหลักบรรษัทภิบาลที่ดี ในธุรกิจ เพื่อความปลอดภัยของเงินทุน	ผู้ลงทุนสนใจมูลค่าหุ้นมากกว่า ถ้ามูลค่าหุ้นไม่ดี ก็ถอนหุ้นไปลงทุนใหม่ในบริษัทที่ดีกว่าเท่านั้น

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความปลอดภัยของเงินทุน

บทวิทยุตอนที่ 94 “บรรษัทภิบาลของ กบข.”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์คุณนพพร เรืองสกุล ซึ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล
ของ กบข. ในด้านต่าง ๆ ทั้งการเลือกตั้งคณะกรรมการ การบริหารงานด้านการลงทุน การตรวจสอบ
การทำงาน เป็นต้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
คณะกรรมการมีที่มาชัดเจน	คณะกรรมการมีที่มาชัดเจน แต่อาจไม่มีรายงาน ด้านความสัมพันธ์กับผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นบาง รายในรายงานแสดงตัวคณะกรรมการ
การลงทุนมีระบบเช็คและตรวจสอบการทำงาน ทุกขั้นตอน	การตรวจสอบการทำงานเพียงอย่างเดียวไม่ สามารถรับประกันความเสี่ยงของการลงทุนได้ ต้องขึ้นอยู่กับจรรยาบรรณของผู้บริหารด้วย
เปิดเผยข้อมูลข่าวสารให้สมาชิกได้ทราบอย่าง ชัดเจนและทั่วถึง	ข้อมูลพิเศษเฉพาะมีสมาชิกบางรายที่มี ความสัมพันธ์กับผู้บริหารหรือกรรมการที่ได้รับ ข้อมูลก่อน

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความชัดเจนของที่มาของคณะกรรมการ มีระบบตรวจสอบการทำงาน เปิดเผยข้อมูล

บทวิทยุตอนที่ 95 “ความรับผิดชอบต่อสังคม ... แง่คิดจาก กฟผ.”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ คุณวิทยา ศรวัชร์ มีลักษณะเชิงเชิญชวนให้ผู้ประกอบธุรกิจ ใช้หลักบรรษัทภิบาลเพื่อยึดถือหลักผลประโยชน์ของหลายฝ่ายร่วมกัน รวมทั้งความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมด้วย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง เช่น ผู้ถือหุ้น ลูกค้า หรือพนักงาน และรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมด้วย	รับผิดชอบต่อเฉพาะคนที่สามารถให้คุณให้โทษได้โดยตรง เช่น ลูกค้าที่อาจไม่ซื้อสินค้า และผู้ถือหุ้นรายใหญ่

สรุปวาทกรรมที่พบ : รับผิดชอบต่อทุกฝ่าย

บทวิทยุตอนที่ 96 “ปรับตัว...สู่สังคมธุรกิจยุคใหม่”

เนื้อหา นำมาจากการสัมภาษณ์ ดร.ประสาร ไตรรัตน์วรกุล มีลักษณะการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการนำองค์กรสู่หลักบรรษัทภิบาลที่ดี 3 ประการ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
รู้หน้าที่ความรับผิดชอบต่อตนเอง	รู้หน้าที่ความรับผิดชอบต่อ แต่การปฏิบัติขึ้นอยู่กับจรรยาบรรณของผู้บริหารและกรรมการแต่ละคน
รู้ว่าคนที่เกี่ยวข้องต้องการอะไร	คนที่เกี่ยวข้องก็ต้องการแค่ผลประโยชน์มากเหมือนกันทั้งนั้น
ทำในรูปแบบที่เหมาะสม	เลือกตอบสนองเฉพาะคนที่สามารถให้คุณให้โทษได้โดยตรง

สรุปวาทกรรมที่พบ : รู้หน้าที่ ทำอย่างเหมาะสม

วาทกรรมหลักบรรษัทภิบาลที่นำเสนอในสารคดีทางวิทยุ ความยาว 2 นาที

ผู้วิจัยใช้การจัดหมวดหมู่วาทกรรมที่ค้นพบโดยเปรียบเทียบกับคุณสมบัติขององค์กรที่มีหลักบรรษัทภิบาลสากล โดยสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย ดังนี้

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 1

ยึดหลักความถูกต้องในการปฏิบัติภาระหน้าที่ (Responsibility) การกำหนดภารกิจของแต่ละฝ่ายในองค์กรอย่างชัดเจนว่า ต้องทำอะไร และทำอย่างไร มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

1.1 กลุ่มวาทกรรมผลประโยชน์ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ค่าตอบแทน ผลตอบแทน ผลประโยชน์ส่วนตัว ผลประโยชน์ต่อทุกฝ่าย มีประโยชน์ต่อบริษัท ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ไม่ส่งเสริมการใช้สินบน กำไรของบริษัท ราคาสินค้าที่เป็นธรรม การลดค่าใช้จ่าย ทุจริตผูกขาด ทุจริตครอบครวั ความสัมพันธ์ส่วนตัว คู่แข่งทางธุรกิจ การใช้ทรัพย์สินบริษัท การทุจริต

1.2 กลุ่มวาทกรรมอำนาจ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การคานอำนาจ การแย่งแยกออำนาจ การรวบอำนาจ การถ่วงดุลอำนาจ ความสมดุลของคณะกรรมการ

1.3 กลุ่มวาทกรรมความเก่ง มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความรู้ความสามารถของคณะกรรมการ ความหลากหลายของคณะกรรมการ เร็ยรู้ธุรกิจอย่างลึกซึ้ง ความรู้พื้นฐาน คนเก่ง ภูหน้าที่

1.4 กลุ่มวาทกรรมความชัดเจน มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การดำเนินการอย่างชัดเจน

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 2

มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน (Accountability) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบต่ออย่างแท้จริง มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

2.1 กลุ่มวาทกรรมความดี มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ มีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ของคณะกรรมการ ความซื่อสัตย์ของบริษัท มีจรรยาบรรณในการทำงาน มีอิสระในการตัดสินใจ มีความซื่อตรงต่อหน้าที่ มีความรับผิดชอบต่อ รับผิดชอบต่อชุมชน รับผิดชอบต่อลูกค้า คำนึงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ปฏิบัติหน้าที่ทำงานด้วยความทุ่มเท จริยธรรมในการทำงาน มีความรู้ควบคู่จรรยาบรรณ ไม่ตบแต่งตัวเลขทางบัญชี

2.2 กลุ่มวาทกรรมความกล้า มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ คนกล้า การตัดสินใจปัญหา กล้าเสนอสิ่งที่ ดี กล้าจัดการสิ่งที่ไม่ดี

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 3

ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม (Equitable Treatment) การวางกฎเกณฑ์หรือระเบียบวิธีต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรแต่ละฝ่ายปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียม มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

3.1 กลุ่มวาทกรรมความยุติธรรม มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ เปิดเผยข้อมูลให้ทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน การปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียม ความเป็นกลางในการปฏิบัติงาน ทำอย่างเหมาะสม ความยุติธรรมต่อผู้ถือหุ้นทุกกลุ่ม

3.2 กลุ่มวาทกรรมการดูแลพนักงาน มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การคัดเลือก การพัฒนา การให้ผลตอบแทน

3.3 กลุ่มวาทกรรมการดูแลชุมชนและสิ่งแวดล้อม มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ผลกระทบต่อชุมชน วัฒนธรรมท้องถิ่น ดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม รับผิดชอบต่อสังคม

3.4 กลุ่มวาทกรรมการดูแลเจ้าหน้าที่ มีวาทกรรมย่อย คือ การรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 4

มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

4.1 กลุ่มวาทกรรมความโปร่งใส มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การเปิดเผยข้อมูลตัวเลขทางการเงิน เปิดเผยข้อมูลทางธุรกิจ เปิดเผยผลประกอบการ เปิดเผยข้อมูลของระบบบริหาร เปิดเผยข้อมูลอย่างตรงไปตรงมาและทันเวลา การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้น ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ความชัดเจนของข้อมูล ข้อมูลมีความโปร่งใส ความชัดเจนของที่มาคณะกรรมการ งบการเงินได้มาตรฐาน การเสียภาษีอากร รายงานทางการเงิน การเปิดเผยภารกิจหน้าที่รับผิดชอบต่อ การคัดเลือกผู้สอบบัญชี

4.2 กลุ่มวาทกรรมการตรวจสอบ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การตรวจสอบการทำงานของฝ่ายบริหาร การตรวจสอบบัญชี การตรวจสอบระบบบริหาร การตรวจสอบบัญชี การกำกับดูแล การทำตามขั้นตอน สร้างกลไกตรวจสอบ มีระบบตรวจสอบ

4.3 กลุ่มวาทกรรมเงินทุนซึ่งมาจากการเปิดเผยข้อมูลทำให้เกิดความเชื่อมั่นของนักลงทุน มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การเลือกลงทุนของนักลงทุน แหล่งเงินกู้ ความเชื่อมั่นของนักลงทุน สร้างความมั่นใจให้นักลงทุน ความต้องการเงินทุน การดึงดูดความสนใจของนักลงทุน การจูงใจนักลงทุน การจัดการหนี้ เงินลงทุน

4.4 กลุ่มวาทกรรมการยอมรับ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ เพิ่มความน่าเชื่อถือให้บริษัท ความน่าเชื่อถือของบการเงิน มีผลประกอบการดี ความน่าเชื่อถือของธุรกิจ

4.5 กลุ่มวาทกรรมการดูแลผู้ถือหุ้น มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การอำนวยความสะดวก การแจ้งกำหนดการล่วงหน้า การลงคะแนนเสียง ผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อย การดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น การติดตามข้อมูลผลประกอบการของบริษัท ความรู้พื้นฐานของผู้ถือหุ้น

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 5

มุ่งสร้างคุณค่าของธุรกิจในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสีย (Long-term Value-Added Creation to Stakeholders) การทำธุรกิจแบบมองการณ์ไกล หลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ไม่จำเป็น เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคง มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

5.1 กลุ่มวาทกรรมความเติบโตของธุรกิจ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความเติบโต ความยั่งยืน

5.2 กลุ่มวาทกรรมการควบคุมความเสี่ยง มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความปลอดภัยของเงินทุน ความเสี่ยงในการทำธุรกิจ ความเสี่ยงในการลงทุน

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 6

มุ่งส่งเสริมหลักการบริหารอันเป็นเลิศ (Promotion of Best Practice) การส่งเสริมให้การปฏิบัติงานทุกด้านมุ่งไปสู่ความสมบูรณ์แบบ ผลักดันให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องพยายามพัฒนาตนเอง เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศอยู่ตลอดเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

6.1 กลุ่มวาทกรรมควบคุมคุณภาพ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ คุณภาพ ความเป็นเลิศ การมีมาตรฐานรับประกัน การสร้างมาตรฐาน กำหนดคุณสมบัติของกรรมการ หน้าที่ของกรรมการ การปฏิบัติงาน ความปลอดภัยของลูกค้า ความปลอดภัยของสังคม พัฒนาคุณภาพ พัฒนาตนเอง หน้าที่ของสื่อมวลชน การผลักดันให้เกิดบรรษัทภิบาล การยอมรับในระดับสากล

4.1.2 ภาพยนตร์โฆษณา ชุด “บรรษัทภิบาล”

ขั้นตอนและกระบวนการผลิต

ผู้วิจัยพบว่าสำนักงานประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสาร วิเคราะห์ว่าควรใช้ภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านบรรษัทภิบาล เพื่อให้ได้วัตถุประสงค์ตามแผนของการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ จากนั้นผู้อำนวยการสำนักงานฯ จึงได้นำเสนอแผนงานนี้ต่อคุณอวิรุทธิ์ วงศ์พุทธพิทักษ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ซึ่งเป็นผู้ดูแลสำนักงานประชาสัมพันธ์โดยตรง “ทางที่

เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และสร้างกระแสได้มากที่สุดก็คือทำหนังโฆษณา” (ศิริพรรณวดี บัวอินทร์, สัมภาษณ์ 2548)

เมื่อได้รับความเห็นชอบแผนงานในการจัดทำภาพยนตร์โฆษณาแล้ว หน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสารจึงติดต่อบริษัทตัวแทนโฆษณา เพื่อเสนอ Storyboard ภาพยนตร์โฆษณา “ตอนนั้นเลือกมา 3 ราย มา pitching กัน” โดยวัตถุประสงค์ของภาพยนตร์โฆษณา คือ “เพื่อสร้างจิตสำนึกในการดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักบรรษัทภิบาล อันจะนำมาซึ่งความน่าเชื่อถือและความเจริญก้าวหน้าขององค์กร ตลอดจนเสริมสร้างความมั่นใจให้กับนักธุรกิจ นักลงทุน และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยรวม” ท้ายที่สุดสำนักงานประชาสัมพันธ์ได้คัดเลือก บริษัท DY&R (บริษัท Y&R ในปัจจุบัน) เป็นผู้จัดทำ “หลังจากได้เจ้าแล้วก็ยังไม่ได้เอาบอร์ดนั้นไปทำเลย มีการปรับกันอีกเยอะมากเลยประมาณ 10 กว่าบอร์ดถึงจะมาเป็นหนังเรื่องนี้” (ธีรภัทร ภาณุวงศกร, สัมภาษณ์ 2548)

รูปแบบการนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ เป็นการเล่าเรื่องจากภายในองค์กรไปสู่สังคมภายนอก ผ่านมุมมองของผู้บริหารว่า “บริษัทที่ดีในปัจจุบันควรจะยึดมั่นในหลักการบรรษัทภิบาล” โดยเน้นที่หลักสำคัญ 3 ประการ คือ ความตระหนักในภาระหน้าที่ (Accountability) ความโปร่งใส (Transparency) และ การกำหนดภารกิจ (Responsibility) (เอกสารข้อมูลภาพยนตร์โฆษณา สำนักงานประชาสัมพันธ์, 2543)

“เนื่องจากการบริหารงานด้วยหลักการบรรษัทภิบาล เป็นการบริหารแบบ Top down management ซึ่งเป็นการดำเนินการจากระดับผู้บริหารองค์กรลงมา ดังนั้น จึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้บริหารเท่านั้น ไม่ได้ต้องการสื่อสารในกลุ่มประชากรทั่วไป” (ศิริพรรณวดี บัวอินทร์, สัมภาษณ์ 2548) ซึ่งรวมทั้งการเลือกใช้รายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศจะเจาะจงเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มดังกล่าวเป็นหลัก

ขั้นตอนการจัดทำภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ ทาง DY&R ได้เสนอ Storyboard ภาพยนตร์โฆษณาต่อบริษัทลูกค้า ซึ่งก็คือสำนักงานประชาสัมพันธ์โดยมีผู้พิจารณาปรับแก้ คือ ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์ ผู้จัดการกลยุทธ์การสื่อสาร และผู้ช่วยผู้จัดการกลยุทธ์การสื่อสาร เป็นผู้ร่วมพิจารณา โดยให้ความคิดเห็นเพื่อปรับแก้ในแง่ของความน่าสนใจในการเล่าเรื่อง “แต่เรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวหลักบรรษัทภิบาลเลย ต้องปรึกษาคุณรุ่งโรจน์ รังสีโยภาส ผู้อำนวยการสำนักงานวางแผนกลาง และคณะทำงานด้านบรรษัทภิบาลของเครือฯ ซึ่งเค้าเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านหลักบรรษัทภิบาล” (ธีรภัทร ภาณุวงศกร, สัมภาษณ์ 2548) และเมื่อปรับแก้ Storyboard เรียบร้อยแล้ว ผู้อำนวยการ

สำนักงานฯ จึงร่วมกับบริษัท DY&R นำเสนอ Storyboard ต่อคุณอวิรุทธิ์เพื่อพิจารณาอีกครั้ง เมื่อได้รับการอนุมัติแล้ว บริษัท DY&R จึงเริ่มดำเนินการในขั้นตอนการผลิต

“เสร็จแล้วก็ไปขั้นตอนการผลิตตามปกติ” (ธีรภัทร ภาณุวงศกร, สัมภาษณ์ 2548) ขั้นตอนตามปกตินั้นบริษัทตัวแทนโฆษณาจะเสนอ Pre-production ซึ่งได้แก่ ตัวแสดง เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย สถานที่ถ่ายทำ shooting board อุปกรณ์ประกอบต่าง ๆ เมื่อได้รับการพิจารณาจากผู้อำนวยการสำนักงานฯ และทีมงานกลยุทธ์การสื่อสารแล้ว จึงดำเนินการถ่ายทำ “ตอนนั้นก็ช่วยกันดู มีพี่มัท พี่อิง พี่แดง” รวมทั้งการทำ Post-production อย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถสื่อสารได้ตรงกับวัตถุประสงค์ เมื่อเรียบร้อยแล้วผู้อำนวยการสำนักงานฯ จึงได้นำเสนอเทปภาพยนตร์โฆษณานั้นต่อคุณ อวิรุทธิ์ และนำเสนอต่อคณะจัดการเครือข่าย และกรรมการบริษัทในขั้นสุดท้าย ซึ่งก็ได้รับความเห็นชอบในการออกอากาศภาพยนตร์โฆษณาชุด “บรรษัทภิบาล”

เมื่อวิเคราะห์ขั้นตอนและกระบวนการผลิตภาพยนตร์โฆษณา ซึ่งนับว่าเป็นงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการถ่ายทอดเพื่อให้ได้วัตถุประสงค์ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนั้น บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็น Advocate ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของสื่อเอง และไม่สามารถผลิตสื่อได้เอง จึงต้องว่าจ้างบริษัทตัวแทนโฆษณาเพื่อดำเนินการคิดและสร้างสรรค์ และซื้อสื่อเพื่อลงโฆษณา รวมทั้งอาศัย Production house เพื่อถ่ายทำและตัดต่อให้

ส่วนการวิเคราะห์ขั้นตอนการเสนออนุมัติ พบว่าเป็นการอนุมัติแบบลำดับขั้นไม่ใช้การประชุมรวมแล้วพิจารณาพร้อมกันครั้งเดียว จึงทำให้องค์กรขนาดใหญ่อย่างบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) มีขั้นตอน และผู้พิจารณาอนุมัติค่อนข้างมาก โดยในขั้นตอนการพิจารณาอนุมัติภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าว มีผู้พิจารณาและอนุมัติไม่ต่ำกว่า 5 ชั้น โดยเรียงจากลำดับต้นไปลำดับสูง ได้แก่ ผู้จัดการกลยุทธ์การสื่อสาร ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ คณะจัดการ และกรรมการบริษัท ซึ่งหากมีการปรับแก้ในแต่ละขั้นตอนก่อนนำเสนอถึงผู้พิจารณาในลำดับสูงสุดก็จะทำให้ขั้นตอนล่าง ๆ ลงมาต้องทำงานใหม่ทั้งหมดอีกครั้งจนกว่าได้รับอนุมัติจากกรรมการบริษัทซึ่งเป็นผู้พิจารณาลำดับสูงสุด รวมทั้งการที่จะให้ผู้พิจารณาที่เป็นคณะมีความคิดเห็นตรงกันโดยไม่มีมีการปรับแก้เลย เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ยากมาก ดังนั้น ในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาในเครือข่าย ใช้เวลาในขั้นตอนของการปรับแก้ค่อนข้างมาก

ลักษณะ รูปแบบ กระบวนการสร้าง ภาพยนตร์โฆษณา ชุด “บรรษัทภิบาล”

จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาชุด “บรรษัทภิบาล” พบว่า ตัวบทที่สร้างขึ้นใช้ทั้งภาพและคำพูดเพื่อสื่อความหมาย เนื่องจากวาทกรรมบรรษัทภิบาลเป็นหลักการที่เป็นนามธรรม จึงไม่

สามารถใช้ภาพเพื่อสื่อความหมายเป็นหลักตามแนวคิดการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพียงอย่างเดียวได้ ซึ่งภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้มีความยาวมากกว่าภาพยนตร์โฆษณาทั่วไป แต่ก็นับว่ายังเป็นเวลาที่จำกัดในการสื่อสารวาทกรรมที่เป็นอุดมการณ์ใหม่สู่สังคมให้ได้เข้าใจอย่างถ่องแท้ ดังนั้นตัวบทจึงเน้นเฉพาะส่วนที่เป็นแก่นของบรรษัทภิบาลเท่านั้น นั่นคือ โปร่งใส ตรวจสอบได้ หลายฝ่ายร่วมรับรู้ โดยบอกถึงประโยชน์ว่าจะทำให้ประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน

วิธีการนำเสนอได้เลือกใช้ให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบสื่อ โดยใช้การบอกเล่าจากผู้บริหารบริษัทหนึ่งที่มีวิสัยทัศน์ เป็นผู้นำเสนอทางออกใหม่ให้กับสังคมสมัยนั้น โดยเชิญชวนให้สร้างหลักบรรษัทภิบาลให้เป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจ ใช้จุดจับใจจากความเป็นจริงของการตกต่ำทางเศรษฐกิจที่คนในสมัยนั้นเผชิญอยู่ ซึ่งเป็นเรื่องที่กระทบทั้งความรู้สึกและสภาพความเป็นอยู่ของคนจำนวนมากที่สูญเสียทรัพย์สินไปในชั่วข้ามคืน โดยนำเสนอแนวทางการแก้ไขและป้องกันเป็นทางเลือกใหม่

การปฏิบัติการทางวาทกรรมของการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลในช่วงแรกนี้ เมื่อวิเคราะห์ในแง่ของการสร้างตัวบท (Text production) พบว่าทางสำนักงานประชาสัมพันธ์ได้คิดจัดทำแผนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาล และสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องบรรษัทภิบาลให้กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่กลุ่มผู้นำความคิด ซึ่งในส่วนของสร้างความรู้ความเข้าใจใช้สื่อสารคดีทางวิทยุเป็นสื่อหลักที่กล่าวมาข้างต้น แต่เนื่องจากสื่อสารคดีทางวิทยุเป็นสื่อเฉพาะกลุ่มจึงไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลได้ในวงกว้าง ทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จึงใช้สื่อภาพยนตร์โฆษณาเป็นสื่อหลัก ในการสร้างภาพความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้บริษัทปูนซิเมนต์ไทย ดังนั้น บริบทที่เป็นตัวผลักดันให้เกิดตัวบทของภาพยนตร์โฆษณานี้ จึงแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. เรื่องสาธารณะที่อยู่ในกระแสสังคม โดยนั้นเป็นช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจซึ่งสังคมต้องการให้บริษัทเอกชนมีจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น เพื่อไม่ให้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจอีก เพราะผู้ชมมีความตระหนักรู้กับวิกฤตเศรษฐกิจดังกล่าว และให้ความสนใจเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เมื่อนำมาสร้างเป็นเนื้อหาจึงทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ เพราะมีลักษณะร่วมสมัย

2. เนื้อหาที่นำมาจากการเปลี่ยนแปลงสถานะใหม่ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จากการที่ได้รับรางวัลด้านบรรษัทภิบาล และมีแผนงานด้านการสื่อสารบรรษัทภิบาลสู่มวลชน

ความหมายที่เกิดขึ้นหลังจากที่ตัวบทได้นำเสนอสู่สังคมภายใต้บริบทดังกล่าว พบว่า เนื้อหาได้สร้างความรู้ความเข้าใจ และตระหนักรู้เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลให้กลุ่มเป้าหมายในประเด็นต่าง

ๆ ได้สูง ซึ่งรวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านหลักบรรษัทภิบาลของเครือซิเมนต์ไทยด้วย เพราะเป็นบริษัทเอกชนรายแรกที่มีการสื่อสารเรื่องบรรษัทภิบาลโดยใช้งบประมาณมากอย่างต่อเนื่อง สำหรับอัตลักษณ์ที่ปรากฏในวาทกรรมการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของเครือซิเมนต์ไทยในช่วงแรกนี้ เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งสร้างขึ้นโดยมีความสอดคล้องกับเรื่องที่น่าเสนอ คือ

- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือซิเมนต์ไทย ที่เชิญชวนซึ่งนำไปสู่ผู้มีอำนาจในบริษัทเอกชนใช้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารองค์กร
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือซิเมนต์ไทย ในการนำเสนอว่าเครือซิเมนต์ไทยเป็นบรรษัทภิบาลให้มวลชนรับรู้
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือซิเมนต์ไทย ที่ชี้แนะและเสนอแนะว่าบรรษัทภิบาลเป็นเรื่องที่ดีให้มวลชนรับรู้

การบริโภคตัวบท (text consumption) ในที่นี้ คือ ประสิทธิภาพของการสื่อสารในช่วงเวลาดังกล่าวที่เกิดจากการรับสารจากวาทกรรมบรรษัทภิบาล แล้วเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์บริษัทปูนซิเมนต์ไทยว่าเป็นบรรษัทภิบาลขึ้นในใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งพบว่าเครือซิเมนต์ไทยผู้ว่าจ้างผลิตรายการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลในช่วงแรกนี้ พึงพอใจในประสิทธิภาพของการสื่อสาร เพราะตัวบทสามารถภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้กับองค์กร อีกทั้งยังมีส่วนในการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านบรรษัทภิบาล

คุณมัทนา เหลืองนาคทองดี (สัมภาษณ์ 29 เมษายน 2548) กล่าวว่า “ได้ Feed back ตอบรับมาเยอะมาก ๆ เราทำไปสักปีสองปี พอองค์กรใดต้องการเรื่องบรรษัทภิบาลก็จะวิ่งเข้ามาหาเรา เราก็ไปบรรยาย หรือทางเขาส่งคนเข้ามาดูงานต่าง ๆภาพลักษณ์ความเป็น Leader เราได้แล้ว....”

วิเคราะห์เนื้อหาบทภาพยนตร์โฆษณา ชุด “บรรษัทภิบาล”

Copy : เราเคยชื่นชมการทำงานด้วยสมองอย่างเดียว
 ตึกทันสมัย...ผลิตสินค้ายี่...
 พนักงานเก่ง ๆ ... ผมว่ายังไม่พอนะ
 บริษัทที่ดี คณะกรรมการ ผู้บริหาร ต้องกำกับดูแลอย่างจริงจัง
 เป็นคนดีได้เท่า ๆ กับเป็นคนเก่ง
 ตึกจะเล็กหรือใหญ่ก็ได้

ที่สำคัญข้างในต้องโปร่งใส
 ตรวจสอบได้ หลายฝ่ายร่วมรับรู้
 แล้วบริษัทก็จะมีคุณค่า
 นี่แหละ...หลักการบรรษัทภิบาล
 หลักการที่ทำให้เรามีหัวใจไว้ทำงานร่วมกับสมอง
 Super : ร่วมสร้างบรรษัทภิบาลให้เป็นหัวใจขององค์กร
 เพื่อชาติไทยก้าวหน้าไปอย่างถูกต้องทิศทาง
 เครือซิเมนต์ไทย บรรษัทภิบาลของไทย

เนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาที่มีที่มาจากกระแสเรียกร้องบริษัทเอกชนต่าง ๆ ให้บริหารงานอย่างมีจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ เพราะในขณะนั้นสังคมกำลังประสบวิกฤตเศรษฐกิจ ทำให้คนจำนวนมากสูญเสียทรัพย์สิน จากการซื้อหุ้นในบริษัทที่ผู้บริหารถ้อยโannonผลประโยชน์บริษัทไปเป็นผลประโยชน์ส่วนตัว หุ้นที่คนเหล่านั้นซื้อไว้จึงหมดมูลค่า นับเป็นเรื่องสาธารณะที่มีผลกระทบต่อสังคมอย่างมาก เนื้อหาอ้างถึงก่อนหน้าที่จะเกิดวิกฤตเศรษฐกิจว่าสังคมเคยชื่นชมบริษัทที่บริหารงานเก่งให้ผลตอบแทนได้มากเพียงอย่างเดียว โดยไม่ได้คำนึงถึงแง่ความมีจรรยาบรรณในการทำงานของบริษัทนั้น ซึ่งก่อให้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจตามมา

ภาพยนตร์โฆษณาจึงได้ชี้ให้เห็น โดยให้คำนิยามของ "บริษัทที่ดี" ว่า คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัทต้องต้องกำกับดูแลอย่างจริงจัง "เป็นทั้งคนเก่งและคนดี" ซึ่งสามารถตีความหมาย "คนเก่ง" คือ มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์และเชี่ยวชาญในธุรกิจของบริษัท ส่วนคำว่า "คนดี" ในที่นี้ หมายถึง การบริหารงานด้วยหลักบรรษัทภิบาล มีจรรยาบรรณในการทำงาน รับผิดชอบต่อผลประโยชน์ของทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ใช่เห็นแก่ผลประโยชน์ส่วนตน

นอกจากนี้ ภาพยนตร์โฆษณายังชี้ให้เห็นว่า "ไม่สำคัญว่าบริษัทนั้นจะใหญ่หรือเล็ก แต่ต้องดูว่ามีบรรษัทภิบาลหรือไม่ เห็นได้ชัดจากประโยคที่ว่า "ดีก็เล็กหรือใหญ่ก็ได้ที่สำคัญข้างในต้องโปร่งใสตรวจสอบได้ หลายฝ่ายร่วมรับรู้" รวมทั้งชี้ให้เห็นข้อดีของการดำเนินธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาลด้วยว่า "จะทำให้บริษัทมีคุณค่า" และเนื้อหายังมีลักษณะเชิญชวนให้บริษัทต่าง ๆ ใช้บรรษัทภิบาลในการบริหารองค์กร โดยชี้ข้อดีว่าจะทำให้ประเทศไทยก้าวหน้าไปอย่างถูกต้องทิศทาง คือ ไม่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจซ้ำอีก ในตอนท้ายได้นำเสนอภาพใหม่ของเครือซิเมนต์ไทยว่าเป็นบรรษัทภิบาล ด้วยการย้ำประโยคตอนท้ายภาพยนตร์โฆษณาว่า "เครือซิเมนต์ไทย บรรษัทภิบาลของไทย"

ตามเนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ สามารถวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบให้เห็นคู่ความคิดเห็นตรงกันข้ามที่มีอยู่เดิมในสังคมไทย (Binary Opposition) โดยแยกเป็นตารางเปรียบเทียบให้เห็นชัดเจนได้ ดังนี้

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
1. สังคมชื่นชมคนที่ทำงานด้วยหัวใจกับสมอง คือ เป็นคนที่ทำงานเก่ง เห็นผลงานอย่างชัดเจน และมีคุณธรรม มีหลักบรรษัทภิบาล	1. สังคมชื่นชมธุรกิจโดยดูจากสิ่งที่เป็นวัตถุ ในสังคมวัตถุนิยม เช่น ตึกสำนักงานสวย ๆ สินค้าดี พนักงานเก่งงาน แต่ไม่ได้ชื่นชมในแง่ของจรรยาบรรณในการทำงาน
2. กรรมการบริษัทและผู้บริหาร เป็นทั้งคนเก่งและคนดี คือ บริหารงานได้อย่างดี รวมทั้งมีหลักบรรษัทภิบาลในการทำงาน	2. เป็นคนเก่งอย่างเดียว ทำผลกำไรให้บริษัทมาก ๆ แต่ไม่จำเป็นต้องเป็นคนดี
3. คุณค่าของบริษัทอยู่ที่ดีก็จะเล็กหรือใหญ่ก็ได้ แต่ภายในต้องโปร่งใส ตรวจสอบได้ หลายฝ่ายร่วมรับรู้	3. คุณค่าของบริษัทอยู่ที่ดีก็ต้องมีขนาดใหญ่ ทำเงินได้มาก ไม่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องโปร่งใส ตรวจสอบได้ และหลายฝ่ายร่วมรับรู้
4. ใช้บรรษัทภิบาลเป็นหัวใจของการบริหารองค์กร ทำให้ประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน ไม่ใช่เป็นเศรษฐกิจฟองสบู่ที่กลวงข้างใน	4. ทำกำไรให้ได้มาก ทำให้ตัวเลขงบการเงินและภาพลักษณ์ของบริษัทดี เพื่อดึงดูดคนให้มาลงทุน บริษัทก็จะเติบโต ส่วนเรื่องของประเทศเป็นหน้าที่รัฐบาลที่ต้องดูแล

สรุปวาทกรรมที่พบ : คนเก่ง คนดีมีคุณธรรม คุณค่าของบริษัท ความโปร่งใสในการทำงาน ตรวจสอบได้ การเปิดเผยข้อมูล หลายฝ่ายร่วมรับรู้ ความเติบโตของบริษัท

วาทกรรมหลักบรรษัทภิบาลที่พบในภาพยนตร์โฆษณา ชุด “บรรษัทภิบาล

ผู้วิจัยใช้การจัดหมวดหมู่วาทกรรมที่ค้นพบโดยเปรียบเทียบกับคุณสมบัติขององค์กรที่มีหลักบรรษัทภิบาลสากล โดยสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย ดังนี้

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 1

ยึดหลักความถูกต้องในการปฏิบัติภาระหน้าที่ (Responsibility) การกำหนดภารกิจของแต่ละฝ่ายในองค์กรอย่างชัดเจนว่า ต้องทำอะไร และทำอย่างไร มีวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

1.1 วาทกรรมคนเก่ง

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 2

มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน (Accountability) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบต่ออย่างแท้จริง มีวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

