



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

คณาจารย์ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. **หลักการประชาสัมพันธ์**

ขั้นสูง. กรุงเทพฯ : ที.พี. พรินท์ จำกัด, 2542.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์. **ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์.** พิมพ์ครั้งที่ 4,

กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพริ้ง, 2540.

มัลลิกา มัติโก และคณะ. **จิตสำนึกทางสังคมของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา**

มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพมหานคร: เจริญดีการพิมพ์, 2541.

ราชบัณฑิตสถาน.**พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน พุทธศักราช 2542.**พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพมหานคร : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์, 2546.

วิรัช ลภีรัตน์กุล. **การประชาสัมพันธ์.** พิมพ์ครั้งที่ 7, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2538.

เสรี วงษ์มณฑา. **108 การประชาสัมพันธ์ A – Z.** กรุงเทพฯ : A.N.การพิมพ์, 2541.

เสรี วงษ์มณฑา. **การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ.** กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม และ

ไซเท็กซ์ จำกัด, 2540.

เสรี วงษ์มณฑา. **การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ.**กรุงเทพฯ : A.N.การพิมพ์, 2540.

บทความ

กัญญารัตน์ งามพริ้ง. **วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 3.** 2548 : 138.

ไชยยศ บุญญากิจ. **“บทนำ”. CSR Journal (พฤศจิกายน 2549) : 3.**

งานวิจัย

ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. รายงานผลการวิจัย : การสำรวจพฤติกรรมทัศนคติ
 ของผู้บริโภค เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย.
 กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2548.

ภาษาต่างประเทศ

Book

Baskin, Otis. Craig Aronoff and Dan Lattimore. **Public Relations : the Profession and
 the practice.** 4 th ed. Chicago : Brown & Benchmark, 1997.

Berneys, Edward L..**Your Future in Public Relations.** New York :
 Richard Rosen Press, Inc, 1961.

Cutlip, Scott M., and Center, Allen H. **Effective Public Relations 5th ed.**
 Engle - wood Cliff, N.J. : Prentice-Hall, 1978.

Good, C., V. **Dictionary of education.** New York: McGraw –Hill, 1973.

Gregory, Anne. **Public Relations in Practice.** London : Kogan Page Limited, 1996.

Grove, P.,B. **Webster’s third International Dictionary of the English Language.**
 Massachusetts: G & C Merriam Company, 1971.

John E. Marston, **Modern Public Relations.** New York : Mcgraw-Hill Book
 company, 1979.

Kotler, Philip and Lee, Nancy. **Corporate Social Responsibility : Doing the Most
 Good for your Company and your Cause.** United States of America :
 John Wiley & Son Inc., 2005.

Lloyd, Herber. **Public relations.** 2nd ed, London : The English University Press, 1971.

Newsom, Doug and Scott, Alan. **This is PR : The Realities of Public Relations.**

Belmont, Carif : Wadsworth Publishing, 1976.

Articles

The Commission of the European Communities. "Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility". **The Commission's Green paper.**2001:6.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (สสท.) Thailand Environment Institute (TEI).

<http://www.tei.or.th>.2550.

ประเภทของงาน CSR.<http://thaicsr.blogspot.com>.2551.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการและคณะ.<http://www.thaicsr.com>.2548.

อานันท์ ปันยารชุน. "ปาฐกถาพิเศษ:ห้วงใยสังคมและสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ใหม่ของธุรกิจไทย".http://www.anandp.in.th/th_speech/dinnertalk.html.2549.

"The World Business Council for Sustainable Development".<http://wbcsd.com>.1999.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. ข้อมูลองค์กรที่ศึกษา

กรมประชาสัมพันธ์

ที่ตั้ง เลขที่ 9 ซ.อารีย์สัมพันธ์ ถ.พระราม 6 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0-2618-2323-40 โทรสาร 0-2618-2364, 0-2618-2399

ประวัติ

กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาล และหน่วยงานของรัฐบาลกับประชาชน ตลอดจนระหว่างประชาชนด้วยกันโดยวิธีการให้ข่าวสาร ความรู้ ข้อเท็จจริง และรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเพื่อเสนอรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังทำหน้าที่โน้มน้าว ชักจูงประชาชนเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือแก่รัฐบาลและ หน่วยงานราชการต่างๆ ตามแนวทางที่ถูกที่ควรในระบอบประชาธิปไตย โดยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขนอกจากสำนักงานใหญ่ในกรุงเทพมหานครแล้ว กรมประชาสัมพันธ์ยังมีสำนักประชาสัมพันธ์เขตอีก 8 สำนัก ได้แก่ สปข.1 ขอนแก่น สปข.2 อุบลราชธานี สปข.3 ลำปาง สปข.4 พิษณุโลก สปข.5 สุราษฎร์ธานี สปข.6 สงขลา สปข.7 ระยอง และ สปข.8 กาญจนบุรี เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้เข้าถึงประชาชนในส่วนภูมิภาค ขณะเดียวกันกรมประชาสัมพันธ์ ยังมีสำนักงานประชาสัมพันธ์ครบทุกจังหวัด

กรมประชาสัมพันธ์เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2476 ภายหลังจากเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชมาเป็นระบอบประชาธิปไตยมีรัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ โดยมีชื่อในระยะเริ่มแรกว่า “กองโฆษณาการ” และได้เปลี่ยนชื่อเป็น “สำนักงานโฆษณาการ” เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2476 และได้มีการพัฒนาผลงานมาเป็นลำดับโดยมีการปรับปรุงและขยายความรับผิดชอบเพิ่มขึ้นทุกๆ ระยะ ตามความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ สภาพของสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลในแต่ละสมัยและเปลี่ยนชื่อมาเป็น “กรมโฆษณาการ” เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2483 หลังจากนั้น 12 ปี ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “กรมประชาสัมพันธ์” เมื่อวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2495

3 พฤษภาคม พ.ศ. 2476 ตั้งเป็น “กองการโฆษณา” โดยพระราชบัญญัติจัดตั้งกระทรวงและกรมมีฐานะเป็นกรมอิสระขึ้นตรงต่อคณะรัฐมนตรี

9 ธันวาคม พ.ศ. 2476 เปลี่ยนชื่อเป็น “สำนักงานโฆษณาการ” มีฐานะเป็นกรมหัวหน้าสำนักงานเทียบเท่าอธิบดี แบ่งส่วนราชการเป็น 3 กอง คือ สำนักงาน เลขาธิการกรม

กองเผยแพร่ความรู้ และกองหนังสือพิมพ์ โดยทำหน้าที่หลัก 3 ประการ คือ ให้ข่าวและความรู้แก่ประชาชน เพื่อป้องกันความเข้าใจผิด เกี่ยวกับรัฐบาลและประเทศโดยรวม

31 มีนาคม พ.ศ. 2481 โอนกิจการด้านช่างและทะเบียนวิทยุจากกรมไปรษณีย์โทรเลขมาขึ้นกับสำนักงานโฆษณาการและมีการตั้งโฆษณาการเขตขึ้นเป็นเขตแรกที่จังหวัดหนองคาย และที่จังหวัดพระตะบองเป็นเขตที่สอง

5 กรกฎาคม พ.ศ. 2483 เปลี่ยนชื่อเป็น “กรมโฆษณาการ” และมีการตั้งกองการต่างประเทศเพิ่มขึ้นเพื่อติดต่อและโฆษณาการเผยแพร่ข่าวสารต่อชาวต่างประเทศ

4 สิงหาคม พ.ศ. 2490 โอนสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวจากกระทรวงคมนาคมมาขึ้นกับกรมโฆษณาการ

8 มีนาคม พ.ศ. 2495 เปลี่ยนชื่อเป็น “กรมประชาสัมพันธ์” เพื่อให้เหมาะสมกับภาระหน้าที่ในฐานะแหล่งการเผยแพร่นโยบายและผลงานของรัฐบาล รวมทั้งเผยแพร่ข่าวสารการเมือง ศิลปกรรม วัฒนธรรม ความรู้ และ ความบันเทิง ตลอดจนเป็นสื่อกลางสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชนด้วย

พ.ศ. 2497 ตั้ง “สำนักงานแถลงข่าวไทยในต่างประเทศ” ขึ้นที่ลอนดอนและวอชิงตัน และได้จัดตั้งกองประชาสัมพันธ์ภาคพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นแห่งแรกทำหน้าที่เป็นหน่วยงานสาขาของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคใต้โดยเฉพาะ

1 มกราคม พ.ศ. 2503 โอนสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวไปรวมกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งจัดตั้งขึ้นใหม่และเพิ่มหน่วยงานระดับกอง คือ กองสำรวจประชาชาติเพื่อสำรวจและรับฟังความคิดเห็นของประชาชน

พ.ศ. 2503 ได้มีการติดตั้ง “กองประชาสัมพันธ์เขต” ขึ้นที่จังหวัดขอนแก่น ลำปาง และสงขลา เพื่อเป็นหน่วยงานสาขาของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ตอนล่าง

20 ตุลาคม พ.ศ. 2504 ตั้ง “โรงเรียนการประชาสัมพันธ์” ขึ้นในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่วิชาความรู้และส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาการประชาสัมพันธ์ และการติดต่อสื่อสาร

พ.ศ. 2513 ตั้ง “สำนักงานแถลงข่าวไทยขึ้นที่พนมเปญประเทศเขมร” ซึ่งในปัจจุบันได้ยกเลิกไปแล้ว

21 สิงหาคม พ.ศ. 2518 มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการบริหารส่วนกลางและราชการส่วนภูมิภาคของกรมประชาสัมพันธ์ใหม่โดยมีหน่วยระดับกอง 15 หน่วยงาน

มิถุนายน พ.ศ. 2521 ตั้ง “สำนักงานแถลงข่าวไทยที่กัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย”

1 มกราคม พ.ศ. 2522 ตั้ง “สำนักงานแถลงข่าวไทยที่เจดดาห์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย”

17 กันยายน พ.ศ. 2526 ตั้ง “ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 4 สุราษฎร์ธานี” เพิ่มขึ้น 1 แห่ง

7 สิงหาคม พ.ศ. 2529 มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ ออกเป็นราชการบริหารส่วนกลาง (20 หน่วยงาน) และราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด) โดยเพิ่มหน่วยงานใหม่คือ กองงานคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 5-8, และวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11

26 มีนาคม พ.ศ. 2540 มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์โดยแบ่งเป็นราชการบริหารส่วนกลาง 22 หน่วยงาน และราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด 75 จังหวัด)

สัญลักษณ์

1. ตรา



ตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีซึ่งปรากฏในราชกิจจานุเบกษา ตอนที่ 7 เล่มที่ 64 ลงวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2490 กำหนด เครื่องหมาย ราชการ “กรมโฆษณาการ” ให้เป็นรูป พระอินทร์เป่าสังข์หะลอลอยอยู่เหนือเมฆ มีวงกลมล้อมรอบ ตามวรรณคดีกล่าวไว้ว่า พระอินทร์เป่าสังข์ปลุกพระนารายณ์ ให้ตื่นจากบรรทมสินธุ์ในสะดือทะเลเพื่อขึ้นมาปราบเหตุร้ายต่าง ๆ ในโลก อย่างไรก็ดีสังข์ตามลัทธิพราหมณ์ถือว่าเป็นมงคล 3 คือ สังข์ ถือกำเนิดจากพระพรหม ท้องสังข์เคยเป็นที่ซ่อนคัมภีร์พระเวท และตัวสังข์มีรอยนิ้วพระหัตถ์ของพระนารายณ์ ในพิธีทางศาสนาพราหมณ์จึงมีการเป่าสังข์เพื่อความเป็นสิริมงคลด้วย นอกจากนี้พระในลัทธิชินโตก็ใช้สังข์เป่าในพิธีมงคล พวกชาวเกาะทะเลใต้เป่าสังข์บอกสัญญาณระหว่างกันปรากฏว่าได้ยินไปไกลไม่แพ้เป่าเขาควย เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์เป็นการโฆษณาเผยแพร่ และอธิบาย ชี้แจงให้ประชาชน เข้าใจอย่างกว้างขวางเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีโดยมีวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ เป็นเครื่องช่วยจึงเปรียบได้กับการเป่าสังข์ของเทวดาในสมัยโบราณ เพื่อบอกสัญญาณและเรียกประชุม นั่นเอง

2. สี ไข่สีม่วง ซึ่งถือกันว่าเป็นสีของงานสื่อสารมวลชน และการประชาสัมพันธ์ **วิสัยทัศน์** กรมประชาสัมพันธ์จะเป็นองค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์ และเป็นศูนย์กลางข่าวสารของรัฐเพื่อให้ประชาชนได้มีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของสังคมไทยโดยรวม

พันธกิจ

พันธกิจหรือภารกิจหลักของกรมประชาสัมพันธ์มีดังนี้

1. เป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีระบบโดยการเสนอแนะนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับรัฐบาลและส่วนราชการ
2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์

1. การประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนและประชาคมโลกในยุทธศาสตร์ชาตินโยบายสำคัญของรัฐบาล
2. การเพิ่มโอกาสของประชาชนในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารภาครัฐให้มากขึ้น
3. การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรสู่ความเป็นสถาบันมืออาชีพด้านการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ระดับชาติ

ภารกิจ

1. ส่งเสริมและเผยแพร่ข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข ตลอดจนนโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาล วัฒนธรรม ศิลธรรม ค่านิยม ที่ดีงาม รวมทั้งสนับสนุนการให้บริการการศึกษาอบรมแก่ประชาชน
2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานของรัฐ กับประชาชน และระหว่างประชาชนด้วยกัน
3. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อประโยชน์แก่ความมั่นคงและเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับต่างประเทศ
4. สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือทางวิชาการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนแก่หน่วยงานทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน
5. ศึกษา วิจัย สืบค้น และตรวจสอบประจําชาติ เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงนโยบายและแผนงานการประชาสัมพันธ์ ของรัฐ

6. ดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
7. กำกับดูแลการปฏิบัติงาน ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ ให้เป็นไปตามกฎหมาย
8. พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารมวลชนของกรม
9. ผลิต เผยแพร่และให้บริการเอกสารและสื่อโสตทัศนศึกษา รวมทั้งให้บริการโสตทัศนอุปกรณ์ในการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานของรัฐ
10. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่พระราชกฤษฎีกากฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรมหรือตามที่นายกรัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

