

การให้ความหมายและรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการ  
ถูกค้ำชูอาคารอมสิน



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**THE MEANING AND FORM OF SOCIAL RESPONSIBILITY ACTIVITIES THAT  
GOVERNMENT SAVING BANK CUSTOMER NEEDS**



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

**An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree**

**MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION**

**Program of Entrepreneurship**

**Graduate School**

**SILPAKORN UNIVERSITY**

**2010**

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ การให้  
ความหมายและรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการลูกค้าธนาคารออมสิน ”  
เสนอโดย นางสาวเกษมณี พุกษาประดับกุล เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 25 เดือน 11 ปี พ.ศ. 2556

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

 ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์)

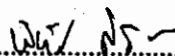
25 / พฤษภาคม 2556



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร)

25 พฤษภาคม 2556

 กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

25 / พฤษภาคม 2556

52602740 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ความรับผิดชอบต่อสังคม/ ธนาคารออมสิน

กรณี พุทธยาประดับกุล : การให้ความหมายและรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม  
ในความต้องการลูกค้าธนาคารออมสิน อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ศศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 235 หน้า.

การค้นคว้าอิสระเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินและรูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้าธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการศึกษาเอกสารต่าง ๆ ประกอบกับการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการกับกลุ่มผู้บริหารธนาคารออมสินที่เชี่ยวชาญด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการกับกลุ่มผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มลูกค้าของธนาคารออมสินที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 36 ราย

ผลการวิเคราะห์พบว่าธนาคารออมสินได้กำหนดความหมายกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสายลักษณะอักษรในวิสัยทัศน์ พันธกิจ และได้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบเฉพาะ โดยสามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ (1) รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน โดยถือรวมที่โดดเด่นที่สุด คือ ด้านสังคม รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ (2) กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ตามหลักการของ ฟิลาธิป คอตเลอร์และเนนซี ดี ใน 7 รูปแบบอย่างครบถ้วน โดยกิจกรรมที่โดดเด่นมากที่สุด คือ การส่งเสริมประเด็นสังคม รองลงมา คือ การพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานรากตามลำดับ ส่วนการดูแลผู้เกี่ยวข้องกับประเด็นสังคมเป็นกิจกรรมที่ธนาคารดำเนินการน้อยที่สุด

ส่วนกิจกรรม ที่ลูกค้าทราบและโดดเด่นมากที่สุด คือการส่งเสริมประเด็นสังคม รองลงมา คือ การบริจาคตรง ส่วนการอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชนเป็นกิจกรรมที่ลูกค้าธนาคารทราบน้อยที่สุด โดยกิจกรรมที่ลูกค้าต้องการ ได้แก่ระบบประกันสินเชื่อใหม่ ที่ให้สิทธิพิเศษในการกู้ยืมคนที่ศึกษาภาพแทนการพิจารณาหลักทรัพย์ นอกจากนี้ลูกค้ายังต้องการให้พนักงานธนาคารมีความรู้ ความเข้าใจ และมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการปลูกฝังให้พนักงานมีคุณธรรม จริยธรรม เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เคารพในสิทธิส่วนบุคคล และทำงานในหน้าที่ของตนอย่างเต็มความสามารถ รวมไปถึงการช่วยเหลือชุมชนในเรื่องการศึกษาการฝึกอบรมอาชีพ สร้างงานสร้างรายได้ และการอนุรักษ์ธรรมชาติและดูแลสิ่งแวดล้อม

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา..... 1๗๘๗๘

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ..... ๒๗/๗๒๗

52602740 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD : CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY/GOVERNMENT SAVINGS BANK/  
CSR GSB/ CSR/ GSB

KEATMANEE PRUGSAPRADUBKUL : THE MEANING AND FORM OF SOCIAL  
RESPONSIBILITY ACTIVITIES THAT GOVERNMENT SAVING BANK CUSTOMER NEEDS.  
INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST. PROF. PITAK SIRIVONG, Ph.D. 235 pp.

The objective of the study of the meaning and Corporate Social Responsibility of the Government Saving Bank customer's needs are to review of the meaning and models of social activities. This study are in the Ethnographic study, on the qualitative research as me, the researcher, collects the data by the review all documents, books, letters etc. including the interview of users as administrative officers relate on the corporate social responsibility duties. And also for the informal group, they are the managers who use to settle up the corporate social responsibility activities. Beside these I had interviewed of the 36 users who were the customers on related themes

The results of the study are the bank has been defined the meaning of the activities as vision mission and also settle up the related agency which are responsibility in this duty. The bank also divided into 2 types as

1. Sustainable Responsibility in 3 views as Social Responsibility, Environmental Responsibility, economical Responsibility

2. By the Phillip Court Kettler and Nancy Lee's theory. The study shows that the mains priority is the Cause Promotion activities and then the activity of are Developing and Delivering Affordable Products and Services, the Corporate Social Marketing and Community Volunteering and the Cause-Related Marketing is the less priority.

In the study of meaning and models of social activities by the theory show the most priority is Cause Promotion, the Corporate Philanthropy and the Community Volunteering the less popular.

The customers of the Government Saving Bank need the new type personal loan and in the officer views need the Corporate Social Responsibility groups to build the morality and human rights including help communities in vocational training environmental conservations, etc.

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010

Student's signature ..... *Keatmanee* .....

Independent Study Advisor's signature ..... *Pitak* .....

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ในด้านต่าง ๆ พร้อมทั้งตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้มีความสมบูรณ์ และกำลังใจในการ ทำการศึกษาค้นคว้านี้จนสำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้วิน โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประสพรัช พงษ์นนท์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร กรรมการสอบการศึกษาค้นคว้า ที่ได้เสียสละเวลาและกรุณาให้คำแนะนำที่เป็น ประโยชน์ในการแก้ไขปรับปรุงการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ให้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการ ผู้บริหาร ผู้จัดการสาขา พนักงาน และลูกค้าธนาคารออมสิน ทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์และการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นข้อมูล ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษา ขอขอบพระคุณธนาคารออมสินที่สนับสนุนทุนการศึกษา และสนับสนุนการวิจัย ทำให้ผู้วิจัยสามารถรวบรวมเป็นการศึกษาค้นคว้าที่มีคุณภาพ ประโยชน์แก่ผู้สนใจ ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ภาควิชาการประกอบกรทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้คำแนะนำ และให้กำลังใจตลอดการศึกษานี้มา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่เฉลา พงศ์ษาประดับกุล บุพการีผู้ให้ ทุกสิ่งทุกอย่างกับผู้วิจัย ขอขอบคุณคุณสุรีย์ พงศ์ษาประดับกุล คุณสุรศักดิ์ พงศ์ษาประดับกุล ที่สนับสนุนแนวทางในการเขียนรายงานการวิจัย และขอบคุณพี่ๆ น้องๆ เพื่อนๆ นักศึกษาที่ได้ สนับสนุนและเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยอย่างดีตลอดมา คุณความดีหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา ค้นคว้าฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบแต่บุพการี ผู้มีพระคุณทุกท่านและครุอาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาท วิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ผู้วิจัย  
ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิจกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉุ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	24
ธนาคารออมสิน.....	32
การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	71
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	76
การศึกษารวบรวมข้อมูลก่อนลงภาคสนาม.....	76
การเริ่มต้นเข้าสู่ภาคสนาม.....	77
การปฏิบัติงานภาคสนาม.....	78
การจัดกระทำข้อมูล.....	80
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	84
การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน.....	85
รูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ตามหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน.....	88

ผลงานวิจัยนี้ทำขึ้นโดยมูลนิธิส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

บทที่

หน้า

	รูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ตามหลักการของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และ แนนซี ลี.....	169
	การให้ความหมายและรูปแบบของการดำเนินกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ในมุมมองของลูกค้า....	193
5	สรุปและอภิปรายผล.....	210
	สรุปผลการวิจัย.....	210
	อภิปรายผลการวิจัย.....	221
	บรรณานุกรม.....	228
	ประวัติผู้วิจัย.....	235



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เปรียบเทียบความแตกต่างของการวิจัยเชิงคุณภาพกับการวิจัยเชิงปริมาณ.....	66
2	แสดงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ด้านการส่งเสริมประเด็นสังคม(Cause Promotion).....	170
3	แสดงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ด้านการตลาดเกี่ยวข้องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing).....	175
4	แสดงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ด้านการตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing).....	176
5	แสดงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ด้านการบริจาคตรง (Corporate Philanthropy).....	179
6	แสดงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ด้านการอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering).....	181
7	แสดงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ด้านนอกรอบทิศทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices).....	185
8	แสดงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ด้านการพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคน ในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services).....	188

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กลุ่มต่าง ๆ ที่องค์กรจะต้องรับผิดชอบสภาพแวดล้อมภายนอกในการปฏิบัติงาน	24
2	แบบจำลองการเกิดภาพลักษณ์.....	29
3	องค์ประกอบที่สำคัญของการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	44
4	การเปรียบเทียบการวิจัยเชิงคุณภาพกับการวิจัยเชิงปริมาณ.....	63
5	กระบวนการวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล.....	63
6	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการโรงเรียนและนักเรียนดีเด่นด้านคุณธรรมและจริยธรรม	98
7	ตัวอย่างกิจกรรมถวายการรับฝากเงินสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี.....	99
8	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการรับฝากเงินออมเพื่อชีวิตพอเพียงตามแนวพระราชดำริฯ	99
9	ตัวอย่างอาชีพในภาพยนตร์ โฆษณา เศรษฐกิจพอเพียง คือความพอดีแห่งชีวิต	102
10	ผู้ให้สัมภาษณ์และตัวอย่างกิจกรรม โครงการประกวด โรงเรียนและ นักเรียนดีเด่นด้าน คุณธรรมและจริยธรรม.....	104
11	ตัวอย่างกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ.....	105
12	ตัวอย่างกิจกรรม โครงการธนาคาร โรงเรียน.....	106
13	ผู้ให้สัมภาษณ์และตัวอย่างกิจกรรม โครงการกีฬาธนาคาร โรงเรียน.....	107
14	ตัวอย่างกิจกรรม โครงการประกวดคนตรี ธนาคาร โรงเรียนธนาคารออมสิน.....	109
15	ตัวอย่างกิจกรรม โครงการ “ออมสินปั้นอีก ฟาน้องชมแพนด้า”.....	109
16	ตัวอย่างกิจกรรม โครงการ “ห้องเรียนเคลื่อนที่ น้ำใจสู่ใต้”.....	110
17	ตัวอย่างกิจกรรมออมสินห้องใจสู่ใต้สังคม “ปันรักแห่งความพิเศษ”.....	111
18	ตัวอย่างกิจกรรมงานวันออมแห่งชาติ 31 ตุลาคม.....	111
19	ตัวอย่างกิจกรรมพิธีเททองหล่อพระยอดธง พระกริ่ง และพระชัยวัฒน์ รุ่นมหाराช 80 พรรษา.....	112
20	ตัวอย่างกิจกรรม โครงการ “ห้องเรียนเคลื่อนที่น้ำใจสู่ใต้”.....	113
21	ตัวอย่างกิจกรรม โครงการลองกองธงฟ้า ช่วยเกษตรกร 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้	114
22	ตัวอย่างกิจกรรมงานมหกรรมยิ้มสู้ก้าวไกลภายใต้เศรษฐกิจพอเพียง.....	115
23	ตัวอย่างกิจกรรมมอบเงินสนับสนุนมูลนิธิโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช.....	116
24	ตัวอย่างกิจกรรม โครงการ “ออมสินร่วมใจ ด้านภัยหนาว”.....	117

ภาพที่		หน้า
25	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการธารน้ำใจอมสิน.....	118
26	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการอมสินราชมงคลสุวรรณภูมิรวมพลัง สร้างสรรค์สังคม ลดโลกร้อนสักนิก ด้วยเศรษฐกิจพอเพียง.....	119
27	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการ "ศูนย์เรียนรู้ชุมชน".....	120
28	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการค่ายศิลปะ Art for All.....	121
29	ตัวอย่างกิจกรรมการทอดผ้าป่าสามัคคีเพื่อสมทบทุนสร้างเขื่อนหินกันคลื่น....	122
30	ตัวอย่างกิจกรรมช่วยเหลือประชาชนและลูกค้าที่ประสบภัยน้ำท่วม.....	122
31	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการ "สิ่งพิเศษ เพื่อคนพิเศษ".....	123
32	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการบ้านปลา.....	125
33	ตัวอย่างกิจกรรมความก้าวรรับมาหาเงิน เนื่องใน วันคล้ายวันสถาปนาธนาคารออมสิน.....	127
34	ตัวอย่างกิจกรรมถวายผ้าพระกฐนพระราชทานของธนาคารออมสิน.....	129
35	ตัวอย่างกิจกรรม "อมสินส่งเสริมครอบครัวไทย ใส่ใจผู้สูงอายุ".....	129
36	ตัวอย่างกิจกรรมแสดงนิทรรศการคิดต่อคิดประธานกรรมการ และอดีตผู้อำนวยการธนาคารออมสิน.....	130
37	ตัวอย่างกิจกรรมมหกรรมการเงิน Money Expo.....	132
38	ตัวอย่างกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ.....	132
39	ตัวอย่างกิจกรรมเปิดตัวผลิตภัณฑ์บริการ GSB EXPRESS SERVICE.....	135
40	ตัวอย่างกิจกรรมเปิดตัวผลิตภัณฑ์ GSB LIFE เงินฝาก...คุ้มครองชีวิต 3 รูปแบบใหม่.....	136
41	ตัวอย่างกิจกรรมเปิดตัวสลากออมสินพิเศษ "มหัศจรรย์ออมสิน" ฉลอง 8 รอบ มอบ JAZZ 8 คั่น.....	137
42	ตัวอย่างกิจกรรมเปิดตัวสลากออมสินพิเศษ 5 ปี แจกเบนซ์ 10 คัน.....	138
43	ตัวอย่างกิจกรรมเปิดตัวและแจกรางวัลของสลากออมสินพิเศษ เงินฝาก...คุ้มแล้ว คุ้มอีก.....	138
44	ตัวอย่างกิจกรรมคาราวานอมสินเพื่อประชาชน.....	143
45	ตัวอย่างกิจกรรมมหกรรมมันใจไทยแลนด์ คีเน่ถูกแน่ เพื่อคนไทย.....	143
46	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการอมสิน อาชีวะ อาสาพัฒนาท้องถิ่น.....	147

ภาพที่		หน้า
47	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการตลาดนัดออมสิน สินค้าชุมชน.....	148
48	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการออมสินรวมพลังไทย ปลูกต้นไม้ ถดโลกร้อน.....	149
49	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการ CSR คีนน้ำสุป่า คีนป่าสู่คอย และวังผลัดมาราซอน “Mountain to Mountain”.....	150
50	ตัวอย่างกิจกรรม“มอบความสุข – ความอบอุ่น – ดูแลรักษัธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม”.....	151
51	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการ “ปล่อยปะการังเทียม คืนบ้าน...คีนชีวิตให้สัตว์ทะเล”	153
52	ตัวอย่างกิจกรรมการปลูกป่าชายเลนและดูแลสุขภาพชุมชน ณ บริเวณบ้านปากคลองประมง จังหวัดสมุทรสาคร.....	154
53	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการออมสินรักษัแม่ รักษัสิ่งแวดล้อม ปลูกป่าชายเลน เฉลิมพระเกียรติ.....	156
54	ตัวอย่างกิจกรรม“ออมสินรวมใจ สร้างฝายต้นน้ำ คีนผืนป่า ถายพืชนอง น้ไหลลงของปวงชน”.....	157
55	ตัวอย่างกิจกรรมออมสินปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ อรบ 82 พรรษา 5 ธันวาคม 2552 และครบ 77 พรรษา 12 สิงหาคม 2552.....	158
56	ตัวอย่างกิจกรรม“พลิกผืนผืนป่าด้วยพระบารมี เฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ทรงเจริญพระชนมพรรษา 77 พรรษา”.....	159
57	ตัวอย่างกิจกรรมปลูกต้นไม้ และจัดการแข่งขันวังผลัดมหาสมุทรสู่มหาสมุทร...	161
58	ตัวอย่างกิจกรรมโครงการอนุรักษ์ป่าต้นน้ำและพิริเป็โครงการออมสินสาขาเรือ	161
59	ตัวอย่างกิจกรรมปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ คีนอนุรักษ์สัตว์ทะเล อำเภอปะเหลียน จังหวัดศรี.....	162
60	ตัวอย่างกิจกรรมการแข่งขันวังผลัดมหาสมุทรสู่มหาสมุทรโครงการ “คืนบ้าน คืนหลังคา คีนปลาสู่กระชังมอบพลังให้ชุมชน” และ โครงการ “คืนบ้าน คืนหลังคา คีนความผาสุก สู่ชุมชน”.....	164
61	ตัวอย่างกิจกรรมออมสินห่วงใยใส่ใจสังคม (GSB Social Serve) : หอบริภมาห่มคอยปี 2.....	165
62	ผู้ให้สัมภาษณ์หัวข้อการตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม.....	195

ภาพที่		หน้า
63	ผู้ให้สัมภาษณ์หัวข้อการตลาดเพื่อสังคมขององค์กร.....	196
64	ตัวอย่างกิจกรรมและผู้ให้สัมภาษณ์ในหัวข้อการบริจาคตรง.....	198
65	ตัวอย่างกิจกรรมในหัวข้อข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม.....	200
66	ผู้ให้สัมภาษณ์และตัวอย่างกิจกรรมในหัวข้อการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก.....	201



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) หรือ CSR มีมานานแล้ว โดยแบ่งอยู่ในกฎระเบียบทางการค้าต่าง ๆ เช่น การปกป้องและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น กลุ่มสหภาพประเทศยุโรปมีนโยบายกับการปิดลากลสินค้าที่บ่งบอกถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมทั้งกฎระเบียบเรื่องบรรจุกัมมันต์และการกำจัดกากขยะที่เกิดจากบรรจุกัมมันต์ใช้แล้ว แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เริ่มเป็นที่รู้จักและยอมรับกันในระดับโลกมากขึ้น โดยในการประชุม World Economic Forum ประจำปี 2542 นายโคฟี อันนัน (Kofi Annan) เลขาธิการองค์การสหประชาชาติ ได้เรียกร้องให้องค์กรธุรกิจในทุกประเทศแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของโลก โดยเสนอบัญญัติ 9 ประการ เรียกว่า “The UN Global Compact” ซึ่งแบ่งเป็น 3 หมวดหลัก คือ หมวดสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน และสิ่งแวดล้อม ซึ่งต่อมาได้เพิ่มบัญญัติที่ 10 คือหมวดการค้าและการทุจริตไว้ด้วย โดยปัจจุบันมีองค์กรธุรกิจจากทั่วโลกเป็นสมาชิกของ UN Global Compact รวม 1,861 บริษัท (เป็นบริษัทในประเทศไทย 13 บริษัท) จากกระแสโลกดังกล่าวองค์กรธุรกิจมีความจำเป็นต้องแสดงเจตจำนงในการดำเนินงานตามหลักและแนวทางปฏิบัติของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจให้มากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันการค้าขายระหว่างประเทศได้มีข้อกำหนดให้ประเทศคู่ค้าต้องมีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจด้วย (กรกนก ทิพรส 2548 : 88)

ต่อมาได้มีการเสนอแนวทางปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจขึ้น  
**ผลงานวิจัยนิตยภัต ระดับปริญญาตรี**

โดย The Center of Urban Planning and Environmental Management ของมหาวิทยาลัยฮ่องกง รวบรวมแนวทางปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศยุโรป อเมริกาเหนือ และเอเชีย แบ่งเป็น 4 หมวดหลัก คือ การปฏิบัติภายในองค์กร การปฏิบัติภายนอกองค์กร ความน่าเชื่อถือ และการอบรมบุคลากร

เป็นแนวทางปฏิบัติเช่นเดียวกับที่ “The UN Global Compact” เป็นผู้เสนอ อย่างไรก็ตาม แนวทางปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ได้นำไปสู่การบังคับใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ให้เป็นมาตรฐานที่จะมีขึ้นในอนาคต แม้ว่าในปัจจุบัน