2.1 วาทกรรมคนดี มีคุณธรรม

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 4

มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

4.1 วาทกรรมความโปร่งใส มีวาทกรรมย่อยคือ ความโปร่งใสในการทำงาน การเปิดเผยข้อมูล การรับรู้ของหลายฝ่าย

4.2 วาทกรรมการตรวจสอบ

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 5

มุ่งสร้างคุณค่าของธุรกิจในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสีย (Long-term Value-Added Creation to Stakeholders) การทำธุรกิจแบบมองการณ์ไกล หลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ไม่จำเป็น เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคง มีวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

5.1 วาทกรรมการเติบโตของธุรกิจ

5.2 วาทกรรมคุณค่าของบริษัท

4.1.3 โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด “บรรษัทภิบาล”

ขั้นตอนและกระบวนการดำเนินการ

สำนักงานประชาสัมพันธ์มีแผนการจัดทำภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่เพื่อออกอากาศช่วงไตรมาสแรก ปี 2545 “ตอนนั้นหนังใหม่ก็ยังไม่เสร็จ เริ่มทำตั้งแต่ต้นปี แต่กว่าจะออกได้ก็ปลายปีแล้ว” (ศิริพรรณวดี บัวอินทร์, สัมภาษณ์ 2548) ดังนั้น เพื่อไม่ให้เกิดการสื่อสารเรื่องบรรษัทภิบาลหายไปทั้งหมด ทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จึงยังคงออกอากาศภาพยนตร์โฆษณา ชุดเดิม คือ “บรรษัทภิบาล” เฉพาะในรายการ IT Genius ซึ่งบริษัทฯ เป็นผู้สนับสนุนหลักทำให้ได้ราคาค่าสื่อพิเศษ เพราะงบประมาณส่วนใหญ่จะถูกนำไปใช้ในการออกอากาศภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ “พี่มัทเค้าคุยกับผู้ใหญ่ทางช่อง ขอราคาพิเศษ เพราะเราเป็นสปอนเซอร์ของรายการคนเดียวอยู่แล้ว” (ธีรภัทร ภาณุวงศกร, สัมภาษณ์ 2548)

แต่เนื่องจากรายการดังกล่าวมีผู้ชมที่จำกัด จึงอาจทำให้ภาพลักษณ์ความเป็นบรรษัทภิบาลของบริษัทฯ ที่สร้างไว้ลดลง หน่วยงานกลยุทธ์จึงเสนอให้มีการจัดทำโฆษณาทางสิ่งพิมพ์เพื่อเป็นสื่อ

สนับสนุน ชุด “บรรษัทภิบาล” แต่เนื่องจากงบประมาณสำหรับแคมเปญเดิมมีจำกัด จึงต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการผลิตชิ้นงานโฆษณา อีกทั้งในขณะนั้นไม่ได้มีการจ้างบริษัท DY&R ซึ่งเป็นผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณาชุดแรกต่อแล้ว “ตอนนั้นทาง TB (TBWA) เข้ามาทำให้แล้ว แต่อันนั้นเป็นแคมเปญใหม่ซึ่งยังไม่เสร็จ” (ศิริพรรณวดี บัวอินทร์, สัมภาษณ์ 2548) สำนักงานประชาสัมพันธ์จึงได้ติดต่อให้หน่วยงานโฆษณาและส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็น In-house agency ภายในเครือฯ เป็นผู้ออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์ค สำหรับลงโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ภายนอก และวารสารภายในของบริษัท ในลักษณะเป็นข้อความทั้งหมด เพื่อบอกถึงความหมายของบรรษัทภิบาล และข้อดีของการนำหลักบรรษัทภิบาลมาใช้

ลักษณะ รูปแบบ กระบวนการสร้าง โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด บรรษัทภิบาล

จากการวิเคราะห์โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ในช่วงแรกนี้ พบว่า ตัวบทที่สร้างขึ้นเน้นการใช้ข้อความเพื่ออธิบายความหมาย และองค์ประกอบของหลักบรรษัทภิบาลทั้งหมด รวมทั้งสรุปข้อดีและประโยชน์ในการนำหลักบรรษัทภิบาลมาใช้ ซึ่งการนำเสนอในโฆษณาทางสิ่งพิมพ์อันเป็นสื่อที่ผู้อ่านสามารถใช้เวลาในการพิจารณาและทำความเข้าใจได้โดยไม่ความจำกัดด้านเวลา แต่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ ซึ่งหากนำเสนอข้อความมากเกินไป ผู้อ่านจะไม่เกิดความสนใจอ่านเพราะต้องใช้เวลามาก ดังนั้น ในโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ชุดนี้ จึงใช้การสรุปเรื่องบรรษัทภิบาลโดยย่อ โดยใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย แต่กระชับในการนำเสนอ

การปฏิบัติการทางวาทกรรมของโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด “บรรษัทภิบาล” นี้ เมื่อวิเคราะห์ในแง่ของการสร้างตัวบท (Text production) พบว่าหลังจากสำนักงานประชาสัมพันธ์ได้คิดจัดทำแผนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาล และสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องบรรษัทภิบาลให้กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่กลุ่มผู้นำความคิด และใช้สื่อหลักคือสื่อโทรทัศน์ และวิทยุ ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น ดังนั้น บริบทที่เป็นตัวผลักดันให้เกิดตัวบทของโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ชุดนี้ จึงแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. เรื่องสาธารณะที่อยู่ในกระแสสังคม โดยขณะนั้นเป็นช่วงที่เศรษฐกิจของประเทศเริ่มมีการฟื้นฟู ดังนั้น ในตัวบทจึงหยิบยกเรื่องดังกล่าวมานำเสนอ โดยเสนอว่าธุรกิจไทยต้องเร่งพัฒนาประสิทธิภาพให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจทั่วโลก เพราะผู้อ่านตระหนักรู้ และให้ความสนใจเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เมื่อนำมาสร้างเป็นเนื้อหาจะทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ เพราะมีลักษณะร่วมสมัย
2. เนื้อหาที่นำมาจากการเปลี่ยนสถานะใหม่ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จากการที่ได้รับรางวัลด้านบรรษัทภิบาล และมีแผนงานด้านบรรษัทภิบาลในองค์กร

ความหมายที่เกิดขึ้นหลังจากที่ตัวบทได้นำเสนอสู่สังคมภายใต้บริบทดังกล่าว พบว่า เนื้อหา ได้สร้างความรู้ความเข้าใจ และตระหนักรู้เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลให้กลุ่มเป้าหมายในประเด็น ดังกล่าวได้สูง ซึ่งรวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านหลักบรรษัทภิบาลของเครือซิเมนต์ ไทยด้วย

สำหรับอัตลักษณ์ที่ปรากฏในวาทกรรมการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของเครือซิเมนต์ไทยในช่วงแรกนี้ เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งสร้างขึ้นโดยมีความสอดคล้องกับเรื่องที นำเสนอ คือ

- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือซิเมนต์ไทย ที่เชิญชวนให้ผู้มีอำนาจใน บริษัทเอกชนให้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารองค์กร
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือซิเมนต์ไทย ในการชี้แนะและสอนความรู้ เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลให้มวลชน
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือซิเมนต์ไทยในการชี้แนะว่าเครือซิเมนต์ไทยเป็น บรรษัทภิบาลให้มวลชนรับรู้

การบริโภคตัวบท (text consumption) ในที่นี้ คือ ประสิทธิผลของการสื่อสารในช่วงเวลา ดังกล่าวที่เกิดจากการรับสารจากวาทกรรมบรรษัทภิบาล แล้วเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลัก บรรษัทภิบาล รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์บริษัทปูนซิเมนต์ไทยว่าเป็นบรรษัทภิบาลขึ้นในใจของ กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งพบว่าเครือซิเมนต์ไทยผู้ว่าจ้างผลิตการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลในช่วงแรกนี้ พึง พยายามในประสิทธิผลของการสื่อสารพอสมควร เพราะตัวบทสามารถให้เนื้อหาครอบคลุมรายละเอียด เรื่องบรรษัทภิบาลที่ต้องการนำเสนอได้ครบถ้วน

การวิเคราะห์วาทกรรมในโฆษณา

Headline: บรรษัทภิบาล

หลักการนำองค์กรสู่มาตรฐานสากล

Body copy: ในภาวะที่ธุรกิจไทยต้องเร่งพัฒนาประสิทธิภาพให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจทั่วโลกได้ นั้น การนำหลักบริหารจัดการที่เป็นสากลอย่างหลัก “บรรษัทภิบาล” มาใช้ เป็นการ สร้างมาตรฐานใหม่ที่ช่วยเพิ่มคุณค่าและสร้างความมั่นคงให้กับองค์กรในระยะยาว โดยกำหนดกลไกและแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ในการกำกับดูแลและควบคุมองค์กรให้

เป็นไปอย่างอิสระ มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ ควบคู่ไปกับหลัก
จริยธรรม อันจะนำไปสู่ประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายร่วมกัน
ร่วมสร้างบรรษัทภิบาลให้เป็นหัวใจขององค์กร
เพื่อสร้างมาตรฐานใหม่ให้กับธุรกิจไทย

Logo: เครื่องซีเมนต์ไทย

Copy: เครื่องซีเมนต์ไทย บรรษัทภิบาลของไทย

www.siamcement.com

เนื้อหาของโฆษณาสิ่งพิมพ์ชุดนี้มีลักษณะเชิงชวนให้ธุรกิจต่าง ๆ ใช้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารงาน เห็นได้ชัดจากประโยคที่ว่า “ร่วมสร้างบรรษัทภิบาล” โดยนำเนื้อหาจากภาวะการแข่งขันในยุคโลกาภิวัตน์ที่เกิดการเปิดตลาดเสรีทำให้ต้องแข่งขันกับบริษัทต่างชาติ เห็นได้ชัดจากประโยค “ในภาวะที่ธุรกิจไทยต้องเร่งพัฒนาประสิทธิภาพให้แข่งขันกับธุรกิจทั่วโลกได้” และให้เหตุผลสนับสนุนโดยชี้ให้เห็นข้อดีของหลักการบริหารจัดการแบบบรรษัทภิบาล ซึ่งจากเนื้อหาทั้งหมดทำให้ผู้อ่านที่ถึงแม้ยังไม่เข้าใจเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลมากนัก แต่ก็สร้างข้อสรุปในใจได้ว่าบรรษัทภิบาลเป็นสิ่งที่ดี และเครื่องซีเมนต์ไทยเป็นแบบอย่างที่ดี เพราะเป็นบริษัทที่เป็นบรรษัทภิบาลแล้ว จากข้อความตอนท้ายที่ว่า “เครื่องซีเมนต์ไทย บรรษัทภิบาลของไทย” ทำให้ตีความได้อีกนัยหนึ่งว่าเครื่องซีเมนต์ไทยเป็นแบบอย่าง เป็นผู้นำในการสร้างหลักบรรษัทภิบาลในสังคมไทยด้วย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
มีอิสระ มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้	มีความสัมพันธ์โยงใยเพื่อผลประโยชน์ เปิดเผยแต่ข้อมูลที่ด้อยโปร่งใส ปกปิดข้อมูลที่ไม่ดีไว้ซึ่งให้ตรวจสอบได้เฉพาะข้อมูลที่ดี
มีหลักจริยธรรมในการทำงาน	ไม่คำนึงถึงจริยธรรมในการทำงาน โดยแสวงหาผลประโยชน์จากการดำรงตำแหน่งทั้งทางตรงและทางอ้อม
ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน	ผู้ที่มีอำนาจมากกว่าย่อมได้รับผลประโยชน์มากกว่า

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความยุติธรรมต่อทุกฝ่าย จริยธรรมในการทำงาน การตรวจสอบการทำงาน ความสัมพันธ์เพื่อผลประโยชน์

วาทกรรมบรรษัทภิบาลที่พบในโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด “บรรษัทภิบาล”

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 1

ยึดหลักความถูกต้องในการปฏิบัติภาระหน้าที่ (Responsibility) การกำหนดภารกิจของแต่ละฝ่ายในองค์กรอย่างชัดเจนว่า ต้องทำอะไร และทำอย่างไร มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

- 1.1 กลุ่มวาทกรรมผลประโยชน์ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความสัมพันธ์เพื่อผลประโยชน์

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 2

มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน (Accountability) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบอย่างแท้จริง มีวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

- 2.1 กลุ่มวาทกรรมความดี มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ จริยธรรมในการทำงาน

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 3

ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม (Equitable Treatment) การวางกฎเกณฑ์หรือระเบียบวิธีต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรแต่ละฝ่ายปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกัน มีวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

- 3.1 วาทกรรมความยุติธรรม มีวาทกรรมย่อย คือ ความยุติธรรมต่อทุกฝ่าย

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 4

มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีวาทกรรมที่พบ ดังนี้

- 4.1 กลุ่มวาทกรรมความโปร่งใส

- 4.2 วาทกรรมการตรวจสอบ

สรุปวาทกรรมย่อยของบรรษัทภิบาลที่พบในการสื่อสารช่วงแรก

ผู้วิจัยใช้การจัดหมวดหมู่โดยเปรียบเทียบกับคุณสมบัติขององค์กรที่มีหลักบรรษัทภิบาลสากล โดยสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อย ดังนี้

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 1

ยึดหลักความถูกต้องในการปฏิบัติภาระหน้าที่ (Responsibility) การกำหนดภารกิจของแต่ละฝ่ายในองค์กรอย่างชัดเจนว่า ต้องทำอะไร และทำอย่างไร มีวาทกรรมย่อยที่พบในการสื่อสารช่วงแรก ดังนี้

- 1.1 กลุ่มวาทกรรมผลประโยชน์ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ค่าตอบแทน ผลประโยชน์ ผลประโยชน์ส่วนตัว ผลประโยชน์ของทุกฝ่าย มีประโยชน์ต่อบริษัท ไม่ส่งเสริมการใช้สินบน กำไรของบริษัท ผลตอบแทน ราคาสินค้าที่เป็นธรรม การลดค่าใช้จ่าย ธุรกิจผูกขาด ธุรกิจครอบครัว



ความสัมพันธ์ส่วนตัว คู่แข่งทางธุรกิจ การใช้ทรัพย์สินบริษัท การทุจริต ความสัมพันธ์เพื่อผลประโยชน์ ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

1.2 กลุ่มวาทกรรมอำนาจ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การคานอำนาจ การแย่งแยกกอำนาจ การรวบรวมอำนาจ การถ่วงดุลอำนาจ ความสมดุลของคณะกรรมการ

1.3 กลุ่มวาทกรรมความเก่งและคนเก่ง มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความรู้ความสามารถของคณะกรรมการ ความหลากหลายของคณะกรรมการ เรียนรู้ธุรกิจอย่างลึกซึ้ง ความรู้พื้นฐาน คนเก่ง รู้หน้าที่

1.4 ความชัดเจน มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ดำเนินการอย่างชัดเจน

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 2

มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน (Accountability) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบต่ออย่างแท้จริง มีวาทกรรมย่อยที่พบในการสื่อสารช่วงแรก ดังนี้

2.1 กลุ่มวาทกรรมความดี/คนดี มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ มีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ของคณะกรรมการ ความซื่อสัตย์ของฝ่ายบริหาร มีจรรยาบรรณในการทำงาน มีความซื่อตรงต่อหน้าที่ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ทำงานด้วยความทุ่มเท จริยธรรมในการทำงาน ไม่ตบแต่งตัวเลขทางบัญชี มีอิสระในการตัดสินใจ รับผิดชอบต่อชุมชน มีความรู้ควบคู่จรรยาบรรณ มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า คำนึงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น

2.2 กลุ่มวาทกรรมความกล้า มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ คนกล้า การตัดสินใจปัญหา กล้าเสนอสิ่งที่ดี กล้าจัดการสิ่งที่ไม่ดี

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 3

ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม (Equitable Treatment) การวางกฎเกณฑ์หรือระเบียบวิธีต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรแต่ละฝ่ายปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกัน มีวาทกรรมย่อยที่พบในการสื่อสารช่วงแรก ดังนี้

3.1 กลุ่มวาทกรรมความยุติธรรม มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ เปิดเผยข้อมูลให้ทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียม ความเท่าเทียมกัน การปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียม ยุติธรรมกับพนักงานทุกคน ยุติธรรมต่อผู้ถือหุ้นทุกกลุ่ม ความเป็นกลางในการปฏิบัติงาน ทำอย่างเหมาะสม

3.2 กลุ่มวาทกรรมการดูแลพนักงาน มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การคัดเลือก การพัฒนา การให้ผลตอบแทน

3.3 กลุ่มวาทกรรมการดูแลชุมชนและสิ่งแวดล้อม มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ผลกระทบต่อชุมชน วัฒนธรรมท้องถิ่น สังคม ดูแลสิ่งแวดล้อม เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม รับผิดชอบต่อสังคม

3.4 กลุ่มวาทกรรมการดูแลเจ้าหน้าที่ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ รับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 4

มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีวาทกรรมที่พบในการสื่อสารช่วงแรก ดังนี้

4.1 กลุ่มวาทกรรมความโปร่งใส มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความโปร่งใสในการทำงาน การเปิดเผยข้อมูลตัวเลขทางการเงิน เปิดเผยข้อมูลอย่างตรงไปตรงมาและทันเวลา เปิดเผยข้อมูลทางการเงิน เปิดเผยข้อมูลทางธุรกิจ เปิดเผยโครงสร้างของผู้ถือหุ้น เปิดเผยผลตอบแทนคณะกรรมการ เปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้น การรับรู้ของหลายฝ่าย เปิดเผยผลประกอบการ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ความชัดเจนของข้อมูล ความชัดเจนของที่มาคณะกรรมการ งบการเงินได้มาตรฐาน การภาษีอากร รายงานทางการเงิน การเปิดเผยภารกิจหน้าที่รับผิดชอบ การคัดเลือกผู้สอบบัญชี ข้อมูลทางธุรกิจ โปร่งใส เปิดเผยข้อมูลระบบบริหาร

4.2 กลุ่มวาทกรรมการตรวจสอบ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การตรวจสอบระบบบริหาร ตรวจสอบฝ่ายบริหาร การตรวจสอบการทำงาน การตรวจสอบบัญชีถูกต้อง สร้างกลไกตรวจสอบ มีระบบตรวจสอบ การกำกับดูแล การทำตามขั้นตอน

4.3 กลุ่มวาทกรรมเงินทุนซึ่งมาจากการเปิดเผยข้อมูลทำให้เกิดความเชื่อมั่นของนักลงทุน มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การเลือกลงทุนของนักลงทุน แหล่งเงินทุน ความเชื่อมั่นของนักลงทุน สร้างความมั่นใจให้นักลงทุน หนี้ เงินลงทุน ความต้องการเงินทุน การจูงใจนักลงทุน การดึงดูดความสนใจนักลงทุน

4.4 กลุ่มวาทกรรมการยอมรับ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ เพิ่มความน่าเชื่อถือให้บริษัท ความน่าเชื่อถือของงบการเงิน มีผลประกอบการดี ความน่าเชื่อถือของธุรกิจ

4.5 กลุ่มวาทกรรมการดูแลผู้ถือหุ้น มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การอำนวยความสะดวก การแจ้งกำหนดการล่วงหน้า การลงคะแนนเสียง ผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น ผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อย ติดตามข้อมูลของบริษัท ผู้ถือหุ้นมีความรู้พื้นฐาน

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 5

มุ่งสร้างคุณค่าของธุรกิจในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสีย (Long-term Value-Added Creation to Stakeholders) การทำธุรกิจแบบมองการณ์ไกล หลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ไม่จำเป็น เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคง มีวาทกรรมย่อยที่พบในการสื่อสารช่วงแรก ดังนี้

5.1 กลุ่มวาทกรรมความเติบโตของธุรกิจ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความเติบโต ความยั่งยืน

5.2 กลุ่มวาทกรรมการควบคุมความเสี่ยง มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความปลอดภัยของเงินทุน ความเสี่ยงในการทำธุรกิจ ความเสี่ยงในการลงทุน

5.3 วาทกรรมคุณค่าของบริษัท

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 6

มุ่งส่งเสริมหลักการบริหารอันเป็นเลิศ (Promotion of Best Practice) การส่งเสริมให้การปฏิบัติงานทุกด้านมุ่งไปสู่ความสมบูรณ์แบบ ผลักดันให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องพยายามพัฒนาตนเอง เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศอยู่ตลอดเวลา มีวาทกรรมย่อยที่พบในการสื่อสารช่วงแรก ดังนี้

6.1 กลุ่มวาทกรรมควบคุมคุณภาพ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ คุณภาพ ความเป็นเลิศ การมีมาตรฐานรับประกัน การสร้างมาตรฐาน กำหนดคุณสมบัติของกรรมการ หน้าที่ของกรรมการ การปฏิบัติงาน หน้าที่ต่อลูกค้า ความปลอดภัยของลูกค้าและสังคม พัฒนาคุณภาพ พัฒนาตนเอง หน้าที่ของสื่อมวลชน การผลักดันให้เกิดบรรษัทภิบาล การยอมรับในระดับสากล

ลักษณะ รูปแบบ กระบวนการสร้าง การสื่อสารช่วงแรก ปี 2543-2544

จากการวิเคราะห์สารคดีทางวิทยุ ภาพยนตร์โฆษณา และโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ในช่วงแรกนี้ พบว่า ตัวบทที่สร้างขึ้นจะเน้นเนื้อหาการอธิบายความหมาย และองค์ประกอบของหลักบรรษัทภิบาล เพราะว่าหลักบรรษัทภิบาลเป็นเรื่องใหม่ในสังคม และเป็นเรื่องยากและเป็นหลักวิชาการ ดังนั้น การใส่เนื้อหาองค์ประกอบของหลักบรรษัทภิบาลในสื่อภาพยนตร์โฆษณา ความยาว 60 วินาที นับว่าเป็นเวลาที่จำกัดในอันที่จะเสนอเนื้อหาซึ่งมีมากมายให้ได้ครบถ้วนและเกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง และโฆษณาทางสิ่งพิมพ์นั้นก็มิใช่ข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่ ดังนั้น สื่อโฆษณาทั้งสองจึงทำหน้าที่เฉพาะการสร้างกระแส และความสนใจในหลักบรรษัทภิบาล และเน้นย้ำถึงแก่นของหลักบรรษัทภิบาล สารคดีนั้นจะทำหน้าที่ในการสร้างความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดของหลักบรรษัทภิบาลอย่างกระจ่างชัดมากขึ้น จึงเป็นการใช้สื่อที่ต่างกันเพื่อทำหน้าที่ต่างกันให้ได้วัตถุประสงค์ที่ต้องการ

เนื้อหาหลักที่เน้นในภาพยนตร์โฆษณาและโฆษณาทางสิ่งพิมพ์นั้น คือ การเชิญชวนให้ผู้ชมและผู้่านซึ่งเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในธุรกิจหันมาใช้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารธุรกิจ โดยให้เหตุผลสนับสนุนร่วมกันว่าจะสร้างคุณค่าและทำให้ธุรกิจมีความมั่นคง ส่วนหลักบรรษัทภิบาลที่นำมาเสนอและเน้นเหมือนกัน คือ กำกับดูแล โปร่งใส ตรวจสอบได้ หลายฝ่ายร่วมรับรู้ ซึ่งเป็นประเด็นหลักที่ต้องการให้ผู้ชมและผู้่านจดจำ ส่วนองค์ประกอบและรายละเอียดของข้อปฏิบัตินั้นได้ถูกบอกเล่าผ่านสารคดีทางวิทยุ ซึ่งมีจำนวนมากกว่าจึงใช้ในการบอกเล่ารายละเอียดที่แตกต่างกันได้มาก

การปฏิบัติการทางวาทกรรมของการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลในช่วงแรกนี้ เมื่อวิเคราะห์ในแง่ของการสร้างตัวบท (Text production) พบว่าทางสำนักงานประชาสัมพันธ์ได้คิดจัดทำแผนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาล และสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องบรรษัทภิบาลให้กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่กลุ่มผู้นำความคิด โดยเริ่มใช้สารคดีทางวิทยุเพื่อให้ความรู้ก่อน เนื่องจากเล็งเห็นว่าในขณะนั้น “หลักบรรษัทภิบาล” ยังเป็นเรื่องที่ใหม่มากในสังคม แต่เป็นกระแสที่คนจำนวนมากสนใจจากการรณรงค์เรื่องธรรมาภิบาลในภาครัฐบาล เพื่อเป็นการปูพื้นฐานก่อนการ launch แคมเปญโฆษณา ชุด “บรรษัทภิบาล” ซึ่งประกอบด้วยภาพยนตร์โฆษณา และโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้บริษัทปูนซิเมนต์ไทย ดังนั้น บริบทที่เป็นตัวผลักดันให้เกิดตัวบท จึงแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1. เรื่องสาธารณะที่อยู่ในกระแสสังคม โดยนั้นเป็นช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจซึ่งสังคมต้องการให้บริษัทเอกชนมีจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น เพื่อไม่ให้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจอีก เห็นได้จากความเคลื่อนไหวของสถาบันที่ดูแลบริษัทเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

“ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้กว้าง ข้อพึงปฏิบัติที่ดี” รวมทั้งวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับจรรยาบรรณหรือที่เรียกรวมกันว่าธรรมาภิบาล...รายงานได้ผ่านการทำประชาพิจารณ์ในวงธุรกิจอย่างกว้างขวาง และคณะกรรมการของตลาดหลักทรัพย์ได้มีมติรับเป็นนโยบายเมื่อปลายปี 2542” (หนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 3 มีนาคม 2543)

2. เนื้อหาที่นำมาจากการเปลี่ยนสถานะใหม่ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จากการที่ได้รับรางวัลด้านบรรษัทภิบาล และมีแผนงานด้านบรรษัทภิบาลในองค์กร

คุณมัทนา เหลืองนาคทองดี (สัมภาษณ์ 29 เมษายน 2548) กล่าวว่า “ถ้าเราทำอย่างเดียวโดยไม่เผยแพร่ หรือเราไม่เชิญชวนคนอื่นเข้ามาเป็น(บรรษัทภิบาล) เราจะได้ภาพลักษณ์ความเป็น Leader ซึ่ง aim ของเราคือความเป็น Leader”

3. สังคมยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องหลักบรรษัทภิบาล ซึ่งเป็นเรื่องสาธารณะที่อยู่ในกระแสสังคมดีพอ ทำให้บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นบรรษัทภิบาลให้กับบริษัท ต้องทำหน้าที่ในการให้ความรู้ความเข้าใจกับสังคมก่อนว่าการบริหารงานด้วยหลักบรรษัทภิบาลคืออะไร เพื่อส่งผลกระทบต่อกลับมาให้บริษัทซึ่งได้รับรางวัลบรรษัทภิบาลแล้วว่าบริษัทปูนซิเมนต์ไทยเป็นบริษัทที่ดี เพราะมีบรรษัทภิบาล

ความหมายที่เกิดขึ้นหลังจากที่ตัวบทได้นำเสนอสู่สังคมภายใต้บริบทดังกล่าว พบว่า เนื้อหาได้สร้างความรู้ความเข้าใจ และตระหนักรู้เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลให้กลุ่มเป้าหมายในประเด็นดังกล่าวได้สูง ซึ่งรวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านหลักบรรษัทภิบาลของเครือซิเมนต์ไทยด้วย

สำหรับอัตลักษณ์ที่ปรากฏในวาทกรรมการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของเครือซิเมนต์ไทยในช่วงแรกนี้ เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งสร้างขึ้นโดยมีความสอดคล้องกับเรื่องที่น่าเสนอ คือ

- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือซิเมนต์ไทย ที่เชิญชวนให้ผู้มีอำนาจในบริษัทเอกชนใช้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารองค์กร
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือซิเมนต์ไทย ในการชี้แนะและสอนความรู้เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลให้มวลชน
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือซิเมนต์ไทยในการชี้แนะว่าเครือซิเมนต์ไทยเป็นบรรษัทภิบาลให้มวลชนรับรู้
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของผู้บริหารองค์กรและสถาบันต่าง ๆ ในการชี้แนะและเสนอแนะให้ผู้มีอำนาจในบริษัทเอกชนบริหารธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาล
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือซิเมนต์ไทยกับองค์กรระดับประเทศและสถาบันการเมืองในด้านบรรษัทภิบาล จากการเป็นองค์กรป่าฐุก และวิทยากรในงานสัมมนา

การบริโภคตัวบท (text consumption) ในที่นี้ คือ ประสิทธิภาพของการสื่อสารในช่วงเวลาดังกล่าวที่เกิดจากการรับสารจากวาทกรรมบรรษัทภิบาล แล้วเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์บริษัทปูนซิเมนต์ไทยว่าเป็นบรรษัทภิบาลชั้นนำในใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งพบว่าเครือซิเมนต์ไทยผู้ว่าจ้างผลิตการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลในช่วงแรกนี้ พึง

พอใจในประสิทธิผลของการสื่อสาร เพราะตัวบทสามารถภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้กับองค์กร อีกทั้งยังมีส่วนในการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านบรรษัทภิบาล

4.2 การสื่อสารช่วงที่ 2 ปี 2545 - 2546 : เพื่อเน้นย้ำภาพลักษณ์ และให้ความรู้

การวางแผนกลยุทธ์เป็นแนวคิดใหม่ของการทำการสื่อสาร เพื่อให้ได้มีประสิทธิภาพของการสื่อสารอย่างแท้จริง โดยเฉพาะการทำ IMC - Integrated Marketing Planning ซึ่งเป็นการผสมผสานการใช้สื่อต่าง ๆ ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อมุ่งหวังให้ประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ขณะนั้นมีบริษัทวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก โดยเฉพาะเป็นหน่วยงานใหม่ในบริษัทตัวแทนโฆษณา “จากเดิมเคยวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารเองตลอด แต่พอปี 2544 ก็มีนโยบายว่าควรมีที่ปรึกษาเชิงกลยุทธ์ เพราะว่าจะได้สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น” (ศิริพรรณ วดี บัวอินทร์, สัมภาษณ์ 2548)

ดังนั้น ในปี 2544 สำนักงานประชาสัมพันธ์จึงทำสัญญากับบริษัท TBWA/NEXT/TRIPLET ให้เป็นผู้วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์ของเครือฯ ทั้งหมด รวมทั้งภาพลักษณ์ด้านบรรษัทภิบาลด้วย โดยได้สรุปสถานะของเครือฯ ในขณะนั้น ให้กับบริษัท TBWA/NEXT/TRIPLET ดังนี้

1. เครือซิเมนต์ไทย เป็นกลุ่มบริษัทเอกชนชั้นนำของไทยที่ดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักบรรษัทภิบาลที่ดี คือ มีความโปร่งใส เป็นธรรม และมีประสิทธิภาพ
2. แต่ละธุรกิจเครือฯ ต่างมีเอกลักษณ์ของตนเอง และสนับสนุนซึ่งกันและกัน
3. เครือฯ มีความใส่ใจและรับผิดชอบต่อสังคม ดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทย และสังคมไทยอย่างจริงจังต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิด “เครือซิเมนต์ไทย เพื่อคุณภาพไทย” โดยได้ทำกิจกรรมหลากหลายในทุกด้าน ทั้งด้านการศึกษา กีฬา สิ่งแวดล้อม ชุมชน ศิลปวัฒนธรรม และสาธารณประโยชน์

หน่วยงานกลยุทธ์ของ TBWA/NEXT/TRIPLET ได้วิเคราะห์และสรุปว่าแผนงานที่เครือฯ ได้ทำมานั้นมีกิจกรรมที่หลากหลายครบทุกด้าน แต่ขาดการ synergy ทำให้ภาพลักษณ์ของเครือฯ ไม่ชัดเจน ขาด Exposure รวมทั้งการที่ทำงานนานทำให้ไม่รู้สึกแปลกใหม่ สำหรับการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาล TBWA/NEXT/TRIPLET วิเคราะห์ว่า เป็นเรื่องใหม่ เข้าใจยาก และคำว่า “บรรษัทภิบาล” เมื่อฟังแล้ว รู้สึกไม่อยากเข้าใจ ดูเป็นเรื่องไกลตัว และแนวทางการนำเสนอเป็นลักษณะ Positive Approach และค่อนข้างเป็นทฤษฎี รวมทั้งเป็นการพูดกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มเจ้าของธุรกิจ ทำให้ผู้รับสารขาดความสนใจในการรับสาร Awareness และ understanding จึงเกิดผลซ้ำ

ดังนั้น ทาง TBWA\NEXT\TRIPLER จึงนำเสนอกลยุทธ์ให้สร้างกระแสเพื่อให้คนหันมาสนใจ ชื่อ บริษัทภิบาล โดยรูปแบบการนำเสนอจะเป็นเรื่องใกล้ตัว และสร้างการมีส่วนร่วม Appeal กลุ่มเป้าหมายที่เป็น Mass มากขึ้น และวิธีการนำเสนอเป็น Real Life Experience Approach (Siam Cement Group : Corporate Image Communication Campaign, May 14, 2001, TBWA\NEXT\TRIPLER) ซึ่งสื่อที่เสนอนี้ประกอบด้วย

