

50601312 : สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

คำสำคัญ : ความรับผิดชอบต่อสังคม / ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

นันทวิภา ชีวะอุดม : การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคม ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ.ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์. 113 หน้า.

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ และผลตอบรับของสังคมต่อการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยจำแนกเป็นองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ การให้ความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ และผลตอบรับของสังคมต่อการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

ผลการศึกษาพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) คือ ธนาคารที่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และสังคมเลือก ด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ดำเนินงานอย่างมีธรรมาภิบาล และมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีความสามารถในการให้ผลประโยชน์ตอบแทนที่เหมาะสมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ธนาคารมีการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งตรงตามหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์รูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยใช้หลักการกำหนดรูปแบบของ พิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี พบว่า ธนาคารมีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมที่มีความโดดเด่นมากที่สุด คือ การส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion) ส่วนประเด็นหลักที่ธนาคารให้ความสำคัญในการนำมาดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม คือ ประเด็นด้านการพัฒนาเยาวชน กลยุทธ์การดำเนินงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารเริ่มจากภายในองค์กรโดยกำหนดเป็นนโยบายอย่างชัดเจน และมีโครงสร้างองค์กรรองรับการขับเคลื่อนการดำเนินงาน มีการสื่อสารให้ภายในองค์กรได้รับทราบถึงนโยบายขององค์กร มีการกำหนดงบประมาณให้ชัดเจน และเลือกประเด็นสังคมที่มีความจำเป็น จากนั้นมีดำเนินการและสื่อสารไปยังภายนอกได้รับทราบข้อมูล อีกทั้งมีการประเมินผลความสำเร็จของกิจกรรมหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน ผลตอบรับของสังคมต่อการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคาร ได้รับผลตอบรับของสังคมเป็นอย่างดีจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งได้รับผลตอบรับที่ดีจากกลุ่มเป้าหมายในการเข้าร่วมการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2551
ลายมือชื่อนักศึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

50601312 : MAJOR : PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

KEY WORD : CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY / SIAM COMMERCIAL BANK
PUBLIC COMPANY LIMITED (SCB)

NANWIPA CHEEWAUDOM : THE STUDY OF MEANING, PATTERNS AND
STRATEGIES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) IN SIAM COMMERCIAL
BANK PUBLIC COMPANY LIMITED. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST. PROF. PITAK
SIRIVONG, Ph.D.. 113 pp.

This independent study has objectives to study of meaning, pattern, strategies and the social feedback for running the business responsible to the social of Siam Commercial Bank Public Company Limited (SCB). These are identifying the meaning, pattern, strategies and the social feedback of running the business responsible to the social.

From this study found that the corporate social responsibility of Siam Commercial Bank Public Company Limited is the bank which is chosen by customers, stakeholders , employees and the social for running the business responsible to the social, running with good governance and participated in developing community, social and environment including capably providing the suitable benefit to an interested person. Besides the bank runs the business responsible to the social that match with the principle for running business Permanent in 3 sides : these are economics, social and environment.

The result of pattern analyzing of the bank's corporate social responsibility activity. By using the principle for form setting of Philip Kotler and Nancy Lee found that the bank has the most outstanding form for proceed activities : this is cause Promotion. The important main point which the bank extremely cares for proceed the activities to the social ; is juvenile developing promotion. The strategies to proceed the social activities of the bank started from internal organization by setting to be a clearly policy and has an organization structure support for the movement. Of proceeding, communicate with the internal organization to know about organization's policy, set the budget clearly and choose the cause promotion that need only. Then proceed and communicate to outer to know this information. Moreover, evaluate the success of the activities after proceeding finished. The feedback of corporate social responsibility of the bank get the good feedback from the social , from an interested person including stakeholder.

Program of Public and Private Management Graduate School,Silpakorn University Academic Year 2008

Student's signature

Independent Study Advisor's signature