กระทรวงวัฒนธรรม

ที่ตั้ง กระทรวงวัฒนธรรม 666 ชั้น 15-23 ถนนบรมราชชนนี แขวงบางบำหรุ
เขตบางพลัด กทม. 10700 โทรศัพท์ 0-2422-8888

ประวัติ

ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่เจริญรุ่งเรืองเป็นแบบแผนและเอกลักษณ์ ประกอบด้วย ศาสนา ภาษา วรรณกรรม ศิลปกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์ ดนตรี ตลอดจนขนบธรรมเนียม ประเพณี ที่เป็นแบบอันดีงามเป็นมรดกตกทอดจากอดีตจวบจนปัจจุบัน การดำเนินงานด้าน วัฒนธรรมของชาติ มีการพัฒนาปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงมาหลายยุคสมัย รูปแบบของ หน่วยงานเริ่มจากกองวัฒนธรรม สภาวัฒนธรรมแห่งชาติและจัดตั้งเป็นกระทรวงวัฒนธรรมเมื่อ วันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2495 โดย ฯพณฯ จอมพล ป. พิบูลสงครามนายกรัฐมนตรีในขณะนั้น ดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรมด้วย ใน พ.ศ. 2501 เนื่องจากสภาวะผันแปร ทางการเมือง กระทรวงวัฒนธรรมถูกยุบเลิกตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม โดยโอนย้ายไปสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ต่อมากระทรวงวัฒนธรรมได้รับการสถาปนาขึ้นใหม่ ตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม เมื่อวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2545 ถือเป็น 1 ใน 20 กระทรวงหลักของประเทศ ตามนโยบายปฏิรูประบบราชการของรัฐบาล

ตราสัญลักษณ์กระทรวงวัฒนธรรม

ตราสัญลักษณ์เป็นรูปดวงประทีปภายในบุษบก เหนือหม้อลายเมฆหมอก หมายถึง ปัญญา ซึ่งเป็นรากฐานของวัฒนธรรม (กรมศิลปากร เป็นผู้ออกแบบ โดยศึกษาจากรูปแบบตราสภา วัฒนธรรมแห่งชาติ เมื่อพ.ศ. 2485 และนำมาดัดแปลง ปรับรูปแบบให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น)

ปรัชญา

1. วัฒนธรรมเป็นยุทธศาสตร์ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของคนในชาติ สร้าง จิตสำนึก จิตวิญญาณ คุณธรรมและจริยธรรมที่ดีงาม
2. วัฒนธรรมเป็นทุนและพลังขับเคลื่อนในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
3. วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาความมั่นคงทางสังคมและคุณภาพชีวิตของคน และเป็นผลผลิตเชิงคุณภาพของการพัฒนา

4. วัฒนธรรมส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพ การเรียนรู้ การสร้างสรรค์ การผลิตใหม่และการปรับตัวของคนและชุมชน

5. มรดกทางศิลปวัฒนธรรมของชาติเป็นภูมิปัญญาของคนไทยที่สร้างและสั่งสมมาในอดีต เป็นเอกลักษณ์และมรดกอันล้ำค่าของชาติ ซึ่งคนไทยในปัจจุบันและอนาคตควรอนุรักษ์ สืบทอดและสร้างสรรค์

วิสัยทัศน์

ส่งเสริมพัฒนาองค์ความรู้ด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรม เพื่อให้คนไทยรู้เข้าใจและตระหนักในคุณค่าวัฒนธรรมไทยมีคุณธรรม จริยธรรม มีระบบคิดอย่างสร้างสรรค์และนำมาประยุกต์ใช้ในการอนุรักษ์สืบทอดและดำเนินชีวิตตามวิถีไทยโดยสอดคล้องกับวิถีโลก

พันธกิจ

1. พัฒนาองค์ความรู้ ด้านศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อให้คนไทยเกิดจิตสำนึกที่ดีงามและเห็นคุณค่าของศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมไทย
2. ส่งเสริมประชาชนให้นำหลักธรรมทางศาสนาและระบบคุณค่าในวัฒนธรรมไทยใช้ในการดำเนินชีวิต
3. อนุรักษ์สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม
4. ส่งเสริมและพัฒนาฐานศาสตร์ของศิลปะร่วมสมัยให้มีบทบาทในการศึกษาและพัฒนาสังคม

วัตถุประสงค์

แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2546-2554)

1. เพื่อเป็นกรอบและแนวทางในการดำเนินงานด้านศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม ให้สอดคล้องและสนองต่อภารกิจตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2540 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 นโยบายของรัฐบาล และพันธะผูกพันระหว่างประเทศ
2. เพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งเสริม ประสาน และบูรณาการการดำเนินงานด้านศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชนและประชาชน

3. เพื่อรวบรวมและระดมทรัพยากรในการดำเนินงานด้านศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม
4. เพื่อบูรณาการมิติทางศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมเข้าสู่วิถีชีวิตของประชาชน
5. เพื่อเสริมสร้างศักดิ์ศรี ความเสมอภาค ความสมานฉันท์ และสันติสุขแก่คนทุกกลุ่ม ครอบครัวยุคชน ประเทศ และประชาคมโลก



เป้าหมายหลัก

แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2546-2554)

1. ประชากรมีคุณภาพ มีความรู้คู่คุณธรรม เป็นคนดีมีจริยธรรมเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมและพึงตนเองได้
2. ประชากรมีคุณภาพชีวิตที่ดีมีความสุขอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี มีโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต รู้รากฐานทางวัฒนธรรมของตนและรู้เท่าทันโลก
3. สถาบันทางสังคมได้แก่ สถาบันครอบครัว สถาบันทางศาสนา เป็นต้น มีความเข้มแข็งและทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่
4. สังคมสมานฉันท์ เอื้ออาทรต่อกัน ดำรงไว้ซึ่งคุณธรรม คุณค่าของเอกลักษณ์ไทย มีจารีต ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีงาม ภาควงมูมิใจในศักดิ์ศรีและวัฒนธรรมของชาติของท้องถิ่น และของกลุ่มชน
5. ประชาชนร่วมมือร่วมใจ ปกป้อง คํุมครอง อนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบทอด สืบสาน สร้างสรรค์ ส่งเสริม เผยแพร่ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม ให้ดำรงเอกลักษณ์ความเป็นไทยและความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชนกลุ่มอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์

ที่จะต้องดำเนินการ เพื่อให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายได้อย่างแท้จริง โดยกำหนดเป็นยุทธศาสตร์การดำเนินงานเป็น 6 ยุทธศาสตร์ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การรักษามรดกทางวัฒนธรรม
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิต ทางวัฒนธรรมของประชาชน
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อสังคมที่สันติสุข
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 การใช้วัฒนธรรมเชื่อมความสัมพันธ์กับนานาชาติ
- ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการ

ภารกิจ

แบ่งเป็น 3 ด้านใหญ่ๆ ซึ่งมีความเกี่ยวพันและประสานสอดคล้องกันคือ ภารกิจเกี่ยวกับ ศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม

ด้านวัฒนธรรม วัฒนธรรมจะดำรงคงอยู่ยืนยาวมีเอกลักษณ์ความเป็นไทยและสามารถปรับให้เข้ากับกาลสมัยได้เพียงใด ไม่ได้ขึ้นอยู่กับกระทรวงวัฒนธรรมเพียงลำพังแต่ขึ้นอยู่กับประชาชนทุกคนในชาติ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกสถานะทางสังคม กระทรวงวัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นกระจกสะท้อนให้คนในชาติเห็นว่ามีเปลี่ยนแปลงใดทั้งจากภายในและภายนอกประเทศที่มีผลกระทบต่อวัฒนธรรมและควรจะมีมือกับความเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นอย่างไร การจะผดุงรักษาสืบสานวัฒนธรรมเดิมและปรับกระแสวัฒนธรรมใหม่ที่หลั่งไหลมาจากภายนอกประเทศให้เหมาะสมและยังคงคุณค่าอันดีงามของความเป็นไทยต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายในสังคมเพื่อวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ข้อดี ข้อเสีย โอกาส และสัญญาณอันตรายที่มีต่อวัฒนธรรมไทย เพื่อให้วัฒนธรรมไทยมีลักษณะพึงประสงค์ ซึ่งสามารถเป็นปัจจัยสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศชาติ

ด้านศาสนา ภารกิจด้านศาสนามีส่วนสัมพันธ์ใกล้ชิดกับวัฒนธรรมในฐานะที่ศาสนาเป็นหลักยึดเหนี่ยวทางจิตวิญญาณของคนในชาติ และมีบทบาทสำคัญยิ่งในการส่งเสริมวัฒนธรรมที่ให้คุณค่าแก่การทำคุณงามความดี การดำรงชีวิต โดยใช้หลักคุณธรรมและจริยธรรม บุคลากรทางศาสนามีบทบาทสำคัญในการชี้แนะ อบรมสั่งสอนให้เด็กและเยาวชนได้ศึกษาหลักธรรมคำสอนของศาสนาในศาสนาที่ตนนับถือ เพื่อให้สามารถปรับใช้กับชีวิตประจำวัน เมื่อเกิดปัญหาอุปสรรคในชีวิตจะได้รู้จักปรับใช้ชีวิตประจำวัน เมื่อเกิดปัญหาอุปสรรคในชีวิตจะได้รู้จักปรับวิธีคิดของตนให้ลွ่งพ้นปัญหาอุปสรรคนั้นได้โดยไม่ทำร้ายตนเอง บุคคลใกล้ชิดและบุคคลอื่น

ด้านศิลปะ ภารกิจด้านศิลปะมีขอบข่ายกว้างขวางครอบคลุมศิลปะทุกแขนง ทั้งสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้เป็นขุมทรัพย์แห่งความรู้ เป็นมรดกตกทอดจากคนรุ่นก่อนๆ จึงต้องทำนุบำรุงรักษาเพื่อส่งต่อยังคนรุ่นต่อไป รวมทั้งส่งเสริมการสร้างสรรคศิลปะร่วมสมัยเพื่อเพิ่มพูนภูมิปัญญาของคนรุ่นปัจจุบัน และรวบรวมสะสมคุณค่าเหล่านี้ไว้เป็นสมบัติของชาติ

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ที่ตั้ง สำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคารกรุงไทย เลขที่ 35 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์: 0-2255-2222 โทรสาร: 0-2255-9391-3

ประวัติ

ธนาคารกรุงไทย จำกัด เริ่มเปิดดำเนินการครั้งแรก เมื่อวันที่ 14 มีนาคม พ.ศ. 2509 โดยการควบกิจการของธนาคารเกษตร จำกัด และธนาคารมณฑล จำกัด ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ทั้งคู่ เข้าเป็นธนาคารเดียวกันตามนโยบายของรัฐบาล และได้ใช้ชื่อใหม่ว่า "ธนาคารกรุงไทย จำกัด" ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า "Krung Thai Bank Limited" ใช้สัญลักษณ์ "นกมวยกบฏ" ซึ่งเป็นเครื่องหมายของกระทรวงการคลัง เป็นสัญลักษณ์ประจำของธนาคารจนถึงปัจจุบัน

ในระยะแรกของการก่อตั้งธนาคารกรุงไทย จำกัด ได้ใช้สถานที่สำนักงานใหญ่ของธนาคารเกษตร จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ที่ ถนนเยาวราช เป็นที่ทำการสำนักงานใหญ่ และมีสาขารวม 81 แห่ง พนักงาน 1,247 คน สินทรัพย์รวม 4,582.10 ล้านบาท และทุนจดทะเบียน 105 ล้านบาท วัตถุประสงค์ของการรวมธนาคารทั้งสองให้เป็นธนาคารของรัฐ ที่มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง สามารถคุ้มครองผู้ฝากเงิน และบริการลูกค้าได้กว้างขวางขึ้น ตลอดจนสามารถอำนวยความสะดวกการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้มากขึ้นด้วย ผลการดำเนินงานของธนาคาร ได้ขยายตัวเติบโตขึ้นมาเป็นลำดับ ทำให้อาคารสำนักงานใหญ่เดิมคับแคบไม่สะดวก และไม่คล่องตัว ในการปฏิบัติงาน ธนาคารจึงได้ย้ายที่ทำการสำนักงานใหญ่มาตั้งอยู่ ณ อาคารเลขที่ 35 ถนนสุขุมวิท เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2525 และได้ใช้เป็นที่ทำการสำนักงานใหญ่มาจนถึงปัจจุบัน ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2530 ธนาคารกรุงไทย ได้รับมอบหมายให้เข้าไปช่วยบริหารงาน ในโครงการ 4 เมฆา ต่อจากธนาคารแห่งประเทศไทย โดยเน้นการบริหารในเชิงธุรกิจ ต่อมาเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2530 ธนาคารกรุงไทยได้รับโอนสินทรัพย์และหนี้สินของธนาคารสยาม จำกัด มาบริหารตามนโยบายของกระทรวงการคลัง เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของธนาคารสยาม มีปัญหาหลายด้านที่ไม่สามารถแก้ไขได้ในระยะเวลาอันสั้น ทำให้เป็นภาระที่รัฐจะต้องจัดการให้ความช่วยเหลือ ซึ่งไม่ทราบว่าจะสิ้นสุดเมื่อใด และหลังจากการรวมกับธนาคารสยาม จำกัด แล้วธนาคารกรุงไทยจะกลายเป็น ธนาคารพาณิชย์ของรัฐเพียงแห่งเดียว มีสินทรัพย์มากเป็นอันดับสองของประเทศ สามารถจะสนองตอบนโยบาย การเงินการคลังของประเทศ และสามารถแสดงบทบาทความเป็น "ธนาคารนำ" (Lead Bank) ได้