- สารคดีสั้นทางโทรทัศน์ ออกอากาศตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2544 – มิถุนายน 2545
- ภาพยนตร์โฆษณา ชุด “มิตรภาพ” ออกอากาศตั้งแต่เดือนธันวาคมปี 2545 – ธันวาคม 2546
- โฆษณาส่งพิมพ์ ชุด “ไหลแก้ว” ลงโฆษณาตลอดปี 2546
- สารคดีทางวิทยุ ความยาว 1 นาที ออกอากาศ ตลอดปี 2545

4.2.1 รายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์ ชุด “ร่วมคิด ร่วมสร้าง บริษัทภิบาลไทย”

ขั้นตอนและกระบวนการผลิต

บริษัท TBWA/NEXT/TRIPLER ได้เสนอบริษัท A.D.Production ซึ่งเป็น Production house เพื่อดำเนินการผลิตสารคดี โดย A.D.Production ได้นำเสนอผลงานที่ผ่านมาให้กับสำนักงานประชาสัมพันธ์พิจารณา ซึ่งผลงานต่าง ๆ รวมทั้งภาพยนตร์โฆษณาด้วย ในช่วงแรก AE ของบริษัท TBWA/NEXT/TRIPLER ก็ได้เข้าร่วมประสานงานด้วย “พอทำผ่าน TB (TBWA) แล้ว AE เค้ารู้อะไร บริษัทภิบาลไม่ดีเท่าเรา ก็เสียเวลาอธิบายกันไปมา เราเลยขอติดต่อเองเลยกับทาง A.D. (ธีรภัทร ภาณุวงศ์กร, สัมภาษณ์ 2548)

ขั้นตอนการทำงานของสารคดีทางโทรทัศน์ก็เป็นเช่นเดียวกับการผลิตสารคดีทางวิทยุ คือ ทางสำนักงานประชาสัมพันธ์ได้ให้เนื้อหาและประเด็นต่าง ๆ ที่ต้องการให้กับ A.D.Production รวมทั้งบทสารคดีทางวิทยุความยาว 2 นาที จำนวน 96 ตอนที่ได้จัดทำไปแล้ว “พอเอาข้อมูลให้ไปเค้าก็ไปศึกษา เสร็จแล้วก็เอาหัวข้อและโครงเรื่องมาให้ดู บอกว่าตอนนี้เป็นยังไง สถานการณ์เกิดที่ไหน เช่น ในห้องประชุม ตัวแสดงนี้พูดแบบนี้ อีกตัวแสดงหนึ่งตอบกลับไปแบบนี้ อีกตอนหนึ่ง สถานการณ์เกิดในที่ศูนย์กีฬา หรือตัวแสดงบังเอิญเดินมาพบกันในบริเวณสำนักงานแล้วพูดจากัน แล้วก็บอกรายละเอียดของตัวแสดงต่าง ๆ ในสารคดีว่าต้องมีเจ้านาย เลขานุการ ลูกน้องก็คนก็คน คนไหนเป็นยังไง บุคลิกแบบไหนอายุเท่าไร” (ธีรภัทร ภาณุวงศ์กร, สัมภาษณ์ 2548)

เมื่อได้รับอนุมัติโครงเรื่องและรายละเอียดตัวแสดงแล้ว A.D.Production จึงได้นำเสนอนักแสดงให้คัดเลือกตัวแสดงละ 6-7 คน “เค้าถ่าย casting มาให้ดูด้วย การออกเสียง ลองพูดประโยคดู ให้พื้มีทกับพื้แดงช่วยดูเลือกกัน” (ธีรภัทร ภาณุวงศกร, สัมภาษณ์ 2548)

สำหรับพิธีกรนั้น ทาง A.D.Production ได้เสนอให้พิจารณาหลายคน “มีดาราวัยรุ่น หรือพวกพิธีกรที่เป็นที่รู้จัก ค่าตัวสูงมากสู้ไม่ไหว แล้วเนื้อหาค่อนข้างเป็นวิชาการก็เลยคิดว่าไม่จำเป็น พวกเราก็เอานิตยสารมาเปิดเลือกดูกัน...ที่เลือกคุณจามร จีระแพทย์ ก็จากที่เปิดดู เห็นจากหนังสือ แล้วพื้มีทก็รู้จักคุณพ่อเค้าด้วย ตอนนั้นเค้าเป็นพิธีกรของยูบีซี และก็เคยเป็นพิธีกรข่าวสั้น ทางช่อง 11 คือตอนนั้นอยากได้พิธีกรที่ดูมีมาดน้อย แล้วเค้าก็ดูใช้ได้” (ธีรภัทร ภาณุวงศกร, สัมภาษณ์ 2548) หลังจากพิจารณาเลือกแล้ว ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ซึ่งรู้จักกับคุณพ่อของคุณจามรเป็นการส่วนตัว จึงได้เป็นผู้ติดต่อโดยตรงให้คุณจามรเข้ามาให้ทางผู้กำกับของ A.D.Production พิจารณา และในที่สุดคุณจามรก็ได้รับเลือกให้เป็นพิธีกรในสารคดีชุดนี้ สำหรับค่าตัวพิธีกร ทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จ่ายตรงเอง ไม่ผ่าน A.D.Production จึงทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนค่าดำเนินการได้ส่วนหนึ่ง

ผู้ดูแลการผลิต คือ ผู้ช่วยผู้หน่วยงานสื่อโทรทัศน์ และผู้จัดการสื่อโทรทัศน์ โดยต้องไปดูการถ่ายทำและตัดต่อทั้ง 66 ตอน เพื่อให้ได้รายละเอียดครบตามที่ต้องการ โดยแบ่งการถ่ายทำครั้งละประมาณ 7 ตอน จากนั้นจึงนำเทปที่ตัดต่อเรียบร้อยแล้วมาให้ผู้ตัดสินใจอนุมัติ คือ ผู้อำนวยการสำนักงานฯ พิจารณาเป็นขั้นตอนสุดท้าย หากมีการแก้ไขซึ่งโดยมากเป็นการแก้ไขในคิวของพิธีกร หรือการปรับแก้เสียงของนักแสดงซึ่งไม่ชัดเจน ก็จะถ่ายทำแก้ไขในครั้งต่อไป เพราะนักแสดงทั้งหมดเป็นชุดเดียวกันจึงทำให้สะดวกมากขึ้น

การถ่ายทำส่วนมากใช้ฉากในบริเวณสำนักงานใหญ่ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทยเอง “ส่วนมากก็เป็นฉากห้องประชุม เราก็จองห้องประชุมที่นี้ถ่ายกันเลย สะดวกดี ไปดูงานก็ง่าย ตอนแรกไปใช้ที่ข้างนอก อย่างที่ River Rine Condominium แต่ควบคุมเสียงลำบากมาก เพราะมันเป็นที่สาธารณะไง คนก็มีเดินไปเดินมา อยู่ติดถนนใหญ่ด้วย เสียงรถดัง แล้วก็จำกัดเรื่องเวลถ่าย เพราะบางที่มันก็เลท แต่ต้องรีบถ่ายทำไว้ตามที่คุยกับเจ้าของสถานที่ พอรีบงานก็ได้ไม่ค่อยดี” (ธีรภัทร ภาณุวงศกร, สัมภาษณ์ 2548)

รายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์ดังกล่าว มีความยาวตอนละ 2 นาที รวม 66 ตอน ค่าผลิตตอนละ 90,000 บาท รวมค่าผลิต 5,940,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารงานด้วยหลักบรรษัทภิบาล โดย 50 ตอนแรกเป็นบทโทรทัศน์จำลองสถานการณ์ต่าง ๆ และตัวแสดงพูดเรื่องเกี่ยวกับบรรษัทภิบาล ยกตัวอย่างกรณีต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็น

กลุ่มผู้บริหาร และอีก 16 ตอนเป็นการสัมภาษณ์บุคคลในองค์กรต่าง ๆ เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล เช่น ตลาดหลักทรัพย์ สมาคมผู้ตรวจสอบภายใน เป็นต้น

ลักษณะ รูปแบบ กระบวนการสร้าง สารคดีทางโทรทัศน์ ความยาว 2 นาที

จากการวิเคราะห์สารคดีทางโทรทัศน์ พบว่า ตัวบทที่สร้างขึ้นสำหรับสารคดีทางโทรทัศน์ที่ใช้ภาพสื่อความหมายจึงมีความน่าสนใจมากขึ้น เน้นเนื้อหาการอธิบายความหมาย และองค์ประกอบของหลักบรรษัทภิบาลเช่นเดียวกับสารคดีทางวิทยุ แต่มีรูปแบบในการนำเสนอใหม่ คือ การจำลองภาพชีวิตของตัวแสดง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจชม เพราะเรื่องของหลักบรรษัทภิบาลเป็นเรื่องยากและเป็นหลักวิชาการ ดังนั้น จึงต้องใช้ความถี่และเวลาในการทำความเข้าใจ ซึ่งจากประเด็นนี้เนื้อหาสารคดีทางโทรทัศน์จึงต้องใช้ความยาวถึง 2 นาทีในการเล่าเรื่อง แต่ก็นับว่าเป็นเวลาที่จำกัดในอันที่จะเสนอเนื้อหาซึ่งมีมากมายให้ได้ครบถ้วนและเกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง จึงต้องมีการนำเสนอถึง 66 ตอน

สำหรับกระบวนการสร้างตัวบท ยังคงเป็นการหยิบยกเรื่องสาธารณะที่เป็นบริบททางสังคม ช่วงเวลานั้นมาเป็นที่มาของการนำเสนอเนื้อหา อีกทั้งเป็นช่วงที่รัฐบาลได้ประกาศให้ปี 2545 เป็นปีแห่งการกำกับุญแลกิจการที่ดีและเป็นวาระแห่งชาติจึงเกิดกระแสสนใจในเรื่องบรรษัทภิบาลอย่างกว้างขวาง บริษัทปูนซิเมนต์ไทยจึงได้สร้างตัวบทในลักษณะสารคดี เพื่อบอกเล่าให้ผู้ชมเข้าใจหลักบรรษัทภิบาลอย่างง่าย ๆ และแฝงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์เครือซิเมนต์ไทยว่าเป็นบรรษัทภิบาลด้วย

การปฏิบัติการทางวาทกรรมของการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของสารคดีทางโทรทัศน์นี้ สามารถวิเคราะห์หรือออกเป็น 2 ประเด็น คือ

- การสร้างตัวบท (Text production) เมื่อวิเคราะห์ในแง่ของการสร้างตัวบท พบว่าบริษัทที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์และสำนักงานประชาสัมพันธ์ผู้ว่าจ้างผลิตเห็นว่าการใช้สารคดีทางวิทยุยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุมเท่าไรนัก เนื่องจากมีความจำกัดในพื้นที่ที่ออกอากาศ จึงว่าจ้างบริษัทผู้ผลิต (Production house) ให้ผลิตสารคดีทางโทรทัศน์เพื่อสื่อสารให้ผู้ชมเกิดความรู้ความเข้าใจในการบริหารงานด้วยหลักบรรษัทภิบาลและเกิดการผลักดันให้บริษัทต่าง ๆ นำหลักบรรษัทภิบาลไปใช้ในการบริหาร ซึ่งการนำเสนอการบริหารงานด้วยหลักบรรษัทภิบาลดังกล่าว นอกจากจะเกิดผลที่ดีต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยตรงแล้ว บริษัทฯ ยังมีผลพลอยได้กลับมา คือ ภาพลักษณ์ที่ดีที่แสดงความห่วงใยสังคม เศรษฐกิจ และประเทศชาติ รวมทั้งธุรกิจอื่น ๆ ในประเทศ รวมทั้งภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาล

เนื้อหาที่นำเสนอในดัวบท เป็นเรื่องราวของการดำเนินธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาล ว่ามีองค์ประกอบอะไรบ้าง มีข้อดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละฝ่ายอย่างไร รวมทั้งมีการยกตัวอย่างบริษัทที่ไม่ได้ดำเนินธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาลว่าได้รับผลอย่างไร

ดังนั้น ความหมายที่เกิดขึ้นหลังจากที่ดัวบทได้นำเสนอสู่สังคมภายใต้บริบทดังกล่าว คือบริษัทอื่นอาจเป็นบรรษัทภิบาลแต่ก็เพิ่งเริ่มทำกันตามที่รัฐบาลรณรงค์ ส่วนเครือข่ายนิเทศไทยนับได้ว่าเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลอย่างแท้จริง

- อັตลัษณะที่ปรากฏในวาทกรรมการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของเครือข่ายนิเทศไทยในช่วงที่สอองนี้ เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งสร้างขึ้โดยมีความสอดคล้องกับเรื่องที่นำเสนอคือ

- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายนิเทศไทย ในการเสนอความรู้เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลให้มวลชน
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายนิเทศไทย ในการชี้ว่าเครือข่ายนิเทศไทยเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้มวลชนรับรู้

การบริโภคดัวบท (text consumption) ในที่นี้ คือ ประสิทธิผลของการสื่อสารในช่วงเวลาดังกล่าวที่เกิดจากการรับสารจากวาทกรรมบรรษัทภิบาล แล้วเกิดภาพลัษณะบริษัทปูนซิเมนต์ไทยว่าเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลขึ้ในใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งเพิ่มความรุ้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล ซึ่งพบว่าเครือข่ายนิเทศไทยผู้ว่าจ้างผลิตการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลพึงพอใจในประสิทธิผลของการสื่อสาร เพราะเนื้อหาสามารถสื่อถึงความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้กับองค์กรอีกทั้งยังมีส่วนในการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านบรรษัทภิบาล

เมื่อวิเคราะห์ไปยังแบบแผนการใช้ภาษาของสื่อสารคดีพบว่า ในส่วนของสารคดีทางโทรทัศน์ลักษณะการดำเนินเรื่อง การจัดวางลำดับการนำเสนอเป็นไปในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ Intro jingle เพื่อบอกว่าเครือข่ายนิเทศไทยเป็นผู้จัดทำสารคดี ต่อมาโฆษกพูดเกริ่นนำคร่าว ๆ เพื่อนำเข้าเรื่องและเป็นภาพเหตุการณ์สมมติที่ตัวแสดงพูดคุยในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่ออธิบายให้ความรู้เรื่องหลักบรรษัทภิบาล จากนั้นพิธีกรสรุปใจความสำคัญของเนื้อหาที่นำเสนอ แล้วจึงปิดท้ายด้วย Outro jingle เพื่อเชิญชวนให้ร่วมกันใช้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารธุรกิจจากนั้นจึงมีข้อความว่า เครือข่ายนิเทศไทย คุณภาพและเป็นธรรม พร้อมกับที่โฆษกพูดปิดท้ายว่า เครือข่ายนิเทศไทย ยึดมั่นในคุณภาพและความเป็นธรรม เพื่อย้ำถึงหลักการในการทำงานของเครือฯ

นอกจากนั้น ยังพบว่าสารคดีทางโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาเดียวกันที่มีรายละเอียดมาก จะแบ่งย่อยการนำเสนอออกเป็นหลายตอนโดยในแต่ละตอนจะพูดเพียงเรื่องเดียว เช่น เรื่องเกี่ยวกับ

คุณสมบัติของกรรมการบริษัทซึ่งต้องไม่ควรมาจากฝ่ายบริหารมากเกินไป ต้องไม่ใช่คู่ค้า ไม่ควรเป็น ลูกค้า ไม่ควรเป็นญาติพี่น้อง ได้ถูกนำเสนอถึง 4 ตอนแยกกัน ต่างจากสารคดีทางวิทยุ ความยาว 2 นาทีที่ออกอากาศในปี 2543-2544 เนื่องจากมีตัวละครในแต่ละตอนมากและมีการเล่าเรื่องซึ่งทำให้ ต้องใช้เวลาพอสมควร ดังนั้น หากในเรื่องมีหลายประเด็นอาจทำให้ผู้ชมสับสนได้ และจำประเด็น ทั้งหมดไม่ได้ครบถ้วน

การวิเคราะห์เนื้อหาสารคดีทางโทรทัศน์

ในบทสารคดีดังกล่าว เป็นการจำลองสถานการณ์การสนทนาของบุคคลต่าง ๆ เช่น การประชุมของคณะกรรมการบริษัท โดยเป็นการเจรจาของผู้เข้าร่วมการประชุมซึ่งมีการแสดงความคิดเห็นกันในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล การสนทนาของเพื่อนที่พูดถึงการบริหารงานของบริษัทตัวเอง การสนทนาของผู้บังคับบัญชากับลูกน้อง เพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้ความเข้าใจหลัก บรรษัทภิบาล เพื่อยกตัวอย่างให้เห็นภาพในการทำงานจริงที่หลักการบรรษัทภิบาลเข้าไปเกี่ยวข้อง ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ

จากเนื้อหาของสารคดีโทรทัศน์ สามารถวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบให้เห็นคู่ความคิดเห็น ตรงกันข้ามที่มีอยู่เดิมในสังคมไทย (Binary Opposition) โดยแยกเป็นตารางเปรียบเทียบให้เห็น ชัดเจนได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 บทนำบรรษัทภิบาล

เนื้อหามีลักษณะการให้ข้อมูลโดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของคณะกรรมการบริษัทที่ทำหน้าที่กำกับดูแลการทำงานของฝ่ายบริหารให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ซึ่งก็ จะทำให้นักลงทุนเชื่อมั่นในบริษัทมากขึ้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลการทำงานของฝ่ายบริหารให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ เป็นธรรมกับทุกฝ่าย	คณะกรรมการบริษัทปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย กำหนด แต่หาช่องทางใช้ตำแหน่งหน้าที่ในการหาผลประโยชน์ส่วนตัว

สรุปวาทกรรมที่พบ : การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท

ตอนที่ 2 กรรมการบริษัทจากฝ่ายบริหาร

เนื่อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลว่ากรรมการบริษัทไม่ควรมาจากฝ่ายบริหารมากเกินไปจนกลายเป็นเสียงข้างมาก เพราะจะสนใจแต่ผลประโยชน์ของบริษัท จนไม่ดูแลผลประโยชน์ของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกัน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทไม่ควรมาจากฝ่ายบริหารมากเกินไป เพราะจะสนใจแต่ผลประโยชน์ของบริษัท จนไม่ดูแลผลประโยชน์ของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกัน	กรรมการบริษัทที่มาจากฝ่ายบริหาร จะช่วยปกป้องผลประโยชน์ให้บริษัทก่อนเป็นเรื่องที่ดี เพราะผลกำไรที่ขึ้นก็ดึงดูดให้มีคนลงทุนมากขึ้น บริษัทขยายไปในที่สุดก็ดีกับทุกฝ่าย

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ของบริษัท ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน

ตอนที่ 3 กรรมการบริษัทต้องไม่ใช่คู่ค้า

เนื่อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลว่าไม่ควรเลือกคู่ค้ามาเป็นกรรมการ เพราะหากมีเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ ก็อาจจะใช้ข้อมูลที่ได้รับรู้ไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนเองได้ ซึ่งไม่ธรรมกับคู่ค้า รายอื่น ๆ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ไม่เลือก Supplier เป็นกรรมการบริษัท เพราะหากมีเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ ก็อาจจะใช้ข้อมูลที่ได้รับรู้ไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนเองได้ ซึ่งไม่ธรรมกับคู่ค้า รายอื่น ๆ	Supplier บางรายที่มีความสัมพันธ์ส่วนตัวก็ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ก่อนจากกรรมการ หรือผู้บริหารบริษัทก่อน แม้ว่าจะไม่มีตำแหน่งเป็นกรรมการเอง

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ส่วนตัว การปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน

ตอนที่ 4 กรรมการบริษัทไม่ควรเป็นลูกค้า

เนื่อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลว่ากรรมการบริษัทไม่ควรเป็นลูกค้า เช่น ตัวแทนจำหน่ายมาเป็นกรรมการ เพราะจะทำให้พนักงานขายของบริษัททำงานลำบากขึ้น ต้องเกรงใจลูกค้าที่เป็นกรรมการ จนเกิดการปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมกันกับลูกค้ารายอื่นๆ รวมทั้งยังเสี่ยงกับกรณีข้อมูลรั่วไหล

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ไม่ควรเลือกผู้แทนจำหน่ายมาเป็นกรรมการบริษัท เพราะจะทำให้พนักงานขายของบริษัททำงานลำบากขึ้น ต้องเกรงใจลูกค้าที่เป็นกรรมการ จนเกิดการปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมกันกับลูกค้ารายอื่นๆ รวมทั้งยังเสี่ยงกับกรณีข้อมูลรั่วไหลได้	ผู้แทนจำหน่ายบางรายถึงแม้ไม่ได้เป็นกรรมการบริษัทเอง แต่ถ้าเป็นรายใหญ่ก็จะได้รับการปฏิบัติที่ดีมากกว่าอยู่แล้ว เพราะทำผลกำไรให้บริษัทมากกว่า

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์เฉพาะกลุ่ม การปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน

ตอนที่ 5 กรรมการบริษัทที่เป็นญาติพี่น้อง

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลโดยชี้ให้เห็นว่าไม่ควรเลือกกรรมการบริษัทที่เป็นเครือญาติกับฝ่ายบริหาร เพราะหากอาจเกิดการดักตวงผลประโยชน์ให้แก่พวกเดียวกัน ทำให้ผลเสียเกิดขึ้นทั้งกับบริษัท และระบบเศรษฐกิจโดยรวมได้

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ไม่ควรเลือกญาติพี่น้องของผู้บริหารมาเป็นกรรมการบริษัท	เลือกญาติพี่น้องของผู้บริหารมาเป็นกรรมการบริษัท เพราะคนในครอบครัวยอมไว้วางใจได้มากกว่าคนนอก
กรรมการบริษัทต้องเป็นอิสระจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และปฏิบัติหน้าที่อย่างโปร่งใส ไม่มีมุงประโยชน์พวกพ้อง	ถ้าไม่มีความสัมพันธ์กับผู้มีอำนาจในบริษัทแต่แรก ก็ไม่ได้รับเลือกมาเป็นกรรมการบริษัท

สรุปวาทกรรมที่พบ : ธุรกิจแบบครอบครัว ความยุติธรรมต่อทุกฝ่าย

ตอนที่ 6 โครงสร้างคณะกรรมการบริษัทที่เหมาะสม

เนื้อหาเนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลโครงสร้างคณะกรรมการบริษัท ว่าควรประกอบด้วยกรรมการจากฝ่ายบริหาร ผู้ถือหุ้น และผู้ที่เป็นอิสระจากทุกฝ่าย เท่า ๆ กัน โดยเสริมด้วยเหตุผลว่าเพื่อถ่วงดุลอำนาจและปกป้องผลประโยชน์ของทุกฝ่ายได้เท่ากัน และกรรมการบริษัทควรเป็นผู้ที่มีความรู้ในธุรกิจนั้น เพื่อที่จะได้นำความรู้และประสบการณ์มาใช้ให้เกิดประโยชน์ด้วย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องไม่มีกรรมการจากฝ่ายบริหารมากเกินไป เพราะจะกำกับดูแลการทำงานของฝ่ายบริหารได้ไม่เต็มที่	การกำกับดูแลไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวน แต่ขึ้นอยู่กับจรรยาบรรณในการทำงาน
ควรมีกรรมการจากผู้ถือหุ้น เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกราย	กรรมการมักเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ซึ่งมักมีสิทธิประโยชน์มากกว่าผู้ถือหุ้นรายย่อย
กรรมการบริษัทควรมีความรู้ในแวดวงอุตสาหกรรมนั้น ๆ เพื่อที่จะได้นำความรู้และประสบการณ์มาใช้ให้เกิดประโยชน์	ความรู้ต่าง ๆ จากข้อมูลที่ฝ่ายบริหารนำมาประกอบการนำเสนอ เพื่อให้กรรมการได้ใช้ในการตัดสินใจก็พอ

สรุปวาทกรรมที่พบ : การกำกับดูแลการทำงานของฝ่ายบริหาร ผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกราย มีความรู้ในธุรกิจ

ตอนที่ 7 ความเอาใจใส่ในหน้าที่ของกรรมการบริษัท

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหน้าที่ของกรรมการบริษัทที่ดี ว่าต้องศึกษาเอกสารไว้ก่อนการประชุม เพื่อให้แสดงความคิดเห็น ออกสิทธิ์ออกเสียง หรือซักถามในที่ประชุมได้ทันที และต้องติดตามความเคลื่อนไหวของทั้งบริษัทตัวเอง และคู่แข่ง เพื่อให้สามารถนำข้อมูลมาตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง จึงจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้นได้อย่างสมบูรณ์

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเอาใจใส่ต่อหน้าที่	แค่ไปฟัง ๆ และออกความคิดเห็นก็พอ ก็ถือว่าได้ทำหน้าที่แล้ว

สรุปวาทกรรมที่พบ : รับผิดชอบต่อหน้าที่

ตอนที่ 8 กรรมการบริษัทควรติดตามการทำงานของผู้บริหาร

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับบทบาทของกรรมการบริษัทในการกำกับการดำเนินงานของฝ่ายบริหาร ดังนั้น จึงต้องติดตามการทำงานของฝ่ายบริหารอย่างจริงจัง และหากเรื่องที่ฝ่ายบริหารเสนอมาไม่โปร่งใส ก็ต้องทักท้วง เพราะหากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง อาจส่งผลเสียต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทได้

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องติดตามการทำงานของฝ่ายบริหารอย่างใกล้ชิด	การติดตามการทำงานก็เหมือนกับการจับผิดจะทำให้ฝ่ายบริหารทำงานไม่เต็มที่ ทำให้ผลประโยชน์ของบริษัทลดลง

สรุปวาทกรรมที่พบ : การติดตามการทำงานของฝ่ายบริหารอย่างใกล้ชิด

ตอนที่ 9 กรรมการบริษัทต้องทำงานอย่างเป็นกลาง

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลว่ากรรมการบริษัทควรมีความชัดเจนในบทบาทหน้าที่ ที่ต้องปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย เช่น การงดออกเสียงในการประกวดราคาเลือกผู้รับเหมาในกรณีที่บริษัทผู้รับเหมาที่ตนมีหุ้นอยู่เสนอราคา ซึ่งจะนำมาซึ่งความน่าเชื่อถือของบริษัท และนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจอย่างยั่งยืน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องวางตัวเป็นกลาง โปร่งใส และตรวจสอบได้ ปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย	กรรมการบริษัทเอื้อประโยชน์ให้กับผู้รับเหมาบางราย หรือมีการนำข้อมูลไปเพื่อใช้หาผลประโยชน์ส่วนตัว

สรุปวาทกรรมที่พบ : วางตัวเป็นกลาง ผลประโยชน์ของทุกฝ่าย

ตอนที่ 10 กรรมการบริษัทไม่ใช่ตัวแทนฝ่ายบริหาร

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหน้าที่ของกรรมการบริษัทในการกำกับดูแลการทำงานของฝ่ายบริหารให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องชัดเจนในบทบาทหน้าที่ และควรแยกอำนาจการบริหารกับการดูแลออกจากกันอย่างเด็ดขาด	กรรมการบริษัทชัดเจนในบทบาทหน้าที่ แต่อาจก้าวก่ายในการบริหารงาน เพื่อให้การทำงานได้ตรงกับเป้าหมายที่ต้องการของผู้ถือหุ้น

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความชัดเจนในบทบาทหน้าที่ แยกแยกอำนาจ

ตอนที่ 11 การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส

เนื้อหาที่มีลักษณะในการให้ข้อมูล ว่ากรรมการบริษัทต้องกระตุ้นให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้องแก่ผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน และโปร่งใส โดยมีเหตุผลสนับสนุนว่าเพื่อที่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ส่งผลดีต่อความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทที่ดีต้องกระตุ้นให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส ตรงไปตรงมา	โปร่งใส เปิดเผยข้อมูลเฉพาะที่ดี และไม่กระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

สรุปวาทกรรมที่พบ : การเปิดเผยข้อมูล ความโปร่งใสของข้อมูล

ตอนที่ 12 การเปลี่ยนแปลงภายในบริษัทกับการเปิดเผยข้อมูล

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลและย้ำเตือนว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเกิดขึ้นภายในบริษัทต้องแจ้งข้อมูลให้ผู้ถือหุ้นทราบอย่างชัดเจน ถูกต้อง และเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่หรือรายย่อย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องกระตุ้นให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้นและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างโปร่งใส โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในบริษัท	การเปิดเผยข้อมูลบางอย่าง อาจทำให้ผู้ถือหุ้นตื่นตระหนกถึงผลที่ตามมา และอาจรีบเทขายหุ้นทำให้บริษัทเสียหายได้

สรุปวาทกรรมที่พบ : การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส

ตอนที่ 13 กรรมการบริษัทกับการเปิดเผยสถานะทางการเงิน

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบว่าบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างไม่โปร่งใส จะส่งผลเสียอย่างมากต่อความน่าเชื่อถือ และการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งก็มีหลายแห่งที่ต้องปิดตัวไปด้วยสาเหตุนี้

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องกระตุ้นให้เกิดความโปร่งใสภายในบริษัท เช่น การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสถานะการเงินของบริษัท	กรรมการบริษัททำหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดก็พอ ไม่ต้องกระตุ้นให้เกิดความโปร่งใส เพราะการเปิดเผยสถานะการเงินที่ไม่ดี อาจส่งผลต่อเงินที่จะมาลงทุนกับบริษัท

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความโปร่งใส การเปิดเผยข้อมูลสถานะการเงิน

ตอนที่ 14 การเปิดเผยข้อมูลกับพนักงานบริษัท

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลการปฏิบัติด้านหลักบรรษัทภิบาล ว่าต้องเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และโปร่งใส กับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการต้องดูแลผลประโยชน์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม	กรรมการดูแลผลประโยชน์โดยโน้มเอียงไปยังผู้ที่มีอำนาจและประโยชน์ส่วนตัว
บริษัทต้องเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างโปร่งใส และเป็นธรรม รวมทั้งพนักงานบริษัทด้วย	ผู้บริหารปิดบังข้อมูลผลประโยชน์ของบริษัท ต่ำ งดจ่ายโบนัส และไม่ขึ้นเงินเดือนให้พนักงาน แต่ซื้อรถประจำตำแหน่งใหม่ให้ตัวเอง

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ของทุกฝ่าย ข้อมูลผลประโยชน์ประกอบโปร่งใส

ตอนที่ 15 กรรมการบริษัทกับการบริหารความเสี่ยง

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่ากรรมการบริษัทมีบทบาทสำคัญในการดูแลเรื่องการบริหารความเสี่ยง และหามาตรการลดความเสี่ยงนั้น ๆ ให้น้อยที่สุด และโดยเปิดเผยข้อมูลให้ทราบมาก ซึ่งจะทำให้ผู้ถือหุ้นเห็นว่าบริษัทมีความจริงใจ และทำให้ได้รับความไว้วางใจจากผู้ถือหุ้นมากขึ้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการมีหน้าที่กำกับดูแลการทำงานของฝ่ายบริหาร ซึ่งรวมทั้งการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจ และต้องรายงานรายละเอียดให้ผู้ถือหุ้นทราบ	ฝ่ายบริหารปกปิดการดำเนินงานที่มีความเสี่ยง โดยนำทรัพย์สินบริษัทไปลงทุนในธุรกิจอื่นและเอาผลประโยชน์ส่วนเพิ่มไปเป็นของส่วนตัว

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความเสี่ยงในการทำธุรกิจ การกำกับดูแลการทำงาน การเปิดเผยข้อมูล

ตอนที่ 16 การบริหารความเสี่ยงกับการเปิดเผยข้อมูล

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลและชี้ให้เห็นหน้าที่ของกรรมการบริษัท ว่าต้องกระตุ้นให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส และต้องมีใจเปิดกว้างรับฟังความคิดเห็นของผู้ถือหุ้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องบริหารความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืน และต้องมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสด้วย	ฝ่ายบริหารปกปิดการดำเนินงานที่มีความเสี่ยง โดยนำทรัพย์สินบริษัทไปลงทุนในธุรกิจอื่นและเอาผลประโยชน์ส่วนเพิ่มไปเป็นของส่วนตัว

สรุปวาทกรรมที่พบ : การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

ตอนที่ 17 บรรษัทภิบาลกับการเปลี่ยนแปลงตัวเลขทางบัญชี

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล ว่าต้องไม่มีการปิดบังหรือบิดเบือนข้อมูล เพราะเมื่อความจริงปรากฏ ผลเสียหายที่ตามมาจะมีมากกว่าหลายเท่าตัว

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การเปิดเผยข้อมูลต้องโปร่งใส ตรงไปตรงมา ไม่ปิดบัง หรือบิดเบือนข้อมูล แม้จะมีผลดีในระยะสั้น แต่จะเสียหายในระยะยาว	การเปิดเผยข้อมูลบางครั้งก็ทำให้เกิดความเสียหายมากกว่า จึงต้องปกปิดไว้ ไม่ต้องบอกทั้งหมด แค่ทำให้ผลประกอบการดีก็พอ

สรุปวาทกรรมที่พบ : การเปิดเผยข้อมูลโปร่งใสและตรงไปตรงมา ข้อมูลต้องถูกต้อง

ตอนที่ 18 บรรษัทภิบาลกับอำนาจของฝ่ายบริหาร

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่ของกรรมการบริษัท ว่าหากการตัดสินใจของผู้บริหารไม่เป็นธรรมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ ก็มีสิทธิ์คัดค้านได้