ยังไม่มีข้อกำหนดแบบแผนเป็นมาตรฐานตายตัว สำหรับการปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จึงทำให้เห็นว่าหากองค์กรมีการสนับสนุนให้เกิดการกระทำอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว ย่อมส่งผลต่อความอยู่รอด และการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร จากการวิจัยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ พบว่าต่อไปในอนาคต ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมีความสำคัญมากขึ้น ทั้งนี้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดมาตรฐานคุณภาพ ISO (International Organization for Standardization) ได้ตกลงที่จะร่างมาตรฐานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ ISO – Social Responsibility เพื่อให้การรับรององค์กรธุรกิจที่สามารถปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ซึ่งเหมือนกับกรับรองมาตรฐานด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่องค์กรธุรกิจต้องได้รับรองมาตรฐานจึงเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในประเทศคู่ค้า ขณะที่องค์กรใดไม่สามารถปฏิบัติตามก็เกิดปัญหาทางการค้าในกลุ่มประเทศที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ในทางกลับกันหากองค์กรใดให้ความสำคัญและมีแนวปฏิบัติความแนวทางของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจจะได้รับการยอมรับ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น สำนักงานคณะกรรมการรางวัลคุณภาพแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการร่วมสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สถาบันส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไทย สมาคมธนาคารไทย ได้กำหนดหัวข้อด้านการรับผิดชอบต่อสังคมไว้ในเกณฑ์มาตรฐานประการหนึ่งในการตรวจประเมินองค์กรที่จะได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ หรือ การรับรองโลโก้เครื่องหมายตราสัญลักษณ์ Q-Mark เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพสินค้าหรือบริการ รวมถึงการรับรองความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการในการเอาใจใส่ต่อสังคมด้วยการจัดทำกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เป็นบทบาทหนึ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญและมีการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลต่อภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ความมั่นใจของผู้บริโภค ในคุณภาพสินค้าหรือบริการ รวมถึงสร้างความเชื่อใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อองค์กร (กรรณกทิพรศ 2548 : 88)

องค์กรต่าง ๆ ที่ทำธุรกิจจำเป็นต้องตระหนักถึงการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ มาเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดความยั่งยืนขององค์กรแนวความคิดการสร้าง “ความยั่งยืนขององค์กร” (Corporate Sustainability) เป็นแนวความคิดสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจสมัยใหม่ แนวคิดนี้เสนอว่า การเติบโตและผลกำไรขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญ แต่ไม่เพียงพอที่ทำให้องค์กรอยู่รอดอย่างยั่งยืนได้ ในแวดวงธุรกิจปัจจุบันมีความคิดเห็นตรงกันว่าองค์กรที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ต้องยึดหลัก 3 ประการ ได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นการย้ายจุดเน้น จากเรื่องผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและการเงิน ไปเน้น

เรื่องของการสร้างผลตอบแทนทางสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับเป้าหมายเรื่องผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ โดยกิจกรรมของธุรกิจไม่เพียงจะตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันเท่านั้น แต่ต้องไม่ส่งผลร้ายต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนรุ่นต่อไป รวมทั้งต้องคำนึงถึงการกระจายผลประโยชน์แก่คนในสังคมอย่างเสมอภาคกัน และมีส่วนส่งเสริมสภาวะความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม พร้อมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้น

ความยั่งยืนในขอบข่ายด้านเศรษฐกิจนั้น มาจากการสร้างธุรกิจให้ก้าวหน้า มีความมั่นคงทางการเงิน ขณะที่ความยั่งยืนด้านสังคม ต้องสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ซึ่งหมายถึง ผู้ที่สามารถสร้างผลกระทบ โดยตรงต่อธุรกิจ หรือผู้ที่รับผลกระทบ โดยตรงจากธุรกิจนั้น ซึ่งครอบคลุมไม่เพียงแต่ผู้ถือหุ้น แต่รวมถึงพนักงาน ลูกค้า คู่ค้าต่าง ๆ หุ้นส่วนธุรกิจ รัฐบาล รวมถึงชุมชนแวดล้อมที่ตั้งของธุรกิจนั้น ยิ่งธุรกิจสามารถสร้างประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มากเท่าใด ธุรกิจนั้นก็ยิ่งได้รับการยอมรับจากสังคม และสามารถดำเนินกิจการไปได้อย่างต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มอาจมีเป้าหมาย ความต้องการ ที่แตกต่างกัน ผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนสนใจผลตอบแทนจากสิ่งนี้ลงทุนไปกับธุรกิจ พนักงานย่อมต้องการการทำงานให้ก้าวหน้าในการทำงาน ผลตอบแทนเป็นธรรม และความมั่นคงในงาน ส่วนลูกค้าหรือผู้บริโภคก็ต้องการได้สินค้าหรือบริการมีคุณภาพไม่ราวธาตุวิรูปและเหมาะสม ขณะที่ชุมชนไม่เพียงต้องการธุรกิจที่สร้างงานสร้างรายได้ให้ชุมชน แต่ยังต้องการธุรกิจที่รับผิดชอบต่อชุมชน ไม่สร้างมลภาวะหรือก่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่อชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน ธุรกิจใดละเมิดเป้าหมายเหล่านี้มักจะประสบปัญหาถูกต่อต้านจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นเหตุให้ไม่สามารถดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่นและต่อเนื่อง ในทางตรงกันข้าม ธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่กล่าวไปข้างต้น และสามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรายกลุ่มอย่างเหมาะสมได้จะเจริญเติบโตและเพิ่มพูนสัมพันธ์กับกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วน

### ผลปรับิษัทกับสังคมกับปัญหาธุรกิจ

เสียกลุ่มต่าง ๆ ทำให้ธุรกิจนั้น ไม่เพียงแต่บรรลุเป้าหมายของธุรกิจ แต่ยังช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนได้ ซึ่งเป็นพื้นฐานของความยั่งยืนขององค์กรก็คือ “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร” (Corporate Social Responsibility : CSR) นั่นเอง

กระแสเรื่องของการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility : CSR) กำลังได้รับความสนใจจากธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทย เป็นตัวอย่างหนึ่งของกระแสการสร้างธุรกิจให้ยั่งยืน การเพิ่มจำนวนของธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา เป็นตัวชี้ว่า แนวโน้มทิศทางของการทำธุรกิจในอนาคตเป็นไปในทิศทางที่ธุรกิจให้ความสำคัญกับความยั่งยืนขององค์กรมากขึ้น ผ่านการเข้าไปมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและส่งเสริมการพัฒนาสังคม องค์กรธุรกิจใดเข้าใจทิศทางนี้ และ



ปรับตัวได้ก่อน ข้อมเป็นการวางรากฐานเพื่อความยั่งยืนขององค์กรในอนาคตได้เป็นอย่างดี เรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร” ได้กลายเป็นประเด็นที่หน่วยงานในทุกภาคส่วนให้ความสนใจ และกำลังมีการนำเอาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร” มาบรรจุไว้เป็นพันธกิจที่องค์กรต้องปฏิบัติโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากการดำเนินงานในทางธุรกิจที่มุ่งเน้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแต่เพียงด้านเดียว (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ : 2553)

องค์กรธุรกิจหลายแห่ง ได้มีการพัฒนาและดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ อย่างต่อเนื่อง และมีจำนวนของกิจกรรมเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จากการที่ต้องดูแลทั้งกิจกรรมเก่าที่ดำเนินอยู่แล้ว และความจำเป็นที่ต้องพัฒนากิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองให้ทันกับประเด็นทางสังคมที่เป็นปัจจุบัน ทำให้การบริหารกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ มีความซับซ้อนหลากหลายยิ่งขึ้น องค์กรธุรกิจจึงจำเป็นต้องมี “เครื่องมือ” และ “กลยุทธ์” สนับสนุนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่เดียวกัน องค์กรธุรกิจอีกหลายแห่ง ก็ยังไม่แน่ใจว่ากิจกรรมที่องค์กรกำลังดำเนินอยู่นั้น เข้าข่ายเป็น “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร” หรือไม่ และองค์กรธุรกิจอีกจำนวนไม่น้อย ก็ยังไม่มีแนวทางชัดเจนในการออกแบบและพัฒนากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่เหมาะสมสอดคล้องกับลักษณะกิจการ

ธนาคารออมสินได้เริ่มดำเนินการในสังกัดกระทรวงการคลังตั้งแต่ 1 เมษายน 2490 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสวัสดิภาพทางทรัพย์สินให้แก่สังคมไทย มีนโยบายหลักในการส่งเสริมการออมทรัพย์ให้กับประชาชน และเยาวชนของชาติ ธนาคารออมสินมีภาพลักษณ์ชัดเจนว่าเป็นสถาบันแห่งการออมทรัพย์ของประชาชน ธนาคารได้พยายามปรับปรุงรูปแบบการให้บริการเพื่อเข้ากับสถานการณ์และความต้องการของประชาชน โดยในปี 2551 ฝ่ายทรัพยากรบุคคลได้ตั้งแผนก CSR เพื่อรายงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

### ทำให้อายุยืนยาวขึ้นทั้งกับองค์กรและกับสังคม

และรูปแบบกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้าธนาคารออมสิน โดยผู้วิจัยมุ่งหวังจะได้ทราบถึงการให้ความหมายและรูปแบบกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการศึกษา ด้านวัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านบริจาค ด้านพนักงาน ด้านลูกค้า และด้านสังคมและชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องดำเนินการต่อไปในอนาคต การศึกษาวิจัย ทำโดยการนำเสนอแนวคิดและทฤษฎีพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ภาพลักษณ์ โดยศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ของการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ธนาคารออมสินได้ดำเนินการเพื่อเป็นการตอบแทนชุมชนและสังคม รวมทั้งศึกษาแนวโน้มความต้องการของ

ประชาชนต่อแนวทางในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองประเด็นทางสังคมในอนาคตให้แก่ธนาคารออมสินต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน
2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้าธนาคารออมสิน

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการให้ความหมายและรูปแบบของกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้าธนาคารออมสิน โดยทำการศึกษารอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยศึกษาโดยแบ่งและกรวัดเป็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ใน 7 กลุ่มกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมเพื่อระดมทุน กิจกรรมส่งเสริมเด็กและเยาวชน กิจกรรมช่วยเหลือประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ กิจกรรมการสนับสนุนสาธารณประโยชน์ กิจกรรมพิเศษ วันสถาปนาธนาคารออมสิน กิจกรรมส่งเสริมการออมและกิจกรรมพิเศษ กิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ กิจกรรมปันผลคืนเศรษฐกิจฐานรากโดยทำกรณีวิเคราะห์รูปแบบของกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ตามหลักการของ ฟิลิปป์ คอตเลอร์ และเนเนซี ที (Kotler and Lee 2005) แบ่งรูปแบบของกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 7 รูปแบบ ได้แก่

1. การส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion)
2. การตลาดเกี่ยวข้องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing)
3. การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing)
4. การบริจาคตรง (Corporate Philanthropy)
5. การอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering)
6. ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices)
7. การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services)

#### 2. ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

2.1. ผู้บริหารธนาคารออมสินผู้เชี่ยวชาญด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 2 ราย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1. ผู้ช่วยผู้อำนวยการธนาคารออมสิน สายงานนโยบายและกลยุทธ์ กลุ่มยุทธศาสตร์และทรัพยากรบุคคล

2.1.2. ผู้ช่วยผู้อำนวยการธนาคารออมสิน สายงานกิจกรรมชุมชน กลุ่มสินเชื่อ

2.2. ผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 4 ราย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1. ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาพระประแดง

2.2.2. ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาสมุทรสาคร

2.2.3. ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาสุราษฏร์

2.2.4. ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาสงขลา

2.3. ลูกจ้างของธนาคารออมสินที่มีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 30 ราย

### 3. ขอบเขตคำนิยาม

โดยทำการศึกษานโยบาย และการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินในด้านต่าง ๆ ดังนั้น เพื่อได้เห็นการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม ผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลย้อนหลังของธนาคารออมสินเป็นเวลา 4 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ถึง พ.ศ. 2553 และได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายซึ่ง 36 คน ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 ถึงมกราคม พ.ศ. 2554

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงสารให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ของธนาคารออมสิน

2. ได้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน

3. ได้ทราบถึงความต้องการของลูกค้านต่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน

4. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอื่น ๆ ต่อไปในอนาคต

5. เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาสำหรับผู้สนใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อไป

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การให้ความหมายและรูปแบบกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้านักวิชาการออมสิน” ผู้วิจัยได้ศึกษาและทบทวนแนวคิดเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม
2. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
3. ธนาคารออมสิน
4. การวิจัยเชิงคุณภาพ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility (CSR) ) เป็นเงื่อนไขที่ธุรกิจแต่ละประเภทพึงปฏิบัติต่อสังคม เพื่อการรักษานโยบายซึ่งสังคมและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่สังคมนั้น ๆ เป็นการดำเนินงาน ซึ่งอาจอยู่นอกเหนือไปจากหน้าที่ขององค์กร หรืออาจเป็นหน้าที่ขององค์กรที่ต้องปฏิบัติ โดยปฏิบัติควบคู่ไปกับการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ทั้งที่เกิดขึ้นจากจิตสำนึกของตัวองค์กรธุรกิจเอง ด้วยความสมัครใจหรือเกิดจากกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่องค์กรต้องปฏิบัติตามทั้งที่ดำเนินการเพื่อหวังผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นตามในภายหลังและดำเนินการโดยมีเป้าหมายผลประโยชน์ใด ๆ ครอบคลุมถึงผลประโยชน์ขององค์กร

#### 1. ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

ฟิลิป คอตเลอร์และเนนซี ลี (Kotler and Lee) ได้ให้นิยามความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) ไว้ว่า คือ การยอมรับพันธกิจว่าจะปรับปรุงความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้นโดยอาศัยดุลยพินิจ อย่างอิสระ ในการเลือกแนวปฏิบัติทางธุรกิจและการใช้ทรัพยากรขององค์กร โดยเป็นพันธกิจที่องค์กรธุรกิจ “สมัครใจ” เลือกลงนามปฏิบัติรวมไปถึงวิธีการมีส่วนร่วมพันธกิจที่กล่าวนี้

จะต้องมีการแสดงออกเพื่อที่บริษัทจะได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้รับผิดชอบต่อสังคม พันธกิจที่ว่านี้จะทำให้สำเร็จได้โดยการใช้แนวปฏิบัติใหม่ ๆ ทางธุรกิจและ/หรือวิธีการที่มีส่วนร่วมทั้งเป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน

รักกี คับเบิลยู กริฟฟิน (Griffin 1996 : 11) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นข้อผูกพันและเป็นหน้าที่ขององค์กรที่มีหน้าที่ในการป้องกันและให้ประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อมรอบข้าง

สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน The World Business Council For Sustainable Development: WBCSD (2008) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่าเป็นความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องขององค์กรต่อการปฏิบัติตามพันธสัญญาในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เพื่อให้สร้างความเจริญก้าวหน้าต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ พร้อมไปกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัวตลอดจนชุมชนและสังคม

พิพัฒน์ ขอดพุดกิจการณ์ และคณะ (2551) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกลด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

กองบรรณาธิการประชากรศาสตร์ธุรกิจ (2550 : 7) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ไว้ว่า CSR หมายถึง การดำเนินกิจกรรม การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการดำเนินงานขององค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมในระดับใกล้ที่หมายถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ และสังคมระดับไกล หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรในทางอ้อม ได้แก่ คู่แข่งทางธุรกิจ และประชาชนทั่วไป เป็นต้น

**วิบูลย์ วัฒนศิริธรรม (2549 : 6) ได้ให้ความหมายของ Corporate Social Responsibility (CSR)**

หมายถึง ความมุ่งมั่นหรือพันธสัญญาที่มีอยู่อย่างต่อเนื่องของกิจการ ธุรกิจอุตสาหกรรมในการประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพนักงาน และผู้ใต้แรงงาน รวมถึงครอบครัวของเขาเหล่านั้น ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น และสังคมในส่วนกว้าง

วิบูลย์ วัฒนศิริธรรม (2549 : 3) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ อาจสรุปได้ดังนี้

1. ไม่ทำสิ่งที่เป็นผลเสียต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม
2. ทำสิ่งที่เป็นคุณประโยชน์ต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม
3. พัฒนาตัวเองให้มีคุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพอย่างดีที่สุด

ซึ่งจากความหมายของนักวิชาการดังกล่าว สามารถสรุปความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การดำเนินกิจกรรมอย่างมุ่งมั่นขององค์กร ทั้งภายในและภายนอกอย่างมีจริยธรรมโดยมุ่งพัฒนาองค์กรให้มีคุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพ อย่างเต็มที่ พัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อม ชุมชนและสังคม ทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วยความสมัครใจ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร หรือนอกองค์กรในอันที่จะทำให้เกิดการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างเป็นปกติสุข

## 2. ขนาดของความรับผิดชอบต่อสังคม

การพิจารณาเกี่ยวกับระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานธุรกิจว่าควรมีมากน้อยเพียงใดและอย่างไรนั้น จะใช้วิธีพิจารณา “ระดับของการตระหนักถึงปัญหาทางสังคม” (Social Responsiveness) หรือระดับความมากน้อยในการตระหนักถึงพันธะข้อผูกพันขององค์กรที่พึงมีต่อสังคม โดยการติดตามว่า ธุรกิจได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อปลดปล่อยข้อปัญหาทางสังคมที่ธุรกิจมีภาระผูกพันอยู่และควรต้องเข้าช่วยเหลือแก้ไขได้อย่างไรโดยมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด สามารถแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ (ธงชัย สันติวงษ์ 2546 : 96-98)

2.1 การรับผิดชอบต่อสังคมตามข้อผูกพัน (Social Obligation Approach) หรือ การรับผิดชอบต่อเฉพาะเท่าที่เขียนขึ้นในคำสัญญาบังคับของกฎหมายเท่านั้น กิจกรรมที่มีแนวคิดแบบนี้ จะเสียดุลทรัพยากรขององค์กรเฉพาะเท่าที่กฎหมายบังคับให้ต้องทำเท่านั้น แต่การจะหวังให้มีการเสียดุลสมัครใจเพื่อเข้าช่วยเหลือปัญหาสังคมนั้นยังไม่เกิดขึ้น

2.2 การรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Approach) คือ การยอมรับว่าธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อทั้งสองทางคู่กัน คือ การทำกำไรทางเศรษฐกิจ และการรับผิดชอบต่อสังคม ในแง่ของความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจนั้นคือ การมุ่งทำกำไร และเพิ่มส่วนทุนของผู้ถือหุ้นให้สูงขึ้น ส่วนอีกทางหนึ่งคือ ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งหมายถึง การมุ่งสนใจต่อปัญหาทางสังคมที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้นและนำเงินที่ได้มาช่วยเหลือแก้ไขปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะภายในกรอบที่จะ ไม่ทำให้องค์กรต้องสูญเสียประโยชน์ทางเศรษฐกิจจนเกิดความเสียหายขึ้น ตามรูปแบบนี้องค์กรจะยอมรับในบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่ทำกิจกรรมทางสังคมและ/หรืออาจเข้าไปสนับสนุนโดยตรง พร้อมกับการส่งเสริมให้ทั้งผู้บริหาร และพนักงานของตนออกไปร่วมมีบทบาทช่วยสังคมในทำนองเดียวกันด้วย การแก้ปัญหาสังคมตามรูปแบบนี้ กระทำโดยการเข้าไปปฏิบัติโดยตรง เพื่อให้เกิดการปรับแก้ปัญหาไปในตัวพร้อมกันตลอดเวลา

2.3 การระงับระไวต่อปัญหาในสังคม (Social Responsiveness Approach) โดยเน้นว่า ธุรกิจมิใช่จะมีความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจและสังคมคู่กันเท่านั้น แต่จะต้องมองการณ์ไกลออกไป โดยคาดหมายถึงปัญหาในทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตไว้ล่วงหน้าและอุทิศทรัพยากรขององค์กร

เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาลำต้นที่จะเกิดในอนาคตด้วย วิธีการลักษณะแบบนี้จะเป็นการกระทำแบบ “กันไว้ดีกว่าแก้” โดยคาดหมายปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แล้วรีบเข้าไปลงมือแก้ไขในทันที

