

กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ



นายสุเมธ กาญจนพันธ์ุ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการศึกษาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT STRATEGY  
OF BUSINESS CORPORATION

Mr. Sumet Kanchanapan

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

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2008

Copyright of Chulalongkorn University

510639

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม  
ขององค์กรธุรกิจ

โดย

นาย สุเมธ กาญจนพันธ์ุ

สาขาวิชา

การประชาสัมพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์)

498 51745 28 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEY WORD: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY / STRATEGIC MANAGEMENT

SUMET KANCHANAPAN : CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT STRATEGY OF BUSINESS CORPORATION. THESIS PRINCIPLE ADVISOR : ASST.PROF.SUWATTANA VONGGAPAN, 348 pp.

The aims of this research are three-fold: (1) to examine the corporate social responsibility management strategies of business corporations in Thailand, (2) to present an insight into the attitudes and understandings of business corporations towards their corporate social responsibility programs (3) to study likely trends in corporate social responsibility management strategies for Thailand in the near future. Data for the study was gathered through two methods: (1) in-depth interviews and (2) documentary research. The conclusions of this research can be briefly summarized as follows:


1) This research clearly demonstrates that, at present, business corporations in Thailand are experiencing a paradigm shift when it comes to their strategic management for corporate social responsibility. This can be seen by major changes in their decision-making processes for both internal and external environmental scanning, strategic formulation, implementation and evaluation, as well putting control mechanisms in place in order to achieve success. 2) Despite a strong understanding of the importance of CSR and its implementation in order to ultimately yield sustainable business growth, it was found that some business corporations have not carried out CSR activities that successfully encompass economic, social and environmental aspects. Indeed most are focusing almost exclusively on the social and environmental aspects. Furthermore, it was found that many business corporations remain unclear of how best to publicly communicate their CSR campaigns. 3) With regards to future trends for implementing CSR campaigns, the majorities of business corporations are likely to place higher emphasis on CSR and are expected to put more strategic planning into their CSR campaigns. These efforts may include the designation of a fully-dedicated department responsible for handling CSR, more focus on the involvement of staff and partnerships, as well as the formulation of comprehensive CSR reports for the organization.

Department:.....Public Relations.....

Field of study:.....Public Relations.....

Academic year 2008

Student's signature:..........

Principle advisor's signature:..........

สุเมธ กาญจนพันธ์ : กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ.  
(CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT STRATEGY OF BUSINESS CORPORATION) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผศ.สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์, 348 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะ รูปแบบ และกระบวนการในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจในด้าน "ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ" 2) ศึกษาถึงความรู้ ความเข้าใจขององค์กรธุรกิจที่มีต่อ "ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ" 3) ศึกษาถึงแนวโน้มในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย โดยใช้การศึกษา 2 วิธี คือ 1) ศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก 2) ศึกษาจากเอกสาร โดยผลการศึกษา มีดังนี้


1) จากการทำการวิจัย ทำให้พบว่า ปัจจุบันองค์กรธุรกิจในประเทศไทยได้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ในการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยมีกลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะที่เป็นเชิงกลยุทธ์มากขึ้น โดยการใช้การวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กรประกอบการวางแผนการดำเนินงานเพื่อให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีประสิทธิภาพสูงที่สุด 2) ปัจจุบันองค์กรธุรกิจมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่าจะเป็นวิธีการที่จะขับเคลื่อนให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน แต่อย่างไรก็ตามองค์กรธุรกิจบางองค์กรก็ยังไม่ได้มีการดำเนินงานในด้านที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม โดยจะมุ่งเน้นใน 2 มิติเป็นหลัก คือมิติด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม และถึงแม้ว่าองค์กรธุรกิจจะมีความรู้ความเข้าใจด้านการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจแล้วก็ตาม แต่ในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์การดำเนินงานนั้น องค์กรธุรกิจยังมีความรู้ความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง 3) สำหรับแนวโน้มในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นในอนาคตองค์กรธุรกิจจะให้ความสำคัญในการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น โดยจะมีการจัดการที่เป็นเชิงกลยุทธ์มากยิ่งขึ้น มีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานด้านนี้โดยเฉพาะ มีการมุ่งเน้นการเข้ามามีส่วนร่วมของพนักงาน คู่ค้า มากขึ้น และจะมีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโดยเฉพาะ

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา.....การประชาสัมพันธ์.....

