

51601321 : สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

คำสำคัญ : สังคม / ความรับผิดชอบ / การสื่อสาร / ทิสโก้

นำชัย ทนุธรรมนิธิ : รูปแบบและการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน). อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 98 หน้า.

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ เอกสาร และการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกนักสื่อสารองค์กรของธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ที่ทำหน้าที่สื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงรูปแบบ การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และเพื่อศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจน กระบวนการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไปสู่สาธารณะ ผลการศึกษา พบว่าธนาคารทิสโก้มีนโยบายที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม พร้อมทั้งการปฏิบัติที่ต่อเนื่องและยาวนาน โดยมีแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ที่เริ่มจากมิติภายในก่อน คือการพัฒนาตนเองเพื่อดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยการให้ความสำคัญกับ การกำกับดูแลองค์กรตามหลักธรรมาภิบาล จากนั้นขยายไปสู่มิติภายนอกคือการรับผิดชอบต่อชุมชน

กระบวนการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก โดยการสื่อสารกับ ผู้มีส่วนได้เสียภายในคือพนักงาน เพื่อให้เกิดการตระหนัก เข้าใจ และปฏิบัติงานในแนวทางที่ สอดคล้องกับนโยบายของธนาคาร

ส่วนกระบวนการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอก จะเป็นการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ คู่ค้า คู่แข่ง ลูกค้า และชุมชนเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กร ให้เกิดการรับรู้ เข้าใจ ให้ความร่วมมือ และสนับสนุนองค์กรให้สามารถดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมได้ อย่างยั่งยืน

การสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสู่สาธารณะเป็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เพื่อเสริมภาพลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือ ส่วนการจัดทำ รายงานพิเศษความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการนำเสนอข้อมูลการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ได้ครบถ้วนที่สุด ในขณะที่การจัดโครงการหรือกิจกรรมการณรงค์ต่างๆสามารถแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมากที่สุด รวมทั้งสามารถก่อให้เกิดผลดีทั้งต่อองค์กรและสังคมโดยรวม

ภาควิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

51601321 : MAJOR : PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

KEY WORDS : SOCIAL / RESPONSIBILITY / COMMUNICATION / TISCO

NUMCHAI THANUTHAMNITHI : THE PRACTICE AND COMMUNICATION OF
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) IN TISCO BANK PUBLIC COMPANY LIMITED.

THESIS ADVISOR : PHITAK SILIWONG, Ph.D. 98 pp.

This research is a qualitative research. It has been introduced by analyzing information and in depth interviewing with the Communication Department of Tisco Bank Public Company Limited, whose works are concern with customers. The objective of the bank is to study the form of business obligation for customers, and study the processes of communication with the internal sectors and external sectors for executing responsibly to external environment and society. From the research, we found that Tisco Bank Public Company Limited has a policy that conforms to the business ethics and has bought itself to the obligations of society, which it continually works on. The process, itself starts with its own internal development, which aims for sustainable businesses practices by focusing on regulating the organization for good governance. Later, it will develop itself externally, which aims to be socially responsible.

As for the studies that were carried out, the primary losses from the internal sections, are on the employee understanding and conforming to the bank policies.

The process of communication with those outside the workings of the organization such as shareholders, loaners, corporations, competitors, consumers and the society is to give them the understanding and information on the progress of the organization, and with it the support from the public to the organization for its sustainable business practices.

The organization has advertised through various media to improve the image and to make it well recognized. By working with the society in mind, the company can be more fully responsible to its surrounding environment. Furthermore, development and activity campaigns can fully show the responsibility of the organization, and with it the benefits to both organization and society.

Program of Public and Private Management Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2009

Student's signature

Thesis Advisor's signature