

การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย:
กรณีศึกษาโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ
พฤษภาคม 2556

การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย:
กรณีศึกษาโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ

พฤษภาคม 2556

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย:
กรณีศึกษาโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ
พฤษภาคม 2556

สุชาดา จำปาศรี. (2556). การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย:

กรณีศึกษาโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด.

สารนิพนธ์ รป.ม. (นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ดร.วรพิตย์ มีมาก.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย: กรณีศึกษาโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด การศึกษาใช้ CIPP เป็นตัวแบบสำหรับการประเมิน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารกรุงไทยจำนวน 115 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเชื่อถือได้ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และสถิติเชิงอนุมาน (การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ มีแนวโน้มไปในทางที่ดี
2. คุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นในด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ แตกต่างกัน

AN EVALUATION OF KRUNG THAI BANK'S CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY:
A CASE STUDY OF THE WHITE CAMP PROJECT IN SAMYOD REGIONAL OFFICE



AN ABSTRACT
BY
SUCHADA JUMPASRI

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of public Administration Degree in Public Policy
at Srinakharinwirot University

May 2013

Suchada Jumpasri. (2013). *An Evaluation of Krung Thai Bank's Corporate Social Responsibility: A Case Study of The White Camp Project in Samyod Regional Office*. Master's Project, M.P.A. (Public Policy). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Assoc Prof. Dr. Worapit Meemak.

The aim of this research was to evaluate Krung Thai Bank's corporate social responsibility, a case study of the White Camp project in Samyod regional office. CIPP model was used as the evaluation model.

Data were collected from 115 employees of Krung Thai Bank. The reliability tested questionnaire was used for collecting data. Descriptive statistics (percentage, mean and standard deviation) and inferential statistics (t-test and one-way ANOVA) were analyzed in analyzing data at the 0.05 significant level.

The results are as follows:

1. The evaluation of Krung Thai Bank's corporate social responsibility in the White Camp project showed a positive tendency in all aspects of context, input, process and effectiveness.
2. Samples with different personal characteristics had different opinions in all aspects of context, input, process and effectiveness.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ เรื่อง การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย:
กรณีศึกษาโครงการกรุงไทย ดันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอดของ สุชาดา จำปา
ศรี ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐ
ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรพิตย์ มีมาก)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(อาจารย์ จักรกิตติ์ ธนาคม)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรพิตย์ มีมาก)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์ ดร.สุรพล จรรยากุล)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์ ดร.ประพีร์ อภิชาติสกุล)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลวิทย์ เจียรจิตต์)
วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2556

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ จากการได้รับความกรุณาช่วยเหลือและเอาใจใส่เป็นอย่างดีจากรองศาสตราจารย์ ดร.วรพิทย์ มีมาก อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ อาจารย์ ดร.ประไพร์ อภิชาติสกุล และอาจารย์ ดร.สุรพล จรรยากุล กรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์ ซึ่งท่านได้กรุณาให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อปรับปรุง และแก้ไขให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ ถูกต้องของเนื้อหาตามหลักแนวคิดและทฤษฎี ผู้วิจัยมีความรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะที่ได้อบรมสั่งสอน แนะนำแก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอขอบคุณ นางชวนชม ธรณิศราดิพงษ์ ร้อยเอกหญิงจิรประภา จาริรักษ์ น.ส.จุฬารัตน์ เหล่าการ นายอรรถวุฒิ น้อยศิริ และนายชัยอนันต์ โภคสวัสดิ์ พี่ๆ ร่วมรุ่นทุกคน ที่คอยให้กำลังใจและการช่วยเหลือทั้งในระหว่างศึกษาและทำสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จ

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่กรุณาให้ความช่วยเหลือและร่วมมือในการดำเนินการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ท้ายสุดผู้วิจัยขอขอบพระคุณสมาชิกครอบครัวจำปาศรีทุกคน ที่เชื่อมั่นในตัวข้าพเจ้า คอยเป็นกำลังใจ และให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านเสมอมา ทุกคนเป็นกำลังใจที่สำคัญของข้าพเจ้าตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและทำงานวิจัย คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา และครูอาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนและประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ผู้วิจัย

สุชาดา จำปาศรี

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	4
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
สมมุติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการประเมิน	8
แนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร(CSR	14
ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบมจ.ธนาคารกรุงไทย โครงการกรุงไทย ต้นกล้าสีขาว	23
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
3 วิธีวิจัยและการดำเนินการวิจัย	30
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	30
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	32
การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล	34
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	35
การวิเคราะห์ข้อมูล	35
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	58
สรุปผลการวิจัย	58
อภิปรายผล	62

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 (ต่อ)	
ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงโครงการ	65
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	66
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	70
ภาคผนวก ก	71
ภาคผนวก ข	79
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	81

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ปัจจัยที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการทั่วโลกต้องแสดงความรับผิดชอบ ต่อสังคม.....	22
2 ปัจจัยหลักที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการในประเทศไทยต้องแสดงความรับผิดชอบ ต่อสังคม.....	22
3 จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา.....	31
4 ข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัทมหาชนจำกัดธนาคารกรุงไทย สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด.....	35
5 ความคิดเห็นที่มีต่อโครงการ ด้านบริบท.....	38
6 ความคิดเห็นที่มีต่อโครงการ ด้านปัจจัยนำเข้า.....	41
7 ความคิดเห็นที่มีต่อโครงการ ด้านกระบวนการ.....	42
8 ความคิดเห็นที่มีต่อโครงการ ด้านผลลัพธ์.....	43
9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ที่ส่งผลต่อโครงการ.....	44
10 การวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในการประเมิน 4 ด้าน จำแนกตามเพศ.....	44
11 การวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในการประเมิน 4 ด้าน จำแนกตามอายุ.....	45
12 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมิน ด้านบริบทเป็นรายคู่ จำแนกตามอายุ.....	46
13 การวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในการประเมิน 4 ด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	46
14 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมิน ด้านกระบวนการเป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	47
15 การวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในการประเมิน 4 ด้าน จำแนกตามตำแหน่ง.....	48
16 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมิน ด้านบริบทเป็นรายคู่ จำแนกตามตำแหน่ง.....	44
17 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมิน ด้านกระบวนการเป็นรายคู่ จำแนกตามตำแหน่ง.....	51

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 การวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในการประเมิน 4 ด้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	52
19 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมิน ด้านบริบทเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	53
20 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมิน ด้านกระบวนการเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	54
21 การวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในการประเมิน 4 ด้าน จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน.....	55
22 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมิน ด้านบริบทเป็นรายคู่ จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน.....	56
23 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมิน ด้านกระบวนการเป็นรายคู่ จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน.....	56
24 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมิน ด้านผลลัพธ์เป็นรายคู่ จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน.....	57
25 อภิปรายผลความแตกต่างที่มาจากลักษณะส่วนบุคคล.....	59

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 โมเดลพื้นฐานของสตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam).....	11
3 ความสัมพันธ์ของการตัดสินใจและประเภทการประเมินแบบ CIPP Model.....	13



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความซับซ้อนและมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น เนื่องมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกตามแนวคิดแบบทุนนิยม การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จึงต้องมีการปรับตัว เรียนรู้และพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป แม้แต่ธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีความก้าวหน้าและมีประวัติการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง ก็ยังต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดเช่นกัน

CSR เป็นคำย่อจากภาษาอังกฤษว่า Corporate Social Responsibility หรือ บรรษัท
บริหาร หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากร จากภายนอกองค์กร อันที่จะ
ทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข หากพิจารณาแยกเป็นรายคำศัพท์ คำว่า Corporate
หมายถึงกิจการที่ดำเนินไปเพื่อแสวงหาผลกำไร ส่วนคำว่า Social ในที่นี้ หมายถึงกลุ่มคนที่มี
ความสัมพันธ์กันหรือมีวิถีร่วมกันทั้งโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนา รวมถึงสิ่งมีชีวิตอื่นและสิ่งแวดล้อม
ที่อยู่รอบรอบประกอบ และคำว่า Responsibility มุ่งหมายถึงการยอมรับทั้งผลที่ไม่ดีและผลที่ดีใน
กิจการที่ได้ทำลงไปหรือที่อยู่ในความดูแลของกิจการนั้นๆ ตลอดจนการรับภาระหรือเป็นธุระ
ดำเนินการป้องกันและปรับปรุงแก้ไขผลที่ไม่ดี รวมถึง การสร้างสรรค์และบำรุงรักษาผลที่ดีซึ่งส่ง
กระทบไปยังผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ (เครือข่ายธุรกิจร่วมรับผิดชอบต่อสังคมไทย (สถาบัน
ไทยพัฒนา). 2551: ออนไลน์)

แนวทางที่ช่วยให้ธุรกิจฝ่าวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นได้ ก็คือความรับผิดชอบต่อพื้นฐานที่
องค์กรธุรกิจต้องมีต่อสังคม เช่น รับผิดชอบต่อคุณภาพสินค้าหรือบริการที่จำหน่ายให้กับ
ผู้บริโภค รับผิดชอบต่อผลตอบแทน สวัสดิการ และความปลอดภัยของพนักงาน ความ
รับผิดชอบต่อความเสียหายต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลเนื่องมาจาก การผลิตสินค้าหรือ
การให้บริการ เป็นต้น ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมดังกล่าวเป็นปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้
และในขณะเดียวกันก็ตอบสนองความต้องการของสังคมที่เรียกร้องให้ธุรกิจดำเนินงานโดยยึดหลัก
บรรษัทภิบาลในการประกอบธุรกิจ โดยมีแนวคิดเรื่องการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็น
องค์ประกอบสำคัญในการดำเนินงาน (รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ. 2552: 85)

สำหรับแนวคิดในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม จะมุ่งไปที่การสร้างให้องค์กรมีความ “ดี”
ที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนของกิจการ เป็นแนวคิดที่มีรากฐานมาจากหลักคุณธรรมทางศาสนา CSR จึง
มิใช่เรื่องใหม่แต่เพียงได้มีการบัญญัติคำนี้ขึ้นไว้ในวงการธุรกิจเมื่อไม่กี่สิบปีที่ผ่านมา สำหรับใน
ประเทศไทย แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมได้ถือกำเนิดขึ้นพร้อมกับการสถาปนาธุรกิจ

สังคมไทยมาเป็นเวลานาน ในรูปของการทำบุญ การบริจาคเพื่อการกุศล หรือการอาสาช่วยเหลืองานส่วนรวมที่เรียกว่า “การลงแขก” เป็นต้น เพียงแต่คนไทยยังมีได้เรียกกิจกรรมเหล่านี้ด้วยคำว่า CSR (สถาบันไทยพัฒนา. 2551: ออนไลน์)

อย่างไรก็ดี กระแสแนวคิดในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในเมืองไทย ได้ถือกำเนิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในปี 2549 และได้ถูกบรรจุเป็นแนวปฏิบัติที่ผนวกเข้ากับการดำเนินธุรกิจ นอกเหนือไปจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบที่อยู่นอกกระบวนการทางธุรกิจ เช่น การบริจาค หรือการอาสาช่วยเหลือสังคมเช่นที่ผ่านมา

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเป็นมาตรฐานสากล เมื่อองค์กรสากลว่าด้วยการมาตรฐาน หรือ ISO (International Organization for Standardization) จัดทำมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เรียกว่า ISO 26000 และได้ประกาศใช้ในปี 2551 เป็นเอกสารคำแนะนำที่ทั้งภาครัฐและเอกชนพึงถือปฏิบัติ โดยจัดทำจากความคิดเห็นขององค์กรต่างๆ ทั่วโลก มุ่งเน้นที่ประโยชน์ต่อสังคมและคุณภาพชีวิตของประชากรครอบคลุมถึงแนวทางการจัดการสังคมใน 5 ประเด็น ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สุขภาพ ความปลอดภัย การใช้แรงงาน และหลักจริยธรรมในการบริหารจัดการองค์กรความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ซึ่งรวมถึงพนักงาน ชุมชน และสังคมที่องค์กรนั้นเป็นสมาชิกอยู่ ถือเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรต้องกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ และต้องสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าใจถึงความมุ่งมั่นตั้งใจขององค์กรบนพื้นฐานของความจริงใจ โดยต้องได้รับความยินยอมอย่างเต็มที่จากผู้ถือหุ้น เจ้าของเงินทุนที่เฝ้ามองผลตอบแทนที่จะได้รับจากการนำเงินไปใช้ในกิจกรรม CSR ต่างๆ การทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรจะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และองค์กรมากขึ้น เกิดมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น ราคาหุ้นมีเสถียรภาพ สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ลงทุน พนักงานเกิดความภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในระยะยาว (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2551: ออนไลน์)

ระบบสถาบันการเงินเป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญที่จะส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเติบโตได้อย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน วิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้สถาบันการเงินมีความมั่นคงสามารถพัฒนาและแข่งขันได้ คือ การจัดทำมีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี หรือมีธรรมาภิบาล เพราะเสถียรภาพของสถาบันการเงินขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ผู้ฝากเงินและนักลงทุน เป็นต้น นอกจากนี้การดำเนินงานของสถาบันการเงินมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และน่าเชื่อถือ จะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การเพิ่มมูลค่าในกิจการ ความน่าเชื่อถือ และความมั่นคงของสถาบันการเงินในระยะยาว รวมไปถึงการเจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจของประเทศ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2549: ออนไลน์)

แรงขับเคลื่อนเหล่านี้ย่อมทำให้ CSR ในปัจจุบันทำได้มากกว่ากิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์แต่ก่อนแนวคิด CSR อยู่เพียงในวงจำกัดของธุรกิจบางกลุ่มเท่านั้น แต่ปัจจุบันกำลังขยายวงกว้างออกไปอย่างมากในสังคมไทย ปัจจัยที่สำคัญต่อการประเมินว่าบริษัทใดมีความจริงใจเพียงใดในการทำ CSR คือการประเมินพฤติกรรมบริษัทในภาพรวม ไม่ใช่แยกส่วนเฉพาะกิจกรรมด้าน CSR ที่บริษัทไหนประชาสัมพันธ์เท่านั้น (วรัญญา ศรีเสวก. 2551: 19)

ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจจึงไม่ได้พิจารณาแค่ผลประโยชน์และตัวเลขทางการเงิน ความพึงพอใจของผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น หรือ พนักงานเท่านั้น แต่ต้องพิจารณาถึงการตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคม โดยให้สังคมเข้ามามีส่วนสำคัญในการกำหนดความอยู่รอด และความก้าวหน้าของธุรกิจที่จะเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต ดังนั้น “ความรับผิดชอบต่อสังคม” จึงเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นสำหรับธุรกิจที่จะต้องศึกษาหาแนวทางประยุกต์ใช้ในระดับนโยบายและนำไปสู่การดำเนินงานทั่วทั้งองค์กร (รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ, 2552: 85)

องค์กรภาคธนาคารก็ให้ความสำคัญในเรื่องการทำการกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไม่น้อยไปกว่าองค์กรธุรกิจภาคอื่น เพราะธนาคารถือเป็นองค์กรที่ต้องการสร้างความเชื่อมั่น และภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตาผู้ลงทุน ตลอดจนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ดังนั้นการกำหนดพันธกิจ การวางแผนกลยุทธ์และการปฏิบัติอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการธุรกิจ โดยผ่านทาง การดำเนินกิจกรรมที่ตระหนักในความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีความจำเป็นและสำคัญเป็นอย่างมากในการที่จะแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรได้อีกด้วย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2549: ออนไลน์)

ปัจจุบันสถาบันการเงินในประเทศไทยมีความตื่นตัว เรื่องการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีการดำเนินโครงการต่างๆ ที่แตกต่างกันออกไปซึ่งมีเป็นจำนวนมาก ยิ่งไปกว่านั้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้มีการมอบรางวัล CSR Awards ให้กับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีความโดดเด่นด้านการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนั้นยังมีกระทรวงการคลัง และสถาบันอื่นๆ ที่จัดตั้งรางวัลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมให้มีการดำเนินการด้าน CSR อย่างกว้างขวาง เป็นส่วนที่กระตุ้นให้ธุรกิจต่างๆ ถือเป็นแนวทางการปฏิบัติในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2551: ออนไลน์)

บมจ.ธนาคารกรุงไทย ให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน ตลอดจนการตอบแทนสังคม และใส่ใจในสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility: CSR) ด้วยการมุ่งเน้น การส่งเสริมทุนทางปัญญา ผ่านการดำเนินโครงการต่างๆ กว่า 30 โครงการ ใน 77 จังหวัดทั่วประเทศ เพราะเชื่อว่า “ทุนทางปัญญาเป็นทุนที่ยั่งยืน ไม่มีวันหมด ยิ่งใช้ยิ่งงอกเงย ยิ่งใช้ยิ่งมีคุณค่า และเป็นพื้นฐานสำคัญในการรักษาและสร้างทุนทรัพย์สืบไป ” นอกจากนี้ ธนาคารได้กำหนดเป็นนโยบายที่ชัดเจนทั้งในวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประมวลจริยธรรม จรรยาบรรณธุรกิจ และคุณค่าหลัก (Core Value) เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานรับทราบและนำไปปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ พร้อมกับกำหนดแผนการปฏิบัติงาน ที่สอดคล้องกับนโยบายอย่างต่อเนื่อง และมีกิจกรรมการบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงฝ่ายเสริมสร้างทุนทางปัญญาและกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อรับผิดชอบต่อการทำงานในเรื่องนี้อย่างชัดเจน (บมจ.ธนาคารกรุงไทย 2553)

โครงการ “กรุงไทย ตันกล้าสีขาว ” เป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้เยาวชนนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ทุกสาขาวิชาจากทุกสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ ส่งแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เข้าประกวดชิงถ้วยรางวัลพระราชทานจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

ซึ่งเยาวชนถือได้ว่ามีส่วนสำคัญในการพัฒนาประเทศ เมื่อเยาวชน เกิดความตื่นตัว มีจิตสำนึก ตระหนักถึงการช่วยเหลือ สังคม ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงให้ความสนใจและความสำคัญต่อการมีจริยธรรมธุรกิจภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ย่อมส่งผลดีต่อ ทั้งสังคม องค์กรและประเทศชาติ (บมจ.ธนาคารกรุงไทย. 2553)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษา โดยอาศัยศาสตร์ด้านการประเมินผลเพื่อ ต้องการทราบถึงผล ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงาน การบริหารจัดการ ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ของการดำเนินงานด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โครงการกรุงไทย ตันกลาสีขาว ของ บริษัทมหาชนจำกัดธนาคารกรุงไทยในสาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย จะได้นำมาใช้ประโยชน์ในการแก้ไขและพัฒนาเพื่อให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน ตลอดจนเพื่อใช้เป็น แนวทางการศึกษา การปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงานต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อ ประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการ กรุงไทย ตันกลาสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอดโดยใช้รูปแบบการประเมินแบบซีป (CIPP Model)

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการ วิจัยไปใช้ในการพัฒนา วางแผน ปรับปรุง และกำหนดการ ดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ของธนาคารกรุงไทย ใน โครงการกรุงไทย ตันกลาสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอดให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้เป็นการประเมินผล ความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทย ตันกลาสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอดโดยใช้รูปแบบ การประเมินแบบซีป (CIPP Model) ดังนี้

1. การประเมินด้านบริบท (Context)

- 1.1 วัตถุประสงค์ของนโยบาย
- 1.2 สภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม
- 1.3 ความจำเป็นและความคาดหวังของผู้เกี่ยวข้อง

2. การประเมินด้านปัจจัยนำเข้า (Input)
 - 2.1 งบประมาณ
 - 2.2 บุคลากร
 - 2.3 สื่อ วัสดุ อุปกรณ์
3. การประเมินด้านกระบวนการ (Process)
 - 3.1 การบริหาร วางแผนงาน
 - 3.2 การประชาสัมพันธ์
 - 3.3 การจัดกิจกรรม
 - 3.4 ระบบตรวจสอบและประเมินผล
4. การประเมินด้านผลลัพธ์ (Product/Output)
 - 4.1 ประสิทธิภาพการดำเนินงาน
 - 4.2 ประสิทธิภาพการดำเนินงาน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การดำเนินกิจกรรม การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการดำเนินการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมของ บริษัทมหาชนจำกัดธนาคารกรุงไทย ในโครงการ กรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด

การประเมินผล หมายถึง การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด โดยกระบวนการวัดที่มีการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบโดยการนำรูปแบบจำลองชิป (CIPP Model) ซึ่งเป็นการประเมิน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลผลิต

การประเมิน ด้าน บริบท หมายถึง การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย การประเมินด้านวัตถุประสงค์ สภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ ความจำเป็นและความคาดหวังของผู้เกี่ยวข้อง

การประเมิน ด้านปัจจัยนำเข้า หมายถึง การประเมินผล ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด เพื่อให้ได้มาซึ่งวิธีการและกลวิธีเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดทรัพยากรต่างๆ ประกอบด้วย งบประมาณ บุคลากร สื่อ วัสดุ อุปกรณ์