ความก้าวหน้าในการดำเนินงาน

ความก้าวหน้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2509 ที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด ได้เริ่มดำเนินกิจการมา ธนาคารกรุงไทยได้เติบโตขึ้นอย่างมั่นคง และรวดเร็ว มีการปรับปรุง และขยายองค์กรงานใหม่ ทั้งในสำนักงานใหญ่และสาขา ซึ่งทำให้ธนาคาร สามารถให้บริการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น กระทั่งปี พ.ศ. 2531 ธนาคารกรุงไทย จัดเป็นธนาคารพาณิชย์เพียงแห่งเดียว ที่มีสาขาอยู่ครบทั่วทุกจังหวัดของประเทศ และยังมีแผนงานจะขยายสาขาเพิ่มขึ้นอีก โดยเน้นการเปิดสาขาในเขตรอบนอกที่ความเจริญกำลังขยายตัวออกไป ซึ่งทำให้ธนาคารสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็วยิ่งขึ้น

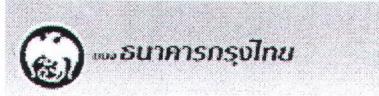
นอกจากนี้ ธนาคารกรุงไทยยังได้นำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้กับงานให้บริการแก่ลูกค้า และการปฏิบัติงานภายในธนาคาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดตั้งระบบออนไลน์ และเครื่องเอทีเอ็ม ซึ่งธนาคารกรุงไทยนับเป็นธนาคารแรกที่สามารถติดตั้งได้ครบ 73 จังหวัดทั่วประเทศ ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2531 และในปี พ.ศ. 2532 ได้ติดตั้งเครื่องเอทีเอ็มเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 50 เครื่อง จากที่มีอยู่เดิม 171 เครื่อง ทำให้ธนาคารสามารถใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธนาคารได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ขณะเดียวกันธนาคารก็ได้ขยายขอบข่ายการให้บริการด้านนี้ออกไปอีก โดยเปิดให้มีบริการธนาคารออฟฟิศแบบคิก เพื่อให้ออมูลทางการเงินที่ถูกต้อง และทันกับเวลาในการตัดสินใจทางธุรกิจของลูกค้า

ความก้าวหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การนำหุ้นของธนาคารเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน พ.ศ. 2532 นับเป็นรัฐวิสาหกิจแห่งแรกที่นำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ โดยได้เริ่มเปิดการซื้อขายหุ้นของธนาคารกรุงไทยในตลาดหลักทรัพย์ ตั้งแต่วันที่ 2 สิงหาคม พ.ศ. 2532 เป็นต้นมา และได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2537 โดยใช้ชื่อ "ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)" (Krung Thai Bank Public Company Limited)

การที่ธนาคารตัดสินใจ นำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น ทำให้เกิดผลดี ที่เห็นได้ชัด 3 ประการคือ

1. เป็นการส่งเสริมการออม และการลงทุนของประเทศ ตามนโยบายที่รัฐบาลวางไว้
2. เป็นการกระจายหุ้นของธนาคารไปสู่มหาชน ซึ่งจะช่วยให้เกิดความคล่องตัวในการระดมทุนมาใช้ในกิจการ
3. เป็นการเพิ่มสินค้าใหม่ให้กับตลาดหลักทรัพย์ อันเป็นการส่งเสริมตลาดทุนภายในประเทศให้ขยายตัวมากขึ้น

สัญลักษณ์



บรรษัทภิบาล

บมจ.ธนาคารกรุงไทย โดยคณะกรรมการธนาคารได้มีมติให้นำเอาหลักการบรรษัทภิบาลของกลุ่มประเทศ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) และหลักเกณฑ์และแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีในรัฐวิสาหกิจ ของสำนักรัฐวิสาหกิจและหลักทรัพย์ของรัฐ กระทรวงการคลัง มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายบรรษัทภิบาลควบคู่กับการกำหนดแนวกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างจริงจัง จึงได้จัดทำเอกสารนโยบายและแนวทางปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาลขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร อันจะก่อให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในเชิงบรรษัทภิบาล และเกิดความมั่นคงรุ่งเรืองด้วยวิธีการสร้างมูลค่าที่เพิ่มขึ้นทั้งกับธนาคาร ลูกค้า และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธนาคาร หลักบรรษัทภิบาลของธนาคารทั้ง 7 ประการ เป็นการผสมผสานระหว่างหลักการของสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทยและต่างประเทศ อีกทั้งยังสอดคล้องกับหลักบรรษัทภิบาลของหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ เช่น Thai Rating and Information Services Co., Ltd. (TRIS), กระทรวงการคลัง, OECD, Euro money และบรรดานักวิเคราะห์เพื่อการลงทุนระดับระหว่างประเทศ เช่น CLSA ที่ใช้เกณฑ์ในการพิจารณาลงทุน และยังเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 15 ข้อ

หลักบรรษัทภิบาล 7 ประการ ที่ธนาคารกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางการปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล พ.ศ. 2546 มีดังนี้

ประการที่ 1 มีความเข้าใจ และมีขีดความสามารถในการประพฤติปฏิบัติได้ตามหน้าที่และความรับผิดชอบ (Responsibility) เป็นอย่างยิ่ง พร้อมกับการที่ต้องเรียนรู้เรื่องใหม่ ๆ อยู่เสมอ มีความรักงาน มุ่งมั่นที่จะทำงานให้มีคุณภาพเกิดผลสำเร็จ ได้ผลงานที่มีคุณภาพดีขึ้นตลอดเวลา

ประการที่ 2 แสดงความยอมรับผิดและรับชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ (Accountability) เช่น มีการรายงานผลประกอบการครบถ้วนในทุก ๆ เรื่องที่เป็นสาระสำคัญโดยเปิดเผยและโปร่งใสในระดับต่าง ๆ อย่างเหมาะสม มีการกำหนดค่าตอบแทนของกรรมการและผู้บริหารที่เป็นธรรม และตามผลงานภายใต้ขอบเขตมาตรฐานของอุตสาหกรรมนั้น ๆ และมีการประเมินผลงานแล้วนำมาใช้เพื่อการปรับปรุงการทำงานเพื่อสร้างผลงานในอนาคตที่ดีขึ้น และมีคุณค่ามากขึ้น

ประการที่ 3 มีการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียมกัน อย่างยุติธรรม (Equitable Treatment) เช่น ในระดับผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ผู้ถือหุ้นทุกกลุ่ม ทุกคน จะไม่ถูกเอาเปรียบระหว่างกัน ต้องได้รับการพิจารณาให้เกิดความเสมอภาคเท่าเทียมกัน การเอาเปรียบผู้ถือหุ้นรายย่อยของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ต้องไม่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด การกระทำของกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ในการควบคุมบริหารจัดการต้องคำนึงถึงประโยชน์และมูลค่าโดยรวมของผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มโดยเท่าเทียมกัน การประชุมผู้ถือหุ้นอยู่ในลักษณะให้มีการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายเท่าเทียมกันทั้งในเรื่องสิทธิ และการได้รับข้อมูลสารสนเทศ

ประการที่ 4 แสดงความโปร่งใส (Transparency) ในการดำเนินงาน สามารถอธิบายได้ ตรวจสอบได้ เช่น มีกระบวนการตัดสินใจและขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน โปร่งใส เปิดเผยได้ โดยการแสดงรายงาน และการวิเคราะห์ผลประกอบการและทิศทางในการดำเนินงานต่อผู้ถือหุ้นและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยเท่าเทียม เพียงพอ ชัดเจน และทันเวลา ทั้งนี้ควรจัดให้มีผู้รับผิดชอบทางด้านนักลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relations) ในการนำเสนอสารสนเทศและการสื่อสารที่ดีในระดับคณะกรรมการบริษัท จะมีคณะกรรมการตรวจสอบที่ประกอบไปด้วย กรรมการอิสระ คณะกรรมการพิจารณาค่าตอบแทน และคณะกรรมการสรรหา คณะกรรมการต่างๆ ดังกล่าวจะให้ความเห็นอย่างสมเหตุ และช่วยติดตามตรวจสอบการดำเนินงาน เสนอแนะให้มีการควบคุมใช้ความระมัดระวังเพื่อให้ธุรกิจก้าวเดินไปข้างหน้าอย่างมีอนาคตที่มั่นคงยั่งยืน

ประการที่ 5 แสดงกลยุทธ์ และขีดความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการในระยะยาวอย่างยั่งยืน โดยไม่ทำธุรกิจที่เสี่ยงต่อการทำลายขีดความสามารถ หรือมูลค่าองค์กรในระยะสั้น (Creation of Long Term Value without Short Term Exploitation) เช่น จะต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) หรือความมุ่งมั่นขององค์กร (Strategic Intent) ให้เหมาะสมกับขีดความสามารถของตนเพื่อที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มได้เป็นผลสำเร็จ เพิ่มประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) ในการปฏิบัติงาน เป็นที่พึงพอใจของผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มโดยเท่าเทียมกัน ไม่กระทำการหรือธุรกิจที่เสี่ยงต่อการขาดทุน หรือเพิ่มค่าใช้จ่ายมากเกินไปในระยะสั้นที่อาจทำให้เกิดความเสียหาย หรือลดระดับคุณภาพหรือมูลค่าของกิจการได้

ประการที่ 6 ส่งเสริมการปฏิบัติอันเป็นเลิศ และการมีจรรยาบรรณที่ดีในการประกอบธุรกิจ (Promotion of Best Practices) รวมถึงการสร้างวัฒนธรรม (Culture) จรรยาบรรณ (Code of Ethics and Business Conduct) และคุณธรรมอันรวมถึงความซื่อสัตย์ (Integrity) ในการปฏิบัติงาน ทำให้เกิดการเพิ่มคุณค่าให้แก่ตนเองและองค์กร กรรมการ ฝ่ายจัดการ และพนักงานทุกระดับ ต้องกำหนดวิธีการและประเพณีปฏิบัติในทางที่สามารถจัดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ได้อย่างรอบคอบเหมาะสม มีความละเอียด ความเกรงกลัวต่อการกระทำ ความผิด และมีความซื่อสัตย์สุจริตเป็นที่ตั้ง

ประการที่ 7 มีความสำนึกที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม (Social and Environmental Awareness) อันเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อลดหรือขจัด

ผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการทำธุรกิจของธนาคารให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้อยู่ร่วมกัน เจริญเติบโต เป็นสุข และมีความพึงพอใจร่วมกันด้วยคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น ความรับผิดชอบลักษณะนี้จะครอบคลุมเรื่องต่างๆ ที่อาจมิได้กำหนดไว้ในกฎหมาย แต่กำหนดไว้ตาม ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และความต้องการของชุมชน

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

ที่อยู่ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่
1 ถนนปูนซิเมนต์ไทย บางซื่อ กรุงเทพฯ 10800

ประวัติ

ในปีพุทธศักราช 2456 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) ทรงมีพระบรมราชโองการ โปรดเกล้าฯ ให้ก่อตั้ง บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด ขึ้น ด้วยพระราชประสงค์ที่จะให้ประเทศไทยผลิตปูนซิเมนต์ใช้เอง ลดการพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ และเพื่อจัดสรรการใช้ทรัพยากรภายในประเทศอย่างคุ้มค่า บริษัทปูนซิเมนต์ไทย ได้มีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องตลอดมา ตามสถานการณ์ และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป จนเป็น “เครือซิเมนต์ไทย” (SCG) กลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมที่มีประวัติยาวนานที่สุดและใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

ปัจจุบัน SCG มีบริษัทสำคัญกว่า 100 บริษัท มีพนักงานทั้งสิ้นประมาณ 28,000 คน ผลิตสินค้ากว่า 64,000 รายการ เพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและส่งออกไปยังทุกภูมิภาคทั่วโลก แต่เดิม SCG ดำเนินธุรกิจอยู่ในหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม แต่หลังจากวิกฤตการณ์ทางการเงินในเอเชีย พ.ศ. 2542 SCG ได้มีการปรับโครงสร้างการบริหารและการดำเนินธุรกิจขนาดใหญ่ จนกระทั่งในปัจจุบัน SCG คงเหลือไว้ซึ่งกลุ่มธุรกิจที่สำคัญ 6 กลุ่ม ได้แก่ ซีเมนต์ ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง ปิโตรเคมี กระดาษและบรรจุภัณฑ์ ธุรกิจจัดจำหน่าย และธุรกิจการลงทุน

สัญลักษณ์



วิสัยทัศน์

คนของเรา... รวมพลังสร้างอนาคต

“วิสัยทัศน์ของเครือซิเมนต์ไทย (SCG) คือ ภายในปี พ.ศ. 2558 SCG จะเป็นองค์กรที่ได้รับการยกย่องในฐานะเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมที่นำร่วมงานด้วย และเป็นแบบอย่างด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในปี พ.ศ. 2558 SCG จะเป็นผู้นำตลาดในภูมิภาคที่มุ่ง

ดำเนินธุรกิจควบคู่กับการเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนให้แก่อาเซียน และชุมชนที่เข้าไปดำเนินงาน มุ่งสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า พนักงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายภายใต้คุณภาพการบริหารงานระดับโลก สอดคล้องกับหลักบรรษัทภิบาล และมีมาตรฐานความปลอดภัยสูงอีกทั้งยังมุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของผู้คน ด้วยสินค้าและบริการที่มีคุณภาพจากกระบวนการดำเนินงาน การพัฒนาเทคโนโลยี และการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีความเป็นเลิศ SCG เชื่อมมั่นในคุณค่าและศักยภาพของพนักงาน ซึ่งจะทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ ในบรรยากาศการทำงานที่เปิดเผยโปร่งใส เปี่ยมด้วยพลังแห่งความกระตือรือร้น โดยพนักงานของเราทุกคนจะยึดมั่นและปฏิบัติตามอุดมการณ์ และจรรยาบรรณของ SCG ภายในปี พ.ศ. 2558 SCG จะพัฒนาพนักงานซึ่งมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ วัฒนธรรม และประสบการณ์ให้มีความมุ่งมั่นตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีโลกทัศน์ที่กว้างไกล...”

