



รายงานการวิจัย

เรื่อง

การศึกษาประสิทธิผลกลยุทธ์ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคม
ขององค์กรธุรกิจในพื้นที่เทศบาลเมืองมาบตาพุดเพื่อแสดง
ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

THE EFFECTIVENESS STUDY OF IMAGE STRATEGY TOWARDS CORPORATE SOCIAL
AND ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY IN MARTAPHUT MUNICIPALITY

โดย

กัญญรัตน์ หงส์วรรณนท์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2554



245523



รายงานการวิจัย



เรื่อง

การศึกษาประสิทธิภาพกลยุทธ์ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคม
ขององค์กรธุรกิจในพื้นที่เทศบาลเมืองมาบตาพุดเพื่อแสดง
ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

The Effectiveness Study of Image Strategy towards Corporate Social
and Environmental Responsibility in Maptaphut Municipality

โดย

กัญญรัตน์ หงส์วรรณนท์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

พ.ศ. 2554

ชื่อเรื่อง การศึกษาประสิทธิผลกลยุทธ์ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
ในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองมาบตาพุด เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ผู้วิจัย ภัฏญรัตน์ หงส์วรรณัทธ์ สถาบัน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปีที่พิมพ์ พ.ศ.2554 สถานที่พิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

แหล่งที่เก็บรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

จำนวนหน้างานวิจัย 128 หน้า ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บทคัดย่อ

245523

การวิจัยศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลกลยุทธ์ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในพื้นที่เทศบาลเมืองมาบตาพุด เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม” มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาถึงการกำหนดกลยุทธ์ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในพื้นที่เทศบาลเมืองมาบตาพุด และเพื่อศึกษาถึงประสิทธิผลกลยุทธ์ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในพื้นที่เทศบาลเมืองมาบตาพุด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) ประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) ปรากฏผลการศึกษา เรื่องการกำหนดกลยุทธ์ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ดังนี้

บริษัท เอสซีจี จำกัด (มหาชน) หรือเอสซีจี มุ่งกำหนดวิสัยทัศน์องค์กรเป็นต้นแบบผู้นำธุรกิจอย่างยั่งยืนในระดับอาเซียน (ASEAN sustainable Business leader 2006 – 2016) ภายใต้กรอบของการพัฒนาสร้างความสมดุล 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ ,สังคม , สิ่งแวดล้อม ด้วยหลักการกำกับดูแลแบบบรรษัทภิบาล ให้เป็นองค์กรต้นแบบการทำงานอย่างมีความสุข บริษัทได้กำหนดอุดมการณ์และแนวปฏิบัติให้คณะกรรมการบริษัท และพนักงานทุกระดับยึดถือเป็นหลักปฏิบัติ (SCG Code of conduct) 4 ด้าน คือ ตั้งมั่นในความเป็นธรรม , มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ , เชื่อมมั่นในคุณค่าของคน, ถือมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม

เอสซีจีมีการกำหนดอย่างชัดเจนว่า กลุ่มธุรกิจทั้ง 5 กลุ่ม ต้องดูแลการดำเนินงานการควบคู่ไปกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม แต่งตั้งให้กรรมการผู้จัดการทุกกลุ่มธุรกิจต้องเป็นประธานคณะกรรมการในการดูแลเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย คณะกรรมการความรับผิดชอบต่อสังคม คณะทำงานจัดหาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คณะทำงานจัดการกากของเสียอุตสาหกรรม คณะกรรมการความปลอดภัย ฯลฯ

เอสซีจีมีนโยบายในการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม ตั้งแต่ระดับความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย ให้เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส ระดับความรับผิดชอบต่อขั้นเศรษฐกิจ เพิ่มมูลค่าผลประโยชน์การ และกระจายรายได้ยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จนถึงระดับความรับผิดชอบต่อขั้นจริยบรรณ โดยความสมัครใจ ด้วยโครงการที่มุ่งสร้างจิตอาสาให้กับพนักงานทุกระดับ ประกอบด้วย ด้าน

การศึกษา / วัฒนธรรม / สังคม / ชุมชน / ความปลอดภัย / สิ่งแวดล้อม / สิทธิมนุษยชน / สิทธิผู้บริโภค และก่อตั้งมูลนิธิซิเมนต์ไทย