ซึ่งจากความหมายของนักวิชาการดังกล่าว สามารถสรุประดับของความรับผิดชอบต่อสังคม มี 3 ระดับ คือ

1. การรับผิดชอบต่อสังคมตามข้อผูกพัน (Social Obligation Approach) เป็นการรับผิดชอบต่อเฉพาะตามที่กฎหมายกำหนดเท่านั้น

2. การรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Approach) คือ การรับผิดชอบต่อปัญหาสังคมที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้น โดยกำหนดขอบเขตให้อยู่เฉพาะในกรอบที่จะไม่ทำให้องค์กรเสีย ภายใต้งานธุรกิจ

3. ความระไวระไวต่อปัญหาในสังคม (Social Responsiveness Approach) โดยเน้นให้มีการคาดหมายถึงปัญหาทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตล่วงหน้า และอุทิศทรัพยากรขององค์กรเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาลำต้นที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

### 3. ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม

ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม (Areas of Social Responsibility) มีทั้งหมด 7 ด้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, เลขที่คณะ 2545 : 05)

3.1 ด้านชุมชน (The Community) องค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมจะต้องสร้างจุดเด่นขึ้นในชุมชน เช่น เป็นผู้บำเพ็ญการช่วยเหลือและแก้ปัญหาในสังคม

3.2 ด้านสุขภาพและสวัสดิการ (Health and Welfare) องค์กรมีความเชื่อว่า การลงทุนในสุขภาพและการจัดสวัสดิการให้กับชุมชน เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีคุณค่าและจำเป็นสำหรับพนักงาน บริษัท และชุมชนขนาดใหญ่ ตัวอย่างโครงการด้านสุขภาพและสังคมจะสร้างค่านิยมในชุมชน ซึ่งจะทำให้บริษัทมีอิทธิพลต่อผู้ลงทุนและสร้างภาพที่ดีให้กับบริษัทด้วย

3.3 ด้านการศึกษา (Education) องค์กรจำนวนมากให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษา ผู้บริหารมีความตระหนักว่าจะต้องปรับปรุงการศึกษาทั้งระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา วิทยาลัย และมหาวิทยาลัย ทั้งในด้านการบริจาคเงินด้านการศึกษา การประชาสัมพันธ์ และด้านอื่น ๆ

3.4 ด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights) บางองค์กรมุ่งความรับผิดชอบต่อสังคมในการรณรงค์สิทธิมนุษยชน เช่น ความเท่าเทียมกันของเพศชายและเพศหญิงในการได้รับการจ้างงาน

3.5 ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (The Natural Environment) องค์กรจำนวนมากได้ตัดสินใจเลือก การแก้ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ การสร้างจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น ผลผลิตสินค้าที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การไม่ใช้สาร CFC ในเครื่องปรับอากาศและตู้เย็น

3.6 ด้านสิทธิของผู้บริโภค (Consumer Rights) บางองค์กรได้เน้นในเรื่องของสิทธิผู้บริโภค โดยคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และการโฆษณาที่เป็นความจริง (Truthful Advertising)

3.7 ด้านวัฒนธรรม (Culture) เป็นการเรียนรู้และการคิดร่วมกัน ตลอดจน การแสดงออก ระหว่างกลุ่มบุคคลหรือสังคม ธุรกิจที่ให้การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรมเชื่อว่าเป็นรูปแบบหนึ่ง ของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสามารถส่งเสริมการรู้จักบริษัท ตลอดจนสร้างความรู้สึกรักและ ทัศนคติที่ดีให้เกิดกับบริษัทได้ แนวคิดที่ให้การสนับสนุนเหตุการณ์ด้านวัฒนธรรมถือว่าเป็นการ ลงทุนด้านคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับลูกค้าชุมชนในท้องถิ่น บุคลากร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับ องค์กร ถือว่าสามารถสร้างวัฒนธรรมที่ดีให้กับกลุ่มบุคคลเหล่านี้ได้

#### 4. แนวทางการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม

หลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้มีการนำมาปฏิบัติกันอย่าง แพร่หลายขึ้น ซึ่งมักเป็นไปในแนวทางทั้งศาสตร์และศิลป์ในการร้อยเรียงเชื่อมโยงคุณค่าและวิสัยทัศน์ ของธุรกิจและสังคมเข้าไว้ด้วยกัน โดยประยุกต์ให้เหมาะสมกับองค์กรธุรกิจและบริบทของสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมและองค์กรธุรกิจจึงมีความหลากหลายแตกต่างกันออกไป

อานันท์ ปันยารชุน (2551) ประธานสภาสถาบันสิ่งแวดลอมไทย ได้ให้แนวทาง สำหรับองค์กรธุรกิจที่จะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสมบูรณ์เป็นบันได 3 ขั้น ได้แก่ การพัฒนาตนเองเพื่อดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน การสร้างชุมชนน่าอยู่และสังคมเข้มแข็ง และการใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บันไดขั้นแรก การพัฒนาตนเองเพื่อดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ธุรกิจที่รับผิดชอบต่อ สังคมนั้นต้องไม่เป็นธุรกิจที่เบียดเบียนสังคมและสิ่งแวดล้อม หากธุรกิจของเรายังคงใช้ ทรัพยากรของประเทศอย่างสิ้นเปลืองโดยไม่เห็นความสำคัญ หรือโรงงานของเรายังคงปล่อยมลพิษ ที่เป็นอันตรายสู่สิ่งแวดล้อมและชุมชน ถึงแม้ว่าจะใช้เงินมากขงในการดำเนินกิจกรรมต่อสังคม มากเพียงใด ก็ไม่สามารถกล่าวอ้างได้เต็มปากว่าเป็นธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง

ดังนั้น จึงต้องเริ่มจากการมองเข้ามาสู่ภายในองค์กรก่อน โดยการบูรณาการหลักการ ของความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าสู่กระบวนการทางธุรกิจของเราได้อย่างเหมาะสม? เพื่อพัฒนา ตัวเองให้กระบวนการทางธุรกิจขององค์กรเป็นไปบนพื้นฐานของความยั่งยืน ทั้งในด้านธุรกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบ ด้านสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการทางธุรกิจ ซึ่งสามารถทำได้ในหลายรูปแบบ ทั้งการใช้ระบบ การจัดการ ด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ISO 26000 หรือระบบการจัดการสำหรับโรงงานขนาดกลาง



และขนาดย่อม (Environmental Management System for Small and Medium-scaled Enterprises: EMS for SMEs)

นอกจากนั้น ยังรวมถึงแนวทางการป้องกันมลพิษที่แหล่งกำเนิด เช่น การลดการใช้สารเคมีที่เป็นอันตราย การลดการใช้น้ำและพลังงาน การปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดของเสีย เป็นต้น โดยการดำเนินการดังกล่าวนี้ไม่เพียงแต่เป็นการลดผลกระทบจากภาคธุรกิจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและลดการสูญเสียในองค์กรไปพร้อมกันด้วย ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ดีในการแสดงให้เห็นว่า การดูแลสิ่งแวดล้อมนั้น ไม่ใช่ภาระของผู้ประกอบการ แต่ในทางกลับกัน การดำเนินงานที่ดีนั้นจะให้ผลตอบแทนกลับคืนสู่ผู้ประกอบการด้วย หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการดำเนินการที่ทุกฝ่ายสนใจประโยชน์ (Win-Win Solution) ซึ่งปัจจุบันภาคธุรกิจจึงมีการตื่นตัวในเรื่องนี้เป็นอย่างมากและได้มีการดำเนินการอย่างแพร่หลาย ทั้งผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นผู้นำในการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในการป้องกันมลพิษและลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต

บันไดขั้นที่สอง การสร้างชุมชนน่าอยู่และสังคมเข้มแข็ง ปัจจุบันหลายองค์กร โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ได้ก้าวข้ามผ่านบันไดขั้นแรกซึ่งเป็นการพัฒนาตัวเองให้เป็นองค์กรที่อยู่ร่วมกับชุมชนและสิ่งแวดล้อมได้อย่างสอดคล้องกลมกลืน โดยไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อชุมชนและสังคมแล้ว ในขณะที่วิสัยทัศน์ขององค์กรเหล่านี้ก็ได้ก้าวออกไปสู่ภายนอกและประสานเชื่อมโยงองค์กรเข้าสู่ชุมชนและสังคม ซึ่งเป็นบทบาทที่สำคัญของภาคธุรกิจในการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน บนพื้นฐานแนวคิดที่ว่าธุรกิจนั้นเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้

การพัฒนาชุมชนและการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสังคม ซึ่งนับเป็นการดำเนินงานที่พัฒนาขึ้นบนพื้นฐานของการเกื้อกูลซึ่งกันและกันระหว่างภาคธุรกิจและสังคม เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสมดุลและยั่งยืน ซึ่งองค์กรธุรกิจหลายแห่งได้แสดง ความมุ่งมั่นในการเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมสังคมในหลายรูปแบบ ทั้งการสร้างศักยภาพชุมชน การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การสร้างเสริมจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน หรือการพัฒนาเยาวชนซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญของชาติต่อไป เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นตัวอย่างที่น่าชื่นชม เนื่องจากไม่เพียงแต่เป็นกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม แต่เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการสร้างศักยภาพให้กับชุมชน ซึ่งจะเป็นพื้นฐานให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

บันไดขั้นที่สาม การใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้นก็เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารจากองค์กร ไปสู่สังคม ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นการ

เผยแพร่ข้อมูลการดำเนินงานขององค์กร และแสดงเจตจำนงในการรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นเตือนให้สังคมหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้นด้วย เนื่องจากการใช้สื่อโฆษณาที่สร้างสรรค์ สังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กรนั้น นับเป็นการบรรลุประโยชน์ทั้งสองทาง กล่าวคือ สามารถเป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อตอบสนองเป้าหมายในเชิงธุรกิจเพื่อสร้างความนิยมในกลุ่มผู้บริโภค และสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง แต่เมื่อพิจารณาอีกมุมหนึ่ง เรายังเห็นได้ว่าสื่อโฆษณานั้นยังทำหน้าที่เป็นสื่อแห่งการเรียนรู้ที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างแพร่หลายและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากในปัจจุบันเราอยู่ในยุคของข้อมูลข่าวสาร การบริโภคสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หรือวิทยุ จึงเป็นส่วนหนึ่งที่เราไม่ได้ในชีวิตประจำวันของผู้คนส่วนใหญ่ในสังคม ทำให้สื่อประชาสัมพันธ์มีศักยภาพในการสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภคอย่างที่เราคาดไม่ถึง

ซึ่งจากความหมายของนักวิชาการดังกล่าว สามารถสรุปแนวทางการดำเนินการ ความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้ โดยเริ่มจากการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ากับกระบวนการทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสมเพื่อพัฒนาตนเอง ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนแล้วจึงมองไปภายนอกเพื่อเชื่อมโยงองค์กรเข้ากับชุมชนและสังคมโดยอยู่บนแนวคิดที่ว่าธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและสุดท้ายต้องมีการใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อสังคมเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์และกระตุ้นเตือนสังคมให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อสังคม

##### 5. รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคม

พิพัฒน์ ขอดพุดดีการณ์ และคณะ (2551) แบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ตามทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินการ ดังนี้

Corporate-driven CSR เป็นการดำเนินกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กรเป็นหลัก ตัวอย่างเช่น องค์กรบริจาคเงินที่ได้จากกำไร ในกิจการหรือบริจาคสินค้าและบริการของบริษัทเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยสึนามิ หรือนำพนักงานไปฝึกสอนเด็กที่ด้อยโอกาสสมัครช่วยเหลือผู้ประสบภัย เป็นการเสียสละทรัพยากรค่าแรง หรือเป็นการลงแรง นอกเหนือจากการลงเงิน หรือให้เป็นสิ่งของตามปกติทั่วไป เป็นต้น ทั้งนี้ หากพิจารณาโดยยึดที่ตัวกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process) เป็นหลักยังสามารถจำแนกได้ ดังนี้

1.1 CSR in process หรือการดำเนินการที่อยู่ในกระบวนการทางธุรกิจ

1.2 CSR after process หรือการดำเนินการซึ่งแยกต่างหากจากกระบวนการทางธุรกิจ หรือเกิดขึ้นภายหลังกระบวนการทางธุรกิจ

1. Social-driven CSR เป็นการดำเนินกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรนอกองค์กรเป็นหลัก ตัวอย่างเช่น การเชิญชวนให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการของบริษัทในช่วงที่มีการณรงค์

โดยบริจากรายได้จากการขายสินค้าและบริการส่วนหนึ่งต่อทุก ๆ การซื้อแต่ละครั้งให้แก่หน่วยงาน หรือมูลนิธิที่ช่วยเหลือผู้ประสบภัยสึนามิ เป็นการระดมเงินบริจาคจากการซื้อของลูกค้า และมอบหมายให้ผู้อื่นที่มีใช้พนักงานในองค์กร ลงแรงช่วยเหลือในพื้นที่ เป็นต้น

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Kotler and Lee 2005 : 24-27) (Kotler and Lee 2009 : 294) ได้แนะนำหลักการในการสร้างสรรค์กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร อันดับแรก คือการพิจารณาเลือกประเด็นในการดำเนินการ โดยแนะนำให้เริ่มต้นจากประเด็นที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคมขณะนั้น และสุดท้ายเป็นการนำมาปฏิบัติ โดยพิจารณาวิธีการหรือกิจกรรมที่เหมาะสม ในการนำเสนอประเด็นสู่สาธารณชน ทั้งนี้ ได้ให้แนวทางการดำเนินงานด้านสังคมขององค์กรธุรกิจไว้ 7 รูปแบบหลัก ดังนี้

1. การส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion) องค์กรจัดหาเงินทุน การช่วยเหลือในรูปแบบอื่น ๆ หรือทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อเพิ่มการตระหนักรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาสังคมบางประการ หรือเพื่อสนับสนุนการหาเงินบริจาคการเข้าร่วมหรือหาอาสาสมัคร เพื่อสนองตอบต่อประเด็น โดยประเด็นหนึ่งองค์กรอาจเป็นผู้ริเริ่มและบริหารจัดการการส่งเสริมประเด็นสังคมด้วยตนเอง (ตัวอย่างเช่น Body Shop องค์กรเรื่องการห้ามใช้สัตว์เป็นตัวทดลองในการผลิตเครื่องสำอางค์) องค์กรอาจเป็นพันธมิตรรายใหญ่ในการทำกิจกรรม (Aleve สปอนเซอร์การเดินทางเพื่อหาเงินให้มูลนิธิโรคไขข้อ) หรือองค์กรอาจเป็นแค่หนึ่งในสปอนเซอร์หลาย ๆ ราย (การรณรงค์สำหรับโครงการ Keep America Beautiful 2003 บริษัทที่เป็นสปอนเซอร์กิจกรรม “Great America Cleanup” ประกอบด้วย Lysol, Pepsi Co., ศูนย์บริการยาง Firestone และอีกหลาย ๆ บริษัท)

2. การตลาดเกี่ยวข้องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing) องค์กรกำหนดพันธสัญญาว่าจะบริจากรายได้เป็นร้อยละของสินค้าที่ขายได้เพื่อสนองต่อประเด็นบางประการ ส่วนมากข้อเสนอนี้จะประกาศใช้เฉพาะบางช่วงเวลาเฉพาะสินค้าบางตัวและเพื่อการกุศลเฉพาะบางเรื่อง ในกรณีนี้องค์กรมักจะจับมือกับองค์กรไม่แสวงกำไร สร้างสัมพันธ์เพื่อผลประโยชน์ร่วมทั้งเพิ่มยอดขายสินค้าและให้ได้เงินสนับสนุนเข้าการกุศล ตัวอย่างเช่น Comcast บริจาค 4.95 เหรียญสหรัฐ จากค่าบริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้แก่ Ronald Mc Donald House Charities เป็นระยะเวลาหนึ่งเดือน) หลายคนคิดว่า กรณีแบบนี้เป็นเรื่องที่ทุกคนได้-ได้-ได้ เพราะผู้บริโภคก็ได้โอกาสบริจาคเงินให้แก่หน่วยงานการกุศลที่ตนเองชอบอยู่แล้ว

3. การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) องค์กรสนับสนุนและ/หรือทำโครงการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์ในการพัฒนาสุขอนามัย ประชาชน ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม หรือความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชน จุดเด่นของโครงการคือ การมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งแตกต่างจากการส่งเสริมประเด็นสังคมที่มุ่งในเรื่องการสร้าง ความตระหนักรู้ การหาเงินทุน

หรือหาอาสาสมัครมาช่วยในโครงการ องค์กร อาจพัฒนาและจัดทำโครงการรณรงค์เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ด้วยตัวเอง (ตัวอย่าง เช่น Philip Morris สนับสนุนให้ผู้ปกครองคุยกับเด็ก ๆ ถึงโทษของการสูบบุหรี่) แต่ส่วนใหญ่องค์กรมักจะจับมือร่วมกับหน่วยงานรัฐต่าง ๆ (Home Depot กับหน่วยส่งเสริมการประหยัดน้ำ) และ/หรือองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (Pampers จับมือกับมูลนิธิ SIDs สนับสนุนให้จับทารกนอนหงายแทนที่จะนอนคว่ำหน้า)

4. การบริจาคตรง (Corporate Philanthropy) องค์กรบริจาคโดยตรงต่อองค์กรการกุศล หรือเพื่อสนองต่อประเด็นสังคมหนึ่ง ส่วนมากเป็นในรูปแบบของกองทุนเงินช่วยเหลือ เงินสดและหรือ วัสดุสิ่งของ กิจกรรมนี้เป็นรูปแบบที่ทำกันมาแต่ดั้งเดิม ส่วนใหญ่เป็นการตอบสนองต่อคำขอ หรือเป็นกรณีพิเศษเฉพาะกาล ปัจจุบันองค์กรส่วนใหญ่กำลังถูกแรงกดดันทั้งภายในและภายนอกองค์กร ให้จัดกิจกรรมนี้อย่างมีกลยุทธ์มากขึ้น โดยคัดเลือกกิจกรรมการบริจาคที่มุ่งเน้นและสัมพันธ์กับ เป้าหมายธุรกิจและวัตถุประสงค์ขององค์กร

5. การอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) องค์กร สนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงาน คู่ค้า และหรือ/สมาชิกแฟน ไซส์ ให้สละเวลาของตนเองเพื่อ ช่วยเหลือกิจกรรมชุมชนและสนองตอบต่อประเด็นสังคม กิจกรรมนี้อาจเป็นกิจกรรมเดี่ยว ๆ (เช่น พนักงานบริษัทค้าปลีกเทคโนโลยีไปช่วยคว่ำหีบขยะการใช้คอมพิวเตอร์แก่เด็ก ๆ ในโรงเรียน) หรือ อาจจัดทำโดยจับมือกับพันธมิตรกับองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (พนักงานบริษัท Shell ทำงานร่วมกับ องค์กรพิทักษ์มหาสมุทรเพื่อทำความสะอาดที่องทะเล) กิจกรรมอาสาอาจเป็นกิจกรรมที่จัดโดย องค์กร หรือพนักงาน อาจเลือกกิจกรรมของตนเองและขอการสนับสนุนจากบริษัทโดยการอนุญาต ให้ลาไปหรือการสร้างฐานข้อมูลพนักงานเหล่านี้เพื่อตอบแทนด้วยโครงการเพื่อพนักงานอื่น ๆ

6. ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) องค์กรสร้างข้อปฏิบัติทางธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงการลงทุนที่สนับสนุนประเด็น ปัญหาสังคมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของชุมชน รวมถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม องค์กร อาจเป็นผู้ริเริ่มและปฏิบัติกิจกรรมด้วยตนเอง (เช่น Kraft ตัดสินใจเลิกกิจกรรมการตลาด ในโรงเรียนทั้งหมด) หรืออาจจับมือกับองค์กรอื่น ๆ (Starbucks จับมือกับองค์กรอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมสากลเพื่อสนับสนุนชาวไร่ให้ลดวิธีการเพาะปลูกที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม)

7. การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services) เป็นการใช้กระบวนการทางธุรกิจ ในการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ตลาดที่ เรียกว่า The Bottom of the Pyramid (BoP) ใน ราคาที่ไม่แพง เหมาะกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในระดับฐานราก ให้สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการ เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต พร้อมกันกับเป็น โอกาสสำหรับธุรกิจในการเข้าถึงตลาดปริมาณมหาศาล

ซึ่งจากความหมายของนักวิชาการดังกล่าว รูปแบบของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่นำไปสู่การอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุขนั้นจะต้องสามารถเชื่อมร้อยกิจกรรมทางธุรกิจให้มีส่วนประสมของความรับผิดชอบต่อสังคมได้เป็นเนื้อเดียวกัน โดยมีรูปแบบการดำเนินงานด้านสังคมขององค์กรธุรกิจไว้ 7 รูปแบบ คือ

1. การส่งเสริมประเด็นสังคม โดยองค์กรสนับสนุนรูปแบบการช่วยเหลือเพื่อเพิ่มการตระหนักรู้และความห่วงใยต่อประเด็นทางสังคม

2. การตลาดเกี่ยวกับประเด็นสังคม เป็นการบริจาครายได้ขององค์กร โดยคิดเป็นร้อยละของสินค้าที่ขาย เพื่อตอบสนองประเด็นบางประการเป็นรูปแบบที่ทุกคนได้ประโยชน์

3. การตลาดเพื่อสังคมองค์กร มักจะมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมซึ่งแตกต่างจากประเด็นสังคม โดยองค์กรมักจะร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ

4. การบริจาคตรงต่อมูลกุศลเป็นรูปแบบของกองทุนเงินช่วยเหลือแต่ปัจจุบันกิจกรรมรูปแบบนี้จะมุ่งเน้นให้มีความสัมพันธ์กับเป้าหมายธุรกิจและวัตถุประสงค์ขององค์กร

5. อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน องค์กรสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ระยะเวลาของตนเองเพื่อช่วยเหลือกิจกรรมชุมชนและตนเองตอบต่อประเด็นสังคม

6. องค์กรสร้างข้อปฏิบัติทางธุรกิจรวมถึงการลงพื้นที่สนับสนุนการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยที่องค์กรเป็นผู้ดำเนินการเองหรือจับมือกับองค์กรอื่น

7. การพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก องค์กรใช้กระบวนการทางธุรกิจไม่ก่อผลผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ตลาด ในราคาที่ไม่แพงเหมาะกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในระดับฐานราก

#### 6. กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

กองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจ (2550: 166-176) ได้ให้คำแนะนำในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไว้ดังนี้

#### พลังชีวิตเริ่มต้นที่ใจระดับปริญญาตรี

##### 1. ภายในองค์กร

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไม่ควรถูกมองแยกออกจากองค์กร แต่ควรเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ดังนั้นการเริ่มต้นควรเป็นการพัฒนาแนวคิด ข้อกำหนด แนวทางการสร้างความรู้ ความเข้าใจและค่านิยมในองค์กรอย่างทั่วถึง เพื่อให้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นสิ่งที่ออกมาจากภายในองค์กรอย่างแท้จริง

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเริ่มต้นจากพันธกิจ (Mission) เป้าหมาย (Goal) และค่านิยมขององค์กร (Values) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไม่ควรแยกออกจากเป้าหมายหลัก แต่ควรสอดคล้องกับวิธีการดำเนินธุรกิจที่องค์กรกระทำอยู่ เป็นสิ่งที่ถูก

หลอมรวมอยู่ภายในองค์กร โดยเริ่มต้นตั้งแต่พันธกิจ เป้าหมาย ค่านิยม ที่ถูกแสดงไว้อย่างชัดเจนว่า องค์กรมีแนวคิดหรือความเชื่อเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร จะเป็นไปในทิศทางใด ระยะสั้นและระยะยาวขององค์กรมีความคาดหวังถึงการอยู่ร่วมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างไร รวมถึงการที่ผู้นำมีวิธีการในการถ่ายทอดและปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างให้กับพนักงานระดับต่าง ๆ อย่างไร

ทีมผู้ดูแลและรับผิดชอบ เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรควรมีการกำหนดผู้รับผิดชอบในการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม ตั้งแต่การศึกษาเตรียมการวางแผน การติดต่อประสานงานทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร การบริหารจัดการอาสาสมัคร รวมถึง การติดตามและประเมินผลโครงการที่การวิเคราะห์ ปรับปรุงและรายงานผลให้กับผู้บริหารระดับต่อไป

การสื่อสารภายใน องค์กร ควรให้ข้อมูลข่าวสารถึงนโยบายและทิศทางเป้าหมาย และแผนงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับพนักงานทุกระดับ ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง สามารถมองเห็นความสำคัญของการสนับสนุนกิจกรรมขององค์กรให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน ไม่มีทัศนคติในเชิงลบ แต่รู้สึกว่าเป็นจิตสำนึกที่ทุกคนควรมีและประพฤติปฏิบัติร่วมกัน

การปฏิบัติการเชิงรุก (Proactive) องค์กรควรมองและมีนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะเชิงรุกทั้งแนวคิดและการปฏิบัติ ซึ่งสามารถจะสร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นกับสังคมได้อย่างชัดเจน ริเริ่มส่งเสริม กระตุ้นให้เกิดการพัฒนากิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจัง สร้างความเชื่อมโยงไปยังกลุ่มผู้เกี่ยวข้องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการอย่างถูกต้อง ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการคิด วางแผน ปฏิบัติ ติดตามและประเมินผล แก้ไขปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง บริษัทต้องเชื่อมั่นในเป้าหมายที่ตั้งไว้ รักษาทำตามพันธสัญญาที่ได้ให้ไว้และ

## ผลในวิสัยทัศน์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

### 2. การเลือกประเด็นทางสังคม (Social Issue)

บริษัทไม่ควรเลือกประเด็นทางสังคมมากเกินไป ควรกำหนดกรอบขอบเขตในเรื่องที่ตนเองสนใจอย่างชัดเจน เช่น ต้องการสนับสนุนพัฒนาการศึกษาสำหรับเด็กยากจน หรือเด็กด้อยโอกาส หรือบางบริษัทอาจสนใจในเรื่องของมะเร็งเต้านม ทั้งนี้การกำหนดประเด็นที่ชัดเจนและไม่หลากหลายจนเกินไป จะทำให้บริษัทสามารถกำหนดกลยุทธ์การทำงานและกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้การที่บริษัทมุ่งเน้นเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างค้ำคอเนื่องทำให้ภาพของบริษัทเกิดการเชื่อมโยงไปยังการส่งเสริมสังคมต่อการประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างชัดเจน

ง่ายต่อการเลือกพันธมิตรสำหรับการดำเนินงานในระยะยาวทำให้องค์กรเกิดการสะสมทักษะความรู้ความชำนาญและนำไปสู่การเป็นผู้นำในการพัฒนาเฉพาะด้านต่อไป

บริษัทควรเลือกประเด็นปัญหาที่สังคมให้ความสนใจมองเห็นว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ เป็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขพัฒนาเป็นลำดับต้น ๆ ในปัจจุบันอาจจะเห็นว่าประเด็นปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะโลกร้อนถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อให้กับโลกอย่างรุนแรงรวมถึงปัญหาด้านความไม่เท่าเทียมทางการศึกษา เป็นต้น อย่างไรก็ตามความสำคัญของประเด็นปัญหาถูกมองแตกต่างกันไปในแต่ละชุมชน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และบริบททางสังคม บางกรณีการเกิดภัยพิบัติต่าง ๆ ก็ถือเป็นกรณีเร่งด่วนและสำคัญที่ทุกคนควรให้การช่วยเหลือ นอกจากนี้ประเด็นที่ทุกบริษัทควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกก็คือ ผลกระทบทางลบที่เกิดจากสินค้าบริการและการทำตลาดของบริษัทควรได้รับการดูแลแก้ไขเป็นลำดับแรกสุด

การดูแลพัฒนารวมชนในพื้นที่ที่บริษัทดำเนินการอยู่ทั้งด้านสังคม สภาพความเป็นอยู่และเศรษฐกิจ เป็นสิ่งสำคัญของบริษัทที่ควรดำเนินการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดูแลป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่ชุมชนได้รับจากการดำเนินการของบริษัท ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความรู้สึกความเป็นส่วนร่วมกับชุมชน ตลอดจนปฏิเสธ มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทำให้องค์กรอยู่ได้อย่างมั่นคงถาวร นอกจากนี้แล้วชุมชนและสังคมเองก็คือส่วนหนึ่งของลูกค้าบริษัทเช่นกัน

ในการดำเนินธุรกิจ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร เช่น ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า ผู้ส่งมอบ สังคม และรัฐบาล เป็นผู้ที่มีความสำคัญ บริษัทสามารถเลือกประเด็นทางสังคมโดยพิจารณาถึงความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรที่จุดเริ่มต้น เช่น บริษัทมุ่งเน้นให้ความสนใจในการพัฒนาสภาพความเป็นอยู่ของพนักงานในโรงงานเป็นอันดับแรก โดยจัดทำโครงการความปลอดภัย การส่งเสริมสวัสดิการพนักงานและครอบครัว การแก้ไขปัญหาหนี้สิน เป็นต้น หรือ

ร่วมกับผู้ส่งมอบในการพัฒนากระบวนการผลิตวัตถุดิบที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทของบริษัทถึงขั้นถึงปัญหาที่สำคัญและควรเป็นประเด็นที่กระทบกับผู้มีส่วนได้ส่วน

เสียกลุ่ม เหนือเป็นอันดับแรก

โดยทั่วไปแล้วบริษัทล้วนแล้วแต่ดำเนินการผลิตสินค้าและบริการภายใต้พันธกิจที่ได้กำหนดไว้ และทำการส่งมอบสินค้าในทางที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของบริษัทซึ่งเป็นตัวกำหนดแนวทางการดำเนินการของบริษัท ดังนั้นบริษัทควรพิจารณาประเด็นทางสังคมที่เข้ากับพันธกิจ เป้าหมาย สินค้าและบริการขององค์กร ซึ่งความสอดคล้องระหว่างกันจะสามารถทำให้องค์กรดำเนินการสนับสนุนประเด็นทางสังคมนั้น ได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน เช่น การที่ INT สนับสนุน World Food Program ในการส่งมอบอาหารให้กับผู้คนที่อดอยากทั่วโลกในพื้นที่ยุโรป ทั้งนี้ประเด็นของการช่วยเหลือมุ่งเน้น “การส่งมอบ” ซึ่งเป็นพันธกิจหลักขององค์กร ทำ

ให้ TNT สามารถดำเนินการสนับสนุนกิจกรรมนี้อย่างต่อเนื่องและยังส่งเสริมคุณค่าองค์กรให้เห็นอย่างชัดเจนด้วยเช่นกัน

### 3. การสร้างพันธมิตร

การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ บางครั้งองค์กรจำเป็นต้องสร้างความร่วมมือ ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดด้านทรัพยากรบุคคล ความรู้ความชำนาญ เฉพาะเรื่อง เครื่องมือการเข้าถึงรวมถึงความสามารถพิเศษที่บริษัทไม่สามารถจัดหาได้ ดังนั้น การเลือกหน่วยงานพันธมิตรและรูปแบบความสัมพันธ์เป็นปัจจัยของความสำคัญที่ส่งผลต่อการเกิดการสร้างมูลค่าร่วมกันทั้งในส่วนขององค์กร (Corporate Value) และคุณค่าทางสังคม (Social Value) ภายใต้กรอบแนวคิดของความเท่าเทียมและการเป็นพันธมิตรที่ยั่งยืน

3.1 เลือกพันธมิตรที่มีความสอดคล้องกันทั้งในเรื่องของพันธกิจ เป้าหมาย และค่านิยม ความท้าทายประการสำคัญคือการหาพันธมิตร เป้าหมายและค่านิยมที่สอดคล้องกับบริษัท การทำงานร่วมกันภายใต้กรอบแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมผลที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การเป็นพันธมิตรเพื่อให้โครงการสามารถบรรลุภารกิจตรงตามเป้าหมายและสร้างการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีให้กับชุมชน ต้องมาจากการมีความคาดหวัง การมองอนาคตและสิ่งที่จะเกิดขึ้น เป็นอย่างเดียวกัน จะทำให้การวางแผน ดำเนินการ การพัฒนาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่เกิดการมีขงเบนไปจากเป้าหมายที่ตั้งไว้

3.2 การสร้างความสัมพันธ์บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน ความเชื่อถือกัน และการเปิดเผยระหว่างกัน การเป็นพันธมิตรร่วมกันในที่นี้มากกว่าความสัมพันธ์ในลักษณะผู้ให้ (Donor) กับผู้รับ (Recipient) แต่เป็นพันธมิตรบนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน ในลักษณะของ

องค์กรร่วม (Partnership) ให้ความเคารพและเชื่อถือ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ วางแผน วางเป้าหมายร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันอย่างเปิดเผย ซึ่งเป็นคุณลักษณะของการเป็นพันธมิตรที่ยั่งยืน (Long-Term Partnership) สอดคล้องกับพันธมิตรข้ามคืน (One-Night Strand Partnership)

3.3 การเป็นพันธมิตรที่สนับสนุนและแบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน ลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การสนับสนุนช่วยเหลือแบ่งปันทรัพยากรระหว่างกันทั้งในเรื่องของเงินทุน และทรัพยากรอื่น ๆ เช่น ทรัพยากรบุคคล วัสดุสิ่งของที่จำเป็น ทักษะ (Skill) ความรู้ (Knowledge) ความสามารถต่าง ๆ นอกจากนี้ยังเป็นการรวมเอาความสามารถพิเศษ (Core Competency) ของทั้งสองฝ่ายเข้าด้วยกันเพื่อให้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจบรรลุตามวัตถุประสงค์



3.4 การร่วมกันวางแผน (Plan) ปฏิบัติ (Do) ตรวจสอบ (Check) ปรับปรุงให้เหมาะสม (Act) บริษัทและองค์กรพันธมิตรควรมีส่วนร่วมระหว่างกันในทุกขั้นตอนการทำงาน นับตั้งแต่วางแผน โครงการ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย กลยุทธ์ แนวทางปฏิบัติร่วมกัน กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติ ระบุหน้าที่ของแต่ละองค์กรอย่างชัดเจน มีการวางข้อกำหนดในการติดตาม ตรวจสอบร่วมกัน มีการกำหนดกรอบระยะเวลาการรายงานและติดตามรายงานผล จนกระทั่งถึงการนำผลการดำเนินงานมาวิเคราะห์สรุปผล เพื่อนำไปปรับปรุงในการทำงานร่วมกันต่อไป ซึ่งข้อดีของการมีส่วนร่วมในวงจรการทำงานทุกขั้นตอนเช่นนี้ จะทำให้ทั้งสององค์กรมองเห็นภาพของโครงการตรงกันอย่างชัดเจน รับรู้และร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงานเป็นทีม และก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและนำไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาศักยภาพขององค์กรได้เป็นอย่างดี

#### 4. การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่างๆ มีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งอาจจะเป็นทั้งกิจกรรมที่อยู่ภายในกระบวนการดำเนินการดำเนินธุรกิจ (In Process) เช่น การปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจเพื่อลดหรือไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม (Socially Responsible Business Practice) อย่างเช่น การให้พนักงานบริสุทธ์ หรือการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดมลพิษและกิจกรรมเพื่ออยู่นอกกระบวนการ (After-Process) เช่น การบริจาคเงินและสิ่งของ (Philanthropy) ความแบ่งกำไรจากการขาย (Cause-Related Marketing) การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ปัญหาสังคมและองค์กรสาธารณกุศล (Cause promotion) การสนับสนุนให้พนักงาน หุ้นส่วน คู่ค้า ผู้ส่งมอบเข้าร่วมอาสาสมัครในการทำประโยชน์ให้กับชุมชน (Volunteering) การใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อส่งเสริมโน้มน้าวให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้งการลด ละเลิก หรือประพฤติปฏิบัติ (Social Marketing) หรือแม้แต่การประยุกต์กิจกรรมหลายประเภทเข้าด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับศักยภาพและการพิจารณาความเหมาะสมในแต่ละโครงการ

4.1 กิจกรรมที่สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัท ประเด็นสำคัญในการเลือกกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ควรเริ่มต้นตั้งแต่ขั้นวางแผนโดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ เพื่อนำไปกำหนดหากิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการที่จำเป็นได้ เช่น การเพิ่มมูลค่าทางการตลาด การส่งเสริมชื่อเสียงอันดีของบริษัท การบริหารจัดการและเป้าหมายที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น โครงการ โรงเรียนปัญญาภิวัฒน์ของ เครือ ซี.พี. สามารถตอบสนองในเรื่องความต้องการด้านบุคลากรขององค์กร American Express ที่

ใช้กิจกรรม Cause-Related เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดทั้งการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่และการใช้สินค้าและบริการของบริษัท เป็นต้น

4.2 กิจกรรมที่สามารถตอบสนองต่อประเด็นปัญหาได้อย่างชัดเจน บริษัทต้องทำการศึกษาและประเมินว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ที่จะทำขึ้นนั้นเหมาะสม มีศักยภาพในการแก้ไขปรับปรุงปัญหาได้อย่างแท้จริงตรงตามความต้องการหรือไม่ เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อมจากโรงงานที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น โรงงานได้ทำการบริจาค (Philanthropy) สำหรับสิ่งก่อสร้างให้กับชุมชน เช่น ถนน ศาลากลางบ้าน แทนที่โรงงานจะเลือกแก้ปัญหาจากกระบวนการผลิตของตนเอง (Socially Responsible Business Practice) เช่น การปรับปรุงระบบบำบัดน้ำเสีย การใช้พลังงานบริสุทธิ์ การลดขยะ ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาที่ตรงมากกว่า

4.3 กิจกรรมที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ให้กับบริษัท องค์กรพันธมิตรและชุมชน การกำหนดรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมควรมีส่วนช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัท องค์กรพันธมิตรและชุมชนเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อลดการต่อต้าน ได้รับความยอมรับและก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน เช่น บริษัท MBRCK สนใจในการพัฒนาชุมชน จึงได้ร่วมกับพันธมิตรคือมูลนิธิวิริยไทย ทำโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนในพื้นที่ชนบทของประเทศไทย โดยส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทเข้าไปทำงานในพื้นที่ (Volunteering) ร่วมกับมูลนิธิซึ่งทำให้ทั้งสององค์กรประสานความร่วมมือ มีความสัมพันธ์ที่ดี เกิดการยอมรับระหว่างกัน ทั้งพนักงานบริษัท เจ้าหน้าต่นิมูลนิธิ และคนในชุมชน ส่งผลให้เกิดความสำเร็จที่ยั่งยืนและนำไปสู่การพัฒนาโครงการอื่น ๆ ต่อไป

4.4 กิจกรรมที่บริษัทและพันธมิตรสามารถมีศักยภาพในการทำให้บรรลุผลสำเร็จ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ควรส่งเสริมให้เกิดการประสานความสามารถพิเศษ (Core Competencies) ของแต่ละฝ่ายเข้าด้วยกันเพื่อให้กิจกรรมประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด กิจกรรมที่มีความโดดเด่นคือ **โครงการส่งเสริมจิตอาสา** จากสาธารณชน สร้างการรับรู้และสร้างประโยชน์ร่วมกัน (Win-Win-Win) ทั้งบริษัท พันธมิตรและสังคม เช่น INT ใช้ความรู้และความสามารถในเรื่องของการขนส่งของบริษัทในการวางแผน สร้างแผนที่เพื่อให้ World Food Program สามารถนำอาหารเข้าถึงพื้นที่เป้าหมายที่มีผู้คนอดอยากได้ ซึ่งทั้งสององค์กรได้ทำการผสมผสานความสามารถหลักของแต่ละองค์กร จนทำให้โครงการช่วยเหลือผู้อดอยากนี้สามารถช่วยผู้คนได้เป็นจำนวนมหาศาลและขยายไปทั่วโลก

4.5 การเลือกกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย บริษัทอาจต้องมีการผสมผสานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจหลายรูปแบบเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างความ