ปีการศึกษา 2551

ลายมือชื่อนิติ.....

ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาชี้แนะแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ ให้คำแนะนำและกรุณาตรวจสอบ แก้ไขเนื้อหา จนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ กรรมการจากภายนอกมหาวิทยาลัย ที่ได้ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยชิ้นนี้อย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิตรปรีชา ที่คอยชี้แนะแนวทางในการทำงานเสมอมา ตลอดจนคณาจารย์ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ อันทรงคุณค่า ส่งผลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จออกมาเป็นผลงานสมความตั้งใจ

ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหารองค์กร และเจ้าหน้าที่ คณะสื่อมวลชนทุกท่าน ที่เอื้อเพื่อให้ข้อมูล ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี และให้คำแนะนำดีๆ ตลอดการวิจัย จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้

นอกจากนี้ วิทยานิพนธ์เล่มนี้คงจะเสร็จสมบูรณ์ไม่ได้หากไม่ได้รับกำลังใจจากเพื่อนๆ และ พี่ๆ น้องๆ จาก เจดับบลิวที พับบลิค รีเลชั่นส์ ที่คอยให้คำชี้แนะแนวทางในการทำงาน เพื่อนร่วมงานจาก ฮิลล์ แอนด์ นอลตัน ประเทศไทย ที่คอยแบ่งเบาภาระประจำให้ข้าพเจ้าได้มีเวลา ในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบคุณ สุพิน คุณานุกูล สันหัตถินี ธนวิชากร สำหรับแรงกระตุ้น และพลังใจที่สร้างสรรค้ในการผลักดันให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้สำเร็จออกมาเป็น ผลงานได้สมความตั้งใจ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	4
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับมือขอต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับสัญญาโลกขององค์การสหประชาชาติ.....	29
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา.....	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล.....	41
การนำเสนอข้อมูล.....	41
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	42

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	228
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	298
รายการอ้างอิง.....	279
ภาคผนวก.....	293
ภาคผนวก ก.....	294
ภาคผนวก ข.....	298
ภาคผนวก ค.....	336
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	348



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางจัดบันทึกการดำเนินงานด้านการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ..	37
ตารางที่ 2 ตารางเปรียบเทียบการจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจตามแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ของ ดร.สาคร สุขศรีวงศ์.....	243
ตารางที่ 3 ตารางเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจขององค์กรในการดำเนินงานด้านการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจตามขั้นตอนการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในแนวคิด Triple Bottom Line.....	256
ตารางที่ 4 ตารางสรุปแนวโน้มการดำเนินงานด้านการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่ศึกษา.....	264
ตารางที่ 5 ตารางสรุปเปรียบเทียบความคิดเห็นของสื่อมวลชนด้านการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ.....	265

## สารบัญญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
ภาพที่ 1 แนวคิด Triple Bottom Line.....	14
ภาพที่ 2 ขั้นตอนการพัฒนาอย่างยั่งยืน.....	14
ภาพที่ 3 กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์.....	22
ภาพที่ 4 สัญลักษณ์ของสตาร์บัคส์คอฟฟี่ในปัจจุบัน.....	46
ภาพที่ 5 บรรยากาศภายในร้านของสตาร์บัคส์ประเทศไทย.....	47
ภาพที่ 6 กาแฟมวนใจ เบลนด์ ผลผลิตจากโครงการค้ำประกันสัญญาต่อแหล่งเพาะปลูก..	64
ภาพที่ 7 กาแฟบดที่สตาร์บัคส์แจกให้ลูกค้าไปทำเป็นปุ๋ยสำหรับต้นไม้.....	66
ภาพที่ 8 โครงการนำแก้วน้ำส่วนตัวมาใช้สำหรับซื้อเครื่องดื่มของสตาร์บัคส์.....	67
ภาพที่ 9 แก้วสตาร์บัคส์คริสต์มาส ขนาดยักษ์.....	68
ภาพที่ 10 บริษัท พานาโซนิค ซิว เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด ในปัจจุบัน.....	74
ภาพที่ 11 ผลิตภัณฑ์พานาโซนิคที่ได้รับรางวัลคุณภาพ.....	77
ภาพที่ 12 ผู้บริหารพานาโซนิคโซว์นวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม.....	81
ภาพที่ 13 บรรยากาศด้านหน้าของบริเวณ พานาโซนิค เซ็นเตอร์.....	86
ภาพที่ 14 ภายในของพานาโซนิค เซ็นเตอร์.....	86
ภาพที่ 15 ผู้บริหารพานาโซนิคโซว์ผลิตภัณฑ์ตามแนวคิด Eco Idea.....	87
ภาพที่ 16 ผลิตภัณฑ์พานาโซนิคที่ผลิตตามแนวคิด Eco Idea.....	88
ภาพที่ 17 ผู้บริหารพานาโซนิคจัดงานแถลงข่าวโครงการฉลาดคิด ผลิตข่าว.....	89
ภาพที่ 18 กิจกรรมรักษ์ป่าชายเลนในโครงการ Love Earth.....	90
ภาพที่ 19 ไปสเตอร์รับสมัครเข้าร่วมกิจกรรม Sis to Sis for Life.....	91
ภาพที่ 20 กิจกรรม Panasonic Sis to Sis for Life.....	92
ภาพที่ 21 ตัวอย่างรายงาน Environment Performance Data.....	93
ภาพที่ 22 โลโก้ของบริษัท วันเดอร์เวิร์ล จำกัด.....	94
ภาพที่ 23 โลโก้ของบริษัท นิซิเวิร์ล จำกัด.....	95
ภาพที่ 24 โลโก้ของสำนักพิมพ์ปาเจรา.....	95
ภาพที่ 25 โลโก้ของบริษัทวิทชันเนเรียม.....	95
ภาพที่ 26 แนวคิด Environmental Concern ของนิซิเวิร์ล.....	105
ภาพที่ 27 ตราสัญลักษณ์ของเซฟรอน.....	114

