การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในความต้องการของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำกัด สำนักงานใหญ่

Investigate Meanings, The Orginal Of Meaning, And Corporate Social Responsibility Activity In Accordance Of Staffs' Requirement From Krungthai Bank Headquaters.

ไชยพศ รื่นมล (Chaiyapoj Ruenmol)*
ไชยภัทร รื่นมล (Chaiyapat Ruenmol)*
ณัฐิกา สุทธิประสิทธิ์ (Nattika Suttiprasit)*
มรุต สังข์รักษา (Marut Sungrugsa)*
พิทักษ์ ศิริวงศ์ (Pitak Siriwong)**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในความต้องการของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำกัด สำนักงานใหญ่ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่ทำงานอยู่ที่ธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ จำนวนทั้งสิ้น 30 คน วิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การถอดข้อมูลจากที่บันทึกเสียงเพื่อนำมาเรียบเรียง ทำเป็นบทสัมภาษณ์ และนำบทสัมภาษณ์นั้นมาทำการตรวจสอบข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาแบ่งกลุ่มหรือแบ่งประเภทของข้อมูล โดยแบ่งตามประเภทของการให้ความหมาย และที่มาของความหมายของผู้ให้ข้อมูลแต่ละคน มาจัดเป็นกลุ่มตามข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในความต้องการของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำกัด สำนักงานใหญ่ พบว่าการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่องค์กรตอบแทนสังคมเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้อยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน รวมไปถึงเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร และการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการสร้างผลประโยชน์ทางการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร โดยที่มาของความหมายคือ ความรับผิดชอบในทุกด้าน รวมถึงการสร้างสรรค์และบำรุงการรักษาให้ดียิ่งขึ้นๆไป รักษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรที่มุ่งหมายกำไรให้มี

* นักศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Student's Master of Business Administration Program of Entrepreneurship Faculty of Management Science Silpakorn University.

** รศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Assoc. Prof. Dr.Phitak Siriwong, Associate Dean for Academic Affairs, Faculty of Management Science, Silpakorn University.

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

ความรับผิดชอบต่อส่วนรวมและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรสู่สังคมธุรกิจ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน ธนาคารกรุงไทยจำกัด เป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การสอนหนังสือเด็กตามชุมชนเกี่ยวกับวิชาคณิตศาสตร์ การออมเงินและการบริจาคเงินให้กับองค์กรการกุศลต่างๆให้นำเงินส่วนนี้นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะเน้นให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมและคำนึงถึงการสร้างความยั่งยืนให้กับสังคมต่อไป

คำสำคัญ : ความรับผิดชอบต่อสังคม

Abstract

The objective of this study is to investigate meanings, the origins of meanings, and corporate social responsibility activity in accordance of staffs' requirements from Krungthai Bank headquarters. Instrument for data collection is in-depth interview from thirty staffs of Krungthai Bank working at headquarters. The method of data analysis is to decode raw data recorded in voice recorder and then to compile as interview. Data is categorized into groups of meanings and those origins of meanings given from each participant.

The results of study meanings, the origins of meanings, and corporate social responsibility activity in accordance of staffs' requirements from Krungthai Bank headquarters reveals that their meaning of social responsibility refer to responsibility toward society and environment. Organization should contribute society as showing responsibility in order to sustain livings in the same society. This would include to create good image of organization and to conduct corporate social responsibility activity as means of marketing advantage establishing mainly to promote and to create good image to organization. For the origins of meanings, they suggest responsibility in all aspects including further and better creation and maintenance, preserving relationships among for-profit organizations regarding corporate social responsibility, which considered the excellent way to promote good organization's image to business community. Corporate social responsibility activity in staffs' requirements from Krungthai Bank headquarters indicates that they desire activity plan of social responsibility activity be correlated with organization's business, which emphasizing on attitude of financial spending. They also suggest to held corporate social responsibility activity in collaboration with other organizations as the way to establish corporate network, to teach children in communities such as mathematics or how to save money, and to donate to charities, as well as to allocate money on the greatest advantages by doing social responsibility activity directly aimed to public interest and sustainable community.