แข็งแกร่งและลดข้อด้อยของกิจกรรมแต่ละประเภท เช่น Amex ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่ออนุรักษ์สัตว์หายากโดยหักรายได้ (Cause Related Marketing) จากการใช้บัตร และการสมัครเป็นสมาชิกใหม่ นอกจากนี้ Amex ยังทำการประชาสัมพันธ์รณรงค์ให้ประชาชนเกิดการรับรู้เกี่ยวกับโครงการนี้ (Cause Promotion) โดยใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

## 5. การประเมินผล

ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ หลังจากสิ้นสุดการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแล้วการประเมินผลการดำเนินงานเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรต้องปฏิบัติเพื่อนำผลที่ได้จากการประเมินมาปรับปรุง หาแนวทางที่เหมาะสมในการดำเนินกิจกรรมในอนาคตต่อไป

5.1 กำหนดวัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดและวิธีการในการประเมินบนพื้นฐานของวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจกรรม เนื่องจากกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแต่ละประเภทจะมีรูปแบบคุณลักษณะและเป้าหมายแตกต่างกัน ดังนั้นการประเมินผลกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจึงต้องอยู่บนพื้นฐานของคุณลักษณะกิจกรรมที่ได้เลือกทำ เช่นการหักส่วนแบ่งจากการขาย (Cause-Related Marketing) ตัวชี้วัดความสำเร็จ คือ จำนวนยอดขาย หรือรายได้จากกิจกรรม ในขณะที่กิจกรรมการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเข้าร่วมและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังนั้น ตัวชี้วัดจึงเป็นจำนวนของผู้ที่เข้าร่วมและจำนวนของผู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามเป้าหมาย เป็นต้น

5.2 กำหนดผลลัพธ์ (Out Put) และผลที่ตามมา (Out Come) การประเมินต้องครอบคลุมถึงผลลัพธ์ที่ได้จากกิจกรรม เช่น กิจกรรมประชาสัมพันธ์ (Cause Promotion) ปัญหาความขาดแคลนของโรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล สามารถสร้างการรับรู้หรือเป็นที่รู้จักได้มากน้อยเพียงไหน และผลที่ตามมา (Out Come) เช่น ความร่วมมือที่ได้จากหน่วยงาน จำนวนสิ่งของบริจาค จำนวนเงินบริจาคและจำนวนโรงเรียนที่สามารถให้การช่วยเหลือ ซึ่งเป็นการศึกษาผลลัพธ์และผลที่ตามมาจากโครงการ นอกเหนือองค์กรยังต้องประเมินผลลัพธ์ในลักษณะที่ตามมาในส่วนของบริษัท องค์กรพันธมิตรและชุมชนด้วย เช่น ผลลัพธ์ที่ได้ บริษัทและองค์กรสาธารณกุศลที่เป็นพันธมิตรร่วมมีชื่อเสียงอันเป็นที่รู้จัก ก่อให้เกิดผลที่ตามมาคือ บริษัทได้รับการสนับสนุนทั้งในเรื่องการขายสินค้าและบริการ ส่วนองค์กรสาธารณกุศลก็ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ เพิ่มขึ้น มีผู้ให้ความสนใจบริจาคเพิ่มขึ้น

จากความหมายของนักวิชาการดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีกลยุทธ์ที่สำคัญ ดังนี้

1. กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ควรเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร โดยเริ่มจากพันธกิจ เป้าหมาย และค่านิยมขององค์กรที่แสดงอย่างชัดเจนว่าองค์กรมีแนวคิดอย่างไร

กำหนดผู้รับผิดชอบเป็นรูปธรรม มีการสื่อสารให้พนักงานทุกระดับเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและให้เห็นความร่วมมือสนับสนุนกิจกรรมขององค์กร ไม่มีทัศนคติเชิงลบ

2. องค์กรควรเลือกประเด็นปัญหาที่สังคมให้ความสนใจมองเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญ อย่างไรก็ตามความสำคัญของประเด็นปัญหาถูกมองแตกต่างกันในแต่ละชุมชน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และบทบาททางสังคม นอกจากนี้ประเด็นที่ทุกองค์กรควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ผลกระทบทางลบที่เกิดจากสินค้า บริการ และการทำลายขององค์กรควรได้รับการดูแลแก้ไขเป็นอันดับแรกสุด

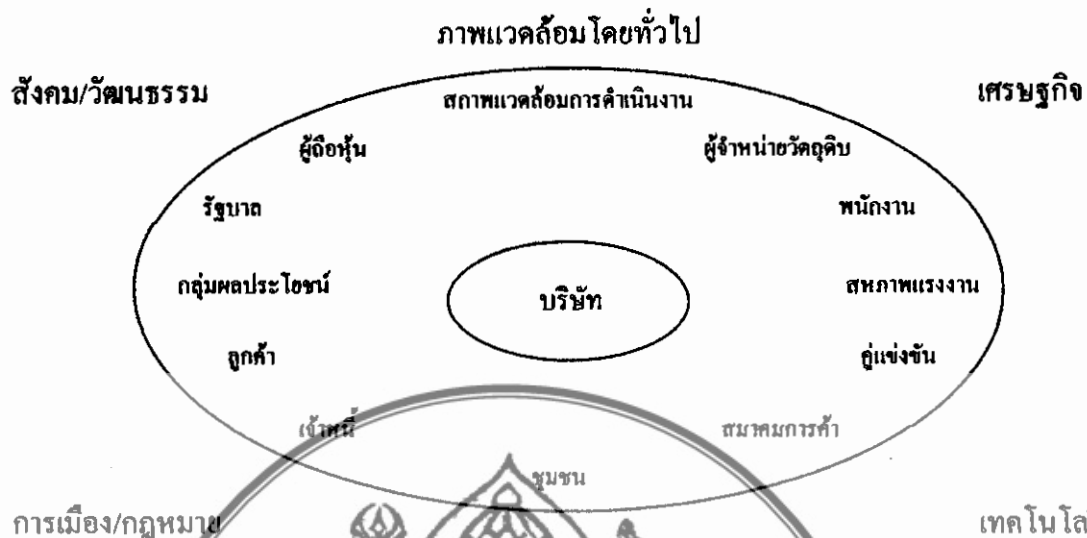
3. การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม บางครั้งองค์กรจำเป็นต้องสร้างความร่วมมือ ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดต่าง ๆ ที่องค์กรไม่สามารถจัดหาได้ ดังนั้น การเลือกหน่วยงานพันธมิตรและรูปแบบความสัมพันธ์ก็เป็นปัจจัยของความสำคัญภายใต้กรอบแนวคิดของความเท่าเทียมและการเป็นพันธมิตรที่ยั่งยืน

4. การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่าง ๆ มีหลายรูปแบบ เช่น การปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานธุรกิจ เพื่อลดหรือไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม หรือการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดมลพิษและกิจกรรมที่อยู่นอกกระบวนการ องค์กรอาจต้องผสมผสานกิจกรรมหลายประเภทเข้าด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับศักยภาพและการพิจารณาความเหมาะสมในแต่ละโครงการ

5. หลังจากสิ้นสุดการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว การประเมินผลการดำเนินงานเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรต้องปฏิบัติเพื่อนำผลที่ได้จากการประเมินมาปรับปรุง หาแนวทางที่เหมาะสมในการดำเนินกิจกรรมในอนาคตต่อไป

#### 7. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์กรจะต้องรับผิดชอบต่อ

ในการกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ผู้บริหารองค์กรธุรกิจจะต้องตระหนักว่า บุคคลกลุ่มใดบ้างที่ควรอยู่ในข่ายที่องค์กรธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อ การกำหนดกลุ่มบุคคลเป็นเรื่องสำคัญต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในปัญหาความรับผิดชอบต่อสังคม ถึงแม้ว่ากลุ่มบุคคลที่อยู่ในข่ายควรได้รับความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละองค์กรธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตาม องค์กรจะต้องมุ่งความสนใจสภาพแวดล้อมการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด เพราะสภาพแวดล้อมการดำเนินงานจะประกอบด้วยกลุ่มต่าง ๆ ที่มีผลประโยชน์จากการดำเนินงานของบริษัท กลุ่มเหล่านี้จะถูกเรียกว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) เพราะว่าพวกเขาจะกระทบหรือถูกกระทบจากการบรรลุเป้าหมายของบริษัท บริษัทอาจจะรับผิดชอบต่อกลุ่มเหล่านี้เพียงบางกลุ่มเท่านั้น หรือ บริษัทควรจะต้องรับผิดชอบต่อกลุ่มเหล่านี้ทุกกลุ่ม (สมยศ นาวิการ 2535: 72-73)



ภาพที่ 1 ภาพแสดงกลุ่มต่าง ๆ ที่องค์กรจะต้องรับผิดชอบต่อภาพแวดล้อมภายนอกในการปฏิบัติงาน

จากรูปภาพดังกล่าวข้างต้น (สุภาวดี วลัยชุตวรรษ 2547: น.20) หากแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรขนาดใหญ่ มีลักษณะการดำเนินงานที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มคนจำนวนมาก ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร บริษัทจะต้องรับผิดชอบต่อกลุ่มเหล่านี้ ประกอบด้วย ลูกค้า เจ้าหนี้ ผู้ถือหุ้น คู่ค้า พนักงาน รัฐบาล กลุ่มผลประโยชน์ รวมทั้งชุมชน และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เป็นต้น จากแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่ ได้กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่า บทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจจะต้องทำทั้งภายในและภายนอกให้ดี ซึ่งบทบาทภายนอกองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นประเด็นที่ผู้วิจัยให้ความสนใจเพื่อนำไปสู่การหาแนวทางพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ซึ่งหากองค์กรได้นำแนวคิดเรื่องของการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน บนพื้นฐานแนวคิดที่ว่า

ธุรกิจนั้นเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ จะช่วยให้เกิดกิจกรรมเพื่อสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม การสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและสังคมจึง ไม่เพียงแต่ส่งผลดีเพียง การคืนกำไรให้กับสังคมเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาวด้วย ดังนั้นการพัฒนาชุมชนและการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสังคม จึงนับเป็นการดำเนินงานที่พัฒนาขึ้นบนพื้นฐานของการเกื้อกูลซึ่งกันและกันระหว่างภาคธุรกิจและสังคม

**แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์**

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2545 : 55) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ มาจากคำภาษาอังกฤษว่า Image ซึ่งแต่เดิมใช้คำว่า ภาพพจน์ เป็นคำที่ใช้เพี้ยนไปจากความหมายที่แท้จริง เพราะ พจน์ มีความหมายว่า ที่ทำให้เกิดภาพ ฉะนั้นจึงหมายถึงถ้อยคำที่ทำให้เกิดภาพในใจ ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “figure

of speech” เมื่อกล่าวถึงภาพพจน์แล้วจึงเป็นเรื่องของภาษา การใช้คำพูดที่เป็นสำนวนโวหารทำให้นึกเห็นเป็นภาพ

พลตรีพระวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนคราธิปพงษ์ประพันธ์ ที่ปรึกษาคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ ได้ทรงวินิจฉัยเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องว่า คำว่า “image” เดิมนั้นราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติว่า “ภาพ” ซึ่งเป็นความหมายกว้างไป “จินตภาพ” น่าจะตรงกับคำว่า “imaginary” มากกว่า และทรงเห็นว่าน่าจะอนุโลมให้ใช้คำว่า “ภาพพจน์” แทนความหมายถึง image ได้เพราะเป็นคำเพี้ยนที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ปัจจุบันพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายว่า “ภาพลักษณ์” (ภาพ-ลัก) คือ ภาพที่เกิดจากความนึกคิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น

ในด้านการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental picture) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะเป็นบุคคลหรือองค์กรก็ได้ โดยเกิดจากการรับรู้ที่ประทับใจ ซึ่งอาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรง (Direct experience) ซึ่งตัวเองได้ไปพบสัมผัสมาเอง เช่น การไปใช้บริการหรือติดต่อด้วย และอาจได้มาจกประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect experience) เป็นการได้รับฟังจากคำบอกเล่าของบุคคล การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนหรือสื่อขององค์กรเอง ไม่ว่าจะเป็นข่าว บทความ สารคดี รายการ โทรทัศน์ หรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

ในปัจจุบันคำว่า “ภาพลักษณ์” ได้มีการกล่าวถึงอย่างแพร่หลายในวงกว้าง เช่น ภาพลักษณ์ของประเทศ ภาพลักษณ์ขององค์กร ภาพลักษณ์ของบริษัท รวมถึงในมุมมองที่เฉพาะเจาะจง อาทิ ภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือบริการ ภาพลักษณ์ของผู้บริหาร หรือแม้กระทั่งภาพลักษณ์ของบุคคล ส่งผลให้บุคคลมีพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ตามภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ภาพลักษณ์กลายเป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความคิดของปัจเจกบุคคลในการมองหรือตัดสินใจต่าง ๆ รอบตัว ดังนั้น องค์กร บริษัท หน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งตราสินค้าหรือบริการต่างให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของประชาชน นอกเหนือไปจากการมีบริการที่ดีแล้ว ยังต้องเป็น

### 1. ประเภทของภาพลักษณ์

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2545 : 56) ได้จำแนกภาพลักษณ์เป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Images) เป็นภาพลักษณ์ที่ตั้งมาจากสมมติฐานที่ว่าบุคคลในสังคมนั้นมาจาก ร้อยพ่อพันแม่ คือ มาจากแหล่งต่าง ๆ ทำให้มีความรู้ ความเชื่อ ฐานทางเศรษฐกิจ ฯลฯ มีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะความรู้ และประสบการณ์ต่อองค์กรต่างกัน ดังนั้นจะหวังว่าสมาชิกในสังคมจะมีภาพลักษณ์ขององค์กรเหมือนกันจึงเป็นไปได้ ยิงไปกว่านั้น ในตัวบุคคลหนึ่งอาจมีทั้งภาพลักษณ์ในทางบวกต่อเรื่องหนึ่ง และภาพลักษณ์ในทางลบกับอีกเรื่องหนึ่งให้เช่นกัน

2. ภาพลักษณ์ในปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ จะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนาก็ตาม หน้าที่ของผู้บริหารจะต้องหาภาพลักษณ์ในปัจจุบันให้ได้ เมื่อพบภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) เปรียบได้กับการส่องกระจกเงาจะเห็นภาพตนเองว่าสวย ดี หรือตรงกับลักษณะใดก็ได้ตามความนึกคิด ผู้บริหารมองออกว่าองค์กรได้ทำสิ่งต่าง ๆ ดีแล้ว ดังนั้น ภาพลักษณ์องค์กรจึงน่าจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งความจริงจะเป็นเช่นไรก็เป็นอีกกรณีหนึ่ง ทั้งนี้ประชากรกลุ่มเป้าหมายอาจมองแตกต่างจากผู้บริหารได้

4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารหรือพนักงานมีความต้องการให้องค์กรของตนเป็นเช่นนั้น เช่น เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์กรที่มีความรุ่งเรือง เป็นต้น การกำหนดความปรารถนาเปรียบเสมือนการกำหนดเป้าหมายของงานที่เราจะทำได้เพื่อบรรลุเป้าหมายนั้น ๆ

5. ภาพลักษณ์สูงสุดเท่าที่จะทำได้ (Optimum Image) หมายถึง ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการตระหนักในความจริงและการมีเจตนาเข้าใจ การรับรู้ของผู้รับสาร อุปสรรคของสื่อมวลชน และสื่อที่เราควบคุมได้ และสิ่งอื่นที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา ดังนั้น ภาพลักษณ์ชนิดนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้เกี่ยวข้องรู้จักประมาณคนและตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจนไม่ทำให้การกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามีความสูงส่งมากเกินไปจนเป็นจริง

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง อาจเป็นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยธรรมชาติ (ข่าวลือ อุบัติเหตุ ฯลฯ) หรือกระบวนการสื่อสาร หรือการรับรู้ของผู้รับสาร ซึ่งเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้ว ก็จำเป็นต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์ให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้คล้ายกับภาพลักษณ์ในปัจจุบัน แต่ต่างกับภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้รับการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

7. ภาพลักษณ์สินค้า/บริการ (Product/Service Image) สินค้าหรือบริการก็มีภาพลักษณ์ของตนเองเช่นเดียวกับองค์กร สินค้า หรือบริการบางอย่างอาจมีภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยดี เช่น บุหรี่ สุรา แต่สินค้า/บริการบางอย่างก็มีภาพลักษณ์ในทางตรงข้าม สินค้า/บริการไม่ว่าจะมีภาพลักษณ์แบบใด ก็ยังมีความจำเป็นต้องปรุงแต่งให้มีภาพลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์เป็นที่ยอมรับมากขึ้นจากสังคมนอกจากนี้ ภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นเช่นไรก็จะมีผลต่อภาพลักษณ์ของสินค้าเช่นนั้น

8. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้า เพียงแต่เป็นกรณีของตราสินค้า ยี่ห้อสินค้า หรือโลโก้ สัญลักษณ์ คือเป็นสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง

9. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์องค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์กร โดยรวมถึงสินค้า ระบบการบริหารงาน ความมั่นคง การมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

10. ภาพลักษณ์สถาบัน (Institution Image) คล้ายกับภาพลักษณ์องค์กรเพียงแต่มองเฉพาะตัวบริษัท หรือสถาบัน ความรับผิดชอบต่อสถาบันที่มีต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มีความเจริญก้าวหน้า แต่ทั้งนี้จะไม่มุ่งมองในเชิงธุรกิจการค้า หรือการตลาดหรือตราสินค้า

## 2. ภาพลักษณ์ขององค์กรหรือภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image)

เป็นคำที่นิยมเรียกกันในแวดวงวิชาการจนเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป หรืออีกนัยหนึ่งนั้น หมายถึง ชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ในแวดวงการบริหารธุรกิจสมัยใหม่ คำว่า ภาพลักษณ์ ถูกนำมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบประการหนึ่งในการบริหาร ช่วยเอื้อให้องค์กรธุรกิจดำเนินไปได้อย่างก้าวหน้าและมั่นคง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งเกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนจำนวนมาก และยิ่งไปกว่านั้นในทางการบริหารธุรกิจยังอาจตีความได้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทเปรียบเสมือนสินทรัพย์ (Asset) อันมีค่าซึ่งยากจะประเมินออกมาเป็นตัวเลขทางบัญชีได้

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Kotler 2000 : 553) ปริมาณการยักยอกการตลาดอธิบายถึงคำว่า ภาพลักษณ์ (Image) ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวข้องอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ

แฟรงค์ เจฟกินส์ (Jenkins 1993 : 21-22) นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษ ได้อธิบายภาพลักษณ์ขององค์กรไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) หมายถึง ภาพขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จักเข้าใจ และได้มีประสบการณ์ ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น ส่วนหนึ่งกระทำได้โดยอาศัยการนำเสนอเอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ฯลฯ

นอกจากนี้ วิรัช ลภีรัตนกุล (2540 : 81) ได้อธิบายภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง หมายรวมไปถึงด้านการบริหารหรือการจัดการ (Management) ของบริษัทแห่งนั้นด้วย และหมายรวมไปถึงสินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ (Service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้น คำว่าภาพลักษณ์ของบริษัท จึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง โดยครอบคลุมทั้งตัวหน่วยงานธุรกิจฝ่ายจัดการ และสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย



โดยทั่วไป ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพของสิ่งต่าง ๆ หรือความคิดรวบยอดที่วาดขึ้น ในความคิด (Image is a picture formed in the mind) ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิด ที่มีต่อองค์กรสถาบัน บุคคลหรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจเป็นผลจากการได้รับ ประสบการณ์ทางตรงหรือประสบการณ์ทางอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา เช่น ได้พบประสบด้วยตนเอง หรือได้ยิน ได้ฟังจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เพื่อนฝูง ญาติมิตร หรือกิตติศัพท์เล่าลือต่าง ๆ นานา เป็นต้น

ในปัจจุบันการสร้างภาพลักษณ์เป็นแนวคิดที่องค์กรธุรกิจต่างตระหนักถึงความสำคัญ อย่างสูง โดยพยายามพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์อย่างเป็นระบบ จากเดิมที่คือองค์การ ประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือหลัก มาเป็นการประยุกต์และผสมผสานกลยุทธ์การสื่อสาร หลากหลายรูปแบบ โดยใช้เทคนิควิธีต่างๆ อย่างเป็นเอกภาพ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงาน คู่เป้าหมายภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์กร

