

การให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

The Social Construction of Source of Meanings, and Strategies of Corporate Social
Responsibility Initiative in Bank of Ayudhya PCL.

จารุภัทร์ มังคลสุด¹

ดวงเพ็ญ เงินเมือง¹

เสาวลักษณ์ มงคลไทยศิริ¹

พิทักษ์ ศิริวงศ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีวิทยาการปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้แทนองค์กรในส่วนกลุ่มงานสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ดังนี้ 1).ให้การสนับสนุนและ/หรือบริจาคเพื่อโครงการทางด้านสังคมหรือเพื่อประโยชน์ต่อเพื่อนมนุษย์ 2).ให้การสนับสนุนและ/หรือบริจาคแก่หน่วยงานภายนอก เพื่อให้ดำเนินการแทนธนาคารในกิจกรรมเพื่อสังคมที่ธนาคารเป็นผู้ริเริ่ม โดยรูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ใช้รูปแบบแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี โดยแบ่งรูปแบบของกิจกรรมทางสังคมไว้ 7 รูปแบบ ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยามีเพียง 6 แนวทาง คือ 1).การส่งเสริมสังคมจากการทำการตลาด 2).การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม 3).การบริจาคเพื่อการกุศล 4).การอาสาช่วยเหลือชุมชน 5).การประกอบธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม 6).การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม

คำสำคัญ: ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี 76120

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี 76120

Abstract

This research aims to study the meaning, Models and strategies for social responsibility activities of Bank of Ayudhya Public Company Limited is a qualitative research (Qualitative Research) by phenomenological methodology (Phenomenology Research) collect information from the interview (In-depth Interview) organization representatives in the Group Corporate Communications and Public Relations Bank of Ayudhya Public Company Limited 10 were used in this study was the questions in the interview. Data analysis by descriptive analysis (Descriptive Analysis) to bring basic research.

The results showed that the Bank of Ayudhya The meaning of corporate social responsibility as follows 1). Provide support and / or donate to the project or for the benefit of human society 2). Provide support and / or donations to outside agencies. To represent the Bank in the Bank's CSR initiatives. The pattern of activities CSR in need of Bank of Ayudhya Public Company Limited uses the concept of social responsibility of the organization of the Phillips Collier and Nancy Lee divided form the 7 forms of social activity the results showed that a model of corporate social responsibility activities of the Bank are only 6 ways 1). Promotion of social marketing 2).Marketing aimed at solving social problems 3).Donations to the charity 4).The volunteer community 5).Doing business with social responsibility 6).Promoting awareness of social issues.

บทนำ

ปัจจุบันนี้หลายองค์กรในสังคมหันมาให้ความสนใจกับความรับผิดชอบต่อสังคมกันมากมีการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกลด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กรให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุขการบริหารองค์กรให้ก้าวหน้าและประสบผลสำเร็จนอกจากจะต้องมีความเก่งต้องมีความดีคู่ขนานไปด้วยเพราะว่าองค์กรที่ทำกำไรได้มากมายมหาศาลไม่ใช่เป็นเครื่องชี้วัดว่าองค์กรจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนในอนาคตสิ่งที่สำคัญคือความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจะทำให้องค์กรได้รับการยอมรับไม่ถูกสังคมต่อต้านและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนด้วยคุณธรรมจริยธรรมขององค์กรตระหนักถึงการให้เพื่อเป็นการคืนกำไรไปสู่สังคมในรูปแบบต่าง ๆ ตามความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น

ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทยบริษัทข้ามชาติ หรือรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรไปด้วยทำให้การดำเนินงานของธุรกิจเป็นไปอย่างสะดวกประชาชนทั่วไปเห็นความดีขององค์กรต่อชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อมสิ่งนี้คือการลงทุนอย่างหนึ่ง ซึ่งคุ้มค่าและการตลาดไม่ได้เป็นการโฆษณาแต่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมสิ่งที่ทำจะต้องไม่ขัดต่อกฎหมายต่อระเบียบ เช่น การบริจาคสิ่งของเครื่องใช้หรือเงินช่วยเหลือ การมอบทุนการศึกษา รวมไปถึงการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ด้านสังคมการศึกษาหรือศาสนา แล้วสิ่งแวดล้อมของสังคมและชุมชนนั้น ๆ แนวคิดดังกล่าวนี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในทุกภาคส่วนแล้วคือความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งในบางองค์กรที่มีความเข้มแข็ง โดยการนำกิจกรรมในเรื่องความ

รับผิดชอบต่อสังคมไปพัฒนาเป็นหลักการที่เรียกว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนซึ่งปัจจุบันมีหลายองค์กรที่ได้มีการจัดตั้งส่วนงานขึ้นเพื่อดูแลกิจกรรมนี้โดยเฉพาะ (เมธี ปิยะคุณ: 2554)

ดังที่ ฟิลิป คอตเลอร์ (2004) ให้ความหมาย CSR หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมในการปรับปรุงความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมจากการดำเนินธุรกิจรวมถึงการอุทิศทรัพยากรของบริษัทโดยสมัครใจไม่ได้ถูกควบคุมโดยกฎหมายหรือข้อบังคับใดๆก็ตามซึ่งหมายรวมถึงสภาพความเป็นอยู่ของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมเป็นกิจกรรมหลักที่ดำเนินการโดยบริษัทเพื่อสนับสนุนประเด็นทางสังคม