Keyword: corporate social responsibility

บทนำ

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ (Corporate Social Responsibility: CSR) เป็นวิธีการที่องค์การธุรกิจจะให้สิ่งตอบแทนคืนกลับสู่สังคม โดยความรับผิดชอบต่อสังคมจะทำให้ประชาชนหรือ ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์การนั้น ๆ องค์การจะต้องตอบสนองต่อประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ประโยชน์กับคน ชุมชน และสังคม ตลอดจนต้องคำนึงถึงบทบาทขององค์การที่ต้องปฏิบัติให้สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคม การที่ธุรกิจจะเติบโตได้ไม่ใช่อยู่ที่ผลประโยชน์หรือกำไรขององค์การเพียงอย่างเดียว ธุรกิจต้องคำนึงถึง การคืนกำไรในสิ่งที่ดีงามสู่สังคมด้วย ดังนั้นการดำเนิน ธุรกิจ ต้องคำนึง ถึงความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อให้องค์การเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน (สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน, 2556)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจถูกนำมาเป็นนโยบายสำคัญในการดำเนินงานของธนาคารกรุงไทยตั้งแต่ปี 2509 โดยมุ่งเน้น การเสริมสร้างทุนทางปัญญา ผ่านการดำเนินโครงการต่างๆ กว่า 30 โครงการ เพราะเชื่อว่า “ทุนทางปัญญาเป็นทุนที่ยั่งยืน ไม่มีวันหมด ยิ่งใช้ยิ่งงอกเงย ยิ่งใช้ยิ่งมีคุณค่า และเป็นพื้นฐานสำคัญในการรักษาและสร้างทุนทรัพย์สืบไป ซึ่งการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสิ่งที่จะนำมาซึ่งชื่อเสียงของธนาคาร และช่วยประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ธนาคารที่ดีของธนาคารสู่สังคม อีกทั้งยังช่วยธนาคารดึงดูดบุคลากรที่มีศักยภาพเข้ามาร่วมงานกับธนาคาร (เอนก พันธุมิตร, 2551)

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ก่อประโยชน์แก่ ผู้ถือหุ้นคือ สามารถสร้างมูลค่าและความมั่งคั่งสูงสุดโดยการสร้างกำไรสูงสุด โดยราคาหุ้นมีเสถียรภาพมาก ส่วนของลูกค้าคือเป็นการสร้างความผูกพันและความภักดีที่มีต่อธนาคาร ด้วยคุณภาพการให้บริการและการดูแลให้คำแนะนำ ในทุกๆ กระบวนการของบริการ มีการดูแลหลังการขาย ในด้านของสังคมและสิ่งแวดล้อมสร้างให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศ และส่งเสริมด้านทุนทางปัญญา ช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม และในส่วนของพนักงานจะสร้างให้พัฒนาศักยภาพและความเป็นผู้นำในทุกด้าน เพื่อการเติมโต เกิดความผูกพัน ความจงรักภักดี และเพิ่มความมั่นใจว่าบริษัทมีความจริงใจต่อสังคมไม่ได้เอาเปรียบสังคม (พร้อมบุญ พานิชภักดิ์, 2555)

การให้ความสำคัญในดูแลพนักงานของธนาคารกรุงไทย เพื่อให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีแก่องค์กร และช่วยกันผลักดันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ธนาคารส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดเป็นนโยบายให้มีส่วนร่วมแสดงพลังในการทำความดี ตอบแทนและให้ความช่วยเหลือสังคม โดยการปลูกจิตสำนึกให้กับพนักงานเข้าร่วมในโครงการและกิจกรรมต่างๆ ของธนาคารอย่างสม่ำเสมอ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่องค์กรมุ่งเน้นให้ความสำคัญในการรับผิดชอบต่อสังคม(ธนาคารกรุงไทย, 2555) จึงทำให้เกิดความน่าสนใจ ที่จะวิจัยต่อการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และความต้องการความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน ธนาคารกรุงไทยจำกัด สำนักงานใหญ่ ว่าพนักงานภายในองค์กรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรตนเองอย่างไร

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

ผลงานวิจัยที่ผ่านมาที่มีการศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมดังนี้ สุภัทรา หุ่นนอก (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การให้ความหมายและที่มาของความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความหมายเกิดขึ้นจากนโยบายขององค์กร ความสนใจ และการมีส่วนร่วมของผู้ที่อยู่ในชุมชนและในองค์กร โดยความหมายที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้คือ การคืนกำไรสู่สังคมและช่วยเหลือตอบแทนสังคม การสนองพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว การมีจิตสำนึกต่อสังคม รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม มีนโยบายตอบแทนสังคมตามแนวทางหลัก สนับสนุนสถาบันครอบครัว