การประเมิน ด้านกระบวนการ หมายถึง การประเมินผล ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด ในด้านการวางแผน การบริหารกระบวนการทำงาน การพัฒนาคุณภาพของผู้ปฏิบัติงาน เพื่อนำสู่การปฏิบัติ ความก้าวหน้า รวมถึงวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง และจุดอ่อน

การประเมิน ด้านผลลัพธ์ หมายถึง การประเมินผล ความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธนาคารกรุงไทย ในโค รงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด เพื่อ ตรวจสอบผลผลิต เมื่อได้ดำเนินการไปแล้วหรือสิ้นสุดนโยบายที่ได้ตั้งไว้ ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ หรือตามความคาดหวังหรือไม่ ได้แก่ การประเมินประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการดำเนินงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากความมุ่งหมายของการวิจัยที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร วรรณกรรม และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยใช้รูปแบบการประเมินผลตามแบบชิปโมเดล (CIPP Model) ของสต๊อฟเฟิลบีม (Stufflebeam) ในการประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุง ไทย กรณีศึกษาโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด โดยพิจารณาประเมิน 4 ด้าน ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานในการวิจัย

1. การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ มีแนวโน้มไปในทางที่ดี
2. คุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความคิดเห็นในด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ แตกต่างกัน



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารวรรณกรรม บทความและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดตามลำดับดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการประเมินแบบชิป (CIPP Model)
2. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)
3. ความรับผิดชอบต่อสังคมของบมจ.ธนาคารกรุงไทย โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการประเมิน

1.1 ความหมายของการประเมินผล

"การประเมิน" หรือ "การประเมินผล" มีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Evaluation ซึ่งหมายถึง กระบวนการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจการวิจัย การวัดผล การตรวจสอบ รายงานผล การควบคุมดูแล การประมาณการ และการพิจารณาตัดสิน เป็นต้น

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2524: 1) ได้ให้ความหมายของการประเมินไว้ว่า เป็นกระบวนการเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล สารสนเทศสำหรับการตัดสินใจคุณค่าของโครงการ ผลผลิต ขบวนการ จุดหมายของโครงการหรือโปรแกรมหรือทางเลือกต่าง ๆ เพื่อนำไปปฏิบัติให้บรรลุจุดมุ่งหมาย จุดเน้นของการประเมินคือการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้ข้อสนเทศ เพื่อตัดสินใจคุณค่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ

ประชุม รอดประเสริฐ (2529: 73) ให้ความหมายการประเมินโครงการหรือการประเมินผล มีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า "Evaluation" ซึ่งหมายถึง กระบวนการรวบรวมและวิเคราะห์ ข้อมูลเพื่อ การตัดสินใจการวิจัย (Research) การวัดผล (Measurement) การตรวจสอบ รายงานผล (Appraisal) การควบคุมดูแล (Monitoring) การประมาณการ (Assessment) และการพิจารณาตัดสิน (Judgment) สรุปคำจำกัดความร่วมกันได้ว่า เป็นการประมาณค่า หรือการประเมินผลที่จะเกิดขึ้น จากการดำเนินงานโดยข้อมูลที่ได้รวบรวมด้วยวิธีการสอบถาม ทดสอบ สังเกตและวิธีการอื่นๆ แล้วทำการวิเคราะห์เพื่อตัดสินว่า การดำเนินงานนั้นมีคุณค่าหรือบรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานนั้นมากน้อยเพียงใด

ไทเลอร์ (Tyler. n.d.) มีความเห็นว่า การประเมินคือการเปรียบ เทียบพฤติกรรมเฉพาะอย่าง (Performance) กับจุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรมที่วางไว้

วอร์เทน และ ซานเดอร์ (Worthen; & Sanders. n.d.) ได้ให้ความหมายของการประเมินว่า การประเมิน หมายถึง กระบวนการของการวิเคราะห์และเก็บรวบรวมข้อมูล อันเป็นข่าวสารที่ให้ประโยชน์สำหรับการตัดสินใจคุณค่าผลการผลิต วิธีการและแนวทางเลือกต่างๆ สำหรับการตัดสินใจ

เวลส์ (Welch) ให้ความหมายของการประเมินว่า เป็นกระบวนการซึ่งก่อให้เกิดการเกิดสารสนเทศ

จากความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่า การประเมินผล คือ การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ความหมาย ข้อเท็จจริงของโครงการอย่างเป็นระบบเพื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับคุณค่าของโครงการ และการปรับปรุงเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพให้ดียิ่งขึ้น การประเมินผลคล้ายคลึงกับการวิจัยในแง่กระบวนการทำ แต่แตกต่างกันที่ วัด วัตถุประสงค์และประโยชน์ใช้สอยหรือ มีความหมายทั้งหมดของการประเมินที่ได้กล่าวมาแล้วว่าการประเมินหมายถึง การบรรยายสิ่งที่ถูกประเมินเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจหรือพัฒนามาปรับปรุงเพื่อให้สิ่งที่ประเมินบรรลุจุดมุ่งหมาย

1.2 รูปแบบการประเมิน

มีผู้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบในการประเมินไว้หลายแบบ แต่ละแบบมีแนวคิด ทฤษฎี เหตุผล และวิธีการประเมินที่มีผู้สนับสนุนนำไปใช้เป็นแบบอย่าง (Model) ในการประเมินตามความเชื่อของแต่ละบุคคลตามความเหมาะสมกับความเหมาะสมกับสถานการณ์ของปัญหาที่จะประเมิน

ไชยยศ เรืองสุวรรณ (2533: 5) ได้กล่าวว่ารูปแบบการประเมินโครงการนอกจากรวมภาพรวมของลักษณะการประเมินแล้ว ยังให้แนวทางในการตั้งข้อคำถามและมุ่งหมาย ตลอดจนวิธีการรวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินในสถาบันอุดมศึกษาในต่างประเทศโดยเจาะในประเทศสหรัฐอเมริกา รูปแบบการประเมินที่ใช้มักรวมเอารูปแบบการประเมินหลายรูปแบบเป็นแนวทางในการประเมิน (Guidelines) ที่พัฒนาขึ้นโดยกรมการประเมินโครงการทางการศึกษาทั้งหลาย พบว่าสถาบันเหล่านั้นเน้นการประเมินโครงการในลักษณะใดลักษณะหนึ่งดังนี้

1. การประเมินที่ยึดจุดมุ่งหมายเป็นหลัก (Goal-Based Model) ผู้บัญญัติพื้นฐานตามรูปแบบการประเมินนี้ คือ ไทเลอร์ (Tyler) เป็นรูปแบบการประเมินที่เก่าแก่และใช้กันอย่างกว้างขวางที่สุดใน การประเมินโครงการต่างๆ การประเมินรูปแบบนี้เน้นความสำคัญของการประเมินยึดวัตถุประสงค์เป็นหลัก (Goal Attainment หรือ Objective Based Model) ในการประเมินผลนั้นสิ่งสำคัญคือผลผลิตจากโครงการ หากผลผลิตจากโครงการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ก็ประเมินได้ว่า โครงการนั้นสัมฤทธิ์ผลตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ แนวคิดนี้เห็นได้ว่าปัญหาส่วนใหญ่จะอยู่ที่การวัดผลสัมฤทธิ์นั้นเป็นเรื่องยากลำบาก เพราะบ่อยครั้งวัตถุประสงค์ของโครงการใดๆ ก็ตามจะต้องนำวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นมาเขียนเป็นจุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรมเสียก่อน ซึ่งจะง่ายต่อการสร้างเครื่องมือและเปรียบเทียบผลจากการปฏิบัติ (Performance) กับจุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรมที่วางไว้

2. การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship Model) อีสเนอร์ (Eisner) เป็นผู้บุกเบิกแนวคิดการประเมินโครงการโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งแตกต่างจากการประเมินทั่วไป การประเมินแบบนี้เน้นที่บทบาทของผู้ประเมินโดยไม่ยึดจุดมุ่งหมาย ไม่คำนึงถึงปัญหาหรือข้อโต้แย้งใดๆ และไม่ได้ประเมินโครงการโดยอาศัยการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการแต่เป็นการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญกับโครงการนั้นๆ เป็นผู้กำหนดแนวทางและเกณฑ์การประเมิน ดังนั้นการประเมินจึงเกิดขึ้นจากการสำรวจตรวจสอบโครงการของผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) กล่าวโดยสรุป การประเมินโครงการโดยผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ยอมรับเพราะผู้เชี่ยวชาญทำให้ผลการประเมินโครงการเป็นที่เชื่อถือได้

3. การประเมินเพื่อการตัดสินใจ (Decision-Making Model) มี 2 รูปแบบ

3.1 Context-Input-Process-Product (CIPP) โดยสตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam) ซึ่งได้อธิบายความหมายของการประเมินแบบ CIPP หมายถึง กระบวนการจำแนก รวบรวมและการเสนอข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณค่าและประโยชน์ของความมุ่งหมาย การออกแบบหรือการวางแผนการดำเนินงานและแผนงานของโครงการใดโครงการหนึ่ง เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจรับผิดชอบ และสร้างความเข้าใจกับผู้เกี่ยวข้องกับการโครงการ

3.2 UCLA Center for the Study of Evaluation (CSE) โดยอัลคิน (Alkin) ซึ่งได้อธิบายความหมายของการประเมินแบบ CSE หมายถึง กระบวนการพิจารณาตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเลือกข่าวสารที่เหมาะสม รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อสรุปผลอันเป็นประโยชน์ต่อผู้มีอำนาจการตัดสินใจได้พิจารณาเลือกตามความเหมาะสม

ในการประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด ผู้วิจัยต้องการทราบผลการจัดทำโครงการว่าประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ มีปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะอย่างไร เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงโครงการให้มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ คาดหวังไว้ ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบการประเมินชิป

1.3 แนวคิดและโมเดลชิปในการประเมินของสตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam's CIPP Model)

เยาวดี ราชชัยกุล วิบูลย์ศรี (2551: 57-58) สตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam) ได้ให้นิยามการประเมินไว้ คือ กระบวนการของการระบุ หรือกำหนดข้อมูลที่ต้องการ รวมถึงการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลที่จัดเก็บมาแล้วนั้นมาจัดทำให้เกิดเป็นสารสนเทศที่มีประโยชน์เพื่อนำเสนอสำหรับใช้เป็นทางเลือกในการประกอบการตัดสินใจต่อไป

จากนิยามข้างต้น ประกอบด้วยสาระสำคัญสามารถนำมาขยายเป็นข้อ ๆ ดังต่อไปนี้

- (1) การประเมินเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นกระบวนการต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องอย่างครบวงจร และต้องย้อนกลับมาสู่รอบใหม่ของวงจรด้วย
- (2) กระบวนการประเมินจะต้องมีการระบุหรือบ่งชี้ข้อมูลที่ต้องการ
- (3) กระบวนการประเมินจะต้องดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามที่ระบุหรือบ่งชี้ไว้
- (4) กระบวนการประเมินจะต้องนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมไว้นั้นมาจัดทำให้เป็น

สารสนเทศ

- (5) สารสนเทศที่ได้นั้นจะต้องมีความหมายและมีประโยชน์ และ
- (6) สารสนเทศดังกล่าวจะต้องนำไปเสนอเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินการเลือกใหม่หรือแนวทางดำเนินการใดๆ ต่อไป

แนวคิดของสตฟเฟิลบีม (Stufflebeam) มีลักษณะที่แบ่งแยกบทบาทของการทำงานระหว่างฝ่ายประเมินกับฝ่ายบริหารออกจากกันอย่างชัดเจน กล่าวคือ ประเมินมีหน้าที่ระบุ จัดหา และนำเสนอสารสนเทศให้กับฝ่ายบริหาร ส่วนฝ่ายบริหารมีหน้าที่เรียกหา และนำผลการประเมินที่ได้นั้นไปใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อดำเนินกิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องตามควรแก่กรณี

ทั้งนี้ จากหลักการแนวคิดและนิยามของสตฟเฟิลบีม (Stufflebeam) สามารถถ่ายทอดออกเป็นโมเดลพื้นฐานได้ดังนี้



ภาพประกอบ 2 โมเดลพื้นฐานของสตฟเฟิลบีม (Stufflebeam)

ที่มา: ยาวดี ราชย์กุล วิบูลย์ศรี (2551). *ประเมินโครงการ แนวคิดและแนวปฏิบัติ* หน้า 58.

การประเมินโดยใช้รูปแบบ CIPP เป็นที่นิยมใช้กันแพร่หลายมากที่สุด โดยเฉพาะการประเมินโครงการต่างๆ เพราะว่าเป็นการประเมินให้สารสนเทศที่ครอบคลุม มีการพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมต่างๆ ประกอบด้วย อย่างไรก็ตามบางครั้งมีการนำรูปแบบการประเมินแบบนี้ไปใช้โดยไม่ครบตามขั้นตอนด้วยการตัดการประเมินบริบทออก ทำให้สารสนเทศที่ได้ลดคุณค่าลง และไม่มีผลต่อการตัดสินใจได้ ซึ่งในการประเมินครั้งนี้จะใช้รูปแบบนี้ เนื่องจากเป็นการประเมินที่ครอบคลุมตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงสิ้นสุดโครงการ เป็นการประเมินที่เป็นระบบง่ายต่อการเข้าใจและการนำไปปฏิบัติ และได้สารสนเทศที่ครอบคลุม โดยประเมินควบคู่กันไปกับการดำเนินโครงการ เพื่อมุ่งหวังที่จะนำผลที่ได้จากการประเมินไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปรับปรุงโครงการต่อไป

1.3.1 ประเภทของการประเมิน

ยาวดี ราชย์กุล วิบูลย์ศรี (2551: 58-59) สตฟเฟิลบีมและคณะ ได้แบ่งการประเมินออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การประเมินบริบทหรือสภาพแวดล้อม (Context evaluation: C) เป็นการประเมินก่อนที่จะดำเนินการโครงการใดๆ มีจุดมุ่งหมายเพื่อกำหนดหลักการและเหตุผลรวมทั้งเพื่อพิจารณาความจำเป็นที่จะต้องจัดทำโครงการดังกล่าว การชี้ประเด็นปัญหา ตลอดจนจนพิจารณาความเหมาะสมของเป้าหมายของโครงการ

2. การประเมินตัวป้อนเข้า (Input evaluation: I) เป็นการประเมินเพื่อค้นหาองค์ประกอบหรือปัจจัยหรือแนวทางที่เหมาะสมหรือมีประสิทธิภาพที่จะอำนวยให้โครงการดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการถึงความเหมาะสม ความเพียงพอของทรัพยากรที่จะใช้ในการดำเนินโครงการ ตลอดจนเทคโนโลยีและแผนของการดำเนินงาน

3. การประเมินกระบวนการ (Process evaluation: P) สำหรับในส่วนนี้เป็นการประเมินเพื่อ

- หาข้อบกพร่องของการดำเนินโครงการ เพื่อทำการแก้ไขให้สอดคล้องกับข้อบกพร่องนั้นๆ

- หาข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่จะสั่งการเพื่อพัฒนางานต่างๆ

- บันทึกภาวะของเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นไว้เป็นหลักฐาน

4. การประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (Product evaluation: P) เป็นการประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นจากการทำโครงการกับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของโครงการที่กำหนดไว้แต่ต้น รวมทั้ง ภาพการณ์ในประเด็นของการยุบ เลิก ขยาย หรือปรับเปลี่ยนโครงการ

นอกจากนี้ สตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam) ได้นำเสนอประเภทของการตัดสินใจ ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ประเมินผล ดังนี้ (เยาวดี ราชชัยกุลวิบูลย์ศรี. 2551: 60)

1. การตัดสินใจเพื่อการวางแผน (Planning Decisions) เป็นการตัดสินใจที่ใช้ข้อมูลจากการประเมินสภาพแวดล้อมที่ได้นำไปใช้ในการกำหนดจุดประสงค์ของโครงการ ให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน

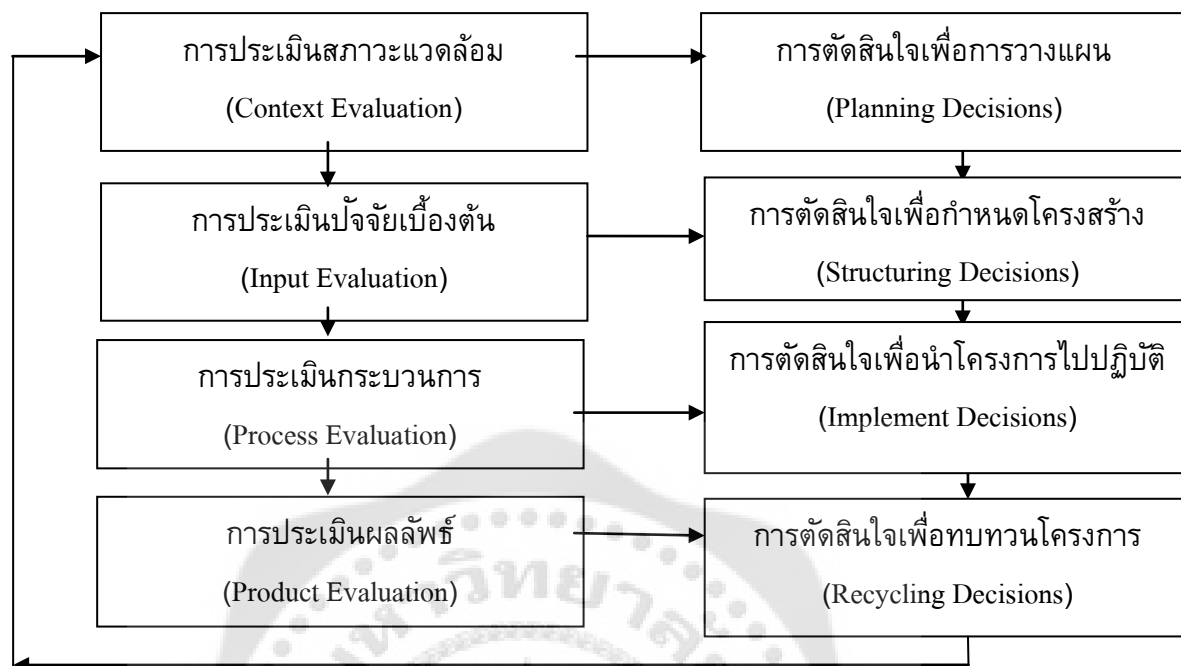
2. การตัดสินใจเพื่อกำหนดโครงสร้างของโครงการ (Structuring Decisions) เป็นการตัดสินใจที่ใช้ข้อมูลจากปัจจัยนำเข้าที่ได้ นำไปใช้ในการกำหนดโครงสร้างของแผนงาน และขั้นตอนของการดำเนินการของโครงการ

3. การตัดสินใจเพื่อนำโครงการไปปฏิบัติ (Implementation Decisions) เป็นการตัดสินใจที่ใช้ข้อมูลจากการประเมินกระบวนการ เพื่อพิจารณาควบคุมการดำเนินการให้เป็นไปตามแผน และปรับปรุงแก้ไขการดำเนินการให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

4. การตัดสินใจเพื่อทบทวนโครงการ (Recycling Decisions) เช่น การตัดสินใจเพื่อใช้ข้อมูลจากการประเมินผลผลิต (Output) ที่เกิดขึ้น เพื่อพิจารณาการยุบ/ล้มเลิก หรือขยายโครงการที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป

แนวคิดและเป้าหมายของการประเมิน ตามที่สตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam) ได้เสนอมานั้น ก็เพื่อประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการดำเนินโครงการแต่ละประเภทดังกล่าว จะต้องเฝ้าอำนวยต่อการนำไปตัดสินใจ ดังภาพประกอบ 3 ดังนี้

ประเภทของการประเมินประเภทการตัดสินใจ



ภาพประกอบ 3 ความสัมพันธ์ของการตัดสินใจและประเภทการประเมินแบบ CIPP Model

ที่มา: เยาวดี ราชชัยกุลวิบูลย์ศรี (2551). *ประเมินโครงการแนวคิดและแนวปฏิบัติ* หน้า 61.

