

การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

The Construct Meanings, Patterns and Strategies of Corporate Social Responsibility Initiative in Kasikornbank Public Company Limited

พิทักษ์ ศิริวงศ์* และคณะ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหาและอุปสรรค รวมไปถึงการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง และการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้แทนองค์กรในส่วนกิจกรรมสัมพันธ์ ฝ่ายองค์การสัมพันธ์ สายงานบริหารยุทธศาสตร์องค์กร ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ธนาคารกสิกรไทยให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านนโยบายธนาคารดังนี้ ธนาคารได้ตระหนักในความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบต่อสังคมและพัฒนาสภาพแวดล้อมของชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยมีที่มาจากหน้าที่ผู้บริหารสูงสุดของธนาคารมีจิตสำนึกในการตอบแทนสังคมและชุมชน โดยระลึกเสมอว่าธนาคารเป็นองค์กรแสวงหากำไร ดังนั้นหากต้องการให้ธุรกิจมั่นคงแข็งแรงได้อย่างยั่งยืน ธนาคารต้องคืนกำไรให้แก่สังคมและชุมชนด้วยความจริงใจ ธนาคารใช้กลยุทธ์การดำเนินกิจกรรม CSR ตามแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) คือ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม สำหรับกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม CSR แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมตามแนวนโยบายที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการธนาคาร และการดำเนินกิจกรรมตามโครงการพิเศษ ที่ได้รับมอบหมายจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยปัญหา อุปสรรค และวิธีการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรม CSR คือ ผู้ถือหุ้นได้รับทราบข่าวสารด้านการดำเนินกิจกรรมของธนาคารน้อยเกินไป ธนาคารจึงมีแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น และมีโครงการที่จะเชิญชวนผู้ถือหุ้นมาร่วมกิจกรรมกับธนาคาร และพนักงานหลายคนไม่มีโอกาสได้ร่วมกิจกรรมกับธนาคาร รวมทั้งธนาคารได้รับความจำนงค์ในการขอรับบริจาคเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน มูลนิธิ สถาบัน และ สถานสงเคราะห์ จึงมีข้อจำกัดในการพิจารณาสนับสนุน

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี 76120 innjun@yahoo.com ร่วมกับ ขวัญฤทัย ยิ้มประเสริฐ จุฬารัตน กล้วยเครือ ณัฐพัชร์ เลิศแสงธรรม พาฝัน นุห์ อัญชลี อุ่นสุข และ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี 76120

Abstract

The purposes of this research were to study the construct of meanings, Patterns and strategies, problems and solutions of Corporate Social Responsibility Initiative in Kasikornbank Public Company Limited. Two Qualitative research methods were applied documentary study (Journals and articles) and in-depth interview with Corporate Relation Department Representative of Kasikornbank Public Company Limited and Conclude data by Descriptive Analysis.

The study results found that Kasikornbank indicates the Meaning of Corporate Social Responsibility as an important part of company's policy and value. Kasikornbank a good member of society have to take a serious responsibility to help society and community to achieve sustainable development. In present Kasikornbank stipulate patterns to operate the CSR initiatives are according to Securities and Exchange Commission (SEC) model in eight ways which are Corporate governance, Fair business with respect human rights, Fair treat to labors, Responsibility to customers, Corporation with community, Environmental conservative, Innovation from CSR and Social and environmental report. Kasikornbank has two CSR's strategies. First, CSR activities from Kasikornbank committee's policy. Second, CSR's activity as special project from Chief Executive Officer (CEO). The problems and solutions of CSR Initiatives are Shareholders less have been informed of CSR activities which Kasikornbank's approach to the problem by increasing the channels of communication with shareholders and will invite them to attend activities, Many employees couldn't participate in CSR activities and Each day Kasikornbank received a request to obtain a large number of donations from government, privates, foundations, institutions and welfare. It's limited in its support.

บทนำ

แนวความคิดเรื่องการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CRS) ริเริ่มมาจากที่ Rio Summit ได้นำประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในกระแสสังคมโลก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 (ค.ศ. 1960) ต่อมากระแสด้านสังคมก็เพิ่มขึ้นเนื่องจากเกิดปัญหาสังคม ทำให้เกิดแนวคิดเรื่อง Triples Bottom Line กล่าวคือ การบริหารจัดการที่ใส่ใจ “ผลกำไร สิ่งแวดล้อม และสังคม” ไปพร้อมๆ กัน เนื่องจากกระแสเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นประเด็นร้อน บีบให้องค์กรธุรกิจต้องหันมาใส่ใจ แต่ยังคงต้องรักษาผลกำไรขององค์กรไว้เป็นหลัก ดังนั้น การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม จึงเป็นทางออกที่ดีที่สุดที่จะประสานประโยชน์ทั้ง 3 เข้าด้วยกันได้ องค์กรธุรกิจหลายองค์กรที่มีทัศนวิสัยกว้างไกล จึงเริ่มหันมาดำเนินกิจกรรม CSR กันอย่างพร้อมหน้า (สฤณี อาชวานันทกุล 2552)

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในภาคธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยนายบัณฑิต ล่ำซำ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ธนาคารกสิกรไทย ได้กล่าวไว้ใน การปลูกภาพพิเศษในพิธีเปิดสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ว่า “นับตั้งแต่ช่วงวิกฤตเศรษฐกิจหลังการลอยตัวค่าเงินบาท

เมื่อปี 2540 เริ่มมีการพูดถึงการทำธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลกันมากขึ้น เพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์และสิทธิของผู้ถือหุ้น มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องกับผู้ถือหุ้น เพื่อให้แน่ใจว่าตัวเลขต่างๆ ของงบการเงินของบริษัทสะท้อนความเป็นไปที่แท้จริงในการดำเนินงานของบริษัท และเพื่อให้นักลงทุนมั่นใจได้ว่าจะไม่มีการทุจริตโยกย้ายทรัพย์สินของบริษัทจดทะเบียน แต่ในปัจจุบันนอกเหนือจากผู้ถือหุ้นแล้ว เริ่มมีการให้ความสำคัญกับการดูแลผลประโยชน์ของลูกค้า สิ่งแวดล้อม และสังคมตามมา” (เทปบันทึกภาพการ ปฐกฐา วันจันทร์ที่ 24 กันยายน 2550)

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจศึกษาถึงการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงอยู่ในอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศไทย (วารสารการเงินธนาคาร 2553) ผู้วิจัยจึงเห็นว่า จากการที่ธนาคารกสิกรไทยสามารถดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนานและได้รับความไว้วางใจจากผู้ใช้บริการทั่วประเทศมากกว่า 60 ปี น่าจะสืบเนื่องมาจากการที่ธนาคารให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจังเสมอมา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมายและที่มาของความหมายของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค และวิธีการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา โดยศึกษาความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรค และวิธีการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้แทนองค์กรในส่วนกิจกรรมสัมพันธ์ ฝ่ายองค์การสัมพันธ์ สายงานบริหารยุทธศาสตร์องค์กร ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม 2554

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2009 : 5) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) คือ การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับ

การใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมา บูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

2. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม ของ Kotler, Roberto and Lee (2002 : 5) กล่าวว่าไว้ว่า การตลาดเพื่อสังคมเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่น่าสนใจในการแก้ปัญหาสังคมต่างๆ ดังคำนิยามว่า การตลาดเพื่อสังคม คือ การใช้หลักการและเทคนิคทางการตลาดต่างๆ เพื่อผลักดันกลุ่มเป้าหมายกลุ่มหนึ่งให้ยอมรับ ปฏิเสธ ปรับเปลี่ยน หรือเลิกปฏิบัติพฤติกรรมหนึ่งอย่างสมัครใจ เพื่อประโยชน์ของปัจเจกบุคคล กลุ่ม หรือสังคมโดยรวม

3. แนวคิดเรื่องบรรษัทภิบาล ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2549 :3) ให้ความหมาย การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) หรือบรรษัทภิบาลไว้ว่า คือ ระบบที่จัดให้มีโครงสร้างและกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการและผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่ความเจริญเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาวโดยคำนึงถึง ผู้มีส่วนได้เสียอื่น

4. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ของ Claude Robinson และ Walter Barlow (อ้างถึงใน วิรัช สกัรัตนกุล, 2546 : 77) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงาน อันเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมของบุคคลนั้นๆ

5. แนวคิดเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ ของพระราชบัญญัติธนาคารพาณิชย์ พ.ศ. 2505 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ให้ความหมายของธนาคารพาณิชย์ว่า “ธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ และหมายรวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ด้วย” จากพระราชบัญญัติฯ สามารถกล่าวได้ว่าธนาคารพาณิชย์ประกอบด้วย 1.ธนาคารพาณิชย์ไทย และ 2.สาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้แทนองค์กรในส่วนกิจกรรมสัมพันธ์ ฝ่ายองค์การสัมพันธ์ สายงานบริหาร ยุทธศาสตร์องค์กร ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 รวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี 2551 - 2553 วารสาร บทความ และเอกสารทางวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพเพื่อให้ทราบถึงการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรค และวิธีจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

2.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้แทนองค์กรในส่วนกิจกรรมสัมพันธ์ ฝ่ายองค์การสัมพันธ์ สายงานบริหารยุทธศาสตร์องค์กร ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ แนวคำถามในการวิจัยที่ได้พัฒนาจากการทบทวนเอกสาร แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เครื่องบันทึกเสียง สมุดบันทึก ปากกา และตัวผู้วิจัยในฐานะที่เป็นเครื่องมือที่สำคัญในงานวิจัยเชิงคุณภาพ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ก่อนที่จะมีการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งเป็น 1.การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยไดมานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบของข้อมูลนั้นจะต้องตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่งได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล 2.การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร แทนการใช้ผู้วิจัยคนเดียวทั้งหมด ซึ่งจะสร้างความแน่ใจได้ดีกว่าผู้วิจัยเพียงคนเดียว 3.การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิด ทฤษฎีต่างไปจากเดิม ตีความข้อมูลแตกต่างกันได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งอาจทำได้ง่ายกว่าถ้ายังอยู่ในระดับสมมติฐานชั่วคราว (Working Hypothesis) และแนวคิดขณะลงมือตีความ สร้างข้อสรุปเหตุการณ์แต่ละอย่าง การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี เป็นการตรวจสอบที่ทำให้ยากกว่าการตรวจสอบด้านอื่นๆ 4.การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้การสังเกตควบคู่กับการซักถาม พร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งเอกสารหรือทำการซักถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญ หรืออาจซักถามผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความแน่นอนว่าข้อสรุปนั้นเที่ยงตรงตามความเป็นจริงหรือไม่ แล้วจึงแก้ไขเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรค และวิธีจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เมื่อผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์หว่า แต่ละกิจกรรมที่มีลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่องค์กรได้จัดทำขึ้น มีการให้ความหมาย ที่มาของการให้ความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรค และมีวิธีจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ อย่างไรบ้าง และเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะที่เป็นไปตามหลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่แท้จริงหรือไม่ เพื่อเป็นพื้นฐานในการวางแผนการพัฒนาารูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ต่อไป

ผลการศึกษา

การให้ความหมายและที่มาของความหมายของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

จากการศึกษาแนวนโยบายของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ธนาคารได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างยิ่ง ได้กำหนดไว้ในวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมหลักของธนาคาร ที่มีการผนวกความคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมกับการวางแผนทางธุรกิจได้อย่างกลมกลืน โดยการพัฒนาความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และนำมาปรับใช้ คิดค้นให้เกิดนวัตกรรมในเชิงธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์สูงสุด ทั้งต่อธุรกิจและสังคมไปพร้อมๆ กัน โดยในทุกๆ ปีธนาคารจะดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ที่

มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของพนักงานเครือธนาคารกสิกรไทย ตลอดจนลูกค้า สังคม และชุมชน ซึ่งธนาคารได้ให้ความสำคัญของการรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคมในความหมายของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) คือ การตระหนักในความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบต่อในการช่วยเหลือสังคม สนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ แก่ชุมชน ตลอดจนพัฒนาสภาพแวดล้อมของชุมชนและสังคมเพื่อชีวิตความป็นอยู่ที่ดีขึ้น ให้ความสำคัญและคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม โดยจัดให้มีโครงการรักษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง และจากการสัมภาษณ์ผู้แทนองค์กรที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบต่อการดำเนินกิจกรรม CSR ของธนาคารกสิกรไทย พบว่าความหมายดังกล่าวมีที่มาจากหน้าที่ของผู้บริหารสูงสุดของธนาคารมีจิตสำนึกในการที่จะตอบแทนสังคมและชุมชน โดยระลึกเสมอว่าธนาคารเป็นองค์กรแสวงหากำไร ดังนั้นหากต้องการให้ธุรกิจมั่นคงแข็งแรงได้อย่างยั่งยืน ธนาคารจะต้องคำนึงกำไรให้แก่สังคมและชุมชนด้วยความจริงใจ ดังนั้นนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่กำหนดขึ้นเพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนยึดถือปฏิบัติมาเป็นเวลาช้านาน

รูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในปี 2551 – 2553

จากการสัมภาษณ์ผู้แทนองค์กร และศึกษา ค้นคว้า เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม CSR ของธนาคารกสิกรไทย พบว่า ธนาคารเป็นหนึ่งในบริษัทจดทะเบียน ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ดังนั้นธนาคารจึงกำหนดรูปแบบการดำเนินกิจกรรมตามแนวทางของ ก.ล.ต. ดังต่อไปนี้

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
3. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
7. นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี

ธนาคารกสิกรไทยเริ่มวางระบบการกำกับดูแลกิจการมาตั้งแต่ปี 2540 ภายหลังเหตุการณ์วิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย เนื่องจากธนาคารได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยการตั้งคณะกรรมการที่มีทักษะ ประสบการณ์ และความสามารถเฉพาะด้านที่เป็นประโยชน์ต่อธนาคาร ซึ่งคณะกรรมการมีหน้าที่กำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ และนโยบายสำคัญ รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานของธนาคาร ดูแลให้มีระบบควบคุมภายในด้านกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม และดูแลให้มีการสื่อสารในเรื่องต่างๆ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสาธารณชน นอกจากนี้ คณะกรรมการยังได้กำหนดหลักการกำกับดูแลกิจการเพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนยึดถือปฏิบัติเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ตามคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดี 7 ประการคือ ความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อ