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีเจตนารมณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอันที่จะเกื้อกูลสังคมในทุก ๆ ด้านเพื่อตอบแทนแก่สังคมและชุมชนที่พนักงานธนาคารอาศัยอยู่และที่ธนาคารเข้าไปดำเนินธุรกิจการดำเนินกิจกรรมสังคมของธนาคารมุ่งเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของพนักงานธนาคารผ่านรูปแบบกิจกรรมอาสาสมัครเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกการรับผิดชอบต่อสังคมและแก่พนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 68 ปีของการดำเนินธุรกิจ ธนาคารได้ดำเนินกิจกรรมสังคมในโครงการที่ธนาคารริเริ่มขึ้นและสนับสนุนกิจกรรมสังคมขององค์กรสาธารณกุศล หน่วยงานภาครัฐและเอกชนการบริจาคเพื่อการกุศลต่าง ๆ ทั้งนี้ธนาคารมุ่งเน้นให้ความสำคัญกิจกรรมสังคมทางด้านการศึกษาและเยาวชนสิ่งแวดล้อมและสังคม ด้านศิลปวัฒนธรรมและศาสนา กิจกรรมสาธารณประโยชน์และกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือด้านมนุษยธรรมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา (2555)

จากเจตนารมณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจศึกษาถึงการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ซึ่งถือเป็นธนาคารพาณิชย์ไทยที่มีเงินให้สินเชื่อและเงินฝากใหญ่เป็นอันดับ 5 ของประเทศ และเป็นธนาคารที่ให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจรแก่ทั้งลูกค้าธุรกิจ และลูกค้าบุคคลที่ธนาคารดำเนินธุรกิจและมีลูกค้าใช้บริการทั่วประเทศมายาวนานกว่า 68 ปี น่าจะสืบเนื่องมาจากการที่ธนาคารให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจังเสมอมา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมายของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)” ใช้วิธีวิจัยแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology Study) เป็นแนวทางการวิจัย โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ มีขอบเขตการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาเฉพาะในส่วนกลุ่มงานสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
2. **ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก** ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้แทนองค์กรในส่วนกลุ่มงานสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
3. **ขอบเขตด้านพื้นที่** พื้นที่วิจัย คือ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
4. **ขอบเขตด้านเวลา** ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม 2556

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

หลักแนวคิดธรรมาภิบาลของ ก.ล.ต. (2556) ให้ความหมายของหลักธรรมาภิบาล (Code of Governance) ไว้ว่า ธรรมาภิบาลเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่และความร่วมมือระหว่างกันของคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการ และผู้มีส่วนได้เสีย และยังเป็นกรอบของโครงสร้าง แนวทางปฏิบัติและการติดตามการประเมินผล การดำเนินการขององค์กร เพื่อการบรรลุผลตามพันธกิจ

หลักแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ของ ฟิลิป คอตเลอร์ (ประภาดา แบ่งสันเทียะ : 2556) กล่าวว่า ธุรกิจไม่เพียงเรียกร้องแต่กำไรอย่างเดียว แต่ต้องมีส่วนสร้างโลกให้น่าอยู่ โดยมองว่า ธุรกิจที่จะมีอายุยาวนานและทรงมูลค่าในยุคโลกาภิวัตน์ที่เต็มไปด้วยความขัดแย้งในสังคมนั้นจำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสังคม

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (โสภณ พรโชคชัย :2552) กล่าวว่า การบริหารองค์กรให้ยั่งยืน ผู้บริหารจะต้องให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือ Stakeholder ต่าง ๆ เช่น การดูแลผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้น การดูแลพนักงาน ลูกค้า ชุมชน ไปจนถึงเรื่องสิ่งแวดล้อม มุ่งวางพื้นฐานด้านค่านิยม และวัฒนธรรมที่ดีภายในองค์กรอย่างจริงจัง เป็นการวางรากฐานด้านความรับผิดชอบต่อตนเองของบุคลากรในองค์กรทุกระดับชั้น โดยการปลูกฝังค่านิยมด้านศีลธรรม คุณธรรม และจริยธรรม รวมทั้งแนวทางการดำรงชีวิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอันเป็นรากฐานที่จะนำบุคลากรไปสู่พฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและเมื่อทุกคนสามารถหล่อหลอมพฤติกรรมดังกล่าวร่วมกันได้ก็จะทำให้เกิดค่านิยมร่วมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้นในองค์กร โดยค่านิยมดังกล่าวจะเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรสะท้อนพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมสู่ภายนอกได้อย่างเป็นธรรมชาติ

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ฟิลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี (Khotler and Lee 2004) แบ่งรูปแบบของกิจกรรมทางสังคมไว้ 7 รูปแบบดังนี้ 1).การส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion) 2).การตลาดเกี่ยวข้องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing) 3).การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) 4).การบริจาคตรง (Corporate Philanthropy) 5).การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) 6).การประกอบธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) 7).การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services)

แนวคิดด้านภาพลักษณ์ขององค์กร (จินตวิทย์ เกษมสุข: 2556) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ขององค์กร คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรแห่งใดแห่งหนึ่ง รวมไปถึงด้านการบริหาร การจัดการสินค้าและบริการที่องค์กรหรือบริษัทนั้นจำหน่าย โดยที่ “ภาพลักษณ์” เป็นผลรวมระหว่างข้อเท็จจริงกับการประเมินส่วนตัวซึ่งมีผลมาจากการรับรู้ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

แนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์กิจการและผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย (กัญญารัตน์ ชีระวานิชผล :2551) ได้อธิบายว่ากิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับปานกลางถึงมากที่สุด และมีระดับการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลยุทธ์กิจการในระดับปานกลางถึงมาก โดยส่วนใหญ่พบว่าการวางแผนอยู่ในระดับมากและการปฏิบัติประเมินผลอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ เวลา และความรู้ จากการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคม การบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลยุทธ์กิจการ ชื่อเสียงกิจการ และผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น ผู้ประกอบจึงควรดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลยุทธ์กิจการ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ส่งผลให้กิจการมีชื่อเสียงที่ดีและมีผลประกอบการอยู่ในระดับดีได้ นอกจากนี้รัฐบาลควรสนับสนุนด้านการเงินสำหรับกิจการที่มีการจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ลดหย่อนภาษี สนับสนุนเงินทุนในการซื้อเครื่องจักร หรือปรับปรุงระบบโรงงานเพื่อลดการทำลายสภาพแวดล้อม ให้ความรู้ และจัดตั้งหน่วยงานที่ปรึกษาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ

แนวคิดการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ :2554) ได้อธิบายว่าธนาคารกสิกรไทยให้ความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านนโยบายธนาคาร ดังนี้ ธนาคารได้ตระหนักในความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการช่วยเหลือสังคมและพัฒนาสภาพแวดล้อมของชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นหากต้องการให้ธุรกิจมั่นคงแข็งแรงได้อย่างยั่งยืน ธนาคารต้องคืนกำไรให้แก่สังคมและชุมชนด้วยความจริงใจ ธนาคารใช้กลยุทธ์การดำเนินกิจกรรม CSR ตามแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) คือ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การเผยแพร่ข่าวสารจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดทำรายงาน โดยปัญหาและอุปสรรคที่พบคือ ผู้ถือหุ้นได้รับทราบข่าวสารการดำเนินกิจกรรมของธนาคารน้อยเกินไป ธนาคารจึงมีแนวทางแก้ไขโดยการเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น มีโครงการเชิญชวนผู้ถือหุ้นมาร่วมกิจกรรมกับธนาคาร รวมทั้งธนาคารได้รับความจำเป็นในการขอรับบริจาคเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน มูลนิธิ สถาบัน และสถานสงเคราะห์ จึงมีข้อจำกัดในการพิจารณาสนับสนุน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ วิจัยวิทยาการปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology Research) ซึ่งลักษณะของวิธีวิทยานี้ มุ่งเน้นการศึกษาว่าคนเรารับหรือบรรยายเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่างๆ ที่ตนประสบได้ด้วยการวิเคราะห์ รับรู้ และความหมายของสิ่งที่เราประสบ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นความตระหนักรู้ของเรา

ประสบการณ์ที่ได้สัมผัสต้องถูกบรรยาย อธิบาย และตีความ เราจึงเกิดความเข้าใจ ประสบการณ์เดียวกันย่อมมี แก่นแท้เหมือนกัน แก่นแท้เหล่านี้ก็คือ ความหมายที่คนเข้าใจร่วมกัน ในการวิเคราะห์ นักวิจัยจะเปรียบเทียบ วิเคราะห์ประสบการณ์ของหลายๆคน เพื่อหาลักษณะร่วมกันของประสบการณ์ โดยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยโดย เก็บข้อมูลจากผู้แทนองค์กรในส่วนกลุ่มงานสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **ผู้ให้ข้อมูลหลัก** คือ ผู้แทนองค์กรในส่วนกลุ่มงานสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ ของธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 รวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี 2553-2555 วารสาร บทความ และเอกสารทางวิชาการ ต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพเพื่อให้ทราบถึงการให้ ความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหาต่างๆที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

2.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้แทนองค์กรในส่วนกลุ่มงานสื่อสาร องค์กรและประชาสัมพันธ์ ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จำนวน 10 คน โดยแบ่งเป็นระดับบริหาร 3 คน และระดับปฏิบัติการ 7 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แนวคำถามในการวิจัยที่ได้มาจากการทบทวนเอกสาร แนวคิด เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เครื่องบันทึกเสียง สมุดบันทึก ปากกา และตัวผู้วิจัยในฐานะที่เป็นเครื่องมือที่ สำคัญในงานวิจัยเชิงคุณภาพ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Triangulation) (Denzin 1970) โดย แบ่งออกเป็น 3 ประเภท

1. การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) ตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ นั้นมี ความเหมือนกันหรือไม่ซึ่งถ้าทุกแหล่งข้อมูลพบว่าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ได้มา มีความ ถูกต้อง

2. การตรวจสอบด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) ตรวจสอบจากผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลต่าง คนกันว่าได้ค้นพบที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งถ้าผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลทุกคนพบว่าข้อค้นพบที่ได้มา มี ความเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ได้มา มีความถูกต้อง

3. การตรวจสอบด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) ตรวจสอบการใช้ทฤษฎีที่หลากหลาย ว่า ข้อมูลที่ได้มาเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ถ้าพบว่าไม่ให้นำทฤษฎีใดมาใช้ได้ข้อค้นพบที่เหมือนกัน แสดงว่า ข้อมูลที่ได้มา มีความถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ได้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา เมื่อผู้วิจัยศึกษาและรวบรวมข้อมูลแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ว่าแต่ละกิจกรรมที่ธนาคารได้จัดทำขึ้น มีการให้ความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ เป็นไปตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางในการวางรูปแบบ กลยุทธ์ และการพัฒนางานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีต่อไป

ผลการศึกษา

การให้ความหมายและที่มาของความหมายของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาแนวนโยบายของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่า นโยบายด้านการสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคมรวมถึงกลยุทธ์และกิจกรรมของธนาคารมุ่งเน้นการพัฒนามาตรฐานด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมในชุมชนต่างๆทั่วประเทศ ความพยายามเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบของธนาคารเท่านั้นแต่เป็นสิ่งที่อยู่ในเจตนารมณ์ที่แท้จริง โดยยึดมั่นในหลักบรรษัทภิบาลในการกำกับดูแลกิจการและการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคมนอกเหนือจากความสามารถในการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้น