1.3.2 ช่วงเวลาของการประเมิน

เมื่อพิจารณาถึงช่วงเวลาของการประเมินผลโครงการ เพื่อจำแนกประเภทของการประเมินผลโครงการโดยละเอียดแล้ว เราสามารถจำแนกประเภทของการประเมินผลโครงการโดยละเอียดแล้ว เราสามารถจำแนกได้ว่าการประเมินผลโครงการมี 3 ระยะ ดังต่อไปนี้ (เยาวดี ราชชัยกุลวิบูลย์ศรี. 2551: 60)

1) การประเมินผลโครงการก่อนการดำเนินงาน (Pre-evaluation) เป็นการประเมินว่ามีความจำเป็นและความเป็นไปได้ในการกำหนดให้มีโครงการหรือแผนงานนั้น ๆ หรือไม่ บางครั้งเรียกการประเมินผล ประเภทนี้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) หรือการประเมินความต้องการที่จำเป็น (Need Assessment)

2) การประเมินโครงการขณะดำเนินงาน (On-going Evaluation) เป็นการประเมินผลโครงการเพื่อติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินงาน (Monitoring) และการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ

3) การประเมินผลโครงการเมื่อสิ้นสุดการดำเนินงาน (Post-evaluation) เป็นการประเมินว่า ผลของการดำเนินงานนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่วางไว้หรือไม่

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษา ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด ในระยะที่ 3 เป็นการประเมินผลโครงการเมื่อสิ้นสุดการดำเนินงาน

จากการศึกษารูปแบบของการประเมินแบบซิป (CIPP Model) พบว่าแบบจำลองประเภทนี้ ไม่เพียงแต่ประเมินว่าบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่เท่านั้น แต่ยังเป็นการประเมินเพื่อให้รายละเอียดต่างๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการอีกด้วย นอกจากนั้นการประเมินยังบ่งชี้จุดเด่น จุดด้อย เพื่อนำผลไปปรับปรุงได้อย่างทันที่ และมีการประเมินรวมสรุปหลังโครงการสิ้นสุดแล้วเพื่อ บ่งชี้ผลสัมฤทธิ์ของโครงการ ผู้วิจัยเห็นว่า กรอบแนวคิดในการประเมินผลแบบจำลองซิป (CIPP Model) ของ Stufflebeam มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้เพื่อ ประเมินผล การประเมินผลความ รับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย กรณีศึกษาโครงการ กรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัด สำนักงานเขตสามยอด

2. แนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)

2.1 นิยามความหมายของ ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

มีอธิบายไว้จากหลายแหล่งที่มา ดังนี้

สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือความมุ่งมั่นหรือพันธะสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงานตลอดจน ครอบครัวของเขาเหล่านั้น ตลอดจนมีส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและ สังคมในวงกว้าง (สถาบันไทยพัฒนา. 2551: ออนไลน์)

คณะกรรมการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์(กสท.) กล่าวว่า CSR เป็นเรื่องของการที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็นเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ประโยชน์กับคน ชุมชน และ สังคมนอกจากนั้น ยังเป็นเรื่องของบทบาทขององค์กรธุรกิจในสังคม และความคาดหวังของสังคมที่มี ต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรม ต่างๆ โดยสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอันจะนำไปสู่ การพัฒนาอย่างยั่งยืน (สถาบันไทยพัฒนา. 2551: ออนไลน์)

องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (ISO) กล่าวว่า CSR เป็นเรื่องของการที่ องค์กรตอบสนองต่อประเด็น ด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ ประโยชน์กับ คน ชุมชนและสังคม นอกจากนั้นยังเป็นเรื่องของบทบาท ขององค์กรธุรกิจใน สังคมและความคาดหวัง ของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหาร จะต้องมีบทบาท เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ โดยสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคมและ สิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน" (สถาบันไทยพัฒนา. 2551: ออนไลน์)

ซี เซอโต้ กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชน หมายถึง การบริหารจัดการที่เป็นการป้องกันและปรับปรุงสวัสดิภาพของสังคม (Welfare of Society) โดยรวมและผลประโยชน์ขององค์กร (สถาบันไทยพัฒนา. 2551: ออนไลน์)

สถาบันไทยพัฒนา เป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ (Public Organization) ซึ่งทำงานด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงและความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่มีต่อสังคมในประเทศไทย ได้ให้ความสำคัญของ CSR ว่าเป็นการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทั้งในระดับใกล้ (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กร เช่น ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัว พนักงาน ชุมชน ท้องถิ่นที่องค์กรตั้งอยู่) และระดับไกล (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทางอ้อม เช่น คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนโดยทั่วไป) ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรภายนอกองค์กรในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข (สถาบันไทยพัฒนา. 2551: ออนไลน์)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ หมายถึง การดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการที่ดีควบคู่ไปกับการใส่ใจรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

2.2 ระดับชั้นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

แนวทางการปฏิบัติตามหลักCSR ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ควบคุมธุรกิจนั้น สามารถแบ่งได้ 4 ชั้น ดังนี้ (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน. 2551: 7)

ชั้นที่ 1 Mandatory Level: ข้อกำหนดตามกฎหมาย (Legislation) หมายถึง การที่ธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายแรงงาน การจ่ายภาษี เป็นต้น

ชั้นที่ 2 Elementary Level: ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (Economic Profit) หมายถึง การทำธุรกิจคำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งในชั้นนี้ธุรกิจควรหมั่นตรวจสอบว่ากำไรที่ได้นั้นต้องมีใช้กำไรซึ่งเกิดจากการเบียดเบียนสังคม

ชั้นที่ 3 Preemptive Level: จรรยาบรรณทางธุรกิจ (Business Code of Conduct) หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรแก่ผู้ถือหุ้นได้ในอัตราที่เหมาะสมและผู้ประกอบธุรกิจได้ใส่ใจเพื่อให้ประโยชน์ตอบแทนแก่สังคมมากขึ้น โดยเฉพาะสังคมใกล้ที่อยู่รอบข้างที่มีความคาดหวังว่าจะได้รับการดูแลหรือเอาใจใส่จากผู้ประกอบธุรกิจ

ชั้นที่ 4 Voluntary Level: ความสมัครใจ (Voluntary Action) หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่กับการปฏิบัติแนวทางCSR ด้วยความสมัครใจ โดยไม่ได้ถูกเรียกร้องจากสังคมแต่อย่างใด ซึ่งในชั้นนี้ การประกอบธุรกิจอยู่บนพื้นฐานของการมุ่งประโยชน์ของสังคมเป็นสำคัญและการดำเนินCSR ในส่วนนี้ได้รับการยกย่องชื่นชมจากสังคมอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ ธุรกิจต้องดำเนินการตามเกณฑ์ในขั้นที่ 1 เป็นอย่างน้อย ส่วนการดำเนินการในขั้นต่อไปให้ขึ้นกับความพร้อมของธุรกิจแต่ละแห่งที่แตกต่างกันไป โดยหลักสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ควรอยู่บนหลักพอประมาณที่ธุรกิจต้องไม่เบียดเบียนตนเอง และขณะ เดียวกันก็ต้องไม่เบียดเบียนสังคม

2.3 องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสนี (2550: 6) ได้อธิบายไว้ว่าแม้วิวัฒนาการของ CSR นั้นจะเป็นเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อนและไม่มีมาตรฐานตายตัว อย่างไรก็ตามในการประยุกต์ CSR เข้ากับธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรมในทุกขนาดไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ หรือระหว่างประเทศนั้น ก็ได้มีการรวบรวมลักษณะรูปธรรมในการดำเนินการด้าน CSR ไว้ โดยเฉพาะจาก European commission on CSR ซึ่งกล่าวว่า CSR นั้นมีอยู่ 2 มิติหลักๆ ก็คือมิติภายในอันเป็นการ ดูแลกิจกรรมต่างๆที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่และจัดการได้โดยตรงเช่นการจัดการแรงงาน กระบวนการผลิต หรือการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และมิติภายนอกซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจที่บริษัทอาจจะควบคุมไม่ได้โดยตรงเช่นการดูแลลูกค้า การรับผิดชอบต่อ supplier และการสนับสนุนกิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม เป็นต้น ดังนี้

มิติภายใน มีรายละเอียด 5 ข้อ ดังนี้ (สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสนี. 2550: 6)

1. การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรต่างๆ ปัจจุบันมีความท้าทายที่จะต้องดึงพนักงานที่มีความสามารถ ดังนั้นธุรกิจ จึงควรส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต Life-long learning การให้ข้อมูลที่โปร่งใสกับพนักงานในทุกๆ ด้าน การให้ความสมดุลระหว่างงาน ชีวิตครอบครัว และการพักผ่อน การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมทั้งด้าน การ คัดเลือกเข้าทำงาน รายได้และความก้าวหน้าทางการงานโดยเฉพาะกับผู้หญิงและผู้พิการ การดูแลเอาใจใส่พนักงานโดยเฉพาะที่ได้รับบาดเจ็บ และ/หรือ เกิดปัญหาสุขภาพจากการทำงาน นอกจากนี้ในด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ธุรกิจควรที่จะให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมในระดับต่างๆ หรือแม้แต่ว่าการมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ เช่น การสนับสนุน ช่วงต่อระหว่าง โรงเรียนมาสู่พนักงานสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยการให้การฝึกอบรมพิเศษสำหรับคนกลุ่มนี้ นอกจากนี้ที่สำคัญที่สุดคือการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในที่ทำงานให้ได้

2. สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายควบคุมดูแลด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน แต่กระแสการกระจายงานไปสู่ Supplier ทำให้บริษัทควบคุมไม่ทั่วถึง จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่ควรจะช่วยกันดูแล หรือตั้งเป็นนโยบายขององค์กรฯ เช่น เลือกร่วมทำธุรกิจ หรือเลือกใช้ Supplier ที่มีคุณธรรม จรรยาบรรณ ต่อพนักงาน เพื่อเป็นการควบคุมดูแลอีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นการบีบให้ บริษัทอื่นๆ ที่ต้องการจะทำธุรกิจกับเราต้องพัฒนาตนเองตามไปด้วย เพราะมิเช่นนั้น หากเกิดผลร้ายจากการที่ใช้ Supplier ที่ไม่ใส่ใจสุขภาพ และความปลอดภัยในการทำงานของลูกค้า เมื่อเกิดกรณี ขึ้นมา ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีก็จะกลับขึ้นมาถึง บริษัทแม่บริษัทผู้ว่าจ้างด้วย

ในต่างประเทศ ได้มีการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยของอุปกรณ์ในการดำเนินงาน ทั้งในออฟฟิศ และโรงงาน ตั้งแต่เครื่องเขียนไปจนถึงเครื่องจักร เพื่อลด และป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงานให้ได้มากที่สุด ซึ่งประเทศไทยน่าจะนำมาประยุกต์ใช้

1. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง การบริหารองค์กร ที่มีนโยบายที่จะรับผิดชอบพนักงานในกรณีที่เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมือง หรือแม้แต่การปรับโครงสร้างภายในขององค์กรเอง โดยเฉพาะการควบรวมกิจการต่างๆซึ่งมักจะนำมาสู่การเลิกจ้างพนักงานจำนวนมาก ซึ่งไม่ส่งผลดีต่อองค์กรเอง นอกเสียจากจะสุวิสัยจริงๆ เพราะทำให้ความเชื่อถือ ไว้วางใจ และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร ๖ ต้องเสียไป ทั้งนี้ในช่วงที่เกิดวิกฤตในองค์กรฯ นั้นๆ การปรึกษาหารือ และสร้างความร่วมมือกันในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุน ผู้บริหาร พนักงาน หรือแม้แต่ลูกค้า ย่อมนำมาซึ่งการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากกว่า

2. การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร การลดการใช้ทรัพยากรและการปล่อยสารพิษ/ของเสีย ซึ่งเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ย่อมเป็นผลดีต่อองค์กรนั้นๆ เอง ในอันที่จะจัดการการผลิตสินค้า /บริการ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังเป็นการลดต้นทุนด้านพลังงาน และการจัดการของเสียต่างๆ อีกด้วย ซึ่งนำไปสู่ผลกำไรที่สูงขึ้น ความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้น และที่สำคัญ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัท ถือว่าได้ประโยชน์ต่อทุก ฝ่าย (Win-Win)

3. บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ ปัจจุบัน ความเชื่อมั่น ที่มีต่อบริษัทฯ เป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้นความโปร่งใส และขั้นตอนการตัดสินใจต่างๆ ของบริษัทที่มีความชัดเจน ตรวจสอบได้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดทั้งต่อ ความมั่นคงของบริษัท ในมุมมองของนักลงทุน และความมั่นคงในสังคม ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการบริหารจัดการที่มีความโปร่งใส ทางบัญชี และกระบวนการตัดสินใจในทุกๆระดับนั้น ย่อมนำไปสู่ ข้อมูลที่มีความชัดเจน ซึ่งสามารถเข้าถึงได้โดยนักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้เกิดระบบการลงทุนในสังคมโดยรวมที่มีประสิทธิภาพ ความผิดปกติทางการเงิน หรือกระบวนการตัดสินใจต่างๆ ย่อมจะสามารถถูกพบและจัดการได้โดยองค์กรที่เกี่ยวข้อง และลดโอกาสของความสูญเสียทั้งในด้านการเงินและทรัพยากรต่างๆ ที่ต้องเสียไปกับการคอร์รัปชันอีกด้วย ซึ่งนำไปสู่สังคมที่มีความยั่งยืนและแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจในที่สุด

มติภายนอก มีรายละเอียด 5 ข้อ ดังนี้ (สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสนี. 2550: 6)

1. การจัดการกับ Supplier และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ที่รับผิดชอบต่อสังคม กล่าวคือการเลือก Supplier และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ควรคำนึงถึงบทบาทการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นๆ เพื่อเป็นการขยายความรับผิดชอบต่อสังคม จากองค์กรของตนไปสู่องค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และป้องกันปัญหาที่อาจจะตามมาจากความซับซ้อนของระบบธุรกิจสมัยใหม่ ที่ยาก

ต่อการควบคุมให้ครอบคลุมไปทั้ง Supply Chain ซึ่งอาจจะมีนโยบายหรือกิจกรรมที่ส่งเสริมประเด็นเหล่านี้ อาทิ ส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ๆ ที่จะเข้ามาเป็น Supplier ด้วยการส่งที่ปรึกษาไปช่วยพัฒนาระบบการทำงานให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

2. การดูแลผู้บริโภค ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสินค้า / บริการขององค์กร เป็นแหล่งที่มาของรายได้ ดังนั้นจึงต้องมีระบบการดูแลผู้บริโภคใน ทุกๆ กระบวนการของสินค้า/บริการ ตั้งแต่การผลิต การขาย ไปจนถึงการทิ้ง ให้ปลอดภัย มีประสิทธิภาพทั้งในเชิงคุณภาพและราคา และมีจริยธรรม นอกจากนี้ยังสามารถแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคด้วยการ เลือกผลิต /จำหน่ายสินค้า/บริการเฉพาะด้านให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค หรือแม้แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถใช้ได้กับทุกกลุ่ม ที่รวมถึงผู้พิการด้วย(Design for All) เช่นเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีอักษรเบรลล์ และหรือ ส่งการด้วยเสียง สำหรับคนปกติและคนตาบอดใช้ได้

3. ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง(Local Communities) บริษัท ต่างๆ ตามปกติจะให้ประโยชน์ต่อชุมชนอยู่แล้ว เช่น จ้างแรงงานชุมชน ซึ่งนำสู่รายได้สู่ชุมชน และรายได้ภาษีของพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่ทุนสาธารณะที่สามารถนำมาสร้างประโยชน์แก่ชุมชนได้อีก นอกจากนี้ บริษัท ยังต้องพึงชุมชนรอบข้าง ในรูปแบบของ แรงงาน และอื่นๆ ดังนั้นบริษัท จึงควรมีส่วนช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพ และสิ่งแวดล้อมชุมชน (และใกล้เคียง) ผ่านการบริจาค หรือกิจกรรมสาธารณประโยชน์ใดๆ ที่จะช่วยพัฒนาชุมชน และนำไปสู่ความแข็งแรงของชุมชนนั้นๆ ซึ่งผลตอบแทนที่บริษัทจะได้รับ คือ ภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่ความร่วมมือและพร้อมจะช่วยเหลือบริษัท

4. ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม บริษัทต่างๆ ที่อยู่ในเมืองหรือ บ.ใหญ่ อาจไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับพื้นที่ในบริเวณนั้นๆ มากนัก หรือ เป็นบริษัทที่มีสาขามากมายทั่วประเทศ ดังนั้นบริษัทเหล่านี้จึงควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง โดยการบริจาค ทำกิจกรรม หรือ สนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อแก้ไข และพัฒนาสังคม ในประเด็นที่ บริษัทเกี่ยวข้อง สนใจ ซึ่งถือเป็นการแสดงบทบาทผู้นำทางธุรกิจ ต่อการสร้างเปลี่ยนแปลงต่อสังคมอย่างชัดเจนและควรเป็นอย่างยิ่งที่จะวัดผลได้ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผน และการหาพันธมิตรในการปฏิบัติงานที่ดี ซึ่งจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดี Corporate Citizenship ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและคุณค่าของบริษัทในมุมมองของผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

5. การรับผิดชอบต่อโลก ในมิติต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และประเด็นสำคัญอื่นๆ ในระดับภูมิภาค และ /หรือ ระดับโลก ตามความเหมาะสม และศักยภาพขององค์กร บริษัทสามารถร่วมมือกับ องค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น รัฐบาล NGO สถาบันการศึกษา องค์กรธุรกิจอื่นๆ เพื่อร่วมมือกัน

2.4 ชนิดของกิจกรรม CSR

ฟิลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี (2551: 23) ได้จำแนก CSR ไว้เป็น 6 ชนิดกิจกรรม ได้แก่

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) เป็นการจัดหาเงินทุน วัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคมนั้น ตลอดจนสนับสนุนการระดมทุน การมีส่วนร่วม หรือการค้นหาอาสาสมัครเพื่อการดังกล่าว องค์กรธุรกิจอาจริเริ่มและบริหารงานส่งเสริมเหล่านั้นด้วยตนเอง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่ง องค์กรใด หรือกับหลายๆ องค์กรก็ได้

2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) เป็นการอุดหนุนหรือการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือหรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคมจำเพาะหนึ่งๆ ซึ่งมักมีช่วงเวลาที่จำกัดแน่นอน หรือดำเนินการแบบจำเพาะผลิตภัณฑ์ หรือให้แก่การกุศลที่ระบุไว้เท่านั้น กิจกรรม CSR ชนิดนี้ องค์กรธุรกิจมักร่วมมือกับองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไรเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพในประโยชน์ร่วมกัน ด้วยวิธีการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ เพื่อนำเงินรายได้ไปสนับสนุนกิจกรรมการกุศลนั้นๆ ในขณะเดียวกันก็เป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการกุศลผ่านทาง การซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอื่นใดเพิ่มเติม

3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) เป็นการสนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาวะ ความแตกต่างสำคัญระหว่างการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมกับการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม คือ การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมจะเน้นที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior Change) เป็นหลัก ในขณะที่การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคมจะเน้นที่การสร้างควมตระหนัก ตลอดจนการสนับสนุนทรัพยากรด้านทุนและอาสาสมัครเพื่อให้รับรู้ถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว

4. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปของการบริจาคเงินหรือวัสดุสิ่งของ เป็นกิจกรรม CSR ที่พบเห็นในแทบทุกองค์กรธุรกิจ และโดยมากมักจะเป็นไปตามกระแสความต้องการจากภายนอกหรือมีผู้เสนอให้ทำ มากกว่าจะเกิดจากการวางแผนหรือออกแบบกิจกรรมจากภายในขององค์กรเอง ทำให้ไม่เกิดการเชื่อมโยงเข้ากับเป้าหมายหรือพันธกิจขององค์กรเท่าใดนัก

5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) เป็นการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน คู่ค้าร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่และเพื่อตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรให้ความสนใจหรือห่วงใย องค์กรธุรกิจอาจเป็นผู้ดำเนินการเองโดยลำพัง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใด และอาจเป็นผู้กำหนดกิจกรรมอาสา ดังกล่าวนั้นเอง หรือให้พนักงานเป็นผู้คัดเลือกกิจกรรมแล้วนำเสนอต่อองค์กรเพื่อพิจารณาให้การสนับสนุน โดยที่พนักงานสามารถได้รับการชดเชยในรูปของวันหยุดหรือวันลาเพิ่มเติม

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือในเชิงร่วมกันแก้ไขด้วยการช่วยเหลือเยียวยาปัญหาทางสังคม นั้นๆ ด้วยกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการยกระดับสุขภาวะของชุมชน และการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่องค์กรธุรกิจสามารถที่จะดำเนินการเอง หรือเลือกที่จะร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกก็ได้

การจำแนกกิจกรรม CSR ข้างต้น หากพิจารณาตามตระกูล ของ CSR จะพบว่ากิจกรรม 3 ชนิดแรก เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางการพูด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นการสื่อสารการตลาดที่เข้าข่ายการดำเนินกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรนอกองค์กรเป็นหลัก ส่วนกิจกรรม 3 ชนิดหลัง เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางการกระทำ หรือเป็นการดำเนินกิจกรรมขององค์กรโดยใช้ทรัพยากรที่มี อยู่ภายในองค์กรเป็นหลัก และหากพิจารณาโดยยืดยาวที่ ตัวกระบวนการทางธุรกิจ CSR ในตระกูล Corporate-driven CSR ยังสามารถจำแนกออกเป็น CSR จำพวกที่อยู่ในกระบวนการทางธุรกิจ กับ CSR จำพวกที่อยู่นอกกระบวนการทางธุรกิจ หรือเกิดขึ้นภายหลังโดยแยกต่างหากจากกระบวนการทางธุรกิจ