ภาระหน้าที่ ความเป็นธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ เพื่อการกำกับดูแลอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างศักยภาพในการแข่งขันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม

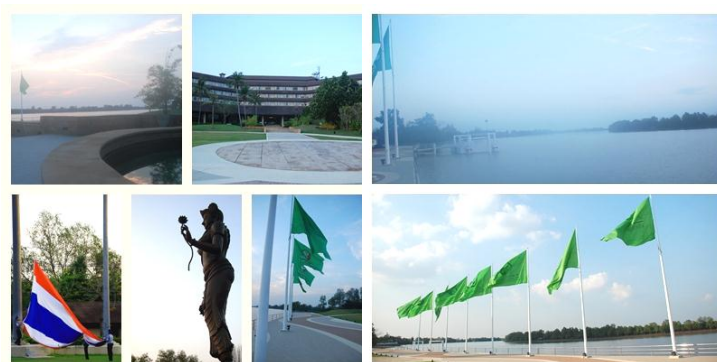
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

ธนาคารกสิกรไทยให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายใน ได้แก่ คณะกรรมการผู้ถือหุ้น พนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง เจ้าหนี้ ภาครัฐ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนชุมชน สิ่งแวดล้อม และสังคม โดยธนาคารมีช่องทางให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถติดต่อเพื่อเสนอแนะและร้องเรียนต่อคณะกรรมการโดยตรง ในกรณีที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมหรือพบเห็นการกระทำที่ไม่ถูกต้อง และธนาคารมีมาตรการด้านความคุ้มครองสิทธิผู้ให้ข้อมูลโดยรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนไว้เป็นความลับ โดยจะจำกัดเฉพาะผู้มีหน้าที่ความรับผิดชอบตรวจสอบประเด็นที่ร้องเรียนเท่านั้นที่จะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้

3. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

ธนาคารกสิกรไทยถือว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่สุดขององค์กร จึงให้ความสำคัญในด้านการดูแลสวัสดิภาพและสวัสดิการของพนักงานอย่างดีที่สุดเสมอมา ทั้งในด้านการบริหารผลตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรมและสามารถแข่งขันในตลาดแรงงานได้ อีกทั้ง ยังสนับสนุนการยกย่องชมเชยพนักงาน โดยให้รางวัลและประกาศเกียรติคุณ เพื่อสร้างขวัญกำลังใจให้พนักงานปฏิบัติตามพฤติกรรมที่ธนาคารมุ่งหวัง พร้อมทั้งให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร ธนาคารจึงจัดกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย

ศูนย์การเรียนรู้ธนาคารกสิกรไทย ตั้งอยู่ที่ริมแม่น้ำบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยในแต่ละปีจะมีพนักงานหมุนเวียนเข้ารับการเรียนรู้กว่า 10,000 คน ซึ่งนอกจากพนักงานจะได้รับความรู้จากการเข้าอบรมในหลักสูตรต่างๆ แล้ว ศูนย์การเรียนรู้ ยังเปรียบเสมือนสถานที่พักผ่อนหย่อนใจให้พนักงานได้ผ่อนคลายจากการทำงาน ภายในศูนย์จะประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทั้งสระว่ายน้ำ ฟิตเนส สนามเทนนิส สนามฟุตบอล และห้องคาราโอเกะ เป็นต้น



ภาพที่ 1 ศูนย์การเรียนรู้ธนาคารกสิกรไทย

จัดการเรียนรู้ภายในและภายนอกองค์กร โดยการเชิญผู้เชี่ยวชาญหรือวิทยากรมาจัดการเรียนรู้ให้กับพนักงานภายในองค์กร หรือมอบหมายให้พนักงานออกไปอบรมหลักสูตรที่จัดขึ้นโดยสถาบัน หรือหน่วยงานต่าง ๆ ภายนอกองค์กรได้

โครงการ E-Learning เป็นโครงการที่ธนาคารสร้างโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Learning)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนหลักสูตรและพนักงานที่ได้เรียนรู้ในปี 2553

การจัดการเรียนรู้	จำนวนหลักสูตร	จำนวนรุ่น	จำนวนพนักงานที่เข้าเรียนรู้
การเรียนรู้ภายในธนาคาร	257	833	40,452 คน
การเรียนรู้ภายนอกธนาคาร	408	N/A	1,161 คน
การเรียนรู้ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์	142	N/A	22,523 คน
รวม	807	833	64,136 คน

หมายเหตุ : พนักงาน 1 คน อาจเข้าเรียนรู้ได้หลายหลักสูตรในระหว่างปี

การเรียนรู้ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง ไม่สามารถนับเป็นรุ่นได้

ทุนการศึกษาต่อต่างประเทศ ระดับปริญญาโท ในสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ ณ สถาบันการศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และสาธารณรัฐประชาชนจีน และทุนการศึกษาระดับปริญญาโท ณ สถาบันการศึกษาในประเทศด้วย

การตรวจสอบสุขภาพประจำปี ธนาคารจัดให้มีการตรวจสอบสุขภาพพนักงานเป็นประจำทุกปี และให้พนักงานทุกคนได้รับการเอกซเรย์ปอดปีละ 1 ครั้ง

4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (ลูกค้า)

ธนาคารกสิกรไทยได้จัดทำโครงการและกิจกรรมเพื่อตอบแทนลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

โครงการส่งเสริมการจัดการที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (K SME Care)

โครงการ K SME Care เป็นการจัดการอบรมให้ความรู้ด้านกลยุทธ์ต่างๆ ในการประกอบธุรกิจ SME โดยธนาคารเริ่มจัดโครงการ K SME Care มาตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปัจจุบัน ได้มีการจัดอบรมไปแล้วทั้งหมด 14 รุ่น โดยผู้เข้ารับการอบรมจะไม่เสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด และแต่ละรุ่นนั้นจะใช้เวลาในการอบรมประมาณ 2-3 เดือน ซึ่งทางธนาคารได้เชิญวิทยากรผู้มีความรู้ความสามารถในด้านการประกอบธุรกิจ SME ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรมาให้ความรู้ เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถนำกลยุทธ์ต่างๆ ไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

ศูนย์การเรียนรู้เพื่อลูกค้าผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (K SME Care Knowledge Center)

ธนาคารกสิกรไทยมุ่งให้ความรู้แบบธุรกิจไร้ขีดจำกัด ด้วยการเปิดศูนย์การเรียนรู้สำหรับลูกค้าเอสเอ็มอีเป็นแห่งแรก ณ ชั้น 2 อาคารจามจุรีสแควร์ แหล่งความรู้เอสเอ็มอีที่สมบูรณ์ที่สุด ให้คำปรึกษาธุรกิจครบวงจร เนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกที่ถดถอย ทำให้ผู้ประกอบการต้องประสบปัญหาในการบริหารจัดการธุรกิจ ดังนั้น ธนาคารกสิกรไทยจึงก่อตั้งศูนย์การเรียนรู้เพื่อผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (K SME Care