ความรับผิดชอบต่อสังคมในความหมายของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) คือ การสนับสนุน สิ่งของและ/หรือการเงิน และ/หรือจัดทำโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมโดยไม่มีวัตถุประสงค์และผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจ ซึ่งการให้การสนับสนุน บริจาค และจัดทำโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมจะทำใน 2 ลักษณะคือ

1. ให้การสนับสนุนและ/หรือบริจาคเพื่อโครงการทางด้านสังคมหรือโครงการเพื่อประโยชน์ต่อเพื่อนมนุษย์ตามคำขอของหน่วยงานภายนอก ซึ่งเป็นผู้ดำเนินกิจกรรม ได้แก่ องค์กรที่ไม่แสวงหากำไร สถาบันการศึกษา สมาคม องค์กรทางศาสนา หน่วยงานของภาครัฐ และบริษัทเอกชน

2. การสนับสนุนและ/หรือ บริจาคแก่หน่วยงานภายนอก เพื่อให้ดำเนินการแทนธนาคารในกิจกรรมเพื่อสังคมที่ธนาคารเป็นผู้ริเริ่ม โดยหน่วยงานนั้นๆจะต้องทำตามข้อกำหนดของธนาคาร ทั้งนี้การสนับสนุนและ/หรือ การบริจาค จะต้องเป็นไปตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ปรัชญาและสำนึกในการปฏิบัติงานของธนาคาร ระเบียบปฏิบัติของธนาคาร และไม่เป็นการเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับการให้สินบน หรือเป็นการกระทำเพื่อรับอิทธิพลจากผู้มีอำนาจตัดสินใจขององค์กร ผู้รับการสนับสนุนหรือบริจาคตนั้น ซึ่งอาจจะนำไปสู่ช่องทางการทุจริตคอร์รัปชัน

รูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพสามารถบรรลุเป้าหมายทางสังคมโดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เป็นองค์กรหนึ่งที่ได้ตอบสนองสังคมด้วยการดำเนินกิจกรรมด้านรับผิดชอบต่อสังคม และมีการจัดตั้งหน่วยงานภายในองค์กรเพื่อดูแลด้านโครงการโดยตรงแสดงถึงความตั้งใจถึงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยแท้จริงโดยมิได้ดำเนินกิจกรรม CSR ตามที่กฎหมายกำหนดเท่านั้น เห็นได้จากโครงการต่างๆ ที่ได้จัดทำมาโดยตลอดระยะเวลานั้น ผู้วิจัยได้สรุปโครงการต่างๆ ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ตามชนิดรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวคิดของ ฟิลิป คอตเลอร์ และ แนนซี ลี (2004) ได้แบ่งออกเป็น 7 วิธีการ ประกอบด้วย 1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม 2. การตลาด

ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม 3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม 4. การบริจาคเพื่อการกุศล 5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน 6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม 7. การพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก โดยผู้วิจัยนำแนวคิดของฟิลิป คอตเลอร์ และ แนนซี ลี มาใช้วิเคราะห์รูปแบบกิจกรรมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ดังนี้

ตารางที่ 1. รูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

รูปแบบของ CSR	ชื่อโครงการ	จัดขึ้นในปี
1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม เพื่อขจัดความยากจน	โครงการ “กรุงศรีรอบรู้เรื่องเงิน”	2553 – ปัจจุบัน
2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคมเพื่ออุดหนุนและบริจาครายได้จากยอดขาย	โครงการ “กรุงศรีห่วงใยหัวใจช่วยภัยน้ำท่วม”	2554
3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม สนับสนุนเพื่อการสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม	1. โครงการ “ชวนน้องดูหนัง” 2. ช่วยเหลือสตรีด้วยโอกาสร่วมกับมูลนิธิธัญรักษ์ ให้ตรวจมะเร็งเต้านมและให้มีการแนะนำความรู้กับคนอื่นในชุมชนอีกด้วย	2554- ปัจจุบัน
4. การบริจาคเพื่อการกุศล เป็นการช่วยเหลือสังคมโดยตรงโดยการบริจาคเงินหรือสิ่งของ	มอบทุนการศึกษาให้เยาวชนสถานสงเคราะห์เด็กชายบ้านมหาเมฆ/เด็กพิการจากมูลนิธิโสสะ	2550 – ปัจจุบัน
5. การอาสาช่วยเหลือชุมชนสนับสนุนจิตใจให้พนักงานสละเวลาแรงงานในการทำงานให้ชุมชน	ร่วมมือกับกรมศิลปากรบูรณะวัดและป้ายบอกทางของวัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา/เป็นอาสาสมัครร่วมกันปลูกป่า-ปลูกป่าชายเลน-สร้างฝาย	2554 – ปัจจุบัน
6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยการดำเนินกิจกรรมที่ป้องกันการเกิดปัญหาการทำผิดกฎหมายของบริษัท	ธนาคารมีการลงมติและทำการประชาสัมพันธ์ต่อต้านและไม่กระทำการคอร์รัปชันในทุกๆ รูปแบบเกิดขึ้นในชุมชน	2555 – ปัจจุบัน
7. การพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก	ไม่ปรากฏ	

จากการศึกษารูปแบบในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) โดยวิเคราะห์ตามหลักแนวคิดการทำ CSR ของฟิลิป คอตเลอร์ และ แนนซี ลี ได้แบ่งรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 7 รูปแบบ พบว่า ธนาคารได้ดำเนินโครงการต่างๆ และได้จำแนกกิจกรรม