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องดูแลไม่ให้อำนาจบริหารใช้อำนาจในทางที่ไม่ชอบ	ถ้าเป็นผลประโยชน์ที่มีร่วมกัน กรรมการบริษัทก็ไม่ทักท้วง

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ส่วนตัว

ตอนที่ 19 ผู้บริหารกับการใช้งบประมาณ

เนื้อหาหลักขณะการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งงบประมาณว่าควรต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการต้องกำกับดูแลให้มีความโปร่งใสในการใช้งบประมาณต่าง ๆ	งบประมาณบางอย่างก็ไม่สามารถแสดงให้เห็นโปร่งใสได้ เช่น งบที่จ่ายให้หน่วยงานภาครัฐเพื่อเป็นการหลอกลิ้นให้ธุรกิจราบรื่นและงานเดิน

สรุปวาทกรรมที่พบ : การใช้งบประมาณอย่างโปร่งใส

ตอนที่ 20 เมื่อฝ่ายบริหารนำข้อมูลไปบอกพวกพ้อง

เนื้อหาชี้ให้เห็นว่าการเลือกปฏิบัติโดยแจ้งข้อมูลการประมูลเฉพาะผู้รับเหมาที่เคยให้อยู่ประจำ อาจทำให้บริษัทเสียประโยชน์เพราะอาจเกิดการฮั้วราคา บริษัทเสียชื่อเสียงได้ ดังนั้นผู้บริหารควรวางตัวให้เป็นกลาง

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้บริหารต้องวางตัวเป็นกลางในการประมูล โดยแจ้งเรื่องการประมูลให้ผู้รับเหมาหลายรายพร้อมกัน เพื่อให้ยื่นซองประมูลได้ตามกำหนด	แจ้งเรื่องการประมูลเฉพาะผู้รับเหมาที่เคยรู้จักและร่วมงานกันมา เพราะทำงานง่าย ไม่ต้องอธิบายมาก

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความเป็นกลางต่อคู่ค้า

ตอนที่ 21 ช่องทางในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

เนื้อหาให้ข้อมูลว่าการมีช่องทางในการสื่อสารข้อมูลให้กับผู้ถือหุ้นได้หลายช่องทาง เพื่อให้ผู้ถือหุ้นไม่เสียสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร ย่อมเป็นสิ่งที่ดี เพื่อความถูกต้อง ชัดเจน และทันเวลา ที่สำคัญบริษัทจะได้ชื่อว่าโปร่งใส ตามหลักบริษัทภิบาล

บริษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องมีช่องทางในการสื่อสารข้อมูลกับผู้ถือหุ้นหลาย ๆ ช่องทาง เพื่อไม่ให้เสียสิทธิในการรับรู้ข่าวสารได้ถูกต้อง ชัดเจน และทันเวลา	การมีช่องทางเพิ่มขึ้นต้องลงทุนค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และทำให้ผลประกอบการลดลง มีแค่ช่องทางเดียวก็พอ ถ้าผู้ถือหุ้นต้องการรู้เพิ่มก็ติดต่อมาเอง

สรุปวาทกรรมที่พบ : ช่องทางในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

ตอนที่ 22 การให้ข้อมูลและตอบข้อสงสัยแก่ผู้ถือหุ้น

เนื้อหาชี้แนะว่าผู้บริหารต้องทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและชัดเจนกับผู้ถือหุ้นหรือนักลงทุนด้วย เช่น การชี้แจงกับสื่อมวลชน การเปิดโอกาสให้นักลงทุนหรือสถาบันการเงินเข้าพบปะพูดคุยเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานของบริษัท เป็นต้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้บริหารต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจนกับผู้ถือหุ้น	การให้ข้อมูลเป็นหน้าที่ของศูนย์ข้อมูล การทำงานซ้ำซ้อนทำให้เสียเวลาในการบริหารงาน

สรุปวาทกรรมที่พบ : การให้ข้อมูลกับผู้ถือหุ้น

ตอนที่ 23 ความรวดเร็วและทั่วถึงของข่าวสาร

เนื้อหาเป็นลักษณะการให้ข้อมูลว่า การแจ้งข่าวสารแก่ผู้ถือหุ้นต้องใช้สื่อหลายชนิดประกอบกัน เพื่อให้ข่าวสารที่ส่งให้มีความรวดเร็ว และทั่วถึง โดยยกตัวอย่างว่าจดหมายข่าวหากถึงผู้ถือหุ้นช้า อาจทำให้ผู้ถือหุ้นเสียโอกาสในการศึกษาข้อมูลที่จำเป็นล่วงหน้า เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน ก็อาจต้องมีสื่ออื่นเสริมเพื่อให้ข้อมูลถึงผู้ถือหุ้นได้รวดเร็ว เช่น อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การเปิดเผยข้อมูลให้กับผู้ถือหุ้น ต้องรวดเร็ว และทันเวลาด้วย	การเปิดเผยข้อมูลได้ครบถ้วน แต่อาจไม่รวดเร็วหรือทันเวลา

สรุปวาทกรรมที่พบ : การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้น รวดเร็ว ทันเวลา

ตอนที่ 24 การให้เวลาในการใช้สิทธิของผู้ถือหุ้น

เนื้อหาเป็นการเน้นย้ำหลักบรรษัทภิบาลว่า เมื่อจะมีการประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อใช้สิทธิ์ออกเสียงลงความเห็นในเรื่องที่สำคัญๆ บริษัทควรแจ้งให้ผู้ถือหุ้นรู้ล่วงหน้าเป็นเวลาพอสมควรด้วย เพื่อให้ผู้ถือหุ้นจะได้มีเวลาเตรียมตัว ได้มีเวลาคิด และตัดสินใจในเรื่องต่างๆ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การแจ้งการประชุมผู้ถือหุ้น ต้องให้เวลารู้ล่วงหน้าพอสมควร เพื่อที่จะได้เตรียมตัวทัน เพื่อความโปร่งใสของบริษัท	แจ้งล่วงหน้าเฉพาะผู้ถือหุ้นรายใหญ่เพื่อเตรียมตัวก็พอ เพราะถึงส่งให้ก่อนผู้ถือหุ้นรายย่อยไม่สนใจเข้าร่วมประชุมอยู่แล้ว

สรุปวาทกรรมที่พบ : การแจ้งการประชุมต่อผู้ถือหุ้น การเตรียมตัวประชุม

ตอนที่ 25 การให้ข้อมูลที่เพียงพอกับผู้ถือหุ้น

เนื้อหาเป็นการให้ข้อมูลการปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล ว่าบริษัทต้องให้ข้อมูลที่มากเพียงพอสำหรับการตัดสินใจแก่ผู้ถือหุ้น โดยเฉพาะเรื่องสำคัญ เพื่อแสดงความจริงใจ และความโปร่งใสของบริษัท เช่น หากมีวาระด่วนในการออกหุ้นกู้ ก็ควรแนบรายละเอียดการออกหุ้นกู้ให้พร้อมกับจดหมายเชิญ เพื่อให้สามารถศึกษาข้อมูลได้ล่วงหน้า ชักถามได้ทันทีในที่ประชุม โดยไม่ต้องเสียเวลาอ่าน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การให้ข้อมูลกับผู้ถือหุ้น ต้องมากเพียงพอต่อการตัดสินใจด้วย	การให้ข้อมูลมากเกินไปทำให้เกิดการชักถามวุ่นวาย แคะส่งข้อมูลแบบสรุปให้ก็พอ

สรุปวาทกรรมที่พบ : การให้ข้อมูลต้องมากพอ

ตอนที่ 26 ทางเลือกในการใช้สิทธิของผู้ถือหุ้น

เนื้อหาเป็นลักษณะการบอกเล่าถึงหน้าที่ของกรรมการบริษัทที่ดีตามหลักบรรษัทภิบาล ว่าต้องเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีทางเลือกที่หลากหลายในการใช้สิทธิออกเสียงในเรื่องต่างๆ ซึ่งบทโทรทัศน์ได้ยกตัวอย่างการจัดประชุมช่วงวันหยุดยาว ทำให้มีผู้ถือหุ้นหลายรายไม่สามารถเข้ามาประชุมได้ ก็อาจเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิในการโหวตทั้งทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต หรืออาจส่งตัวแทนมาแทน เป็นต้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีทางเลือกที่หลากหลายในการใช้สิทธิออกเสียงเรื่องต่าง ๆ	การมีทางเลือกเพิ่มขึ้นต้องใช้พนักงานดำเนินการมากขึ้น ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ถ้าผู้ถือหุ้นต้องการใช้สิทธิก็ต้องจัดเวลาให้มาตัวเอง

สรุปวาทกรรมที่พบ : ทางเลือกในการใช้สิทธิ

ตอนที่ 27 ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

เนื้อหาเป็นลักษณะการบอกเล่าถึงหลักบรรษัทภิบาล ว่าต้องมีช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากเพียงพอ คือ ข้อมูลต่างๆ ที่เผยแพร่จะต้องรวดเร็ว ถูกต้องและครบถ้วน นอกจากนี้ควรใช้งานได้ง่าย ไม่สลับซับซ้อน โดยบทโทรทัศน์ยกตัวอย่างการให้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ควรสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ไม่ต้องเข้าไปหลายชั้นตอนมากเกินไปกว่าจะถึงข้อมูลที่ต้องการ เป็นต้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ช่องทางการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นต้องมีประสิทธิภาพ และข้อมูลต้องรวดเร็ว ถูกต้อง และครบถ้วน ใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน	บริษัทจัดช่องทางการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นตามกฎหมายกำหนด ส่วนการทำความเข้าใจกับข้อมูลต่าง ๆ ผู้ถือหุ้นต้องใส่ใจทำความเข้าใจเอง หรือสอบถามกลับมาที่บริษัทเมื่อเกิดความสงสัย

สรุปวาทกรรมที่พบ : ช่องทางการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

ตอนที่ 28 ความเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นรายย่อย

เนื้อหาเป็นลักษณะการบอกเล่าถึงหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทที่ดีตามหลักบรรษัทภิบาล ว่าต้องปกป้องผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ทั้งรายใหญ่และรายย่อย โดยยกตัวอย่างการส่งจดหมายแจ้งประชุมการปรับโครงสร้างบริษัท ควรจะต้องแจ้งผู้ถือหุ้นทุกคน ไม่เลือกส่งให้เฉพาะผู้ถือหุ้นรายใหญ่เท่านั้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องปกป้องผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน	กรรมการบริษัทซึ่งส่วนมากมาจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ก็ย่อมเห็นแก่ผลประโยชน์ของตัวเองก่อนอยู่แล้ว เพราะมีส่วนในการเป็นเจ้าของบริษัทมากกว่า

สรุปวาทกรรมที่พบ : ดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน

ตอนที่ 29 การปฏิบัติต่อลูกค้าตามหลักบรรษัทภิบาล

เนื้อหาเป็นลักษณะบอกเล่าถึงบริษัทที่ดีตามหลักบรรษัทภิบาล ว่าต้องรับผิดชอบต่อลูกค้า โดยการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยยกตัวอย่างการผลิตสินค้าผิดสเปคหนึ่งล็อตที่ถึงแม้ทางเอเยนต์จะสั่งให้ส่งด่วน แต่ก็ต้องนำกลับไปแก้ไขที่โรงงานก่อน เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ และไม่ให้บริษัทเสียชื่อเสียงจากการถูกฟ้องร้องภายหลังได้

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งลูกค้าด้วย จึงต้องผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ	ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน แต่ถ้าลูกค้าได้สินค้าที่ตกลสเปคก็นำมาเปลี่ยนเองที่ร้าน ภายหลังเพื่อผลประโยชน์ตัวเอง บริษัทไม่ต้องเสียค่าขนส่งหลายเที่ยว

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย สินค้ามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน

ตอนที่ 30 ผลตอบแทนที่เหมาะสม

เนื้อหาเป็นลักษณะการให้ข้อมูลด้านการพิจารณาผลตอบแทนของคณะกรรมการบริษัทตามหลักบรรษัทภิบาล ว่าต้องเปิดเผย โปร่งใส ให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับภาระหน้าที่ของกรรมการบริษัท ซึ่งจะเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม โดยควรมีการพิจารณาผลตอบแทนของคณะกรรมการผ่านความเห็นชอบของผู้ถือหุ้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องให้ความสำคัญในการคัดเลือกคณะกรรมการ และให้ผลตอบแทนอย่างเหมาะสม เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน และต้องเปิดเผยผลตอบแทนอย่างโปร่งใส	คัดเลือกกรรมการ และให้ผลตอบแทนจากบริษัทอย่างเหมาะสม แต่ใช้โอกาสในการดักตวงผลประโยชน์อื่น ๆ ได้จากตำแหน่งหน้าที่อีกด้วย

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลตอบแทนคณะกรรมการ

ตอนที่ 31 ความรับผิดชอบต่อกรรมการบริษัท

เนื้อหาเป็นลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่าคณะกรรมการบริษัททุกคนมีความสำคัญเท่าเทียมกัน ทั้งประธานกรรมการ กรรมการจากฝ่ายบริหาร กรรมการจากผู้ถือหุ้น หรือกรรมการ



อิสระ ดังนั้น การที่จะทักท้วงประธานกรรมการ ก็สามารถทำได้ เพราะถือว่าเป็นการทำตามหน้าที่ของกรรมการบริษัทที่ดี

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
คณะกรรมการทุกคนมีความสำคัญเท่าเทียมกัน	กรรมการที่มาจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่มักเป็นที่เกรงใจมากกว่า เพราะเป็นเจ้าของบริษัท

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความเท่าเทียมกันของคณะกรรมการ

ตอนที่ 32 การพิจารณาเรื่องที่ต้องอาศัยความรู้เฉพาะด้าน

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่า การพิจารณาเรื่องที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถเฉพาะด้านจำเป็นต้องแต่งตั้งคณะกรรมการอิสระที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องนั้นๆ มาดำเนินการ และควรมีข้อมูลเปรียบเทียบกับบริษัทชั้นนำด้วย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องแต่งตั้งคณะกรรมการอิสระที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน มาให้ความคิดเห็นประกอบการพิจารณา	ไม่จำเป็นต้องว่าจ้างคณะกรรมการอิสระเพิ่มเติมให้เสียค่าใช้จ่าย เพราะความรู้เฉพาะด้านที่ต้องใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจ ฝ่ายบริหารต้องเป็นคนจัดหาและชี้แจง

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความรู้เฉพาะด้านของคณะกรรมการ

ตอนที่ 33 การปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเป็นธรรม

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่าการดำเนินธุรกิจควรให้ความเป็นธรรมกับผู้ที่ทำธุรกิจการค้ากับบริษัทหรือคู่ค้า โดยยกตัวอย่างการให้ส่วนลดคืนภายหลังกับเอเยนตรีรายใหญ่ ก็ควรให้เท่ากับเอเยนตรีรายย่อย ไม่ควรมีใครได้ผลประโยชน์มากกว่า เพราะมีความสำคัญเท่า ๆ กัน โดยหลักบรรษัทภิบาลให้ความเป็นธรรมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทุกฝ่ายซึ่งส่งผลดีกับบริษัทในระยะยาว

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องให้ความเป็นธรรมกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายรวมทั้งคู่ค้าด้วย	ความเป็นธรรมอยู่ที่การขายได้มากก็ควรได้รับผลตอบแทนมากกว่า จะสร้างแรงกระตุ้นใจให้ทำการค้ามากขึ้น

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความเป็นธรรมต่อคู่ค้า

ตอนที่ 34 บรรษัทภิบาลกับสิทธิตามสัญญา

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่า ต้องรับผิดชอบต่อทุกๆฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพราะถือเป็นการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ โดยยกตัวอย่างว่าไม่ควรทำสัญญากับ Supplier รายใหม่ ให้ข้อเสนอที่พิเศษในการจัดซื้อวัตถุดิบกับ Supplier รายเดิมในทันที ควรมีการเปรียบเทียบราคากับ Supplier รายอื่นก่อน เพื่อให้ไม่ถูกมองว่ามีลัทธิคัมภีร์กับ Supplier รายใหม่ดังกล่าว เพราะอาจทำให้ไม่มีคนกล้าทำธุรกิจด้วย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องรับผิดชอบต่อสัญญาที่ได้ทำไว้กับคู่ค้าหรือลูกค้า	รับผิดชอบต่อสัญญา แต่มองหาช่องทางที่ทำให้บริษัทได้เปรียบเพิ่มขึ้นด้วย

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความรับผิดชอบต่อสัญญา

ตอนที่ 35 การให้ผลตอบแทนตามความสามารถ

เนื้อหาเป็นการเปรียบเทียบบริษัทที่ไม่มีบรรษัทภิบาล ว่างานมาก แต่ไม่มีค่าอาหาร ค่าล่วงเวลา ฯลฯ โดยที่พนักงานคนอื่นก็ว่างอยู่ และนำเสนอบริษัทที่เป็นบรรษัทภิบาลว่าต้องพิจารณาเงินเดือนและผลตอบแทนของพนักงานตามความสามารถ ซึ่งถือเป็นกลไกหนึ่งที่จะสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงาน และยังเป็นการรักษาพนักงานที่ดีมีคุณภาพ ให้อยู่กับบริษัทไปนานๆ ด้วย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงาน เช่น การพิจารณาผลตอบแทนอย่างเหมาะสมตามความสามารถ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน	ผลตอบแทนขึ้นอยู่กับเจ้านายว่าจะชอบหรือไม่ ไม่ได้ขึ้นกับผลการทำงานอย่างเดียว

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลตอบแทนพนักงาน

ตอนที่ 36 บรรษัทภิบาลเป็นเรื่องของทุกคนในองค์กร

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่าไม่ใช่เรื่องของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่เป็นเรื่องที่พนักงานทุกคนในองค์กรควรให้ความสำคัญและปฏิบัติตาม เพื่อสร้างความมั่นใจและความ

นำเชื่อถือให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกๆ ฝ่าย ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทเติบโตได้อย่างมั่นคงต่อไป โดยบริษัทควรจัดให้มีการสัมมนาเรื่องบรรษัทภิบาลให้พนักงานบริษัทด้วย เพื่อให้พนักงานให้ความสำคัญและปฏิบัติตาม

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
พนักงานทุกคนควรให้ความสำคัญและปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย	พนักงานทำงานเพื่อให้ผลงานออกมามีคุณภาพ หลักบรรษัทภิบาลเป็นเรื่องของบริษัทที่สร้างภาพให้สังคมรับรู้เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักลงทุน

สรุปวาทกรรมที่พบ : สร้างความมั่นใจให้ทุกฝ่าย

ตอนที่ 37 พนักงานกับการปฏิบัติหน้าที่ตามหลักบรรษัทภิบาล

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาล ว่าบริษัทต้องปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเปิดเผยโปร่งใส และเป็นธรรม เพราะเป็นการแสดงออกถึงความจริงใจของบริษัท ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทอย่างเต็มที่ เพื่อนำบริษัทไปสู่ความสำเร็จร่วมกัน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเปิดเผย โปร่งใส และเป็นธรรม ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานให้ความร่วมมือและสนับสนุนการทำงานของบริษัทอย่างเต็มที่	ปฏิบัติต่อพนักงานตามแต่ความชอบหรือไม่ชอบของผู้บริหารโดยตรงของแต่ละหน่วยงาน พนักงานก็ทำตามหน้าที่เท่านั้น ไม่เกิดความทู่แท้

สรุปวาทกรรมที่พบ : การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม

ตอนที่ 38 การเปิดเผยข้อมูลอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่า บริษัทต้องเคารพสิทธิอันพึงได้ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องเปิดเผยข้อมูลกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างโปร่งใส เสมอภาค และเป็นธรรม	เปิดเผยข้อมูลกับทุกฝ่าย แต่ระดับของข้อมูลที่ให้แตกต่างกันไป

สรุปวาทกรรมที่พบ : เปิดเผยข้อมูล

ตอนที่ 39 การไม่แสวงหาผลประโยชน์

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่า ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ ก็ถือเป็นเรื่องที่สำคัญ ดังนั้น บริษัทที่ดีจึงต้องปฏิบัติกับทุกๆ ฝ่ายอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม ซึ่งก็จะทำให้บริษัทอื่นอยากร่วมงานด้วย แล้วยังช่วยสร้างให้บริษัทมีความมั่นคงและเติบโตอย่างยั่งยืน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องไม่แสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ	การทำงานเองช่วยประหยัดเงินให้บริษัทได้มากกว่าการจ่ายเงินให้คนนอก

สรุปวาทกรรมที่พบ : การแสวงหาผลประโยชน์

ตอนที่ 40 การกำหนดราคาอย่างเป็นธรรม

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่า ต้องกำหนดราคาสินค้าอย่างเป็นธรรม และไม่เอาเปรียบผู้บริโภค เพื่อความสำเร็จที่ยั่งยืนของธุรกิจ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องกำหนดราคาสินค้าอย่างเป็นธรรม โดยไม่เอาเปรียบผู้บริโภค	นำขึ้นให้รีบตัก ถ้ายังมีคนซื้อสินค้าอยู่จะทำกำไรเพิ่มบ้างก็เป็นผลดีกับบริษัท

สรุปวาทกรรมที่พบ : กำหนดราคา

ตอนที่ 41 ความรับผิดชอบในการให้ข้อมูล

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่า ต้องนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง และไม่แสวงหาผลประโยชน์โดยการให้ข้อมูลเท็จ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่แสวงหาผลประโยชน์โดยการให้ข้อมูลเท็จ	ให้ข้อมูลที่เกินจริงในโฆษณา และใส่หมายเหตุตัวเล็ก ๆ ไว้ในสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับประโยชน์จากการโฆษณามากที่สุด

สรุปวาทกรรมที่พบ : การให้ข้อมูลที่จริง ผลประโยชน์ของบริษัท

ตอนที่ 42 บรรษัทภิบาลกับการรักษาสิ่งแวดล้อม

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่าต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วย และการปฏิบัติเช่นนี้เป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะส่งผลดีกับการดำเนินธุรกิจในระยะยาว เช่น การติดตั้งระบบต่าง ๆ เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน เป็นต้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	ไม่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เพราะการใช้จ่ายเงินปรับปรุงจะกระทบต่อผลกำไรของบริษัท และเรื่องสิ่งแวดล้อมและชุมชนเป็นเรื่องที่รัฐบาลต้องดูแล

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

ตอนที่ 43 บรรษัทภิบาลกับการรักษาข้อมูล

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่าบริษัทจะต้องเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส และเป็นธรรมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย แต่หากเป็นข้อมูลที่เป็นความลับของบริษัทที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ หรือมีผลประโยชน์กับกลุ่มคนบางกลุ่ม บางทีเราก็จำเป็นต้องปกปิดไว้ จนกว่าจะเปิดเผยได้เมื่อถึงเวลาอันสมควร

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ปกปิดข้อมูลที่เป็นความลับของบริษัทที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ หรือมีผลประโยชน์กับคนบางกลุ่ม จนกว่าจะเปิดเผยได้เมื่อถึงเวลาอันสมควร	กรรมการบริษัทนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ส่วนตัว

สรุปวาทกรรมที่พบ : ปกปิดข้อมูลความลับ ผลประโยชน์ต่อคนบางกลุ่ม

ตอนที่ 44 ประโยชน์ของบรรษัทภิบาลต่อองค์กร

เนื้อหาที่มีลักษณะการบอกถึงข้อดีของหลักบรรษัทภิบาลว่าช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับคนทั่วไป รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทำให้เมื่อบริษัทต้องการระดมทุน เช่น การขายหุ้นกู้ ก็จะมีผู้สนใจซื้อมากมาย เพราะเชื่อมั่นในการดำเนินงานของบริษัทแม้ว่าสถานการณ์เศรษฐกิจไม่ดีก็ตาม

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การดำเนินธุรกิจอย่างเปิดเผย โปร่งใส และเป็นธรรม ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับบริษัท เป็นผลดีต่อการระดมทุน	การระดมทุนมักดูกันที่ผลประกอบการ และความน่าเชื่อถือของผู้บริหาร ส่วนเรื่องบรรษัทภิบาลมักเป็นภาพลักษณ์ที่ใช้อ้างกันมากกว่า

สรุปวาทกรรมที่พบ : สร้างความน่าเชื่อถือ การระดมทุน

ตอนที่ 45 ประโยชน์ของบรรษัทภิบาลต่อองค์กร

เนื้อหาที่มีลักษณะการบอกถึงข้อดีของหลักบรรษัทภิบาลว่าทำให้บริษัทต่างชาตินับว่าธุรกิจที่ลงทุนร่วมด้วยจะเจริญเติบโตอย่างมั่นคงตลอดไป ดังนั้น ประสิทธิภาพและคุณภาพขององค์กรที่ดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล จะช่วยดึงดูดลูกค้า คู่ค้า ผู้ร่วมลงทุนที่มีคุณภาพ ตลอดจนพันธมิตรทางธุรกิจมาเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินธุรกิจให้มีความมั่นคงมากยิ่งขึ้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล สร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักลงทุน สาธารณชน และส่งผลดีต่อการหาพันธมิตรทางธุรกิจอีกด้วย	ถ้าผลประกอบการไม่ดี บริษัทต่างชาติก็ไม่สนใจที่จะลงทุนด้วย แม้ว่าจะเชื่อถือเพราะมีบรรษัทภิบาลก็ตาม
มุ่งสร้างผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น โดยไม่เอาเปรียบผู้ถือหุ้นรายย่อย	ผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีโอกาสที่ได้รับผลประโยชน์มากกว่า

สรุปวาทกรรมที่พบ : สร้างความน่าเชื่อถือ ผลประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้นทุกราย

ตอนที่ 46 ประโยชน์ของบรรษัทภิบาลต่อองค์กร

เนื้อหาที่มีลักษณะการบอกถึงข้อดีของการปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาลว่า ช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือที่สาธารณชนทั่วไปมีต่อองค์กร สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการเติบโตขององค์กร และส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างมั่นคงและยั่งยืน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน ส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างมั่นคงและยั่งยืน	นักลงทุนดูที่ผลประกอบการมากกว่า การที่มีบรรษัทภิบาลแต่ผลประกอบการไม่ดี ส่วนการเจริญเติบโตของประเทศจะมั่นคงและยั่งยืนหรือไม่อยู่ที่การไม่ทุจริตของภาครัฐด้วย

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความเชื่อมั่นของนักลงทุน ความยั่งยืนและการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ตอนที่ 47 ประโยชน์ของบรรษัทภิบาลต่อองค์กร

เนื้อหาที่มีลักษณะบอกเล่าข้อดีของหลักบรรษัทภิบาลว่า มีส่วนสำคัญอย่างมากที่ทำให้นักลงทุน สถาบันการเงิน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายเกิดความศรัทธาเชื่อมั่น และพร้อมที่จะสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัท เพราะมั่นใจว่าเงินที่ให้กับกู้ หรือลงทุนไปย่อมไม่สูญหาย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลสร้างความน่าเชื่อถือให้กับบริษัท ส่งผลให้หาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น	การมีผลประโยชน์ที่ต่ำ สามารถจ่ายหนี้ได้ตรงตามเวลา ทำให้เจ้าหนี้เชื่อถือได้มากกว่าหลักบรรษัทภิบาล

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความน่าเชื่อถือของบริษัท หาแหล่งเงินทุนได้ง่าย

ตอนที่ 48 ประโยชน์ของบรรษัทภิบาลต่อองค์กร

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลประโยชน์ของหลักบรรษัทภิบาลว่า ทำให้บริษัทได้รับการยอมรับจากคนในแวดวงธุรกิจอุตสาหกรรมตลอดจนสาธารณชนทั่วไป ส่งผลให้บริษัทเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล ทำให้บริษัทได้รับการยอมรับจากคนในแวดวงธุรกิจและสาธารณชนทั่วไป และส่งผลให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน	ถ้าบริษัทเติบโตทางธุรกิจได้ดี ให้ผลตอบแทนสูงก็ไม่จำเป็นต้องมีบรรษัทภิบาล ก็ได้รับการยอมรับอยู่แล้ว

สรุปวาทกรรมที่พบ : การเติบโตทางธุรกิจ การยอมรับจากแวดวงธุรกิจ

ตอนที่ 49 ประโยชน์ของบรรษัทภิบาลต่อองค์กร

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่า ต้องมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมด้วย ซึ่งจะทำได้รับการยอมรับและการสนับสนุนที่ดีจากชุมชนและสังคม และส่งผลให้บริษัทเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
บริษัทต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางธุรกิจ และต้องมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมด้วย	ถ้าเป็นบริษัทใหญ่เกี่ยวข้องกับผู้มีอำนาจ ไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของชุมชนก็ได้ เพราะไม่มีใครเอาเรื่องได้อยู่แล้ว ให้คำปิดข่าวเรื่องก็เงียบ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ของทุกฝ่าย ความเท่าเทียมกันของทุกฝ่าย ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม

ตอนที่ 50 องค์กรที่ขาดบรรษัทภิบาล

เนื้อหาที่มีลักษณะการเปรียบเทียบ โดยแสดงถึงผลเสียของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจโดยขาดหลักบรรษัทภิบาล คือ บริษัทล้มละลาย พนักงานตกงาน ผู้บริหารถูกฟ้องร้องจากการตกแต่งรายงานทางการเงิน ตบแต่งตัวเลขทั้งตัวเลขกำไรและตัวเลขทางบัญชี ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริหารบริษัท แทนที่จะแจ้งตัวเลขที่แท้จริง

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ไม่ตบแต่งตัวเลขทางกำไร และตัวเลขทางบัญชี คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ	ตบแต่งตัวเลขทางกำไร และตัวเลขทางบัญชี เพื่อให้มีภาพผลประกอบการที่ดี ดึงดูดใจนักลงทุน

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ส่วนตัว ผลประโยชน์ส่วนรวม การตบแต่งตัวเลข

การวิเคราะห์บทสสารคดีทางโทรทัศน์นี้ มีจำนวน 50 ตอนเท่านั้น เนื่องจากอีก 16 ตอนหลังเป็นการสัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ เกี่ยวกับบรรษัทภิบาล ทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จึงไม่ได้มีการจัดทำบทสสารคดี และไม่ได้มีการจัดเก็บเป็นวีซีดีเช่นเดียวกับกับสสารคดี 50 ตอนแรก

วาทกรรมบรรษัทภิบาลที่พบในสารคดีทางโทรทัศน์ ความยาว 2 นาที

ผู้วิจัยใช้การจัดหมวดหมู่โดยเปรียบเทียบกับคุณสมบัติขององค์กรที่มีหลักบรรษัทภิบาลสากล โดยสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย พบว่ามีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อย ดังนี้

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 1

ยึดหลักความถูกต้องในการปฏิบัติภาระหน้าที่ (Responsibility) การกำหนดภารกิจของแต่ละฝ่ายในองค์กรอย่างชัดเจนว่า ต้องทำอะไร และทำอย่างไร มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

1.1 กลุ่มวาทกรรมผลประโยชน์ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ผลประโยชน์ส่วนรวม ผลประโยชน์ส่วนตัว ผลประโยชน์ของบริษัท ผลประโยชน์เฉพาะกลุ่ม การแสวงหาผลประโยชน์ การกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจครอบครัว การทุจริต การใช้งบประมาณ

1.2 วาทกรรมอำนาจ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การแบ่งแยกอำนาจ

1.3 กลุ่มวาทกรรมความเก่ง มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความรู้ในธุรกิจ ความรู้เฉพาะด้านของคณะกรรมการ

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 2

มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน (Accountability) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบอย่างแท้จริง มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

2.1 กลุ่มวาทกรรมความดี มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสัญญา ดูแลผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นทุกราย

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 3

ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม (Equitable Treatment) การวางกฎเกณฑ์หรือระเบียบวิธีต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรแต่ละฝ่ายปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกัน มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

3.1 กลุ่มวาทกรรมความยุติธรรม มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน การปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ความเท่าเทียมกันของคณะกรรมการ ความยุติธรรมต่อทุกฝ่าย ความเป็นธรรม วางตัวเป็นกลาง ความวางตัวเป็นกลางต่อคู่ค้า

3.2 กลุ่มวาทกรรมการดูแลพนักงาน มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การปฏิบัติต่อพนักงาน

3.3 กลุ่มวาทกรรมการดูแลชุมชนและสิ่งแวดล้อม มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม การเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 4

มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

4.1 กลุ่มวาทกรรมความโปร่งใส มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความโปร่งใสของข้อมูล การใช้งบประมาณอย่างโปร่งใส ความชัดเจนในบทบาทหน้าที่ การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส เปิดเผย

ข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา ข้อมูลสถานะการเงิน ข้อมูลผลประกอบการโปร่งใส สถานะการเงิน ข้อมูลต้องถูกต้อง การให้ข้อมูลมากพอ ผลตอบแทนคณะกรรมการ ผลตอบแทนพนักงาน การให้ข้อมูลที่ เป็นจริง การปกปิดข้อมูล

4.2 กลุ่มวาทกรรมการตรวจสอบ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การกำกับดูแลการทำงานของฝ่ายบริหาร การติดตามการทำงานของฝ่ายบริหารอย่างใกล้ชิด

