

งานวิจัยนี้ศึกษาการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจที่ได้รับรางวัลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ (1) เพื่อศึกษาหลักการ แนวคิด คำนิยามของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจที่ได้รับรางวัล CSR Awards จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาการดำเนินงานและปัญหาจากการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การดังกล่าว และ (3) เพื่อนำผลการศึกษามาเสนอแนะเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ รวมทั้งเป็นข้อมูล ความรู้ให้กับผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของสื่อองค์กรชั้นนำโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง และข้อมูลจากเอกสาร และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า (1) การดำเนินงานด้าน CSR ของสื่อองค์กรเป็นส่วนหนึ่งของหลักการกำกับดูแลกิจการ เพื่อดูแลผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (2) ปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ กรรมการผู้จัดการใหญ่/คณะกรรมการบริษัท/ธนาคาร เป็นผู้ผลักดันการดำเนินงานด้าน CSR ส่วนปัญหาจากการดำเนินงาน CSR หลักๆ คือ ความไม่เพียงพอของงบประมาณ การขาดการมีส่วนร่วมของพนักงาน การสื่อสารที่ขาดประสิทธิภาพ และ (3) แนวทางการดำเนินงานด้าน CSR ของสื่อองค์กรชั้นนำ คือ การกำหนดนโยบาย CSR ซึ่งบูรณาการเข้ากับวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์การ ผู้บริหารมีพันธะผูกพันในการดำเนินงาน CSR โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม CSR รวมทั้งมีการสำรวจความต้องการของคนในชุมชนหรือพื้นที่เป้าหมายก่อนดำเนินงานด้าน CSR สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัยในการจัดการงานด้าน CSR คือ ควรใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม CSR ไม่ใช่เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ

This research studied focused on managing Corporate Social Responsibility (CSR) in four Stock Exchange of Thailand (SET) award-winning companies. The objectives of this research was (1) to study principles, concepts, definitions of corporate social responsibility in four SET award-winning companies; (2) to examine the CSR implementation of these companies and problems arising from it; and (3) to recommend methods of implementing CSR effectively. The data was collected by interviewing CSR managers in these companies well known for their best practices. Additional data was also taken from selected documents and websites and underwent Content Analysis.

The results of the study was as follows: (1) CSR implementation of all the four companies was part of good corporate governance for the benefits of stakeholders; (2) the main factor contributing to the implementation success was top-down support, i.e., President/Committee of Corporation/Bank spearheaded the CSR project. The major problems for implementation were lack of budget, lack of employees' participation, and inefficiency in communication; and (3) for CSR implementation to be successful, it was recommended that the CSR policy was set up, which integrated the vision and mission of the corporation. The top management were committed to CSR implementation by encouraging employees to participate in CSR implementation activities. Also, a survey of needs of community people in the target area was conducted before CSR implementation. To run CSR projects efficiently, It is recommended that communication should be used as a tool for increasing participation in CSR activities, not for advertising the corporate image.