Knowledge Center) ขึ้น ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้สำหรับลูกค้าเอสเอ็มอีที่ครบวงจรเป็นแห่งแรกของธนาคารพาณิชย์ไทย



ภาพที่ 2 ศูนย์การเรียนรู้ K SME Knowledge Center

ธนาคารร่วมกับ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด จัดรายการ SME ตีแตก

ธนาคารต้องการคืนกำไรให้แก่สังคมโดยการจัดการรายการ SME ตีแตกขึ้น โดยความร่วมมือของ บจก.เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ ในด้านการผลิตรายการ ซึ่งรูปแบบของรายการจะเป็นการให้ลูกค้าผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่ต้องการเงินทุนสมัครเข้ามาเพื่อร่วมสนุกกับทางรายการ โดยลูกค้าผู้ร่วมรายการต้องสามารถตอบคำถามคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถด้านการตลาดได้เป็นอย่างดี ว่ามีกลยุทธ์และวิธีการนำกลยุทธ์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีเป้าหมายที่จะเติบโตอย่างไร หากผู้ร่วมรายการสามารถตอบคำถามได้และคณะกรรมการเห็นถึงความเป็นไปได้ของการเติบโตทางธุรกิจจะมีการตัดสินให้ผู้ร่วมรายการได้รับเงินรางวัลพร้อมโล่เกียรติยศ SME ตีแตก ซึ่งถือว่าผู้ร่วมรายการสามารถ “ตีแตก” โจทย์ที่คณะกรรมการให้ได้สำเร็จ

จากการได้รับผลตอบรับที่ดีจากประชาชนทั่วไป ทำให้รายการ SME ตีแตก ได้รับรางวัล “รายการเกมโชว์ยอดเยี่ยมแห่งปี 2553” โดยสมาพันธ์สมาคมวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ประเภทรางวัลโทรทัศน์เกมโชว์ (งานประกาศรางวัลนาฏราช) ณ วันที่ 22 พฤษภาคม 2554



ภาพที่ 3 ภาพจากรายการ SME ตีแตก

5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม งานสัมมนาความสัมพันธ์ไทย-จีน

ธนาคารได้เริ่มดำเนินการจัดสัมมนาความสัมพันธ์ไทย-จีนขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2547 และจัดต่อเนื่องเสมอมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจระหว่างไทย-จีนให้ลึกซึ้งแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น อันจะช่วยส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติของหน่วยงานต่างๆ ในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีน มีแนวคิดและมุมมองกว้างไกล สามารถนำองค์ความรู้ ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานของตนเอง เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งงานสัมมนาจะจัดขึ้น ณ ห้องสมานฉันท์ ธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ราชบุรีบูรณะ และได้รับพระกรุณาจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จเป็นองค์ประธานงานสัมมนา ซึ่งในงานสัมมนาความสัมพันธ์ไทยจีน ครั้งที่ 8 สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินทรงเป็นประธานเปิดการสัมมนา เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2554 ในหัวข้อการสร้างพลังเศรษฐกิจการเกษตรเพื่อการพัฒนาชนบท และทรงร่วมบรรยายในหัวข้อ “การพัฒนาชนบทตามแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว”



ภาพที่ 4 งานสัมมนาความสัมพันธ์ไทย-จีน

การจัดถวายผ้ากฐิน/ผ้าพระกฐินพระราชทาน

ธนาคารให้ความสำคัญในการสนับสนุนส่งเสริมทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา มีการจัดถวายผ้าพระกฐินเป็นประจำทุกปีมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512 และยังถือปฏิบัติเป็นประจำเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ในปี 2553 ธนาคารจัดพิธีถวายผ้าพระกฐินพระราชทาน ณ วัดราชวรานุวัตร เขตราชวรานุวัตร กรุงเทพมหานคร ในวันเสาร์ที่ 6 พฤศจิกายน 2553 โดยมีคุณบรรยงค์ ลำชา ประธานกรรมการ เป็นประธานในพิธีถวายผ้าพระกฐินพระราชทาน และผู้บริหารของเครือธนาคารกสิกรไทย รวมทั้งพนักงาน พ่อค้าประชาชนเข้าร่วมถวายผ้าพระกฐิน และถวายเงินบำรุงวัดเป็นจำนวน 6 ล้านบาท เพื่อสร้างฌาปนสถาน (เมรุ) ใหม่แบบทันสมัยไร้มลภาวะ ช่อมแซมกุฏิวิหารศาลาการเปรียญ เสนาสนะอื่น ๆ ที่ชำรุดทรุดโทรม



ภาพที่ 5 พิธีถวายผ้าพระกฐินพระราชทาน

น้อมรำลึก 100 ปี สวรรคตรัชกาลที่ 5 จัดทำโครงการ “อิราขเจ้าจอมสยาม”

ธนาคารสกรไทยได้จัดทำโครงการเพื่อเทิดพระเกียรติและน้อมรำลึกในวโรกาสครบรอบ 100 ปีแห่งการเสด็จสวรรคตของรัชกาลที่ 5 โดยใช้ชื่อโครงการว่า “อิราขเจ้าจอมสยาม” หรือ “Three Siamese Lord” ขึ้น โดยจัดทำหนังสือและวีดีโอเผยแพร่พระราชประวัติอันยิ่งใหญ่ของพระมหากษัตริย์อันเป็นที่รักยิ่งของชาวไทย จำหน่ายที่ธนาคารสกรไทยทุกสาขา ในราคาชุดละ 1,005 บาท และมอบรายได้จากการจำหน่ายโดยไม่หักค่าใช้จ่ายให้แก่สภาอากาศไทย เป็นจำนวนเงิน 20 ล้านบาท



ภาพที่ 6 หนังสือและวีดีโอเผยแพร่พระราชประวัติของรัชกาลที่ 5

โครงการและกิจกรรมเพื่อสังคมด้านบรรเทาสาธารณภัย

ธนาคารสกรไทยมักมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ประสบสาธารณภัยต่างๆ อย่างต่อเนื่องตลอดมา ไม่จะเป็นการช่วยเหลือในรูปการบริจาคเงินหรือมอบอุปกรณ์ยังชีพที่ธนาคารได้จัดทำขึ้นพิเศษโดยเฉพาะ ซึ่งในปี 2553 ธนาคารได้จัดทำโครงการ “รินน้ำใจช่วยเหลือผู้ประสบภัย” โดยการร่วมบริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม 20 ล้านบาท และมอบเงิน 5 ล้านบาทเพื่อช่วยฟื้นฟูโรงเรียนที่ถูกน้ำท่วม 100 แห่ง รวมทั้งมอบข้าวสารแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม 7 จังหวัด ประกอบด้วย อุดรธานี นครสวรรค์ ลพบุรี นครราชสีมา สุราษฎร์ธานี นครราชสีมา และสงขลา จำนวนทั้งสิ้น 30,000 ถุง