ด้วยเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงเลือกการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการให้ความหมาย ที่มาของความหมายของพนักงานในองค์กรว่ามีความคิดเห็นอย่างไร และมีความต้องการให้องค์กรจัดกิจกรรมเพื่อสังคมในด้านใดบ้าง โดยการที่เก็บข้อมูลจากบุคคลภายในเพราะพนักงานคือบุคคลที่อยู่ในองค์กรและต้องการทราบว่าพนักงานมีความคิดเห็นอย่างไร เพื่อนำไปพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินงานของกิจการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมายและที่มาของความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม จากพนักงานธนาคารกรุงไทยจำกัด สาขาสำนักงานใหญ่
2. เพื่อศึกษาความต้องการของพนักงานในการดำเนินงานกิจกรรมเพื่อสังคม ว่ามีความต้องการกิจกรรมในด้านใดบ้าง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้กำหนดของเขตของการวิจัยเป็นการมุ่งหมายที่จะศึกษาเกี่ยวกับการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานธนาคารกรุงไทย และที่มาของความหมายเพื่อให้ทราบถึงสาเหตุที่ก่อให้เกิดความหมาย รวมไปถึงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมรูปแบบใดที่ต้องการให้องค์กรปฏิบัติ

2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ พนักงานกรุงไทยสำนักงานใหญ่ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากแผนกต่างๆดังนี้ พนักงานจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลสัมพันธ์ ฝ่ายกิจการเพื่อสังคม และฝ่ายบริหารเส้นทางความก้าวหน้าและสรรหาบุคลากร

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ใช้ในการวิจัยคือ ธนาคารกรุงไทยสำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร

4. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการ 1 เดือน ระหว่างวันที่ 14 กันยายน 2558 ถึง 14 ตุลาคม 2558

แนวคิดและทฤษฎี

ความรับผิดชอบต่อสังคม มีความหมายแตกต่างกัน ตามระยะเวลาหรือวิวัฒนาการของสังคม รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ (2552) ได้ให้ความหมายว่า แนวคิดของธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อว่า ธุรกิจกับสังคมจะต้องอยู่ด้วยกันอย่างช่วยเหลือเกื้อกูล ซึ่งกันและกันไม่สามารถแบ่งแยกการ

ดำเนินการออกจากกันได้ สังคมต้องได้รับการสนับสนุนจากธุรกิจ ธุรกิจก็ต้องดำเนินการอยู่ภายใต้ความต้องการของสังคม

Phillip Kotler and Nancy Lee (2005) ได้กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ คำมั่นสัญญาที่จะพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดี ด้วยการดำเนินธุรกิจ ระมัดระวัง และบริจาคทรัพยากรต่างๆ ที่องค์กรมี ในการพัฒนาให้ชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดี” แนวคิดนั้นมุ่งให้องค์กรธุรกิจมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ด้วยการประกอบธุรกิจอย่างรอบคอบ และช่วยเหลือด้วยทรัพยากรที่องค์กรธุรกิจมีอยู่

สถาบันไทยพัฒน์ (2550) ได้ให้ความหมายว่าสังคมในความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ จะพิจารณาตั้งแต่ผู้มีส่วนได้เสียในองค์กร ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียนอกองค์กร การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในองค์กรและในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อที่จะทำให้สังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นปกติสุข

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวทางของ Phillip Kotler and Nancy Lee แบ่งออกเป็น 7 รูปแบบ ดังนี้ 1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) 2. การตลาดที่เกี่ยวโยงกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) 3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) 4.การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) 5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) 6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) 7. การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services)

ดังนั้นจากทฤษฎีดังกล่าวผู้วิจัยทำให้ผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญของรูปแบบการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นประโยชน์ในการศึกษารูปแบบการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำกัด สำนักงานใหญ่ ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ใช้รูปแบบ การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการศึกษาแบบปรากฏการณ์วิทยาเนื่องจากการวิจัยแบบปรากฏการณ์วิทยาเป็นทั้งปรัชญาและวิธีการที่มุ่งศึกษาและทำความเข้าใจ ประสบการณ์การดำเนินชีวิตในแต่ละวันของบุคคลว่าแท้จริงแล้วบุคคลนั้นรับรู้และให้ความหมาย กับประสบการณ์ที่กระทำอย่างไรบ้าง(ชาย โพธิสิตา, 2550) โดยวิธีการการดำเนินการวิจัยดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์