ทีมงานซีเอสอาร์ เอสซีจี เคมิคอลส์ มาบตาพุด นำนโยบายจากเอสซีจีส่วนกลางมาดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับชุมชนในพื้นที่มาบตาพุด แบ่งเป็นด้านต่างๆ 5 ด้าน ดังนี้ ด้านคุณภาพชีวิต / ด้านพัฒนาสังคมและชุมชน / ด้านการศึกษา / ด้านวัฒนธรรมและศาสนา / ด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการสื่อสารภาพลักษณ์ผ่านสื่อมวลชนท้องถิ่นทุกช่องทาง ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุชุมชน เคเบิลท้องถิ่น รวมถึงการสื่อสารผ่านช่องทางจากบริษัท ดำเนินการ ทั้งวารสาร เว็บไซต์ Facebook จดหมายข่าว รถกระจายข่าว และการลงพื้นที่เข้าถึงชุมชน

ผลการศึกษา ประสิทธิภาพกลยุทธ์ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในพื้นที่ เทศบาลเมืองมาบตาพุด ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงในช่วงระดับอายุ 31-40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และระดับรายได้ราว 5,000 – 10,000 บาท

การรับรู้ของประชาชนต่อโครงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจีเคมิคอลส์ มาบตาพุด สูงถึงระดับร้อยละ 98.46 โดยมีการรับรู้ 3 ลำดับแรก คือ เรื่องการจัดให้มีหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ออกตรวจสุขภาพฟรี เรื่องการจัดให้มีลานกีฬาเพื่อสนับสนุนการออกกำลังกาย และเรื่อง การสนับสนุนกิจกรรมชุมชนในวันสำคัญต่างๆ อาทิ วันสงกรานต์ วันออกพรรษา ทอดผ้าป่า โดยรับรู้น้อยที่สุด เรื่องมอบทุนการศึกษาแก่นักเรียนการแพทย์

ด้านความคิดเห็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ เรื่องการจัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ให้บริการฟรี เรื่องการให้การสนับสนุนและร่วมกิจกรรมในวันสำคัญกับชุมชน และ เอสซีจีมีการดำเนินโครงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน เพื่อการอยู่ร่วมกันมาโดยตลอด

Title : The Effectiveness Study of Image Strategy towards Corporate Social and Environmental Responsibility in Map ta phut Municipality

Researcher :Mrs. Kanyarat Hongvoranant Institution : Dhurakij Pundit University

Year of Publication : 2011 Publisher : Dhurakij Pundit University

Sources : Dhurakij Pundit University Center

Number of Pages : 128 Pages

Copyright : Dhurakij Pundit University

ABSTRACT

245523

The purpose of the research study, “The Effectiveness Study of Image Strategy towards Corporate Social and Environmental Responsibility in Maptaphut Municipality”, is to analyze and strategize the corporate image thru Quantitative Research methodology by utilizing In-Depth Interview technique, content analysis and Statistic Questionnaire method. The study result of the Image Strategy towards Corporate Social and Environmental Responsibility is shown below.

The SCG Limited (PLC) or SCG visualizes itself to be a leader in sustainable business in ASEAN (ASEAN sustainable business leader 2006-2016). Under the framework of a balanced development, the aspect of Economy, Society and Environment are being focused as the foundation of the development. With that, the foundation of SCG’s role model of Good Governance and Sustainable Development is constructed and practiced by all levels in the corporation including its Board of Directors and the employees, adheres to the Code Number 4 (SCG Code of Conduct): commitment to fairness, commitment to excellence, belief in people value, and commitment to social responsibility.

SGC clearly defines that all five business groups must oversee the business operation complied with dedication to social responsibility. The managing directors of each business group must become the Chairman of the Board that is responsible for social responsibility awareness within his/her territory, including setting up a committee to handle the sustainable development of social responsibility by assigning various groups to provide a human-friendly environment, waste management, safety and etc. to local communities.

SCG's agenda to social responsibility commitment begin from legal aspect (Disclosure and Transparency), economy aspect (Direct Economic Value Generation), and income distribution to stakeholders (Economic Value Distribution), down to local level of volunteering with setting up various programs for employee to voluntarily participate in education / cultural / social / community / safety / environmental / human rights / consumer rights or even the creation of SCG Foundation.