2.5 ประโยชน์การทำ CSR สำหรับภาคธุรกิจ

บริษัทที่ปรึกษาชั้นนำของโลก Arthur D Little ได้ทำการศึกษาพบว่า การทำ CSR มีผลดีต่อธุรกิจถึง 8 ประการ คือ (ซีเอสอาร์ ในมาบตาพุด. 2552: 9)

1. การบริหารความน่าเชื่อถือ มีความเชื่อมโยงที่แข็งแกร่งระหว่างความน่าเชื่อถือและความสามารถในการประกอบการของบริษัท (financial performance) ซึ่งพบว่าบริษัทที่สามารถจัดการความสัมพันธ์และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นองค์รวมได้นั้นจะส่งผลต่อยอดขายมากขึ้นถึง 4 เท่า และการเจริญเติบโตของการจ้างงานมากขึ้นถึง 8 เท่าเมื่อเทียบกับ บริษัทที่มุ่งตอบสนองความต้องการของหุ้นส่วนแต่เพียงอย่างเดียว

2. ประโยชน์ในการจัดการความเสี่ยง ความซับซ้อนของเศรษฐกิจสมัยใหม่นำไปสู่ความเสี่ยงใหม่ ๆ ที่ยากจะคาดเดา ดังนั้นการจัดการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล จึงมีความสำคัญมาก ในการป้องกันปัญหาอันอาจเกิดจากความเสี่ยงที่ควบคุมได้ยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเสี่ยงที่เกิดจากการคาดการณ์ของนักลงทุน

3. ประโยชน์ด้านการคัดเลือกและสร้างแรงจูงใจในการทำงานและรักษาพนักงานดี ๆ ให้อยู่กับบริษัท ในการเลือกสมัครเข้าทำงาน และพนักงานในบริษัทก็ให้ความสนใจด้านการรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท และใช้เป็นตัวตัดสินใจในการเลือกที่จะทำหรือเปลี่ยนไปทำกับบริษัทอื่นที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่า

4. ประโยชน์ด้านความสัมพันธ์ของนักลงทุนและการเข้าถึงเงินทุน การที่ตลาดหลักทรัพย์เข้ามาสร้างมาตรฐาน หรือนวัตกรรมทางการเงิน ทำให้นักลงทุนทั่วไปตื่นตัวและเห็นประโยชน์ของการลงทุนที่รับผิดชอบต่อสังคม

5. การเรียนรู้และนวัตกรรม บริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถใช้เป้าหมายดังกล่าวส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมไปในแนวยั่งยืนได้ นอกจากนี้ยังสามารถลดต้นทุนการผลิตสินค้าให้ต่ำลง ในขณะที่คุณภาพสินค้าเพิ่มขึ้น นำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันและผลกำไรที่เพิ่มขึ้นด้วย

6. ความสามารถทางการแข่งขันและจุดยืนในตลาด (market positioning) ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่พัฒนาความคาดหวังและความประทับใจต่อบริษัทต่างๆ โดยมาจากปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท มากกว่าการสร้างสินค้า หรือความสำเร็จทางการเงินของบริษัทนั้น ๆ

7. ประสิทธิภาพของการดำเนินงาน (Operational efficiency) คือ การมุ่งเน้นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะนำไปสู่ความสำเร็จด้านการเงิน ด้วยการลดการใช้วัตถุดิบ ลดการเกิดของเสีย ในกระบวนการผลิตซึ่งจะนำไปสู่การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย

8. การยอมรับของสังคมต่อการดำเนินงานของบริษัท (license to operate) ความคาดหวังหรือทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท มีผลอย่างมากต่อการยอมรับให้บริษัทดำเนินธุรกิจ สังคมได้

แนวคิด CSR เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมในหลากหลายรูปแบบ ไม่ใช่ เพียงแค่การบริจาคเงินหรือบริจาคสิ่งของให้แก่ชน วยงานสังคมสงเคราะห์หรือมูลนิธิไปดำเนินการ แต่ต้องมีวิธพัฒนางองค์กรที่ดี เป็นที่พึงพิงของสังคม ดังนั้น องค์กรที่สามารถบริจาคเงินหรือสังคม เพื่อสังคมสงเคราะห์ได้นั้น ต้องเป็นองค์กรที่เติบโตทางธุรกิจและมีความดีอยู่ในตัวแล้ว ประเด็นที่สำคัญคือ ทำอย่างไรจึงจะดำเนินกิจกรรม CSR ให้แก่ผู้ด้อยโอกาสในสังคม จากเดิมที่ได้รับเป็นเงินหรือสิ่งของให้มีโอกาสได้พัฒนาทักษะและศักยภาพเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง ดูแลตนเองได้ จึงจะถือว่า การดำเนิน CSR ของธุรกิจนั้นบรรลุตามความหมายที่ได้นิยามไว้อย่างแท้จริง (รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ, 2552: 87)

ข้อมูลการรายงานผลการสำรวจธุรกิจในระดับนานาชาติ ที่ได้จัดทำโดยแกรนด์ ธอร์นตัน ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารของบริษัทขนาดต่างๆ จากหลายอุตสาหกรรมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ CSR ภาคธุรกิจโดยรวมเห็นว่า CSR ไม่ใช่ทางเลือกในการดำเนินธุรกิจ แต่เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ ภาคธุรกิจทั่วโลกกำลังดำเนินนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีเหตุผลหลัก คือ ไม่เพียงแต่ร่วมพิทักษ์รักษาโลกเท่านั้น แต่เพื่อความอยู่รอดและความยั่งยืนของบริษัทในระยะยาว (รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ, 2552: 87)

รายงานผลสำรวจธุรกิจประจำปี 2008 แสดงให้เห็นว่า 56 เปอร์เซ็นต์ขององค์กรธุรกิจขนาดเล็กทั่วโลกได้นำนโยบายด้าน CSR มาใช้อย่างเป็นทางการ ในขณะที่ผลสำรวจทั่วโลก ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 4 ด้วยคะแนน 64 เปอร์เซ็นต์ ตามหลักประเทศจีน เม็กซิโก และบราซิล นอกจากนี้แล้วเมื่อสอบถามผู้เข้ารับการสำรวจถึงปัจจัยหลักที่องค์กรต้องดำเนินนโยบายด้าน CSR เหตุผลรองลงมาเพื่อการรักษาต้นทุน (63 เปอร์เซ็นต์) โดยผู้เข้ารับการสำรวจได้เสนอแนะเพิ่มเติมว่าการควบคุมต้นทุนนอกจากจะส่งผลดีต่อธุรกิจแล้วยังแสดงให้เห็นถึงการมี

จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย ในขณะที่ 94 เปอร์เซนต์ของผู้ประกอบในไทยระบุว่า การลดหย่อนภาษีเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยผลักดันให้ดำเนินนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นเปอร์เซนต์ที่ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ทั่วโลก ทั้งนี้ปัจจัยอื่นๆ เช่น สำนักต่อสังคม การสร้างแบรนด์ การบริหารต้นทุน และกา รสรรหาบุคลากร มีความสำคัญรองลงมา (รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ, 2552: 87)

ตาราง 1 ปัจจัยที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการทั่วโลกต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

ปัจจัย	เปอร์เซนต์
การสรรหาและรักษาบุคลากร	65
การบริหารต้นทุน	63
สำนักต่อสังคม/การสร้างแบรนด์	56
การลดหย่อนภาษี	44
การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	40
นักลงทุนสัมพันธ์	39
การกดดันจากรัฐบาล	38

ที่มา: รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ. (2552). BU Academic Review. วารสารความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ. 8(2): 88.

ตาราง 2 ปัจจัยหลักที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการในประเทศไทยต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

ปัจจัย	เปอร์เซนต์
การลดหย่อนภาษี	94
การบริหารต้นทุน	78
การกดดันจากรัฐบาล	63
การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	61
การสรรหาและรักษาบุคลากร	59
สำนักต่อสังคม/การสร้างแบรนด์	53
นักลงทุนสัมพันธ์	23

ที่มา: รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ. (2552). BU Academic Review. วารสารความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ. 8(2): 88.

การสำรวจของแกรนด์ ธอร์นตัน แสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจกำลังเปลี่ยนแปลงไปและมีการแข่งขันที่มากขึ้น ผู้ประกอบการหลายรายตระหนักถึงความสัมพันธ์ของ CSR กระแสด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจะทำให้ผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้ให้ความสนใจในเรื่องนี้ ต้องมีการดำเนินธุรกิจในรูปแบบที่รับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและปรับตัวได้เท่านั้น จึงจะสามารถอยู่รอดและประสบความสำเร็จในระยะยาว (พรพิพรรณ วงศ์ประเสริฐ, 2552: 88)

3. ความรับผิดชอบต่อสังคมของบมจ.ธนาคารกรุงไทย โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว

ธนาคารกรุงไทยให้ความสำคัญกับดูแลกิจการที่ดี และปฏิบัติตามแนวทางที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนดครบถ้วนทั้ง 5 หมวด ครอบคลุมสิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ทั้งนี้ ธนาคารได้กำหนดแนวทางกา ารปฏิบัติที่ชัดเจนให้ผู้บริหารและพนักงานยึดปฏิบัติ ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งทำหน้าที่กำ ้าหับดูแลการปฏิบัติงานโดยรวมของธนาคารให้เป็นไปตามหลักบรรษัทภิบาลของหน่วยงานกำกับภายนอก โดยเคร่งครัดในเรื่องจริยธรรม ความโปร่งใ ส สามารถตรวจสอบได้ รวมทั้งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (บมจ.ธนาคารกรุงไทย . (2553). รายงานการดำ เนินการเพื่ อสังคมและสิ่งแวดล้อม.)

3.1 แนวนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารกรุงไทย

ดร.ชัยวัฒน์ วิบูลย์สวัสดิ์ ประธานกรรมการบริหารและที่ปรึกษาคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงได้วางแนวนโยบายและกรอบการดำเนินงานด้าน CSR ไว้อย่างชัดเจนเพื่อมุ่งเสริมสร้างทุนทางปัญญาทั้ง 4 มิติ อันได้แก่ มิติ การศึกษา มิติศิลปวัฒนธรรม มิติสังคมและสิ่งแวดล้อม และมิติกีฬา เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ในกลุ่มคนทุกช่วงวัย ครอบคลุมทุกภาคส่วนของสังคมโดยใช้หลักการ 4 ข้อ ในการดำเนินงาน ดังนี้ (บมจ.ธนาคารกรุงไทย . (2553). รายงาน การดำ เนินการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม.)

3.1.1 ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

ธนาคารมุ่งส่งเสริมและสนับสนุนการสร้าง “ทุนทางปัญญา” อย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการทั้งในส่วนของการที่ธนาคารดำเนินการไว้แล้ว และยังมีการขยายผลต่อจากโครงการหลักต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง เพื่อให้ได้ตามประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ที่ธนาคารกำหนดไว้

3.1.2 เชื่อมโยงโครงการต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน

ธนาคารมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยขยายผลและเชื่อมโยงโครงการต่างๆ ไว้ด้วยกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในวงกว้าง และทั่วถึงกัน

3.1.3 บุคลากรทุกระดับของธนาคารมีส่วนร่วม

ธนาคารได้ปลูกจิตสำนึกของพนักงานทุกระดับให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังได้ส่งเสริมให้คณะกรรมการธนาคารและพนักงานทุกระดับได้ เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการและกิจกรรมต่างๆ ของธนาคารโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (บมจ.ธนาคารกรุงไทย. (2553). รายงานการดำเนินการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม.)

- คณะกรรมการธนาคาร มีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินนโยบาย โดยให้คำแนะนำแบ่งปันความรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์ที่หลากหลาย เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารเป็นอย่างดี
- คณะกรรมการผู้บริหารสายงาน ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารสายงานและผู้บริหารระดับสูงได้สนับสนุนการดำเนินโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทั้งในด้านการพิจารณาอนุมัติงบประมาณและการติดตามผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังได้มีบทบาทในการบริหารโครงการและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ด้วย
- พนักงาน ถือเป็นอีกกลไกสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนให้โครงการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารบังเกิดผลเป็นรูปธรรม ซึ่งนอกจากเป็นการปฏิบัติตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายแล้ว หลายครั้งที่พนักงานทั้งจากสำนักงานใหญ่ และพนักงานสาขาได้แสดงออกถึงความเสียสละและความจริงใจ ในการทำกิจกรรมต่างๆ

3.1.4 สร้างเครือข่ายพันธมิตรเพื่อให้การดำเนินงานมีพลัง

นอกจากการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมแล้ว ธนาคารยังมุ่งสร้างและขยายเครือข่ายพันธมิตรภายนอกองค์กร เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือและผลักดันให้โครงการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวมของธนาคารสัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ ทำให้สังคมได้รับผลประโยชน์มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในเรื่องการดำเนินกิจกรรมของ CSR นั้น ดร.ชัยวัฒน์ วิบูลย์สวัสดิ์ มองว่าธนาคารควรใช้งบประมาณอย่างประหยัดและสมเหตุสมผล โดยกิจกรรมบางส่วนอาจใช้การอาสาสมัคร และนำเรื่องภาษาขึ้นมาทำให้เกิดประโยชน์ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนในทุกกลุ่มได้มีส่วนร่วม ให้การสนับสนุน และต่อยอดให้คนในสังคมได้มองเห็นประโยชน์และคุณค่าจากผลลัพธ์ของโครงการร่วมกัน

นอกจากนี้ โครงการ CSR ต่างๆ ของธนาคารนั้น ไม่ได้จัดทำขึ้นเพื่อตามกระแสนิยมแต่อย่างใด เนื่องจากธนาคารได้ดำเนินโครงการเพื่อสังคมมาแล้วอย่างต่อเนื่องและจริงจังเพื่อสร้างทุนทางปัญญาทางสังคมนั้นเป็นเพราะธนาคารเชื่อว่าทุนทางปัญญาเป็นทุนที่ยั่งยืนใช้ได้ไม่มีวันหมด ยิ่งใช้ก็ยิ่งมีคุณค่า และเป็นทุนที่ช่วยพัฒนาสังคมได้อย่างยั่งยืนและแท้จริง (บมจ. ธนาคารกรุงไทย. (2553). รายงานการดำเนินการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม.)

3.2 มุมมองความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบมจ.กรุงไทย

ธนาคารกรุงไทยมุ่งเสริมสร้าง “ทุนทางปัญญา” ให้กับทุกภาคส่วนของสังคม ผ่านการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility: CSR) ธนาคารดำเนินธุรกิจไปพร้อมๆ กับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมานานนับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ด้วยเล็งเห็นถึงคุณประโยชน์ของการให้ คุณประโยชน์ของการศึกษาหาความรู้ทั้งจากในห้องเรียนและนอกตำรา เพื่อเสริมสร้างและสนับสนุนการเรียนรู้ออกไปสู่สังคมในวงกว้าง พัฒนาสังคมให้เข้มแข็งและเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาและเรียนรู้ใน 4 มิติที่สำคัญอันได้แก่ มิติการศึกษา มิติศิลปวัฒนธรรม มิติสังคมและสิ่งแวดล้อมและมิติกีฬา (บมจ. ธนาคารกรุงไทย. (2553). รายงานการดำเนินการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม.)

ผู้วิจัยสนใจศึกษา โครงการ “กรุงไทย ตันกล้าสีขาว” ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการทางด้านมิติการศึกษาของบมจ.ธนาคารกรุงไทย

บมจ.ธนาคารกรุงไทย ได้น้อมนำพระราชดำริหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาเป็นแนวทางในการจัดทำโครงการ “กรุงไทย ตันกล้าสีขาว” ตั้งแต่ปี 2550 ด้วยความร่วมมือจากมูลนิธิประเทศไทยใสสะอาด สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจหลักของธนาคารในการเป็นสถาบันการเงินชั้นนำของประเทศ ที่มุ่งเน้นการให้บริการที่เป็นเลิศ สามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีได้อย่างยั่งยืน ตลอดจนการบริหารภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility : CSR) มาอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นการสร้างทุนทางปัญญาให้กับทุกภาคส่วนในสังคม เนื่องจากเล็งเห็นว่าเป็นทุนที่ไม่มีวันหมด ยิ่งใช้ยิ่งมีคุณค่าและช่วยพัฒนาสังคมให้ยั่งยืนอย่างแท้จริง อีกทั้งมีความมุ่งหวังที่จะเพาะพันธุ์ต้นกล้าสีขาว อันหมายถึงเยาวชนที่จะเป็นกำลังสำคัญของชาติในอนาคต ให้เป็นคนเก่งและดี มีความรู้ คู่คุณธรรม และรู้จักน้อมนำแนว คิดหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปเป็นหลักในการดำเนินชีวิตและขยายผลไปสู่ครอบครัว รวมทั้งชุมชนต่อไป

ตลอดระยะเวลา ที่ผ่านมามีนิสิตนักศึกษาจากสถาบันต่างๆ ทั่วประเทศ ให้ค สนใจสมัครเข้าร่วมโครงการกว่า 10,000 คน กว่า 200 สถาบัน

โครงการนี้ เปิดโอกาสให้ นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ทุกสาขา ทุกชั้นปี ทุกสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ จะได้แข่งขันคิดวิเคราะห์แผนธุรกิจ พร้อมลงพื้นที่ดำเนินโครงการจริง แล้วนำเสนอผลงานผ่านภาพโปสเตอร์ที่สื่อให้เห็นถึงแนวคิดและกิจกรรมที่ทำ พร้อม นำเสนอต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อชิงถ้วยพระราชทานจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี อีกทั้งได้ไปศึกษาดูงานต่างประเทศดูงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ พร้อมทุนการศึกษา รวมมูลค่า 1,550,000 บาท (บมจ.ธนาคารกรุงไทย. (2553). รายงานการดำเนินการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม.)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อปลูกฝังความรู้ความเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและจริยธรรมทางธุรกิจ ให้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการองค์กรและดำเนินธุรกิจ โดยผ่านกระบวนการการวิเคราะห์และสังเคราะห์ความรู้ให้กับนิสิต นักศึกษาระดับปริญญาตรีทั่วประเทศ
2. เพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้กับคณาจารย์ทั่วประเทศ เกี่ยวกับการเรียนการสอนด้านการดำเนิน ธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งจะก่อให้เกิดความรู้ขยายไปสู่ นิสิต นักศึกษาได้ต่อไป
3. เพื่อเป็นการแสดงออกถึงการให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) มาอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการสร้างทุนทางปัญญาให้กับ ทุกภาคส่วนในสังคม ตามพันธกิจหลักของธนาคาร
4. เพื่อร่วมเฉลิมฉลองปี 2550 อันเป็นปีมหามงคลของชาวไทย ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระชนม์มายุครบ 80 พรรษา และแสดงความจงรักภักดีต่อพระองค์ โดยการน้อมนำพระราชดำริหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการจัดทำโครงการ

ประโยชน์ที่จะได้รับจากโครงการ

1. ด้านหลักสูตร ปรับปรุงหลักสูตร การเรียนการสอนด้านจริยธรรมธุรกิจ ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้เหมาะสมยิ่งขึ้น และจัดทำสื่อ E-Learning ด้านจริยธรรมทางธุรกิจและเศรษฐกิจพอเพียง
2. ด้านคณาจารย์และอาจารย์ จากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั่วประเทศ ผู้ที่จะเป็นผู้ให้องค์ความรู้ก็มีสัมมนาหรือกำหนดทิศทาง แนวทางในการดำเนินงานร่วมกัน เพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเรียนการสอนด้านจริยธรรมธุรกิจ ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้แก่คณาจารย์จากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อสร้างเครือข่ายคณาจารย์ผู้สนใจเกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจ และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

3. ด้านนิสิต นักศึกษา จะเกิดความตื่นตัวในการให้ความสนใจและความสำคัญต่อการมีจริยธรรมธุรกิจภายใต้ ปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ได้แก่ การจัดกิจกรรม White Camp ให้นักศึกษามีการพบปะเพื่อนนักศึกษาต่างสถาบัน และมีโอกาสเรียนรู้เกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจและเศรษฐกิจพอเพียง และการจัดการแข่งขันโครงการ "กรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาว" เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้นำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้กับองค์กร / ชุมชน ที่นักศึกษาสนใจ หรือสร้างธุรกิจที่มีจริยธรรมในการดำเนินการและใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินการ

4. ด้านสังคมและชุมชน สามารถชักนำชุมชนและสังคมในการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสามารถดำเนินชีวิต หรือธุรกิจอย่างพอเพียง (บมจ.ธนาคารกรุงไทย. (2553). รายงานการดำเนินการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม.)

