

**THE DEVELOPMENT PROCESS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
CONSCIOUSNESS INDICATORS OF BANKING BUSINESS IN THAILAND**

NON VORLAPANIT 4837741 SHPE/D

Ph.D. (POPULATION EDUCATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: NAWARAT PHLAINOI, Ed.D., SUPAVAN
PHLAINOI, Ed.D., PIPAT YODPRUDTIKAN, Ph.D.**ABSTRACT**

This study aimed to develop the CSR consciousness indicators of banking business in Thailand by using a multi-stakeholders approach. The process of indicators development consists of six phases, which were: 1) theory-based formulation of draft indicators, 2) formulating conceptual framework and definitions, 3) formulating compositions, indicators, and criteria for scoring, 4) developing framework, definitions, compositions, indicators, and criteria for scoring, 5) verifying definitions, compositions, indicators, and criteria for scoring, 6) weighting compositions and indicators. Questionnaires and interview guidelines were the tools for data collection. Qualitative methods, namely, content analysis, descriptive analysis, theoretically typological analysis, were used to analyze and interpret the data, concurrently with using the consensus technique and descriptive statistics. The adding method was used to weight the indicators.

The results of this study revealed that the CSR consciousness indicators consist of three principle compositions, which are consciousness of information disclosure, consciousness of stakeholders' responses, and consciousness of CSR integration. The three compositions are weighted 31.73, 33.65, and 34.62 respectively. Consciousness of information disclosure consists of two compositions, which are disclosure of CSR fundamental reports and disclosure of CSR strategic reports. Consciousness of stakeholders' responses consists of eight compositions, which are: consciousness to shareholders, consciousness to employees, consciousness to customers, consciousness to business partners, consciousness to communities, consciousness to society, consciousness to environment, and consciousness to CSR participants. Consciousness of CSR integration consists of two compositions, which are consciousness of formal structure drive and consciousness of informal structure drive.

The results of this study reflect that the CSR consciousness indicators could lead to a comprehensive and integrative understanding of the CSR of the banking business. The banking business should comprehend a new aspect of CSR and apply these indicators into the whole business. Furthermore, each bank should monitor and review the use of these indicators in order to develop a new appropriate set of indicators for its own, and in this development process, multi-stakeholders' participation should be considered as a crucial component.

**KEY WORDS: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY / CONSCIOUSNESS /
INDICATORS / BANKING BUSINESS / DEVELOPMENT PROCESS**

313 pages

กระบวนการพัฒนาตัวชี้วัดจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจธนาคารในประเทศไทย
 THE DEVELOPMENT PROCESS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY CONSCIOUSNESS
 INDICATORS OF BANKING BUSINESS IN THAILAND

นนทร์ วรพานิชช์ 4837741 SHPE/D

ปร.ด. (ประชากรศึกษา)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: เนาวัฒน์ พลายน้อย, กศ.ด., สุภวัณีย์ พลายน้อย, กศ.ด., พิพัฒน์ ยอดพฤติกการ, ปร.ด.

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจธนาคารในประเทศไทยโดยใช้การมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กระบวนการในการพัฒนาตัวชี้วัดประกอบด้วยกระบวนการ 6 ระยะ ได้แก่ 1) กระบวนการสร้างร่างตัวชี้วัดจากทฤษฎี 2) กระบวนการสร้างกรอบความคิดและกำหนดความหมาย 3) กระบวนการสร้างองค์ประกอบ ตัวชี้วัด และเกณฑ์การให้คะแนน 4) กระบวนการพัฒนากรอบความคิด การกำหนดความหมาย องค์ประกอบ ตัวชี้วัด และเกณฑ์การให้คะแนน 5) กระบวนการตรวจสอบคุณภาพของการกำหนดความหมาย องค์ประกอบ ตัวชี้วัด และเกณฑ์การให้คะแนน 6) กระบวนการถ่วงน้ำหนักองค์ประกอบและตัวชี้วัด เครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจะใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้วิธีการเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์เชิงพรรณนา การวิเคราะห์โดยการจำแนกชนิดข้อมูลแบบใช้ทฤษฎี ควบคู่กับการวิเคราะห์ความเห็นพ้องต้องกันและการใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายขยายความข้อมูล วิธีการรวมคะแนนเพื่อคำนวณน้ำหนักตัวชี้วัดจะใช้วิธีการบวก

ผลการศึกษาพบว่า ตัวชี้วัดจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจธนาคารในประเทศไทยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ จิตสำนึกด้านการเปิดเผยข้อมูลมีค่าน้ำหนัก 31.73, จิตสำนึกด้านการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีค่าน้ำหนัก 33.65, จิตสำนึกด้านการผลักดันให้ CSR อยู่ในทุกกระบวนการของธนาคารมีค่าน้ำหนัก 34.62 สำหรับจิตสำนึกด้านการเปิดเผยข้อมูล ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ จิตสำนึกด้านการรายงานข้อมูลพื้นฐานด้าน CSR ของธนาคาร และจิตสำนึกด้านการรายงานด้านยุทธศาสตร์และตัวชี้วัด CSR สำหรับจิตสำนึกด้านการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ จิตสำนึกต่อผู้ถือหุ้น, จิตสำนึกต่อบุคลากร, จิตสำนึกต่อลูกค้า, จิตสำนึกต่อคู่ค้า, จิตสำนึกต่อชุมชน, จิตสำนึกต่อสังคม, จิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อม และจิตสำนึกต่อผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรมพิเศษด้าน CSR สำหรับจิตสำนึกด้านการผลักดันให้ CSR อยู่ในทุกกระบวนการของธนาคาร ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ จิตสำนึกด้านการผลักดันโครงสร้างที่เป็นทางการ และจิตสำนึกด้านการผลักดันโครงสร้างที่ไม่เป็นทางการ

ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าตัวชี้วัดที่พัฒนาขึ้นสร้างให้เกิดความเข้าใจและมุมมองเชิงกว้างและมุมมองเชิงบูรณาการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจธนาคาร ธุรกิจธนาคารควรจะขยายความเข้าใจในมุมมองใหม่ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและประยุกต์ตัวชี้วัดเหล่านี้ใช้อย่างจริงจังในองค์กร ควบคู่กับการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วนเพื่อติดตาม ทบทวน และพัฒนาตัวชี้วัดให้มีความเหมาะสมสำหรับแต่ละธนาคารและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องซึ่งมีการเปลี่ยนแปลง โดยตลอด