### 3. องค์ประกอบของภาพลักษณ์และการเกิดภาพลักษณ์

เคนเนท อี. โบลดิ้ง (Kenneth E. Boulding อ้างถึงใน สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม 2548 : 204) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ เป็นความรู้ ความรู้สึกของคนที่สัมผัสสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้ นั้นเป็น ความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาเองเฉพาะตน เป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบด้วย ข้อเท็จจริง คุณค่าที่เราเป็นผู้กำหนด โดยแต่ละบุคคลจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวที่ได้ประสบและมีความเชื่อวางจริง เนื่องจากคนเราไม่ตามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับ ทุกสิ่งให้ครบถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะ ภาพบางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่ง อาจไม่ชัดเจนแน่นอนจนเพียงพอแล้วมักตีความหมาย (Interpret) หรือให้ความหมายแก่ สิ่งนั้น ๆ ด้วยตัว เราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ ที่เรามีอยู่ในสมองด้วย เพื่อให้ง่ายแก่การทำความเข้าใจ อาจแยกองค์ประกอบของภาพลักษณ์ได้เป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริง องค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนนี้มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างไม่อาจแบ่งแยกได้ คือ

#### องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคล ได้จากการสังเกต

โดยตรง แล้วนำสิ่งนั้น ไปสู่การรับรู้ก็อาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิดหรือสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้โดยผ่านการรับรู้เป็นเบื้องต้น

2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับ ลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งของต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตและรับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อ สิ่งต่าง ๆ อาจเป็นความรู้สึกผูกพันยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cog Native Component) เป็นความมุ่งหมายหรือเจตนาที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติชอบได้สิ่งเรานั้น โดยเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้สึก

องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เชิงความรู้ เชิงความรู้สึก และเชิงการกระทำนี้จะผสมผสานกันเป็นภาพที่บุคคลได้มีประสบการณ์ในโลก ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจจึงสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งกว่าผู้บริโภคเป้าหมาย (Target Consumer) แต่ละราย จะเปลี่ยนฐานะมาเป็นลูกค้า (Customer) นั้น จะผ่านการรับรู้ (Perception) จนเกิดความรู้ (Knowledge) และความรู้สึก (Affection) ที่คือผลิตภัณฑ์และองค์กรธุรกิจ จนกระทั่งเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Buying) มาบริโภคในที่สุด

4. ปัจจัยที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์

1. ข้อเท็จจริง (Objective Fact) ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนั้น คือ สถานที่ตั้ง จำนวนนักศึกษา ค่าบำรุงการศึกษา คณะที่เปิดสอน ฯลฯ เหล่านี้เรียกว่าข้อเท็จจริง

2. การประเมินส่วนตัว (Personal Judgment) เป็นการใช้อภิปรายญาณส่วนตัวของแต่ละบุคคลที่เคยเข้ามาข้องแวะหรือได้ยินได้ฟังเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนี้ ถ้าประเมินสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยนั้น คนที่ไปมาสะดวกจะตอบว่ามหาวิทยาลัยนี้อยู่ใกล้ แต่ถ้าถามคนที่อยู่ห่างไกลก็จะตอบว่ามหาวิทยาลัยนั้นไปมาลำบาก เพราะฉะนั้นจากข้อเท็จจริงที่เหมือนกันแตเมื่อนำมาประเมินด้วยเหตุผลส่วนตัวอาจแตกต่างกัน



ภาพที่ 2 ภาพแสดงแบบจำลองการเกิดภาพลักษณ์

จากภาพ(เสรี วงษ์มณฑา, 2541.) บุคคลสามารถรับรู้ข้อเท็จจริงอย่างเดียวกันได้แต่ยังไม่เกิดภาพลักษณ์ ถ้ารู้เพียงข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียว ในขั้นตอนนี้สิ่งที่เรารู้เรียกว่าเป็นความรู้ (Knowledge)

เมื่อใดก็ตามที่เริ่มนำการประเมินส่วนตัวเข้าไปร่วมด้วย จากข้อเท็จจริง ความรู้ดังกล่าวจะกลายเป็นภาพแห่งความคำนึง (Perceptual picture) ซึ่งอยู่ในสมองเขาและนั่นคือ ภาพพจน์ที่มีอคติส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้องกับด้วย

### 5. กลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์

กลุ่มเป้าหมายเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่วิธีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ การศึกษาองค์ประกอบการสร้างภาพลักษณ์ จึงต้องทำความเข้าใจความต้องการของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ฟอมบรูน อธิบายลักษณะความต้องการหรือความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย ที่องค์กรควรให้ความสนใจไว้ 4 ประการ ดังนี้ (สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม 2548 : 212-213)

1. ลูกค้า (Customers) ถือเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานองค์กร เพราะเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อยอดขายและรายได้ของธุรกิจ ถึงที่ลูกค้ามุ่งหวังคือ ความไว้วางใจ (Reliability) ลูกค้าคาดหวังว่าสินค้าและบริการขององค์กรนั้นมีคุณภาพดี เชื่อถือได้มากกว่าสินค้าของคู่แข่งที่อาจจะขายได้ในเวลาเดียวกัน ทั้งนี้ ชื่อเสียงนี้ยังระบอความสำคัญมากในธุรกิจด้านการบริหาร ซึ่งยากต่อการประเมินคุณภาพเพราะบริการนั้นเป็นการตอบสนองทางด้านความพึงพอใจเป็นหลัก ชื่อเสียงจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผลักดันให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ อาทิ สำนักงานทนายความ บริษัทที่ให้บริการด้านการจัดทำบัญชี หรือบริษัทที่ปรึกษาด้านการลงทุน ธุรกิจเหล่านี้อาศัยชื่อเสียงอันเกิดจากการบอกเล่าปากต่อปาก (Warks of mouth) และการอ้างอิงบุคคลซึ่งสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจได้

2. กลุ่มผู้ลงทุน (Investors) และผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers) เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ สิ่งที่กลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ต้องการจากองค์กรคือ ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ทางด้านการเงิน สิ่งที่องค์กรนำเสนอผ่านสื่อมวลชน รายงานประจำปี หรือช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ดังนั้นจึงเป็นข้อเท็จจริงที่นำมาประกอบการพิจารณาทางการเงินได้อย่างแท้จริง กลุ่มเป้าหมายนี้มักคาดหวังว่าองค์กรจะนำเสนอข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา ซึ่งที่อาจเกิดจากการดำเนินการอย่างตรงไปตรงมา เมื่อเกิดปัญหา ก็จะมีรายงานหรือแจ้งให้ทราบอย่างทันที่ และเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการประเมินสถานการณ์อย่างแท้จริงขององค์กร

ทั้งนี้ หน่วยงานที่จัดอันดับความน่าเชื่อถือทางการเงิน นับว่ามีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างยิ่ง เพราะหน่วยงานเหล่านี้เป็นที่ยอมรับว่าเปรียบเสมือนคนกลางที่ช่วยวิเคราะห์นำเสนอ และเปรียบเทียบข้อมูลขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ อย่างไรก็ตามจากการศึกษาวิธีการประเมินผลการดำเนินธุรกิจของหน่วยงานจัดอันดับความน่าเชื่อถือทางการเงิน อาทิ มูดี้ (Moody's Investors Services) พบว่า วิธีการจัดอันดับความน่าเชื่อถือ โดยหน่วยงานเหล่านี้อาศัยผลการ

วิเคราะห์โอกาสในอนาคต คุณภาพการบริหารจัดการ และความน่าเชื่อถือของแผนงานขององค์กร จากผู้เชี่ยวชาญ

กระบวนการจัดอันดับนั้น มูดีจะเปิดโอกาสให้ตัวแทนจากองค์กรได้นำเสนอองค์กร และกลยุทธ์ทางธุรกิจต่อผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการฝึกฝนให้สามารถประเมินผลอย่างละเอียดจากสิ่งที่ได้ยื่นได้ฟัง ผู้เชี่ยวชาญจะพบปะพูดคุยกับตัวแทนองค์กร 4-5 คน ซึ่งได้แก่ ผู้บริหาร ตัวแทนด้านการเงิน และตัวแทนด้านการบริหารจัดการ โดยปัจจัยที่ใช้ ได้แก่ คุณภาพของความน่าเชื่อถือ (Credit Quality) ปรัชญาการบริหารจัดการ (Management's philosophy) และแผนงานสำหรับอนาคต (plan for the future) ผู้เชี่ยวชาญจากมูดีอธิบายว่า มูดีไม่ได้จัดอันดับจากคุณภาพของงานความดีขององค์กร แต่จัดอันดับจากความน่าเชื่อถือที่องค์กรเหล่านั้นนำเสนอบนพื้นฐานความเชื่อที่ว่าองค์กรจะทำตามที่ได้กล่าวอ้าง

ภาพลักษณ์และชื่อเสียงด้านความน่าเชื่อถือที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีต่อองค์กรจึงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินโดยตรง องค์กรต่าง ๆ จึงพยายามสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มนักวิเคราะห์ และผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ โดยเฉพาะกลุ่มที่ทำงานให้กันสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือต่าง ๆ

นอกจากนี้ ความน่าเชื่อถือ ยังหมายถึง สภาพคล่องและความมั่นคงทางการเงินที่จะเป็น หลักประกันให้กับผู้จัดหาวัตถุดิบหรือลูกค้า (Suppliers) เพราะกลุ่มเป้าหมายนี้มุ่งหวังว่าองค์กรจะทำตามข้อตกลง เมื่อมีการสั่งซื้อวัตถุดิบแล้วจะ ไม่มีการยกเลิกในภายหลัง ซึ่งการยกเลิกการสั่งนี้ นับเป็นปัจจัยหลักที่ทำลายชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์กรในสายตาผู้จัดหาวัตถุดิบ

3. พนักงาน (Employees) ต้องการความเชื่อมั่น (Trustworthy) จากองค์กร บุคลากรทุกคนย่อมคาดหวังว่าองค์กรที่ตนทำงานอยู่นั้นสามารถเชื่อถือได้ เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานที่ดี ซื่อสัตย์ สัญญาการจ้างงานเป็น ไปด้วยความยินยอมระหว่างองค์กรและพนักงาน ถูกต้อง และตรงไปตรงมา บุคลากรได้รับการปฏิบัติอย่างยุติธรรมและให้เกียรติ ทั้งด้านการมอบหมายงาน

ในหน้าที่ การพิจารณาเงินเดือน และสนับสนุนทางด้านตำแหน่งงานและความก้าวหน้า พนักงานต้องการนโยบายและ ปัจจัยสนับสนุนจากผู้บริหารที่ก่อเกิดถึงคุณภาพชีวิตที่ดี อาทิ การใส่ใจต่อสุขภาพและความปลอดภัยอันเกิดจากการทำงาน รวมไปถึงความมั่นคงในหน้าที่การงาน

4. ชุมชน (Communities) ต้องการความรับผิดชอบ (Responsibility) ที่องค์กรมีต่อ องค์กรรอบข้าง ทั้งทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ราล์ฟ ลาร์เซน (Ralph Larsen) ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของจอห์นสัน แอนด์ จอห์นสันคือองค์กรที่เป็น ตัวแทนความห่วงใย ภาพลักษณ์นี้ไม่ได้เกิดขึ้นจากการที่องค์กรบอกกับกลุ่มเป้าหมายว่ามีความหวังดี เท่านั้น หากแต่ต้องมาจากพฤติกรรม และการกระทำขององค์กรที่สะสมมาเป็นระยะเวลาาน

องค์กรที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของชุมชนนั้นมักเป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุน กิจกรรมทางสังคม ห่วงใยสิ่งแวดล้อม มีส่วนร่วมกับพนักงาน ซึ่งส่วนใหญ่มักอาศัยอยู่ในชุมชน

โดยรอบองค์กร เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของโรงเรียน การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และการให้ความสำคัญกับชุมชนนี้จะต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

## ธนาคารออมสิน

### 1. ประวัติธนาคาร

กิจการออมสิน (ธนาคารออมสิน 2553) ได้เริ่มขึ้นในประเทศไทยเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2456 ตามพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ที่ทรงเห็นคุณค่าประโยชน์ของการออมทรัพย์เพื่อให้ประชาชนรู้จักการประหยัด การเก็บออม มีสถานที่เก็บรักษาทรัพย์สินเงินทองของประชาชนให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย จึงได้ทรงจัดตั้งคลังออมสินขึ้น โดยสังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ ดำเนินธุรกิจภายใต้พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456

ต่อมาในปี พ.ศ. 2472 คลังออมสินได้ไปอยู่ในความรับผิดชอบของกรมไปรษณีย์โทรเลข กิจการได้เริ่มแพร่หลายและเป็นที่นิยมของประชาชนมากขึ้น ต่อมาภายหลังเมื่อสงครามครั้งที่ 2 ยุติลง รัฐบาลได้เห็นถึงคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์และความสำคัญของคลังออมสินที่มีต่อการพัฒนาประเทศ จึงได้ยกฐานะของคลังออมสินขึ้นเป็นองค์การของรัฐบาล มีฐานะเป็นนิติบุคคลดำเนินการภายใต้พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ. 2489 ปีการบริหารงานโดยอิสระ ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เริ่มดำเนินธุรกิจในรูปแบบธนาคารออมสิน ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 เป็นต้นมา (ธนาคารออมสิน 2553) ในปัจจุบันธนาคารออมสินมีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นรัฐวิสาหกิจในรูปของสถาบันการเงินที่มีรัฐบาลเป็นประกันอยู่ภายใต้กำกับโดยทั่วไปของกระทรวงการคลัง มีสาขา 666 สาขาทั่วประเทศ

### 2. การให้บริการของธนาคารออมสิน

ธนาคารออมสินดำเนินงานมากกว่า 97 ปี ตามภารกิจหลักของธนาคาร โดยมุ่งเน้นให้ผลประโยชน์เกิดขึ้นแก่สังคม โดยภาพรวมธนาคารได้ดำเนินธุรกรรมทางการเงินเชิงพาณิชย์ควบคู่ไปกับการส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสังคม โดยมีภารกิจให้โอกาสกับชนน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนร่วมแก้ไขปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศที่เกิดขึ้น การดำเนินงานจำแนกตามภารกิจหลักของธนาคารมี 5 ด้าน ดังนี้

2.1. การเป็นธนาคารเพื่อการออม เป็นการส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการออม เกื้อหนุนการสร้างเงินออมให้แก่ ระบบเศรษฐกิจไทยอย่างต่อเนื่อง เป็นรากฐานสำคัญของการลงทุนและการพัฒนาประเทศในแนวทางพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ลดการพึ่งพาเงินทุนจากต่างประเทศ ซึ่งธนาคารออมสินได้คิดค้นพัฒนารูปแบบการให้บริการฝากเงินในหลากหลายรูปแบบที่ดึงดูดใจ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ซับซ้อนได้อย่างกว้างขวาง หลากหลายในทุกกลุ่มอาชีพและอายุ แยกออกเป็น

### 2.1.1 เงินฝากทั่วไป ประกอบด้วย

2.1.1.1 เงินฝากเผื่อเรียก ผู้ฝากสามารถฝาก - ถอนได้หลายครั้งต่อวันตามความต้องการธนาคารคิดอัตราดอกเบี้ยรายวัน โดยไม่เสียภาษีดอกเบี้ยเงินฝาก บริการเป็นบัญชีคู่ออนรับจ่ายกับบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน มีบริการเสริมในการหักบัญชี เพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค

2.1.1.2 เงินฝากเผื่อเรียกพิเศษ ผู้ฝากสามารถฝาก - ถอนครั้งละ ไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท ยกเว้นการถอนดอกเบี้ย ธนาคารคิดอัตราดอกเบี้ยให้เป็นรายวัน โดยไม่ต้องเสียภาษีดอกเบี้ยเงินฝาก

2.1.1.3 เงินฝากประจำ 3 เดือน ผู้ฝากสามารถฝาก - ถอนได้ครั้งละ ไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท ยกเว้นการถอนดอกเบี้ย ธนาคารคิดอัตราดอกเบี้ยให้เป็นแบบทบต้นทุกระยะเวลา 3 เดือน

2.1.1.4 เงินฝากประจำ 6 เดือน ผู้ฝากสามารถฝาก - ถอนครั้งละ ไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท ธนาคารคิดอัตราดอกเบี้ยให้เป็นแบบทบต้นทุกระยะเวลา 6 เดือน

2.1.1.5 เงินฝากประจำ 12 เดือน ผู้ฝากสามารถฝาก - ถอนได้ครั้งละ ไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท ธนาคารคิดอัตราดอกเบี้ยให้เป็นแบบทบต้นทุกระยะเวลา 12 เดือน

2.1.1.6 เงินฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษี ผู้ฝากต้องนำฝากเงินเดือนละ 1 ครั้ง ครั้งละเท่า ๆ กัน ทุกเดือนตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป แต่ไม่เกิน 25,000 บาท ติดต่อกันเป็นระยะเวลาครบ 24 เดือน ธนาคารจะคิดดอกเบี้ยให้โดยบวกเพิ่ม ไม่เกินร้อยละ 1 ของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน

2.1.1.7 เงินฝากกระแสรายวัน ผู้ฝากฝากครั้งแรกไม่ต่ำกว่า 5,000 บาท และธนาคารจะจ่ายคืนแก่ผู้ฝากทันทีเมื่อทวงถาม หรือจ่ายตามคำสั่ง โดยการ ใช้ “เช็ค” สั่งจ่าย ผู้ฝากสามารถเบิกเงินเกินวงเงินในบัญชีได้ โดยธนาคารคิดดอกเบี้ยทบต้นให้ทุกวันสิ้นเดือนตามเกณฑ์ที่ธนาคารกำหนด

2.1.2 เงินฝากสลากออมสินพิเศษ เป็นประเภทเงินฝากที่โดดเด่น และได้รับความนิยมอย่างมาก ผู้ฝากมีโอกาสจะได้รับผลตอบแทนสูงกับบริการยอดเยี่ยม ๆ ในรูปแบบของรางวัลและดอกเบี้ยครบกำหนดที่ไม่เสียภาษี ประกอบด้วย สลากออมสินพิเศษ และสลากออมสินพิเศษ(รุ่นธนโชค)

2.1.3 เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต เป็นเงินฝากที่ให้ประโยชน์แก่การดำเนินชีวิต ในการเป็นหลักประกันที่มั่นคงให้แก่บุคคลในครอบครัว ด้วยผลตอบแทนที่คุ้มค่าและคุ้มครองชีวิตด้วยวงเงินสงเคราะห์ชีวิต ที่มีให้เลือกตามความต้องการ ตั้งแต่ 5,000 – 2,000,000 บาท และให้ความคุ้มครองอุบัติเหตุด้วยอัตราค่าคุ้มครองที่ต่ำที่สุด สามารถนำไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้ประจำปีได้ตามที่กฎหมายกำหนด มีให้เลือกใช้บริการ 5 แบบ ได้แก่

2.1.3.1 แบบออมสินเงินได้รายเดือน ระยะเวลาส่งฝาก 15 ปี คุ้มครองถึงอายุ 70 ปี

หลังจากฝากส่งครบ 15 ปี ผู้ฝากจะได้รับเงินปันผลร้อยละ 50 ของวงเงินสงเคราะห์ พร้อมเริ่มรับเงินได้รายเดือน ร้อยละ 1 ของวงเงินสงเคราะห์ จนก่อนถึงอายุครบ 70 ปี เมื่อผู้ฝากอายุครบ 70 ปี จะได้รับร้อยละ 300 ของวงเงินสงเคราะห์ หากผู้ฝากเสียชีวิตลงในปีกรมธรรม์ที่ 1-5 จะได้รับเงินสงเคราะห์ร้อยละ 100 และถ้าเสียชีวิตลงในปีกรมธรรม์ที่ 6 ถึงก่อนอายุครบ 70 ปี จะได้รับเงินสงเคราะห์ร้อยละ 300