CSR team in SCG Chemical Maptaphut adopts the SCG's Image Strategy towards Corporate Social and Environmental Responsibility policies. The focus policies are divided into five important aspects: quality of life, social & community development, education, cultural & religion, and security & environment. The communication messages are spread through media images from local broadcast media, printed media, radio, satellite TV, as well as other mediums including magazines, websites, Facebook, newsletters and on-site activities

The Effectiveness Study of Image Strategy towards Corporate Social Responsibility have shown the results as follows:

- The majority sample group mainly consists of female, 31-40 years old, elementary educational level, sales and self-employed profession, and average income of 5,000 – 10,000 Baht.
- The level of program awareness rises in the excess of 61.85 % to 98.46 %.
- The first three recognized programs are the free service mobile medical clinic project, the support to recreational park, and the participation in major community events such as Loy Kra Tong Day, etc.
- The first three highly satisfied projects are the free service mobile medical clinic, the participation in major community events, and the initial outreach of corporate social & environment responsibility program.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยฉบับนี้ได้รับทุนส่งเสริมจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ จึงขอขอบคุณผู้บริหารของมหาวิทยาลัยฯ ที่มีนโยบายการสนับสนุนและให้โอกาสนักวิจัยได้สร้างผลงานทางวิชาการในการพัฒนาความรู้ต่อตนเอง ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนและต่อสังคมในเชิงลึก

ทั้งนี้ขอขอบพระคุณคุณวินัส อัสวสิทธิถาวร ผู้อำนวยการสำนักงานสื่อสารองค์กร บริษัท เอสซีจี จำกัด (มหาชน) และคุณเทวินทร์ สมงาม ผู้จัดการฝ่ายซี เอสอาร์ บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด รวมถึงผู้ดูแลประสานงานของเอสซีจีทุกท่านที่กรุณาตลอดเวลา เพื่อให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ จัดเตรียมเอกสารและคำอธิบายเพิ่มเติมในรายละเอียดจนครบถ้วน และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำ และช่วยอนุเคราะห์ตรวจสอบงานวิจัยชิ้นนี้จนเสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณ อาจารย์เกียรติศักดิ์ พาชยานุกูล รองผู้อำนวยการศูนย์วิจัย ที่ให้การแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง รวมถึงคำปรึกษาที่ช่วยส่งเสริมแก้ไขงานวิจัยอย่างรอบคอบมาโดยตลอด

กัญญรัตน์ หงส์วรรณท์

ตุลาคม 2554

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ

บทที่ 1 บทนำ

1.1	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
1.3	สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.4	นิยามศัพท์.....	5
1.5	ขอบเขตการวิจัย.....	6
1.6	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6

บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1	แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร.....	7
2.2	แนวคิดการสร้างภาพลักษณ์องค์กร.....	28
2.3	แนวคิดการสื่อสารองค์กร.....	38
2.4	ทฤษฎีกระบวนการเลือกรับรู้สารตามความสนใจ	39
2.5	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1	ประชากร.....	43
3.2	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44
3.3	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
3.4	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	47

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์	73
2 แสดงจำนวนร้อยละ การรับรู้และไม่รู้ต่อการดำเนิน โครงการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมของ โรงงานเอสซีจี เคมิคอลส์ มาบตาพุด	75
3 แสดงความคิดเห็นด้านความพึงพอใจต่อการดำเนิน โครงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ โรงงานเอสซีจีเคมิคอลส์ มาบตาพุด	77
4 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และลำดับที่ ความพึงพอใจของประชาชนต่อ โครงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ โรงงานเอสซีจีเคมิคอลส์ มาบตาพุด	79
5 ค่าสถิติทดสอบการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนิน โครงการ เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจีเคมิคอลส์ มาบตาพุด จำแนกตามลักษณะ ทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน	81
5.1.1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศต่อโครงการ แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ โรงงานเอสซีจีเคมิคอล มาบตาพุดในด้านต่าง ๆ	82
5.1.2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุต่อโครงการ แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ โรงงานเอสซีจีเคมิคอล มาบตาพุดในด้านต่าง ๆ	82
5.1.3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ต่อโครงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ โรงงานเอสซีจีเคมิคอล มาบตาพุด ในด้านต่าง ๆ	83
5.1.4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้ ต่อโครงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ โรงงานเอสซีจีเคมิคอลส์ มาบตาพุด ในด้านต่าง ๆ	84
6 ค่าสถิติทดสอบการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการดำเนิน โครงการ เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจีเคมิคอลส์ มาบตาพุด จำแนกตาม ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน	85
6.1.1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศต่อโครงการ แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ โรงงานเอสซีจีเคมิคอลส์ มาบตาพุดในด้านต่าง ๆ	86
6.1.2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ต่อโครงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ โรงงานเอสซีจีเคมิคอลส์ มาบตาพุด ในด้านต่าง ๆ	86