4.3 กลุ่มวาทกรรมเงินทุน มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ กำไร การระดมทุน นักลงทุน หาแหล่งเงินทุนได้ง่าย การยอมรับจากแวดวงธุรกิจ สร้างความเชื่อมั่นของนักลงทุน ความมั่นใจให้ทุกฝ่าย สร้างความน่าเชื่อถือให้บริษัท

4.4 กลุ่มวาทกรรมการดูแลผู้ถือหุ้น มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ช่องทางในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น การให้ข้อมูลกับผู้ถือหุ้น การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้น การแจ้งการประชุม การเตรียมตัวประชุม มีทางเลือกในการใช้สิทธิ์

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 5

มุ่งสร้างคุณค่าของธุรกิจในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสีย (Long-term Value-Added Creation to Stakeholders) การทำธุรกิจแบบมองการณ์ไกล หลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ไม่จำเป็น เพื่อการเติบโตอย่าง ยั่งยืนและมั่นคง มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

5.1 กลุ่มวาทกรรมความเติบโตของธุรกิจ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความยั่งยืนและการเติบโตทางธุรกิจและสังคมของประเทศ

5.2 วาทกรรมการควบคุมความเสี่ยง มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความเสี่ยงในการทำธุรกิจ

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 6

มุ่งส่งเสริมหลักการบริหารอันเป็นเลิศ (Promotion of Best Practice) การส่งเสริมให้การปฏิบัติงานทุกด้านมุ่งไปสู่ความสมบูรณ์แบบ ผลักดันให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องพยายามพัฒนาตนเอง เพื่อมุ่งสู่ความ เป็นเลิศอยู่ตลอดเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

6.1 กลุ่มวาทกรรมควบคุมคุณภาพ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การปฏิบัติหน้าที่ของ คณะกรรมการ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ สินค้ามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน

4.2.2 ภาพยนตร์โฆษณา ชุด “มิตรภาพ”

ขั้นตอนและกระบวนการผลิต

หลังจากการออกอากาศภาพยนตร์โฆษณาเรื่องแรก ชุด “บรรษัทภิบาล” กลางปี 2543 รวมทั้งสารคดีทั้งทางโทรทัศน์ สารคดีทางวิทยุ และโฆษณาทางสิ่งพิมพ์แล้ว หน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสาร สำนักงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นผู้ดูแลการจัดทำแผนกลยุทธ์และโฆษณาร่วมกับ TBWA\NEXT\TRIPLET ได้วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายซึ่งได้แก่ ผู้นำความคิด “ตอนนั้นเราออกสารคดีไปแล้วก็หนังโฆษณาไป คิดว่ากลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจในเรื่องหลักบรรษัทภิบาลแล้ว และรับรู้ว่าองค์กรที่ดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลเป็นองค์กรที่ดี เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติซึ่งให้ความสำคัญเรื่องบรรษัทภิบาล” (ศิริพรรณวดี บัวอินทร์, สัมภาษณ์ 2548)

TBWA\NEXT\TRIPLET ผู้เป็นบริษัทที่ปรึกษากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ จึงเสนอการจัดทำภาพยนตร์โฆษณา โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้นำความคิดเช่นเดิม แต่เพิ่มกลุ่มเป้าหมายรองที่เป็นมวลชนมากขึ้น และในฐานะที่เป็นที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์การสื่อสาร ให้กับสำนักงานประชาสัมพันธ์ “ก็เค้าเป็นคน que คิดแผนการสื่อสาร เป็นที่ปรึกษากลยุทธ์ของเราด้วย แล้วก็ป็นเอเยนซีโฆษณา ก็เลยให้ทำ Story board มาเสนอเลย ไม่ต้องมี pitching แล้ว” (ศิริพรรณวดี บัวอินทร์, สัมภาษณ์ 2548)

การจัดทำ Story board ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องที่สองนี้ เริ่มจัดทำประมาณเดือนมกราคม 2545 โดยทางสำนักงานประชาสัมพันธ์ได้ร่วมกันพัฒนาเรื่องราวการนำเสนอ กับ TBWA\NEXT\TRIPLET จนได้แนวทางแรก “แต่ตอนนั้นคุณอวิรุทธิ์ได้ให้ Advisory board ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่ประกอบด้วยผู้อำนวยการฝ่ายของบริษัทต่าง ๆ รวมทั้งสำนักงานส่วนกลางของเครือฯ มาช่วยดูด้วย พอเราเสนอ Story board ชุดแรกให้คณะ Advisory board ดู ถึงแม้ว่าเราจะสรุปแนวทางไปแล้ว แต่ก็มี การปรับแก้ค่อนข้างมาก เพราะมีหลายคนไป ต่างคนก็ต่างความคิด กว่า จะสรุปได้ก็เลยนานมาก” (ศิริพรรณวดี บัวอินทร์, สัมภาษณ์ 2548) โดยได้ปรับแก้ Story board ไปอีกมากกว่า 10 เรื่อง จนทำยี่สุดท้ายที่ประชุมสรุปเลือก ชุด “มิตรภาพ” ซึ่งได้ถ่ายทำเสร็จพร้อมออกอากาศในเดือนธันวาคม 2545

รูปแบบการนำเสนอของภาพยนตร์โฆษณา ชุด “มิตรภาพ” ความยาว 90 วินาที และ cut-down 60 วินาทีนั้น เป็นเรื่องราวที่ถ่ายทอดการทำความเข้าใจ แต่ซ่อนสัญลักษณ์ต่าง ๆ ไว้ โดยเนื้อเรื่องเป็นการทำธุรกิจขายว่าวของเด็ก ๆ เพื่อบอกถึงหลักบรรษัทภิบาลให้เข้าใจได้อย่างง่าย ๆ ว่า คือความโปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยแสดงให้เห็นภาพในภาพยนตร์โฆษณาว่່าเมื่อได้รับเงินมากก็นำมาใส่

ไหลแก้วใส จึงมองเห็นจำนวนเงินของรายได้ว่ามีเท่าไรแล้ว บอกถึงความยุติธรรมกับทุกฝ่ายจากการที่เด็กที่เป็นผู้นำได้แบ่งเงินให้กับเด็กทุกคนเท่ากัน ส่วนที่เกินก็ใส่คืนไปในธุรกิจ และสรุปทำยว่า เครือซิเมนต์ไทยเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจตามหลักการที่ดี คือ หลักการบรรษัทภิบาลมานานแล้ว

วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการตอกย้ำถึงความเป็นผู้นำด้านธุรกิจอุตสาหกรรมของประเทศที่เครือซิเมนต์ไทยอยู่คู่กับสังคมไทยมากกว่า 90 ปี โดยยึดหลักการบริหารจัดการที่เรียกว่า “บรรษัทภิบาล” มาตลอด เสมือนเป็นผู้นำ และเป็นแบบอย่างของบรรษัทภิบาล ทำให้เครือซิเมนต์ไทยต้องทำหน้าที่ในการสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในหลักการนี้ให้แก่บริษัทอื่น ๆ และคนไทยทั่วไปตลอดมา (เอกสารข่าวแจก, สำนักงานประชาสัมพันธ์ 2545)

จากนั้นก็ได้นำมาดำเนินการตามขั้นตอนในการทำงานผลิตภาพยนตร์โฆษณาโดยปกติ หลังจากเมื่อได้รับการอนุมัติค่าถ่ายทำ จำนวน 5 ล้านบาทแล้ว หน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสาร เป็นผู้ดูแลการถ่ายทำ และการติดต่อ จากนั้นเมื่อเสร็จเป็นเทป Double head แล้ว จึงได้นำเสนอผู้อำนวยการสำนักงานเพื่อพิจารณาและปรับแก้เป็นขั้นตอนแรก เมื่อได้ปรับแก้เรียบร้อยแล้ว ผู้อำนวยการสำนักงานจึงได้นำเสนอคุณอภิวุทธิ Advisory board คณะจัดการเครือข่าย และคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาก่อนนำไปออกอากาศ ซึ่งในขั้นตอนสุดท้ายนี้ไม่มีการปรับแก้

ลักษณะ รูปแบบ กระบวนการสร้าง ภาพยนตร์โฆษณา ชุด มิตรภาพ

จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณา ชุด มิตรภาพ ที่อยู่ในการสื่อสารช่วงที่ 2 นี้ พบว่า ตัวบทที่สร้างขึ้นมีความใช้ภาพสื่อความหมาย และสร้างความรู้สึกระประทับใจตามแนวคิดการผลิตภาพยนตร์โฆษณา มีการใช้ข้อความ วิธีการนำเสนอ และจุดจับใจที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหา กลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่เป็นมวลชนมากขึ้น โดยจุดจับใจอยู่ที่แม้แต่เด็กเล็ก ๆ ยังใช้หลักบรรษัทภิบาลในการทำธุรกิจขายว่า จากภาพการโยนเหรียญที่เหลือจากการแบ่งเท่า ๆ กันแล้วลงไปไหลแก้วของส่วนรวมดั้งเดิม เนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาระดับชั้น โดยสรุปเหลือเพียง Key words 4 อย่าง คือ ซื่อสัตย์ ชัดเจน โปร่งใส และยุติธรรม แต่ก็เพิ่มความยาวของภาพยนตร์โฆษณาเป็น 90 วินาที เนื่องจากภาพยนตร์ดังกล่าวเป็นประเภท Thematic จึงต้องใช้เวลาในการเล่าเรื่องและสร้างอารมณ์ให้ผู้ชมรู้สึกคล้อยตามและมีส่วนร่วมกับตัวแสดง ถึงแม้ว่าเนื้อหาที่นำเสนอไม่มีมากเท่าสารคดีก็ตาม

สำหรับกระบวนการสร้างตัวบท เป็นการหยิบยกเรื่องสาธารณะที่เป็นบริบททางสังคม ณ ช่วงเวลานั้นมาเสนอเป็นเนื้อหา โดยให้ความเชื่อมโยงกับหลักบรรษัทภิบาลที่จะนำเสนอ เพื่อบอกเล่าให้ผู้ชมเข้าใจหลักบรรษัทภิบาลอย่างง่าย ๆ เนื้อหาที่สร้างขึ้น นอกจากจะบอกเล่าให้ประชาชน

เข้าใจถึงหลักบรรษัทภิบาลแล้ว ยังย้ำถึงภาพลักษณ์เครือข่ายซีเมนต์ไทยว่าเป็นแบบอย่างของบรรษัทภิบาลที่แท้จริง ที่ปฏิบัติมากกว่า 90 ปี

การปฏิบัติการทางวาทกรรมของการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลในช่วงที่สองนี้ วิเคราะห์ออกเป็น 2 ประเด็น คือ

- การสร้างตัวบท (Text production) สำนักงานประชาสัมพันธ์เห็นว่าภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลของเครือข่ายซีเมนต์ไทยยังไม่แข็งแกร่งพอ จึงต้องการเพิ่มเนื้อหาว่าได้ปฏิบัติหลักบรรษัทภิบาลมากกว่า 90 ปีแล้ว อีกทั้งการสร้างภาพลักษณ์ต้องการเข้าถึงกลุ่มรองที่เป็นมวลชนด้วย จึงสร้างภาพยนตร์โฆษณา ชุด “มิตรภาพ” ขึ้น โดยหยิบยกเรื่องราวที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจมานำเสนอเปรียบเทียบให้เข้าใจความเป็นบรรษัทภิบาลอย่างง่าย ๆ ว่าเป็นสิ่งที่ดีให้ความยุติธรรมกับทุกคน โดยผนวกกับเรื่องราวที่เป็นสาธารณะที่อยู่ในกระแสสังคมขณะนั้น เพราะในปี 2545 รัฐบาลประกาศให้เป็นปีแห่งการกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นวาระแห่งชาติ

ดังนั้น ความหมายที่เกิดขึ้นหลังจากที่ตัวบทได้นำเสนอสู่สังคมภายใต้บริบทดังกล่าว คือ บริษัทอื่นอาจเป็นบรรษัทภิบาลแต่ก็เพิ่งเริ่มทำกันตามที่รัฐบาลรณรงค์ ส่วนเครือข่ายซีเมนต์ไทยนับได้ว่าเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลอย่างแท้จริง เพราะได้ทำมาก่อนนานกว่า 90 ปีแล้ว

- อัตลักษณ์ที่ปรากฏในวาทกรรมการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของเครือข่ายซีเมนต์ไทยในช่วงที่สองนี้ เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งสร้างขึ้นโดยมีความสอดคล้องกับเรื่องที่น่าเสนอคือ

- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายซีเมนต์ไทยให้ความหมายเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลให้มวลชน
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายซีเมนต์ไทยในการชี้แนะว่าเครือข่ายซีเมนต์ไทยเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้มวลชนรับรู้

การบริโภคตัวบท (text consumption) ในที่นี้ คือ ประสิทธิภาพของการสื่อสารในช่วงเวลาดังกล่าวที่เกิดจากการรับสารจากวาทกรรมบรรษัทภิบาล แล้วเกิดภาพลักษณ์บริษัทปูนซีเมนต์ไทยว่าเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลขึ้นในใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล ซึ่งพบว่าเครือข่ายซีเมนต์ไทยผู้ว่าจ้างผลิตการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลพึงพอใจในประสิทธิภาพของการสื่อสาร เพราะเนื้อหาสามารถสื่อถึงความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้กับองค์กร อีกทั้งยังมีส่วนในการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านบรรษัทภิบาล

คุณมัทนา เหลืองนาคทองดี (สัมภาษณ์ 29 เมษายน 2548) กล่าวว่า “Stage ต่อมาเราก็มีหนังสือ “ว่าว” (มิตรภาพ) อีก ก็ทำความเข้าใจมากขึ้นมากขึ้นเรื่อย ๆ ตอนนั้นเราก็อำนาจ ... เราเป็น Leader แล้วละ”

เมื่อวิเคราะห์ไปยังแบบแผนการใช้ภาษาพบว่า มีความแตกต่างกับภาพยนตร์โฆษณา ชุด “บรรษัทภิบาล” โดยภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าวเป็นการเล่าเรื่องโดยใช้ความนึกคิดของผู้บริหารคนหนึ่งที่ยังมองมาในสังคมปัจจุบันและบอกถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำให้เศรษฐกิจดีขึ้นด้วยหลักบรรษัทภิบาล และในตอนท้ายโฆษณากล่าวเชิญชวนให้ใช้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารองค์กรเพื่อความก้าวหน้าของประเทศ ซึ่งในเนื้อหาส่วนต้นไม่เกี่ยวกับบริษัทปูนซิเมนต์ไทยเลย แต่ภาพยนตร์โฆษณา ชุด มิตรภาพ นั้นใช้ภาพจำลองชีวิตการทำธุรกิจขนาดเล็ก เสริมด้วยการบอกว่าเครือซิเมนต์ไทยปฏิบัติหลักบรรษัทภิบาลมากกว่า 90 ปีซึ่งเป็นการกล่าวถึงบริษัทปูนซิเมนต์ไทยโดยตรง อย่างไรก็ตามในตอนท้ายของภาพยนตร์โฆษณาทั้งสองเรื่อง มีส่วนที่คล้ายคลึงกันคือใช้ประโยคเน้นว่า เครือซิเมนต์ไทย บรรษัทภิบาลของไทย เพื่อให้ผู้ชมตระหนักรู้ถึงสถานะความเป็นบรรษัทภิบาลของบริษัทฯ

นอกจากนั้น ยังพบว่าประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจในภาพยนตร์โฆษณาสองชุดดังกล่าวมีการเน้นประเด็นหลักที่เหมือนกัน คือ ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ แต่มีประเด็นที่เน้นต่างกัน โดยภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “บรรษัทภิบาล” จะเน้นประเด็นเพิ่มในเรื่องของการเปรียบเทียบความเป็นคนเก่งและคนดี และการเชิญชวนให้ใช้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารองค์กร ในขณะที่ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “มิตรภาพ” จะเน้นประเด็นเพิ่มในเรื่องของความซื่อสัตย์ และยุติธรรมกับทุกคน เป็นการแสดงให้เห็นว่าบริบทในขณะนั้นได้เปลี่ยนไปทำให้เนื้อหาที่น่าสนใจเปลี่ยน โดยในช่วงหลังที่จัดทำภาพยนตร์โฆษณา ชุด “มิตรภาพ” นั้น มีบริษัทที่ได้รับรางวัลชนะเลิศด้านบรรษัทภิบาลเพิ่มขึ้น ทำให้การเชิญชวนให้ใช้บรรษัทภิบาลลดบทบาทลง ในขณะที่ต้องเน้นประเด็นความเป็นผู้นำมากขึ้น เพราะถึงแม้บริษัทอื่นจะเป็นบรรษัทภิบาลแต่ก็มาภายหลัง รวมทั้งความโปร่งใส ตรวจสอบได้ก็เป็นประเด็นหลักเดิมที่ยังคงนำเสนออยู่ แต่เพิ่มเนื้อหาในส่วนของความซื่อสัตย์และยุติธรรมกับทุกคนเพิ่มขึ้น เพราะการโปร่งใส ตรวจสอบได้ ไม่ได้มีความหมายรวมถึงว่าจะแสดงให้เห็นถึงความซื่อสัตย์และยุติธรรมด้วย จึงได้นำมาเสนอเป็นประเด็นหลักเพิ่มเติมในภาพยนตร์โฆษณา ชุด “มิตรภาพ”

การวิเคราะห์วาทกรรม

Copy : เริ่มต้นที่ความซื่อสัตย์ ชัดเจน โปร่งใส และยุติธรรมกับทุก ๆ คน
เป็นหลักการบริหารที่เครือซิเมนต์ไทยปฏิบัติมากกว่า 90 ปี
และนี่แหละคือแบบอย่างของบรรษัทภิบาลที่แท้จริง

เครือข่ายอินเทอร์เน็ตไทย บรรษัทภิบาลของไทย

เนื้อหาของโฆษณานำมาจากการเรื่องราวธุรกิจการขายว่าวเล็ก ๆ ที่เด็กในหมู่บ้านร่วมกันทำ ซึ่งเมื่อขายได้ทุกคนก็จะนำเงินเหรียญมาใส่ที่ขวดโหลแก้วใสร่วมกัน ทุกคนสามารถมองเห็นเหรียญหรือรายได้ที่อยู่ภายในโหลแก้วใสได้ แสดงความหมายโดยนัยถึงการเปิดเผยข้อมูลรายได้ได้อย่างโปร่งใส และเมื่อขายว่าวได้หมดแล้วเด็กที่เป็นผู้นำในการแบ่งเงินที่ได้จากการขายว่าวร่วมกันได้แบ่งรายได้ โดยหยิบเหรียญออกจากโหลแก้วต่อหน้าเด็กทุกคนแล้วใส่มือให้เด็กแต่ละคนเท่า ๆ กัน เป็นการแสดงถึงการมีความยุติธรรมต่อทุกฝ่าย และท้ายที่สุดเด็กที่เป็นคนแบ่งรายได้ ก็ตัดสินใจโยนเหรียญสุดท้ายที่แบ่งไม่ลงตัวกลับไปใส่ในโหลแก้วเพื่อเป็นทุนต่อไป เป็นความหมายว่าต้องมีความยุติธรรมกับทุกคน เพราะในเมื่อแบ่งไม่ลงตัว ก็นำกลับไปเป็นทุนเพื่อทำธุรกิจต่อไป

โฆษณาใช้ตัวแสดงที่เป็นเด็กชายและหญิงอายุประมาณ 7-8 ขวบ เป็นเด็กชาวบ้านทั่วไป อาศัยอยู่ในตัวเมืองแถบต่างจังหวัด โดยตัวแสดงเด็กไม่ได้มีความโดดเด่น หรือน่ารักเกินจริง ทำให้รู้สึกว่าเป็นเด็กธรรมดาทั่วไป รวมทั้งลักษณะบ้าน ร้านค้า และองค์ประกอบอื่น ๆ ทำให้ผู้ชมรู้สึกเกิดความใกล้ชิดกับตัวแสดงในภาพยนตร์โฆษณามากขึ้น จึงทำให้คล้อยตามกับเนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาได้ง่ายขึ้น

ตามเนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณา ชุด "มิตรภาพ" สามารถวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบให้เห็นคู่ความคิดเห็นตรงกันข้ามที่มีอยู่เดิมในสังคมไทย (Binary Opposition) โดยแยกเป็นตารางเปรียบเทียบให้เห็นชัดเจนได้ ดังนี้

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ความซื่อสัตย์ ชัดเจน โปร่งใส และยุติธรรมกับทุกคน	ไม่มีความซื่อสัตย์ ใช้ตำแหน่งหน้าที่ในบริษัทเพื่อหาผลประโยชน์ส่วนตัว เปิดเผยข้อมูลเฉพาะส่วนที่ดี ส่วนที่ไม่ดีไม่เปิดเผย เอื้อผลประโยชน์ให้กับผู้มีอำนาจ เช่น ผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่า

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความซื่อสัตย์ การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส ความยุติธรรมต่อทุกคน

วาทกรรมบรรษัทภิบาลที่พบในภาพยนตร์โฆษณา ชุด มิตรภาพ

ผู้วิจัยใช้การจัดหมวดหมู่โดยเปรียบเทียบกับคุณสมบัติขององค์กรที่มีหลักบรรษัทภิบาลสากล โดยสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย พบว่ามีวาทกรรม ดังนี้

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 2

มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน (Accountability) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบต่ออย่างแท้จริง มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

2.1 วาทกรรมความดี ได้แก่ ความซื่อสัตย์ต่อทุกคน

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 3

ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม (Equitable Treatment) การวางกฎเกณฑ์หรือระเบียบวิธีต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรแต่ละฝ่ายปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกัน มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

3.1 วาทกรรม ความยุติธรรม

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 4

มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

4.1 วาทกรรมความโปร่งใส มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส

4.2.3 โฆษณาทางหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ชุด “ไหลแก้ว”

ขั้นตอนและกระบวนการผลิต

“ตอนนั้นทาง TB (TBWA/NEXT/TRIPLET) ได้เสนอเป็นแคมเปญเลย คือมีทั้งหนังสือทั้ง print” (ศิริพรรณวดี บัวอินทร์, สัมภาษณ์ 2548) หลังจากผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์ได้พิจารณาปรับแก้ และได้รับการอนุมัติแล้ว บริษัท TBWA/NEXT/TRIPLET จึงเสนอราคาค่าผลิต และเสนอสตูดิโอที่จะเป็นผู้ถ่ายภาพ เมื่อได้รับอนุมัติค่าผลิต จำนวน 150,000 บาทแล้ว TBWA จึงดำเนินการถ่ายภาพ และประกอบอาร์ตเวิร์คเอง โดยในขั้นตอนทั้งหมดทางสำนักงานประชาสัมพันธ์ไม่ได้เข้าไปดูผลการผลิต งานมันขึ้นเล็ก และ Layout ก็ชัดเจนอยู่แล้ว แต่ถ้าเราจะแก้ไขที่หลังก็ได้ถ้าทำมาไม่ตรงกับ Layout ที่เสนอ” ทั้งนี้ ทาง TBWA จะเป็นผู้ดำเนินการแก้ไขให้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

ลักษณะ รูปแบบ กระบวนการสร้าง โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด โหลแก้ว

จากการวิเคราะห์โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด “โหลแก้ว” ในการสื่อสารครั้งที่ 2 นี้ พบว่า ตัวบทที่สร้างขึ้นใช้ภาพสื่อความหมายตามแนวคิดของการผลิตงานโฆษณา โดยนำเสนอเนื้อหาที่สนับสนุนภาพยนตร์โฆษณาในแนวความคิดเดียวกัน ด้วยการเลือกใช้ภาพขวดโหลแก้วที่เป็น Key visual เดียวกับภาพยนตร์โฆษณา ภาพมือของเด็กที่ใช้ผ้าเช็ดให้โหลแก้วใสสะอาดจนเห็นเหรียญ 10 บาทที่อยู่ด้านใน เป็นการแสดงถึงความโปร่งใส ชัดเจน และยังทำให้ผู้อ่านระลึกได้ถึงที่มาของเหรียญ 10 บาทในโหลนั้นจากการชมภาพยนตร์โฆษณาว່ว่าเหรียญนั้นถูกใส่กลับเข้าไปเพื่อแสดงความยุติธรรมกับทุกฝ่ายเมื่อไม่สามารถแบ่งเหรียญสุดท้ายที่เป็นกำไรได้อย่างลงตัว

สำหรับกระบวนการสร้างตัวบท เป็นการหยิบยกเรื่องสาธารณะที่เป็นบริบททางสังคม ณ ช่วงเวลานั้นมาเสนอเป็นเนื้อหา โดยให้มีความเกี่ยวข้องกับหลักบรรษัทภิบาลที่จะนำเสนอ เพื่อบอกเล่าให้ผู้ชมเข้าใจหลักบรรษัทภิบาลอย่างง่าย ๆ โดยเนื้อหาที่สร้างขึ้น นอกจากจะบอกเล่าให้ประชาชนเข้าใจถึงหลักบรรษัทภิบาลแล้ว ยังย้ำถึงภาพลักษณ์เครือข่ายไม่ว่าเป็นแบบอย่างของบรรษัทภิบาลที่แท้จริง ที่ปฏิบัติมากกว่า 90 ปี เช่นเดียวกับภาพยนตร์โฆษณา ชุด “มิตรภาพ” ที่ออกอากาศไปก่อนหน้านี้ โดยทำหน้าที่ในการสนับสนุนเนื้อหาในภาพยนตร์โฆษณาชุดดังกล่าว

การปฏิบัติการทางวาทกรรมของโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด “โหลแก้ว” วิเคราะห์ออกเป็น 2 ประเด็น คือ

- การสร้างตัวบท (Text production) อยู่ในบริบทเดียวกับสื่อภาพยนตร์โฆษณา โดยสำนักงานประชาสัมพันธ์เห็นว่าภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลของบริษัทยังไม่มีความแข็งแกร่งพอ อีกทั้งได้ออกอากาศภาพยนตร์โฆษณา ชุด “มิตรภาพ” ไปช่วงหนึ่งแล้ว จึงเห็นว่าควรมีสื่อสนับสนุนสื่อหลักคือภาพยนตร์โฆษณาซึ่งเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถใช้เวลาในการทำความเข้าใจและกระตุ้นเตือนในนึกถึงเนื้อหาของสื่อหลักด้วย และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการตระหนักรู้ของแคมเปญโฆษณามากยิ่งขึ้น

ดังนั้น ความหมายที่เกิดขึ้นหลังจากที่ตัวบทได้นำเสนอสู่สังคมภายใต้บริบทดังกล่าว คือ บรรษัทภิบาลเน้นที่ความโปร่งใส ชัดเจน ยุติธรรมกับทุกฝ่าย ซื่อสัตย์ และทำอย่างดีที่สุด โดยบริษัทอื่นอาจเป็นบรรษัทภิบาลซึ่งอาจเพิ่งเริ่มทำกันตามที่รัฐบาลรณรงค์ ส่วนเครือข่ายไม่ว่าเป็นไทยนับได้ว่าเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลอย่างแท้จริง เพราะได้ทำมาก่อนนานกว่า 90 ปีแล้ว

- อัตลักษณ์ที่ปรากฏในวาทกรรมการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของเครือข่ายไม่ว่าในครั้งที่สองนี้ เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งสร้างขึ้นโดยมีความสอดคล้องกับเรื่องที่น่าเสนอคือ

- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายซีเมนต์ไทยให้ความหมายเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลให้มวลชน
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายซีเมนต์ไทยในการชี้ว่าเครือข่ายซีเมนต์ไทยเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้มวลชนรับรู้

การบริโภคตัวบท (text consumption) ในที่นี้ คือ ประสิทธิภาพของการสื่อสารในช่วงเวลาดังกล่าวที่เกิดจากการรับสารจากวาทกรรมบรรษัทภิบาล แล้วเกิดภาพลักษณ์บริษัทปูนซีเมนต์ไทยว่าเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลขึ้นในใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล ซึ่งพบว่าเครือข่ายซีเมนต์ไทยผู้ว่าจ้างผลิตการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลพึงพอใจในประสิทธิภาพของการสื่อสาร เพราะเนื้อหาสามารถสร้างความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งสื่อถึงความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้กับองค์กร และยังมีส่วนในการเน้นย้ำประเด็นหลักด้านบรรษัทภิบาลที่ต้องการสื่อสาร

เมื่อวิเคราะห์ไปยังแบบแผนการใช้ภาษาของโฆษณาทางสิ่งพิมพ์พบว่า มีความแตกต่างกันโดยโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ชุด “บรรษัทภิบาล” ใช้เฉพาะข้อความในการสื่อความหมาย โดยผู้อ่านต้องทำความเข้าใจเนื้อหาจากการอ่านได้เพียงอย่างเดียว แต่โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด “โหลแก้ว” นี้ ผู้อ่านสามารถให้ภาพที่นำเสนอเชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมจากการดูภาพยนตร์โฆษณา ชุด “มิตรภาพ” ได้ ทำให้สามารถทำความเข้าใจกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอได้มากกว่า แต่มีความคล้ายคลึงกันในส่วนของการปิดท้าย คือ ยังคงใช้คำขวัญเดิม คือ เครือข่ายซีเมนต์ไทย บรรษัทภิบาลของไทย เช่นเดียวกัน

การวิเคราะห์วาทกรรม

Headline: “เริ่ม...อย่างไร่งใส”

Body copy: เพื่อก้าวไปถึงจุดหมายที่ดีที่สุด ต้องเริ่มต้นจากความโปร่งใส ชัดเจน ยุติธรรมกับทุกฝ่าย ทำทุกอย่างด้วยความซื่อสัตย์และทำอย่างดีที่สุด เป็นหลักการบริหารที่เครือข่ายซีเมนต์ไทยปฏิบัติตลอดมากกว่า 90 ปี และสิ่งนี้ คือ แบบอย่างของบรรษัทภิบาลที่แท้จริง...
ที่จะทำให้องค์กรดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

Logo: เครือข่ายซีเมนต์ไทย

Copy: เครือข่ายซีเมนต์ไทย บรรษัทภิบาลของไทย

เนื่อนำมาจากภาพยนตร์โฆษณา โดยแสดงให้เห็นภาพขวดโหลแก้วใส่เหรียญจากการแบ่งกำไรจากการขายว่า เช่นเดียวกับในภาพยนตร์ชุด “มิตรภาพ” และมีมือเด็กถือผ้าเช็ดขวดโหลแก้วซึ่งส่วนที่ผ้าเช็ดขึ้นไปนั้นมีความใสมากกว่าส่วนอื่น เพราะเช็ดฝุ่นออกไปแล้ว เป็นการใส่รหัสให้สอดคล้องกับคำว่าโปร่งใสใน Headline ส่วน Copy จะคล้ายกับสิ่งที่พูดในภาพยนตร์โฆษณา ชุด “มิตรภาพ” ซึ่งเน้นว่าเครือข่ายซีเมนต์ไทย เป็นแบบอย่างของบริษัทที่แท้จริง

เนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณา ชุด “มิตรภาพ” สามารถวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบให้เห็นคู่ความคิดเห็นตรงกันข้ามที่มีอยู่เดิมในสังคมไทย (Binary Opposition) โดยแยกเป็นตารางเปรียบเทียบให้เห็นชัดเจนได้ ดังนี้

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
โปร่งใส ชัดเจน และยุติธรรมกับทุกฝ่าย	อาศัยตำแหน่งหน้าที่ในบริษัทเพื่อหาผลประโยชน์ส่วนตัว เปิดเผยข้อมูลเฉพาะส่วนที่ดี ส่วนที่ไม่ดีไม่เปิดเผย เอื้อผลประโยชน์ให้กับผู้มีอำนาจ
ทำทุกอย่างด้วยความซื่อสัตย์	ทุจริต โดยหาผลประโยชน์ส่วนตัว แต่ไม่เกินกรอบที่กฎหมายกำหนด
ทำทุกอย่างอย่างดีที่สุด	ทำทุกอย่างตามหน้าที่ที่กำหนด

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความยุติธรรมต่อทุกฝ่าย การเปิดเผยข้อมูล ความโปร่งใส ความซื่อสัตย์

วาทกรรมบรรษัทภิบาลที่พบในโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด โหลแก้ว

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 2

มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน (Accountability) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบอย่างแท้จริง มีวาทกรรมที่พบ ดังนี้

2.1 วาทกรรมความซื่อสัตย์

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 3

ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม (Equitable Treatment) การวางกฎเกณฑ์หรือระเบียบวิธีต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรแต่ละฝ่ายปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกัน มีวาทกรรมที่พบ ดังนี้

3.1 วาทกรรมความยุติธรรมต่อทุกฝ่าย

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 4

มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

4.1 กลุ่มวาทกรรมความโปร่งใส มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การเปิดเผยข้อมูล

4.2.4 สารคดีสั้นทางวิทยุ ชุด “ร่วมคิด ร่วมสร้าง บริษัทภิบาลไทย”