4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณรงค์สุข มิควาพ (2544) ได้ศึกษาประเมินผลการดำเนินงานตามโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพของศูนย์ส่งเสริมสุขภาพเขต 6 จังหวัดขอนแก่น โดยใช้รูปแบบ CIPP Model พบว่า เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ผู้ปกครองนักเรียน และผู้นำชุมชน มีความคิดเห็นในด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้าและด้านกระบวนการของการดำเนินโครงการ อยู่ในระดับปานกลาง และการดำเนินงานด้านผลลัพธ์ของโครงการ อยู่ในระดับมาก ส่วนผู้บริหารและครูอนามัยโรงเรียน มีความคิดเห็นด้านบริบทและด้านผลลัพธ์ของโครงการอยู่ในระดับมาก ด้านปัจจัยนำเข้าและด้านกระบวนการของการดำเนินโครงการ อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ พบว่าปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานตามโครงการ คือ การกำหนดกิจกรรมและนโยบายไม่ชัดเจน บุคลากรขาดความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินตามโครงการ และขาดการประสานงานระหว่างโรงเรียน ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ลัดดา เอี่ยมสุศรี (2543) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลโครงการฝึกอบรมอาสาสมัครด้านสิ่งแวดล้อมในแผนปฏิบัติการเพื่อการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม จังหวัดราชบุรี ปี พ.ศ.2541 และ พ.ศ. 2542 โดยประยุกต์ใช้แบบจำลองชิป (CIPP) กลุ่มตัวอย่างมี 2 กลุ่ม กลุ่มแรก เจ้าหน้าที่ ผู้รับผิดชอบการฝึกอบรม จำนวน 4 คน กลุ่มที่ 2 อาสาสมัครที่เข้ารับการอบรม ใช้การสุ่ม แบบ 2 ขั้นตอน ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 126 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ประกอบการสัมภาษณ์แนวลึกและแบบสอบถาม ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเมษายน 2542 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ฐานนิยม และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า 1.การประเมินบริบทหรือสภาวะแวดล้อม ควรจัดให้มีการฝึกอบรมโครงการอาสาสมัคร ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม 2.การประเมินปัจจัยนำเข้า ด้านบุคลากร งบประมาณ ระยะเวลา มีความเหมาะสม ระดับปานกลาง ยกเว้นด้านวัสดุ- อุปกรณ์มีความเหมาะสม น้อย 3.การประเมินกระบวนการ ด้านการบริหารจัดการโครงการ ขั้นตอน กิจกรรม การ บริหาร งบประมาณ ระยะเวลาดำเนินโครงการ มีความเหมาะสมปานกลาง 4.การประเมินผลผลิต พบว่าอาสาสมัครด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้ารับการฝึกอบรมมี ความรู้ ความเข้าใจ อยู่ในระดับปานกลาง มี

ความตระหนักอยู่ในระดับสูงมีส่วนร่วมปฏิบัติ ขณะฝึกอบรมอยู่ในระดับปานกลางและมีส่วนร่วมปฏิบัติหลังฝึกอบรมอยู่ในระดับสูง ดังนั้น เพื่อให้โครงการฝึกอบรมดังกล่าวมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ควรมีการจัดประชุมและ อบรมให้ความรู้เพิ่มเติมแก่ผู้ปฏิบัติ มีการประสานงานและติดตามผลอย่างต่อเนื่อง ด้าน งบประมาณควรหาแหล่งทุนสนับสนุนเพิ่มเติม มีการประชาสัมพันธ์ และให้ประชาชนเห็นความ สำคัญ มีส่วนร่วมในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

วรรณชลี ไนริยา (2548) การวิจัยเพื่อประเมินผลโครงการฯ และศึกษาปัญหา อุปสรรค ในการดำเนินโครงการมหกรรมการแข่งขันกีฬาทางน้ำ จังหวัดนครปฐม โดยปร ะยุกต์ใช้รูปแบบ การประเมินชิป โดยการประเมินโครงการในด้าน บริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แบบสัมภาษณ์แบบ มีโครงสร้าง ด้านบริบท ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการ จำนวน 4 คนด้านปัจจัยนำเข้าและ กระบวนการดำเนินการสัมภาษณ์คณะกรรมการผู้รับผิดชอบโครงการทั้งหมด 19 ฝ่ายโดยการ สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงฝ่ายละ 2 คน โดยประกอบด้วย ประธานกรรมการ เลขานุการหรือกรรมการ จำนวนทั้งสิ้น 38 คน ส่วนด้านผลผลิตเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจผู้ที่เข้ามาเที่ยว ชมในงานมหกรรมการแข่งขันกีฬาทางน้ำ จำนวน 420 คน ผลการวิจัยพบว่า การประเมินด้าน บริบท พบว่า จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทั้งด้านสถานที่และสภาวะแวดล้อม ทำเล ที่ตั้ง ที่เหมาะสม ในการจัดมหกรรมการแข่งขันกีฬาทางน้ำ ยกเว้นสภาพภูมิอากาศเนื่องจากการจัด งานในครั้งนี้ฝนตกหนัก โดยการดำเนินงานเกิดจากความร่วมมือระหว่าง 3 หน่วยงานและเป็นการ บริหารงาน โดยมีผู้ว่าราชการเป็นผู้บริหารสูงสุด ทำให้การตัดสินใจในการดำเนินงานให้เป็นไปอย่าง มีประสิทธิภาพ ทำให้โครงการฯ บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ การประเมินด้าน ปัจจัยนำเข้า พบว่า ปัจจัยนำเข้า อันได้แก่ คณะกรรมการ งบประมาณ และอุปกรณ์- สถานที่ของแต่ละฝ่ายมีความพร้อม เพียงพอ และเหมาะสม การปร ะเมินด้านกระบวนการ พบว่า เกือบทุกฝ่ายมี กระบวนการการทำงาน เช่น การวางแผน มีการจัดองค์การมีการจัดคนเข้าทำงาน มีการสั่งการและ มีการควบคุม อย่างมีระบบ จึงทำให้แต่ละฝ่ายประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน การประเมินด้าน ผลผลิต พบว่า ผู้ที่เข้ามาเที่ยวชมในงานมหกรรมการแข่งขันกีฬาทางน้ำ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการจัดงานครั้งนี้อยู่ในระดับ มาก ข้อเสนอแนะ ควรทำการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น มีการจัดตั้ง หรือกำหนดจุดประสานงาน แบ่งอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน พร้อมทั้งมีการจัด ประชุมและเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพบ ปะพุดคุยกันมากขึ้น มีการเตรียมความ พร้อมในการรับมือกับสภาพอากาศที่จะเกิดขึ้น ปรับเปลี่ยนให้สามารถมองเห็นจุดปล่อยเรือพร้อม กับจัดวางกิจกรรมต่างๆ ให้อยู่ในบริเวณเดียวกันและเลือกสถานที่ให้เหมาะสมกับกิจกรรม ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินโครงการมหกรรมการแข่งขันกีฬาทางน้ำ ประสบความสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์ มากยิ่งขึ้น

มนกานต์ พรหมวรารท (2547) การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป ทางการผลิต การตลาด และประเมินผลการดำเนินงานโดยใช้เกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และแบบจำลอง ชิป เป็นกรอบแนวคิด ตลอดจนศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค และนำเสนอ

แนวทางการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพดอกไม้ประดิษฐ์ในจังหวัดนนทบุรี ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างในการศึกษา คือ กลุ่มอาชีพดอกไม้ประดิษฐ์ ในจังหวัดนนทบุรีภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 กลุ่ม รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ประธานกลุ่มหรือหัวหน้ากลุ่ม จำนวน 6 คน และสมาชิกกลุ่ม จำนวน 93 คน สถิติที่ใช้ได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กลุ่มอาชีพตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสิทธิภาพในการใช้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยในระดับปานกลาง และมีประสิทธิผลในการสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน โดยสามารถเพิ่มสัดส่วนการใช้แรงงานเฉลี่ยในครัวเรือนของสมาชิกกลุ่มให้มากขึ้นอีกทั้งยังสามารถเพิ่มรายได้เฉลี่ยให้แก่ครัวเรือนของสมาชิกกลุ่ม โดยเฉพาะครัวเรือนที่มีรายได้เฉลี่ยคนละไม่เกิน 20,000 บาทต่อปี ซึ่งถือเป็นรายได้เฉลี่ยขั้นต่ำเพื่อการใช้จ่ายตามเกณฑ์จปฐ. (ความจำเป็นขั้นพื้นฐาน) ให้มีรายได้ที่ผ่านเกณฑ์ได้ สำหรับการประเมินโดยใช้แบบจำลองชิปปพบว่า ด้านบริบทกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีผลการประเมินอยู่ในระดับสูง แสดงว่าสภาวะแวดล้อมด้านต่าง ๆ ของชุมชนมีความเหมาะสมที่จะจัดตั้งกลุ่มด้านปัจจัยนำเข้ากลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากประสบปัญหาความไม่เพียงพอของเงินทุน วัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ และอาคารสถานที่ ด้านกระบวนการกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีผลการประเมินอยู่ในระดับสูง แสดงว่ากลุ่มสามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้นและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ดังนั้น ผลการประเมินด้านผลผลิตของกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่จึงอยู่ในระดับสูง เมื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคพบว่า กลุ่มอาชีพมี ปัญหาความไม่เพียงพอด้านเงินทุนวัตถุดิบในท้องถิ่นขาดแคลน ไม่มีคุณภาพและมีราคาแพง วัสดุอุปกรณ์และอาคารสถานที่ในการดำเนินงานกลุ่มไม่เพียงพอ ขาดทักษะในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ขาดแคลนแรงงานมีฝีมือ นอกจากนี้กลุ่มยังไม่มีสถานที่จัดจำหน่าย และตลาดรองรับผลิต ภัณฑ์ที่แน่นอนในขณะที่ในตลาดมีการแข่งขันสูงมากในปัจจุบัน ดังนั้นรัฐบาลจึงควรเข้ามามีบทบาทช่วยแก้ปัญหาและอุปสรรคเหล่านี้ เพื่อให้กลุ่มอาชีพดอกไม้ประดิษฐ์ในจังหวัดนนทบุรีภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

บทที่ 3

วิธีวิจัยและการดำเนินการวิจัย

จากแนวความคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้นำเสนอในบทที่ 2 ผู้วิจัยใช้หลักการในแนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยต่างๆ นั้นเป็นแนวทางและเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย กรณีศึกษาโครงการ กรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงพรรณนาด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Research) และวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีแนวทางในการดำเนินการศึกษา ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานของบริษัทมหาชนจำกัดธนาคารกรุงไทย สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด ประกอบด้วย 13 สาขา ได้แก่ สาขาสามยอด , สาขาถนนวิสุทธิกษัตริย์, สาขาราชดำเนิน, สาขาท่าเตียน, สาขาถนนข้าวสาร, สาขาศาลาว่าการกรุงเทพ, สาขาสี่แยกพระยาศรี, สาขาเทเวศร์, สาขาถนนมหาไชย, สาขาเพื่อนนคร, สาขากระทรวงกลาโหม, สาขาปากคลองตลาด และสาขาบางลำพู

ตาราง 3 จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา

สาขา	จำนวนพนักงาน (คน)
1. สามยอด	17
2. ถนนวิสุทธิกษัตริย์	16
3. ราชดำเนิน	23
4. ท่าเตียน	12
5. ถนนข้าวสาร	16
6. ศาลาว่าการกทม.	8
7. สีแยกพระยาศรี	12
8. เทเวศร์	11
9. ถนนมหาไชย	11
10. เพื่อนนคร	10
11. กระทรวงกลาโหม	4
12. ปากคลองตลาด	10
13. บางลำพู	10
รวม	160

ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

1. ขนาดตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่างคำนวณโดยใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรโดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ดังสูตรของ Yamane ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ e แทน ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ เท่ากับ 0.05

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากรที่ต้องการศึกษา

ซึ่งสามารถแทนค่าสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{160}{1 + 160(0.05)^2} \\
 &= 114.29 \approx 115
 \end{aligned}$$

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีคำนวณจากสูตรของ Yamane จากจำนวนประชากร 160 คน และกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 115 คน

2. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาวิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อเลือกสาขาที่จะใช้เป็นพื้นที่เก็บข้อมูลจากพนักงานของบริษัทมหาชนจำกัดธนาคารกรุงไทย สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด จำนวนทั้งหมด 13 สาขา โดยสุ่มเลือกด้วยวิธีการจับสลากเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 115 คน ได้ 8 สาขา ดังนี้

1. บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาสามยอด	จำนวน 17 คน
2. บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาวิสุทธิภักดิ์ตรีย์	จำนวน 16 คน
3. บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาราชดำเนิน	จำนวน 23 คน
4. บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาท่าเตียน	จำนวน 12 คน
5. บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนข้าวสาร	จำนวน 16 คน
6. บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาเทเวศร์	จำนวน 11 คน
7. บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาปากคลองตลาด	จำนวน 10 คน
8. บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาบางลำพู	จำนวน 10 คน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง รายได้ ประสบการณ์การทำงาน แบบสอบถามเป็นแบบปลายปิดให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลการประเมินผลคำถามในแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) ซึ่งเป็นมาตรจัดอันดับ (Rating Scale) เป็นมาตรจัดอันดับคุณภาพ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าคะแนน 1-5 ตามลำดับ จากน้อยไปหามาก ดังนี้

มากที่สุด	มีระดับคะแนนเท่ากับ	5
มาก	มีระดับคะแนนเท่ากับ	4
ปานกลาง	มีระดับคะแนนเท่ากับ	3
น้อย	มีระดับคะแนนเท่ากับ	2
น้อยที่สุด	มีระดับคะแนนเท่ากับ	1

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Opened Form Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว

วิธีการหาคุณภาพแบบสอบถาม

1. การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการศึกษา ค้นคว้าและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ แล้วนำมาปรับปรุง เพื่อให้มีเนื้อหา และข้อคำถามต่างๆ ตรงกับกรอบแนวคิดในการศึกษาที่ต้องการจะวัด

2. การหาความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

จากการคำนวณได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามของการประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย : กรณีศึกษาโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด เท่ากับ 0.9532

สูตร

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[\frac{1 - \sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

โดยที่

α	แทน	สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
k	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
s_i^2	แทน	ความแปรปรวนของแบบสอบถามแต่ละข้อ
s_t^2	แทน	ความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งหมด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือขอเก็บข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒยื่นต่อผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล นัดหมาย วัน เวลา และวิธีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ผู้วิจัยไปเก็บข้อมูลตามวัน เวลา ที่ได้นัดหมาย
3. นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้อง และนำไปบันทึก วิเคราะห์และสรุปผลตามประเด็นการวิจัย

4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง รายได้ ประสบการณ์การทำงาน ผู้วิจัยจะเลือกใช้ร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามประเมินผล 4 ด้าน คำถามในแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list) ซึ่งเป็นมาตรจัดอันดับ (Rating Scale) เป็นมาตรจัดอันดับคุณภาพ 5 ระดับ ผู้วิจัยจะเลือกค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) t-test ใช้ในการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มีการแบ่งเกณฑ์เป็น 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA: Analysis Of Variance) ใช้ในการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ ซึ่งจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มขึ้นไป

เกณฑ์การแปลความหมาย

คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเป็นปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงโครงการกรู๊ไทย ต้นกล้าสีขาว โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์เนื้อหา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สำหรับอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินผล 4 ด้าน เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ในการศึกษาหาความแตกต่างของตัวแปรและศึกษาอิทธิพลของตัวแปร เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของแบบสอบถามในกลุ่มที่มีตัวแปร 2 กลุ่ม เป็นอิสระจากกัน โดยใช้การทดสอบค่า t (t-test) ในกลุ่ม ตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA: Analysis Of Variance)

สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย : กรณีศึกษา โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด ครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้า โดยแยกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัทมหาชนจำกัดธนาคารกรุงไทย สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ของพนักงานบริษัทมหาชนจำกัดธนาคารกรุงไทย สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความแตกต่างข้อมูลส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อ การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว

การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัทมหาชนจำกัดธนาคารกรุงไทย สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของ พนักงานบริษัทมหาชนจำกัดธนาคารกรุงไทย สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด เป็นการวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่

ตาราง 4 ข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัทมหาชนจำกัดธนาคารกรุงไทย สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
เพศชาย	36	31.3
เพศหญิง	79	68.7
รวม	115	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
20 – 29 ปี	47	40.9
30 – 39 ปี	25	21.7
40 – 49 ปี	23	20.0
50 ปีขึ้นไป	20	17.4
รวม	115	100.0
ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	88	76.5
ปริญญาโท	25	21.7
ปริญญาเอก	2	1.7
รวม	115	100.0
ตำแหน่ง		
ผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส	6	5.2
รองผู้จัดการบริการลูกค้า	2	1.7
รองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด	7	6.1
หัวหน้าส่วนบริการลูกค้า	11	9.6
เจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด	8	7.0
เจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า	20	17.4
เจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด	9	7.8
เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า	49	42.6
อื่น ๆ	3	2.6
รวม	115	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
10,000 – 20,000 บาท	43	37.4
20,001 – 30,000 บาท	28	24.3
30,001 – 40,000 บาท	18	15.7
40,001 – 50,000 บาท	8	7.0
50,001 บาทขึ้นไป	18	15.7
รวม	115	100.0
ประสบการณ์ทำงาน		
0 – 9 ปี	69	60.0
10 – 19 ปี	16	13.9
21 – 29 ปี	25	21.7
30 ปีขึ้นไป	5	4.3
รวม	115	100.0

จากตาราง 4 พบว่า

1. เพศ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงมีมากถึงร้อยละ 68.7 และเพศชาย ร้อยละ 31.3

2. อายุ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.9 มากที่สุด รองลงมาอายุ 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.7 อายุ 40 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17.4

3. ระดับการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 76.5 มากที่สุด รองลงมา มีระดับการศึกษาปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 21.7 และมีระดับการศึกษาปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 1.7

4. ตำแหน่ง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 42.6 มากที่สุด รองลงมา มีตำแหน่ง เจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 17.4 หัวหน้าส่วนบริการลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 9.6 เจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด คิดเป็นร้อยละ 7.8 เจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจ

และการตลาด คิดเป็นร้อยละ 7.0 รองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด คิดเป็นร้อยละ 6.1 ผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตำแหน่งอื่น ๆ(เจ้าหน้าที่อาวุโสรักษาการรองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด และผู้บริหารสาขา) คิดเป็นร้อยละ 2.6 และรองผู้จัดการบริการลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 1.7

5. รายได้ต่อเดือน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.4 มากที่สุด รองลงมาได้ 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.3 รายได้ 30,001 – 40,000 และ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวนเท่ากับ คิดเป็นร้อยละ 15.7 และ 40,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.0

6. ประสบการณ์การทำงาน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์การทำงาน 0 – 9 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.0 มากที่สุด รองลงมาคือประสบการณ์ 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.7 ประสบการณ์ 10 – 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.9 และ ประสบการณ์ 30 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.3

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของพนักงานบริษัทมหาชนจำกัดธนาคารกรุงไทย สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทยต้นกล้าสีขาว

การวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทยต้นกล้าสีขาว ของพนักงานบริษัทมหาชนจำกัดธนาคารกรุงไทย สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด เป็นการวิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตาราง 5 ความคิดเห็นต่อโครงการ ด้านบริบท

ด้านบริบท	ค่าเฉลี่ย	S.D	ความคิดเห็น
1. ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ	4.26	0.531	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ความรับผิดชอบต่อสังคมก่อให้เกิดความยั่งยืนขององค์กร	4.41	0.591	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยให้องค์กรมีความมั่นคงสามารถพัฒนาและแข่งขันได้	4.26	0.702	เห็นด้วยมากที่สุด

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้านบริบท	ค่าเฉลี่ย	S.D	ความคิดเห็น
4.การทํากิจกรรมเพื่อสังคมที่สอดคล้องกับ ผลิตภัณฑ์และบริการ ช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความ เชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และองค์กรมากขึ้น	4.17	0.620	เห็นด้วยมาก
5. ความรับผิดชอบต่อสังคมสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ ลงทุน	4.00	0.688	เห็นด้วยมาก
6. การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ทำให้พนักงานเกิดความภูมิใจในการทำงานร่วมกับ องค์กร	4.12	0.690	เห็นด้วยมาก
7. ความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างชื่อเสียงและ ภาพลักษณ์ที่ดีในระยะยาว	4.43	0.702	เห็นด้วยมากที่สุด
8. โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว เป็นโครงการเพื่อ ปลูกฝังความรู้ความเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง และจริยธรรมทางธุรกิจ	4.15	0.581	เห็นด้วยมาก
9. โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ได้น้อมนำ พระราชดำริหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาใช้เป็นแนวจัดทำ โครงการ	4.10	0.612	เห็นด้วยมาก
10. โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ได้รับคัดเลือก จากสำนักนายกรัฐมนตรี ให้เป็นโครงการร่วมงาน เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่อง ในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระ ชนมพรรษา 7 รอบ	4.20	0.533	เห็นด้วยมาก
11. โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ช่วยเพิ่มความรู้ ความเข้าใจให้กับคณาจารย์ทั่วประเทศ เกี่ยวกับการ เรียนการสอนด้านการดำเนิน ธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	4.26	0.650	เห็นด้วยมากที่สุด
12. โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว เป็นโครงการที่ สร้างประโยชน์ให้สังคมในระยะยาว เพราะเป็นการ สร้างทุนทางปัญญาให้นิสิตนักเรียน นักศึกษา	4.10	0.607	เห็นด้วยมาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้านบริบท	ค่าเฉลี่ย	S.D	ความคิดเห็น
13. โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาวเป็นการแสดงออกถึงการให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการลงทุนทางปัญญาให้กับทุกภาคส่วนในสังคม ตามพันธกิจหลักของธนาคาร	4.18	0.601	เห็นด้วยมาก
รวม	4.20	0.427	เห็นด้วยมาก

