

53602373 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : กิจกรรมเพื่อสังคม/องค์กรธุรกิจ/รูปแบบ/วิธีการสื่อสาร/นิตยสารแพรว

สิริวรรณ ถิระวันธุ์ : รูปแบบและวิธีการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมของภาครัฐและเอกชนที่ปรากฏในนิตยสารแพรว. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 111 หน้า.

การวิจัยวิจัยเรื่อง รูปแบบ และวิธีการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาครัฐและเอกชนที่ปรากฏในนิตยสารแพรว เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนิตยสารแพรว ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2553 ถึง เดือนมิถุนายน 2554 จำนวน 24 ฉบับ เป็นการวิจัยโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอและการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม คือบรรณาธิการนิตยสาร และผู้อ่านนิตยสารแพรว จากการศึกษาพบว่า

1. รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาครัฐและเอกชนที่นำเสนอผ่านนิตยสารแพรวอันดับแรก คือ ส่งเสริมประเด็นสังคม ร้อยละ 42.28 น้อยที่สุด คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการฐานราก ร้อยละ 4.55 โดยประเภทองค์กรที่นำเสนอกิจกรรมเพื่อสังคมมากที่สุด คือ สื่อมวลชน ร้อยละ 40.00 และองค์กรธุรกิจที่นำเสนอกิจกรรมเพื่อสังคมน้อยที่สุด คือ สถาบันการเงินและการบริการขนส่ง ร้อยละ 0.33 และวัตถุประสงค์ในการนำเสนอกิจกรรมเพื่อสังคมมากที่สุดเป็นไปเพื่อให้ความรู้และแจ้งข่าวสารการดำเนินเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ร้อยละ 30.57 และน้อยที่สุดคือการเชิญชวนร่วมกิจกรรม พบเพียงร้อยละ 11.54

2. วิธีการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาครัฐ และเอกชนที่ปรากฏในนิตยสารแพรว พบว่า เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2553 มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมมากที่สุดถึงร้อยละ 56.42 และลดลงในเดือนมกราคม - มิถุนายน 2554 เป็นร้อยละ 43.58 โดยวิธีการนำเสนอผ่านบทความมากที่สุด ร้อยละ 28.62 และน้อยที่สุดคือบทความแฝงโฆษณา เพียงร้อยละ 14.63 และมีการนำเสนอในเนื้อหาโฆษณาทั่วไปในเล่มมากที่สุด ถึงร้อยละ 53.96 รองลงมาจะนำเสนอผ่านเนื้อหา On the Move ร้อยละ 26.39 ซึ่งนำเสนอกิจกรรมและประชาสัมพันธ์องค์กรต่างๆ มีทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคม

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

53602373 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : CSR/CORPORATE/TYPE/COMMUNICATION/ PRAEW MAGAZINE

SIRIWAN THAIRAWAN : THE TYPES COMMUNICATION WAYS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) OF GOVERNMENT AND PRIVATE SECTOR FOUND IN PRAEW MAGAZINE. THESIS ADVISOR : ASST.PROF.PITAK SIRIWONG, Ph.D. 111 pp.

For the research of forms and ways of communication for corporate social responsibility (CSR) of government and private sector found in PRAEW Magazine, data is collected from 24 issues of PRAEW Magazine from July 2553 to June 2554.

Methodology used for this research is content analysis of the data collection from the document. Together with in-depth interviews of a magazine editorial and reader of PRAEW magazine are implemented.

The research shows:

1. Activity that becomes the most common types of CSR for government and private sector in Thailand is promoting social issue which accounts for 42.28%, and Product development and the foundation is the least one (4.55%). Besides, type of company that has the highest rate to present CSR is mass medium (40.00%). Financial institution and business services are the least ones (0.33%). In Thailand, the most important objective to present activity for CSR is knowledge and inform the information (30.57%) rather than Invited to participate activity which is considered as the least important objective (11.54%).

2. According to the Praew Megazine, the months that present about issue of CRS are from July 2553 to November 2553 (56.42%). This rate has been decreased to 43.58% from January 2554 to June 2554. CSR is presented mostly through "article" 28.62 % and "Advertorial or Infomercials" is the least one (14.63%), and "General Advertising" is the most space was shown CSR (53.96). and next "On the Move" 26.39%

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011

Student's signature

Independent Study Advisor's signature