บรรษัทภิบาล

เครือซิเมนต์ไทย (เอสซีจี) มีอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายรวมทั้งยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม สังคม และประเทศชาติ เพื่อประโยชน์อันยั่งยืนร่วมกันอย่างเป็นเอกภาพ แม้ว่าอุดมการณ์นี้จะปรากฏเป็นลายลักษณ์อักษรเมื่อประมาณ 20 ปีมาแล้วแต่ก็เป็นสิ่งที่ปูนซิเมนต์ไทย ถือปฏิบัติตลอดมาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2456 และได้ปลูกฝังแนวคิดนี้กับบริษัทในเครือฯ ทุกบริษัท จนกลายเป็นอุดมการณ์เดียวกันทั่วทั้งเครือซิเมนต์ไทย (เอสซีจี) โดยที่หลักการของบรรษัทภิบาลซึ่งเป็นหลักการบริหารที่สำคัญในยุคนี้สอดคล้อง และเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับอุดมการณ์ของเครือซิเมนต์ไทย (เอสซีจี) จึงอาจกล่าวได้ว่าเครือซิเมนต์ไทย (เอสซีจี) ได้ดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลอย่างต่อเนื่องโดยตลอดมาเป็นเวลานานแล้ว

เครือซิเมนต์ไทย (เอสซีจี) มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล อย่างเคร่งครัดและเป็นรูปธรรมและเป็นแบบอย่างที่ดีต่อองค์กรอื่น ๆ โดยทั่วไปรวมทั้งพยายามส่งเสริมและผลักดันให้บริษัทต่าง ๆ ในประเทศไทยดำเนินธุรกิจตามหลักดังกล่าวอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งนี้ก็เพื่อผลประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติโดยรวมตามแนวทางของบรรษัทภิบาล คณะกรรมการบริษัทฯ มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อ การบริหารงานของเครือฯ โดยเป็นผู้กำหนดนโยบาย กลไกการบริหาร และระบบการกำกับดูแล เพื่อให้ภารกิจของเครือฯ ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ที่คณะกรรมการกำหนดอยู่ในแนวทางที่ผู้ถือหุ้นเห็นชอบ ถูกต้อง ตามกฎหมาย และเป็นไปตามข้อบังคับของบริษัทฯ ทั้งนี้คณะกรรมการทุกท่านมีอิสระในการแสดงความคิดเห็น โดยมีเจตนารมณ์ร่วมกันที่จะกำกับ ดูแลให้การดำเนินงานของฝ่ายบริหาร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และเที่ยงธรรม

คณะกรรมการบริษัท มุ่งพิทักษ์สิทธิ ลดความเสี่ยง ดูแลผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้น รวมทั้งกำหนดอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบในการดูแลองค์กรให้มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้เป็นกลไกหลักเครือซิเมนต์ไทย (เอสซีจี) เชื่อมันว่าระบบการกำกับดูแลของ คณะกรรมการอย่างมีประสิทธิภาพ จะสนับสนุนให้เครือข่ายมีหลักบรรษัทภิบาลที่แข็งแกร่งและ สามารถดำเนินการใดๆ ให้สาธารณชนเกิดความศรัทธาเชื่อถือเครือข่าย ได้อย่างมั่นคงอันจะ นำไปสู่ประโยชน์ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย และความสำเร็จที่ยั่งยืนตลอดไป

องค์กรนวัตกรรม

สร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการ เครือซิเมนต์ไทย (SCG) มุ่งมั่นเพิ่ม ศักยภาพในการวิจัย และพัฒนาเพื่อสร้างคุณค่าทั้งด้านสินค้าและบริการกระบวนการทำงาน รวมทั้งรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยเห็นได้จากจำนวนนักวิจัย และพัฒนา และงบ ลงทุนด้านนี้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุด ให้กับลูกค้าซึ่งจะส่งผลให้รักษาความเป็นผู้นำ และเติบโตอย่างมั่นคงต่อไป เครือฯ (SCG) กำหนดนโยบายให้ทุกธุรกิจพัฒนาสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขัน ด้านราคาส่งผลให้มีสินค้าและบริการใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เครือฯ (SCG) ยังคิดค้นนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสภาพแวดล้อมและสังคมให้เติบโตร่วมกัน อย่างยั่งยืน การสร้างนวัตกรรมของเครือฯ (SCG) ไม่ได้เพียงเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่สามารถแข่งขันได้ในปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังมองถึงความต้องการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อ ตอบสนองรูปแบบชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปสร้างสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นและ รองรับกฎเกณฑ์ทางการค้าต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นด้วยการลงทุนด้านการพัฒนาเทคโนโลยี อาทิ ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการจัดทำ Technology roadmap เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการเติบโตในระยะยาว

อุดมการณ์

ดำเนินธุรกิจที่ดีจะต้องเป็นไปตามครรลองแห่งความถูกต้องและเป็นธรรม ดังนั้น คณะ กรรมการเครือฯ และพนักงานทุกระดับจึงยึดถือและปฏิบัติตามอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจ คือ

1. ตั้งมั่นในความเป็นธรรม ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเครือฯ ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้สินค้า ผู้ถือหุ้น หุ่นส่วนธุรกิจ ผู้ที่ดำเนินธุรกิจด้วย หรือพนักงาน จะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม ขณะ ประกอบธุรกิจ หรือทำงานร่วมกับเครือฯ

2. เชื่อมั่นในคุณค่าของคน ให้ความสำคัญต่อคุณค่าของพนักงาน และถือว่าเขาเหล่านั้นคือสมบัติที่มีค่าที่สุด พยายามคัดสรรบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และมีคุณธรรมเข้ามาร่วมงาน ให้การฝึกฝน พัฒนา และดูแลอย่างดี ด้วยสวัสดิการ และผลตอบแทนตามสมควร

3. มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ มุ่งกระทำการทุกอย่าง ด้วยความตั้งใจให้เกิดผลในทางที่ดีกว่าเสมอโดยมุ่งมั่นที่จะประกอบธุรกิจอย่างดียิ่งเยี่ยม เพิ่มความสามารถ ขณะเดียวกันก็พยายามหาแนวทาง การพัฒนาสู่ความเป็นเลิศ อยู่ตลอดเวลา และอย่างต่อเนื่อง

4. ถ่อมมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม ตั้งเจตนารมณ์ไว้ว่า จะดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหน้าที่ และความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อประเทศชาติและสังคมส่วนรวมเป็นสำคัญจะประพฤติตนเป็นพลเมืองดีทำประโยชน์ให้แก่สังคม และทุกชุมชนที่เครือข่าย ดำเนินธุรกิจอยู่

อุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจทั้ง 4 ประการนี้สามารถสรุปรวมได้ว่าเครือข่ายซิเมนต์ไทย (เอสซีจี) ยึดมั่นใน "คุณภาพและเป็นธรรม"

บริษัท ทูริวิชั่นส์ จำกัด (มหาชน)

ที่อยู่ สำนักงานใหญ่ 118/1 อาคารทิปโก้ ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท
กรุงเทพฯ 10400

ประวัติ

บริษัท ทูริวิชั่นส์ จำกัด (มหาชน) (ทูริวิชั่นส์) (หรือชื่อเดิม คือ บมจ. ยูไนเต็ด บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (ยูบีซี)) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2541 จากการรวมกิจการระหว่าง บมจ. อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (ไอบีซี) ซึ่งเป็นชื่อเดิมก่อนการรวมกิจการในปี 2541 และ บริษัท ยูบีซี เคเบิล เน็ตเวิร์ค จำกัด (มหาชน) (ยูบีซี เคเบิล) (เดิม คือ บมจ. ยูทีวี เคเบิล เน็ตเวิร์ค (ยูทีวี) ซึ่งเป็นชื่อเดิมก่อนการรวมกิจการในปี 2541) เป็นการรวมจุดแข็งของผู้ให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกชั้นนำของประเทศไทยเข้าด้วยกัน อันนำไปสู่การปรับปรุงรูปแบบการให้บริการแก่สมาชิกโดยทูริวิชั่นส์มุ่งมั่นที่จะนำเสนอรายการชั้นนำและคุณภาพที่สร้างความประทับใจสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ด้วยเทคโนโลยีอันทันสมัย โดยอาศัยโครงข่ายการให้บริการหลากหลายรูปแบบ ภายใต้จิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาวแก่ผู้ถือหุ้น

ทูริวิชั่นส์เป็นผู้นำธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกในประเทศไทย และจัดอยู่ในระดับแนวหน้าทางด้านธุรกิจสื่อบันเทิง โดยการนำเสนอความบันเทิงหลากหลายด้วยช่องรายการชั้นนำทั้งจากในประเทศและต่างประเทศผ่านดาวเทียมในระบบดิจิตอลตรงสู่บ้านสมาชิก และผ่านโครงข่ายผสมระหว่างเคเบิลใยแก้วนำแสง และเคเบิล coaxial ระบบดิจิตอลที่มีประสิทธิภาพสู่สมาชิกซึ่งเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ด้วยความมุ่งมั่นที่จะให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

ทูริวิชั่นส์ เกิดจากการรวมกิจการเมื่อปี พ.ศ. 2541 ระหว่างไอบีซี และยูทีวี ดำเนินธุรกิจภายใต้สัญญาสัมปทาน 25 ปีที่ได้รับจากองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) สัญญาสัมปทานดังกล่าวเป็นสัญญาประเภท “สร้าง โอนกรรมสิทธิ์และดำเนินงาน (Build-Transfer-Operate)” โดยบริษัทจะเป็นผู้ลงทุนในเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ แล้วโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินเหล่านั้นให้แก่ อ.ส.ม.ท. แต่บริษัทยังคงมีสิทธิในการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินตลอดอายุสัมปทาน สัญญาดังกล่าวเดิมมีอายุ 20 ปี เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2532 ต่อมาได้ขยายระยะเวลาเป็น 25 ปี โดยจะหมดอายุในเดือนกันยายน พ.ศ. 2557 บริษัทได้เปิดให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกเป็นแห่งแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในกรุงเทพมหานคร เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2532 โดยแพร่ภาพในระบบ MMDS และได้เข้าจด

ทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2537 ด้วยทุนจดทะเบียน 180 ล้านบาท

ทรูวิชั่นส์เริ่มต้นขยายบริการไปยังเมืองใหญ่ๆ ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2537 โดยการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมไทยคม 1 ซึ่งดาวเทียมจะทำหน้าที่ถ่ายทอดสัญญาณไปยังเครื่องส่งสัญญาณ MMDS ในต่างจังหวัด ในปี พ.ศ. 2538 ทรูวิชั่นส์ได้เริ่มให้บริการในระบบดิจิทัลผ่านดาวเทียม (DStv) โดยการส่งสัญญาณในระบบ Ku-band และใช้ระบบการบีบอัดสัญญาณ MPEGII ซึ่งทำให้บริษัทสามารถเพิ่มจำนวนช่องรายการได้มากขึ้น ปรับปรุงคุณภาพเสียงและภาพให้คมชัดยิ่งขึ้น สามารถกระจายสัญญาณให้บริการไปยังทุก ๆ พื้นที่ในประเทศไทย ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการใส่รหัสเพื่อป้องกันการลักลอบสัญญาณ ปัจจุบันการให้บริการระบบนี้ถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียมไทยคม 5 ซึ่งมีขีดความสามารถสูงกว่าเดิมมาก

บมจ. ทรู วิชั่นส์ เคเบิล (ทรูวิชั่นส์ เคเบิล) (ชื่อเดิม คือ บมจ.ยูบีซี เคเบิล เน็ตเวิร์ค (ยูบีซี เคเบิล) หรือ บมจ. ยูทีวี เคเบิล เน็ตเวิร์ค (ยูทีวี) ซึ่งเป็นชื่อเดิมก่อนการรวมกิจการในปี 2541) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2535 เพื่อให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกระบบเคเบิล (Catv) ภายใต้สัญญาสัมปทานที่ได้รับจาก อ.ส.ม.ท. ซึ่งจะหมดอายุสัญญาในเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยให้บริการทั้งระบบดิจิทัล และระบบอนาล็อกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผ่านโครงข่ายผสมระหว่างเคเบิลใยแก้วนำแสง และเคเบิล coaxial ของบริษัท ทรู มัลติมีเดีย จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เอเชีย มัลติมีเดีย จำกัด) ซึ่งปัจจุบันโครงข่ายดังกล่าวผ่านบ้านถึงประมาณ 800,000 หลังคาเรือน

กลุ่มทรูวิชั่นส์ประกอบด้วยบริษัท 9 บริษัท โดยมีทรูวิชั่นส์เป็นบริษัทแม่ สำหรับบริษัทย่อย 8 บริษัท ได้แก่ ทรูวิชั่นส์ เคเบิล บริษัท แซทเทลไลท์ เซอร์วิส จำกัด บริษัท ซินิเพล็กซ์ จำกัด บริษัท คลิก ทีวี จำกัด บริษัท ยูบีซีแฟนเทเชีย จำกัด บริษัท เรด มีเดีย จำกัด บริษัท ไอบีซี ซิมโฟนี จำกัด และบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (กัมพูชา) จำกัด ทรูวิชั่นส์ ได้ถอนหุ้นออกจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี 2549 เนื่องจาก MIH ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของทรูวิชั่นส์ได้ขายหุ้นที่ถืออยู่ทั้งหมด (ร้อยละ 30.59) ให้แก่ บริษัท เทเลคอมโฮลดิ้ง และบริษัท ทรู มัลติมีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (ทรู) ทำให้ทรู เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของทรูวิชั่นส์ และถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 98 ของบริษัท

เหตุการณ์สำคัญทรูวิชั่นส์ได้รับสัมปทานปี พ.ศ. 2532 อ.ส.ม.ท. และ ทรูวิชั่นส์ ได้ทำสัญญาร่วมกัน เพื่อดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกภายใต้สัญญาสัมปทาน โดยทรูวิชั่นส์ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกในประเทศไทยในนามของ อ.ส.ม.ท. โดยการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมไปยังทั่วทุกภูมิภาคในประเทศไทย

รายแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ปี พ.ศ. 2532 ทูริวิชั่นส์ได้ให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกเป็นรายแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยใช้ระบบ MMDS ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี พ.ศ. 2537 ทูริวิชั่นส์ (ในชื่อ ยูบีซี) ได้เข้าจดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ด้วยทุนจดทะเบียน 180 ล้านบาท