2.1.3.2 แบบออมสินสบายใจ ระยะเวลาส่งฝากสั้น (8 ปีหรือ 10 ปี) รับความคุ้มครองยาว (16 ปีหรือ 20 ปี) ในระยะเวลาส่งฝากรับความคุ้มครองเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ของวงเงินสงเคราะห์ทุก ๆ 3 ปีกรมธรรม์ ในระยะเวลาส่งฝากรับเงินปันผลร้อยละ 5 ของวงเงินสงเคราะห์ทุก ๆ 3 ปีกรมธรรม์ หลังจากส่งเงินฝากครบแล้วรับเงินปันผลร้อยละ 50 ของวงเงินสงเคราะห์ รับประกันการจ่ายบำนาญต่อปีร้อยละ 5 ของวงเงินสงเคราะห์ จำนวน 8 งวดหรือ 10 งวด รับเงินสงเคราะห์ร้อยละ 100 สิ้นปีกรมธรรม์ที่ 16 หรือสิ้นปีกรมธรรม์ที่ 20

2.1.3.3 แบบออมสินเกษียณสุข ระยะเวลาส่งฝากสั้น (10 ปี) รับความคุ้มครองยาวถึงอายุ 60 ปี รับความคุ้มครองร้อยละ 100 ของวงเงินสงเคราะห์พร้อมทั้งคืนเงินที่ได้ฝากมาทั้งหมด หลังจากส่งฝากครบรับเงินปันผลร้อยละ 4 ของวงเงินสงเคราะห์ทุกสิ้นปีกรมธรรม์จนถึงอายุครบ 59 ปีรับเงินสงเคราะห์ร้อยละ 100 พร้อมโบนัสอีกร้อยละ 50 เมื่อมีอายุครบ 60 ปี

2.1.3.4 แบบประกันชีวิตออมสิน 5/1 อายุผู้ฝากตั้งแต่ 7 - 75 ปีบริบูรณ์ ส่งเงินฝากเพียงครั้งเดียว 97,500 บาท ค่าวงเงินสงเคราะห์ชีวิต 100,000 บาท คุ้มครองนาน 5 ปี ไม่จำกัดวงเงินสงเคราะห์ชีวิตสูงสุด ไม่ต้องตรวจและแถลงเรื่องสุขภาพ ฝากผลประโยชน์เข้าบัญชีเพื่อเรียกทุกปี

2.1.3.5 แบบประกันชีวิตออมสิน 10/1 อายุผู้ฝากตั้งแต่ 7 - 75 ปีบริบูรณ์ เงินส่งฝากครั้งเดียว 97,500 บาท ค่าวงเงินสงเคราะห์ชีวิตขั้นต่ำ 100,000 บาท คุ้มครองนาน 10 ปี ไม่จำกัดวงเงินสงเคราะห์ชีวิตสูงสุด ไม่ต้องตรวจและแถลงเรื่องสุขภาพ ฝากผลประโยชน์เข้าบัญชีเพื่อเรียกทุกปี

#### 2.1.4 การให้บริการทางการเงินตามหลักศาสนาอิสลาม

##### ผลงานอันเป็นที่ประจักษ์ของอิสลาม

เกิดขึ้นตามนโยบายของรัฐ บางครั้งมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการออมเงิน ให้ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม รวมทั้งการลงทุนทางธุรกิจหรือการค้าเพื่อก่อให้เกิดรายได้ในกิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกับดอกเบี้ยและไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม เช่น

2.1.4.1 เงินฝากเพื่อเรียกวาดิฮะฮ์ เพื่อรักษาเงินออมของผู้ฝาก

2.1.4.2 เงินฝากเพื่อเรียกฮัจญ์และอุมเราะห์ เพื่อส่งเสริมชาวไทยมุสลิมให้ออมทรัพย์

และปฏิบัติศาสนกิจ

2.1.4.3 เงินฝากประจำเพื่อการลงทุน (มูฎอรอบะฮ์) เพื่อการแสวงหาผลประโยชน์ด้านรายได้ โดยธนาคารได้บริการเงินฝากดังกล่าวให้เกิดรายได้จากการนำไปลงทุนทางธุรกิจ หรือการค้าในกิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกับดอกเบี้ยและไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม

นอกจากนี้ธนาคารได้สนับสนุนการออมในด้านต่างๆ เช่น การจัดงานวันออมแห่งชาติการให้บริการรับฝากนอกสถานที่ การจัดตั้งสโมสรเยาวชนธนาคารออมสิน โครงการธนาคารโรงเรียน และการให้บริการทางการเงินคานหลักศาสนาอิสลาม โครงการธนาคารโรงเรียน มีวัตถุประสงค์เพื่อปลูกฝังนิสัยการออมทรัพย์ให้เกิดแก่เด็กและเยาวชน ส่งเสริมให้นักเรียนออมทรัพย์อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเน้นกิจกรรมเสริมหลักสูตรให้นักเรียนได้เรียนรู้หลักการการทำงานร่วมกับผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อสังคม เชื่อมมั่นในตนเอง

2.2 การเป็นธนาคารเพื่อสังคมและชุมชน ธนาคารมุ่งให้บริการประชาชนทุกระดับอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะให้การสนับสนุนและส่งเสริมองค์กรชุมชน เพื่อให้มีความเข้มแข็งและมีพลังสร้างสรรค์ จนสามารถพึ่งตนเองได้ โดยธนาคาร ได้ดำเนินการดังนี้

2.2.1 สิ้นเชื่อเพื่อสังคมและพัฒนาชุมชน เป็นการบริการที่มุ่งเน้นสนับสนุนและส่งเสริมองค์กรชุมชน รวมทั้งองค์กรเครือข่ายชุมชน เพื่อให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคและชนบท สามารถพึ่งตนเองและพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็ง โดยการส่งเสริมการออมทรัพย์และมีการให้สินเชื่อเป็นการสร้างทุนหมุนเวียน เป็นการวางรากฐานการพัฒนาประเทศที่มั่นคงและยั่งยืน

2.2.2 สิ้นเชื่อสถานศึกษาและสถาบันฝึกอบรมวิชาชีพเอกชนเป็นเงินกู้ระยะยาวหรือเงินเบิกเกินบัญชี เพื่อจัดตั้งสถานศึกษาและสถาบันฝึกอบรมวิชาชีพเอกชนที่มีมาตรฐานสูงเพื่อสนับสนุนภาคเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มากขึ้น และกระจายการศึกษาให้ทั่วถึงเท่าเทียมกันทั่วประเทศและเป็นการสร้างโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนให้มากขึ้น ตลอดจนเป็นการส่งเสริมคุณภาพของประชาชนให้สูงขึ้น

2.2.3 โครงการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชีวิตครูและทหาร เป็นโครงการที่เกิดจากความร่วมมือ 3 ฝ่ายระหว่างข้าราชการครู กระทรวงศึกษาหรือกระทรวงกลาโหม และธนาคารออมสิน เป็นสินเชื่อระยะยาวสำหรับข้าราชการ ครูและทหาร เพื่อมีค่าใช้จ่ายหนึ่งปีจากสถาบันการเงินอื่น เพื่อแก้ปัญหาให้ครูและทหารมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีขวัญและกำลังใจ พึ่งพาตนเอง ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีการออกร่วมกันของสมาชิก เพื่อใช้เป็นกองทุนสำรอง และจัดกิจกรรมเสริมรายได้เพื่อยกฐานะและพัฒนาอาชีพเสริม ซึ่งไม่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติหน้าที่ในเวลาทำงาน (ธนาคารออมสิน. 2553 : เว็บไซต์)

2.2.4 สิ้นเชื่อโครงการธนาคารประชาชน เป็นสินเชื่อระยะสั้น ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยหรือผู้มีรายได้ประจำอยู่แล้ว แต่มีความประสงค์ที่จะประกอบอาชีพเสริมเพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้นหรือผู้ยังไม่ประกอบอาชีพใด ๆ ที่มีความตั้งใจที่จะประกอบอาชีพอิสระรายย่อย

2.2.5 โครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนใน



การพัฒนาอาชีพ สร้างงานสร้างรายได้ สนองตอบนโยบายของรัฐบาล ธนาคาร ได้สนับสนุนเงินทุนให้แก่หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 1 ล้านบาท

2.3 การเป็นธนาคารเพื่อภาครัฐ นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบันธนาคารได้ให้ความสำคัญต่อการลงทุนของหน่วยงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจเสมอมา ด้วยสำนึกว่ากิจการของภาครัฐมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ โดยได้สนับสนุนในรูปของการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล และตัวสัญญาใช้เงินของกระทรวงการคลัง พันธบัตรและการถือหุ้นในรัฐวิสาหกิจ นอกจากนี้ธนาคารยังได้ให้สินเชื่อกับหน่วยงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจที่ดำเนินการด้านสาธารณูปโภค และโครงการพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เช่น การเคหะแห่งชาติที่ดูแลด้านที่อยู่อาศัยของประชาชน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ตลอดจนหน่วยงานที่ดำเนินงานด้านไฟฟ้า น้ำประปา การติดต่อสื่อสาร และการคมนาคมของประเทศ

2.4 การเป็นธนาคารเพื่อบุคคลทั่วไป ธนาคารออมสินมุ่งเน้นบริการที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนผู้ประกอบการอาชีพอิสระ เพราะธนาคารตระหนักว่า ความแข็งแกร่งของสังคมนั้นเกิดจากความมั่นคงของสังคมย่อย ซึ่งก็คือบุคคลที่รวมตัวเป็นสังคม โดยธนาคารออมสิน ได้ให้บริการหลากหลายรูปแบบที่เหมาะสมกับความต้องการของประชาชน เช่น

2.4.1 สินเชื่อเคหะ เป็นสินเชื่อระยะยาว เพื่อซื้อที่ดินหรือที่ดินพร้อมอาคารหรือห้องชุด หรือซื้อที่ดินและปลูกสร้างอาคารในที่ดินนั้น หรือปลูกสร้าง หรือต่อเติมซ่อมแซมอาคาร หรือได้ถอนจํานอง

2.4.2 สินเชื่อสวัสดิการ สินเชื่อให้กู้สำหรับข้าราชการ เพื่อการอุปโภคและบริโภค

2.4.3 สินเชื่อไทรทอง ให้แก่ผู้มีรายได้ประจำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

ประกอบการค้า หรือการลงทุน เพื่อการอุปโภค หรือบริโภค นอกจากนี้ ยังมีสินเชื่อไทรทองนอกประเทศ สินเชื่อไปรษณีย์เพื่อไปประกอบอาชีพทำอาหารไทยในต่างประเทศ สินเชื่อไทรทองเพื่อการสร้างงานสินเชื่อไทรทองคอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษา สินเชื่อไทรทองเพื่อการท่องเที่ยว

2.4.4 สินเชื่อเพื่อชีวิตสุขสันต์ เป็นการให้กู้ยืมเพื่อใช้จ่ายทั่วไป โดยใช้สมุดเงินฝากหรือสลากออมสินพิเศษเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน นอกจากนี้ ยังมีสินเชื่อพันธบัตรออมสินโดยใช้พันธบัตรออมสิน

2.4.5 การเบิกเงินเกินบัญชี (OD) โดยใช้บัญชีเงินฝากประเภทเพื่อเรียก ประจำ 6 เดือน ประจำ 12 เดือน หรือสลากออมสินพิเศษ เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน

2.5 การเป็นธนาคารเพื่อธุรกิจ ธนาคารได้ให้การส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีท้องถิ่นและวัตถุดิบภายในประเทศ ทั้งธุรกิจขนาดใหญ่ และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้ (ธนาคารออมสิน 2553)

2.5.1 สินเชื่อภูมิภาค เพื่อส่งเสริมการลงทุนในท้องถิ่น โดยให้สินเชื่อในโครงการเพื่อการผลิตภาคอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม และธุรกิจบริการ ยกเว้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

2.5.2 สินเชื่อเพื่อธุรกิจ SMEs เป็นเงินกู้ระยะยาวและเงินกู้เบิกเกินบัญชี เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs นอกจากนี้ ยังมีสินเชื่อเพื่อพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนหรือลงทุนในระบบบริการสาธารณะ

2.5.3 สินเชื่อธุรกิจห้องแถว เป็นเงินกู้ระยะยาว เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนหรือลงทุนในอาคาร เครื่องจักร ยานพาหนะ และอุปกรณ์การผลิตสินค้าและบริการ

2.5.4 สินเชื่อสำหรับสหกรณ์ออมทรัพย์ เพื่อให้กลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์ หรือสหกรณ์เครดิตยูเนียน ให้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน

## 2.6 บริการทางการเงินอื่น ๆ

ธนาคารให้บริการ ATM ในระบบ ATM POOL บริการบัตรออมสินวีซ่าเดบิต บริการรับจ่ายและ โอนเงิน การกำหนดค่าแลกเปลี่ยนเพื่อเงินทางภายในประเทศ การจำหน่ายตั๋วแลกเงินของขวัญและเช็คของขวัญ บริการให้เรอ์ตู้รับฝาก บริการธนาคารทางโทรศัพท์ (TELEPHONE BANKING) ออมสินโทร 1145 และบริการชำระค่าบริการต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ ค่าเบี้ยประกัน ค่าลงทะเบียน ค่า พ.ร.บ. ค่าสาธารณูปโภค และโทรศัพท์มือถือ ทั้งเงินสดและหักบัญชีเงินฝาก

## การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยเป็นการค้นหาความจริง หรือจะพูดว่าเป็นการค้นหาว่าสิ่งใดจะได้ วิธีการที่จะทำได้สิ่งนั้นไม่ใช่ของง่าย นักวิจัยพยายามศึกษาหาวิธีอยู่หลากหลาย วิธีการวิจัย  
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี  
โดยพยายามเน้นตัวเลข วิเคราะห์ด้วยสถิติหรือเราเรียกวิธีการนั้นว่าวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

(Quantitative research) ส่วนวิธีการที่ไม่ค่อยคำนึงถึงตัวเลขแต่พยายามหาข้อมูลอย่างใกล้ชิดกับปรากฏการณ์จนสามารถสรุปข้อมูลด้วยภาษาตรรกวิทยา เรียกวิธีการนั้นว่าการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของการวิจัยในหลายสาขามนุษยวิทยา ปรัชญา กฎหมาย นิโบายศึกษา ประวัติศาสตร์ และชาติวงศ์วิทยา เป็นต้น การวิจัยเชิงคุณภาพมีเป้าหมายร่วมกันเพื่อนำเสนอในรูปของการบรรยาย หรือพรรณนาวิเคราะห์มากกว่าการใช้เทคนิคทางสถิติและนำเสนอในรูปตัวเลขนักวิจัยทางการศึกษาได้นำเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพในสาขาต่าง ๆ เหล่านี้มาประยุกต์ใช้ในการวิจัยทางการศึกษาและการบริหารสถานศึกษามากขึ้น(Crowl 1993 : 91)

## 1. ความหมายของการวิจัยเชิงคุณภาพ

ศุภางค์ จันทวานิช (2546 :13) ได้ให้ความหมายของการวิจัยเชิงคุณภาพว่า การวิจัยเชิงคุณภาพคือการแสวงหาความรู้ลึกนึ่กคิด ความหมาย ค่านิยม หรืออุดมการณ์ของบุคคลนอกเหนือไปจากข้อมูลเชิงปริมาณ มักใช้เวลานานในการศึกษาติดตามระยะยาว ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ เป็นวิธีการหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ สร้างข้อสรุปแบบอุปนัย

ชาย โพธิ์สีตา(2549:29) ได้ให้ความหมายของการวิจัยเชิงคุณภาพว่า การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิจัยที่ทำในสถานการณ์ที่เป็นธรรมชาติ ใช้วิธีการศึกษาและเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย แต่เครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ตัวนักวิจัยเอง การวิจัยแบบนี้มีการออกแบบให้ยืดหยุ่น นักวิจัยเชิงคุณภาพดำเนินการศึกษาและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยหลักตรรกะ แบบอุปนัย คือไม่ควมตั้งสมมติฐานก่อนที่จะได้เริ่มลงมือเก็บข้อมูลในภาคสนามแล้วสมมติฐานที่ตั้งไว้เช่นนั้น สามารถปรับปรุงได้เมื่อข้อมูลซึ่งมีความจำเป็นต้องปรับเพื่อความเหมาะสม โดยนั้ยนี้ การวิเคราะห์เริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูลกระบวนการที่สามารถดำเนินไปพร้อมกันได้ ในภาคสนาม การวิเคราะห์ที่นำใจวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างละเอียด จนมองเห็นมโนทัศน์หรือแนวคิดที่มี ความหมายจากข้อมูล และเห็นความเชื่อมโยงของมโนทัศน์เหล่านั้น จนนักวิจัยสามารถสรุปเป็นคำอธิบายแนวคิด หรือทฤษฎีเบื้องต้น ได้ การวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งการตีความเพื่อทำความเข้าใจความหมายของพฤติกรรม หรืออธิบายปรากฏการณ์ในทัศนะของผู้ที่ถูกรศึกษาเหล่านั้น

ครราวล์(Crowl 1993:5-7) ได้กล่าวถึงธรรมชาติของการวิจัยเชิงคุณภาพว่าเป็นการวิจัยที่แสดงผลการวิจัยที่พบเห็นและบรรยายผลเป็นเชิงพรรณนา เหตุการณ์ หรือรูปแบบพฤติกรรมรายบุคคลหรือกลุ่มคน โดยเน้นไปที่เอกสารเฉพาะ หรือเน้น ไปเฉพาะคนที่ทำการศึกษาสำรวจเท่านั้น ไม่มีการอ้างอิงไปยังบรรดาครูที่กลุ่มใหญ่กว่าเช่น การศึกษาทางประวัติศาสตร์ การศึกษารายกรณี การศึกษาวิจัยชนิดอื่น ๆ ที่อาศัยการสังเกตโดยผู้วิจัยซึ่งนักวิจัยด้านการศึกษาได้มีการนำเทคนิคทางมานุษยวิทยาที่สำรวจกลุ่มต่างๆทางวัฒนธรรม

จากความหมายของวิจัยเชิงคุณภาพข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า วิจัยเชิงคุณภาพหมายถึงการวิจัยทุกชนิดที่ข้อมูลเป็นถ้อยคำ บรรยายอย่างละเอียดครอบคลุม เป็นข้อมูลที่มีความลุ่มลึก และปัญหาการวิจัยมีลักษณะกว้างยืดหยุ่นครอบคลุมปรากฏการณ์ทุกแง่มุมของเรื่องที่นักวิจัยต้องการศึกษา การวิจัยเชิงคุณภาพส่วนใหญ่เป็นวิจัยที่ทำในสภาพที่เป็นจริง ตามธรรมชาติ โดยที่นักวิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ปัญหาวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษากระบวนการ มากกว่าการศึกษาผล จากความหมายของการวิจัยเชิงธรรมชาติและ การวิจัยเชิงคุณภาพ อย่างไรก็ตามเมื่อ

ตามความหมายที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จุดเน้นของการวิจัยเชิงธรรมชาติอยู่ที่สภาพการรวบรวมข้อมูลตามธรรมชาติเท่านั้น และข้อมูลอาจเป็นข้อมูลเชิงปริมาณก็ได้ซึ่งประเด็นนี้การวิจัยเชิงธรรมชาติกับวิจัยเชิงคุณลักษณะก็แตกต่างกัน

## 2. ลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพให้ความสนใจมนุษย์ในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม โดยให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมของมนุษย์ทั้งที่ได้แสดงออกและไม่แสดงออก ให้ความสำคัญต่อความรู้สึกนึกคิด โลกทัศน์ ค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรม โดยพยายามทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมที่สืบเนื่องมาจากพฤติกรรมของมนุษย์ เพื่อจะอธิบายความสลับซับซ้อนของสังคมนั้น ๆ มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพไว้ ดังนี้

อรุณี อ่อนสวัสดิ์(2551 : 278) กล่าวถึงลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพว่า

