

กลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อ
สถานีวิทย์โทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554

สราลี พุ่มกุมาร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสื่อสารการตลาค

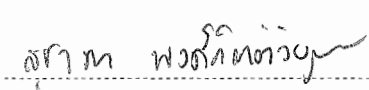
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของสรลธิ พุ่มกุมาร ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

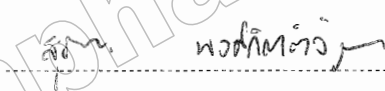
คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์)

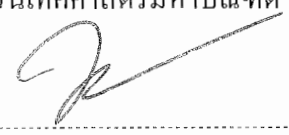
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุหงา ชัยสุวรรณ)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตตภา สารพัฒน์ก ไชยปัญญา)


.....กรรมการ
(ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด ของมหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
(ดร.บุญรอด บุญเกิด)

วันที่ 18 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2555

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของ ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ ที่รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และกรุณาให้คำแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ ผศ.ดร.บุหงา ชัยสุวรรณ ประธานกรรมการสอบ อาจารย์ ผศ.ดร.ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์ อาจารย์ ผศ.ดร.จิตตภา สารพัฒน์ก ไชยปัญญา กรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ อาจารย์ ผศ. รัชณี วงศ์สุมิตร อาจารย์ ดร. สุจิตรา เป็ลยรรุ่ง อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญที่กรุณาให้คำปรึกษาตรวจคำถามในแบบสอบถามให้เป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณอาจารย์สุธิดา ชีโนคม ที่เป็นกำลังใจ และให้คำปรึกษาแก่ผู้วิจัยตลอดมา ขอขอบพระคุณคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ผู้ประสานโครงการนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ที่คอยช่วยเหลือ และให้คำแนะนำด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณคุณวิบูลย์ สิริตนขจร ที่ช่วยให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าไปสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลต่าง ๆ และขอขอบพระคุณท่านผู้ให้สัมภาษณ์จากสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ดังนี้ คุณสำราญ จัตุโร รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายข่าว คุณสนมพร จิมเฉลิม ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายข่าว คุณเชิงชาย ห่วงอัน โปรคิวเซอร์ รายการตู้ปณ. ข่าว 3 คุณจารุวรรณ เขื่อนแก้ว โปรคิวเซอร์รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ คุณวราภรณ์ สมพงษ์ ผู้ประกาศข่าว คุณภายิต อภิญญาวาท ผู้ประกาศข่าว คุณวรวรรณ ดิณสุตานนท์แผนกประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยเป็นห่วงและดูแลผู้วิจัยตลอดมา ขอบคุณ พี่อ้น ผู้เป็นกำลังใจให้ผู้วิจัย ที่ให้ความช่วยเหลือตลอดการทำวิทยานิพนธ์ ขอบคุณ เฟม เจ็จน กับน้องเฟิร์ส พี่ ๆ น้อง ๆ และเพื่อน ๆ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ผู้วิจัยไม่ได้เอ่ยนาม ไว้ ณ ที่นี้ทุกท่าน

ท้ายที่สุดขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ไม่มากนักน้อยสำหรับองค์กรธุรกิจหรือผู้ที่สนใจในการนำข้อมูลที่ได้จากงานวิทยานิพนธ์นี้ไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือศึกษาเพิ่มเติมต่อไปในอนาคต

สราลี พุ่มกุมาร

53920764: สาขาวิชา: สื่อสารการตลาด; นศ.ม. (สื่อสารการตลาด)

คำสำคัญ: การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม/ การรับรู้ประโยชน์/ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

สราลี พุ่มกุมาร: กลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554 (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY STRATEGY ON BENEFIT OF THAI TELEVISION CHANNEL 3 IN FLOOD CRISIS 2011) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์, นศ.ด. 172 หน้า. ปี พ.ศ. 2555.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์และการสื่อสารการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554 โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัย 2 รูปแบบ คือ 1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหารกับผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานและการสื่อสารการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554 2. การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อองค์กร ประชาชน และประเด็นปัญหาของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554

ผลการวิจัย พบว่า 1. กลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554 มีกระบวนการดำเนินงาน 4 ขั้นตอน ได้แก่ (ก) การเลือกประเด็นที่มีความสำคัญ (ข) การเลือกกิจกรรมที่มีความหลากหลายและมีความสอดคล้องกัน (ค) การดำเนินงานมีกระบวนการทำงาน 2 รูปแบบ ทั้งการดำเนินงานจากบนลงล่าง และการดำเนินงานจากล่างขึ้นบน เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลไปในทิศทางเดียวกัน (ง) มีการประเมินผล 2. การสื่อสารการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เน้นการเลือกใช้สื่อของตนเองเป็นหลัก เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อนำเสนอกิจกรรม และเพื่อเชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรม 3. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์ และพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัย พ.ศ. 2554 4. การรับรู้ประโยชน์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อองค์กร ต่อประชาชน ต่อประเด็นปัญหา ต่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกซึ่งกันและกัน และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัย พ.ศ. 2554

53920764: MAJOR: MARKETING COMMUNICATION; M. Com. Arts
(MARKETING COMMUNICATION)

KEYWORD: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY / PERCEPTION ON BENEFIT /
THAI TELEVISION CHANNEL 3.

SARALEE POOMKUMARN: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
STRATEGY ON BENEFIT OF THAI TELEVISION CHANNEL 3 IN FLOOD CRISIS 2011.
ADVISOR COMMITTEE: SUCHADA PONGKITTIWIBOON, Ph.D. 172 P. 2012.