ทูริวิชั่นส์ เคเบิลได้รับสัมปทานปี พ.ศ. 2537 อ.ส.ม.ท. และ ทูริวิชั่นส์ เคเบิล ได้ทำสัญญาร่วมกันเพื่อดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก โดยทูริวิชั่นส์ เคเบิลได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกในนามของ อ.ส.ม.ท. ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด

ระบบผ่านดาวเทียม (DStv) และระบบเคเบิล (Catv) รายได้รวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2548 เพิ่มขึ้น 384 ล้านบาท หรือร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยเพิ่มจาก 7,706 ล้านบาท ในปีก่อนเป็น 8,090 ล้านบาทในปีนี้ เนื่องจากรายได้ค่าบริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.7 อันเป็นผลมาจากฐานสมาชิกเพิ่มขึ้น ทูริวิชั่นส์ เคเบิลเริ่มให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกระบบเคเบิล (Catv) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การควบรวมกิจการ (Merger) ปี พ.ศ. 2541 เกิดการรวมกิจการระหว่าง ทูริวิชั่นส์ และทูริวิชั่นส์ เคเบิล โดยทูริวิชั่นส์ซื้อธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกระบบเคเบิล ซึ่งดำเนินการโดยทูริวิชั่นส์เคเบิล ด้วยการแลกกับหุ้นจำนวนร้อยละ 49.5 ของทูริวิชั่นส์

การขายหุ้นเพิ่มทุน (Private Placement) ปี พ.ศ. 2541 ทูริวิชั่นส์ ได้ขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่สถาบันลงทุนต่างประเทศเป็นการเฉพาะเจาะจง เป็นจำนวนเงินรวมทั้งสิ้น 5,860.4 ล้านบาท ทำให้ทูริวิชั่นส์ มีเงินสดเพียงพอต่อการจ่ายชำระหนี้สินและภาระผูกพันต่างๆ อีกทั้งยังมีเงินสดสำรองเหลือเพียงพอต่อการขยายงานต่อไปด้วย

ระบบดิจิทัลเคเบิลรายแรกในประเทศไทย (The First Digital Cable Service) ปี พ.ศ. 2546 ทูริวิชั่นส์ เคเบิลเริ่มให้บริการระบบดิจิทัลเคเบิลเป็นรายแรกในประเทศไทย

อะคาเดมี แฟนเทเชีย (Academy Fantasia) ปี พ.ศ. 2547 ทูริวิชั่นส์ ผลิตรายการเรียลลิตี้เป็นรายการแรก ภายใต้ชื่ออะคาเดมี แฟนเทเชีย ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างล้นหลามจากสมาชิก

ยูบีซี แฟนเทเชีย (UBC Fantasia) ปี พ.ศ. 2548 ทูริวิชั่นส์ ได้ใช้เงินลงทุนมูลค่า 12.75 ล้านบาท ในการจัดตั้งบริษัทใหม่ ยูบีซี แฟนเทเชีย โดยทางทูริวิชั่นส์ จะถือหุ้น 51% และบริษัท เอลิโคเนีย กรุ๊ป จำกัด จะถือหุ้น 49%

การลดทุนจดทะเบียน (Decreased True Visions Capital) ปี พ.ศ. 2548 ทูริวิชั่นส์ ได้ดำเนินการลดทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วของบริษัทด้วยการลดมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 10 บาท เป็นหุ้นละ 3 บาท โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นจดทะเบียน

การถอนหุ้นออกจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน (Delisted Shares from SET) ปี พ.ศ. 2549 ทูริวิชั่นส์ ได้ถอนหุ้นออกจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สัญลักษณ์



วิสัยทัศน์

ทรูวิชั่นส์จะเป็นผู้นำการให้บริการด้านสารบันเทิง ผ่านโครงข่ายและช่องทางการให้บริการหลากหลายรูปแบบ และเมื่อธุรกิจในประเทศเติบโตและมั่นคงแล้วบริษัทจะหาโอกาสขยายไปสู่ธุรกิจที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญทั้งในประเทศไทยและภูมิภาคอินโดจีน

ภารกิจ

ทรูวิชั่นส์จะให้บริการด้วยรายการที่มีสาระและความบันเทิงที่สร้างความประทับใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ด้วยเทคโนโลยีอันทันสมัย โดยอาศัยโครงข่ายและช่องทางการให้บริการหลากหลายรูปแบบ ภายใต้จิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม อันจะมีส่วนช่วยวางรากฐานความรู้ของคนไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาวแก่บริษัทและผู้ถือหุ้น

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

ทรูวิชั่นส์เป็นผู้นำธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกในประเทศไทย และจัดอยู่ในระดับแนวหน้าทางด้านธุรกิจสื่อบันเทิง โดยการนำเสนอความบันเทิงหลากหลายด้วยช่องรายการชั้นนำทั้งจากในประเทศและต่างประเทศผ่านดาวเทียม ในระบบดิจิตอลตรงสู่บ้านสมาชิกและผ่านโครงข่ายผสมระหว่างเคเบิลใยแก้วนำแสง และเคเบิล coaxial ระบบดิจิตอลที่มีประสิทธิภาพสู่สมาชิกซึ่งเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ด้วยความมุ่งมั่นที่จะให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ที่อยู่ สำนักงานใหญ่ เลขที่ 9 ถนนรัชดาภิเษก เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ 0-2544-1000

ประวัติ

พ.ศ. 2449 - 2475

ประวัติศาสตร์หน้าแรกของธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งนับเป็นสถาบันการเงินแห่งแรกของชาวสยามนั้น เริ่มต้นขึ้นในนาม "บุคคัลลีย์" (Book Club) โดย พระเจ้าน้องยาเธอกรมหมื่นมหิศรราชหฤทัย ซึ่งขณะนั้นทรงดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพระคลังมหาสมบัติในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงตั้งพระทัยอย่างแน่วแน่ที่จะให้มีสถาบันการเงินของสยามเป็นฐานรองรับการค้าทางทะเลมาสู่ดินแดนสยามเป็นอย่างมากในยุคนั้น ในขั้นแรกจึงทรงริเริ่มดำเนินกิจการธนาคารพาณิชย์เป็นการทดลองในนาม "บุคคัลลีย์" (Book Club)

ต่อมากิจการทดลองประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงทรงมีพระบรมราชานุญาตให้ตั้งเป็นธนาคารในนาม "บริษัท แแบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด" (Siam Commercial Bank, Limited) เมื่อวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2449 ประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์อย่างเป็นทางการ นับตั้งแต่นั้นมาและได้กลายมาเป็น "ต้นแบบธนาคารไทย" โดยริเริ่มนำระบบและแนวคิดของการให้บริการรับฝากเงินออมทรัพย์ และบริการบัญชีกระแสรายวัน (Current Account) ถอนเงินโดยใช้เช็คมาให้บริการแก่ประชาชน พร้อมทั้งจัดตั้งสาขาขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และภูมิภาคต่าง ๆ นอกจากนี้ธนาคารยังมีส่วนร่วมในการก่อกำเนิดและวางรากฐานสหกรณ์การเกษตรของประเทศ

พ.ศ. 2475 - 2500

สยามประเทศต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครอง และจากสงครามโลกครั้งที่ 2 บริษัทแบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด ในขณะนั้นได้เปลี่ยนชื่อตามนโยบาย "เชื้อชาตินิยม" ของรัฐบาลที่เปลี่ยนชื่อประเทศจาก "สยาม" เป็น "ไทย" โดยเปลี่ยนมาเป็น ธนาคารไทยพาณิชย์ พร้อมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารของธนาคารใหม่ ให้ผู้บริหารชาวไทยที่มีความรู้ความสามารถ ได้ขึ้นเป็นผู้บริหารแทนที่จะเป็นชาวตะวันตกแบบเดิม โดยธนาคารยังคงยึดมั่นในนโยบายความมั่นคงของธนาคารเป็นสำคัญ และเนื่องจากธนาคารได้สั่งสมความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ด้านการเงิน ธนาคารจึงมีบทบาทในการอำนวยความสะดวก ด้านการเป็นแหล่งเงินทุน และการเป็นตัวกลางด้านการเงินระหว่าง

ประเทศ ให้กับพ่อค้า ตลอดช่วงสงคราม การให้กู้ยืมเงินเพื่อสร้างบ้าน การส่งเสริมพ่อค้าคนไทย ในการประกอบธุรกิจให้ได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งการตั้งบริษัทคลังสินค้าเพื่อสร้างความปลอดภัยในการเก็บรักษาสินค้าให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ธนาคารได้ถวายความจงรักภักดีแด่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และบำเพ็ญกุศลสาธารณประโยชน์ ด้วยการถวายผ้าพระกฐิน การสร้างตึกโรงพยาบาลให้แก่โรงพยาบาลศิริราช เป็นต้น

พ.ศ. 2500 - 2516

บทบาทของธนาคารไทยพาณิชย์ในการเป็นหนึ่งในฟันเฟืองที่ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง จนถึงยุคที่ความมั่นคงภายในประเทศเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการระงับภัยจากลัทธิคอมมิวนิสต์ ธนาคารยังคงมุ่งมั่นที่จะวางรากฐานทางการเงินการธนาคารให้แข็งแกร่ง และมั่นคงขึ้นพร้อมที่จะเป็นกำลังหล่อเลี้ยงการพัฒนาเศรษฐกิจในด้านอื่นๆ ด้วยเช่นกัน โดยธนาคารได้ปรับปรุงระบบงานของธนาคารให้ทันสมัย และมีประสิทธิภาพพร้อมให้บริการลูกค้า ทำการปรับปรุงโครงสร้างการบริหารงาน พร้อมทั้งให้ความสำคัญแก่งานด้านทรัพยากรบุคคล ด้วยธนาคารตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของบุคลากรภายในธนาคาร จึงจัดให้มีการพัฒนาพนักงานทั้งด้านการบริการ และปฏิบัติการ จัดสวัสดิการให้แก่พนักงาน รวมทั้งการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ทั้งการทำนุบำรุง และจรรโลง พระพุทธศาสนา การสนับสนุนการแพทย์ การสาธารณสุขพื้นฐาน ซึ่งบทบาทของธนาคารไทยพาณิชย์ในยุคนี้ เปรียบเสมือนต้นโพธิ์ที่ได้หยั่งรากลึก มีลำต้นที่แข็งแรงและพร้อมจะแตกกิ่งก้านสาขา เป็นไม้ใหญ่อย่างรวดเร็ว และสง่างาม

พ.ศ. 2516 - 2531

"มั่นคงด้วยรากฐาน บริการด้วยน้ำใจ" คือ คำขวัญของธนาคารที่เกิดขึ้นในยุคนี้ ซึ่งเป็นยุคที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่สำคัญอีกครั้งหนึ่งจากเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 และ 6 ตุลาคม 2519 แต่ก็เป็นยุคที่ธนาคารก้าวไปข้างหน้าอย่างแข็งแกร่งด้วยรากฐานที่มั่นคง พร้อมการปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงนานาประการ เพื่อเข้าสู่ยุคธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งการปรับปรุงโครงสร้างการบริหารการขยายเครือข่ายของธนาคาร ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยธนาคารได้นำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานด้านต่างๆ ของธนาคารทั้งที่สำนักงานใหญ่ และสาขาต่างๆ เพื่อให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว และถูกต้องแม่นยำพร้อมทั้งสร้างมิติใหม่ของการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้วยการเปิดให้บริการ Auto-matic Teller Machine (ATM) หรือเป็นที่รู้จักกันดีในขณะนั้นว่า "บริการเงินด่วน" เป็นธนาคารแรกในประเทศไทย รวมถึง การให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ (Tele-Banking) แก่ลูกค้ารายบุคคลและอินโฟแบงกิง ธนาคารเพื่อธุรกิจ (Info-Banking) แก่ลูกค้าองค์กรนอกเหนือจากการมุ่งมั่นพัฒนาเพื่อการให้บริการลูกค้าแล้วนั้น ธนาคารยังมุ่งส่งเสริมการศึกษา ด้วยการสนับสนุนทุนการศึกษา การก่อตั้ง "พิพิธภัณฑ์ธนาคารไทย ธนาคาร



"ไทยพาณิชย์" รวมทั้ง การทำนุบำรุง และจรรโลงพระพุทธศาสนา การพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชน
ร่วมอนุรักษ์ และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของประเทศ

พ.ศ. 2531 - 2540

"ยุคทองของเศรษฐกิจไทย" และ "ปัญหาเศรษฐกิจฟองสบู่" ต่างเกิดขึ้นในยุคนี้ ซึ่งเป็น
ยุคที่ธนาคาร และระบบสถาบันการเงินอื่นๆ ในประเทศต่างก็เติบโตเคียงคู่ไปกับการขยายตัว
ของระบบเศรษฐกิจ และต้องเผชิญปัญหาเมื่อประเทศเผชิญกับภาวะวิกฤตใน พ.ศ. 2540 ซึ่งใน
ยุคนี้ ผลการดำเนินงานของธนาคารในด้านต่างๆ ได้เติบโตอย่างรวดเร็ว มีการขยายธุรกิจอย่าง
รวดเร็ว มั่นคง จนได้รับการยกย่องจากนิตยสารการเงินธนาคารให้เป็น "ธนาคารแห่งปี"(Bank
of the Year) ถึง 4 ปีซ้อน คือ พ.ศ. 2532-2535 ในฐานะที่เป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีผลงานเด่น
สุดของการธนาคารพาณิชย์ไทย อย่างรอบด้าน และจากการขยายตัวของธนาคาร รวมทั้งการ
เตรียมพร้อมรองรับความเจริญในอนาคต ธนาคารจึงพิจารณาขยายที่ทำการจากชิดลมไปยัง
สำนักงานใหญ่แห่งใหม่ที่ SCB Park Plaza ในปี พ.ศ. 2539 ซึ่งอาคารสำนักงานใหญ่แห่งใหม่
ของธนาคารนับได้ว่าเป็น อาคารอัจฉริยะแห่งหนึ่งของประเทศไทย ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2540 ที่
ประเทศไทยได้เผชิญกับปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และปัญหาการขาดความเชื่อมั่นในสถาบัน
การเงินของไทย ธนาคารยังคงได้รับความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นจากลูกค้าเป็นอย่างดี โดย
ยอดเงินฝากรวมของธนาคาร (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2540) มีอัตราเติบโตสูงที่สุดในระบบ
ธนาคารพาณิชย์ ในปีเดียวกันนี้เอง ธนาคารได้ทำการเพิ่มทุนอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้เป็นไป
ตามมาตรการของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยที่การดำเนินงานของธนาคารทั้งทางด้านธุรกิจ และ
ด้านกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม ยังคงยึดมั่นในหลักการมุ่งไปที่คุณภาพ และได้ประสิทธิผลคุ้มค่า