จากตาราง 5 พบว่า ความคิดเห็นต่อโครงการ ด้านบริบทอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายข้อพบว่า พนักงานมีความ คิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด 5 ข้อ คือ ความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในระยะยาว ความรับผิดชอบต่อสังคมก่อให้เกิดความยั่งยืนขององค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยให้องค์กรมีความมั่นคงสามารถพัฒนาและแข่งขันได้ และ โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้กับคณาจารย์ทั่วประเทศ เกี่ยวกับการเรียนการสอนด้านการดำเนิน ธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากนี้มีความ คิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 8 ข้อ คือ โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ได้รับคัดเลือกจากสำนักนายกรัฐมนตรีให้เป็นโครงการร่วมงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาวเป็นการแสดงออกถึงการให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการลงทุนทางปัญญาให้กับทุกภาคส่วนในสังคม ตามพันธกิจหลัก ของธนาคาร การทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการ ช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และองค์กรมากขึ้น โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว เป็นโครงการเพื่อปลูกฝังความรู้ความเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง และจริยธรรมทางธุรกิจ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ทำให้พนักงานเกิดความภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ได้น้อมนำพระราชดำริหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาใช้เป็นแนวจัดทำโครงการ โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว เป็นโครงการที่สร้างประโยชน์ให้สังคมในระยะยาว เพราะเป็นการลงทุนทางปัญญาให้บัณฑิตนักเรียน นักศึกษา และ ความรับผิดชอบต่อสังคมสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ลงทุน

ตาราง 6 ความคิดเห็นต่อโครงการ ด้านปัจจัยนำเข้า

ด้านปัจจัยนำเข้า	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความคิดเห็น
1. บุคคลกรในการดำเนินโครงการมีความพอเพียง	3.93	0.685	เห็นด้วยมาก
2. ผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโครงการกรงไทย ต้นกล้าสีขาว มีความพร้อมในการดำเนินโครงการ	3.78	0.646	เห็นด้วยมาก
3. มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินโครงการของบุคลากรอย่างชัดเจน	3.83	0.634	เห็นด้วยมาก
4. ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการกรงไทย ต้นกล้าสีขาวให้ประสบความสำเร็จได้	3.97	0.458	เห็นด้วยมาก
5. งบประมาณที่ใช้ในโครงการกรงไทย ต้นกล้าสีขาว มีความเหมาะสม	3.76	0.643	เห็นด้วยมาก
6. ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับการสนับสนุน สื่อ วัสดุ/อุปกรณ์อย่างเหมาะสม	3.67	0.659	เห็นด้วยมาก
7. คู่มือ สื่อ วัสดุ/อุปกรณ์ ที่นำมาใช้ในโครงการกรงไทย ต้นกล้าสีขาว มีความเหมาะสม ทันสมัยและน่าสนใจ	3.68	0.570	เห็นด้วยมาก
8. สถานที่ที่ใช้ในการทำกิจกรรมของโครงการกรงไทย ต้นกล้าสีขาว มีความสะดวก ง่ายต่อการเดินทางของผู้เข้าร่วมโครงการ	3.85	0.679	เห็นด้วยมาก
รวม	3.81	0.447	เห็นด้วยมาก

จากตาราง 6 พบว่า ความคิดเห็นต่อ ด้านปัจจัยนำเข้าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายข้อพบว่า พนักงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทั้ง 8 ข้อ

ตาราง 7 ความคิดเห็นต่อโครงการ ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความคิดเห็น
1. หัวใจสำคัญของการดำเนินโครงการกรุงเทพฯ ต้นกล้า สีขาว เพื่อมุ่งเพาะพันธุ์ต้นกล้าสีขาว อันหมายถึง เยาวชนให้เป็นคนเก่งและดี มีความรู้ คู่คุณธรรม	4.09	0.601	เห็นด้วยมาก
2. โครงการกรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาว มีแนวทาง รูปแบบ และกระบวนการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมชัดเจน	4.03	0.687	เห็นด้วยมาก
3. กฎ หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือก/ตัดสินผู้เข้าร่วม โครงการมีความเหมาะสมชัดเจน	3.88	0.548	เห็นด้วยมาก
4. ผู้เข้าร่วมโครงการได้ลงพื้นที่จริง เพื่อศึกษาวิเคราะห์ ปัญหา รวมถึงบูรณาการความรู้ ไปประยุกต์ใช้กับ องค์กรหรือชุมชน	3.90	0.621	เห็นด้วยมาก
5. กิจกรรมมุ่งส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมโครงการมีแนวคิด ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และจริยธรรมทางธุรกิจ	4.07	0.573	เห็นด้วยมาก
6. กิจกรรมมุ่งให้ผู้เข้าร่วมโครงการ ตระหนักถึงการมี ส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม/ชุมชน ให้มีการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	4.13	0.682	เห็นด้วยมาก
7. มีการแจ้งการจัดสรรงบประมาณที่ใช้ในโครงการ อย่างชัดเจน โปร่งใส	3.85	0.716	เห็นด้วยมาก
8. มีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับโครงการให้กับผู้เกี่ยวข้องทราบอย่างรวดเร็ว ละเอียดชัดเจน	3.83	0.634	เห็นด้วยมาก
9. สามารถดาวน์โหลดคู่มือเกี่ยวกับโครงการเพื่อให้ ทราบถึงขั้นตอนการดำเนินงานของโครงการอย่าง ละเอียดได้จากเว็บไซต์ของธนาคาร	3.92	0.623	เห็นด้วยมาก
10. ผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโครงการ มีการติดตามผล การดำเนินงานโครงการกรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาว อย่าง ต่อเนื่อง	3.90	0.719	เห็นด้วยมาก
11. การตรวจสอบงบประมาณที่ใช้ในโครงการกรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาว มีความโปร่งใส	3.97	0.719	เห็นด้วยมาก
รวม	3.96	0.441	เห็นด้วยมาก

จากตาราง 7 พบว่า ความคิดเห็นต่อด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายข้อพบว่า พนักงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทั้ง 11 ข้อ

ตาราง 8 ความคิดเห็นต่อโครงการ ด้านผลลัพธ์

ด้านผลลัพธ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความคิดเห็น
1. โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ทำให้มีการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนด้านจริยธรรมธุรกิจ ภายใต้อำนวยการเศรษฐกิจพอเพียงได้เหมาะสมยิ่งขึ้น	3.90	0.640	เห็นด้วยมาก
2. โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สร้างเครือข่ายคณาจารย์ผู้สนใจเกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจ และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	3.91	0.615	เห็นด้วยมาก
3. นิสิต นักศึกษา เกิดความตื่นตัวในการให้ความสนใจและความสำคัญต่อการมีจริยธรรมธุรกิจภายใต้อำนวยการเศรษฐกิจพอเพียง	3.90	0.627	เห็นด้วยมาก
4. ผู้เข้าร่วมโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สามารถชี้แนะชุมชนและสังคมในการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสามารถดำเนินชีวิต หรือธุรกิจอย่างพอเพียง	4.08	0.595	เห็นด้วยมาก
รวม	3.95	0.469	เห็นด้วยมาก

จากตาราง 8 พบว่า ความคิดเห็นต่อด้านผลลัพธ์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายข้อพบว่า พนักงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทั้ง 4 ข้อ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อโครงการ

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความคิดเห็น
ด้านบริบท	4.20	0.427	เห็นด้วยมาก
ด้านปัจจัยนำเข้า	3.81	0.447	เห็นด้วยมาก
ด้านกระบวนการ	3.96	0.441	เห็นด้วยมาก
ด้านผลลัพธ์	3.95	0.469	เห็นด้วยมาก
รวม	3.98	0.446	เห็นด้วยมาก

จากตาราง 9 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อโครงการ ด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความแตกต่างข้อมูลส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อ การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย

ในการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยที่มีตัวแปร 2 กลุ่ม เป็นอิสระจากกันโดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) และในการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยที่มีตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance) หากพบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least-Significant Difference) ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ความแตกต่าง โดยจำแนกตามเพศ

ตาราง 10 การวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในการประเมิน 4 ด้าน จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	df	sig
ด้านบริบท	ชาย	4.29	0.446	1.462	113	0.146
	หญิง	4.16	0.414			
ด้านปัจจัยนำเข้า	ชาย	3.96	0.467	2.475	113	0.015*
	หญิง	3.74	0.424			
ด้านกระบวนการ	ชาย	4.09	0.414	2.190	113	0.031*
	หญิง	3.90	0.443			

ตาราง 10 (ต่อ)

ปัจจัย	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	df	sig
ด้านผลลัพธ์	ชาย	4.10	0.452	2.386	113	0.019*
	หญิง	3.88	0.463			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 พบว่า พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อ การประเมินด้านบริบท ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการประเมินด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 การวิเคราะห์ความแตกต่าง โดยจำแนกตามอายุ

ตาราง 11 การวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในการประเมิน 4 ด้าน จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน		df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริบท	ระหว่างกลุ่ม	3	1.873	0.624	3.668	0.014*
	ภายในกลุ่ม	111	18.889	0.170		
	รวม	114	20.761			
ด้านปัจจัยนำเข้า	ระหว่างกลุ่ม	3	0.623	0.208	1.038	0.379
	ภายในกลุ่ม	111	22.200	0.200		
	รวม	114	22.823			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.411	0.137	0.697	0.556
	ภายในกลุ่ม	111	21.804	0.196		
	รวม	114	22.215			
ด้านผลลัพธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.746	0.249	1.133	0.339
	ภายในกลุ่ม	111	24.352	0.219		
	รวม	114	25.098			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 11 พบว่า พนักงาน ที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อ การประเมิน ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการประเมิน ด้านบริบท พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตาราง 12 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมินด้านบริบทเป็นรายคู่ จำแนกตามอายุ

รายการ	ค่าเฉลี่ย	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 ปีขึ้นไป
		4.08	4.18	4.31	4.41
20 – 29 ปี	4.08	-	-0.0985	-0.2341*	-0.3308*
30 – 39 ปี	4.18		-	-0.1357	-0.2323
40 – 49 ปี	4.31			-	-0.0967
50 ปีขึ้นไป	4.41				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มบุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อ การประเมิน ด้านบริบทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ (1) กลุ่มอายุ 20 – 29 ปี กับ กลุ่มอายุ 40 – 49 ปี และ (2) กลุ่มอายุ 20 – 29 ปี กับ กลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป

3.3 การวิเคราะห์ความแตกต่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ตาราง 13 การวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในการประเมิน 4 ด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน		df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริบท	ระหว่างกลุ่ม	2	0.380	0.190		
	ภายในกลุ่ม	112	20.381	0.182	1.045	0.355
	รวม	114	20.761			
ด้านปัจจัยนำเข้า	ระหว่างกลุ่ม	2	0.408	0.204		
	ภายในกลุ่ม	112	22.414	0.200	1.020	0.364
	รวม	114	22.823			

ตาราง 13 (ต่อ)

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านกระบวนการ ระหว่างกลุ่ม	2	1.206	0.603		
ภายในกลุ่ม	112	21.008	0.188	3.216	0.044*
รวม	114	22.215			
ด้านผลลัพธ์ ระหว่างกลุ่ม	2	0.765	0.382		
ภายในกลุ่ม	112	24.333	0.217	1.760	0.177
รวม	114	25.098			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 พบว่า พนักงาน ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อ การประเมินด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า และด้านผลลัพธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการประเมินด้านกระบวนการ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตาราง 14 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมินด้านกระบวนการ เป็นรายคู่จำแนกตามระดับการศึกษา

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
		3.95	3.93	4.73
ปริญญาตรี	3.95	-	0.0273	-0.7727*
ปริญญาโท	3.93		-	-0.8000*
ปริญญาเอก	4.73			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 พบว่ากลุ่มบุคคลที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อ การประเมินด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ (1) กลุ่มระดับ การศึกษาปริญญาตรี กับ กลุ่มปริญญาเอก และ (2) กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาโท กับ กลุ่มปริญญาเอก

3.4 การวิเคราะห์ความแตกต่าง โดยจำแนกตามตำแหน่ง

ตาราง 15 การวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในการประเมิน 4 ด้าน จำแนกตามตำแหน่ง

แหล่งความแปรปรวน		df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริบท	ระหว่างกลุ่ม	8	6.339	0.792	5.824	0.000*
	ภายในกลุ่ม	106	14.422	0.136		
	รวม	114	20.761			
ด้านปัจจัยนำเข้า	ระหว่างกลุ่ม	8	1.202	0.150	0.737	0.659
	ภายในกลุ่ม	106	21.621	0.204		
	รวม	114	22.823			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	8	3.478	0.435	2.460	0.017*
	ภายในกลุ่ม	106	18.736	0.177		
	รวม	114	22.215			
ด้านผลลัพธ์	ระหว่างกลุ่ม	8	3.148	0.393	1.900	0.067
	ภายในกลุ่ม	106	21.950	0.207		
	รวม	114	25.098			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 พบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการประเมินด้านปัจจัยนำเข้า และด้านผลลัพธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการประเมินด้านบริบท และด้านกระบวนการ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 4.12 – 4.13

ตาราง 16 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นด้านบริบทเป็นรายคู่จำแนกตามตำแหน่ง

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส 4.55	รองผู้จัดการบริการลูกค้า 4.69	รองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด 4.53	หัวหน้าส่วนบริการลูกค้า 4.60	เจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด 4.10	เจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า 4.14	เจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด 3.71	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า 4.13	อื่นๆ 4.31
ผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส	4.55	-	-0.1410	0.0238	-0.0501	0.4551*	0.4090*	0.8419*	0.4210*	0.2436
รองผู้จัดการบริการลูกค้า	4.69		-	0.1648	0.0909	0.5962*	0.5500*	0.9829*	0.5620*	0.3846
รองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด	4.53			-	-0.0739	0.4313*	0.3852*	0.8181*	0.3972*	0.2198
หัวหน้าส่วนบริการลูกค้า	4.60				-	0.5052*	0.4591*	0.8920*	0.4711*	0.2937
เจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด	4.10					-	-0.0462	0.3868*	-0.0341	-0.2115
เจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า	4.14						-	0.4329*	0.0120	-0.1654
เจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด	3.71							-	-0.4209*	-0.5983*
เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า	4.13								-	-0.1774
อื่นๆ	4.31									-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 พบว่า กลุ่มบุคคลที่มีตำแหน่งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการประเมินด้านบริบทแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าว คือ (1) กลุ่มผู้จัดการสาขา / ผู้จัดการสาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด (2) กลุ่มผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (3) กลุ่มผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (4) กลุ่มผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า (5) กลุ่มรองผู้จัดการบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด (7) กลุ่มรองผู้จัดการบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (8) กลุ่มรองผู้จัดการบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (9) กลุ่มรองผู้จัดการบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า (10) กลุ่มรองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด (11) กลุ่มรองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (12) กลุ่มรองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (13) กลุ่มรองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า (14) กลุ่มหัวหน้าส่วนบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด (15) กลุ่มหัวหน้าส่วนบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (16) กลุ่มหัวหน้าส่วนบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (17) กลุ่มหัวหน้าส่วนบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า (18) กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (19) กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (20) กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า และ (21) กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มตำแหน่งอื่นๆ (เจ้าหน้าที่อาวุโสรักษาการรองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด , ผู้บริหารสาขา)

ตาราง 17 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมินด้านกระบวนการเป็นรายคู่จำแนกตามตำแหน่ง

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส 4.27	รองผู้จัดการบริการลูกค้า 4.50	รองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด 3.97	หัวหน้าส่วนบริการลูกค้า 4.30	เจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด 3.97	เจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า 3.79	เจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด 3.81	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า 3.91	อื่นๆ 4.18
ผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส	4.27	-	-0.2273	0.2987	-0.0248	0.3068	0.4818*	0.4646*	0.3636*	0.0909
รองผู้จัดการบริการลูกค้า	4.50		-	0.5260	0.2025	0.5341	0.7091*	0.6919*	0.5909	0.3182
รองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด	3.97			-	-0.3235	-0.0081	0.1831	0.1659	0.0649	-0.2078
หัวหน้าส่วนบริการลูกค้า	4.30				-	0.3316	0.5066*	0.4894*	0.3884*	0.1157
เจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด	3.97					-	0.1750	0.1578	0.0568	-0.2159
เจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า	3.79						-	-0.0172	-0.1182	-0.3909
เจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด	3.81							-	-0.1010	-0.3737
เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า	3.91								-	-0.2727
อื่นๆ	4.18									-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 พบว่า กลุ่มบุคคลที่มีตำแหน่งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อ การประเมิน ด้านกระบวนการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ (1) กลุ่มผู้จัดการ สาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (2) กลุ่มผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการ สาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (3) กลุ่มผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า (4) กลุ่มรองผู้จัดการบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (5) กลุ่มรองผู้จัดการบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (6) กลุ่มหัวหน้าส่วน บริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (7) กลุ่มหัวหน้าส่วนบริการลูกค้า กับ กลุ่ม เจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด และ (8) กลุ่มหัวหน้าส่วนบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า

3.5 การวิเคราะห์ความแตกต่างโดย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตาราง 18 การวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในการประเมิน 4 ด้าน จำแนกตามรายได้ ต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน		df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริบท	ระหว่างกลุ่ม	4	4.552	1.138	7.722	0.000*
	ภายในกลุ่ม	110	16.210	0.147		
	รวม	114	20.761			
ด้านปัจจัยนำเข้า	ระหว่างกลุ่ม	4	1.351	-0.338	1.730	0.148
	ภายในกลุ่ม	110	21.472	0.195		
	รวม	114				
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.055	0.514	2.804	0.029*
	ภายในกลุ่ม	110	20.159	0.183		
	รวม	114				
ด้านผลลัพธ์	ระหว่างกลุ่ม	4	1.528	0.382	1.783	0.137
	ภายในกลุ่ม	110	23.569	0.214		
	รวม	114	25.098			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 พบว่า พนักงานที่มีรายได้ต่อเนื่องแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการประเมินด้านปัจจัยนำเข้า และด้านผลลัพธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการประเมินด้านบริบท และด้านกระบวนการ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 4.15 – 4.16

ตาราง 19 การเปรียบเทียบความแตกต่าง ของความคิดเห็นต่อการประเมินด้านบริบท เป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้ต่อเนื่อง

รายการ	ค่าเฉลี่ย	10,000 – 20,000 บาท 4.06	20,001 – 30,000 บาท 4.13	30,001 – 40,000 บาท 4.13	40,001 – 50,000 บาท 4.63	50,001 บาทขึ้นไป 4.554
10,000 – 20,000 บาท	4.06	-	-0.0638	-0.0699	-0.5624*	-0.4758*
20,001 – 30,000 บาท	4.13		-	-0.0061	-0.4986*	-0.4121*
30,001 – 40,000 บาท	4.13			-	-0.4925*	-0.4060*
40,001 – 50,000 บาท	4.63				-	0.0865
50,001 บาทขึ้นไป	4.54					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 พบว่า กลุ่มบุคคลที่มีรายได้ต่อเนื่อง แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการประเมินด้านบริบทแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ (1) กลุ่มรายได้ 10,000 – 20,000 บาท กับ กลุ่มรายได้ 40,001 – 50,000 บาท (2) กลุ่มรายได้ 10,000 – 20,000 บาท กับ กลุ่มรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป (3) กลุ่มรายได้ 20,001 – 30,000 บาท กับ กลุ่มรายได้ 40,001 – 50,000 บาท (4) กลุ่มรายได้ 20,001 – 30,000 บาท กับ กลุ่มรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป (5) กลุ่มรายได้ 30,001 – 40,000 บาท กับ กลุ่มรายได้ 40,001 – 50,000 บาท และ (6) กลุ่มรายได้ 30,001 – 40,000 บาท กับ กลุ่มรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