ตามรูปแบบ พบว่า ธนาคารได้ดำเนินกิจกรรมตามแนวคิดของคอตเลอร์และ ลี ได้ครอบคลุม 6 รูปแบบ โดยมุ่งเน้นไปยังสังคมที่ขาดโอกาสต้องการความช่วยเหลือ และส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้สังคม ตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของธนาคาร โดยมีจุดมุ่งหมายพื้นฐาน เพื่อสร้างผลกระทบในเชิงบวกต่อสังคมอย่างยั่งยืน สำหรับโครงการหรือกิจกรรมที่ไม่ปรากฏในการทำ CSR ตามแนวคิดของคอตเลอร์ และ ลี คือรูปแบบด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการตามกำลังซื้อของระดับคนฐานรากในราคาที่ไม่แพงโดยคนยากจนสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของธนาคารเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิต รูปแบบดังกล่าวจะเป็นรูปแบบใหม่ในการทำกิจกรรม CSR ขององค์กรในอนาคต

ตัวอย่างรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

1. ด้านการจัดความยากจน

ธนาคารได้ร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) เพื่อนำเสนอโครงการ “กรุงศรีอู้รู้เรื่องเงิน” ซึ่งเป็นโครงการเพื่อสังคมที่มีเป้าหมายให้ความรู้ในเรื่องการเงินส่วนบุคคลแก่นักเรียนในระดับอาชีวศึกษาชั้นปีสุดท้ายโดยมีอาสาสมัครพนักงานของธนาคารเป็นผู้สอนเพื่อปลูกฝังความรู้ด้านพื้นฐานทางการเงินเกี่ยวกับการออมและการลงทุนหลักสูตรดังกล่าวประกอบไปด้วย 5 ส่วนได้แก่

1. ใช้เงินอย่างชาญฉลาด
2. ทำอย่างไรให้ทำงานทำอะไรให้ได้เงินเดือนขึ้น
3. เป็นเจ้าแห่งรายนิตเดียว
4. เก็บเงินให้พอเพียงและทำเงินให้งอกงาม
5. เอาตัวให้รอดในทุ่งดอกเบี๋ย

ในปี 2555 ที่ผ่านมามีอาสาสมัครพนักงานธนาคารกว่า 90 คนได้ร่วมกันสละเวลาเพื่อถ่ายทอดความรู้ให้แก่นักเรียนและเพื่อให้โครงการนี้ดำเนินไปได้อย่างยั่งยืนธนาคารได้จัดการอบรม “Train the Trainer” ให้แก่พนักงานอื่นๆเพื่อให้สามารถรับหน้าที่เป็นผู้สอนต่อไปได้

2. ด้านการพัฒนาเยาวชนและการศึกษา

การศึกษามีความสำคัญต่ออนาคตของประเทศ ธนาคารได้จัดสรรทุนการศึกษาจำนวน 142 ทุน สำหรับการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษานับเป็นการให้ทุนอย่างต่อเนื่อง รูปแบบทุนการศึกษาต่างๆของธนาคารประกอบด้วย

1. ให้การช่วยเหลือเป็นจำนวนเงิน 160,000 บาทแก่เด็กกำพร้าและไร้ที่พึ่งพาในความดูแลของมูลนิธิโสสะซึ่งเป็นองค์กรที่ดำเนินงานด้านสังคมสงเคราะห์เพื่อให้เด็กที่มีที่อยู่อาศัยเสมือนมีครอบครัวโดยส่งเสริมให้ได้รับการศึกษาสูงสุดตามสติปัญญาและความสามารถ
2. มอบทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่มีความประพฤติและเป็นตัวอย่างที่ดีแก่เยาวชนจำนวน 60 คน จาก 6 โรงเรียนในชุมชนรอบๆสำนักงานใหญ่ของธนาคาร
3. มอบทุนการศึกษาจำนวน 67 ทุนแก่เด็กนักเรียนผู้ด้อยโอกาสและเด็กพิการที่มีผลการศึกษาและความประพฤติดีในโอกาสครบรอบ 67 ปีของการก่อตั้งธนาคารโดยธนาคารสนับสนุนทุนการศึกษาให้เด็กกลุ่มนี้อย่างต่อเนื่องถึงระดับอุดมศึกษา

4. ผู้บริหารธนาคารร่วมกันมอบทุนการศึกษาจำนวน 15 ทุนแก่นักเรียนที่ด้อยโอกาสแต่มีผลการเรียนดีจากสถานสงเคราะห์เด็กชายบ้านมหาเมฆ

อีกทั้งเพื่อเป็นการส่งเสริมทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ธนาคารได้มอบเครื่องคอมพิวเตอร์จำนวน 150 เครื่องและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องแก่สมาคมแม่บ้านทหารบกเพื่อใช้ในการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้คอมพิวเตอร์เป็นแหล่งเสริมสร้างทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ให้แก่กำลังพลชั้นผู้น้อยและครอบครัวทั้งยังมอบคอมพิวเตอร์อีกจำนวน 200 เครื่องแก่โครงการกรีนฮาร์ทในความดูแลของบริษัทปูนซีเมนต์นครหลวงจำกัด (มหาชน) เพื่อสนับสนุนด้านการศึกษาให้แก่โรงเรียนในถิ่นทุรกันดารด้วย

3. ด้านการทํานุบำรุงศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม

ธนาคารร่วมกับกรมศิลปากรสนับสนุนโครงการอนุรักษ์ศิลปะและโบราณสถานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งเป็นจังหวัดบ้านเกิดของธนาคารและมรดกโลกนอกจากนี้ยังได้ให้การสนับสนุนสมาคมนักโบราณคดีในการฟื้นฟูโบราณสถานอื่นๆอีกด้วย รวมทั้งให้การสนับสนุนแก่กรมศิลปากรในการจัดทำโครงการระยะยาวเพื่ออนุรักษ์ศิลปะและโบราณสถานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยได้มอบเงินสนับสนุนจำนวน 3.9 ล้านบาทให้แก่กรมศิลปากรเพื่อบูรณะเจดีย์วัดสามปลื้มและจัดทำป้ายแสดงรายละเอียดโบราณสถานใหม่จำนวน 139 ป้ายนอกเหนือจากนี้ในปี 2555 ธนาคารได้รับรางวัลพิษณุโลกในประเภทรางวัลองค์กรส่งเสริมดีเด่นจากการสนับสนุนรายการ “จดหมายเหตุนครศรี” ซึ่งออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ต่อเนื่องมาเป็นเวลา 27 ปี เพื่อส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมไทย

4. ด้านสิ่งแวดล้อม

ธนาคารให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและได้ให้การสนับสนุนโครงการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่การปลูกป่าและป่าชายเลนจนถึงการสร้างฝายอีกทั้งยังสนับสนุนให้พนักงานธนาคารและเยาวชนผู้ด้อยโอกาสเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆที่ธนาคารจัดร่วมกับกองทัพไทยมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงและองค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (WWF) อีกด้วย อาสาสมัครพนักงานกรุงเทพฯ 400 คนได้ร่วมกันปลูกต้นไม้จำนวนกว่า 25,000 ต้นโดยได้รับการสนับสนุนจากเงินบริจาคจำนวน 800,000 บาท เพื่อสนับสนุนโครงการปลูกต้นไม้สร้างฝายและขยายคูคลองตามพระราชดำริ

โครงการค่ายเยาวชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ธนาคารให้การสนับสนุนโดยมีมูลนิธิสิ่งแวดล้อมศึกษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (ประเทศไทย) (FEED) ซึ่งเป็นองค์กรพันธมิตรกับ WWF ประเทศไทยเป็นผู้จัดหลักสูตรการเรียนรู้ให้กับเยาวชนกว่า 40 คนจากโรงเรียนศึกษาสงเคราะห์เพชรบุรีเพื่อปลูกจิตสำนึกที่ดีในการมีส่วนร่วมดูแลสิ่งแวดล้อมและพัฒนาพื้นที่ที่ตนอาศัยอยู่ให้คงอยู่อย่างยั่งยืนนอกจากนี้ยังช่วยป้องกันการบุกรุกผืนป่าสำคัญของชาติด้วยการมอบข้าวสารอาหารแห้งและอุปกรณ์ที่จำเป็นต่างๆให้แก่เจ้าหน้าที่พิทักษ์ป่าอุทยานแห่งชาติปางสีดา

ธนาคารได้ร่วมสร้างฝายต้นน้ำลำธารในพื้นที่โครงการพัฒนาโดยอยู่ภายใต้การดูแลของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงเป็นเวลา 4 ปีติดต่อกันแล้วโดยนอกจากอาสาสมัครและผู้บริหารจากธนาคารกว่า 80 คนจะได้ร่วมกันสร้างฝายแล้วยังได้บริจาคเงินจำนวน 1,000,000 บาทเพื่อสนับสนุนโครงการนี้

5. ด้านสาธารณสุข และการส่งเสริมสุขภาพ

ธนาคารได้ดำเนินโครงการด้านสุขภาพหลายกิจกรรม อาทิกิจกรรมบริจาคโลหิตร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติสภากาชาดไทยเป็นประจำทุก 3 เดือนซึ่งได้ทำต่อเนื่อง นอกจากนั้นธนาคารยังได้

มอบเงินสมทบทุนมูลนิธิรางวัลสมเด็จพระเจ้าฟ้ามหิดลในพระบรมราชูปถัมภ์เพื่อสนับสนุนการพัฒนาด้านการแพทย์และสาธารณสุข นอกจากนี้ยังส่งมอบปฏิทินเก่ากว่า 5,000 ฉบับเพื่อผู้พิการทางสายตาของมูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์เพื่อนำไปจัดทำเป็นสื่อการเรียนการสอนอักษรเบลล์

มีการช่วยเหลือสตรีผู้ด้อยโอกาสจำนวน 238 คนในพื้นที่ชุมชนโดยรอบธนาคารสำนักงานใหญ่ โดยมอบเงินจำนวน 500,000 บาทแก่มูลนิธิถันยรักษ์ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนีซึ่งครอบคลุมค่าตรวจมะเร็งเต้านมด้วยเครื่องแมมโมแกรมรวมทั้งได้บริจาควัสดุเพื่อผลิตขาเทียมให้กับมูลนิธิขาเทียมในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี

พนักงานกรุงศรีได้ร่วมกันบริจาคสิ่งของจำเป็นซึ่งเป็นอุปกรณ์ทำความสะอาดต่างๆ แอลกอฮอล์ และสาลีเช็ดแผลยาสามัญประจำบ้านอาหารแห้งมูลค่ากว่า 150,000 บาทให้แก่วัดพระบาทน้ำพุจังหวัดลพบุรี เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยโรคเอดส์และติดเชื้อเอชไอวี

6. ด้านการฟื้นฟูผู้ประสบภัยพิบัติ

ในช่วงที่เกิดเหตุอุทกภัยที่ผ่านมามาธนาคารได้มีส่วนช่วยบรรเทาทุกข์แก่ผู้ประสบภัยทั้งในรูปแบบของเงินสนับสนุนและกิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินการโดยพนักงานจิตอาสาของธนาคารนอกจากนี้ธนาคารยังได้เป็นสื่อกลางในการรับเงินบริจาคผ่านโครงการ “กรุงศรีห่วงใยพี่น้องไทยช่วยภัยน้ำท่วม” ซึ่งสามารถรวบรวมเงินได้ทั้งสิ้น 2.5 ล้านบาทให้กับมูลนิธิชัยพัฒนาเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยต่อไป