1. แนวคำถามในการวิจัยที่ครอบคลุมกับประเด็นที่ต้องการศึกษา
2. สมุดจดบันทึกและเครื่องบันทึกเสียง
3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านเนื้อหา เพื่อนำมาใช้ในการสร้างคำถามและศึกษาเกี่ยวกับการทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบของธนาคารกรุงไทย เพื่อให้ได้แนวคำถามที่ครอบคลุมและเหมาะสมที่จะให้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล

2. ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลโดยตรง โดยใช้แนวคำถามที่ได้จากการศึกษาในขั้นต้นมาให้ประกอบการสัมภาษณ์

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การถอดข้อมูลจากที่บันทึกเสียงเพื่อนำมาเรียบเรียง ทำเป็นบทสัมภาษณ์ และนำบทสัมภาษณ์นั้นมาทำการตรวจสอบข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาแบ่งกลุ่มหรือแบ่งประเภทของข้อมูล โดยแบ่งตามประเภทของการให้ความหมาย และที่มาของความหมายของผู้ให้ข้อมูลแต่ละคน มาจัดเป็นกลุ่มตามข้อมูล และความต้องการในกิจกรรมรับผิดชอบของสังคมว่าอยู่ในประเภทใดบ้างและหาข้อสรุปทางทฤษฎีตามแนวทางของ Phillip Kotler and Nancy Lee (Phillip Kotler and Nancy Lee ,2005)

ผลการศึกษา

จากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดไปวิเคราะห์ผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังหัวข้อต่อไปนี้

1. การให้ความหมาย และที่มาของความหมาย ของความรับผิดชอบต่อสังคม ตามทัศนคติของผู้ให้ข้อมูล

1.1 ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่องค์กรตอบแทนสังคมและคืนกำไรสู่สังคมในรูปแบบต่างๆภายใต้หลักจริยธรรม ซึ่งจะทำให้สังคมดีขึ้นเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้อยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน รวมไปถึงเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร ที่มาของความหมายมาจากการแปลจากคำว่า CSR โดยที่ C หมายถึง Corporate หมายถึง กิจกรรมที่มุ่งหมายกำไร S หมายถึง Social หมายถึงความสัมพันธ์ หรือวิถีช่วยกันทั้งโดยธรรมชาติหรือเจตนา หรือสิ่งรอบตัวเรา R หมายถึง Responsibility หมายถึง ความรับผิดชอบในทุกด้านรวมถึงการสร้างสรรค์และ บำรุงการรักษาให้ดียิ่งขึ้นๆไป จึงเป็นที่มาของการให้ความหมายของคำว่า CSR

1.2 ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า เป็นการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรว่าส่งผลกระทบต่อสังคมและรับผิดชอบสังคมอย่างไร โดยจะครอบคลุมความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่าง ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่มาของความหมายมาจากการดำเนินงานขององค์กร อาจจะส่งผลกระทบต่อสังคม จึงควรตอบแทนสังคมบ้าง และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรสู่สังคมธุรกิจ โดยองค์กรจะขับเคลื่อนและประสบความสำเร็จได้นั้นต้องได้รับเรื่องการสนับสนุนจากลูกค้า และดำเนินธุรกิจภายใต้จริยธรรม และต้องส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ดังนั้นจึงควรส่งเสริมซึ่งกันและกัน โดยทุกองค์กรไม่ว่าจะเป็นภาครัฐและภาคเอกชน มีการทำกำไรและใช้ทรัพยากรต่างๆของ

สังคมมาใช้จากการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น จึงควรมีการแบ่งบางส่วนจากกำไรเพื่อนำมาพัฒนาสังคม ทดแทนการใช้ทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อม ต่างๆคืนสู่สังคม

1.3 ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการสร้างผลประโยชน์ทางการตลาด โดยการจัดทำกิจกรรมต่างๆทั้งให้พนักงานในองค์กรมีส่วนร่วมและจัดทำประโยชน์แก่ส่วนรวม เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ที่มาของความหมายนี้คือ เนื่องจากการจะทำให้ธุรกิจเป็นที่ยอมรับในสังคม สร้างรายได้ และเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้แก่ธุรกิจนั้นจะต้องมีการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่สังคม เพราะปัจจุบันการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญ ดังนั้นหน่วยงานในองค์กรทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตามบริษัทต่างๆ ได้มีการดำเนินการช่วยเหลือสังคม ช่วยรักษาดูแลธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยที่กิจกรรมที่จัดขึ้นส่วนใหญ่ก็เป็นเรื่องของการช่วยเหลือสังคมทั้งหมด

2. กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน ธนาคารกรุงไทยจำกัด สำนักงานใหญ่ มีการวิเคราะห์ข้อจัดกลุ่มตามแนวคิดของ Phillip Kotler and Nancy Lee (Phillip Kotler and Nancy Lee, 2005) ได้ดังนี้

2.1 การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นทางสังคม (Cause Promotion)

- พนักงานต้องการให้มีแผนกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมสอดคล้องกับธุรกิจขององค์กร จึงอยากให้ธนาคารกำหนดกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมให้ชัดเจนว่าธนาคารจะมุ่งเน้นเรื่องอะไร เนื่องจากปัจจุบันยังทำกระจายอยู่ โดยอาจจะประเมินจากการดำเนินงานขององค์กรว่าส่งผลกระทบต่อสังคมอย่างไร หรือจะช่วยให้สังคมดีขึ้นอย่างไร โดยธนาคารกรุงไทย ทำธุรกิจด้านการเงินการธนาคาร อาจจะไม่ได้ส่งผลกระทบด้านลบต่อสังคมเหมือนการทำธุรกิจอย่างอื่น การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอาจทำได้โดยให้สอดคล้องกับธุรกิจขององค์กร เน้นสร้างแนวคิดในเรื่องของการใช้เงิน การออม การลงทุนต่างๆ

- พนักงานต้องการให้จัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ร่วมมือกับองค์กรอื่นๆเป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับบริษัทอื่นเพื่อเพิ่มพลังในการร่วมมือช่วยเหลือสังคมที่มากขึ้นและสร้างความสามัคคีระหว่างองค์กร

2.2 การตลาดที่เกี่ยวโยงกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing)

- พนักงานต้องการให้เกิดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างโครงการ KTB เชิดชูคนดีศรีสังคม เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้คนทำดีโดยเริ่มที่ตัวเองและสร้างจิตสำนึกในการอยู่ร่วมกันในสังคม เนื่องจากธนาคารเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับเรื่องการเงิน ซึ่งหัวใจหลักสำคัญคือ ความซื่อสัตย์ ธนาคารจะมีรางวัลมอบให้แก่ลูกค้าที่มีความซื่อสัตย์และผู้ที่ช่วยเหลือสังคม เป็นเป็นขวัญกำลังใจให้กับคนที่ทำความดี

2.3 การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing)

- พนักงานต้องการให้องค์กรส่งเสริมเรื่องการลดปริมาณขยะโดยเน้นการลดการใช้พลาสติกให้น้อยลงไม่ว่าจะเป็นถุงพลาสติก หรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ผลิตจากเม็ดพลาสติกโดยให้ใช้น้อยที่สุด เริ่มต้นจากแจกถุงผ้าพิมพ์ลายธนาคารกรุงไทยให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ และพนักงานใช้ นอกจากจะช่วยประชาสัมพันธ์โครงการแล้ว ยังช่วยลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วยและรณรงค์ให้ผู้บริโภคทราบถึงผลเสียของถุงพลาสติก

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

และแนะนำวิธีกำจัดให้ถูกวิธีในถุงผ้าเพื่อให้ประชาชนเข้าใจเหตุผลว่าทำไมเราต้องช่วยกันลดปริมาณพลาสติก เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกที่ดีและยั่งยืน

2.4 การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy)

- พนักงานต้องการให้จัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ช่วยเหลือองค์กร อย่างต่อเนื่อง โดยมีการบริจาคเงิน เพื่อให้กับองค์กรการกุศลต่างๆ ให้นำเงินส่วนนี้ไปใช้ประโยชน์ต่อไป เป็นการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ด้วยกันและยังนำเงินที่ได้จากกำไรขององค์กรไปใช้เพื่อส่วนรวมอีกด้วย

- พนักงานต้องการให้มอบทุนการศึกษาแก่ นักเรียนที่เรียนดีแต่ขาดแคลนให้เพิ่มขึ้นอยากให้ไปที่กันดารและยากจนจริงๆให้เพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น

2.5 การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering)