ตาราง 20 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมินด้านกระบวนการ
เป็นรายคู่จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายการ	ค่าเฉลี่ย	10,000 – 20,000 บาท 4.06	20,001 – 30,000 บาท 4.13	30,001 – 40,000 บาท 4.13	40,001 – 50,000 บาท 4.63	50,001 บาทขึ้นไป 4.54
10,000 – 20,000 บาท	4.06	-	-0.0021	0.0736	-0.2067	-0.3304*
20,001 – 30,000 บาท	4.13		-	0.0758	-0.2045	-0.3283*
30,001 – 40,000 บาท	4.13			-	-0.2803	-0.4040*
40,001 – 50,000 บาท	4.63				-	-0.1237
50,001 บาทขึ้นไป	4.54					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 พบว่า กลุ่มบุคคลที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการประเมินด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ (1) กลุ่มรายได้ 10,000 – 20,000 บาท กับ กลุ่มรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป (2) กลุ่มรายได้ 20,001 – 30,000 บาท กับ กลุ่มรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป และ (3) กลุ่มรายได้ 30,001 – 40,000 บาท กับ กลุ่มรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

3.5 การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยจำแนกตามประสบการณ์ทำงาน

ตาราง 21 การวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในการประเมิน 4 ด้าน จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน

แหล่งความแปรปรวน		df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริบท	ระหว่างกลุ่ม	3	3.129	1.043		
	ภายในกลุ่ม	111	17.633	0.159	6.565	0.000*
	รวม	114	20.761			
ด้านปัจจัยนำเข้า	ระหว่างกลุ่ม	3	0.810	0.270		
	ภายในกลุ่ม	111	22.012	0.198	1.362	0.258
	รวม	114	22.823			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.638	0.879		
	ภายในกลุ่ม	111	19.576	0.176	4.987	0.003*
	รวม	114	22.215			
ด้านผลลัพธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	3.206	1.069		
	ภายในกลุ่ม	111	21.892	0.197	5.419	0.002*
	รวม	114	25.098			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 พบว่า ประสบการณ์การทำงาน ที่ต่างกันแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการประเมินด้านปัจจัยนำเข้า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการประเมินด้านบริบท ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 4.18 – 4.20

ตาราง 22 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการประเมินด้านบริบทเป็นรายกลุ่ม
จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน

รายการ	ค่าเฉลี่ย	0 – 9 ปี	10 – 19 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี
		4.08	4.23	4.46	4.51
0 – 9 ปี	4.08	-	-0.1494	-0.3771*	-0.4263*
10 – 19 ปี	4.23		-	-0.2277	-0.2769
20 – 29 ปี	4.46			-	-0.0492
30 – 39 ปี	4.51				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 พบว่า กลุ่มบุคคลที่มีประสบการณ์ทำงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการประเมิน ด้านบริบท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ (1) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 0 – 9 ปี กับ กลุ่มที่มี ประสบการณ์ทำงาน 20 – 29 ปี และ (2) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 0 – 9 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 30 – 39 ปี

ตาราง 23 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นด้านกระบวนการเป็นรายกลุ่มจำแนกตาม
ประสบการณ์ทำงาน

รายการ	ค่าเฉลี่ย	0 – 9 ปี	10 – 19 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี
		4.08	4.23	4.46	4.51
0 – 9 ปี	4.08	-	0.1403	-0.2033*	-0.5597*
10 – 19 ปี	4.23		-	-0.3436*	-0.7000*
20 – 29 ปี	4.46			-	-0.3564
30 – 39 ปี	4.51				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 พบว่า กลุ่มบุคคลที่มีประสบการณ์ทำงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการประเมินด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ (1) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 0 – 9 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 20 – 29 ปี (2) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 0 – 9 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 30 – 39 ปี (3) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 – 19 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 20 – 29 ปี และ (4) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 – 19 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 30 – 39 ปี

ตาราง 24 การเปรียบเทียบความแตกต่าง ของความคิดเห็นต่อการประเมิน ด้านผลลัพธ์ เป็นรายคู่
จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน

รายการ	ค่าเฉลี่ย	0 – 9 ปี	10 – 19 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี
		4.08	4.23	4.46	4.51
0 – 9 ปี	4.08	-	0.1653	-0.3059*	-0.4159*
10 – 19 ปี	4.23		-	-0.1413*	-0.5812*
20 – 29 ปี	4.46			-	-0.1100
30 – 39 ปี	4.51				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 พบว่า กลุ่มบุคคลที่มีประสบการณ์ทำงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการประเมิน ด้านผลลัพธ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ (1) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 0 – 9 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 20 – 29 ปี (2) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 0 – 9 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 30 – 39 ปี (3) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 – 19 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 20 – 29 ปี และ (4) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 – 19 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 30 – 39 ปี

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงโครงการกรงไทย ต้นกล้าสีขาว

สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงโครงการกรงไทย ต้นกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด จากแบบสอบถามปลายเปิด สรุปข้อมูลได้ดังนี้

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์โครงการให้พนักงาน รวมถึงประชาชน /ลูกค้า ทราบเกี่ยวกับโครงการมากกว่านี้
2. ควรให้พนักงานมีส่วนร่วมกับโครงการมากกว่านี้
3. ควรเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมโครงการ (นิสิต, นักศึกษา และคณาจารย์จากทั่วประเทศ) ได้มีส่วนร่วมในการเสนอแนะแนวคิด ,หัวข้อโครงการมากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด โดยสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 115 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.7 มีอายุระหว่าง 20- 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.9 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 76.5 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าคิดเป็นร้อยละ 42.6 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.4 และส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน 0 – 9 ปี คิดเป็นร้อยละ 60

2. ผลการทดสอบตามสมมุติฐาน

2.1 สมมุติฐานที่ 1 การประเมินผล ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ มีแนวโน้มไปในทางที่ดี

จากผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า การประเมินด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ 1

2.2 สมมุติฐานที่ 2 คุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความคิดเห็นในด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ แตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า คุณสมบัติส่วนบุคคลที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ทำงาน แตกต่างกัน ส่งผลให้ความคิดเห็นต่อการประเมินในด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ 2 และเมื่อทดสอบเป็นรายคู่ที่แตกต่างกันพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์การทำงาน มีความคิดเห็นว่า ส่งผลให้ความคิดเห็นต่อการประเมินแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ 2 ที่ได้ตั้งไว้

ผลที่ได้จากการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย : กรณีศึกษาโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด

ตาราง 25 อภิปรายผลความแตกต่างที่มาจากลักษณะส่วนบุคคล

ตัวแปร	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
เพศ	✓	
อายุ	✓	
ระดับการศึกษา	✓	
ตำแหน่ง	✓	
รายได้ต่อเดือน	✓	
ประสบการณ์ทำงาน	✓	

ผลการวิจัยโดยภาพรวมพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทธนาคารกรุงไทย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ทำงานที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความเห็นแตกต่างกัน

1. เพศ พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีการรับรู้ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยส่วนใหญ่เพศหญิงจะมีการรับรู้พฤติกรรมมากกว่าเพศชาย อธิบายได้ว่า ชายและหญิงมีมุมมองการอนุรักษ์ที่ต่างกัน ผู้หญิงเน้นความยั่งยืนระยะยาว และภาพรวมความมั่นคงได้ละเอียดกว่าเพศชาย (พร้อมบุญ พานิชภักดิ์. 2552: 30) กล่าวว่าเพศหญิงมีการยอมรับในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม เพราะเชื่อว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ก่อให้เกิดความยั่งยืนขององค์กร นอกจากนี้ความรับผิดชอบต่อสังคม ยังสามารถสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในระยะยาว ในกับองค์กร ดังนั้น เพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ในโครงการกรุงไทย ต้นกล้าสีขาวแตกต่างกัน

2. อายุ พบว่าอายุที่แตกต่างกัน มีการรับรู้พฤติกรรมที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้านบริบท กล่าวคือ (1) กลุ่มอายุ 20 – 29 ปี กับ กลุ่มอายุ 40 – 49 ปี และ (2) กลุ่มอายุ 20 – 29 ปี กับ กลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มที่มีอายุน้อย มีการรับรู้พฤติกรรมมากกว่ากลุ่มที่มีอายุมาก อธิบายได้ว่า บมจ.ธนาคารกรุงไทยได้ส่งเสริมการปฏิบัติงานด้านบรรษัทภิบาลโดยกำหนดแนวทางการปฏิบัติไว้อย่างชัดเจนเพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับยึดถือปฏิบัติ ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดให้เรื่องบรรษัทภิบาลเป็น 1 ใน 10 วิชา ในเนื้อหาการเรียนรู้ Core Course ที่ใช้ทดสอบพนักงานตามโครงการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงานของธนาคาร พบว่าพนักงานใหม่ ที่มีอายุน้อยจะถูกปลูกจิตสำนึก ผ่านหลักสูตรฝึกอบรมมีการรับรู้และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่า กลุ่มที่มีอายุมาก ดังนั้น อายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ในโครงการกรุงไทย ต้นกล้าสีขาวแตกต่างกัน

3. ระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการรับรู้พฤติกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านกระบวนการ กล่าวคือ (1) กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับ กลุ่มปริญญาเอก และ (2) กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท กับ กลุ่มปริญญาเอก อธิบายได้ว่าระดับการศึกษาเป็นพื้นฐานของความคิดทำให้บุคคลตระหนักถึงความสำคัญ มองเห็นประโยชน์ นอกจากนั้นการศึกษายังช่วยพัฒนาสติปัญญา การคิด อ่าน ความรู้ ความเข้าใจ การศึกษายังเป็นสิ่งเกื้อหนุนการรับรู้ต่าง ๆ ของบุคคล เพราะการศึกษาจะช่วยให้บุคคลเข้าใจสิ่งต่าง ๆ จากเหตุการณ์หรือสถานการณ์รับรู้ได้อย่างรวดเร็ว (อมรรัตน์ มารูปหมอก. 2554) ดังนั้น ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ในโครงการกรุงไทย ต้นกล้าสีขาวแตกต่างกัน

4. ตำแหน่ง พบว่าตำแหน่งที่ความแตกต่างกัน มีการรับรู้พฤติกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านบริบท กล่าวคือ (1) กลุ่มผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด (2) กลุ่มผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (3) กลุ่มผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (4) กลุ่มผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า (5) กลุ่มรองผู้จัดการบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด (6) กลุ่มรองผู้จัดการบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (7) กลุ่มรองผู้จัดการบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (8) กลุ่มรองผู้จัดการบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า (9) กลุ่มรองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด (10) กลุ่มรองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (11) กลุ่มรองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (12) กลุ่มรองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า (13) กลุ่มหัวหน้าส่วนบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด (14) กลุ่มหัวหน้าส่วนบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (15) กลุ่มหัวหน้าส่วนบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (16) กลุ่มหัวหน้าส่วนบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า (17) กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (18) กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (19) กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า และ (20) กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด กับ กลุ่มตำแหน่งอื่น ๆ (เจ้าหน้าที่อาวุโสรักษาการรองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด , ผู้บริหารสาขา) และด้านกระบวนการ กล่าวคือ (1) กลุ่มผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (2) กลุ่มผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (3) กลุ่มผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า (4) กลุ่มรองผู้จัดการบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (5) กลุ่มรองผู้จัดการบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (6) กลุ่มหัวหน้าส่วนบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า (7) กลุ่มหัวหน้าส่วนบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด (8) กลุ่มหัวหน้าส่วนบริการลูกค้า กับ กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า อธิบายได้ ว่า ตำแหน่ง คือ หน้าที่และ

ความรับผิดชอบที่องค์กรมอบหมายให้บุคลากรแต่ละ คน นอกจากนั้น ตำแหน่งยังมีความสำคัญ นอกเหนือจากหน้าที่ความรับผิดชอบและอัตราเงินเดือนอีก กล่าวคือ มีความสำคัญในแง่ของสังคม เพราะตำแหน่งเป็นบ่อเกิดของอำนาจหน้าที่ และสถานภาพทางสังคม ดังนั้น ตำแหน่งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ในโครงการกรุงไทย ต้นกล้าสีขาวแตกต่างกัน

5. รายได้ต่อเดือน พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการรับรู้พฤติกรรมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านบริบท กล่าวคือ (1) กลุ่มที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท กับ กลุ่มที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท (2) กลุ่มที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท กับ กลุ่มที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป (3) กลุ่มที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท กับ กลุ่มที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท (4) กลุ่มที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท กับ กลุ่มที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป (5) กลุ่มที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท กับ กลุ่มที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท และ (6) กลุ่มที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท กับ กลุ่มที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป และด้านกระบวนการ กล่าวคือ (1) กลุ่มที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท กับ กลุ่มที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป (2) กลุ่มที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท กับ กลุ่มที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป และ (3) กลุ่มที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท กับ กลุ่มที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป อธิบายได้ว่า รายได้เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่บอกฐานะความมั่งมี และความอยู่ดีกินดี รายได้ของบุคคลจะมีผลต่อความสามารถในการช่วยเหลือสังคม โดยพนักงานที่มีรายได้มากจะสามารถที่จะบริจาคเงิน สิ่งของ รวมทั้งมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมเพื่อสังคมได้มากกว่า แต่เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเรื่องทางด้านจิตใจของแต่ละบุคคลด้วย จึงไม่จำเป็นเสมอไปว่าพนักงานที่มีรายได้สูงที่มีความสามารถในการช่วยเหลือสังคมได้มากกว่าจะมีจิตสาธารณะ มีความเต็มใจมากกว่าเสมอไป ดังนั้น รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ในโครงการกรุงไทย ต้นกล้าสีขาวแตกต่างกัน

6. ประสบการณ์ พบว่าประสบการณ์ที่ แตกต่างกัน มีการรับรู้พฤติกรรมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านบริบท กล่าวคือ (1) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 0 – 9 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 20 – 29 ปี และ (2) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 0 – 9 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 30 – 39 ปี ด้านกระบวนการ กล่าวคือ (1) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 0 – 9 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 20 – 29 ปี (2) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 0 – 9 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 30 – 39 ปี (3) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 – 19 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 20 – 29 ปี และ (4) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 – 19 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 30 – 39 ปี และด้านผลลัพธ์ กล่าวคือ (1) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 0 – 9 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 20 – 29 ปี (2) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 0 – 9 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 30 – 39 ปี (3) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 – 19 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 20 – 29 ปี และ (4) กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 – 19 ปี กับ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 30 – 39 ปี อธิบายได้ว่า ประสบการณ์ หมายถึง ความชัดเจนที่เกิดจากการกระทำหรือได้พบมา (จำแนกของประเสริฐ. 2528) ประสบการณ์นั้นเกิดได้จากการสะสมด้วยวิธีการแตกต่างกันมาตั้งแต่เด็ก ยิ่ง

อายุมากขึ้นก็ยิ่งสะสมประสบการณ์มากยิ่งขึ้น ประสบการณ์ มีผลต่อการเรียนรู้หลายประการ แต่ผู้ที่อายุมาก มีลักษณะฝังแน่นกับความเคยชิน หรือประสบการณ์เดิมที่ผ่านมาก จึงทำให้ เปลี่ยนแปลงอะไรได้ยาก อาจกล่าวได้ว่าเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ในโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ถือเป็นโครงการใหม่ที่มีการดำเนินการมาได้เพียง 5 ปีและกำลังก้าวเข้าสู่ปีที่ 6 จึงทำให้พนักงานใหม่ซึ่งมีประสบการณ์การทำงานน้อยมีการตื่นตัวและรับรู้แตกต่างจากผู้ที่มีประสบการณ์มาก ดังนั้น ประสบการณ์ทำงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ในโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาวแตกต่างกัน

อภิปรายผลเกี่ยวข้องกับปัจจัย 4 ด้าน

การอภิปรายความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการประเมินด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ มีดังนี้

1. ด้านบริบท

ความคิดเห็นต่อการประเมินด้านบริบท เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด 5 ข้อ คือ ความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในระยะยาว ความรับผิดชอบต่อสังคมก่อให้เกิดความยั่งยืน ขององค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยให้องค์กรมีความมั่นคงสามารถพัฒนาและแข่งขันได้ และโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้กับคณาจารย์ทั่วประเทศ เกี่ยวกับการเรียนการสอนด้านการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อธิบายได้ว่า การทำ CSR สำหรับภาคธุรกิจมองเป็นต้นทุนอย่างหนึ่งซึ่งผลตอบแทนที่ได้รับกลับมามีเห็นได้อย่างชัดเจนคือ ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรที่มีความห่วงใยสังคม ทำให้ลูกค้าเกิดความตระหนักรู้ในด้านดีกับองค์กร นำไปสู่ความตั้งใจซื้อหรือสนับสนุน ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าได้มากขึ้น ดังนั้นการทำ CSR จึงถือเป็นการลงทุนที่อาจไม่ก่อให้เกิดผลในระยะสั้น แต่เป็นการสร้างความมั่นคงในระยะยาวสำหรับองค์กรอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เฟลินทิพย์ โกเมศโสภา (2541: บทคัดย่อ) การจัดการด้านการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของบริษัทสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำในประเทศไทย พบว่า ผลที่ได้รับจากการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมนั้นผู้บริหารการตลาดส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมทำให้ภาพพจน์ของสินค้าดีขึ้น ซึ่งช่วยสร้างจิตสำนึกให้แก่สังคมและทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการบรรลุเป้าหมายของธุรกิจที่ใช้การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพพจน์ของสินค้าของสินค้าและองค์กรเป็นอันดับที่ 1 และเพื่อสร้างจิตสำนึกในสังคมเป็นลำดับที่ 2

2. ด้านปัจจัยนำเข้า

ความคิดเห็นต่อการประเมิน ด้านปัจจัยนำเข้า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเห็นด้วยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทั้ง 8 ข้อ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการกรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาวให้ประสบความสำเร็จได้ บุคลากรในการดำเนินโครงการมีความพอเพียง สถานที่ที่ใช้ในการทำกิจกรรมของโครงการกรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาว มีความสะดวกต่อการเดินทางของผู้เข้าร่วมโครงการ มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินโครงการของบุคลากรอย่างชัดเจน ผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโครงการกรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาว มีความพร้อมในการดำเนินโครงการ งบประมาณที่ใช้ในโครงการกรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาว มีความเหมาะสม คู่มือ สื่อ วัสดุ/อุปกรณ์ ที่นำมาใช้ในโครงการกรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาว มีความเหมาะสม ทันสมัยและน่าสนใจ และ ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับการสนับสนุน สื่อ วัสดุ /อุปกรณ์อย่างเหมาะสม อธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอย่างมากว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีบทบาท เป็นในการดำเนินโครงการกรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาวประสบความสำเร็จ การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินโครงการของบุคลากรอย่างชัดเจน โดยบุคลากรในการดำเนินโครงการมีจัดเตรียม การสรรหา และคัดเลือกบุคคลที่มีความสามารถสอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรม ด้านสถานที่ที่ใช้ในการทำกิจกรรมของโครงการ มีความสะดวก ง่ายต่อการเดินทาง เพราะการจัดกิจกรรมได้กระจายจัดกิจกรรมใน 5 ภูมิภาคของประเทศ นอกจากนั้นการสมัครเข้าร่วมโครงการสามารถส่งเอกสารทางเว็บไซต์ และไปรษณีย์ลงทะเบียนจึงมีความสะดวกสบาย ประหยัดค่าใช้จ่าย และในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรมมีความพอเพียงเหมาะสม ทำให้การดำเนินงานโครงการในด้านการติดต่อ สื่อสาร ประสานงานมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความสะดวกสบายและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

3. ด้านกระบวนการ

ความคิดเห็นต่อการประเมินด้านกระบวนการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเห็นด้วยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทั้ง 11 ข้อ คือ กิจกรรมมุ่งให้ผู้เข้าร่วมโครงการ ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม/ชุมชน ให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง หัวใจสำคัญของการดำเนินโครงการกรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาว เพื่อมุ่งเพาะพันธุ์ต้นกล้าสีขาว อันหมายถึงเยาวชนให้ เป็นคนที่เก่งและดี มีความรู้ คุณธรรม กิจกรรมมุ่งส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมโครงการมีแนวคิดตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และจริยธรรมทางธุรกิจ โครงการกรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาว มีแนวทางรูปแบบและกระบวนการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมชัดเจน การตรวจสอบงบประมาณที่ใช้ ในโครงการ กรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาว มีความโปร่งใส สามารถดาวน์โหลดคู่มือเกี่ยวกับโครงการเพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนการดำเนินงานของโครงการอย่างละเอียดได้จากเว็บไซต์ของธนาคาร ผู้เข้าร่วมโครงการได้ลงพื้นที่จริง เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหา รวมถึงบูรณาการความรู้ ไปประยุกต์ใช้กับ บองค์กรหรือชุมชน ผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโครงการ มีการติดตามผลการดำเนินงานโครงการกรุงเทพฯ ต้นกล้าสีขาว