The purpose of this study was to investigate the corporate social responsibility strategy and consumer perception on benefit of Thai Television channel 3 in flood crisis 2011. Qualitative and quantitative methods were employed. In-depth interview with executives and persons in charge of procedure and corporate social responsibility communications of Thai television channel 3 in the flood crisis 2011. Survey research with consumers about the perception on benefit from corporate social responsibility of Thai television channel 3 in the flood crisis 2011 in terms of company, consumer and issue/cause.

The research findings revealed that the corporate social responsibility strategy of Thai television channel 3 consisted of 4 processes: selecting the important issue, selecting variety and congruent activities, procedure (there were 2 process types: working from the top to the bottom (Top Down) and from the bottom up to the top (Bottom Up), and evaluation

The corporate social responsibility communications of Thai television channel 3 emphasized on employing its own media for providing information, presenting activities and inviting people to participate activities. Media exposure was positively related to perception on benefit and participation in corporate social responsibility activities of Thai television channel 3.

Perception on benefit of social responsibility to organization, people and problem issues were positively related each other and positively related to participation in corporate social responsibility activities of Thai television channel 3.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่	
1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	6
ขอบเขตการศึกษา	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
สมมติฐานของการวิจัย	8
คำนิยามศัพท์เฉพาะ	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสถานีวิทย์โทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	12
แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ	17
การรับรู้ประโยชน์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	37
แนวคิดการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	48
แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสาร	63
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม	68
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	74
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับผิดชอบต่อสังคมในต่างประเทศ	79
3 วิธีดำเนินการวิจัย	82
ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ	82
ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ	85

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4	กลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
	ในภาวะอุทกภัยปีพ.ศ. 2554..... 93
	ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ..... 93
	ข้อมูลเบื้องต้นของครอบครัวข่าว 3..... 93
	การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3..... 103
	การดำเนินงานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554..... 106
	การสื่อสารกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554..... 114
5	การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและ พฤติกรรมมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานี วิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554..... 119
	ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยแสดงผลเป็นร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน..... 119
	ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิธีการ วิเคราะห์ค่าสถิติ..... 119
	ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา..... 119
	ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน..... 134
6	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ..... 145
	สรุปผลการวิจัย..... 146
	อภิปรายผลการวิจัย..... 149
	ข้อเสนอแนะทั่วไป..... 156
	บรรณานุกรม..... 158
	ภาคผนวก..... 165
	ประวัติย่อของผู้วิจัย..... 171

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและคำร้อยละลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	121
2 จำนวนและคำร้อยละลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	121
3 จำนวนและคำร้อยละลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษา.....	122
4 จำนวนและคำร้อยละลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	122
5 จำนวนและคำร้อยละลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้.....	123
6 จำนวนและคำร้อยละของการเปิดรับข่าวสารในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ.2554.....	123
7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารผ่านรายการของ ครอบครัวข่าว 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554.....	124
8 จำนวนและคำร้อยละของการเปิดรับกิจกรรมของครอบครัวข่าว 3 ในภาวะอุทกภัย ปี พ.ศ. 2554.....	126
9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับกิจกรรมของครอบครัวข่าว 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554.....	127
10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์จากการแสดง ความรับผิดชอบต่องานของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัย ปี พ.ศ.2554.....	128
11 จำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่องานความรับผิดชอบต่อ สังคมในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554.....	132
12 จำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่องานความรับผิดชอบต่อ สังคมในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554.....	133
13 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารผ่านรายการของครอบครัวข่าว 3 กับ การรับรู้ประโยชน์จากการแสดงความรับผิดชอบต่องานของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554.....	135

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
14 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารผ่านรายการของครอบครัวข่าว 3 กับ การรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อองค์กร.....	135
15 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารผ่านรายการของครอบครัวข่าว 3 กับ การรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อประชาชน.....	136
16 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารผ่านรายการของครอบครัวข่าว 3 กับ การรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อประเด็นปัญหา.....	136
17 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับกิจกรรมของครอบครัวข่าว 3 กับ การรับรู้ประโยชน์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554.....	137
18 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับกิจกรรมของครอบครัวข่าว 3 กับ การรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อองค์กร.....	137
19 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับกิจกรรมของครอบครัวข่าว 3 กับ การรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อประชาชน.....	138
20 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับกิจกรรมของครอบครัวข่าว 3 กับ การรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อประเด็นปัญหา.....	138
21 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อองค์กรกับการรับรู้ประโยชน์ ที่มีต่อประชาชน.....	139
22 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อองค์กรกับการรับรู้ประโยชน์ ที่มีต่อประเด็นปัญหา.....	139
23 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อประชาชนกับการรับรู้ประโยชน์ที่มี ต่อประเด็นปัญหา.....	140
24 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554 กับพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554.....	140

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
25 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อองค์กรกับพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554.....	141
26 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อประชาชนกับพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554.....	142
27 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554.....	142
28 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารผ่านรายการครอบครัวข่าว 3 กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554.....	143
29 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับกิจกรรมของครอบครัวข่าว 3 กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554.....	144

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	8
2 โครงสร้างองค์การสถานีวิจัยพืชสวนไทยที่วีสช่อง 3.....	13
3 กรอบการคิดเกี่ยวกับแรงขับเคลื่อนการดำเนินงานและผลลัพธ์ที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม.....	38
4 มุมมองของการเกิดกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร.....	40
5 กรอบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร.....	41
6 ประเด็นในการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่างๆ.....	55
7 ช่องทางการสื่อสารประเภทต่างๆที่องค์กรจากประเทศยุโรปนิยมใช้.....	55
8 แบบจำลองกลยุทธ์การสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ.....	59
9 ตารางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และกระบวนการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม.....	59
10 ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability).....	95
11 โครงสร้างสายงานของครอบครัวชาว 3.....	95
12 ขั้นตอนในการทำการกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ สถานีวิจัยพืชสวนไทยที่วีสช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ. 2554.....	151