ขั้นตอนและกระบวนการผลิต

ตามแผนของการสื่อสารด้านบริษัทภิบาลในช่วงที่ 2 นี้ ทาง TBWA/NEXT/TRIPLER ที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์การสื่อสารให้กับหน่วยงานประชาสัมพันธ ได้เสนอให้มีการจัดทำสารคดีทางวิทยุ 1 นาทีด้วย “ตอนแรกลองให้ทาง TB (TBWA/NEXT/TRIPLER) ลองเขียนบทมาให้ดู แต่ดูแล้วต้องปรับแก้เยอะมาก ค่าผลิตก็แพง ตอนละ 30,000 – 40,000 บาท เราก็เลยคิดว่าทำเองดีกว่า” (ธีรภัทร ภาณุวงศกร, สัมภาษณ์ 2548) ทั้งนี้ ผู้ช่วยผู้จัดการสื่อทัศน ได้นำบทวิทยุความยาว 2 นาทีเดิมมาปรับปรุง และเขียนบทให้เป็นสารคดีวิทยุความยาว 1 นาที จำนวน 30 ตอน จากนั้นจึงนำเสนอให้ผู้จัดการสื่อทัศนพิจารณาปรับแก้ และนำเสนอผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธเพื่อพิจารณาอนุมัติในขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งได้รับการอนุมัติให้ดำเนินการผลิต

ขั้นตอนต่อมาหน่วยงานสื่อทัศน ได้ติดต่อห้องอัดเสียงระดับกลางที่ใช้งานอยู่ประจำ คือ บริษัท Channel 16 “ก็โทรไปถามดูว่าเค้าจะทำได้มั้ย เลยลองทำตัวอย่างมาเสนอ แล้วก็ขอราคาแบบเหมา 30 ตอนมา ก็บอกเค้าไปว่ามีงบน้อย พอดูแล้วว่าที่ทำมาพอใช้ได้และราคาก็โอเค จากนั้นก็หาโฆษก” (ธีรภัทร ภาณุวงศกร, สัมภาษณ์ 2548) โฆษกคนแรก ได้แก่ คุณเอก เมทซิง ทางหน่วยงานสื่อทัศนได้ประสานงานติดต่อเอง เพราะเคยรู้จักจากงานเดิมที่เคยเป็นโฆษกให้ในภาพยนตร์โฆษณา ชุด บริษัทภิบาล ส่วนโฆษกอีก 1 ท่าน คือ คุณวิวัฒน์ ศุภเมธากร ทางห้องอัดเสียงได้ติดต่อให้ โดยในราคาค่าเสียงโฆษกนั้น ก็ได้ขอให้โฆษกทั้ง 2 คน คิดราคาเหมา 30 ตอนเช่นกันซึ่งก็ได้ราคาที่ดี

สำหรับในขั้นตอนการอัดเสียงทุกครั้ง หน่วยงานสื่อทัศนได้ไปควบคุมการอัดเสียงเอง ซึ่งการดำเนินการอัดเสียงมีทั้งหมดเพียง 3 ครั้ง ๆ ละ 10 ตอน และมีค่าผลิตเพียงตอนละ 2,000 บาท

ลักษณะ รูปแบบ กระบวนการสร้าง สารคดีทางวิทยุ ความยาว 1 นาที

จากการวิเคราะห์สารคดีทางวิทยุ ความยาว 1 นาที ในการสื่อสารช่วงที่ 2 นี้ พบว่า ตัวบทที่สร้างขึ้นใช้เนื้อหาในการสื่อความหมายตามแนวคิดของสารคดีทางวิทยุ โดยวิธีการนำเสนอมีความ

เหมาะสมกับเนื้อหา โดยกล่าวเน้นสรุปถึงหลักบรรษัทภิบาลเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เป็นหลักการได้อย่างครบถ้วนในเวลาที่น้อยลงกว่าสารคดีทางวิทยุ ชุดแรก ซึ่งมีความยาว 2 นาที

สำหรับกระบวนการสร้างตัวบท เป็นการนำเรื่องราวของหลักบรรษัทภิบาลที่ยังคงเป็นเรื่องสาธารณะที่มีคนให้ความสนใจมานำเสนอ เพื่อบอกเล่าให้ผู้ชมเข้าใจหลักบรรษัทภิบาล เนื้อหาที่สร้างขึ้น นอกจากจะบอกเล่าให้ประชาชนเข้าใจถึงหลักบรรษัทภิบาลแล้ว ยังย้ำถึงภาพลักษณ์เครือข่ายซิเมนต์ไทยว่าเป็นบรรษัทภิบาล และดำเนินธุรกิจด้วยคุณภาพและเป็นธรรมเช่นเดียวกัน

การปฏิบัติการทางวาทกรรมของการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลในช่วงที่สองนี้ วิเคราะห์ออกเป็น 2 ประเด็น คือ

- การสร้างตัวบท (Text production) สำนักงานประชาสัมพันธ์เห็นว่าการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านหลักบรรษัทภิบาลต้องใช้เวลาในการตอกย้ำ และมีความถี่ในการนำเสนออย่างต่อเนื่อง รวมทั้งยังเป็นช่วงที่มีการรณรงค์เรื่องบรรษัทภิบาลขององค์กรต่าง ๆ ของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง

เมื่อเนื้อหาได้นำเสนอสู่สังคมภายใต้บริบท ณ ขณะนั้น ได้สร้างความหมายให้กับตัวบทมากยิ่งขึ้น คือ ผู้ฟังรับรู้เนื้อหาที่นำเสนอพร้อมกับกระแสที่มีอยู่ในสังคม ซึ่งมีประสบการณ์ร่วมจากการรับสื่ออื่น ๆ มาก่อน การนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวเป็นการสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจในหลักบรรษัทภิบาล และเห็นประโยชน์ของการผลักดันให้เกิดการนำหลักบรรษัทภิบาลมาใช้ในการบริหารธุรกิจตามที่สารคดีได้ชี้แนะไว้

- อัตลักษณ์ที่ปรากฏในวาทกรรมการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลทางสารคดีวิทยุนี้ เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งสร้างขึ้นโดยมีความสอดคล้องกับเรื่องที่น่าเสนอ คือ

- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายซิเมนต์ไทยที่ให้ความรู้เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลให้มวลชน
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายซิเมนต์ไทยในการชี้แนะว่าเครือข่ายซิเมนต์ไทยเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้มวลชนรับรู้

การบริโภคตัวบท (text consumption) ในที่นี้ คือ ประสิทธิภาพของการสื่อสารในช่วงเวลาดังกล่าวที่เกิดจากการรับสารจากวาทกรรมบรรษัทภิบาล แล้วเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล ซึ่งพบว่าเครือข่ายซิเมนต์ไทยผู้ว่าจ้างผลิตการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลพึงพอใจในประสิทธิภาพของการสื่อสาร มีส่วนในการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านบรรษัทภิบาล อีกทั้งยังสามารถสื่อถึงความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้กับองค์กรจากการที่ออกมาเชิญชวนให้องค์กรต่าง ๆ ปฏิบัติหลักบรรษัทภิบาลได้ด้วย

เมื่อวิเคราะห์ไปยังแบบแผนการใช้ภาษาของแต่ละสื่อสารคดีทางวิทยุพบว่า ลักษณะการดำเนินเรื่อง การจัดวางลำดับการนำเสนอเป็นไปในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ Intro jingle เพื่อบอกว่าเครือซิเมนต์ไทยเป็นผู้จัดทำสารคดี ต่อมาโฆษกชายตั้งคำถามเกี่ยวกับบรรษัทภิบาล ช่วงต่อมาโฆษกชายอีกคนพูดให้รายละเอียดสิ่งที่ตั้งคำถามไว้ จากนั้นโฆษกชายคนแรกกล่าวปิดท้ายถึงข้อดีของการนำหลักบรรษัทภิบาลมาใช้ในการบริหารธุรกิจ แล้วปิดท้ายด้วย Outro jingle เสียงโฆษกเชิญชวนให้ร่วมกันใช้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารธุรกิจ แล้วพูดปิดท้ายว่าเครือซิเมนต์ไทย ยึดมั่นในคุณภาพและความเป็นธรรม เพื่อย้ำถึงหลักการในการทำงานของเครือฯ และแบบแผนนี้ยังคล้ายคลึงกับสารคดีทางวิทยุ ความยาว 2 นาที ที่ออกอากาศไปเมื่อปี 2543 อีกด้วย

วิเคราะห์เนื้อหาสารคดีทางวิทยุ ความยาว 1 นาที

รูปแบบของสารคดี ความยาวตอนละ 1 นาที มีทั้งหมด 30 ตอน ซึ่งสารคดีสั้นชุดที่ 2 นี้ มีรูปแบบเดียว คือ

1. เปิดด้วย intro jingle เดียวกับสารคดีสั้น รุ่นที่ 1
2. โฆษกถามปัญหาเกี่ยวกับบรรษัทภิบาล
3. เสียงผู้ชายตอบปัญหาที่โฆษกถาม
4. โฆษกสรุปสาระสำคัญตอนท้าย
5. outro jingle ซึ่งต่างจาก jingle เดิม โดยไม่กล่าวย้าว่า เครือซิเมนต์ไทย คือ บรรษัทภิบาลของไทย แต่ย้ำถึงวิถีในการดำเนินธุรกิจของบริษัท คือ “เครือซิเมนต์ไทย ยึดมั่นในคุณภาพ และความเป็นธรรม” แทน

เนื้อหาของสารคดีทางวิทยุ 1 นาที ชุด “ร่วมคิด ร่วมสร้าง บรรษัทภิบาลไทย” สามารถวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบให้เห็นคู่ความคิดเห็นตรงกันข้ามที่มีอยู่เดิมในสังคมไทย (Binary Opposition) โดยแยกเป็นตารางเปรียบเทียบให้เห็นชัดเจนได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 “บทนำบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาเป็นลักษณะบอกกล่าวถึงความหมายของบรรษัทภิบาล ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างความศรัทธาและเชื่อมั่นต่อองค์กร เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจระยะยาว

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ยึดถือความโปร่งใสและเป็นธรรมกับทุก ๆ ฝ่าย	เปิดเผยโปร่งใสเฉพาะข้อมูลด้านดี และเอื้อผลประโยชน์ให้กับผู้มีอำนาจ และพรรคพวก เพื่อนพ้องมากกว่า
รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	ไม่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อไม่ให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากมาย
คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลการทำงานของฝ่ายบริหารให้มีประสิทธิภาพ เปิดเผย โปร่งใส และตรวจสอบได้	คณะกรรมการบริษัททำหน้าที่เฉพาะที่กฎหมายกำหนด

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความโปร่งใส ความเป็นธรรมกับทุกฝ่ายรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติหน้าที่อย่างทุ่มเท

ตอนที่ 2 “กรรมการบริษัทตามหลักบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาเป็นลักษณะบอกกล่าวว่าการคัดเลือกกรรมการที่มีคุณสมบัติตามบริษัทตามหลัก จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้นและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง”

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทไม่ควรมาจากผู้ที่มีส่วนได้เสีย หรือมีผลประโยชน์เกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจ	กรรมการส่วนใหญ่มักเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากธุรกิจ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ส่วนตัว

ตอนที่ 3 “โครงสร้างคณะกรรมการบริษัทที่เหมาะสม”

เนื้อหาเป็นลักษณะบอกกล่าวว่าคณะกรรมการบริษัท ควรประกอบด้วย 2 ส่วน โดยส่วนแรกมาจากฝ่ายบริหารและผู้ถือหุ้น ส่วนที่ 2 มาจากบุคคลภายนอกที่น่าเชื่อถือและมีความเป็นอิสระ โดยการกำหนดจำนวนของทั้ง 2 ส่วน ต้องมีความเหมาะสม สามารถถ่วงดุลอำนาจ และไม่ทำให้เกิดเสียงข้างมากในคณะกรรมการ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
จำนวนของกรรมการ 2 ส่วน ต้องมีความเหมาะสม สามารถถ่วงดุลอำนาจ และไม่ทำให้เกิดเสียงข้างมากในคณะกรรมการ	จำนวนของกรรมการไม่ได้เป็นตัวกำหนดถึงการถ่วงดุลอำนาจ หากมีการฮั้วกันจริง

สรุปวาทกรรมที่พบ : การถ่วงดุลอำนาจ

ตอนที่ 4 “ความตระหนักในภาระหน้าที่ของกรรมการบริษัท”

เนื้อหาเป็นลักษณะบอกกล่าวว่า กรรมการบริษัทต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบอย่างแท้จริง โดยกำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และกำกับดูแลการทำงานของฝ่ายบริหารอย่างจริงจัง และให้เหตุผลเสริมว่าช่วยเสริมสร้างความเจริญให้กับองค์กร และผลตอบแทนที่ยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องตระหนักในภาระหน้าที่ของตนที่มีต่อผู้ถือหุ้น คือ ต้องมีสำนึกรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นอย่างแท้จริง	กรรมการบริษัทปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายกำหนดเท่านั้น และใช้ตำแหน่งหน้าที่ในการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว

สรุปวาทกรรมที่พบ : ภาระหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้น ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น

ตอนที่ 5 “บรรษัทภิบาลกับการติดตามการทำงานของฝ่ายบริหาร”

เนื้อหาเป็นลักษณะบอกกล่าวถึงหน้าที่ของกรรมการบริษัทที่ต้องกำกับดูแลฝ่ายบริหารอย่างใกล้ชิด โดยให้เหตุผลว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความโปร่งใสในการบริหารงาน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทต้องติดตามการทำงานของฝ่ายบริหารอย่างใกล้ชิด และกำกับดูแลให้เป็นไปตามนโยบายบริษัทที่กำหนดไว้	การกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดจะขัดขวางการปฏิบัติหน้าที่ของฝ่ายบริหารในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

สรุปวาทกรรมที่พบ : การกำกับดูแลการทำงานอย่างใกล้ชิด

ตอนที่ 6 “คุณสมบัติที่สำคัญของกรรมการบริษัท”

เนื้อหาเป็นลักษณะบอกกล่าวถึงคุณสมบัติของกรรมการบริษัท คือ ต้องเป็นผู้ที่มีจริยธรรม มีความเป็นอิสระ และไม่มีผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ โดยให้เหตุผลว่า จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้นและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทมีหน้าที่ปกป้องผลประโยชน์ของบริษัทและผู้ถือหุ้น	กรรมการบริษัททำเฉพาะหน้าที่กฎหมายกำหนด และตัดวงผลประโยชน์ส่วนตัว
กรรมการบริษัทควรเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในธุรกิจ เป็นผู้มีความซื่อสัตย์ มีความน่าเชื่อถือ สามารถดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นได้อย่างทั่วถึง ต้องเป็นผู้มีจริยธรรม มีความเป็นอิสระ และไม่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องกับธุรกิจ	กรรมการบริษัทมักมาจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ที่ต้องดูแลผลประโยชน์ส่วนตัวเป็นหลัก ส่วนกรรมการอื่น ๆ ก็ต้องเป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์กับผู้ถือหุ้นจำนวนมาก เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างราบรื่น และอาจมีผลประโยชน์เกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ของบริษัท ผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น ความเป็นอิสระต่อการตัดสินใจ

ตอนที่ 7 “บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหาร”

เนื้อหาชี้ให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทในการกำกับดูแลฝ่ายบริหาร และฝ่ายบริหารงานซึ่งมีหน้าที่บริหารงานให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำการบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยป้องกันการทุจริต ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของการเกิดวิกฤตในหลายองค์กร

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กรรมการบริษัทมีหน้าที่กำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจ และกำกับดูแลฝ่ายบริหารให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ	กรรมการบริษัทปฏิบัติหน้าที่เฉพาะที่กฎหมายกำหนดก็พอ
ฝ่ายบริหารมีหน้าที่ในการบริหารงานตามนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทและผู้ถือหุ้น	ฝ่ายบริหารมุ่งตัดวงผลประโยชน์ส่วนตัว เช่น โอนย้ายทรัพย์สินไปสู่งานที่ตนเป็นเจ้าของคนเดียว เป็นต้น

สรุปวาทกรรมที่พบ : ทุ่มทำตามหน้าที่ ผลประโยชน์ของบริษัท ผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น

ตอนที่ 8 “การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส”

เนื้อหาชี้ให้เห็นความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง สม่าเสมอ ทันเวลา และมีระบบที่สามารถตรวจสอบข้อมูลได้ โดยกล่าวว่า จะส่งผลให้ผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า สถาบันการเงิน และนักลงทุนต่างๆ มีความเชื่อถือและศรัทธาในบริษัทมากยิ่งขึ้น

บริษัท/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
บริษัทต้องเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง สม่าเสมอ ทันเวลา มีระบบที่สามารถตรวจสอบข้อมูลได้	เปิดเผยให้ข้อมูลมาก สามารถตรวจสอบได้แต่เป็นข้อมูลเฉพาะที่ดีเท่านั้น

สรุปวาทกรรมที่พบ : การเปิดเผยข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล

ตอนที่ 9 “การนำหลักบรรษัทภิบาลมาใช้ในองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม”

เนื้อหาเป็นการชี้ให้เห็นความสำคัญของการผลักดันให้เกิดบรรษัทภิบาลในธุรกิจ จากผู้ที่มีบทบาทในการชี้นำธุรกิจ ซึ่งต้องมีการศึกษาให้เข้าใจหลักบรรษัทภิบาลอย่างถ่องแท้

บริษัท/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผู้มีบทบาทในการชี้นำธุรกิจ ต้องศึกษาหลักธรรมาภิบาลอย่างเข้าใจถ่องแท้ แล้วผลักดันให้เกิดการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม	บรรษัทภิบาลขึ้นอยู่กับจากจรรยาบรรณของผู้บริหารเท่านั้น ไม่เกี่ยวข้องต้องศึกษามาก

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความเข้าใจหลักบรรษัทภิบาลอย่างถ่องแท้

ตอนที่ 10 “บรรษัทภิบาลมีประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างไร”

เนื้อหาชี้ให้เห็นประโยชน์ของบรรษัทภิบาล คือ ทำให้นักลงทุนเกิดความเชื่อมั่น การระดมทุนก็จะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้หาพันธมิตรทางธุรกิจได้ง่ายขึ้น ส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ

บริษัท/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
นักลงทุนเกิดความเชื่อมั่น การระดมทุนมีประสิทธิภาพ และหาพันธมิตรทางธุรกิจได้ง่าย เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ	ความเชื่อมั่นและการระดมทุน รวมทั้งการหาพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ขึ้นอยู่กับผลประกอบการที่ดีและผลตอบแทนที่ให้มากกว่าการมีบรรษัทภิบาล

สรุปวาทกรรมที่พบ : การระดมทุน ความเชื่อมั่นของนักลงทุน พันธมิตรทางธุรกิจ การแข่งขันทางธุรกิจ

ตอนที่ 11 “บรรษัทภิบาลสำหรับพนักงาน”

เนื้อหาชี้ให้เห็นความสำคัญของพนักงาน และให้แนวทางปฏิบัติว่าควรปลูกฝังหลักบรรษัทภิบาล และส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาลอย่างจริงจัง เพื่อส่งผลให้เป็นอีกหนึ่งแรงสำคัญที่จะช่วยนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ และถูกต้องตามจรรยาบรรณวิชาชีพ	ปฏิบัติงานตามหน้าที่เท่านั้น ไม่ต้องทุ่มเทมาก
ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้	ปกปิดสิ่งที่ไม่ดี เปิดเผยแต่สิ่งที่ดีให้ตรวจสอบ
ให้ความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย	คนที่มีความสัมพันธ์คุ้นเคยกัน หรือเชื้อ ผลประโยชน์กัน ย่อมได้รับการดูแลเป็นพิเศษ
คำนึงถึงประโยชน์ระยะยาวของบริษัท	คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตน

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ระยะยาวของบริษัท การปฏิบัติหน้าที่อย่างทุ่มเท เปิดเผย ตรวจสอบได้ เป็นธรรมต่อทุกฝ่าย

ตอนที่ 12 “บรรษัทภิบาลกับความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น”

เนื้อหา มีลักษณะบอกกล่าวถึงความรับผิดชอบต่อบริษัทต่อผู้ถือหุ้น ซึ่งเน้นการสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว ปกป้องสิทธิของผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
มุ่งเน้นสร้างประโยชน์ให้ผู้ถือหุ้นในระยะยาว	ผู้ถือหุ้นสนใจบริษัทที่ให้ผลตอบแทนที่เห็นได้ชัดเจน และรวดเร็วมากกว่า
ปกป้องสิทธิของผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียม	ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้สิทธิมากกว่า
ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว และพร้อมที่จะตอบคำถามหรือข้อสงสัยที่เกิดขึ้น	ให้ข้อมูลข่าวสารเฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น
มีช่องทางสื่อสารให้ผู้ถือหุ้นตรวจสอบข้อมูล หรือการดำเนินงานของบริษัทได้	มีช่องทางการสื่อสารให้ตรวจสอบข้อมูลตามที่กฎหมายกำหนด แต่อาจไม่มีประสิทธิภาพเท่าไร

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้น สร้างประโยชน์ระยะยาวให้ผู้ถือหุ้น ข้อมูลข่าวสารถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว มีช่องทางการสื่อสารสำหรับผู้ถือหุ้น

ตอนที่ 13 “บรรษัทภิบาลกับความรับผิดชอบต่อพนักงาน”

เนื้อหาชี้ให้เห็นความสำคัญของพนักงานว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรเติบโตในระยะยาว จึงควรปฏิบัติต่อพนักงานตามหลักบรรษัทภิบาล พร้อมยกตัวอย่าง ซึ่งจะส่งผลในการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพให้องค์กร

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร	พนักงานต้องขวนขวายหาทางพัฒนาตนเอง เพื่อให้ก้าวหน้าในอาชีพการงาน
เผยแพร่นโยบายต่าง ๆ ของบริษัทให้พนักงานรู้อย่างสม่ำเสมอ	ไม่เผยแพร่นโยบายบริษัท หากเป็นเรื่องที่ไม่เป็นผลกระทบโดยตรงกับพนักงาน
ปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนด้วยความเป็นธรรม	คนโปรดของเจ้านายมักได้รับการพิจารณาความดีความชอบก่อนเสมอ
คำนึงถึงความก้าวหน้าในการปฏิบัติหน้าที่	หากยังทำงานได้ดีก็ให้ทำงานนั้นไปเรื่อย ๆ เพราะถ้าย้ายไปแล้วกว่าคนใหม่จะเข้ามาก็ใช้เวลา ทำให้เสียงานได้
ให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมและมั่นคง	จ้างงานในลักษณะลูกจ้างชั่วคราว เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการ ส่วนการได้รับผลตอบแทนก็แล้วแต่ขนาดของแต่ละบริษัท

สรุปวาทกรรมที่พบ : การพัฒนาพนักงาน นโยบายบริษัท ความเป็นกลาง ผลตอบแทน

ตอนที่ 14 “บรรษัทภิบาลกับความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง”

เนื้อหา มีลักษณะบอกกล่าวบริษัทที่ดีจะต้องมีความรับผิดชอบต่อ การให้ความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางธุรกิจทุกฝ่าย ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ผู้ขายสินค้า หรือผู้ให้บริการ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ราคายุติธรรม รวมทั้งเคารพต่อสัญญาและกติกาทางการค้า ซึ่งจะส่งผลในการสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
แจ้งข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เทียบตรง ให้ทุกฝ่ายทราบพร้อม ๆ กัน	แจ้งข้อมูลข่าวสารพร้อมกัน แต่ผู้ถือหุ้นใหญ่มักได้ข้อมูลเชิงลึกมากกว่าผู้ถือหุ้นรายย่อย
ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ผู้ขายสินค้า หรือผู้ให้บริการ	บริหารงานให้ได้ผลกำไรมากที่สุด

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ราคายุติธรรม และเคารพต่อสัญญาและกติกาทางการค้า	ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ส่วนราคาเป็นเรื่องของกลไกทางการตลาด

สรุปวาทกรรมที่พบ : แจ้งข้อมูลข่าวสาร เป็นธรรมกับทุกฝ่าย เป็นกลาง รับผิดชอบ สินค้าคุณภาพ

บทที่ 15 “บรรษัทภิบาลกับความรับผิดชอบต่อสังคม”

เนื้อหาชี้ให้เห็นว่าบริษัทต้องให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งเน้นประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทได้รับการยอมรับ และการสนับสนุนที่ดีจากชุมชนและสังคม

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
มุ่งเน้นประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ	มุ่งเน้นแต่ประโยชน์ของบริษัท โดยไม่คำนึงถึงสภาพแวดล้อมและชุมชน

สรุปวาทกรรมที่พบ : ประโยชน์ส่วนรวม

บทที่ 16 “สิทธิของผู้ถือหุ้นตามหลักบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลหลักบรรษัทภิบาลว่า ผู้ถือหุ้นทั้งรายใหญ่และรายย่อยมีสิทธิเท่าเทียมกัน จึงควรได้รับการปกป้องสิทธิอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้น ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคง

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ปกป้องสิทธิของผู้ถือหุ้นทั้งรายใหญ่และรายย่อยอย่างเท่าเทียมกัน	ให้สิทธิประโยชน์กับผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่า

สรุปวาทกรรมที่พบ : สิทธิประโยชน์ของผู้ถือหุ้น

บทที่ 17 “ช่องทางในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นตามหลักบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาชี้ให้เห็นว่าควรมีช่องทางในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นหลายๆ ช่องทาง พร้อมยกตัวอย่าง และเน้นความสำคัญของข้อมูลที่ต้องรวดเร็ว ถูกต้อง และครบถ้วน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
มีช่องทางในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นหลายช่องทาง โดยข้อมูลต้องรวดเร็ว ถูกต้อง และครบถ้วน	การเพิ่มช่องทางทำให้เสียค่าใช้จ่ายมากขึ้น แต่มีช่องทางการสื่อสารไว้ตามกฎหมายก็พอ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ช่องทางในการสื่อสารหลายช่องทาง

บทที่ 18 “บรรษัทภิบาลกับการใช้เวลาและข้อมูลที่เพียงพอแก่ผู้ถือหุ้น”

เนื้อหาชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างประโยชน์ในระยะยาวให้แก่ผู้ถือหุ้น โดยให้แนวทางปฏิบัติว่าบริษัทต้องให้ข้อมูล และระยะเวลาที่มากเพียงพอสำหรับการพิจารณาต่อการตัดสินใจของผู้ถือหุ้น ซึ่งเป็นการปกป้องสิทธิ์ของผู้ถือหุ้น แสดงออกถึงความโปร่งใสและเป็นธรรมชาติของบริษัท

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องให้ข้อมูล และระยะเวลาที่มากพอแก่ผู้ถือหุ้น ในการพิจารณาตัดสินใจเรื่องสำคัญ หรือการใช้สิทธิ์ออกเสียง	แจ้งข้อมูลกับผู้ถือหุ้นตามขั้นตอนปกติ ซึ่งถ้าผู้ถือหุ้นมาไม่ได้ก็สามารถโอนสิทธิ์ให้ผู้อื่นเป็นผู้เข้าประชุมหรือใช้สิทธิแทนได้

สรุปวาทกรรมที่พบ : การใช้สิทธิ์ออกเสียง การให้ข้อมูลกับผู้ถือหุ้น

บทที่ 19 “การบริหารความเสี่ยงตามหลักบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการกำหนดเรื่องการบริหารความเสี่ยง โดยต้องวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และกำหนดมาตรการเพื่อลดความเสี่ยงนั้นๆ ให้มีผลกระทบกับธุรกิจน้อยที่สุด เพื่อให้ธุรกิจมีความสำเร็จอย่างยั่งยืน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
วิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และกำหนดมาตรการเพื่อลดความเสี่ยงให้มีผลกระทบต่อธุรกิจมากที่สุด	รับรู้ถึงความเสี่ยง แต่ลงทุนกับความเสี่ยงที่ให้ผลตอบแทนสูง (High risk High return)

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความเสี่ยงในการทำธุรกิจ

บทที่ 20 “ระบบการควบคุมและตรวจสอบภายในตามหลักบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาที่มีลักษณะการให้ข้อมูลเกี่ยวกับระบบการควบคุมและตรวจสอบภายใน โดยกล่าวว่า เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสร้างให้เกิดบรรษัทภิบาลขึ้นในองค์กร เพราะช่วยลดความเสี่ยงด้านการทุจริต และการใช้อำนาจหน้าที่อย่างไม่เป็นธรรม

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องมีระบบควบคุมภายใน เช่น การวางกฎเกณฑ์ วิธีปฏิบัติ และปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีในการทำงาน	การมีกฎเกณฑ์มากทำให้ผู้บริหารทำงานได้ลำบาก และเพิ่มขึ้นตอนยุ่งยากในการทำงาน อาจทำให้ประสิทธิภาพงานลดลงได้

สรุปวาทกรรมที่พบ : มีระบบควบคุมภายใน

บทที่ 21 “การประเมินผลการปฏิบัติงานตามหลักบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาชี้ให้เห็นความสำคัญของการประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเองเป็นประจำทุกปีของคณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหาร

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
คณะกรรมการและฝ่ายบริหารควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเองทุกปี ทั้งที่ตามนโยบาย และทางการเงิน	ประเมินผลการปฏิบัติงาน และถือโอกาสให้ผลตอบแทนประจำปีแก่ตัวเอง

สรุปวาทกรรมที่พบ : คณะกรรมการและฝ่ายบริหารประเมินผลการปฏิบัติงานตนเอง

บทที่ 22 “บรรษัทภิบาลกับคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง”

เนื้อหากล่าวถึงการพิจารณาเรื่องที่ต้องอาศัยความรู้ หรือความชำนาญเฉพาะด้าน ว่าควรแต่งตั้งคณะกรรมการอิสระที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องเป็นผู้กำกับดูแล เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ควรแต่งตั้งคณะกรรมการอิสระที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องเป็นผู้กำกับดูแลงานที่ต้องอาศัยความรู้หรือความชำนาญเฉพาะด้าน	เรื่องที่ต้องอาศัยความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน เป็นเรื่องที่ทางฝ่ายบริหารต้องเตรียมข้อมูลเพื่อประกอบการพิจารณา ไม่ต้องจ้างกรรมการเพิ่มให้วุ่นวายเสียค่าใช้จ่าย

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

บทที่ 23 “บรรษัทภิบาลกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ”

เนื้อหาชี้ให้เห็นความสำคัญของหลักบรรษัทภิบาล เรื่อง การให้ความเป็นธรรมต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งบริษัทควรกำหนดจริยธรรมและจรรยาบรรณขององค์กร เพื่อใช้เป็นแนวทางประพฤติปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับกรรมการบริษัท ฝ่ายบริหาร รวมทั้งพนักงานทุกคนในองค์กร

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
กำหนดจริยธรรมและจรรยาบรรณขององค์กร	การปฏิบัติขึ้นอยู่กับจริยธรรม และจรรยาบรรณ และของผู้บริหารมากกว่าการมีข้อกำหนด

สรุปวาทกรรมที่พบ : กำหนดจริยธรรมและจรรยาบรรณองค์กร

บทที่ 24 “บรรษัทภิบาลกับความขัดแย้งของผลประโยชน์”

เนื้อหาชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของเรื่องความขัดแย้งของผลประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้อง ว่า กรรมการบริษัทควรพิจารณาอย่างรอบคอบ เป็นธรรม และโปร่งใส รวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลในเรื่องดังกล่าวอย่างครบถ้วน

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
เปิดเผยข้อมูลเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างครบถ้วน	ปกปิดข้อมูลเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมทั้งโยกย้ายคนที่ไม่ยอมทำตามแผนงาน

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การเปิดเผยข้อมูล

บทที่ 25 “บรรษัทภิบาลกับการรักษาสิ่งแวดล้อม”

เนื้อหาชี้ให้เห็นว่าบริษัทจะต้องมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมด้วย ซึ่งรวมถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการยอมรับและสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทเป็นอย่างดี

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม	ไม่มีความรับผิดชอบต่อชุมชน และปิดข่าว
ต้องดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในโรงงานและบริเวณชุมชนโดยรอบให้อยู่ในสภาพที่ดีตลอดไป	ดูแลสิ่งแวดล้อมภายในโรงงาน แต่ไม่จำเป็นต้องดูแลบริเวณรอบชุมชน เพราะอยู่นอกขอบเขตบริษัท

สรุปวาทกรรมที่พบ : ความรับผิดชอบต่อ ชุมชนและสิ่งแวดล้อม

บทที่ 26 “การสร้างความสัมพันธ์กับนักลงทุน ลูกค้า และสื่อมวลชนตามหลักบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาชี้ให้เห็นความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม โดยให้แนวปฏิบัติว่า ควรมีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการให้ข้อมูลและตอบข้อสงสัย และความสัมพันธ์อันดีกับนักลงทุน ลูกค้า และสื่อมวลชน นอกจากนี้ ผู้บริหารเองก็ต้องทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและชัดเจนกับผู้ถือหุ้นหรือนักลงทุนด้วย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ต้องมีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการให้ข้อมูลและตอบข้อสงสัย รวมทั้งสร้างสัมพันธ์อันดีกับนักลงทุน ลูกค้า และสื่อมวลชน	มีผู้ดูแลรับผิดชอบให้ข้อมูลและตอบข้อสงสัยก็พอ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายจ้างพนักงานหลายคนเพื่อตั้งเป็นหน่วยงาน
ผู้บริหารต้องให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและชัดเจนกับผู้ถือหุ้นหรือนักลงทุน	เป็นหน้าที่ของประชาสัมพันธ์ที่ต้องให้ข้อมูลต่าง ๆ ไม่ใช่หน้าที่ของฝ่ายบริหาร