สำหรับพนักงานที่ประสบภัยน้ำท่วม ธนาคารได้มอบเครื่องอุปโภคบริโภคที่จำเป็น พร้อมจัดที่พักในกรณีที่ไม่สามารถเข้าพักในบ้านได้ นอกจากนี้ ได้จัดสวัสดิการเงินกู้บรรเทาทุกข์จากอุทกภัย (เฉพาะคราว) เพื่อช่วยเหลือบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่พนักงานที่ประสบภัยน้ำท่วม นำเงินไปใช้ในการซ่อมแซมบ้านพักอาศัยของตนเอง หรือบิดามารดา คู่สมรส ที่ตนเองพักอาศัยอยู่จริง อัตราดอกเบี้ย 0% ในวงเงินไม่เกิน 100,000 บาท

โครงการ “แคมป์เยาวชนสัญจร”

ธนาคารสกรไทยได้จัด “โครงการแคมป์เยาวชนสัญจร” ขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้เด็กๆ ในพื้นที่ห่างไกลได้มีโอกาสรับการเรียนรู้ด้านกีฬา ศิลปะ และดนตรี โดยการนำทีมวิทยากรรับเชิญสาขาต่างๆ ไปจุดประกายความคิดให้กับเด็กด้อยโอกาสใน 8 จังหวัด ได้แก่ บุรีรัมย์ ประจวบคีรีขันธ์ ชัยภูมิ สุราษฎร์ธานี ลพบุรี น่าน กาญจนบุรี และ เชียงใหม่

6. การดูแลรักษาสีเขียว

โครงการ “Green at Heart คนกสิกรไทย หัวใจสีเขียว”

ธนาคารกสิกรไทยได้นำพนักงานไปร่วมโครงการ “Green at Heart คนกสิกรไทย หัวใจสีเขียว” โดยให้พนักงานได้เรียนรู้การทำน้ำหมักชีวภาพเพื่อเทลงสู่แม่น้ำเจ้าพระยา ในวันที่ 25 มิถุนายน 2554

รวมพลังจัดกิจกรรม “ห้องเรียน...ป่าชายเลน” กับ CSR Club

ธนาคารกสิกรไทยเข้าร่วมกิจกรรมกับ CSR Club ที่ธนาคารเป็นสมาชิก ในการจัดกิจกรรม “ห้องเรียน...ป่าชายเลน” ซึ่งเป็นโครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติฯ ภายใต้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน บนเส้นทาง “Zero Waste Trip” เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2553 ด้วยการร่วมลงมือลงแรงปลูกต้นไม้บนพื้นที่กว่า 18 ไร่ ที่ตำบลพังราด อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดระยอง



ภาพที่ 7 กิจกรรม “ห้องเรียน...ป่าชายเลน” กับ CSR Club

7. นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

โครงการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม

ธนาคารกสิกรไทยเน้นการสร้างอาคารที่มีความปลอดภัย มีสุขลักษณะและสภาพแวดล้อมที่ดี จึงออกแบบและติดตั้งระบบป้องกันอัคคีภัยอาคารสำนักงานใหญ่และอาคารสูงอื่นๆ ของธนาคารตามมาตรฐานโลก (National Fire Protection Association : NFPA) ระบบสำคัญภายในอาคาร ประกอบด้วย ระบบสัญญาณเตือนภัยอัตโนมัติ ระบบระงับอัคคีภัย ระบบระบายควัน ระบบอัดอากาศภายในชั้นทำการ บันไดหนีไฟ และระบบควบคุมอาคารอัตโนมัติ อีกทั้ง จัดให้มีลานจอดเฮลิคอปเตอร์บนชั้นดาดฟ้าอาคารจอดรถ เพื่อให้การหนีไฟทำได้โดยทางอากาศอีกทางหนึ่ง

ระบบสาธารณูปโภคที่ติดตั้งภายในอาคาร ได้คำนึงสุขภาพของพนักงานที่ปฏิบัติงานในอาคารเป็นสำคัญ อาทิ ระบบปรับอากาศแบบกรอง 2 ชั้น เพื่อให้อากาศภายในอาคารมีความบริสุทธิ์ ปราศจากมลพิษ ระบบแสงสว่างที่ได้ค่าความสว่างตามมาตรฐานและไม่ระคายเคืองต่อสายตา ระบบกรองน้ำดื่มโดยใช้โอโซน เพื่อให้ได้น้ำดื่มที่สะอาดได้

ด้านสภาพแวดล้อมในสังคมและชุมชน ธนาคารได้ติดตั้งเครื่องกรองโอโซนเพื่อกำจัด ควัน กลิ่นเสีย ไม่ให้รบกวนชุมชนใกล้เคียง ระบบบำบัดน้ำเสีย นอกเหนือจากช่วยบำบัดน้ำภายในอาคารที่จะทิ้งลงสู่แม่น้ำแล้ว ระบบฯ ยังมีประสิทธิภาพสูงสามารถนำน้ำที่ผ่านการบำบัดไปใช้รดน้ำต้นไม้และใช้ในระบบปรับอากาศ ซึ่งนอกจากจะช่วยรักษาสีเขียวแล้ว ยังช่วยให้ธนาคารประหยัดค่าใช้จ่ายน้ำอีกด้วย

สถาปัตยกรรมสีเขียว “Green Building” อาคารแจ้งวัฒนะ

อาคารแจ้งวัฒนะเป็นอาคารสำนักงานแห่งที่ 3 ในกลุ่มอาคารสำนักงานใหญ่ ที่จัดเป็นสถาปัตยกรรมสีเขียว ซึ่งถือว่าเป็น “ต้นแบบอาคารอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมาตรฐานโลก” เนื่องจากการออกแบบและก่อสร้างโดยยึดมาตรฐานของ LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) ซึ่งเป็นระบบการวัดระดับความเป็นอาคารสีเขียว ของ U.S. Green Building Council องค์กรทางด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อดำเนินการสนับสนุนและให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการออกแบบที่ยั่งยืน ของประเทศสหรัฐอเมริกา รวมถึงคุณสมบัติพิเศษของกระจกในเรื่อง Self-cleaning ที่ฝุ่นละอองและสิ่งสกปรกไม่สามารถจับบนผิวได้ และตัดแสงสะท้อน ไม่รบกวนสิ่งแวดล้อมรอบข้าง สำหรับการตกแต่งภายในแบบเปิดโล่ง เพื่อใช้ประโยชน์จากแสงธรรมชาติภายนอก ให้สามารถส่องผ่านเข้าถึงพื้นที่ภายในได้ ช่วยลดปริมาณการใช้แสงไฟภายในอาคาร พร้อมทั้งให้เกิดการไหลเวียนอากาศภายนอกสู่ภายใน ผสานระบบเครื่องปรับอากาศ ทำให้อาคารแห่งนี้นอกจากจะเย็นสบายแล้ว ยังลดการใช้พลังงานได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ในปี 2552 อาคารแจ้งวัฒนะยังได้รับโล่พระราชทานจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในรางวัล “สถาปัตยกรรมสีเขียวดีเด่นของไทย” (ASA Green Awards) ซึ่งจัดขึ้นโดยสมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์ และรางวัล “อาคารประหยัดพลังงานระดับดีเด่น ฉลากทอง” จากกระทรวงพลังงาน