ภาพประกอบ	หน้า	
ภาพที่ 28	ชาร์ทแสดง "วิถีทางเซฟรอน" แผนที่มาของกิจกรรมซีเอสอาร์.....	126
ภาพที่ 29	มูลนิธิพระดาบสมอบดอกไม้ของคุณเซฟรอน.....	134
ภาพที่ 30	โลโก้โครงการเซฟรอนรวมพลังสร้างโรงเรียนถวายพ่อ.....	136
ภาพที่ 31	เซฟรอนบริจาคเงินในโครงการเซฟรอนรวมพลังสร้างโรงเรียนถวายพ่อ.....	136
ภาพที่ 32	เซฟรอนเปิดตัวโครงการค่ายธรณีวิทยา.....	140
ภาพที่ 33	กิจกรรมในโครงการค่ายธรณีวิทยา.....	141
ภาพที่ 34	กิจกรรมโครงการสนุกคิด สะกิดฝัน กับวันของน้อง.....	142
ภาพที่ 35	กิจกรรมในโครงการธนาคารต้นไม้.....	145
ภาพที่ 36	ครูสมทรง พันธุ์ภูมิฑฒ ประธานโครงการครูชยะ.....	149
ภาพที่ 37	ธนาคารชยะ.....	150
ภาพที่ 38	การดำเนินงานของนักเรียนภายใต้โครงการจัดการชยะแบบมีส่วนร่วม.....	150
ภาพที่ 39	ภาพยนตร์โฆษณาชุด "ครูชยะ" ของเซฟรอน.....	151
ภาพที่ 40	กิจกรรมภายในงานหยุดโลกร้อนด้วยมือเรา.....	152
ภาพที่ 41	นิสิตนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสอนวิชานิวศวิทยาทางทะเล ภาคฤดูร้อน...	154
ภาพที่ 42	การ์ตูนส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน "เซฟรอนแมน".....	156
ภาพที่ 43	บริเวณด้านหน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์.....	162
ภาพที่ 44	การจัดแบ่งโซนภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์.....	165
ภาพที่ 45	สัญลักษณ์ของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์.....	172
ภาพที่ 46	สะพาน CentralWorld Skywalk.....	177
ภาพที่ 47	ตัวอย่างแสดงผลงานศิลปะนิพนธ์ของนิสิตนักศึกษา ณ เซ็นทรัลเวิลด์.....	178
ภาพที่ 48	ตัวอย่างแสดงผลงานศิลปะนิพนธ์ของนิสิตนักศึกษา ณ เซ็นทรัลเวิลด์.....	179
ภาพที่ 49	กิจกรรมสำหรับเด็กของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์.....	180
ภาพที่ 50	การแถลงข่าวเปิดตัว Centerpoint @ CentralWorld.....	182
ภาพที่ 51	พื้นที่ฟรีสำหรับวัยรุ่นในโครงการ "ชุมชนคนมีไอเดีย".....	182
ภาพที่ 52	สินค้าทำมือที่เปิดให้เยาวชนมาจัดหน่ายในโครงการ "ชุมชนคนมีไอเดีย".....	183
ภาพที่ 53	โปสเตอร์รณรงค์การใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก.....	186
ภาพที่ 54	สัญลักษณ์ "ปกป้องทุกคุณค่า" ของเด็ดตรา แพ้ค.....	190
ภาพที่ 55	นักเรียนโรงเรียนรุ่งอรุณร่วมกันรีไซเคิลกล่องนมเพื่อนำไปทำแผ่นกรีนบอร์ด..	199

ภาพประกอบ	หน้า	
ภาพที่ 56	ขั้นตอนการผลิตแผ่นกรีนบอร์ดของเต็ดตรา แพ้ค.....	200
ภาพที่ 57	ผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นจากแผ่นกรีนบอร์ด.....	200
ภาพที่ 58	สัญลักษณ์โครงการเด็กไทยหัวใจสีเขียว.....	201
ภาพที่ 59	กิจกรรมวันสร้างสถิติ ถนนสีเขียวครั้งแรกของประเทศไทย.....	203
ภาพที่ 60	นักเรียนช่วยกันสร้างสถิติในการสร้างถนนสีเขียว.....	204
ภาพที่ 61	กิจกรรมวันรวมพลังเด็กไทยหัวใจสีเขียว.....	207
ภาพที่ 62	ขั้นตอนการฝึกอบรมการทำกระดาษรีไซเคิลที่สอนชาวบ้าน.....	208
ภาพที่ 63	กิจกรรมในโครงการ 1 กล้อง 1 ดวงใจ.....	209
ภาพที่ 64	กิจกรรมรณรงค์ในกิจกรรมวันดีมีนมโลก.....	211
ภาพที่ 65	เต็ดตรา แพ้ค ร่วมบริจาคนมให้มูลนิธิเด็ก.....	212
ภาพที่ 66	เต็ดตรา แพ้ค ร่วมบริจาคนมให้แก่ผู้ประสบภัยโคลนถล่มทางภาคเหนือ.....	213
ภาพที่ 67	กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์.....	242
ภาพที่ 68	ขั้นตอนการพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแนวคิด Triple Bottom Line ในการ ดำเนินงานด้านการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ.....	254
ภาพที่ 69	แนวทางในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ.....	277