สรุปวาทกรรมที่พบ : การให้ข้อมูลและตอบข้อสงสัย ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น

บทที่ 27 “บรรษัทภิบาลช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ”

เนื้อหาชี้ให้เห็นข้อดีของการดำเนินธุรกิจอย่างเปิดเผย โปร่งใส และตรวจสอบได้ ตามหลักบรรษัทภิบาล ที่จะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุน ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับบริษัท

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
บรรษัทภิบาลส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับบริษัท ในรูปของราคาหุ้นที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น หรือได้รับการจัดอันดับให้เป็นหุ้นชั้นดี	ไม่มีการรับประกันว่าการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลจะทำให้มูลค่าหุ้นสูงขึ้น หรือเป็นหุ้นชั้นดี หากผลประกอบการของบริษัทซึ่งเป็นปัจจัยหลักไม่ได้ดีด้วย

สรุปวาทกรรมที่พบ : มูลค่าหุ้นเพิ่มขึ้น

บทที่ 28 “ประโยชน์ของบรรษัทภิบาลต่อองค์กร”

เนื้อหาชี้ให้เห็นข้อดีของการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล ที่จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในองค์กร และทำให้บริษัทได้รับความเชื่อมั่นและการยอมรับจากผู้ถือหุ้นและทุกฝ่ายที่ ซึ่งจะนำไปสู่การสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว



บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
บรรษัทภิบาลทำให้บริษัทได้รับความเชื่อมั่นและการยอมรับจากผู้ถือหุ้นและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว	การยอมรับของผู้ถือหุ้นและฝ่ายอื่นคู่ที่ฝีมือในการบริหารงานที่ทำให้ได้ผลประกอบการที่ดีเป็นหลัก ที่ทำให้ธุรกิจเติบโต

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผู้ถือหุ้นมีความเชื่อมั่นและยอมรับ ธุรกิจเติบโตมั่นคงในระยะยาว

บทที่ 29 “ประโยชน์ของบรรษัทภิบาลต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง”

เนื้อหาชี้ให้เห็นข้อดีของการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล ที่จะส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทางธุรกิจทุกฝ่าย คือ ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนได้รับข้อมูลข่าวสารที่จะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา คู่ค้าได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกันทุกราย ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่ดีมีคุณภาพ ราคายุติธรรม ชุมชนและสังคมได้รับการปฏิบัติที่ดีจากองค์กร

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทางธุรกิจทุกฝ่าย	การเปลี่ยนแปลงมักเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ส่วนตัวของบางคนเพื่อแลกกับผลประโยชน์ส่วนรวม บรรษัทภิบาลจึงมักไม่มีการสร้างขึ้นจริง ในขณะที่มีการให้ข่าวสารข้อมูลมากขึ้น

สรุปวาทกรรมที่พบ : ผลประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

บทที่ 30 “ทุกส่วนของสังคมร่วมผลักดันบรรษัทภิบาล”

เนื้อหาชี้ให้เห็นว่าการผลักดันให้เกิดบรรษัทภิบาล ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกคนในองค์กรอาศัยแรงผลักดันจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ต้องให้ความสำคัญ และสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรที่มีบรรษัทภิบาล รวมทั้งต้องอาศัยการตรวจสอบของสื่อมวลชนและสาธารณชนด้วย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
การผลักดันให้เกิดบรรษัทภิบาล ต้องได้รับความร่วมมือจากคนในองค์กร การผลักดันจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และการตรวจสอบของสื่อมวลชนด้วย	การผลักดันและการตรวจสอบไม่มีผล เพราะบรรษัทภิบาลจะเกิดขึ้นจริงขึ้นอยู่กับจรรยาบรรณของผู้บริหารมากกว่า

สรุปวาทกรรมที่พบ : การผลักดันให้เกิดบรรษัทภิบาล การตรวจสอบของสื่อมวลชน

วาทกรรมบรรษัทภิบาลที่พบในสารคดีทางวิทยุ ความยาว 1 นาที

ผู้วิจัยใช้การจัดหมวดหมู่โดยเปรียบเทียบกับคุณสมบัติขององค์กรที่มีหลักบรรษัทภิบาลสากล โดยสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย พบว่ามีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อย ดังนี้

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 1

ยึดหลักความถูกต้องในการปฏิบัติภาระหน้าที่ (Responsibility) การกำหนดภารกิจของแต่ละฝ่ายในองค์กรอย่างชัดเจนว่า ต้องทำอะไร และทำอย่างไร มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

1.1 กลุ่มวาทกรรมผลประโยชน์ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ผลประโยชน์ของบริษัท ผลประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ผลประโยชน์ระยะยาวของบริษัท ผลประโยชน์ส่วนตัว สร้างประโยชน์ระยะยาวให้ผู้ถือหุ้น ผลตอบแทน ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

1.2 วาทกรรมอำนาจ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การถ่วงดุลอำนาจ

1.3 วาทกรรมความเก่ง มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความเข้าใจหลักบรรษัทภิบาลอย่างถ่องแท้ ความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 2

มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน (Accountability) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบอย่างแท้จริง มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

2.1 กลุ่มวาทกรรมความดี มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความรับผิดชอบ ทุ่มเททำตามหน้าที่ การปฏิบัติหน้าที่อย่างทุ่มเท กำหนดจรรยาบรรณและจรรยาบรรณองค์กร ความเป็นอิสระในการตัดสินใจ การผลักดันให้เกิดบรรษัทภิบาล

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 3

ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม (Equitable Treatment) การวางกฎเกณฑ์หรือระเบียบวิธีต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรแต่ละฝ่ายปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกัน มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

3.1 วาทกรรมความยุติธรรม มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความเท่าเทียม ความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย ความเป็นกลาง ความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้น ประโยชน์ส่วนรวม ความเป็นอิสระ

3.2 วาทกรรมการดูแลพนักงาน มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การพัฒนาพนักงาน นโยบายบริษัท
แจ้งข้อมูลข่าวสาร

3.3 วาทกรรมการดูแลชุมชนและสิ่งแวดล้อม มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ รับผิดชอบต่อสังคมและ
สิ่งแวดล้อม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 4

มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วน
ได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

4.1 วาทกรรมความโปร่งใส มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความโปร่งใส การเปิดเผยข้อมูล

4.2 วาทกรรมการตรวจสอบ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การกำกับดูแลการทำงานอย่างใกล้ชิด
การตรวจสอบ มีระบบควบคุมภายใน การตรวจสอบข้อมูล การเปิดเผยข้อมูล การตรวจสอบของ
สื่อมวลชน

4.3 วาทกรรมเงินทุน มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การระดมทุน ความเชื่อมั่น พันธมิตรทางธุรกิจ
การยอมรับ มูลค่าหุ้นเพิ่มขึ้น ผู้ถือหุ้นมีความมั่นใจและยอมรับ ภาระหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้น มีช่องทางการ
สื่อสารหลายช่องทาง ข้อมูลถูกต้องครบถ้วนรวดเร็ว

4.4 วาทกรรมผู้ถือหุ้น มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสารถูกต้องรวดเร็ว มีช่องทาง
การสื่อสารหลายช่องทาง สิทธิประโยชน์ของผู้ถือหุ้น การใช้สิทธิ์ออกเสียง การตอบข้อสงสัย ความ
รับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ภาระหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้น

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 5

มุ่งสร้างคุณค่าของธุรกิจในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสีย (Long-term Value-Added Creation to
Stakeholders) การทำธุรกิจแบบมองการณ์ไกล หลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ไม่จำเป็น เพื่อการเติบโตอย่าง
ยั่งยืนและมั่นคง มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

5.1 วาทกรรมความเติบโตของธุรกิจ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การแข่งขันทางธุรกิจ มูลค่าหุ้น
ธุรกิจเติบโตมั่นคงในระยะยาว

5.2 วาทกรรมการควบคุมความเสี่ยง มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความเสี่ยงในการทำธุรกิจ

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 6

มุ่งส่งเสริมหลักการบริหารอันเป็นเลิศ (Promotion of Best Practice) การส่งเสริมให้การปฏิบัติงานทุกด้านมุ่งไปสู่ความสมบูรณ์แบบ ผลักดันให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องพยายามพัฒนาตนเอง เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศอยู่ตลอดเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

6.1 วาทกรรมควบคุมคุณภาพ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพ คณะกรรมการและฝ่ายบริหารประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเอง การผลักดัน

สรุปวาทกรรมบรรษัทภิบาลที่พบในการสื่อสารช่วงที่ 2

ผู้วิจัยใช้การจัดหมวดหมู่โดยเปรียบเทียบกับคุณสมบัติขององค์กรที่มีหลักบรรษัทภิบาลสากล โดยสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย พบว่ามีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยในการสื่อสารช่วงที่สอง ดังนี้

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 1

ยึดหลักความถูกต้องในการปฏิบัติภาระหน้าที่ (Responsibility) การกำหนดภารกิจของแต่ละฝ่ายในองค์กรอย่างชัดเจนว่า ต้องทำอะไร และทำอะไร มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

1.1 กลุ่มวาทกรรมผลประโยชน์ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ผลประโยชน์ส่วนรวม ผลประโยชน์ต่อคนบางกลุ่ม ผลประโยชน์ส่วนตัว ผลประโยชน์ของบริษัท ผลประโยชน์ระยะยาวของบริษัท ผลประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ธุรกิจครบวงจร การทุจริต การใช้งบประมาณ ประโยชน์ผลตอบแทน ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การแสวงหาผลประโยชน์ กำหนดราคาสินค้า

1.2 กลุ่มวาทกรรมอำนาจ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การถ่วงดุลอำนาจ การแบ่งแยกอำนาจ

1.3 กลุ่มวาทกรรมความเก่ง มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความรู้ในธุรกิจ ความรู้เฉพาะด้าน ความเข้าใจหลักบรรษัทภิบาลอย่างถ่องแท้

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 2

มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน (Accountability) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบอย่างแท้จริง มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

2.1 กลุ่มวาทกรรมความดี มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสัญญา ความรับผิดชอบ ทุ่มเททำตามหน้าที่ การปฏิบัติหน้าที่อย่างทุ่มเท กำหนดจริยธรรมและจรรยาบรรณองค์กร จรรยาบรรณความซื่อสัตย์ ความซื่อสัตย์ต่อทุกคน ความเป็นอิสระต่อการตัดสินใจ ผลักดันให้เกิดบรรษัทภิบาล

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 3

ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม (Equitable Treatment) การวางกฎเกณฑ์หรือระเบียบวิธีต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรแต่ละฝ่ายปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกัน มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

3.1 กลุ่มวาทกรรมความยุติธรรม มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความเท่าเทียมกัน ความยุติธรรมต่อทุกฝ่าย ความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย วางตัวเป็นกลาง ความเป็นกลางต่อคู่ค้า เป็นธรรมกับทุกฝ่าย ประโยชน์ส่วนรวม ความเป็นอิสระ ดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกราย

3.2 กลุ่มวาทกรรมการดูแลพนักงาน มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การปฏิบัติต่อพนักงาน การพัฒนาพนักงาน นโยบายบริษัท แจกข้อมูลข่าวสาร

3.3 กลุ่มวาทกรรมการดูแลชุมชนและสิ่งแวดล้อม มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม การเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 4

มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

4.1 กลุ่มวาทกรรมความโปร่งใส มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความโปร่งใสของข้อมูล การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสตรงไปตรงมา ข้อมูลสถานะการเงิน การปกปิดข้อมูล ความชัดเจนในบทบาทหน้าที่ ข้อมูลผลประกอบการโปร่งใส สถานะการเงิน ข้อมูลถูกต้อง ข้อมูลมากพอ ข้อมูลที่เป็นจริง ผลตอบแทนคณะกรรมการ ผลตอบแทนพนักงาน การปกปิดข้อมูล การใช้งบประมาณอย่างโปร่งใส

4.2 กลุ่มวาทกรรมการตรวจสอบ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การตรวจสอบข้อมูล การตรวจสอบของสื่อมวลชน การกำกับดูแลการทำงาน การกำกับดูแลการทำงานของฝ่ายบริหารอย่างใกล้ชิด การติดตามการทำงานของฝ่ายบริหารอย่างใกล้ชิด การตรวจสอบ มีระบบการควบคุมภายใน

4.3 กลุ่มวาทกรรมเงินทุน มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ กำไร นักลงทุน การหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย การระดมทุน มูลค่าหุ้นเพิ่มขึ้น ผู้ถือหุ้นมีความมั่นใจและยอมรับ ความเชื่อมั่นของนักธุรกิจ พันธมิตรทางธุรกิจ การยอมรับ

4.4 กลุ่มวาทกรรมการยอมรับ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การยอมรับจากแวดวงธุรกิจ ความเชื่อมั่นของนักลงทุน สร้างความมั่นใจให้ทุกฝ่าย สร้างความน่าเชื่อถือให้บริษัท

4.5 กลุ่มวาทกรรมผู้ถือหุ้น มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ช่องทางในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น การให้ข้อมูลข่าวสาร การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้น การแจ้งการประชุม การเตรียมตัวประชุม มีทางเลือกใน

การใช้สิทธิ์ สิทธิประโยชน์ของผู้ถือหุ้น การใช้สิทธิ์ออกเสียง การตอบข้อสงสัย ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 5

มุ่งสร้างคุณค่าของธุรกิจในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสีย (Long-term Value-Added Creation to Stakeholders) การทำธุรกิจแบบมองการณ์ไกล หลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ไม่จำเป็น เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคง มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

5.1 กลุ่มวาทกรรมความเติบโตของธุรกิจ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ สร้างความยั่งยืนและการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ การแข่งขันทางธุรกิจ มูลค่าหุ้น ธุรกิจเติบโต

5.2 กลุ่มวาทกรรมการควบคุมความเสี่ยง มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ความเสี่ยงในการทำธุรกิจ

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 6

มุ่งส่งเสริมหลักการบริหารอันเป็นเลิศ (Promotion of Best Practice) การส่งเสริมให้การปฏิบัติงานทุกด้านมุ่งไปสู่ความสมบูรณ์แบบ ผลักดันให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องพยายามพัฒนาตนเอง เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศอยู่ตลอดเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

6.1 กลุ่มวาทกรรมควบคุมคุณภาพ มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ สินค้ามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน สินค้ามีคุณภาพ ประเมินผล การปฏิบัติงาน การผลักดัน

สรุปลักษณะ รูปแบบ กระบวนการสร้าง การสื่อสารวาทกรรมบรรษัทภิบาล ช่วงที่ 2

จากการวิเคราะห์การสื่อสารช่วงที่ 2 นี้ พบว่า ตัวบทที่สร้างขึ้นมีการสื่อความหมายแตกต่างกันไปตามสื่อ โดยสื่อโฆษณาทั้งภาพยนตร์โฆษณาและโฆษณาทางสิ่งพิมพ์จะใช้ภาพในการสื่อความหมาย ส่วนสื่อสารคดีทางวิทยุยังคงให้เนื้อหาในการสื่อความหมาย ซึ่งเนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละสื่อมีความแตกต่างกัน

เนื้อหาของสื่อโฆษณาในช่วงที่สองนี้แตกต่างกับในช่วงแรก คือ เป็นการชี้ให้เห็นว่าหลักบรรษัทภิบาลมีคุณสมบัติหลักอะไร และเครือข่ายนิเทศไทยปฏิบัติหลักนี้มากกว่า 90 ปี แต่สื่อโฆษณารุ่นแรกเป็นการเชิญชวนให้ธุรกิจต่าง ๆ ใช้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารงาน และเครือข่ายนิเทศไทยเป็นบรรษัทภิบาล

สำหรับกระบวนการสร้างตัวบท เป็นการนำเรื่องราวของหลักบรรษัทภิบาลที่ยังคงเป็นเรื่องสาธารณะที่มีคนให้ความสนใจมาเสนอ เพื่อบอกเล่าให้ผู้ชมเข้าใจหลักบรรษัทภิบาล รวมทั้งการที่มีบริษัทอื่นที่ได้รับรางวัลด้านบรรษัทภิบาลเช่นเดียวกัน ทำให้บริษัทปูนซิเมนต์ไทย ต้องเน้นเนื้อหาในด้านความเป็นผู้นำมากขึ้น โดยเปลี่ยนไปย้ำถึงตัวบริษัทว่าได้ปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาลมาแล้วกว่า 90 ปี

การปฏิบัติการทางวาทกรรมของการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลในช่วงที่สองนี้ วิเคราะห์ออกเป็น 2 ประเด็น คือ

- การสร้างตัวบท (Text production) สำนักงานประชาสัมพันธ์เห็นว่าการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านหลักบรรษัทภิบาลต้องใช้เวลาในการตอกย้ำ และมีความถี่ในการนำเสนออย่างต่อเนื่อง รวมทั้งบริบทในขณะนั้น เป็นช่วงที่มีการรณรงค์เรื่องบรรษัทภิบาลขององค์กรต่าง ๆ ของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง โดยรัฐบาลได้ประกาศให้ปี 2545 เป็นปีแห่งการกำกับดูแลกิจการที่ดี และเป็นวาระแห่งชาติ รวมทั้งมีบริษัทอื่นได้รับรางวัลเช่นเดียวกัน บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จึงต้องเน้นย้ำความเป็นผู้นำของบริษัทในด้านบรรษัทภิบาล แทนการเชิญชวนให้ธุรกิจหันมาใช้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารงานเช่นเดียวกับในช่วงแรก ปี 2543-2544

เมื่อเนื้อหาได้นำเสนอสู่สังคมภายใต้บริบท ณ ขณะนั้น ได้สร้างความหมายให้กับตัวบทมากยิ่งขึ้น คือ ผู้ฟังรับรู้เนื้อหาที่นำเสนอพร้อมกับกระแสที่มีอยู่ในสังคม ซึ่งมีประสบการณ์ร่วมจากการรับสื่ออื่น ๆ มาก่อน การนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวเป็นการสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจในหลักบรรษัทภิบาล และเห็นประโยชน์ของการผลักดันให้เกิดการนำหลักบรรษัทภิบาลมาใช้ในการบริหารธุรกิจตามที่วาทกรรมการสื่อสารบรรษัทภิบาลได้ชี้แนะไว้

- อุดลักษณะที่ปรากฏในวาทกรรมการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลในช่วงที่สองนี้ เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งสร้างขึ้นโดยมีความสอดคล้องกับเรื่องที่น่าเสนอ คือ

- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายซิเมนต์ไทยที่ให้ความรู้เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลให้มวลชน
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายซิเมนต์ไทยในการชี้แนะว่าเครือข่ายซิเมนต์ไทยเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลมากกว่า 90 ปี ให้มวลชนรับรู้

การบริโภคตัวบท (text consumption) ในที่นี้ คือ ประสิทธิภาพของการสื่อสารในช่วงเวลาดังกล่าวที่เกิดจากการรับสารจากวาทกรรมบรรษัทภิบาล แล้วเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล ซึ่งพบว่าเครือข่ายซิเมนต์ไทยผู้ว่าจ้างผลิตการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลพึงพอใจในประสิทธิภาพของการสื่อสาร มีส่วนในการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านบรรษัทภิบาล อีกทั้งยังสามารถ

สื่อถึงความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้กับองค์กรจากการที่ออกมาเชิญชวนให้องค์กรต่าง ๆ ปฏิบัติหลักบรรษัทภิบาลได้ด้วย

4.3 การสื่อสารช่วงที่ 3 ปี 2547 - 2548 : เพื่อรักษาภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำ

ในปี 2547 ทางหน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสาร สำนักงานสื่อสารองค์กร (ชื่อเดิม คือ สำนักงานประชาสัมพันธ์) ได้วิเคราะห์ว่าเครือข่ายซีเมนต์ไทยในขณะนั้น ได้ภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลแล้วจากการทำการวิจัยเพื่อสำรวจภาพลักษณ์ และกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจเรื่องบรรษัทภิบาล ซึ่งบริบทในขณะนั้น มีหน่วยงานราชการและรัฐบาลได้รณรงค์เรื่องธรรมาภิบาลและบรรษัทภิบาลอย่างต่อเนื่องหลายหน่วยงานด้วยกัน อีกทั้งเศรษฐกิจของประเทศและทั่วโลกกลับฟื้นคืนมาอีกครั้ง เพื่อให้แข่งขันกับโลกธุรกิจซึ่งเน้นเทคโนโลยีที่รุดหน้าอย่างรวดเร็ว เป้าหมายหลักของเครือข่ายซีเมนต์ไทย ในปี 2547 คือ “เป็นบริษัทผู้นำที่มีความทันสมัยในระดับภูมิภาค ซึ่งเสริมด้วยสินค้าที่เป็นนวัตกรรมและพัฒนา” ซึ่งกลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์ของเครือข่าย จึงเปลี่ยนไปเน้นที่ “การสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่มีความทันสมัยและนวัตกรรม” แทน โดยยังมีแผนการดำเนินงานเพื่อ “คงภาพลักษณ์องค์กรในด้านบรรษัทภิบาลและองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม” ด้วยในงบประมาณที่ลดลง คือ เพียง 3.3 ล้านบาทใน 1 ปี

4.3.1 โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ปี 2547

ขั้นตอนและกระบวนการทำงาน

เมื่อได้รับแนวทางกลยุทธ์แล้ว หน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสาร สำนักงานสื่อสารองค์กร จึงวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการสื่อสารเพื่อให้ใช้งบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด ซึ่งด้วยงบประมาณเท่านี้จึงไม่สามารถใช้สื่อภาพยนตร์โฆษณาได้ หน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสารจึงเริ่มเปรียบเทียบสื่อต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก “เราได้ทำการวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของการใช้สื่อต่าง ๆ รวมทั้งรูปแบบการใช้สื่อแต่ละประเภท ในแต่ละรายการ อย่างการ Tie-in ในรายการคุกกี้ข้าว หรือ สนับสนุนช่วงของรายการ หรือการจัดทำรายการเอง ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ ก็มีหลายรูปแบบที่นำมาพิจารณา เช่น บทความสัมภาษณ์ผู้บริหารรุ่นใหม่ Advertorial หรือสื่อ Website link ตาม Banner ของ www.settrade.com เป็นต้น ก็ดูหลาย ๆ อย่างทั้งกลุ่มเป้าหมาย Rating ราคา ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดนี้เราคิดกันเองก่อน” (คุณโชติหทัย โชคพิบูลการ, สัมภาษณ์ 2548)

จากนั้น หน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสารจึงได้ปรึกษาบริษัท TBWA/THAILAND (ชื่อเดิม คือ TBWA/NEXT/TRIPLET) ที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์การสื่อสาร “ทาง TB (TBWA/THAILAND) ก็แนะนำว่าไม่ควรใช้สื่อหลายอย่าง แต่ควรเลือกน้อย ๆ แต่ทุ่มเงินไปเลยจะมีประสิทธิภาพมากกว่า” คุณโชติ หทัย โชคพิบูลการ, สัมภาษณ์ 2548) ซึ่งจากการวิเคราะห์ร่วมกันจึงสรุปเลือกใช้สื่อวิทยุและหนังสือพิมพ์ โดยเลือกคลื่นและฉบับที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ ผู้นำความคิด และนักธุรกิจ จากนั้นหน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสารก็ได้นำแผนดังกล่าว ไปนำเสนอผู้อำนวยการสำนักงาน เมื่อได้รับการอนุมัติแล้ว จึงเริ่มดำเนินการผลิต

การผลิตส่วนเนื้อหาที่จะนำเสนอ นั้นหน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสารได้ประชุมกัน และสรุปว่าควรเป็นกึ่งการให้ความรู้ควบคู่กับการรักษาภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำ ซึ่งได้ให้ TBWA/THAILAND ได้คิดรูปแบบเพื่อนำเสนอ โดยให้แนวทางว่าต้องการนำเสนอแบบ Catchy word หรือ คำพูดที่กินใจ คือ มีเนื้อหาที่กินใจ และต้องเกี่ยวข้องกับหลักบรรษัทภิบาล

“คำพูดที่จะเอามาใช้หาลำบากมาก เพราะในประเทศไทยถึงจะมีคำคมเยอะ แต่ส่วนใหญ่ความหมายก็ไม่เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล เลยต้องหาคำคมของต่างประเทศ ก็ช่วยกันหาเกี่ยวกับทาง TB ทั้งอินเทอร์เน็ต หนังสือที่รวบรวมคำคมของปรมาจารย์ด้านต่าง ๆ นานามากกว่าจะได้คำคมที่ตรง มีบางชิ้นที่ได้แล้ว แต่พอแปลเป็นภาษาไทยแล้วไม่สามารถสื่อความหมายได้ ก็ต้องคัดออก” (โชติหทัย โชคพิบูลการ, สัมภาษณ์ 2548)

สำหรับสื่อหนังสือพิมพ์นั้น เมื่อคัดเลือกได้คำคมที่ต้องการแล้ว จึงนำเสนอผู้อำนวยการสำนักงานฯ เพื่อเป็นผู้พิจารณาในขั้นตอนสุดท้าย เมื่อผู้อำนวยการสำนักงานสื่อสารองค์กรอนุมัติแล้ว TBWA/THAILAND จึงเสนอค่าจัดทำอาร์ตเวิร์คจำนวน 37,800 บาท เมื่อได้รับอนุมัติแล้ว จึงจัดทำ Layout เพื่อนำเสนอ ในรูปแบบง่าย ๆ อ่านสะดวก โดยใช้สีแดงซึ่งเป็นสีหลักของเครือซิเมนต์ไทย และสีเทา เพียงสองสี เพื่อสร้างความโดดเด่นจากโฆษณาชิ้นอื่น ๆ ที่มักมีสีสันและองค์ประกอบมากมาย รวมทั้งจัดทำในขนาด Strip Ad. โดยวางบริเวณด้านล่างหนังสือพิมพ์เป็นแนวยาวตลอดความกว้างของหน้า จึงไม่มีภาพโฆษณาอื่นรบกวน

ลักษณะ รูปแบบ กระบวนการสร้าง โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ปี 2547

จากการวิเคราะห์โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ 5 ชิ้นงาน ในการสื่อสารช่วงที่ 3 นี้ พบว่า ตัวบทที่สร้างขึ้นใช้ข้อความในการสื่อความหมายโดยเน้น Headline วิธีการนำเสนอมีความเหมาะสมกับเนื้อหา โดยนำคำคมที่เกี่ยวข้องกับหลักบรรษัทภิบาลที่ต้องการนำเสนอมาเป็นจุดดึงดูดความสนใจ จากนั้นจึงบอกถึงรายละเอียดและข้อดีของหลักบรรษัทภิบาล

สำหรับการสร้างตัวบท เป็นการหยิบยกเรื่องสารณะที่ผู้คนรู้จักเนื้อหามาก่อนแล้วมา นำเสนอเป็นเนื้อหา โดยนำเสนอมุมมองใหม่แตกต่างจากที่มีมา เพราะจะทำให้เนื้อหาซึ่งเป็นหลัก วิชาการมีความโดดเด่น น่าสนใจ โดยการใช้คำคมเพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้อ่าน และมีวิธีการ นำเสนอที่แปลกตาจากโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ที่ไม่มีรูปภาพโดยทั่วไป โดยการใช้สีเทาและสีแดงบนพื้น ขาว ซึ่งนอกจากเป็นสีหลักของธุรกิจแล้ว ยังทำให้ชิ้นงานดูสะอาด น่าอ่าน และอ่านง่ายมากยิ่งขึ้น

การปฏิบัติการทางวาทกรรมของการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลในช่วงที่ 3 นี้ วิเคราะห์ ออกเป็น 2 ประเด็น คือ

- การสร้างตัวบท (Text production) สำนักงานประชาสัมพันธ์เห็นว่าการเข้าถึงหลัก บรรษัทภิบาลที่เครือข่ายต้องมีการดำเนินการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อสื่อสารให้ผู้ชมตระหนัก ถึงข้อดีของหลักบรรษัทภิบาลและร่วมผลักดันให้ธุรกิจต่าง ๆ บริหารงานด้วยหลักบรรษัทภิบาล ซึ่ง องค์การยังได้ผลพลอยได้กลับมา คือ ภาพลักษณ์ที่ดีในความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาล

เมื่อเนื้อหาได้นำเสนอสู่สังคมภายใต้บริบท ณ ขณะนั้น ซึ่งผู้อ่านรับรู้เนื้อหาที่นำเสนอมาก่อน แล้วจากการรณรงค์และการสื่อสารของทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชน การนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวจึง เป็นการตอกย้ำซ้ำทวนให้ผู้ฟังเกิดความจดจำหลักบรรษัทภิบาล และเห็นประโยชน์ของการผลักดันให้ เกิดการนำหลักบรรษัทภิบาลมาใช้ในการบริหารธุรกิจตามที่โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ชี้แนะ

- อัตลักษณ์ที่ปรากฏในวาทกรรมการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลทางสารคดีวิทยุนี้ เป็นการ แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งสร้างขึ้นโดยมีความสอดคล้องกับเรื่องที่น่าเสนอ คือ

- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายโทรทัศน์ไทย ที่นำเสนอหลักบรรษัทภิบาลให้ มวลชน
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายโทรทัศน์ไทย ที่ชี้แนะข้อดีของหลักบรรษัทภิ บาลให้มวลชน
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายโทรทัศน์ไทยในการชี้แนะว่าเครือข่ายโทรทัศน์ไทยเป็น ผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้มวลชนรับรู้

การบริโภคตัวบท (text consumption) ในที่นี้ คือ ประสิทธิภาพของการสื่อสารในช่วงเวลา ดังกล่าวที่เกิดจากการรับสารจากวาทกรรมบรรษัทภิบาล แล้วเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลัก บรรษัทภิบาล ซึ่งพบว่าเครือข่ายโทรทัศน์ไทยผู้ว่าจ้างผลิตการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลพึงพอใจใน ประสิทธิภาพของการสื่อสาร มีส่วนในการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านบรรษัทภิบาล อีกทั้งยังสามารถ

สื่อถึงความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้กับองค์กรจากการที่ออกมาเชิญชวนให้องค์กรต่าง ๆ ปฏิบัติหลักบรรษัทภิบาลได้ด้วย

เมื่อวิเคราะห์ไปยังแบบแผนการใช้ภาษาของพบว่า ลักษณะการดำเนินเรื่อง การจัดวางลำดับการนำเสนอเป็นไปในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน โดยนำเสนอด้วยคำคมที่จุดประกายความคิด แล้วโยงสู่เนื้อหาที่ต้องการชี้แนะและวิธีปฏิบัติ ปิดท้ายด้วยชื่อผู้ว่าจ้างผลิตและคำขวัญ

การวิเคราะห์เนื้อหา

เนื้อหาของโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ปี 2547 นี้ สามารถวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบให้เห็นคู่ความคิดเห็นตรงกันข้ามที่มีอยู่เดิมในสังคมไทย (Binary Opposition) โดยแยกเป็นตารางเปรียบเทียบให้เห็นชัดเจนได้ ดังนี้

1. **Headline:** ตรวจสอบเรื่องราวให้ถูกต้อง
มีเพียงวิธีเดียวนั่นคือ ตรวจสอบจากทุกด้าน
- Ruskin นักคิด นักเขียน ชาวอังกฤษ -
- Body copy :** เราเชื่อว่า...การทำงานอย่างโปร่งใส พร้อมเปิดเผยข้อมูลจริงในทุกด้าน
อย่างตรงไปตรงมาและสามารถตรวจสอบได้ ส่งผลให้ทุกฝ่ายมั่นใจ
พร้อมพัฒนาธุรกิจให้เติบโตก้าวหน้าต่อไป
เครือข่ายเมเนจไทย มุ่งหวังให้ทุกองค์กรดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล
เพื่อเศรษฐกิจไทยก้าวหน้าอย่างมั่นคง
- Logo:** เครือข่ายเมเนจไทย บรรษัทภิบาลของไทย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ทำงานอย่างโปร่งใส เปิดเผยข้อมูลจริงทุกด้าน อย่างตรงไปตรงมา สามารถตรวจสอบได้	โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ โดยเลือกเปิดเผย แต่ข้อมูลเฉพาะด้านที่ดี ปกปิดข้อมูลที่ไม่ดีไว้

สรุปวาทกรรมที่พบ : โปร่งใส เปิดเผยข้อมูลทุกด้าน ตรวจสอบได้

2. **Headline:** อย่างกลัวความเปิดเผยตรงไปตรงมา
- ทีโอดอร์ รูสเวลต์ – อดีตประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา
- Body copy :** เราเชื่อว่า...การเปิดเผยข้อมูลในการบริหารงานอย่างชัดเจน
ตรงไปตรงมา ให้กับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เป็นการสร้างความโปร่งใส