ภาพที่ 8 อาคารสถาปัตยกรรมสีเขียว “Green Building”

โครงการ K-ATM ลดภาวะโลกร้อน

ธนาคารกรุงไทยปรับเวลาเปิด-ปิดระบบไฟฟ้าแสงสว่างของ K-Lobby 872 แห่ง และตู้เอทีเอ็มแบบตู้เดี่ยว 299 แห่ง จากเดิมเปิด 12 ชั่วโมงต่อวัน ลดเหลือ 4 ชั่วโมงต่อวัน และลดเวลาการเปิด-ปิดระบบปรับอากาศของเครื่องเอทีเอ็มจาก 18 ชั่วโมงต่อวัน เหลือ 10 ชั่วโมงต่อวัน นอกจากนี้ ธนาคารได้ลดขนาดของกระดาษสลิปให้เล็กลง และใช้กระดาษที่ย่อยสลายง่าย ทำให้สามารถลดการใช้กระดาษได้ประมาณ 30%

8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ธนาคารได้จัดทำรายงานเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยระบุรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมและงบประมาณที่ใช้ผ่านทางรายงานประจำปีทุกฉบับ

กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

จากการสัมภาษณ์ผู้แทนองค์กร พบว่า ธนาคารกสิกรไทยมีแบ่งกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. การดำเนินกิจกรรมตามแนวนโยบายที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการธนาคาร 5 ประการ ได้แก่ 1) การดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมควบคู่กับการมีส่วนร่วมดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคม 2) บุคลากรทุกระดับยึดถือจรรยาบรรณอย่างเคร่งครัดในการปฏิบัติงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 3) การดำเนินกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยครอบคลุมการดูแลผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ 4) การจัดการสภาพแวดล้อมในสถานที่ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงอาชีวอนามัยและการอำนวยความสะดวกแก่พนักงานและลูกค้า และ 5) สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสร้างสรรค์สังคมจากการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

2. ดำเนินกิจกรรมตามโครงการพิเศษ (Special Project) ที่ได้รับมอบหมายจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เช่น โครงการน้อมรำลึก 100 ปี สวรรคตรัชกาลที่ 5 “อิราขเจ้าจอมสยาม” โครงการจัดประกวดจิตรกรรมเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในวโรกาสเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา จัดทำสารคดีชุด “เสด็จประพาสต้น” ให้คนไทยชื่นชมประวัติศาสตร์ที่ทรงคุณค่า และจัดสุดยอด 2 กิจกรรมพิเศษ รวมฉลอง 60 ปี แห่งการสถาปนาสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นต้น

ทั้งนี้ธนาคารกสิกรไทยได้จัดสรรงบประมาณเพื่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมคิดเป็นร้อยละ 1 - 1.5 ของกำไรสุทธิประจำปี

ปัญหา อุปสรรค และวิธีจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

จากการสัมภาษณ์ผู้แทนองค์กร พบว่า การดำเนินกิจกรรม CSR ที่ผ่านมามีความไม่ค่อยประสบความสำเร็จหรืออุปสรรคเท่าใดนัก ซึ่งผู้แทนองค์กรได้สรุปปัญหาและอุปสรรคประการสำคัญ พร้อมทั้งแนวทางการแก้ไขไว้ 3 ข้อ คือ

1. ผู้ถือหุ้นได้รับทราบข่าวสารด้านการดำเนินกิจกรรม CSR ของธนาคารน้อยเกินไป เห็นได้จากการประชุมร่วมกับผู้บริหาร ที่ผู้ถือหุ้นมักสอบถามถึงกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งแสดงความไม่พอใจ เนื่องจากคิดว่าธนาคารใช้งบประมาณสำหรับการดำเนินกิจกรรม CSR น้อยเกินไป ธนาคารจึงมีแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยการเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น คือ การส่งข่าวสารถึงลูกค้าโดยตรง (Direct Information) รวมถึงโครงการที่จะเชิญชวนผู้ถือหุ้นมาร่วมกิจกรรม CSR กับธนาคาร เช่น การพาผู้ถือหุ้นไปร่วมปลูกปะการัง เป็นต้น

2. พนักงานธนาคารมีจิตอาสาในการเข้าร่วมโครงการ CSR ของธนาคาร แต่พบว่าพนักงานหลายคนไม่มีโอกาสได้ร่วมกิจกรรม CSR กับธนาคาร ทั้งนี้ เนื่องจากจำนวนของพนักงานที่มีมากกว่า 15,000 คนทั่วประเทศ ดังนั้นเมื่อธนาคารเปิดรับอาสาสมัครร่วมกิจกรรม CSR จึงทำให้พนักงานจำนวนมากพลาดโอกาสเข้าร่วมกิจกรรม ธนาคารแก้ปัญหาโดยการพัฒนาวีธีการสื่อสารภายในองค์กร เช่น หนังสือเวียน จดหมายข่าว การประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับพนักงาน

3. ธนาคารได้รับความจำนงค์ในการขอรับบริจาคเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน มูลนิธิ สถาบัน และสถานสงเคราะห์ จึงมีข้อจำกัดในการพิจารณาสนับสนุน ทั้งนี้ธนาคารพิจารณา

สนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมตามแนวนโยบายการดำเนินงานของธนาคาร เช่น การส่งเสริมด้านการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา ศาสนา การพัฒนาชุมชน โครงการส่งเสริมสิ่งแวดล้อมเช่น โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ เป็นต้น

แผนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

จากการสัมภาษณ์ผู้แทนองค์กร พบว่า ธนาคารกสิกรไทยมีแผนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคต ดังนี้

1. โครงการระดมทุนเพื่อซื้อเครื่องมือแพทย์ถวายแด่สมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก
2. โครงการประกวดจิตรกรรมเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งรางวัลผู้กันทอง เนื่องในโรกาสมหาสมคมเฉลิมพระชนมพรรษา 84 พรรษา 5 ธันวาคม 2554
3. กิจกรรมการแข่งขันเรือยาวมังกร 2554 ซึ่งถ้วยพระราชทาน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโรกาสมหาสมคมเฉลิมพระชนมพรรษา 84 พรรษา 5 ธันวาคม 2554

นอกจากนี้ ธนาคารยังได้วางแผนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในปี 2554 โดยตั้งงบประมาณไว้ประมาณ 20 ล้านบาทตามตารางแผนการดำเนินกิจกรรมปี 2554 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงแผนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมปี 2554

กิจกรรม/โครงการ	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1. โครงการ “เป้หนังสือให้น้อง”												
2. e-book ธีราชเจ้าจอมสยาม												
3. CD เพลงเพื่อเด็ก												
4. กิจกรรมปลูกป่า ปลูกชีวิต												
5. โครงการ “พัฒนาความสามารถในการเรียนรู้”												
6. โครงการ “จักรยานสำหรับเด็กในชนบท”												
7. โครงการ “พิมพ์หนังสือเพื่อคนตาบอด”												
8. การเยี่ยมชมนาคารและพิพิธภัณฑ์ศิลปะ												
9. กองทุนเพื่อช่วยเหลือคนไทยกรณีเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ												
10. สนับสนุนมูลนิธิกสิกรไทย												