- พนักงานต้องการให้มีการสอนหนังสือเด็กตามชุมชนเกี่ยวกับวิชาคณิตศาสตร์ การออมเงิน หรือการลงทุน ซึ่งเมื่อพูดถึงเรื่องการสอนหนังสือ จะทำให้สังคมจำได้ว่าเป็นของธนาคารกรุงไทย โดยการทำกิจกรรมในเรื่องที่องค์กรมีความถนัด ทำให้ลดค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังทำให้ธนาคารทำได้ดี และเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากที่สุด

2.6 การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices)

- พนักงานต้องการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะสร้างความยั่งยืน มากกว่าทำเป็นครั้งๆ ให้ผ่านไปเพื่อให้ผ่าน KPI หรือผักชีโรยหน้า โดยควรจัดกิจกรรม อย่างการบริจาคเงินเพื่อให้หน่วยงานนั้นๆ นำไปต่อยอดเพื่อสร้างรายได้ในอนาคต เช่น ให้นำเงินไปสร้างโรงเพาะพันธุ์พืชผักสวนครัว โรงเลี้ยงไก่ไข่ เพื่อทำอาหารกลางวันของโรงเรียน หากเหลือก็นำไปจำหน่ายเพื่อนำเงินมาเป็นทุนอาหารกลางวันต่อไป หรือนอกจากบริจาคเงินให้โรงเรียนหรือชุมชน ก็ควรจะนำความรู้ด้านการบริหารเงิน การออม แบบง่ายๆที่จะถ่ายทอดจากธนาคารสู่โรงเรียนหรือชุมชน

สรุปผลการศึกษา

จากการวิจัยในหัวข้อ “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในความต้องการของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำกัด สำนักงานใหญ่” พบว่าการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่องค์กรตอบแทนสังคมเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้อยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน รวมไปถึงเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร และการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการสร้างผลประโยชน์ทางการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร โดยที่มาของความหมายคือ ความรับผิดชอบในทุกด้าน รวมถึงการสร้างสรรค์และบำรุงการรักษาให้ดียิ่งขึ้นๆไป รักษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรที่มุ่งหมายกำไรให้มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวมและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรสู่สังคมธุรกิจ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน ธนาคารกรุงไทยจำกัด สำนักงานใหญ่ พบว่า พนักงานต้องการให้มีแผนกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมสอดคล้องกับธุรกิจขององค์กรเน้นสร้างแนวคิดในเรื่องของการใช้เงินจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ร่วมมือกับองค์กรอื่นๆเป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ส่งเสริมเรื่องการ

ลดปริมาณขยะโดยเน้นการลดการใช้พลาสติกให้น้อยลง การบริจาคเงิน เพื่อให้กับองค์กรการกุศลต่างๆ ให้นำเงินส่วนนี้ไปใช้ประโยชน์ต่อไป การสอนหนังสือเด็กตามชุมชนเกี่ยวกับวิชาคณิตศาสตร์ การออมเงิน โดยการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะเน้นที่การสร้างความยั่งยืน เพื่อเป็นการรักษาส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมต่อไป