และยุติธรรมในการดำเนินการ เพื่อธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคง
เครือข่ายซีเมนต์ไทย มุ่งหวังให้ทุกองค์กรดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล
เพื่อเศรษฐกิจไทยก้าวหน้าอย่างมั่นคง

Logo: เครือข่ายซีเมนต์ไทย บรรษัทภิบาลของไทย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
เปิดเผยข้อมูลอย่างชัดเจน โปร่งใส	การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใสมาก เป็นผลเสียกับบริษัทมากกว่า อาจส่งผลกระทบต่อการลงทุนได้ จึงเลือกเปิดเผยเฉพาะข้อมูลด้านดีเท่านั้น
ยุติธรรมในการดำเนินการ	เล่นพรรคเล่นพวก เอื้อประโยชน์ต่อผู้มีอำนาจ

สรุปวาทกรรมที่พบ : การเปิดเผยข้อมูล โปร่งใส ดำเนินการอย่างยุติธรรม

3. Headline: ไม่มีอะไรอยู่ได้นานเท่าความจริง

- วอ เวิน นาร์กส์ นักปราชญ์ ชาวเยอรมัน -

Body copy : เราเชื่อว่า...การเปิดเผยข้อมูลทางธุรกิจ อย่างโปร่งใส

ตรงไปตรงมา และเป็นจริง จะได้ข้อมูลที่เที่ยงแท้

สามารถนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจที่ถูกต้อง

ให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน

เครือข่ายซีเมนต์ไทย มุ่งหวังให้ทุกองค์กรดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล

เพื่อเศรษฐกิจไทยก้าวหน้าอย่างมั่นคง

Logo: เครือข่ายซีเมนต์ไทย บรรษัทภิบาลของไทย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
เปิดเผยข้อมูลทางธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรงไปตรงมา และเป็นจริง สามารถนำมาใช้ ประกอบการตัดสินใจที่ถูกต้องได้	การตัดสินใจอยู่ที่กรรมการบริษัทซึ่งรู้ข้อมูลธุรกิจ อยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลทุกเรื่องให้ มวลชนรับรู้

สรุปวาทกรรมที่พบ : เปิดเผยข้อมูล โปร่งใส ตรงไปตรงมา เป็นจริง

4. Headline: ความสุจริตเป็นนโยบายดีที่สุด

- เบนจามิน แฟรงกลิน – นักค้นคว้า ชาวอังกฤษ

Body copy : เราเชื่อว่า...การดำเนินงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต เป็นระเบียบแบบแผน

และโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ควรเป็นอีกนโยบายที่บริษัทยึดมั่น

เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
 พร้อมพัฒนาธุรกิจเติบโตยั่งยืน
 เครือซิเมนต์ไทย มุ่งหวังให้ทุกองค์กรดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล
 เพื่อเศรษฐกิจไทยก้าวหน้าอย่างมั่นคง

Logo: เครือซิเมนต์ไทย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ดำเนินงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต เป็นระเบียบแบบแผน และโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้	ตักตวงผลประโยชน์ส่วนตน ปกปิดไม่ให้มีการตรวจสอบ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ซื่อสัตย์สุจริต เปิดเผยข้อมูล โปร่งใส ตรวจสอบได้

5. Headline: ไม่มีความสำเร็จใด ได้มาด้วยความทุจริต
 อริสโตฟานีส – นักประพันธ์ชาวกรีก

Body copy : เราเชื่อว่า...การดำเนินธุรกิจอย่างสุจริต เป็นธรรม และโปร่งใส
 นำมาซึ่งความมั่นใจต่อผู้ร่วมธุรกิจ ส่งผลให้ธุรกิจเติบโต
 ก้าวหน้า และประสบความสำเร็จได้อย่างมั่นคง
 เครือซิเมนต์ไทย มุ่งหวังให้ทุกองค์กรดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล
 เพื่อเศรษฐกิจไทยก้าวหน้าอย่างมั่นคง

Logo: เครือซิเมนต์ไทย บรรษัทภิบาลของไทย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
ดำเนินธุรกิจอย่างสุจริต เป็นธรรม และโปร่งใส	ตักตวงผลประโยชน์ส่วนตน ปกปิดไม่ให้มีการตรวจสอบ

สรุปวาทกรรมที่พบ : ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม สุจริต โปร่งใส

วาทกรรมบรรษัทภิบาลที่พบในโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ปี 2547

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 2

มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน (Accountability) การปฏิบัติหน้าที่ด้วย
 สำนึกรับผิดชอบต่ออย่างแท้จริง มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

2.1 วาทกรรมความซื่อสัตย์สุจริต

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 3

ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม (Equitable Treatment) การวางกฎเกณฑ์หรือระเบียบวิธีต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรแต่ละฝ่ายปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกัน มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

3.1 วาทกรรมความดี มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 4

มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

4.1 กลุ่มวาทกรรมความโปร่งใส มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การเปิดเผยข้อมูล เปิดเผยข้อมูลทุกด้านตรงไปตรงมา เป็นจริง โปร่งใส

4.2 วาทกรรมการตรวจสอบ

4.3.2 โฆษณาทางวิทยุ

ขั้นตอนและกระบวนการทำงาน

โฆษณาทางวิทยุอยู่ในแคมเปญเดียวกับโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ซึ่งเมื่อผู้อำนวยการสำนักงานสื่อสารองค์กรได้อนุมัติแนวทางของแคมเปญโฆษณาชุดนี้แล้ว ทาง TBWA/THAILAND จึงได้จัดทำ Copy เพื่อให้หน่วยงานกลยุทธ์การสื่อสารพิจารณา “ปรับแก้กันน้อยมาก เพราะ TB รู้แนวทางอยู่แล้ว พอที่มันโอเคก็ผลิตเลย” (โชติหทัย โชคพิบูลการ, สัมภาษณ์ 2548)

จากนั้น TBWA/THAILAND จึงนำเสนอค่าผลิต สตูดิโออัดเสียง รวมทั้งเสียงโฆษก รวมค่าผลิต 2 สปอต จำนวน 66,286 บาท แก่สำนักงานสื่อสารองค์กร เพื่อพิจารณาอนุมัติโดย ผู้อำนวยการสำนักงานฯ แล้วจึงนัดวันอัดเสียง ทั้งนี้ ผู้ช่วยผู้จัดการกลยุทธ์การสื่อสาร และผู้จัดการกลยุทธ์การสื่อสาร ได้ไปร่วมดูแลการอัดเสียงด้วย เพื่อให้ Mood and Tone ของโฆษณาเป็นไปตามที่ต้องการ

วิเคราะห์ขั้นตอนและกระบวนการทำงานโฆษณาทางวิทยุ เนื่องจากบริษัทตัวแทนโฆษณาได้เป็นที่ปรึกษาด้านการสื่อสาร อีกทั้งได้ทำการผลิตโฆษณาทางสิ่งพิมพ์แล้ว จึงทำให้สามารถเข้าใจได้ถึงแนวทางที่สำนักงานประชาสัมพันธ์ต้องการนำเสนอ ดังนั้น ขั้นตอนในการทำงานจึงน้อยมาก ไม่ต้องมีการแก้ไขหลายครั้ง รวมทั้งไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มในส่วนของการคิดค่าโฆษณา เนื่องจากการทำสัญญากับบริษัทที่ปรึกษามีการจ่ายเงินค่าที่ปรึกษาเป็นรายเดือนอยู่แล้ว ซึ่งรวมค่าความคิดสร้างสรรค์ในการคิดงานโฆษณาต่าง ๆ ไปด้วย

ลักษณะ รูปแบบ กระบวนการสร้าง โฆษณาทางวิทยุ ปี 2547-2548

จากการวิเคราะห์โฆษณาทางวิทยุ ในการสื่อสารช่วงที่ 3 นี้ พบว่า ตัวบทที่สร้างขึ้นใช้ข้อความในการสื่อความหมายและก่อให้เกิดความสะเทือนใจตามแนวคิดของโฆษณา โดยมีวิธีการนำเสนอที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหา และกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้นำความคิด

สำหรับกระบวนการสร้างตัวบท เป็นการหยิบยกเรื่องสาธารณะที่อยู่นอกเหนือความสนใจของกระแสสังคม เกี่ยวกับพฤติกรรมความไม่โปร่งใส ปกปิดข้อมูล ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจที่ร้ายแรง และอยู่นอกเหนือความสนใจของประชาชนมานำเสนอ เพื่อชี้ให้เห็นความบกพร่องของสังคมว่าพฤติกรรมไม่ดีบางอย่างได้เป็นที่ยอมรับหรือกลายเป็นค่านิยมไปแล้ว และควรจะหาทางแก้และป้องกันประเด็นนั้นอย่างไร

ความหมายที่เกิดขึ้น หลังจากที่ได้ตัวบทได้นำเสนอสู่สังคมภายใต้บริบทของพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจดังกล่าว พบว่า เนื้อหาได้สร้างความหมายว่า การดำเนินธุรกิจต้องโปร่งใส ตรงไปตรงมา ตรวจสอบได้ มีการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นจริง โดยดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล เพราะจะทำให้ธุรกิจของประเทศไทยก้าวหน้าอย่างมั่นคง

สำหรับอัตลักษณ์ที่ปรากฏในวาทกรรม การสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลของเครือข่ายโทรทัศน์ไทย ในช่วงที่ 3 นี้ เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งสร้างขึ้นโดยมีความสอดคล้องกับเรื่องสาธารณะที่น่าเสนอ คือ การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายโทรทัศน์ไทยที่ชี้ให้เห็นกลุ่มผู้นำความคิดใช้หลักบรรษัทภิบาลในการดำเนินธุรกิจ

การบริโภคตัวบท (text consumption) ในที่นี้ คือ ประสิทธิผลของที่เกิดจากการรับสารจากวาทกรรมบรรษัทภิบาล แล้วทำให้เกิดความพึงพอใจ พบว่าเครือข่ายโทรทัศน์ไทยผู้ว่าจ้างผลิตการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลพึงพอใจเนื้อหา เพราะตอบสนองวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ทั้งยังสะท้อนภาพความเป็นองค์การที่ดีในสายตาของสังคม

เมื่อวิเคราะห์ไปยังแบบแผนการใช้ภาษาของแต่ละสื่อสารคดีพบว่า ลักษณะการดำเนินเรื่องการจัดวางลำดับการนำเสนอเป็นไปในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ โฆษณาชุด “โปร่งใส” นำเสนอด้วยคำถามที่เกี่ยวกับสังคมปัจจุบัน และ โฆษณา ชุด “มาตรฐานวัด” นำเสนอด้วยการวัดสิ่งที่เป็นนามธรรมด้วยรูปธรรมซึ่งเป็นไปไม่ได้ เพื่อดึงความสนใจ แล้วโยงสู่เนื้อหาที่ต้องการชี้แนะและวิธีปฏิบัติ ปิดท้ายด้วยชื่อผู้ว่าจ้างผลิตและคำขวัญ

การวิเคราะห์เนื้อหา

เนื้อหาของโฆษณาทางวิทยุนี้ สามารถวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบให้เห็นคู่ความคิดเห็นตรงกันข้ามที่มีอยู่เดิมในสังคมไทย (Binary Opposition) โดยแยกเป็นตารางเปรียบเทียบให้เห็นชัดเจนได้ดังนี้

ชุด โปร่งใส

โฆษก สังคมกำลังเป็นอะไรไป?
 ความไม่โป่งใส กลายเป็นค่านิยม
 การปกปิดความจริง
 ...กลับเป็นสิ่งที่ถูกต้อง
 แต่เชื่อเถอะว่า “ไม่มีอะไรอยู่ได้นานเท่ากับความจริง”
 การเปิดเผยข้อมูลที่โป่งใส ตรวจสอบได้
 คือภาพจริงที่ทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน
 เครือซิเมนต์ไทย
 มุ่งหวังให้ทุกองค์กรดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล
 เพื่อให้เศรษฐกิจไทยก้าวหน้าอย่างมั่นคง

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
เปิดเผยข้อมูลที่โป่งใส ตรวจสอบได้	มีความโป่งใสจากการเลือกเปิดเผยแต่ข้อมูลที่ตีปกปิดเรื่องที่ไม่ดี

สรุปวาทกรรมที่พบ : เปิดเผยข้อมูล โป่งใส ตรวจสอบได้ ความจริง

เนื้อหานำมาจากสภาพสังคมที่การดำเนินธุรกิจเลือกปกปิดความจริงซึ่งน่าจะเป็นเรื่องที่ไม่ดีไว้ รวมทั้งการบริหารงานที่ไม่โป่งใส ซึ่งบทวิทยุกล่าวว่า ได้กลายเป็นค่านิยม ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในธุรกิจของไทย บทวิทยุมีลักษณะเชิญชวน เห็นได้ชัดจากประโยคที่ว่า “มุ่งหวังให้ทุกองค์กรดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล” โดยให้เหตุผลสนับสนุนว่าจะทำให้เศรษฐกิจไทยก้าวหน้าอย่างมั่นคง

ชุด มาตรฐาน

ชาย ความโป่งใส 6 เซ็นต์
 ความถูกต้อง 0.3 มิล
 ความตรงไปตรงมา 2 นิ้ว

โฆษก ตรวจสอบทั้งที่ ใช้มาตรวัดแค่นี้คงไม่พอ
 เหมือนที่ Ruskin กล่าวว่า “จะตรวจสอบเรื่องราวให้ถูกต้อง
 มีเพียงวิธีเดียว คือ ตรวจสอบจากทุกด้าน”
 เพราะการเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส เป็นจริง
 เป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน
 เครือซิเมนต์ไทย
 มุ่งหวังให้ทุกองค์กรดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล
 เพื่อให้เศรษฐกิจไทยก้าวหน้าอย่างมั่นคง

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
เปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส ตรวจสอบได้	มีความโปร่งใสจากการเลือกเปิดเผยแต่ข้อมูลที่ดี ปกปิดเรื่องที่ไม่ดี

สรุปวาทกรรมที่พบ : เปิดเผยข้อมูล ตรวจสอบได้ โปร่งใส

เนื้อหาเริ่มต้นด้วยการเอามาตรการวัดปกติมาใช้วัดสิ่งที่เป็นนามธรรมเพื่อเรียกร้องความ
 สนใจของผู้ฟังก่อนที่จะกล่าวถึงหลักบรรษัทภิบาล และให้เหตุผลว่าการเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใสเป็น
 จริงจะทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน และจบท้ายด้วยการเชิญชวนให้ดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัท
 ภิบาล เช่นเดียวกับบทโฆษณาทางวิทยุ ชุด โปร่งใส ในแคมเปญเดียวกัน

วาทกรรมบรรษัทภิบาลที่พบในโฆษณาทางวิทยุ ปี 2547-2548

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 4

มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วน
 ได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

- 4.1 วาทกรรมโปร่งใส มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ เปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส
- 4.2 วาทกรรมตรวจสอบ
- 4.3 วาทกรรมความจริง

4.3.3 โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ปี 2548

ในปี 2548 นี้ยังคงใช้แคมเปญโฆษณาต่อเนื่องจากปี 2547 ทั้งโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ และโฆษณาทางวิทยุ โดยปี 2548 ได้มีการทำโฆษณาทางหนังสือพิมพ์เพิ่มอีก 1 ชิ้นงาน ซึ่งมีขั้นตอนและกระบวนการผลิตเช่นเดียวกับโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ชิ้นก่อนหน้าในแคมเปญเดียวกัน จึงจะไม่กล่าวซ้ำอีก

การวิเคราะห์เนื้อหา

- Headline: สร้างศรัทธาด้วยความเชื่อ สร้างความเชื่อด้วยความน่าเชื่อถือ
สร้างความน่าเชื่อถือด้วยความซื่อสัตย์
- Body copy: เราเชื่อว่า...การเปิดเผยข้อมูลและขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจทั้งหมด
อย่างแท้จริง แสดงได้ถึงความโปร่งใสจริงใจ ในการดำเนินธุรกิจ
ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจและไว้ใจให้กับผู้ถือหุ้นในศักยภาพของบริษัท
ที่แสดงออกถึงความมุ่งมั่น เพื่อก่อประโยชน์สูงสุดของส่วนรวม
เครือซิเมนต์ไทย มุ่งหวังให้ทุกองค์กรดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล
เพื่อเศรษฐกิจไทยก้าวหน้าอย่างมั่นคง
- Logo: เครือซิเมนต์ไทย บรรษัทภิบาลของไทย

บรรษัทภิบาล/อุดมการณ์ใหม่	อุดมการณ์เดิม
เปิดเผยข้อมูลและขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจ ทั้งหมดอย่างแท้จริง	การเปิดเผยข้อมูลบางครั้งก็เป็นผลเสียกับบริษัท มากกว่า และอาจทำให้ความลับทางการค้า รั่วไหลได้

สรุปวาทกรรมที่พบ : เปิดเผยข้อมูล ความจริง

เนื้อหามีลักษณะชี้แนะให้บริหารธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล โดยบอกถึงความเชื่อว่าจะสร้างความมั่นใจและไว้ใจให้กับผู้ถือหุ้นได้ รวมทั้งเชิญชวนให้ทุกองค์กรดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล

วาทกรรมบรรษัทภิบาลที่พบในโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ปี 2548

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 4

มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

4.1 วาทกรรมโปร่งใส มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การเปิดเผยข้อมูล

4.2 วาทกรรมความจริง

สรุปวาทกรรมบรรษัทภิบาลที่พบในช่วงเวลาที่ 3

ผู้วิจัยใช้การจัดหมวดหมู่โดยเปรียบเทียบกับคุณสมบัติขององค์กรที่มีหลักบรรษัทภิบาลสากล โดยสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย พบว่ามีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อย ดังนี้

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 2

มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน (Accountability) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบอย่างแท้จริง มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

2.1 วาทกรรมความซื่อสัตย์สุจริต

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 3

ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม (Equitable Treatment) การวางกฎเกณฑ์หรือระเบียบวิธีต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรแต่ละฝ่ายปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกัน มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

3.1 วาทกรรมความยุติธรรม

วาทกรรมบรรษัทภิบาล ข้อที่ 4

มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีกลุ่มวาทกรรมและวาทกรรมย่อยที่พบ ดังนี้

4.1 วาทกรรมโปร่งใส มีวาทกรรมย่อย ได้แก่ การเปิดเผยข้อมูล เปิดเผยข้อมูลทุกด้าน ตรงไปตรงมา เป็นจริง ความจริง

4.2 วาทกรรมตรวจสอบ

ลักษณะ รูปแบบ และกระบวนการสร้างวาทกรรมบรรษัทภิบาลของเครือซิเมนต์ไทย ทั้ง 3 ช่วงเวลา

เมื่อนำวาทกรรมการสื่อสารเรื่องบรรษัทภิบาล ทั้ง 3 ช่วงเวลามาวิเคราะห์แล้วพบว่า วาทกรรมการสื่อสารเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลทั้งหมด มีลักษณะ รูปแบบ และกระบวนการสร้าง เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ

ตัวบทมีการใช้แนวคิดเรื่องสัญญาวิทยา เพื่อนำเสนอแนวคิดที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรม สามารถสื่อความหมายให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่าย และสิ่งที่นำเสนอสู่สังคมด้วยนั้น คือ การสะท้อนสภาพความเป็นจริงของสังคม ซึ่งเป็นเรื่องสาธารณะที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา

การนำเสนอเรื่องสาธารณะได้สร้างให้มีความเกี่ยวข้องกับตัวองค์กร กล่าวคือ เรื่องสาธารณะซึ่งนำมาจากเหตุการณ์ร่วมสมัยที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น ได้ถูกนำมาเป็นข้อมูลอ้างอิงถึงที่มาที่ทำให้เกิดปัญหาทางธุรกิจและเศรษฐกิจโดยรวม และเครือข่ายซิเมนต์ไทยได้ตระหนักถึงปัญหานี้ และขึ้นนำการปฏิบัติเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาดังกล่าว

จากการนำเสนอเนื้อหาที่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา สะท้อนสภาพสังคมให้เห็นว่าแม้ว่าวิกฤตเศรษฐกิจจะได้รับการฟื้นฟูขึ้น แต่ต้นเหตุในการเกิดวิกฤตนั้นก็ยังคงดำเนินไปอยู่ แม้ว่าจะมีกฎเกณฑ์ของสถาบันต่าง ๆ เพิ่มมาเพื่อกำกับดูแลมากขึ้นแล้วก็ตาม ซึ่งสังคมควรร่วมมือกันผลักดันให้เกิดการแก้ไข และถือเป็นหน้าที่ของสื่อมวลชนอย่างหนึ่งที่จะสะท้อนสภาพสังคมในขณะนั้นให้ประชาชนเกิดความตระหนักรู้และร่วมกันแก้ไข เพื่อให้ธุรกิจของประเทศก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ยังพบว่ารูปแบบการนำเสนอวาทกรรมการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาลในสื่อต่าง ๆ มีความเหมือนและแตกต่างกันในแต่ละสื่อ ดังนี้

1. สารคดีทางวิทยุ ความยาว 2 นาที มีรูปแบบในการนำเสนอแตกต่างกัน คือ เริ่มด้วยการกล่าวชื่อองค์กรผู้ว่าจ้างผลิตเหมือนกัน แต่การเรียงลำดับของการนำเสนอข้อดี ความหมาย ผลลัพธ์ เรื่องสาธารณะ จะแตกต่างกัน 4 รูปแบบ ส่วนการปิดท้ายเหมือนกันด้วยการกล่าวถึงองค์กรผู้ว่าจ้างผลิตอีกครั้งพร้อมสโลแกน เพื่อให้รับรู้และจดจำว่าใครเป็นผู้ว่าจ้างผลิตสารคดี ดังแผนภาพ ดังนี้

- 1.1 ชื่อผู้ว่าจ้างผลิต -> ความหมายของหลักบรรษัทภิบาล -> ข้อดีของหลักบรรษัทภิบาล -> ชื่อองค์กรผู้ว่าจ้างผลิตพร้อมสโลแกน
- 1.2 ชื่อผู้ว่าจ้างผลิต -> ข้อดีของหลักบรรษัทภิบาล -> ข้อปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล -> ชื่อองค์กรผู้ว่าจ้างผลิตพร้อมสโลแกน
- 1.3 ชื่อผู้ว่าจ้างผลิต -> ข้อปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล -> ผลลัพธ์ที่ได้ -> ชื่อองค์กรผู้ว่าจ้างผลิตพร้อมสโลแกน
- 1.4 ชื่อผู้ว่าจ้างผลิต -> เรื่องสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับหลักบรรษัทภิบาล -> ผลลัพธ์ที่ได้ -> ชื่อองค์กรผู้ว่าจ้างผลิตพร้อมสโลแกน

2. สารคดีทางวิทยุ ความยาว 1 นาที มีรูปแบบการนำเสนอที่มีลักษณะเหมือนกัน คือ บอกชื่อผู้ว่าจ้างผลิต ตั้งคำถาม แล้วจึงนำเสนอเนื้อหา จากนั้นก็สรุปข้อดีของหลักบรรษัทภิบาล และปิดท้ายด้วยชื่อขององค์กรผู้ว่าจ้างผลิตพร้อมสโลแกน เพื่อให้รับรู้และจดจำว่าใครเป็นผู้ว่าจ้างผลิตสารคดี ดังแผนภาพ ดังนี้

ชื่อองค์กรผู้ว่าจ้างผลิต -> คำถาม -> เนื้อหาที่ตอบประเด็นคำถามเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาล -> ข้อดีของหลักบรรษัทภิบาล -> ชื่อองค์กรผู้ว่าจ้างผลิตพร้อมสโลแกน

3. สารคดีทางโทรทัศน์ มีรูปแบบการนำเสนอที่มีลักษณะเหมือนกัน คือ บอกชื่อผู้ว่าจ้างผลิต เกริ่นนำเรื่อง เหตุการณ์ วิธีการป้องกันและผลลัพธ์ที่ได้ จากนั้นสรุปประเด็นที่นำเสนอไป และปิดท้ายด้วยชื่อขององค์กรผู้ว่าจ้างผลิตพร้อมสโลแกน เพื่อให้รับรู้และจดจำว่าใครเป็นผู้ว่าจ้างผลิตสารคดี ดังแผนภาพ ดังนี้

ชื่อองค์กรผู้ว่าจ้างผลิต -> เหตุการณ์ที่อาจก่อให้เกิดปัญหา / เหตุการณ์ที่เป็นปัญหา -> วิธีการป้องกัน และผลลัพธ์ที่ได้ -> ชื่อผู้ว่าจ้างผลิตชิ้นงาน

4. ภาพยนตร์โฆษณา ทั้ง 2 เรื่อง มีรูปแบบการนำเสนอที่เหมือนกัน คือ เป็นการดำเนินเรื่องที่บอกเล่าถึงข้อปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล จากนั้นก็สรุปข้อดีของหลักบรรษัทภิบาล และปิดท้ายด้วยชื่อองค์กรผู้ว่าจ้างผลิตพร้อมสโลแกน ดังแผนภาพ ดังนี้

การดำเนินเรื่องที่บอกเล่าข้อปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล -> ข้อดีของหลักบรรษัทภิบาล -> ชื่อองค์กรผู้ว่าจ้างผลิตพร้อมสโลแกน

5. โฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ มีรูปแบบการนำเสนอที่เหมือนกัน โดยแบ่งพื้นที่ในการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ส่วนที่เป็นภาพและข้อความที่ใช้เพื่อหยุดสายตาของผู้อ่าน มีเนื้อที่ประมาณร้อยละ 70-80 และส่วนที่สองเป็นส่วน Body copy ที่นำเสนอข้อปฏิบัติและข้อดีของหลักบรรษัทภิบาล รวมทั้งโลโก้และสโลแกน อีกร้อยละ 20-30

6. โฆษณาทางวิทยุ มีรูปแบบการนำเสนอที่เหมือนกัน คือ ใช้คำพูดเพื่อเรียกความสนใจผู้ฟัง แล้วจึงนำเข้าสู่การอธิบายเรื่องหลักบรรษัทภิบาล ก่อนปิดท้ายด้วยชื่อองค์กรผู้ว่าจ้างผลิต รวมทั้งสโลแกน ดังแผนภาพ ดังนี้

คำพูดเรียกความสนใจ -> ข้อปฏิบัติของหลักบรรษัทภิบาล -> ชื่อองค์กรผู้ว่าจ้างผลิตและสโลแกน



สำหรับอัตลักษณ์ที่ปรากฏในวาทกรรมการสื่อสารเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลของเครือข่ายสื่อมวลชนไทย พบว่า วาทกรรมได้ให้ข้อมูลความรู้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลกับสังคม ทำให้สมาชิกในสังคม เห็นว่าเรื่องบรรษัทภิบาลเป็นเรื่องสำคัญและมีความจำเป็นที่ต้องปฏิบัติด้วยเหตุใด นอกจากนี้ วาทกรรมการสื่อสารด้านบรรษัทภิบาล ยังได้แสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจให้เห็น ดังนี้

- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายสื่อมวลชนไทย ที่เชิญชวนให้ผู้มีอำนาจในบริษัทเอกชนใช้หลักบรรษัทภิบาลในการบริหารองค์กร
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายสื่อมวลชนไทย ในการชี้แนะและสอนความรู้เกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลให้มวลชน
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายสื่อมวลชนไทยในการชี้แนะว่าเครือข่ายสื่อมวลชนไทยเป็นบรรษัทภิบาลให้มวลชนรับรู้
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของผู้บริหารองค์กรและสถาบันต่าง ๆ ในการชี้แนะและเสนอแนะให้ผู้มีอำนาจในบริษัทเอกชนบริหารธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาล
- การแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของเครือข่ายสื่อมวลชนไทยกับองค์กรระดับประเทศและสถาบันการเมืองในด้านบรรษัทภิบาล จากการเป็นองค์ปาฐก และวิทยากรในงานสัมมนา

การปฏิบัติการทางวาทกรรม แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ

- กระบวนการสร้างตัวบท (Text production) วิเคราะห์พบว่า มีการปฏิบัติการทางวาทกรรมในทิศทางเดียวกัน คือ วิเคราะห์บริบทในขณะนั้นว่าสังคมมีความสนใจเรื่องบรรษัทภิบาลในระดับใด กลุ่มเป้าหมายมีความรู้เรื่องบรรษัทภิบาลมากน้อยแค่ไหน และสถานะปัจจุบันขององค์กรและภาพลักษณ์ที่ต้องการ จากนั้นจึงติดต่อบริษัทตัวแทนโฆษณาหรือบริษัทที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์การสื่อสาร ให้สร้างเนื้อหาให้กับองค์กร เพราะบริษัทดังกล่าวมีความเชี่ยวชาญในการสร้างตัวบท โดยประเด็นที่หยิบยกมานำเสนอจะสร้างให้สอดคล้องกับการดำเนินงานตามหลักบรรษัทภิบาล เพื่อให้ผู้ชมเห็นถึงข้อดีของการปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล และร่วมผลักดันให้องค์กรธุรกิจใช้หลักบรรษัทภิบาลในการดำเนินธุรกิจ

- การบริโภคตัวบท (Text consumption) ในที่นี้คือ ประสิทธิภาพของการสื่อสาร ซึ่งพบว่า วิเคราะห์ได้จากความพึงพอใจขององค์กรผู้ว่าจ้างผลิต ซึ่งมีความพึงพอใจกับประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยตัวบทสามารถภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านบรรษัทภิบาลให้กับองค์กร อีกทั้งยังมีส่วน

ในการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านบรรษัทภิบาล ทั้งจากการที่มีองค์กรต่างๆ มาขอคำแนะนำด้านบรรษัทภิบาลจากเครือข่ายซีเมนต์ไทยเป็นจำนวนมาก และจากผลวิจัยการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนการวิเคราะห์แบบแผนการใช้ภาษา พบว่า มีความแตกต่างกันตามลักษณะของสื่อ แต่การเรียงลำดับเนื้อหาของแต่ละสื่อมีลักษณะเหมือนกัน ตามที่ได้กล่าวไว้แล้วในการวิเคราะห์แต่ละช่วง

นอกจากนั้น ยังพบว่ามีการกล่าวอ้างหรืออ้างสิ่งที่มีมาก่อน หรือตามมาภายหลังตัวบท คือสารคดีที่มีเนื้อหาในประเด็นเดียวกัน จะสร้างให้มีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกัน หรือให้มีความต่างในความเหมือน เพื่อให้สามารถพุดย้ำประเด็นที่ต้องการได้หลายครั้งในรูปแบบใหม่ไม่ซ้ำเดิม เช่น การใช้รูปแบบการให้ข้อมูลโดยโฆษก และการสัมภาษณ์บุคคล ซึ่งพุดในประเด็นเดียวกันแต่คนละตอน เป็นต้น

และยังพบว่า เครือซีเมนต์ไทยมีนโยบายในการสื่อสารเรื่องบรรษัทภิบาลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อแสดงภาพลักษณ์ที่แน่ชัดขององค์กร โดยนโยบายนี้มีอยู่ในแผนหลักของการสื่อสารภาพลักษณ์เครือข่าย ตั้งแต่ปี 2543 ถึงปี 2548 และจะยังคงสร้างไปอย่างต่อเนื่องเพราะเล็งเห็นว่าเรื่องบรรษัทภิบาลเป็นจุดแข็งในการทำธุรกิจของเครือข่าย โดยได้จัดสรรงบประมาณเพื่อการสื่อสารดังกล่าวไว้ทุกปี แต่จำนวนงบประมาณขึ้นอยู่กัด้วยวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในปีนั้น ๆ กล่าวคือ ในการสร้างภาพลักษณ์จะต้องใช้งบประมาณมาก แต่ถ้าเป็นการรักษาภาพลักษณ์เดิมจะใช้งบประมาณจำนวนน้อยลง

เปรียบเทียบวาทกรรมที่พบใน 3 ช่วงเวลา

ผู้วิจัยใช้การจัดหมวดหมู่โดยเปรียบเทียบกับคุณสมบัติขององค์กรที่มีหลักบรรษัทภิบาลสากล โดยสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย พบว่ามีกลุ่มวาทกรรมในการสื่อสารในแต่ละช่วงเวลาต่างกัน คือ ช่วงเวลาที่หนึ่ง และช่วงเวลาที่สอง มีการสื่อสารวาทกรรมบรรษัทภิบาลครบทั้ง 6 ข้อ ส่วนช่วงเวลาที่สามนั้น มีการสื่อสารวาทกรรมย่อย ซึ่งจัดอยู่ในวาทกรรมบรรษัทภิบาล 3 ข้อเท่านั้น ได้แก่ มีความรับผิดชอบ (ความซื่อสัตย์สุจริต) ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม (ความยุติธรรม) มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (ความโปร่งใส การเปิดเผยข้อมูล ความจริง ตรวจสอบ)

ทั้งนี้ การสื่อสารในสองช่วงแรก ถึงแม้ว่าจะสื่อสารวาทกรรมบรรษัทภิบาลครบทั้ง 6 ข้อเหมือนกัน แต่มีวาทกรรมย่อยแตกต่างกัน โดยวาทกรรมย่อยที่สื่อสารออกมาในช่วงแรกจะมีมากกว่า นอกจากนี้ ยังพบว่าการนำเสนอวาทกรรมย่อยใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นในช่วงที่สองด้วย