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)” สามารถสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ดังนี้

การให้ความหมายและที่มาของความหมายของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ความรับผิดชอบต่อสังคมในความหมายของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) คือ การตระหนักในความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบต่อในการช่วยเหลือสังคม สนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์แก่ชุมชน ตลอดจนพัฒนาสภาพแวดล้อมของชุมชนและสังคมเพื่อชีวิตความป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยจัดให้มีโครงการรักษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

ความหมายดังกล่าวมีที่มาจากหน้าที่ผู้บริหารสูงสุดของธนาคารมีจิตสำนึกในการที่จะตอบแทนสังคมและชุมชน โดยระลึกเสมอว่าธนาคารเป็นองค์กรแสวงหากำไร ดังนั้นหากต้องการให้ธุรกิจมั่นคงแข็งแรงได้อย่างยั่งยืน ธนาคารจะต้องคืนกำไรให้แก่สังคมและชุมชนด้วยความจริงใจ ดังนั้นนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่กำหนดขึ้นเพื่อให้ผู้พนักงานทุกคนยึดถือปฏิบัติตั้งแต่ธนาคารยังไม่เป็นบริษัทมหาชน

รูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในปี 2551 – 2553

ธนาคารมีการกำหนดรูปแบบการดำเนินกิจกรรมตามแนวทางของ ก.ล.ต. โดยให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม 8 ด้าน คือ

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
3. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
7. นวัตกรรมและการเผยแพร่ข่าวสารจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกสิกรไทยแบ่งกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. การดำเนินกิจกรรมตามแนวนโยบายที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการธนาคาร
2. การดำเนินกิจกรรมตามโครงการพิเศษ (Special Project) ที่ได้รับมอบหมายจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ปัญหา อุปสรรค และวิธีจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ปัญหา อุปสรรค และวิธีจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรม CSR มีดังนี้

1. ผู้ถือหุ้นได้รับทราบข่าวสารด้านการดำเนินกิจกรรม CSR ของธนาคารน้อยเกินไป ธนาคารจึงมีแนวทางแก้ไขปัญหาโดยการเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น และมีโครงการที่จะเชิญชวนผู้ถือหุ้นมาร่วมกิจกรรม CSR กับธนาคาร

2. พนักงานธนาคารมีจิตอาสาในการเข้าร่วมโครงการ CSR ของธนาคาร แต่พนักงานหลายคนไม่มีโอกาสได้ร่วมกิจกรรม CSR กับธนาคาร เนื่องจากจำนวนของพนักงานที่มีมากกว่า 15,000 คนทั่วประเทศ ธนาคารแก้ปัญหาโดยการพัฒนาวิธีการสื่อสารภายในองค์กร เช่น หนังสือเวียน จดหมายข่าว การประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับพนักงานเพื่อให้มีโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น

3. ธนาคารได้รับความจำนงค์ในการขอรับบริจาคเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน มูลนิธิ สถาบัน และสถานสงเคราะห์ จึงมีข้อจำกัดในการพิจารณาสนับสนุน ทั้งนี้ธนาคารพิจารณาสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมตามแนวนโยบายการดำเนินงานของธนาคาร

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีความเห็นว่า ธนาคารกสิกรไทยได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจังและต่อเนื่องมาเป็นเวลานานแล้ว ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้แทนองค์กรที่ว่า “ธนาคารกสิกรไทยให้ความสำคัญกับการคืนกำไรให้แก่สังคมมาหลายสิบปีแล้ว ตั้งแต่ยังไม่เป็นบริษัทมหาชน” โดยผู้แทนองค์กรได้อ้างถึง “จิตสำนึก” ของผู้บริหารที่ไม่ได้ต้องการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ แต่ทำเพราะความรู้สึกรักใคร่ จึงทำให้ธนาคารไม่มุ่งเน้นการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ตามกิจกรรม CSR ตามสื่อต่างๆ ซึ่งจุดนี้เปรียบเสมือน “จุดอ่อน” ของการดำเนินธุรกิจในยุคที่มีการแข่งขันสูงเช่นนี้ โดยเฉพาะในช่วงนี้ที่กระแสของ CSR กำลังได้รับความสนใจจากสังคม จึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าหากธุรกิจใดสามารถทำให้สังคมรับรู้ได้ถึงการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ธุรกิจนั้นจะได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค ดังนั้นในปัจจุบันธนาคารจึงเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์โครงการและกิจกรรมต่างๆ เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

โดยธนาคารมุ่งเน้นการดำเนินกิจกรรม CSR ตามแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ทั้งนี้ เพราะธนาคารเป็นหนึ่งในสมาชิกของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ อีกทั้ง ทุกปี ก.ล.ต. จะกำหนดให้บริษัทจดทะเบียนต่างๆ ส่งโครงการหรือกิจกรรม CSR ที่มีการดำเนินงานติดต่อกันอย่างน้อย 5 ปี เพื่อประกวดชิงรางวัลของทาง ก.ล.ต. และธนาคารมักได้รับรางวัลในทุกๆ ปี ซึ่งรางวัลดังกล่าวช่วยสนับสนุนคำกล่าวของผู้แทนองค์กรผู้ให้สัมภาษณ์ที่ว่า “ธนาคารมีการดำเนินกิจกรรม CSR มาแล้วหลายสิบปี” ได้เป็นอย่างดี

สำหรับกลยุทธ์ที่ธนาคารใช้ในการดำเนินกิจกรรม CSR นั้น แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ การดำเนินกิจกรรมตามแนวนโยบายที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการธนาคาร และการดำเนินกิจกรรมตามโครงการพิเศษ (Special Project) ที่ได้รับมอบหมายจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ซึ่งผู้แทนองค์กรกล่าวว่า “Special Project มักจะเป็นโครงการที่เกิดจากความคิดของ CEO ที่มักถ่ายทอดความคิดของท่านออกมาเป็นโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะในช่วงวันสำคัญของประเทศชาติหรือที่เกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ไทยทั้งในอดีตและปัจจุบัน โดยแต่ละโครงการล้วนแต่ได้รับการตอบรับและตราตรึงอยู่ในความทรงจำของประชาชนทั่วไป ดังโครงการที่เพิ่งผ่านพ้นมาเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2553 ที่ธนาคารได้จัดให้มีการร่วมน้อมรำลึกถึงพระมหา

กรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เนื่องในวโรกาสครบ 100 ปีแห่งการเสด็จสู่สวรรคาลัย ซึ่งธนาคารได้จัดทำหนังสือสารคดี ‘ธิดาเจ้าจอมสยาม’ และ ‘วิธีตี สารคดีกึ่งละครโทรทัศน์’ เพื่อจำหน่ายและมอบรายได้ทั้งหมดโดยไม่หักค่าใช้จ่ายให้แก่สภาการศึกษาไทย เป็นเงินถึง 20 ล้านบาท พร้อมทั้งยังพาพนักงานกว่า 100 คนไปร่วมพิธีถวายกตเวทิตาคุณ ณ ลานพระบรมรูปทรงม้า ซึ่งพร้อมด้วยประชาชนทุกหมู่เหล่า”