พ.ศ. 2541 - 2542

ผลจาก "ปัญหาเศรษฐกิจฟองสบู่" ได้ส่งผลต่อเนื่องต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย แม้แต่
การดำเนินงานของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ต่างได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากสภาวะเศรษฐกิจ
ที่ซบเซาอย่างหนัก และจากการดำเนินมาตรการที่เข้มงวดตามกรอบของกองทุนการเงินระหว่าง
ประเทศ (IMF) ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้
จึงถือได้ว่ายุคนี้ เป็นยุคที่วิกฤตของธนาคาร โดยมีปริมาณสินเชื่อด้อยคุณภาพเพิ่มขึ้นตามลำดับ
ธนาคารจึงมุ่งแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น โดยการพยายามรักษาความพอเพียงของเงินกองทุน
การปรับปรุงโครงสร้างหนี้ การปรับปรุงโครงสร้างองค์กรของธนาคาร และการตัดทอนรายจ่าย
ต่างๆ ซึ่งได้รับความร่วมมือร่วมใจจากพนักงานของธนาคารอย่างยิ่ง พร้อมทั้งการแก้ปัญหาใน
ระยะยาวของธนาคาร ด้วยการเพิ่มทุนที่สำเร็จลุล่วงด้วยดี ทั้งการเสนอขายหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้น
เดิม ผู้ลงทุนในต่างประเทศ และการออกหุ้นกู้ ที่ถือเป็นการขายหุ้นเพิ่มทุนครั้งใหญ่ที่สุดของ
ไทย โดยได้รับการกล่าวถึงในฐานะ Equity Deal of the Year ในเอเชียจากวารสารการเงิน
หลายฉบับนอกจากนี้ธนาคารยังมุ่งเป็น "ธนาคารที่ดีที่สุดในประเทศ" ผ่านการปรับปรุง

โครงสร้างระบบงานต่างๆ การมีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน รวมทั้งการบริหารจัดการที่โปร่งใส และเปิดเผยได้ จึงนับได้ว่าธนาคารได้ผ่านพ้นวิกฤต และพร้อมสำหรับการก้าวไปสู่การเติบโตอย่างมั่นคงในวันข้างหน้าอย่างเต็มที่

พ.ศ. 2542 - ปัจจุบัน

"เราจะเป็นธนาคารที่ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และ สังคมเลือก" (Bank of Choice for Our Customers, Share holders, Employees and Community) คือ วิสัยทัศน์ของธนาคารในการดำเนินงานของศตวรรษใหม่ ที่มุ่งสู่การเป็นธนาคารที่ทุกคนเลือก พร้อมทั้งตระหนักถึงการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม มีการบริหารงานด้วยหลักธรรมาภิบาล ด้วยจริยธรรม ตลอดจนการทำประโยชน์คืนแก่สังคม และเพื่อให้สามารถบรรลุถึงวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ ธนาคารจึงกำหนดพันธกิจไว้อย่างชัดเจนว่า จะมุ่งพัฒนาสู่การเป็นธนาคารครบวงจรชั้นนำของประเทศ (The Premier Universal Bank) ซึ่งหมายถึง ธนาคารที่ให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ทั้งลูกค้ารายย่อย และลูกค้าธุรกิจ และเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางเศรษฐกิจและการดำเนินธุรกิจ ธนาคารจึงได้ดำเนิน "โครงการปรับปรุงธนาคาร" (Change Pro-gram) ซึ่งเป็นโครงการที่อยู่เบื้องหลังการเปลี่ยนแปลง และความสำเร็จของธนาคารรวมทั้งการพัฒนาเครือข่ายในการให้บริการอย่างครบวงจร การพัฒนาบริการใหม่ๆ และการพัฒนาบุคลากร และการดำเนินกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

สัญลักษณ์



วิสัยทัศน์

“เราจะเป็น...ธนาคารที่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และสังคมเลือก”

สำหรับลูกค้า : นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีในระดับมาตรฐานสากล

สำหรับผู้ถือหุ้น : สร้างผลตอบแทนระยะยาวที่ได้อย่างสม่ำเสมอ

สำหรับพนักงาน : รักษา ดึงดูด และสร้างความผูกพันของพนักงาน

สำหรับสังคม : ดำเนินงานอย่างมีธรรมาภิบาล และมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและ

ชุมชนอย่างเต็มที่

พันธกิจ

ธนาคารที่ให้บริการครบวงจรชั้นนำของประเทศโดยมุ่งเน้นการให้บริการในตลาดการเงิน กลุ่มลูกค้าหลักด้วยการใช้ประโยชน์อย่างสูงสุดจากเครือข่ายของกลุ่มไทยพาณิชย์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเต็มที่

ค่านิยม

1. มีคุณธรรม โปร่งใส ซื่อสัตย์ ทั้งในฐานะบุคคลและองค์กร
2. รับผิดชอบต่อ ยึดมั่นต่อคำสัญญา รับผิดชอบต่อทุกการกระทำ
3. ทำงานเป็นทีม ให้คุณค่าต่อความร่วมมือร่วมใจ เราจะแข็งแกร่งที่สุดเมื่อร่วมมือกัน

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ที่อยู่ 555 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ
โทร 0-2537-2000 โทรสาร 0-2537-3498-9

ประวัติ

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทด้านพลังงานของไทยที่แปรรูปมาจากการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ซึ่งมาจากการรวมกิจการพลังงานของรัฐทั้ง 2 องค์กร คือองค์การเชื้อเพลิงและองค์การก๊าซธรรมชาติแห่งประเทศไทย ประกอบธุรกิจก๊าซธรรมชาติและน้ำมันปิโตรเลียมครบวงจร และธุรกิจปิโตรเคมีที่เน้นการใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นหลัก รวมทั้งธุรกิจต่อเนื่องสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่ที่ 555 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 จากการสำรวจของนิตยสารฟอร์จูนในปี พ.ศ. 2553 บริษัท ปตท. ได้ถูกจัดอันดับให้เป็นบริษัทยักษ์ใหญ่อันดับที่ 155 จาก 500 ของบริษัทยักษ์ใหญ่ของโลก

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2521 ตามพระราชบัญญัติการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2521 เพื่อดำเนินธุรกิจหลักด้านปิโตรเลียมและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับปิโตรเลียม อย่างไรก็ตามภายใต้สภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นรัฐบาลได้เล็งเห็นความจำเป็นในการเพิ่มบทบาทของภาคเอกชนในกิจการพลังงาน คณะรัฐมนตรีจึงมีมติเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม พ.ศ. 2544 เห็นชอบแผนการจัดตั้งบริษัทเพื่อรองรับการแปรรูปการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย และในวันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2544 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบเรื่องการแปลงทุนเป็นทุนเรือนหุ้นของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย โดยให้จัดตั้ง บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (ปตท.) โดยให้ภาครัฐคงสัดส่วนการถือหุ้นในปตท. ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ให้ ปตท. คงสถานะเป็นบริษัทน้ำมันแห่งชาติและได้รับสิทธิพิเศษตามสถานะดังกล่าว รวมทั้งให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมกำกับดูแลในด้านนโยบายของ ปตท. จนกว่าพระราชบัญญัติบริหารวิสาหกิจแห่งชาติจะมีผลใช้บังคับ จนปัจจุบันเมื่อมีการปรับโครงสร้างหน่วยงานรัฐ ปตท. จึงมาอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงพลังงานปตท. แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้พระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 โดยได้จัดตั้งบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2544 ทั้งนี้ นับแต่วันจดทะเบียนจัดตั้งดังกล่าว ปตท. ได้รับโอนกิจการ สิทธิ หนี้ ความรับผิดชอบ สิทธิทรัพย์ และพนักงานทั้งหมดจากการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยเพื่อให้ ปตท. สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ และอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 ได้มีการตราพระราชกฤษฎีกาเมื่อ พ.ศ. 2544 ให้คงอำนาจ สิทธิ และ

ประโยชน์ของ ปตท. ตามที่การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยมีอยู่ตามพระราชบัญญัติการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2521 ทั้งนี้ โดยกำหนดให้อำนาจ สิทธิ และประโยชน์ดังกล่าว สิ้นสุดลงเมื่อ ปตท. สิ้นสภาพการเป็นรัฐวิสาหกิจ ตามกฎหมายว่าด้วยวิธีงบประมาณ และต่อมา เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550 ได้มีการประกาศพระราชกฤษฎีกากำหนดอำนาจ สิทธิ และประโยชน์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 ในราชกิจจานุเบกษา โดยเนื้อหาสาระสำคัญของพระราชกฤษฎีกาฯ ดังกล่าว เป็นการงดหรือจำกัดอำนาจ สิทธิ และประโยชน์บางประการที่ บมจ.ปตท. ได้รับตามกฎหมายว่าด้วยการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย และกำหนดให้อำนาจ สิทธิ และประโยชน์ ของ บมจ.ปตท. เช่น การสำรวจและประกาศเขตระบบขนส่งปิโตรเลียมทางท่อ การวางระบบขนส่งปิโตรเลียมทางท่อ ไปได้ เหนือ หรือข้ามที่ดินของบุคคลใดๆ ฯลฯ ตามกฎหมายว่าด้วยการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยไปเป็นของคณะกรรมการกำกับการใช้อำนาจของบริษัท ซึ่งประกอบด้วย ปลัดกระทรวงพลังงานเป็นประธาน ผู้แทนกระทรวงมหาดไทย ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา และผู้ทรงคุณวุฒิ ไม่เกิน 3 คน ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการ และมีผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและแผนพลังงานเป็นกรรมการและเลขานุการ

นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม พ.ศ. 2550 ได้มีการตราพระราชบัญญัติการประกอบกิจการพลังงาน พ.ศ. 2550 “พรบ.การประกอบกิจการพลังงาน” โดยกิจการก๊าซธรรมชาติ รวมถึงโครงข่ายระบบก๊าซธรรมชาติของ ปตท. จะอยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายฉบับนี้ และเมื่อกฎหมายนี้มีผลบังคับใช้แล้ว จะมีคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน “คณะกรรมการกำกับกิจการฯ” ซึ่งพระมหากษัตริย์ทรงแต่งตั้ง มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลการประกอบกิจการพลังงานซึ่งได้แก่ไฟฟ้าและก๊าซธรรมชาติให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกฎหมาย รวมถึงอำนาจในการกำหนดหลักเกณฑ์การกำหนดอัตราค่าบริการของผู้รับใบอนุญาต และการใช้สิทธิหรือทรัพย์สินของผู้รับใบอนุญาต ดังนั้นเมื่อ พรบ. การประกอบกิจการพลังงาน มีผลใช้บังคับเป็นกฎหมาย คณะกรรมการกำกับกิจการฯ จะเป็นผู้มีอำนาจหน้าที่ต่างๆ ซึ่งรวมถึงการเวนคืนอสังหาริมทรัพย์ และการประกาศเขตระบบโครงข่ายพลังงานในส่วนของรัฐกิจก๊าซธรรมชาติ แทนคณะกรรมการกำกับดูแลการใช้อำนาจของ ปตท. ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการกำหนดอำนาจ สิทธิ และประโยชน์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 แต่ทั้งนี้เพื่อให้การประกอบกิจการพลังงานของ ปตท. สามารถดำเนินงานได้ต่อไป ในบทเฉพาะกาลของ พรบ.ประกอบกิจการพลังงานจึงบัญญัติให้พระราชกฤษฎีกากำหนดอำนาจ สิทธิ และประโยชน์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2544 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกฤษฎีกาฯ (ฉบับที่ 2) มีผลใช้บังคับกับ ปตท. ต่อไป จนกว่า ปตท. จะได้รับใบอนุญาตตาม พรบ.การประกอบกิจการพลังงาน

ปตท.เป็นบริษัทที่ประกอบกิจการก๊าซธรรมชาติแบบครบวงจร (Integrated Gas Company) โดยดำเนินธุรกิจการสำรวจและผลิต การจัดหา การจัดจำหน่ายและการค้าระหว่าง

ประเทศสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำมันและปิโตรเคมี และมีการลงทุนในธุรกิจการกลั่นและปิโตรเคมีในประเทศ และดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 ปตท.มีการลงทุนในบริษัทต่างๆ จำนวนรวม 45 บริษัท

สัญลักษณ์



ในช่วงแรกของการก่อตั้งการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) สัญลักษณ์ที่ใช้ขณะนั้นไม่เหมือนปัจจุบัน กล่าวคือเป็นเพียงตัวอักษรย่อคำว่า “ปตท.” และ “PTT ” เท่านั้น ต่อมา ดร.ทองฉัตร หงศ์ลดารมภ์ ผู้ว่าการ ปตท. ได้มอบหมายให้คณะทำงานศิลปกรรมซึ่งขึ้นกับงานประชาสัมพันธ์ ออกแบบสัญลักษณ์ใหม่ เพื่อให้มีคุณค่าทางศิลปะและก่อประโยชน์ทางการค้าคือให้มีสีสันสะดุดตาจำง่ายและสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับองค์กร เมื่อ กลางปี พ.ศ. 2523 นายระยอง ยิ้มสะอาด พนักงาน ได้ออกแบบสัญลักษณ์ ปตท.ไว้ ทั้งสิ้น 30 - 40 แบบ ดร.ทองฉัตร ได้คัดเลือกและให้คำแนะนำเพื่อแก้ไขในรายละเอียดต่างๆ จนกระทั่งได้แบบสัญลักษณ์ที่ดีที่สุด และในช่วงซึ่งมีพลเอก เปรม ติณสูลานนท์เป็นประธาน เมื่อ ปี 2524 ได้มีการจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้ากับกระทรวงพาณิชย์ และใช้เป็นสัญลักษณ์นั้นมาตลอดจนถึงปัจจุบัน สัญลักษณ์ของ ปตท. ได้รับแรงบันดาลใจมาจาก การค้นพบแหล่งปิโตรเลียม อันเป็นทรัพยากรที่มีค่าของประเทศ ก่อให้เกิดจินตนาการเกี่ยวเนื่องถึงรูปแบบของคบเพลิงที่มีโครงสร้างแสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง อันเกิดจากการผสมผสานของพลังงาน ในรูปเปลวเพลิงของก๊าซธรรมชาติสีฟ้าสดใส ล้อมรอบหยดน้ำมัน สีน้ำเงินเข้ม รวมทั้งแสดงถึง อนุภาพของพลังงานด้วยสีแดงเพลิงภายใน