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำกัด สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าพนักงานกรุงไทยมีการรู้จักและคุ้นเคยกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กรเป็นอย่างดี เพราะสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวความรับผิดชอบต้อสังคมได้อย่างครอบคลุม แสดงให้เห็นว่าองค์กรมีการให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าการให้ความหมายและที่มาของความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานส่วนใหญ่จะค่อนข้างคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน คือ คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้อยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน เป็นการที่องค์กรทำเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับ ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข แล้วยังช่วงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ซึ่งสอดคล้องกับนิยามความหมายของสถาบันไทยพัฒน์ (สถาบันไทยพัฒน์, 2550)ที่มาของความหมายส่วนใหญ่มากจาก การที่พนักงานคิดว่าความรับผิดชอบต่อสังคมคือการรับผิดชอบในทุกๆด้าน และรักษาความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับสังคมภายนอก เนื่องจากธุรกิจเป็นการแสวงหาผลกำไรจากสังคมดังนั้นจึงต้องมีการนำกำไรที่ได้มา นำมาพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์ในทุกๆด้าน กิจกรรมส่วนใหญ่ที่พนักงานต้องการให้องค์กรทำหลักๆ คือองค์กรเป็นองค์กรที่เกี่ยวกับสถาบันทางการเงินดังนั้น สิ่งที่องค์กรถนัดจะเป็นเรื่องของการบริหาร โดยต้องการให้พนักงานมีส่วนร่วมกับชุมชน มีการนำความรู้เกี่ยวกับด้านคณิตศาสตร์ ไปสอนเด็ก สอนประชาชนในเรื่องการออม การให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารเงินต่างๆ และบริจาคเงินเพื่อสนับสนุนการศึกษาเพราะเชื่อว่าเด็กในวันนี้ก็จะเป็นผู้ใหญ่ในวันข้างหน้า ดังนั้นการสอนให้เด็กๆมีจิตสำนึกที่ดีก็จะสามารถสร้างบุคลากรที่มีประโยชน์และเป็นคนดีต่อประเทศชาติได้ เป็นการเน้นการพัฒนาที่ยังยืนมากกว่า โดยธนาคารกรุงไทยถือว่าเป็นธนาคารที่ให้ความสำคัญในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมมาโดยตลอดและให้ความสำคัญกับสังคมในทุกๆด้าน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ส่วนใหญ่ยังไม่ครอบคลุมกับความต้องการของพนักงาน โดยเน้นที่ตัวชี้วัดมากกว่าการกระทำผลให้ออกมาเกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคม ดังนั้นควรที่จะทำกิจกรรมให้เหมาะสมกับองค์กรและตัวของพนักงาน เพื่อที่กิจกรรมที่ออกมานั้นจะได้เกิดประโยชน์ต่อทุกๆฝ่ายให้พนักงานมีส่วนร่วมเพื่อที่ได้เข้าใจปัญหาและเต็มใจที่จะทำเพื่อส่วนรวมและสร้างความพอใจร่วมกันระหว่างองค์กรกับสังคม

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะที่มาและความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมยังไม่ได้ศึกษาขั้นลึกซึ้งเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในสังคมด้านใดบ้างที่องค์กรกระทำและทำให้เกิดผลต่อสังคม เนื่องจากจะได้นำมาปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้ดีขึ้น

2.2 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาข้อมูลเฉพาะพนักงานของธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่เท่านั้น อาจจะไม่ครอบคลุมทั้งหมด จึงควรศึกษากับผู้ที่มาใช้บริการว่ามีแนวความคิดแบบใด และต้องการให้ธนาคารจัดกิจกรรมอะไรที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม

2.3 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับการวัดผลที่ออกมาจากการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ว่าเป็นไปในทิศทางใด ก่อให้เกิดผลกับสังคมในด้านใดบ้าง และติดตามผลจากกิจกรรมที่ได้ทำไปก่อนหน้านี้แล้วและกิจกรรมที่ได้ทำเพิ่มเติมว่า ผลออกมาอย่างไรเกิดประโยชน์ต่อสังคมในด้านใดบ้าง เพื่อที่จะได้นำมาวิเคราะห์และแก้ไขให้เกิดความเหมาะสมมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

ชาย โพธิสิตา.(2550). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ.** กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนพับลิชชิ่ง จำกัด.

ธนาคารกรุงไทย. (2555). **บุคลากร..หัวใจแห่งความสำเร็จของธนาคาร**. เข้าถึงเมื่อ 4 กันยายน 2558 . เข้าถึงได้จาก www.ktb.co.th/ktb/th/ktb-csr-in-process.aspx

พร้อมบุญ พานิชภักด์. (2555). **CSR และ Public Relations** . เข้าถึงเมื่อ 3 กันยายน 2558 . เข้าถึงได้จาก www.raksthai.org/thai/news

พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2554). “ การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน).” **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม – เมษายน)**

สถาบันไทยพัฒน์. (2550). ประโยชน์ของ **CSR** . เข้าถึงเมื่อ 3 กันยายน 2558. เข้าถึงได้จาก http://www.thaicsr.com

สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน. (2556). **ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความยั่งยืนขององค์กร.**สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

สุภัทรา หุ่นนอก. (2554). “การให้ความหมายและที่มาของความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน).”**วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 6, ฉบับที่ 3 (เดือนกันยายน-ธันวาคม)**

เอนก พันธุมิตร. (2551).บทบาทของ CSR กับการพัฒนาคุณภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม. สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม.

ภาษาต่างประเทศ

Phillip Kotler and Nancy Lee. (2005). **Corporate Social Responsibility**. Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.