ในด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กรนั้น สามารถกล่าวได้ว่า พนักงานของธนาคารกสิกรไทยมีจิตอาสาอย่างมาก โดยผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า “นอกจากกิจกรรมต่างๆ ที่ทางฝ่ายเราจัดขึ้นและเชิญชวนพนักงานไปร่วมเป็นอาสาสมัครแล้ว ในแต่ละปีทางสายงานต่างๆ ได้ส่งรายละเอียดการจัดกิจกรรม CSR ของแต่ละฝ่ายมาให้เรา โดยส่วนใหญ่เป็นการขอน้ำดื่ม เงินสนับสนุน หรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่ทางฝ่ายพอจะให้การสนับสนุนได้” ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการดำเนินกิจกรรม CSR ของธนาคารได้รับการตอบรับอย่างดีทั้งจากภายในและภายนอก สำหรับภายใน ได้แก่ พนักงาน คณะกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้น โดยเฉพาะพนักงานที่มักจะให้ความร่วมมือในการเป็นอาสาสมัครตามโครงการต่างๆ เป็นอย่างดี สังเกตได้จากการที่ทางฝ่ายต้องปิดรับอาสาสมัครหลังจากเปิดรับได้เพียงวันเดียว เพราะมีพนักงานให้ความสนใจและสมัครอย่างมาก อีกทั้งผู้ถือหุ้นที่เสนอความคิดเห็นในที่ประชุมทุกครั้งว่าต้องการให้ธนาคารให้ความสำคัญในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและเสนอแนะว่าควรเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์หรือควรจะมีโฆษณาทางสื่อต่างๆ มากกว่านี้

นอกจากนี้ สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ผู้แทนองค์กรได้กล่าวถึงระหว่างการให้สัมภาษณ์ คือ “ปัจจุบันธนาคารคิดว่าผู้บริโภคฉลาดมากขึ้น และทุกคนต้องการของดีมีคุณภาพ ลูกค้าที่มาใช้บริการก็ต้องการบริการที่ดี ผลลัพธ์ที่ดี ธนาคารคิดว่าสิ่งนี้มีความสำคัญมากกว่าการทำกิจกรรม CSR ที่มีส่วนช่วยในเรื่องการดำเนินธุรกิจได้เพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น โดยในปัจจุบันธนาคารพยายามพัฒนาระบบต่างๆ เพื่อช่วยรองรับความต้องการและอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า เช่น การให้บริการตู้ฝากเงินอัตโนมัติ และการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตที่ลูกค้าสามารถฝาก ถอน โอน ชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นต้นแต่สิ่งสำคัญที่สุดคือการที่พนักงานทุกคนสามารถทำหน้าที่ของตนเองได้อย่างสมบูรณ์ สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีอาชีพโดยยึดลูกค้าเป็น ‘จุดศูนย์กลาง (Customer Centricity)’ ตามแนวนโยบายที่ผู้บริหารธนาคารได้กำหนดให้พนักงานทุกคนยึดถือปฏิบัติเพื่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมขององค์กร กล่าวคือ ควรระลึกเสมอว่า ‘ลูกค้าต้องการสิ่งใดจากเรา’ ไม่ใช่ ‘เราต้องการสิ่งใดจากลูกค้า’ หากพนักงานทุกคนสามารถปฏิบัติได้ดังนี้ นี้แหละคือ หัวใจของการทำ CSR อย่างแท้จริง”

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)” ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลในด้านของผู้ดำเนินกิจกรรม CSR ของธนาคารเท่านั้น จึงทราบเพียงในส่วนของผู้ดำเนินกิจกรรมด้านเดียว ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไป ควรจะศึกษาถึงผลตอบรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มด้วย ทั้งผู้ที่อยู่ภายในองค์กร ได้แก่ พนักงาน คณะกรรมการ ผู้บริหารและผู้ถือหุ้น และผู้ที่อยู่นอกองค์กร ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง เจ้าหนี้ ภาครัฐ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในครั้งนี้ว่าจะสอดคล้องกันหรือไม่อย่างไร อีกทั้งยังช่วยให้ธนาคารกสิกรไทย และหน่วยงานอื่นๆ ได้ทราบถึงผลตอบรับที่อาจช่วยให้องค์กร

ได้ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของตน เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตควบคู่กับสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

- เชมิกา ทับทิมใส. “การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551.” สารนิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย. 2551.
- ณัฐชรินทร์ อภิวิชญ์ชลชาติ. “การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน).” สารนิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. 2551.
- ดุจตะวัน วิไลวงษ์. “การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมและเครื่องจักร.” สารนิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. 2551.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. บริษัทภิบาลในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ มีนาคม 2551. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 23 มิถุนายน 2554.
- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). การกำกับดูแลกิจการเครือธนาคารกสิกรไทย (Kasikorngroup Corporate Governance). กรุงเทพมหานคร : ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). 2553.
- _____. รายงานประจำปี 2551. กรุงเทพมหานคร : ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). 2552.
- _____. รายงานประจำปี 2552. กรุงเทพมหานคร : ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). 2553.
- _____. รายงานประจำปี 2553. กรุงเทพมหานคร : ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). 2554.
- _____. สารสัมพันธ์ ฉบับเดือนเมษายน 2554 ปีที่ 3 ฉบับที่ 5. กรุงเทพมหานคร : ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). 2554.
- นำชัย ทนุธรรมนิธิ. “รูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารทีเอสโก้ จำกัด (มหาชน).” สารนิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. 2551.
- บัณฑิตวิทยาลัย. “ปาฐกถาพิเศษ พิธีเปิดสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute : CSRI).” เทปบันทึกภาพปาฐกถา 24 กันยายน 2550.
- พระราชบัญญัติ การธนาคารพาณิชย์ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2522. ราชกิจจานุเบกษา มาตรา 4 ปรับปรุงล่าสุด 12 มกราคม 2553. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 23 มิถุนายน 2554.
- พรทิพย์ สัมปตดิพนธ์. การตลาดเพื่อสังคม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2540.
- ภักขิภา เกิดโมลี. “การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทไทยเพอร์ซิเดนซ์ฟูดส์ จำกัด (มหาชน).” สารนิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. 2551.
- วารสารการเงินธนาคาร. การจัดอันดับธนาคารแห่งปี ประจำปี 2553 (Bank of The Year 2010). 2553.

สฤณี อาชวานันทกุล. Triple Bottom Line แนวคิด ประโยชน์ และเครื่องมือในการประเมิน 25 กุมภาพันธ์ 2552. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 23 มิถุนายน 2554

สิทธิพร เทียงถาวร. “การให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนเป้าหมายของ บริษัทสยามกลการ จำกัด-ชุมชนไทยวน อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2552.

สำนักงานประสานงาน Green Ocean Community. ต้นแบบอาคารอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมาตรฐานโลก. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 23 มิถุนายน 2554.