นโยบาย

ปตท. ถือว่าการบริหารคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม มีความสำคัญ และจำเป็นต่อธุรกิจ โดยมุ่งมั่นส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานในองค์กรดำเนินงานอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการพัฒนาองค์กรเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ โดยมีแนวทางยึดถือและปฏิบัติดังนี้

1. มุ่งเน้นการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ด้วยกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า
 2. ปฏิบัติตามกฎหมายในเรื่องคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องโดยถือเป็นบรรทัดฐานเบื้องต้น
 3. ถือว่าความปลอดภัยเป็นหัวใจในการปฏิบัติงาน โดยมุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยง และควบคุมความสูญเสียจากอุบัติเหตุ อัคคีภัย ทรัพย์สินเสียหาย การละเมิดระบบรักษาความปลอดภัย ตามมาตรฐานสากล
 4. ดูแลในเรื่องอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน เพื่อหลีกเลี่ยงอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ หรือการเจ็บป่วยจากการทำงาน
 5. ดำเนินกิจการโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน และรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน
- ทั้งนี้ ผู้บริหารทุกหน่วยงานมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบต่อในการดำเนินการส่งเสริม สนับสนุน และผลักดันเรื่องคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามนโยบาย และเป้าหมายที่กำหนด

มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

ที่อยู่ 326 ถนนเจ้าคำรพ แขวง/เขตป้อมปราบฯ กรุงเทพฯ 10100
โทรศัพท์ 0-2225-0020 , 0-2225-3211 , 0-2623-0544 โทรสาร 0-2226-2567

ประวัติ

อุดมการณ์แห่งมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมีรากฐานมาจากความเชื่ออันสืบเนื่องตกทอดมายาวนาน ตั้งแต่โบราณกาลของชาวจีน ในหลักเมตตาธรรมและแนวจริยวัตรอันประเสริฐของ หลวงปู่ไต้ฮงโจวชื่อ เมื่อนายเบ๊ ยุ่นเซียง อัญเชิญรูปจำลองของหลวงปู่ไต้ฮง ขึ้นเรือกลไฟจาก ชัวเถา ใช้เวลา 10 วัน มาถึงกรุงเทพฯ และประดิษฐานไว้ที่ร้านกระจุกุ่นเซียง แถบวัดเลียบ ชาวจีนทั้งหลายในกรุงเทพฯ ซึ่งเลื่อมใสศรัทธาได้พากันมากราบไหว้เป็นจำนวนมาก

ในเวลานั้นได้เกิดโรคระบาดขึ้นในหมู่ชาวจีนที่มาเมืองไทย ทั้งกาฬโรค อหิวาตกโรคใช้ ทรพิษ ชาวจีนจำนวนมากต่างพากันมากราบไหว้หลวงปู่ไต้ฮงขอพรให้พ้นภัยหรือหายจากโรค ร้าย สะเดาะเคราะห์ด้วยการบริจาคเสื้อผ้า เงินทอง และหีบบรรจุศพจำนวนมาก ก่อเป็น จุดเริ่มต้นของการบำเพ็ญกุศลตามแนวจริยวัตรของหลวงปู่ไต้ฮง นอกจากนี้ยังมีการเรียไร้เงิน เพื่อทำปาชาสาธารณะสำหรับผู้ป่วยไร้ญาติ

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2452 มีพ่อค้าชาวจีน 12 คน นำโดยพระยาอนุวัตรราชนิยมได้จัดตั้ง "คณะเก็บศพไต้ฮง" จ้างพนักงานนำโลงกับเครื่องนุ่งห่มสำหรับศพไปหามศพและจัดการฝังศพ ซึ่งในระยะต่อมาเมื่อเศรษฐกิจฝืดเคืองลง คณะเก็บศพไต้ฮงกึ่งนี้ยังได้รับพระราชทานเงินอุดหนุนจากพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ปีละ 2,000 บาทต่อมาได้มีการจัดซื้อที่ดินถนนพลับพลาไชย เพื่อเป็นที่ตั้งศาลเจ้าป่อเต็กตึ๊ง ซึ่งสร้างตามสถาปัตยกรรมจีน ตอนใต้ อัญเชิญพระรูปจำลองที่นายเบ๊ ชุงเซียง อัญเชิญมาจากประเทศจีน มาประดิษฐานไว้ เป็นพระประธาน

ในปี พ.ศ. 2480 คณะเก็บศพไต้ฮงกึ่งได้ขออนุญาตจัดตั้งเป็นมูลนิธิฮั่วเคี้ยวป่อเต็กเซียงตั้งเป็นมูลนิธิลำดับที่ 11 ของประเทศสยาม ดำเนินกิจกรรมสังคมสงเคราะห์ช่วยเหลือประชาชนอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง ยังคงมุ่งเน้นการช่วยเหลือบรรเทาที่ตรงจุดทันที ทันเหตุการณ์ โดยไม่คำนึงถึงเชื้อชาติ ศาสนาเพิ่มพูนประสิทธิภาพการทำงานเพื่อช่วยเหลือประชาชนได้ครบวงจร คือ เกิด แก่ เจ็บ ตาย รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยมีงานดังนี้

1. การกักกันและบรรเทาสาธารณภัย
2. การเก็บศพไร้ญาติและฌาปนกิจ
3. งานสวัสดิการสังคม และ สังคมสงเคราะห์ เช่น ทิ้งกระจาด

4. งานด้านการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพ ได้แก่ การสร้างโรงพยาบาลหัวเฉียว
หน่วยแพทย์สงเคราะห์ชุมชน ศูนย์การแพทย์ไทย-จีน

5. งานด้านทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ การสร้างมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ณ วันนี้ มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ยังคงทุ่มเทพลังอย่างเต็มที่ ในการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์
โดยไม่เลือกเชื้อชาติ และแบ่งเบาภาระของทางราชการต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด.

สัญลักษณ์



มูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมีพัฒนาการและผลงานชัดเจนต่อเนื่องตลอดระยะเวลาจากอดีตถึง
ปัจจุบัน เป็นที่ยอมรับของสาธารณชนว่าเป็นองค์กรการกุศลชั้นนำ ครอบคลุมวงจรชีวิตทั้งเกิด
แก่ เจ็บ ตาย นั้นเรามีอุดมการณ์โดยยึดหลักสัญลักษณ์ที่อ่านว่า "เสียง" เป็นหลักคำนี้แปลได้
หลายอย่างความเก่งกล้าก็ได้ ความชำนาญเชี่ยวชาญก็ได้ ความคุ้นเคยก็ได้ใจดีก็เรียกเชิงขมิ
แต่เอาอย่างตรงตัวง่าย "เสียง" ก็คือ "ทำบุญกุศล"

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ที่อยู่ สำนักงานใหญ่เลขที่ 52/183 ถนนรามคำแหง หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240
โทรศัพท์ 0-2713-8000

ประวัติ

แอมเวย์ ประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2530 สำนักงานใหญ่แห่งแรก ตั้งอยู่บนถนนเพชรบุรีตัดใหม่ คลองตัน กรุงเทพมหานคร ด้วยพื้นที่ 700 ตารางเมตร พร้อมพนักงานเพียง 10 คน โดยมีผลิตภัณฑ์แอมเวย์เข้าสู่ตลาดเมืองไทยเพียง 7 ชนิดเท่านั้น ด้วยความเจริญเติบโตขององค์กร ในปี 2535 แอมเวย์ได้ย้ายสำนักงานใหญ่มายังถนนรามคำแหง และขยายพื้นที่สำนักงานและพื้นที่ให้บริการรวมกว่า 9,440 ตารางเมตร

ตลอดระยะเวลาที่ดำเนินกิจการมาแอมเวย์ประเทศไทยเจริญก้าวหน้าอย่างน่าภาคภูมิใจ ด้วยความกระตือรือร้นและความขยันขันแข็งของนักธุรกิจแอมเวย์ทั่วประเทศ และการสนับสนุนด้วยผลิตภัณฑ์อันทรงคุณภาพจากสำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ในสหรัฐอเมริกา

แอมเวย์ประเทศไทยเริ่มต้นกิจการในปี 2530 ด้วยยอดจำหน่ายปีแรกเพียง 61 ล้านบาท และได้พัฒนาเรื่อยมาจนปัจจุบันมียอดจำหน่ายต่อปีสูงถึงกว่า 9 พันล้านบาท มีผลิตภัณฑ์จำหน่ายแบบบุคคลต่อบุคคลมากกว่า 100 ชนิด รวมกว่า 500 รายการ จ่ายผลตอบแทนแก่นักธุรกิจแอมเวย์ทั่วประเทศมากกว่า 22,540 ล้านบาทในระยะเวลา 19 ปีที่ผ่านมา มีคลังสินค้าและแอมเวย์ ซ็อบ รวม 40 แห่งทั่วประเทศ มีการเพิ่มศักยภาพการให้บริการนักธุรกิจและสมาชิกแอมเวย์ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ การสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต และระบบตอบรับอัตโนมัติ มีนักธุรกิจแอมเวย์ที่ต่ออายุสมาชิกภาพอย่างต่อเนื่องกว่า 300,000 รหัส มีสมาชิกผู้ซื้อสินค้าใช้และต่ออายุสมาชิกภาพอย่างต่อเนื่องอีก 440,000 รหัส ชำระภาษีคืนแก่รัฐบาลอย่างถูกต้องตลอด 19 ปีที่ผ่านมา มากกว่า 13,283 ล้านบาท

หลังจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ. 2545 บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ดำเนินการจดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และได้รับการรับรองทะเบียนตามหนังสือ สคบ. ลงวันที่ 27 กันยายน พ.ศ. 2545 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

แอมเวย์ดำเนินธุรกิจขายตรงอย่างมีจรรยาบรรณ ถูกต้องตามกฎหมายทุกประการ ด้วยแผนธุรกิจที่ยุติธรรมและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมการขายตรงไทยหรือ TDSA : Thai Direct Selling Association ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาพันธ์การขายตรงโลก WFDSA : World Federation Direct Selling

Associations มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 เพื่อร่วมกันกับสมาชิกของสมาคมการขายตรงไทยอื่นๆ พัฒนาธุรกิจขายตรงให้เติบโตอย่างมีศักยภาพ

สัญลักษณ์

Amway

ครอบครัวของผู้สถาปนาแอมเวย์มีความเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่า สิ่งสำคัญสำหรับทุกคนในแอมเวย์ ควรต้องเข้าใจใน “ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ” นี้ ด้วยจิตสำนึกและตระหนักถึงหลักการพื้นฐานสำคัญรวมไปถึงคุณค่าแห่งชีวิต เพื่อให้ทั้งพนักงานและนักธุรกิจแอมเวย์สามารถร่วมมือกันปฏิบัติภารกิจได้เต็มกำลังในฐานะหุ้นส่วนทางธุรกิจอย่างแท้จริง จากนั้นความสำเร็จจะเกิดขึ้นกับทุกคนทั้งในวันนี้และอนาคต

วิสัยทัศน์

แอมเวย์... เพื่อคุณ เพื่อชีวิตที่มีคุณค่า

ปณิธาน

เรามอบโอกาสแห่งความสำเร็จตามเป้าหมายของชีวิตให้แก่ผู้คน ด้วยแผนธุรกิจของแอมเวย์ ด้วยการเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจร่วมกันระหว่างนักธุรกิจแอมเวย์ พนักงานและครอบครัวของผู้สถาปนา โดยการสนับสนุนด้วยสินค้าคุณภาพดีที่สุดในราคาที่บริการอันเยี่ยมไปด้วยคุณภาพ

หลักการพื้นฐานสำคัญของสองผู้สถาปนา

ริช เดอไวส์ และเจย์ แวน แอนเดล สร้างธุรกิจแอมเวย์ขึ้นจากหลักการของ อิสรภาพ ครอบครัว ความหวัง และรางวัล ซึ่งทั้งสองท่านและครอบครัวต่างเชื่อมั่นว่าเป็นองค์ประกอบของรากฐานที่มั่นคงสำหรับชีวิตที่มีความหมาย

“... ทุกวันนี้เราสูญเสียอิสรภาพโดยที่เราไม่รู้ตัว เข้างาน 9 โมงเช้า เลิกงาน 5 โมงเย็น ตอกบัตรทุกวัน ห้ามลาเกิน 7 วัน มีตำแหน่งงานสูงๆ รับเงินเดือนมากมายแต่ไปฉลอง

วันเกิดลูกไม่ได้ การที่จะได้มาซึ่งความมั่นคงของชีวิต จำเป็นด้วยหรือที่ต้องแลกด้วยอิสรภาพ อิสรภาพ คือสถานภาพด้านหนึ่งของชีวิต”

“... ครอบครัวเป็นโรงเรียนแห่งแรก ...เป็นสวนสนุกที่เราหัวเราะด้วยกัน ... เป็นศาลาคณะ เสร้าให้ระบายความทุกข์ ...เป็นที่พักยามหมดแรง... จึงไม่ผิดที่จะพูดว่า เราอยู่ไม่ได้ถ้าปราศจากครอบครัว ครอบครัว คือโครงสร้างหลักในสังคมที่ปมเพาะชีวิต”

“.... ความหวังทำให้ทหารใกล้แพ้มีแรงต่อสู้จนชนะ.... ทำให้คนป่วยหนักมีกำลังต่อสู้โรคร้ายจนหายขาด.... ทำให้คนเราทุกคนเดินไปสู่จุดหมายของชีวิตได้ตามฝัน.... ความหวังไม่มีรูปร่าง ไม่มีตัวตน แต่มีพลัง จนเรานึกไม่ถึง ความหวัง เป็นพลังที่ช่วยผลักดัน”