นอกจากนี้ยังได้มอบเครื่องกันหนาวแก่ผู้ประสบภัยเป็นประจำทุกปีเพื่อช่วยบรรเทาทุกข์แก่ผู้ประสบภัยหนาวในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งได้แก่จังหวัดเชียงราย พิจิตร เพชรบูรณ์ นครราชสีมา โสธรบุรีรัมย์ ขอนแก่น อุดรธานี และมุกดาหาร

ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

จากการสัมภาษณ์ผู้แทนองค์กร พบว่า การดำเนินกิจกรรม CSR ที่ผ่านมามีข้ออุปสรรคกับปัญหาหรืออุปสรรคเท่าใดนัก ซึ่งผู้แทนองค์กรได้สรุปปัญหาและอุปสรรคประการสำคัญ พร้อมทั้งแนวทางแก้ไขไว้ 3 ข้อ คือ

1. พนักงานธนาคารมีจิตอาสาในการเข้าร่วมโครงการ CSR แต่เนื่องจากผู้เข้าร่วมโครงการต้องผ่านการฝึกอบรมก่อนเข้าร่วมกิจกรรม ทำให้พนักงานสนใจเข้าร่วมโครงการมีจำนวนน้อยดังนั้นธนาคารจึงกำหนดช่วงเวลาการทำกิจกรรม CSR ของพนักงานบรรจุเป็นชั่วโมงการทำงาน ไม่ถือว่าเป็นวันลาหรือขาดงาน
2. ผู้บริหารและพนักงานได้รับข่าวสารด้านการดำเนินกิจกรรม CSR ของธนาคารไม่ทั่วถึงเนื่องจากจำนวนของผู้บริหารและพนักงานมีจำนวนมาก ดังนั้นเมื่อธนาคารจัดกิจกรรม CSR ทำให้ผู้บริหารและพนักงานพลาดโอกาสในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของโครงการ ธนาคารแก้ปัญหาโดยการพัฒนาวิธีการสื่อสารภายในองค์กร เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ จดหมายข่าว การประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริหารและพนักงาน
3. งบประมาณในการดำเนินกิจกรรม CSR ของธนาคารน้อยเกินไปเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น ทำให้การดำเนินกิจกรรม CSR ของธนาคารกรุงศรีมีข้อจำกัด ดังนั้น ธนาคารแก้ไขโดยร่วมมือกับองค์กรเอกชนด้วยการจัดงานเพื่อให้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถสร้างประโยชน์มากขึ้น

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินกิจการความรับผิดชอบต่อ
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)” สามารถสรุปผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมายและที่มาของความหมายของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

จากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยาพบว่า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไว้ดังนี้ คือ การสนับสนุน บริจาคสิ่งของหรือการเงิน และจัดทำโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม ธนาคารมุ่งเน้นส่งเสริมและพัฒนาสังคม ชุมชนให้ดีขึ้น มีเจตนารมณ์ตอบแทนสู่สังคม ไม่เพียงแต่เป็นองค์กรที่แสวงหากำไรแต่มุ่งสร้างประโยชน์สูงสุดแก่สังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่อง

2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ใช้รูปแบบแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี โดยแบ่งรูปแบบของกิจกรรมทางสังคมไว้ 7 รูปแบบ ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีเพียง 6 แนวทาง คือ 1).การส่งเสริมสังคมจากการทำการตลาด 2).การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม 3).การบริจาคเพื่อการกุศล 4).การอาสาช่วยเหลือชุมชน 5).การประกอบธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และ 6).การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม

3. เพื่อศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรม CSR และแนวทางแก้ไขมีดังนี้

1. พนักงานธนาคารมีจิตอาสาในการเข้าร่วมโครงการ CSR แต่เนื่องจากผู้เข้าร่วมโครงการต้องผ่านการฝึกอบรมก่อนเข้าร่วมกิจกรรม ธนาคารจึงกำหนดช่วงเวลาการทำกิจกรรม CSR ของพนักงานบรรจุเป็นชั่วโมงการทำงาน

2. ผู้บริหารและพนักงานได้รับข่าวสารด้านการดำเนินกิจกรรม CSR ของธนาคารไม่ทั่วถึง ธนาคารแก้ปัญหาโดยการพัฒนาวิธีการสื่อสารภายในองค์กร เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ จดหมายข่าว การประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น

3. งบประมาณในการดำเนินกิจกรรม CSR ของธนาคารน้อยเกินไปเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น ธนาคารแก้ไขโดยร่วมมือกับองค์กรเอกชน เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถสร้างประโยชน์มากขึ้น

อภิปรายผลการศึกษา

จุดเริ่มต้นโครงการ CSR ของธนาคารกรุงศรีอยุธยาเริ่มต้นจากการมอบทุนการศึกษาแก่เด็ก โดยคณะกรรมการของธนาคารแสดงเจตจำนงในการช่วยเหลือองค์กรเหล่านั้น โดยจะมอบทุนในวันครบรอบธนาคาร และในวันเด็ก โดยแรกๆจะมอบให้กับเด็กจากสถานสงเคราะห์บ้านมหาเมฆทางธนาคารก็ยังถือปฏิบัติอยู่มาจนปัจจุบัน

นโยบาย CSR ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีทั้งหมด 6 รูปแบบ แต่ที่ทางธนาคารเน้นให้ความสำคัญจะเป็นนโยบายที่เป็นโครงการเพื่อขจัดความยากจนและโครงการด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรมตามจำนวนโครงการที่ธนาคารดำเนินการ

รูปแบบในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรี จำกัด (มหาชน) โดยวิเคราะห์ตามหลักแนวคิดการทำ CSR ของฟิลิป คอตเลอร์ และ แนนซี ลี ได้แบ่งรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 7 รูปแบบ พบว่า ธนาคารได้ดำเนินโครงการต่างๆ และได้จำแนกกิจกรรมตามรูปแบบ พบว่าธนาคารได้ดำเนินกิจกรรมตามแนวคิดของคอตเลอร์และ ลี ได้ครอบคลุม 6 รูปแบบ โดยมุ่งเน้นไปยังสังคมที่ขาดโอกาสต้องการความช่วยเหลือ และส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้สังคม ตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของธนาคาร โดยมีจุดมุ่งหมายพื้นฐาน เพื่อสร้างผลกระทบในเชิงบวกต่อสังคมอย่างยั่งยืน สำหรับโครงการหรือกิจกรรมที่ไม่ปรากฏในการทำ CSR ตามแนวคิดของคอตเลอร์ และ ลี คือรูปแบบด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการตามกำลังซื้อของระดับคนฐานรากในราคาที่ไมแพงโดยคนยากจนสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของธนาคารเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิต รูปแบบดังกล่าวจะเป็นรูปแบบใหม่ในการทำกิจกรรม CSR ขององค์กรในอนาคต

แนวทางการแก้ไขปัญหาในการทำ CSR คือ ต้องอาศัยบุคลากรผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญในการฝึกอบรมให้แก่พนักงานอาสาสมัครก่อนเข้าสู่โครงการ รวมถึงพนักงานของฝ่ายสื่อสารองค์กรของธนาคารเข้าไปให้ความช่วยเหลือทุกครั้งในการทำโครงการCSR มีการพูดคุยปรึกษาหารือในการทำโครงการทุกครั้ง ว่าเป็นอย่างไรสรุปผลเพื่อหาแนวทางแก้ไข ปรึกษา ขอคำแนะนำจากคณะกรรมการในโครงการ CSR และรายงานผลตลอดโครงการ แผนการทำ CSR ในอนาคตของธนาคาร จะยังมุ่งเน้นทางด้านโครงการขจัดความยากจน และด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ขอความร่วมมือจากองค์กรต่างๆโดยจะทำให้เป็นแผนระยะยาวในอนาคตต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)”พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยาเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม การทำกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร ทำให้สามารถรักษาลูกค้าและอาจช่วยเพิ่มลูกค้าจากการทำกิจกรรมเพื่อสังคมอีกด้วย การทำกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารควรเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็น รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อจะได้ผลประโยชน์ต่อสังคมได้สูงสุด และยังสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรอย่างสูงได้อย่างควบคู่กันไปอีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง "การให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)" เป็นการรวบรวมข้อมูลในด้านของผู้ดำเนินกิจกรรม CSR ในฝ่ายสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ของธนาคารเท่านั้น จึงทราบข้อมูลเพียงในส่วนของผู้ดำเนินกิจกรรมด้านเดียว ดังนั้นการศึกษารoundต่อไป ควรจะศึกษาถึงผลตอบรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มด้วย ทั้งผู้ที่อยู่ภายในองค์กร ได้แก่ พนักงาน คณะกรรมการ ผู้บริหารและผู้ถือหุ้น และผู้ที่อยู่ภายนอกองค์กร ได้แก่

ลูกค้า คู่ค้า ภาครัฐ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับสอดคล้องกันหรือไม่อย่างไร อีกทั้งยังช่วยให้ธนาคารกรุงศรีได้ทราบถึงปัญหา อุปสรรค และผลตอบรับจากการทำกิจกรรมCSR ของธนาคาร เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- _____.รายงานประจำปี 2553. กรุงเทพมหานคร : ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). 2554.
- _____.รายงานประจำปี 2554. กรุงเทพมหานคร : ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). 2555.
- _____.รายงานประจำปี 2555. กรุงเทพมหานคร : ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). 2556.
- กัญญารัตน์ ชีระวนิชผล.(2551).”ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมกลยุทธ์กิจการ และผลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย” วารสารวิชาการ **Veridian E-Journal**. ปีที่1, ฉบับที่2, (กันยายน:ธันวาคม) : 157.
- จินตวีร์ เกษมสุข.”การสร้างภาพลักษณ์องค์กร” เอกสารประกอบการเรียนรู้ด้วยตนเอง.[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 24 สิงหาคม 2556.
- เบญญา ยอดดำเนิน-แอ๊ดติงส์. (2552). “การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ การจัดการข้อมูล การตีความและ การหาความหมาย”. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประกายดาว แบ่งสันเทียะ.เบื้องหลัง “ทฤษฎีการตลาดก้องโลก ของ ฟิลิป คอตเลอร์”. [ออนไลน์].เข้าถึงเมื่อ 24 สิงหาคม 2556.
- ผ่องพรรณ ตรัยมงคลกุล และสุภาพ ฉัตรารณณ์. (2553). “การออกแบบการวิจัย”. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ. (2554). “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนิน กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน).” วารสารวิชาการ **Veridian E-Journal**.ปีที่4, ฉบับที่2, (กันยายน:ธันวาคม) : 190.
- เมธี ปิยะคุณ.”บทบาทขององค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม”. [ออนไลน์].เข้าถึงเมื่อ 5 สิงหาคม 2556.
- วิรัช ลภีรัตนกุล.(2544). “การประชาสัมพันธ์”.พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา.(2540). “การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ”. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ.เอ็น. การพิมพ์.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2554).“วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ”.พิมพ์ครั้งที่ 19. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์.แนวทางธรรมาภิบาลของ ก.ล.ต.[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 24 สิงหาคม 2556.
- โสภณ พรโชคชัย.”แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร”. [ออนไลน์].เข้าถึงเมื่อ 24 สิงหาคม 2556.
- Kotler, P., and Lee, N. Corporate Social Responsibility. Doing the most good for your Company and your cause U.S.A. : John Wiley & Sons, Inc., 2004.
- <http://osotspa.nalugeng.com/>