อย่างต่อเนื่อง กฎ หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือก /ตัดสินผู้เข้าร่วมโครงการมีความเหมาะสมชัดเจน มีการแจ้งการจัดสรรงบประมาณที่ใช้ในโครงการอย่างชัดเจน โปร่งใส มีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการให้กับผู้เกี่ยวข้องทราบอย่างรวดเร็ว ละเอียดยชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (นันท์วิภา ชีวะอุดม . 2551: บทคัดย่อ) กลยุทธ์การดำเนินงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารเริ่มจากภายในองค์กร โดยกำหนดเป็นนโยบายอย่างชัดเจน และมีโครงสร้างองค์กรรองรับการขับเคลื่อนการดำเนินงาน มีการสื่อสารให้ภายในองค์กรได้ทราบถึงนโยบายขององค์กร มีการกำหนด งบประมาณให้ชัดเจน และเลือกประเด็น สังคมที่มีความจำเป็น จากนั้นดำเนินการ สื่อสารไปยังภายนอกได้รับทราบข้อ มูล อีกทั้งประเมินความสำเร็จของกิจกรรม หลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน ผลการตอบรับของสังคมต่อการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ของธนาคารได้รับผลตอบแทนเป็นอย่างดีจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งได้รับผลตอบแทนที่ดี จากกลุ่มเป้าหมายในการเข้าร่วมการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม

4. ด้านผลลัพธ์

ความคิดเห็น ต่อการประเมิน ด้านผลลัพธ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความเห็น ด้วยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทั้ง 4 ข้อ คือ ผู้เข้าร่วมโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สามารถชี้ นำชุมชนและสังคมในการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสามารถดำเนินชีวิต หรือธุรกิจอย่างพอเพียง โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สร้างเครือข่ายคณาจารย์ผู้สนใจเกี่ยวกับ จริยธรรมธุรกิจ และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ทำให้ มีการปรับปรุง หลักสูตรการเรียนการสอนด้านจริยธรรมธุรกิจ ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้เหมาะสมยิ่งขึ้น และ นิสิต นักศึกษา เกิดความตื่นตัวในการให้ความสนใจและความสำคัญต่อการมีจริยธรรมธุรกิจ ภายใต้ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความ เห็นอย่าง มากกว่า โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว เป็นโครงการที่สร้างประโยชน์กับสังคมในระยะยาว เพราะ เป็นการสร้างทุนทางปัญญาให้กับนิสิตนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ แนวคิดในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ภายใต้แนวคิดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียงและ การจัดการที่ยั่งยืน สามารถบูรณาการความรู้ ประสบการณ์และทัศนคติที่ได้จากการเข้าร่วม โครงการไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ ตลอดจนได้ค้นพบศักยภาพของตนเอง นอกจากนี้ยัง เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างเพื่อนนิสิตนักศึกษาด้วยกัน อันเป็นการสร้า งสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน และก่อให้เกิดความร่วมมือต่อไปในอนาคต อีกทั้งเป็นการเพิ่มความรู ความ เข้าใจให้กับคณาจารย์ทั่วประเทศเกี่ยวกับการเรียนการสอนด้านการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงโครงการ

1. ด้านบริบท

จากการวิจัยพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นธนาคารกรุงไทยควรจัดทำโครงการ/ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารมากขึ้น เพื่อให้พนักงาน รวมทั้งลูกค้า เกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และองค์กร สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ลงทุน สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในระยะยาว เพราะการรับผิดชอบต่อสังคมช่วยให้องค์กรมีความมั่นคงสามารถพัฒนาและแข่งขันได้

2. ด้านปัจจัยนำเข้า

2.1 ธนาคารได้ให้การสนับสนุน สื่อ วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ยังไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร ธนาคารควรเพิ่มจำนวน Computer/Computer Notebook ปลั๊กไฟ และอุปกรณ์เครื่องเขียนให้พอเพียงกับจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

2.2 ควรมีการปรับปรุงเรื่องสถานที่ในการลงทะเบียนในแต่ละภูมิภาคให้มีจำนวนมากขึ้น และง่าย สะดวกต่อการเดินทาง

2.3 ธนาคารควรจัดเจ้าหน้าที่ให้บริการผู้เข้าร่วมโครงการอย่างเพียงพอ

3. ด้านกระบวนการ

3.1 ควรเพิ่มการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการหรือช่องทางต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพ และสามารถเข้าถึงพนักงาน จากการศึกษาข้อมูลพบว่าเมื่อสิ้นสุดโครงการ ธนาคารกรุงไทยมีการสรุปผลการดำเนินโครงการทาง อินทราเน็ต (Intranet) เป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์แบบภายในของธนาคารและทางอีเมล (e-mail) ซึ่งถ้าพนักงานไม่ได้อ่านก็จะไม่ได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการเท่าที่ควร ดังนั้นธนาคารควรเพิ่มช่องทางการสื่อสาร วิธีอื่นๆ เช่น เผยแพร่ข่าวสารผ่านหัวหน้างาน และชี้แนะข้อมูลเพื่อให้นำไปขยายผลสู่พนักงานได้อย่างทั่วถึง

3.2 ควรสร้างการมีส่วนร่วม ของพนักงาน เช่น เปิดโอกาสให้พนักงานแนะนำ /เสนอ หัวข้อโครงการที่สนใจ หรือกำลังได้รับความสนใจ

3.3 ผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโครงการ ควรมีการติดตามผลการดำเนินงานโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาวอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งชี้แจงและการตรวจสอบการใช้งบประมาณอย่างโปร่งใส

4. ด้านผลลัพธ์

ความสำเร็จของโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว คือทำให้มีการจัดทำคู่มือด้านจริยธรรมทางธุรกิจและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ ในองค์กรและชุมชน ทำให้อาจารย์และนิสิตนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่างๆ มีความรู้ความเข้าใจ สนใจเกี่ยวกับการเรียนการสอนด้านจริยธรรมธุรกิจ ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพิ่มขึ้น ดังนั้นธนาคาร ควรมีการพัฒนาเทคนิค ขั้นตอน เพิ่มการประชาสัมพันธ์ เช่น การประชาสัมพันธ์โครงการและผลการดำเนินโครงการผ่านสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น และควรมีการพัฒนา อบรม คัดเลือกพนักงานที่มีความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมมาดำเนินโครงการ เพื่อให้โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาวมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ประเมินความคิดเห็นของพนักงาน ที่มีต่อโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าครอบคลุมและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีการศึกษากับกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการ อันได้แก่ นิสิตนักศึกษา และคณาจารย์ เพื่อให้ทราบว่ามีความคิดเห็นไปในแนวทางใด
2. ควรนำรูปแบบการประเมินแบบอื่นๆ มาใช้
3. ควรมีการศึกษาในสาขาสำนักงานเขตอื่นๆ เพื่อให้ทราบว่ามีความคิดเห็นไปในแนวทางใด
4. ควรมีการศึกษาการประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการอื่นๆ





บรรณานุกรม

- กองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจ. (2550). CSR: พลังบริหารธุรกิจยุคใหม่. กรุงเทพฯ: มติชน.
- คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน (2551). เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม. กรุงเทพฯ: ไอคอนพรินติ้ง.
- ฟิลิป คอตเลอร์; และแนนซี ลี. (2551). บรรษัทภิบาล (ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร). แปลโดย รมนัยฉัตร แก้วกิริยา, ม.ร.ว. กรุงเทพฯ: ยูนิเวอร์แซล พับลิชชิง.
- เครือข่ายธุรกิจร่วมรับผิดชอบต่อสังคมไทย (สถาบันไทยพัฒนา). (2551). รู้จักซีเอสอาร์. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2555, จาก http://thaicsr.blogspot.com/2006/03/blog-post_20.html
- จ่านงค์ ทองประเสริฐ. (2528). ภาษาไทยไขขาน. กรุงเทพฯ: แพร่พิทยา.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2533). เทคโนโลยีการศึกษา ทฤษฎีและการวิจัย กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ซีเอสอาร์ ในมาบตาพุด. (2552, 25 พฤศจิกายน). กรุงเทพฯธุรกิจ. หน้า 9.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2549). ความเป็นมาของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2553, จาก <http://www.set.or.th>
- (2551). จัปตา ISO26000 ความรับผิดชอบต่อสังคม. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2553, จาก http://www.sec.or.th/investor_edu/info_media/article/manager/manager003_260350.pdf
- ณรงค์นุช มิคาวาพ. (2542). การประเมินการส่งเสริมคุณภาพตามโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพของศูนย์ส่งเสริมสุขภาพเขต จังหวัดขอนแก่น วิทยานิพนธ์ กศม. (เทคโนโลยีการศึกษา) มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- นันท์วิภา ชีวะอุดม. (2551). การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ ความรับผิดชอบต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน.) สารนิพนธ์. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. ถ่ายเอกสาร.
- บมจ.ธนาคารกรุงไทย. (2553). รายงานการดำเนินการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: บริษัท ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน).
- ประชุม รอดประเสริฐ. (2529). การบริหารโครงการ. กรุงเทพฯ: เนติกุลการพิมพ์.
- พร้อมบุญ พานิชภักดิ์. (2552). ผู้หญิง ผู้หญิง และ CSR. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2556, จาก http://www.csr.imageplus.co.th/csr_movement.php?id=v92pFCLwaDyeKT4s
- เพลินทิพย์ โกเมศโสภา. (2541). การจัดการด้านการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของบริษัทสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ 21.
- มนกานต์ พรหมวราร. (2547). การประเมินผลโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษากลุ่มอาชีพดอกไม้ประดิษฐ์ในจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

เยาวดี ราชชัยกุลวิบูลย์ศรี. (2551). การประเมินโครงการ: แนวคิดและแนวปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 6.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ. (2552). BU Academic Review. วารสารความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ.

8(2): 85-94.

ลัดดา เอี่ยมสุขศรี. (2543). การประเมินผลโครงการฝึกอบรมอาสาสมัครด้านสิ่งแวดล้อมในแผนปฏิบัติการ

การ เพื่อการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมจังหวัดราชบุรีวิทยานิพนธ์ (สิ่งแวดล้อมศึกษา).

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.

วิภาดา วีระสัมฤทธิ์. (2553). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร(CSR) ที่มีผลต่อความจงรักภักดี

ของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ บธ.ม.

(การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

วรรณลี ไนริยา. (2548). การประเมินผลโครงการมหกรรมการแข่งขันกีฬาทางน้ำ จังหวัดนครปฐม

วิทยานิพนธ์. (การจัดการทางการกีฬา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

ถ่ายเอกสาร.

วรัญญา ศรีเสวก. (2551). ถอดรหัสสร้างแบรนด์ให้ยั่งยืนด้วย CSR. กรุงเทพฯ: มติชน.

ศิริชัย กาญจนวาสี. (2550). ทฤษฎีการประเมิน. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

ศุภชัย ยาวะประภาส. (2544). นโยบายสาธารณะ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี. (2550, มกราคม – มีนาคม). วารสารสื่อพลัง.

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (CSRI). รู้จัก CSR. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2555, จาก

<http://www.csri.or.th/knowledge/csr/193>

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. (2524). การประเมินโครงการประชุม หลักการและการประยุกต์ใช้. พิมพ์ครั้งที่

ที่ 2. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2544). การเสริมสร้าง Good

Corporate Governance ของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย บทบัณฑิตยเล่ม 57

ตอน 2.

อมรรัตน์ มารูปหมอก. (3554). การประเมินผลนโยบายการนำกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์

โดยใช้วิธีการประชุมกลุ่มครอบครัวและชุมชนศึกษากรณีสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและ

เยาวชน เขต 2. วิทยานิพนธ์ รป.ม. (นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ภาคผนวก





ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม
การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย:
กรณีศึกษาโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย: กรณีศึกษาโครงการ
กรุงไทย ตันกล้าสีขาว สาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย
โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ในสาขาสังกัดสำนักงานเขตสามยอด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนสมบูรณ์
ตามสภาพความเป็นจริง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะถือเป็นความลับ เพื่อใช้เป็นประโยชน์ทางการ ศึกษา
เท่านั้น จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่านทั้งสิ้น

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ใน
โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ /
ผลผลิต

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว

ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และ
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นางสาวสุชาดา จำปาศรี

นิสิตหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ลำดับที่แบบสอบถาม □□□

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน () หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ ปี

3. ระดับการศึกษา

() ปริญญาตรี () ปริญญาโท () ปริญญาเอก

() อื่นๆ ระบุ.....

4. ตำแหน่ง

() ผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส () รองผู้จัดการบริการลูกค้า

() รองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด () หัวหน้าส่วนบริการลูกค้า

() เจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด () เจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า

() เจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด () เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า

() อื่นๆ ระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือน

() 10,000-20,000 บาท () 20,001-30,000 บาท () 30,001-40,000 บาท

() 40,001-50,000 บาท () 50,001 บาทขึ้นไป

6. ประสบการณ์ทำงานปี

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย ในโครงการกรุงไทย
ต้นกล้าสีขาว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ					
2.	ความรับผิดชอบต่อสังคมก่อให้เกิดความยั่งยืนขององค์กร					
3.	ความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยให้องค์กรมีความมั่นคงสามารถพัฒนาและแข่งขันได้					
4.	การทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการ ช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และองค์กรมากขึ้น					
5.	ความรับผิดชอบต่อสังคมสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ลงทุน					
6.	การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ทำให้พนักงานเกิดความภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร					
7.	ความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในระยะยาว					
8.	โครงการกรุงไทย ต้นกล้าสีขาว เป็นโครงการเพื่อปลูกฝังความรู้ความเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและจริยธรรมทางธุรกิจ					
9.	โครงการกรุงไทย ต้นกล้าสีขาว ได้น้อมนำพระราชดำริหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาใช้เป็นแนวจัดทำโครงการ					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
10.	โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ได้รับคัดเลือกจากสำนักนายกรัฐมนตรี ให้เป็นโครงการร่วมงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ					
11.	โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว ช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้กับคณาจารย์ทั่วประเทศ เกี่ยวกับการเรียนการสอนด้านการดำเนิน ธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง					
12.	โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว เป็นโครงการที่สร้างประโยชน์ให้สังคมในระยะยาว เพราะเป็นการสร้างทุนทางปัญญาให้นิสิตนักเรียน นักศึกษา					
13.	โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว เป็นการแสดงออกถึงการให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการสร้างทุนทางปัญญาให้กับทุกภาคส่วนในสังคมตามพันธกิจหลักของธนาคาร					
14.	บุคลากรในการดำเนินโครงการมีความพอเพียง					
15.	ผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขาว มีความพร้อมในการดำเนินโครงการ					
16.	มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินโครงการของบุคลากรอย่างชัดเจน					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
17.	ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการกรงไทย ตันกล้ำสีขาวให้ประสบความสำเร็จได้					
18.	งบประมาณที่ใช้ในโครงการกรงไทย ตันกล้ำสีขาว มีความเหมาะสม					
19.	ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับการสนับสนุนสื่อ วัสดุ/อุปกรณ์อย่างเหมาะสม					
20.	คู่มือ สื่อ วัสดุ/อุปกรณ์ ที่นำมาใช้ในโครงการกรงไทย ตันกล้ำสีขาว มีความเหมาะสม ทันสมัยและน่าสนใจ					
21.	สถานที่ที่ใช้ในการทำกิจกรรมของโครงการกรงไทย ตันกล้ำสีขาว มีความสะดวก ง่ายต่อการเดินทางของผู้เข้าร่วมโครงการ					
22.	หัวใจสำคัญของการดำเนินโครงการกรงไทย ตันกล้ำสีขาว เพื่อมุ่งเพาะพันธุ์ตันกล้ำสีขาว อันหมายถึงเยาวชนให้เป็นคนที่เก่งและดี มีความรู้ คู่คุณธรรม					
23.	โครงการกรงไทย ตันกล้ำสีขาว มีแนวทาง รูปแบบและกระบวนการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมชัดเจน					
24.	กฎ หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือก/ตัดสินผู้เข้าร่วมโครงการมีความเหมาะสมชัดเจน					
25.	ผู้เข้าร่วมโครงการได้ลงพื้นที่จริง เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหา รวมถึงบูรณาการความรู้ ไปประยุกต์ใช้กับองค์กรหรือชุมชน					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
26.	กิจกรรมมุ่งส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมโครงการมีแนวคิดตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และจริยธรรมทางธุรกิจ					
27.	กิจกรรมมุ่งให้ผู้เข้าร่วมโครงการ ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม/ชุมชน ให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง					
28.	มีการแจ้งการจัดสรรงบประมาณที่ใช้ในโครงการอย่างชัดเจน โปร่งใส					
29.	มีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการให้กับผู้เกี่ยวข้องทราบอย่างรวดเร็ว ละเอียดชัดเจน					
30.	สามารถดาวน์โหลดคู่มือเกี่ยวกับโครงการเพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนการดำเนินงานของโครงการอย่างละเอียดได้จากเว็บไซต์ของธนาคาร					
31.	ผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโครงการ มีการติดตามผลการดำเนินงานโครงการ กรุงเทพฯ ดันกล้าสีขาว อย่างต่อเนื่อง					
32.	การตรวจสอบงบประมาณที่ใช้ในโครงการ กรุงเทพฯ ดันกล้าสีขาว มีความโปร่งใส					
33.	โครงการ กรุงเทพฯ ดันกล้าสีขาว ทำให้มีการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนด้านจริยธรรมธุรกิจ ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้เหมาะสมยิ่งขึ้น					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
34.	โครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขา สร้างเครือข่ายคณาจารย์ผู้สนใจเกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจ และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง					
35.	นิสิต นักศึกษา เกิดความตื่นตัวในการให้ความสนใจและความสำคัญต่อการมีจริยธรรมธุรกิจภายใต้ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง					
36.	ผู้เข้าร่วมโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขา สามารถชี้นำชุมชนและสังคมในการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสามารถดำเนินชีวิตหรือธุรกิจอย่างพอเพียง					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขา

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อความแสดงความคิดเห็นของท่านลงในช่องว่าง

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงโครงการกรุงไทย ตันกล้าสีขา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

♥ขอบพระคุณในความร่วมมือ♥



ภาคผนวก ข

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00001	143.7667	201.4264	.4362	.9529
VAR00002	143.7667	199.4954	.5032	.9525
VAR00003	143.8333	196.6954	.6208	.9517
VAR00004	143.8667	195.1540	.7146	.9510
VAR00005	144.0000	194.2069	.6599	.9514
VAR00006	143.8333	194.4195	.6914	.9511
VAR00007	143.6333	195.2057	.6416	.9515
VAR00008	143.9000	195.1276	.7274	.9509
VAR00009	143.8667	195.0851	.7185	.9510
VAR00010	144.0333	198.4471	.6727	.9515
VAR00011	144.1000	195.8862	.7370	.9510
VAR00012	144.1333	197.9816	.5775	.9520
VAR00013	143.7667	197.4954	.6866	.9514
VAR00014	144.3667	200.2402	.4073	.9533
VAR00015	144.2333	198.1851	.5393	.9523
VAR00016	144.2333	197.9782	.5506	.9522
VAR00017	144.0667	201.9954	.5350	.9524
VAR00018	144.4333	202.6678	.3213	.9537
VAR00019	144.5000	200.6034	.4637	.9527
VAR00020	144.4000	202.1793	.4024	.9531
VAR00021	144.3000	200.9069	.3653	.9536
VAR00022	144.0667	197.7885	.5994	.9518
VAR00023	143.9333	199.0989	.4719	.9528
VAR00024	144.1333	197.9816	.6375	.9516
VAR00025	144.2333	197.0126	.6034	.9518
VAR00026	143.9333	198.3402	.6151	.9518
VAR00027	144.0333	196.1713	.7394	.9510
VAR00028	144.1333	197.0851	.5780	.9520
VAR00029	144.3000	197.5276	.5372	.9523
VAR00030	144.2000	196.4414	.6090	.9518
VAR00031	144.2000	196.5793	.6018	.9518
VAR00032	144.1000	191.8862	.7307	.9508
VAR00033	144.1667	194.6264	.6807	.9512
VAR00034	144.3000	195.4586	.6966	.9511
VAR00035	144.2667	198.2023	.5649	.9521
VAR00036	143.9667	198.4471	.5639	.9521

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 36

Alpha = .9532

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวสุชาดา จำปาศรี
วันเดือนปีเกิด	16 ตุลาคม 2527
สถานที่เกิด	อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	หมู่บ้านอยู่สบาย 999/444 หมู่ 5 ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2545	มัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนราชินีบูรณะ จังหวัดนครปฐม
พ.ศ. 2549	เศรษฐศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะบริหารธุรกิจ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
พ.ศ. 2556	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (นโยบายสาธารณะ) คณะสังคมศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