“... คนเราปฏิเสธไม่ได้ว่า เมื่อทำอะไรซักอย่าง ย่อมหวังสิ่งตอบแทนเป็นรางวัล เมื่อเราให้ ...เราก็มองที่จะได้รับรอยยิ้มกลับมา เมื่อเราทุ่มเท ...เราก็มองความสำเร็จเป็นรางวัล รางวัลอาจไม่ต้องเป็นวัตถุมีค่า แต่เป็นสิ่งที่ทำให้เราเห็นคุณค่าของตัวเอง รางวัล ครอบคลุมทั้งผู้ให้และผู้รับ”

ประเภทธุรกิจ ธุรกิจขายตรงจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคด้วยระบบการตลาดหลายชั้น โดยเน้นธุรกิจด้านการค้าปลีก แอมเวย์เป็นหนึ่งในสมาชิกสมาคมการขายตรง(ไทย)ตั้งแต่ปี 2531 บริษัทมีเจตนารมณ์และมุ่งมั่นในอันที่จะจรรโลงธุรกิจขายตรงที่มีคุณธรรม โดยได้ร่วมสนับสนุนอย่างจริงจังในการปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณธุรกิจขายตรงโลก ซึ่งบัญญัติขึ้นโดยสมาพันธ์การขายตรงแห่งโลกร่วมกับสมาคมการขายตรงในแต่ละประเทศทั่วโลก

สภาภาษาไทย

ที่อยู่ 1873 สำนักงานกลาง ถ.พระราม 4 เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
เบอร์โทรศัพท์ 0-2256-4032-36 โทรสาร 0-2255-3727

ประวัติ

พระผู้พระราชทานกำเนิด เมื่อ ร.ศ. 112 (พ.ศ. 2436) มีกรณีพิพาทระหว่างประเทศสยามกับฝรั่งเศส เรื่องดินแดนฝั่งซ้ายแม่น้ำโขง ได้ทวีความรุนแรงจนถึงมีการสู้รบเป็นเหตุให้ทหารบาดเจ็บล้มตายมาก ไม่มีองค์การกุศลทำหน้าที่ช่วยเหลือพยาบาลบรรเทาทุกข์อย่างเป็นทางการเป็นล่ำเป็นสัน ท่านผู้หญิงเปลี่ยนภาสกรวงษ์ ได้ดำเนินการชักชวนและรวบรวมสตรีอาสาสมัครขึ้น และได้ทำบันทึกกราบบังคมทูลสมเด็จพระนางเจ้าสว่างวัฒนา พระบรมราชเทวี (สมเด็จพระศรีสวรินทิราบรมราชเทวี พระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า) ขอให้เพิ่มความขึ้น กราบบังคมทูล พระกรุณาขอพระราชทานพระบรมราชานุญาต ตั้ง "สภาอุณาโลมแดงแห่งชาติสยาม" ขึ้นเพื่อปฏิบัติการบรรเทาทุกข์ทหารที่บาดเจ็บ เมื่อความทราบฝ่าละอองธุลีพระบาท พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมีพระราชกระแสว่า เป็นความคิดอันดีตามแบบอย่างประเทศที่เจริญแล้ว จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชูปถัมภ์ และพระบรมราชานุญาตให้เรียไร้ได้เงินถึง 443,716 บาท ซึ่งเป็นเงินจำนวนมหาศาลในสมัยนั้น กับทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระนางเจ้าสว่างวัฒนา พระบรมราชเทวี (สมเด็จพระศรีสวรินทิราบรมราชเทวี พระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า) ทรงเป็น "สภาชนนี" สมเด็จพระนางเจ้าเสาวภาผ่องศรี พระวรราชเทวี (สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนี พันปีหลวง) ทรงเป็น "สภานายิกา" และท่านผู้หญิงเปลี่ยน ภาสกรวงษ์ เป็นเลขานุการในสภาอุณาโลมแดงนับว่าท่านผู้หญิงเปลี่ยนเป็นสตรีที่ทันสมัยมีความคิดริเริ่ม เฉลียวฉลาดมีความสามารถในด้านต่างๆ ในสมัยนั้นอย่างยิ่ง ท่านหนึ่ง อาจกล่าวได้ว่าท่านเป็นผู้ที่ริเริ่มกิจการกาชาดขึ้นเป็นคนแรกในประเทศไทย

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระราชดำริว่า เป็นความคิดที่ต้องด้วยแบบอย่างอารยประเทศที่เจริญแล้วทั้งหลาย จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้จัดตั้ง "สภาอุณาโลมแดง" ขึ้น ในวันที่ 26 เมษายน ร.ศ. 112 (พ.ศ. 2436) ซึ่งถือเป็นวันสถาปนา สภาภาษาไทย

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อทรงดำรงตำแหน่งพระยุพราชเสด็จ กลับจากการศึกษาในประเทศอังกฤษผ่านมาทางประเทศญี่ปุ่น ได้เสด็จทอดพระเนตรโรงพยาบาลของกาชาดญี่ปุ่น ทำให้ทรงพระดำริว่าถ้าได้จัดโรงพยาบาลของกาชาดขึ้นในเมืองไทย ก็จะเป็นประโยชน์แก่บ้านเมือง ฉะนั้น เมื่อ สมเด็จพระราชบิดา เสด็จสู่สวรรคาลัยพระองค์จึงได้ร่วมกับ

พระราชภราดาภคินี ทรงบริจาคทรัพย์ร่วมกับทุนของสภาอุณาโลมแดงที่มีอยู่ สร้างโรงพยาบาลขึ้นในที่ดินส่วนพระองค์ แล้วโปรดเกล้าฯ ขนานนามตามพระปรมาภิไธย พระบาทสมเด็จพระรามาธิบดีศรีสินทรมหจุฬาลงกรณ์ พระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวว่า "โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์" เพื่อเป็นอนุสรณ์ในพระราชบิดาให้โรงพยาบาลนี้เป็นของสภากาชาดสยาม เมื่อ พ.ศ. 2457 ชื่อสภาอุณาโลมแดง และสภากาชาดนี้ เรียกปะปนกันตลอดมา แต่เมื่อ พ.ศ. 2453 ชื่อสภาอุณาโลมแดงก็สูญไป คงใช้กันแต่สภากาชาดสยาม หรือสภากาชาดไทย ตามชื่อประเทศซึ่งเปลี่ยนจากสยามเป็นไทยมาจนบัดนี้

ส่วนการรับรองระหว่างประเทศ คณะกรรมการกาชาดระหว่างประเทศได้รับรองสภากาชาดไทย เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2463 และสหพันธ์สภากาชาดและสภาเสี้ยววงเดือนแดงระหว่างประเทศ (เดิมคือ สันนิบาตสภากาชาด) ได้รับเข้าเป็นสมาชิก เมื่อวันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2464

สัญลักษณ์



สภากาชาดไทย
The Thai Red Cross Society

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย สสท. (TEI) Thailand environment Institute

ที่ตั้ง 16/151 เมืองทองธานี ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
11120 โทรศัพท์ : 02-503-3333-306 โทรสาร : 02-504-4826-8

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทยเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนด้านสิ่งแวดล้อมดำเนินงานในฐานะสถาบันวิชาการอิสระ มิได้แสวงหากำไร เริ่มเปิดดำเนินการ เมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2536 ในฐานะหน่วยปฏิบัติของมูลนิธิสิ่งแวดล้อมไทย โดยมีพื้นฐานปรัชญา การทำงานที่มุ่งเน้นการทำหน้าที่เป็นแหล่งศึกษาวิจัยองค์ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมที่ทันสมัย ถูกต้องและเชื่อถือได้ นอกจากนี้เจตนารมณ์หลักของสถาบันฯ ยังมุ่งเน้นการผลักดันให้เกิดการประสานการทำงาน ร่วมกันระหว่างภาคีต่างๆ ในสังคม ซึ่งประกอบด้วยภาครัฐ เอกชน ประชาชน องค์กรพัฒนาเอกชน สื่อมวลชน ตลอดจนสถาบันทางวิชาการอื่นๆ เพื่อเชื่อมโยงสู่การอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้เกิดความสมดุล อันจะเป็นรากฐานสำคัญสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในระดับประเทศ และระดับโลก

วิสัยทัศน์

“สถาบันสิ่งแวดล้อมไทยมุ่งเป็นสถาบันที่มีความเป็นเลิศด้านสิ่งแวดล้อมเป็นแหล่งข้อมูลที่ทันสมัย เชื่อถือได้ พรั่งพร้อมด้วยบุคลากรที่มีคุณภาพสามารถริเริ่มและผลักดันการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับโลก”

ภารกิจ

ดำเนินงานวิจัยและกิจกรรมทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติให้ได้ผลงานที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพอันจะก่อให้เกิดคุณภาพการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

1. สร้างระบบสารสนเทศที่ทันสมัยและเชื่อถือได้ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและนำไปใช้ประโยชน์ได้

2. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ มีใจรักในงานที่ปฏิบัติและภาคภูมิใจในสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

3. เผยแพร่ผลงานออกสู่สาธารณชนทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ และเพื่อให้สอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบที่มีต่อสังคมไทย สถาบันฯ จะดำเนินกิจกรรมที่เสริมสร้างขีดความสามารถในงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มผู้ด้อยโอกาสของสังคม ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนจุดมุ่งหมายของประเทศที่จะแก้ไขปัญหาความยากจนในกรอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน

เครือข่ายความรู้ CSR : Knowledge Network on Corporate Social Responsibility

ความเป็นมา

Corporate Social Responsibility : CSR เป็นการแสดงถึงความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องขององค์กรในการบริหารจัดการอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ การใช้หลักธรรมาภิบาล การผลิตสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน แรงงานและความเท่าเทียมในสังคม การสร้างคุณค่าให้กับองค์กรจากการดำเนินการที่โปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบต่อการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาทางการค้า และการลงทุนเพื่อชุมชนที่องค์กรอยู่ร่วม ทั้งจากการสนับสนุนทางด้านการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น การส่งเสริมการสร้างรายได้ การศึกษา รวมถึงสุขภาพของคนในท้องถิ่นที่องค์กรอยู่ร่วมด้วย ทั้งนี้ต้องสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจที่องค์กรดำเนินการ และเน้นการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร ซึ่งนอกเหนือจากการให้บริจาคโดยโปรยเม็ดเงินลงไปสู่ชุมชนเพื่อภาพลักษณ์ขององค์กรตรงที่มีความยั่งยืนกว่า

ดังนั้นธุรกิจคงจะต้องมาให้ความสำคัญในการพิจารณาประเด็นเรื่องการพัฒนาธุรกิจควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งของธุรกิจและสังคม โดยจะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องที่สอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจและเกิดการมีส่วนร่วมของคนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง บริบทเหล่านี้เป็นกลไกภายใต้ความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งก็ตรงตามเป้าหมายและเจตนารมณ์ของคณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมไทย (Thailand Business Council for Sustainable Development - TBCSD) ในการเสริมสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมให้แก่องค์กรในภาคธุรกิจ ภายใต้แนวความคิด “การพัฒนาแบบยั่งยืน” ด้วยการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม โดยการสร้างสรรค์กิจกรรมร่วมกัน การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความคิดเห็น และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและแนวปฏิบัติทางด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมให้วงการธุรกิจและประชาชนทั่วไป

ดังนั้น เครือข่ายความรู้ CSR (Knowledge Network on CSR) จึงเกิดขึ้นเพื่อช่องทางหนึ่งที่จะทำให้บริษัท สมาชิก คณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมไทยได้มาพบกัน เพื่อนำเอาความรู้ด้าน CSR มาแลกเปลี่ยน แบ่งปันกันในกลุ่มบริษัทสมาชิก TBCSD และขยายผลไปยังองค์กรภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคการศึกษา และบุคคลทั่วไปที่สนใจ เพราะองค์กรสมาชิก TBCSD หลายบริษัทได้มีนโยบายและกิจกรรมที่แสดงออกถึงความเป็นบรรษัทภิบาลและมีความรับผิดชอบต่อสังคม และสามารถเป็นตัวอย่างให้กับบริษัทสมาชิกอื่นๆ ได้ โดยจุดเริ่มต้นของเครือข่ายความรู้ CSR เป็นเครือข่ายที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวของบริษัทสมาชิก TBCSD 7 บริษัทนำร่อง ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. เคมิคอล จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย โดยได้รับการสนับสนุนการดำเนินการจัดตั้งเว็บไซต์เครือข่ายความรู้ CSR จากสมาชิกคณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมไทย เพื่อนำผลการดำเนินงาน โครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับ CSR ของบริษัท สมาชิก คณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมไทยมาเผยแพร่ให้เป็นแบบอย่างที่ดีแก่องค์กรธุรกิจอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์ขององค์กรสมาชิก TBCSD ต่อสาธารณชน

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

1. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนหรือนำเอาความรู้มาแบ่งปันกันในหมู่สมาชิก TBCSD และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภายนอก เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ได้
2. เพื่อส่งเสริมให้เกิดกระบวนการจัดการความรู้และรักษาองค์ความรู้ด้าน CSR ที่ได้รับทั้งที่เป็นแบบ explicit และ tacit ให้คงอยู่กับองค์กร สมาชิก TBCSD
3. เผยแพร่ข้อมูลรายละเอียดของกิจกรรมด้าน CSR ของบริษัทสมาชิก TBCSD
4. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผลการดำเนินงานให้เป็นแบบอย่างที่ดีแก่องค์กรธุรกิจอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์ขององค์กร สมาชิก TBCSD ต่อสาธารณชน

ภาคผนวก ข. ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

- ชื่อ สกุล นายณัฏฐสิริฐี สิริปัญญานนกิจ (NATTHASITH SIRIPANYATHANAKIJ)
- ตำแหน่ง -อาจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์
-รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- คุณวุฒิ -นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
-นิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ประสบการณ์ในงานวิจัย
-การสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็งในเกาะเกร็ด