1. เป็นงานวิจัยที่เน้นการมองปรากฏการณ์ในภาพรวมทั้งหมด โดยมองทุกแง่มุมอย่างรอบด้าน ไม่สนใจเพียงประเด็นใดประเด็นหนึ่งแบบแยกส่วน
2. เป็นการศึกษาปรากฏการณ์ในสภาพธรรมชาติและบริบทของสังคม เพื่อทำความเข้าใจปฏิสัมพันธ์ในสังคมอย่างแท้จริง นักวิจัยเชิงคุณภาพจึงต้องลงเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม สัมผัสกับแหล่งข้อมูลโดยตรง ให้ข้อมูลปฐมภูมิเป็นหลัก พัฒนาแนวคิด สมมติฐาน เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และตีความในสิ่งปรากฏอยู่จริง ต้องอาศัยสัมพันธภาพอันดีระหว่างผู้วิจัยกับสมาชิกในชุมชน
3. เน้นเงื่อนไขหรือตัวแปรด้านความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ตามความหมายที่สังคมกำหนดขึ้นเพราะเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลและเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคล
4. ปรากฏการณ์ทางสังคมมีลักษณะเป็นพลวัต การวิจัยเชิงคุณภาพจึงต้องใช้ระยะเวลายาวนานพอที่จะเห็นวัฏจักรของการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทางสังคมของชุมชนนั้น

สาย โพธิ์สีดา (2549:34) การวิจัยเชิงคุณภาพมีลักษณะที่สำคัญ 6 ประการ ดังนี้

1. ศึกษาในสถานการณ์ธรรมชาติ(Natural setting) ผู้วิจัยทำการศึกษาพฤติกรรม หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ตามสภาพธรรมชาติ ไม่ได้เข้าไปจัดกระทำหรือไปรบกวนให้ผิดแปลกไปจากวิถีปกติ
2. ติดต่อโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย(Direct Contact with Participants) ผู้วิจัยเข้าไปอยู่ในท้องถิ่น ชุมชนที่ศึกษา เป็นเวลานานสร้างความคุ้นเคยสร้างสัมพันธที่ดี เป็นกันเองได้รับความไว้วางใจหรือเชื่อใจ เป็นเสมือนสมาชิกคนหนึ่งในกลุ่มขณะเดียวกันก็สังเกตข้อมูลต่างๆเพื่อให้ได้ความจริงใจ

3. ใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพ(Qualitative Data) เป็นสำคัญ ข้อมูลเชิงคุณภาพคือข้อมูลที่ไม่ได้อยู่ในรูปของตัวเลข อาจเป็นคำพูด คำบรรยาย ข้อความ (Text) อาจมาจากการสังเกตซึ่งเป็นรายละเอียดการพิจารณากิจกรรม พฤติกรรม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกลุ่มบุคคล อาจเป็นประสบการณ์ความรู้สึกความคิดเห็น เป็นต้นซึ่งในการวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพดังกล่าวเป็นสำคัญ

4. ใช้วิธีการทางอุปนัย(Inductive)วิธีการทางอุปนัยเป็นวิธีที่ศึกษาจากรายละเอียดข้อมูลเฉพาะทั้งทางลึกและทางกว้าง เพื่อค้นหาความจริงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆมุ่งไปสู่การหาข้อมูลสรุปทั่วไป ต่างจากวิธีการทางนิรนัย(Deductive)ซึ่งเป็นลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณ ที่เริ่มศึกษาด้วยกรอบทางทฤษฎีหรือสมมุติฐาน แล้วไปเก็บข้อมูลนำมาวิเคราะห์ หาข้อสรุปว่ามีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับสมมุติฐานที่กำหนดไว้หรือไม่ที่ขณะที่ขัดแย้งเกี่ยวกับการตั้งสมมุติฐานของการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยที่นักวิจัยบางท่านเห็นว่าไม่ควรนำแนวคิดทฤษฎีที่มีอยู่แล้วใด ๆ มาใช้ เพราะการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยเพื่อสำรวจ(Exploratory)หรือหาสมมุติฐาน(Generating hypothesis)ไม่ใช่การวิจัยเพื่อพิสูจน์สมมุติฐานหรือทฤษฎี แต่บางท่านเห็นว่าควรมีการตั้งสมมุติฐานก่อนเก็บรวบรวมข้อมูลมากกว่าไม่ต้องสมมุติฐานทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันมีความรู้ที่สั่งสมจากนักวิจัยในอดีตมากพอที่จะเป็นแนวทางในการศึกษา

5. ใช้มุมมองพลวัต (Dynamic Perspective) ผู้วิจัยใช้เวลาศึกษานาน โดยเข้าไปเก็บจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม สามารถเห็นกระบวนการดำเนินการ เห็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคล ได้ข้อความจริงที่มีลักษณะพลวัตในช่วงเวลาที่ศึกษา

6. ใช้มุมมองแบบองค์รวม(Holistic Perspective) การมองแบบองค์รวมเป็นการมองภาพรวมทั้งหมด เหมือนกับการมองช้างทั้งตัวไม่ใช่มองทั้งเป็นส่วน ๆ เช่น เฉพาะส่วนหัว ส่วนหาง หรือ ส่วนอื่น ผู้วิจัยจะทำการศึกษาว่ามีส่วนประกอบอะไรบ้างในระบบนั้น และส่วนต่างๆเหล่านั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ทั้งการรวบรวมข้อมูลค่าชนิดเชิงปรากฏการณ์ที่ศึกษาเพื่อให้ได้ภาพรวมที่สมบูรณ์ ผู้วิจัยต้องผ่านการฝึกฝนหาประสบการณ์ทั้งด้านวิธีคิดและวิธีดำเนินการ อาศัยความรู้ที่ศึกษาส่วนย่อยแต่ละส่วน และความสัมพันธ์ระหว่างส่วนย่อยเหล่านั้น

7. เน้นศึกษาเฉพาะกรณี(Unique Case Orientation) ผู้วิจัยเชิงคุณภาพจะไม่มุ่งนำผลที่ศึกษาไปอ้างอิงกรอบคณนอกเหนือจากการศึกษา แต่จะศึกษากรณีที่เฉพาะเจาะจงซึ่งอาจเป็นบุคคลองค์กร ชุมชน เรื่องราวต่าง ๆ ก็ได้ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในทางลึกและอย่างเป็นองค์รวมเฉพาะสิ่งที่ศึกษานั้น

8. ให้ความสำคัญแก่บริบท(Context Sensitivity) ในการแปลภาษาหนึ่งไปสู่อีกภาษาหนึ่ง แม้ว่าจะรู้ความหมายของคำศัพท์ทุกตัว ถ้าไม่มองบริบทของเรื่องนั้นๆ ก็ยากที่จะเข้าใจถึงแก่นแท้

ได้ ทำนองเดียวกันในการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยจะต้องพิจารณาบริบทในเรื่องที่ศึกษาร่วมด้วยเสมอ บริบทอาจเป็นเรื่องของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมทางสังคม และชุมชน เป็นต้น

9. มีความยืดหยุ่นในการออกแบบการวิจัย (Design Flexibility) ผู้วิจัยต้องเตรียมการ กำหนดแผนวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลไว้ล่วงหน้าแต่มีความยืดหยุ่นได้ ถ้าพบว่ามีวิธีการที่เหมาะสมกว่า ซึ่งจะช่วยให้ได้ผลการวิจัยที่ถูกต้องมากกว่า

10. ผู้วิจัยเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุด (Researcher as an important Research instrument) เพื่อให้สามารถได้ข้อมูลในเชิงลึกผู้วิจัยจะต้องใช้เครื่องมือรวบรวมข้อมูลหลายชนิดเช่น การสังเกต แบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การพิจารณาเอกสาร การสนทนากลุ่ม เป็นต้น ในสถานการณ์ต่าง ๆ ควรใช้เครื่องมือใดจึงจะเหมาะสมที่สุด ขึ้นอยู่กับผู้วิจัย และเครื่องมือที่กล่าวมานั้น การที่จะใช้ได้สำเร็จเพียงใดขึ้นอยู่กับผู้วิจัย ผู้วิจัยต้องมีวุฒิภาวะสูง สามารถมองได้ทะลุและมองได้หลายมิติ

ลักษณะสำคัญของสารวิจัยเชิงคุณภาพ (สุภวงค์ จันทวานิช 2548 : 13 - 14) ดังนี้

1. เน้นการมองปรากฏการณ์ให้เห็นภาพรวม โดยการมองจากหลายแง่มุมการศึกษา ปรากฏการณ์สังคมจะต้องกระทำโดยศึกษาปรากฏการณ์นั้นจากแง่มุม หรือแนวคิดทฤษฎีที่มีความ หลากหลายมากกว่ายึดแนวคิดอื่นใดอันหนึ่งเป็นหลัก นอกจากนั้นไม่พิจารณาปรากฏการณ์อย่างเป็นทางการ เสี่ยงเสีย ด้านในด้านหนึ่ง

2. เป็นการศึกษาติดตามระยะยาวและเจาะลึก เพื่อให้เข้าใจความเปลี่ยนแปลงของ ปรากฏการณ์สังคมซึ่งมีความเป็นพลวัต

3. ศึกษาปรากฏการณ์ในสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ เพื่อให้เข้าใจความหมายของ ปรากฏการณ์ มักมีการวิจัยสนาม (Field research) ไม่มีการควบคุมและทดลองในห้องปฏิบัติการ เพราะทำให้ผู้วิจัยไม่เห็นปรากฏการณ์ในบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

**พลังอันยิ่งใหญ่ของนักวิจัยคือพลังที่ศึกษานักวิจัย**

กล่าวถึงพลังอันยิ่งใหญ่ของนักวิจัยคือพลังที่ศึกษานักวิจัย ปรากฏการณ์สังคมเป็น การศึกษามนุษย์ จึงให้ความสำคัญและเคารพผู้ถูกวิจัยในฐานะเพื่อนมนุษย์ จะเข้าไปสัมผัส สร้าง ความสนิทสนมและความไว้วางใจ เชื่อใจ เข้าใจ ไม่มีแบ่งเขาแบ่งเรา ไม่นำข้อมูลของผู้ถูกวิจัยไป ในทางที่เสื่อมเสีย ไม่ฝืนใจเมื่อผู้ถูกวิจัยไม่เต็มใจตอบ นักวิจัยจะเข้าไปสัมผัสมากกว่าจะใช้ เครื่องมือวิจัยอื่นใดเป็นสื่อกลาง

5. ใช้การพรรณนาและการวิเคราะห์แบบอุปนัย เป็นการนำข้อมูลรูปธรรมย่อย ๆ หลาย ๆ กรณีมาสรุปเป็นข้อสรุปเชิงนามธรรม โดยพิจารณาร่วมที่พบ จะเน้นการวิเคราะห์แบบ อุปนัยมากกว่าใช้สถิติตัวเลข

6. เน้นปัจจัยหรือตัวแปรด้านความรู้สึกนึกคิด จิตใจ ความหมาย ในปรากฏการณ์สังคม นักวิจัยเชิงคุณภาพเชื่อว่า องค์ประกอบด้านจิตใจ ความคิดและความหมาย คือสิ่งที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมมนุษย์และเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ที่แสดงออกมา

สรุปแม้ว่าจะมีความเห็นที่แตกต่างกันอยู่บ้างในเรื่องแนวทางการทำวิจัยเชิงคุณภาพ แต่แนวทางที่เด่นชัดของการทำวิจัยแบบนี้ คือเป็นการศึกษาสถานการณ์ที่เป็นไปตามธรรมชาติ โลกแห่งความเป็นจริง ในทุกมิติ มุ่งการค้นหาคำตอบที่ปรากฏทางสังคม หรือปัญหาของมนุษย์ เพื่อหาความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์กับสภาพแวดล้อม มีการออกแบบการวิจัยที่ยืดหยุ่นได้ และมีตัวนักวิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการวิจัย ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการเป็นวิธีการหลักในการเก็บข้อมูล และเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ สร้างข้อสรุปแบบอุปนัย

### 3. การออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ

การออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แผนที่ทางความคิดของนักวิจัยที่จะบอกว่าในการทำวิจัยเพื่อบรรลุถึงคำตอบที่เขาสงวนใจนั้น เขาต้องทำอะไรบ้าง จะทำอย่างไร จะทำอะไรบ้าง ก่อนหลัง และจะเกี่ยวข้องกับใครบ้าง แผนที่ทางความคิดนี้เหมือนกับแผนที่ของนักเดินทางตรงที่มันทำหน้าที่ให้แนวทางในการทำวิจัยเพื่อไปให้ถึงคำตอบที่ต้องการเท่านั้น นักวิจัย (ซึ่งเปรียบเหมือนนักเดินทาง) อาจปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการทำงานให้ต่างออกไปจากที่ออกแบบไว้แต่แรกก็ได้ ถ้าเห็นว่ามีความเหมาะสมสมควร คุณสมบัติอีกอย่างหนึ่งของแผนที่ทางความคิดสำหรับการทำวิจัยคือ แต่ละขั้นตอนแต่ละองค์ประกอบใน "แผนที่การวิจัย" (การออกแบบ) นี้ต่างก็มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ชนิดที่เมื่อมีการปรับเปลี่ยนในองค์ประกอบอันหนึ่งก็จะมีผลกระทบต่อองค์ประกอบที่เหลืออื่น ๆ ไม่โดยตรงก็โดยอ้อม

ความแตกต่างระหว่างการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพต่างกับการวิจัยเชิงปริมาณตรงที่ระดับความเข้มงวดในโครงสร้าง กล่าวคือ การวิจัยเชิงปริมาณจะเน้นการที่วางไว้จะมีความยืดหยุ่นน้อยหรือไม่มีเลย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องแนวความคิด การเลือกประชากร ในการศึกษา วิธีที่ใช้ในการเก็บข้อมูล หรือวิธีวิเคราะห์ข้อมูลก็ตาม เมื่อได้วางแผนในตอนเริ่มต้นดีแล้วจะดำเนินการตามนั้นการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์แทนที่จะเป็นสิ่งดี อาจจะทำให้ผลในทางลบแก่การวิจัยโดยรวม ดังนั้นลักษณะสำคัญของการออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณ คือ การมีโครงสร้างที่เข้มงวด แต่การวิจัยเชิงคุณภาพจะออกแบบยืดหยุ่นได้ตามความจำเป็นในแทบทุกขั้นตอน แต่ต้องเกิดจากความจำเป็นจากหลักการหรือแนวคิดทฤษฎี ไม่ใช่ความจำเป็นตามความสะดวกของผู้ทำการวิจัย

องค์ประกอบของการออกแบบการวิจัย Lincoln and Guba (1985, อ้างในชาย โทธิลีตา 2549 : 108) ดังต่อไปนี้

1. ประเด็นสำคัญ (focus) ในการศึกษา ประเด็นสำคัญอาจได้แก่ ปัญหาเรื่องใด เรื่องหนึ่ง หรือเป็นประเด็นที่จะต้องประเมิน (ถ้าเป็นการวิจัยเพื่อประเมินผล) หรือประเด็นเชิงนโยบายก็ได้

2. กระบวนทัศน์ที่เหมาะสมกับประเด็นสำคัญในการศึกษา หมายถึงการเลือกจุดยืนทางกระบวนทัศน์ว่าจะดำเนินการวิจัยด้วยกระบวนทัศน์แบบไหน จะเลือกแบบปฏิฐานนิยมหรือแบบกระบวนทัศน์ทางเลือก

3. รูปแบบการทำวิจัยที่เหมาะสมกับทฤษฎีที่เลือกมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

4. ประชากรเป้าหมายและสถานที่ที่จะเก็บข้อมูล

5. ขั้นตอนต่างๆ ในการเก็บข้อมูล

6. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

7. แผนการเก็บข้อมูลและวิธีการบันทึกข้อมูล

8. แผนการวิเคราะห์ข้อมูล

9. การจัดการทั่วไป เช่น ติดต่อกลุ่มเป้าหมายสำหรับการเก็บข้อมูล หาสถานที่พัก

ในภาคสนาม และวางแผนงานที่จะนำร่องเก็บข้อมูลในสนาม เป็นต้น

ในขณะที่เดียวกัน Maykut and Morehouse (1994) ได้นำเสนอคุณลักษณะสำคัญของการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพไว้ 8 ประการซึ่งก็คล้ายคลึงกันกับที่ Lincoln and Guba (1985) กล่าวคือ (1) การออกแบบที่เป็นไปตามปรากฏการณ์ (2) จุดเน้นของการวิจัย (3) การสุ่มตัวอย่างแบบจงใจ (4) การเก็บข้อมูลในสถานที่ที่ทำการวิจัย (5) การเน้นที่มนุษย์เป็นเครื่องมือ (6) การใช้วิธีเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (7) การใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงอนุมานตั้งแต่ต้นและต่อเนื่องไป (8) การนำเสนอผลการวิจัยที่ใช้แนวทางกรณีศึกษา

องค์ประกอบที่สำคัญของการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ Maxwell (อ้างในชาย โพธิ์สิตา

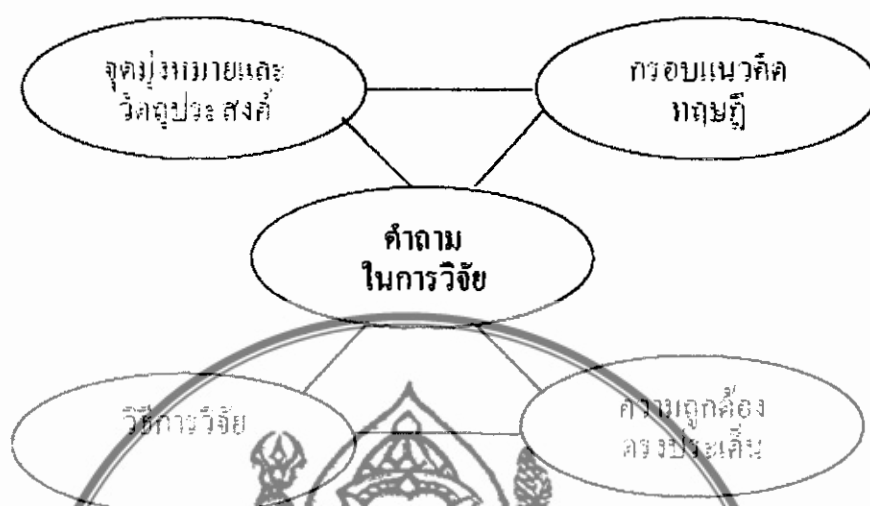
2549 : 108) ดังต่อไปนี้

### ผลงานวิจัยนี้ศึกษาอะไรต่อประจักษ์ชัด

คำถามในการวิจัย (research questions) หมายถึง สิ่งที่นักวิจัยต้องการรู้ หรือต้องการคำตอบ อันเป็นที่มาของการวิจัยเรื่องนั้น คำถามวิจัย เสมือนเป็นหัวใจของการออกแบบทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่เชื่อมโยงองค์ประกอบอื่น การตั้งคำถามสำหรับการวิจัย ไม่ว่าจะเป็นวิจัยเชิงปริมาณหรือเชิงคุณภาพ อาจทำได้ 3 แบบตามลักษณะของคำตอบที่ต้องการ

3.1.1 คำถามที่ยึดกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยเป็นหลัก รูปแบบคำถามมุ่งหาคำตอบเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายทั่วไป ซึ่งเหมาะกับการศึกษาตัวอย่างจำนวนมากๆ หรือ กลุ่มเป้าหมายเจาะจงเหมาะกับการศึกษาตัวอย่างจำนวนเล็ก เช่น การศึกษาเฉพาะกรณี (Case study)





ภาพที่ 3 ภาพแสดงองค์ประกอบที่สำคัญของการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพตามแนวคิดของ Maxwell

3.1.2 คำถามที่มุ่งหาคำตอบถึงข้อมูลที่ต้องการ รูปแบบของคำถามอาจบอกไปถึงประเภทของข้อมูลว่าเป็นอะไร เจาะจงสำหรับข้อมูลเรื่องใด เรื่องหนึ่ง หรือ กว้างสำหรับข้อมูลทั่วไป ตัวอย่างคำถามแบบเจาะจงข้อมูล เช่น “การประกอบอาชีพเป็นผู้ให้คำปรึกษาแก่หญิงที่ถูกกระทำ ความรุนแรงทางเพศมาเป็นเวลานาน มีผลกระทบต่อความคิด อารมณ์ และพฤติกรรมทางเพศของนักสังคมสงเคราะห์ที่ทำงานนี้อย่างไร” คำถามแบบนี้ว่า ข้อมูลที่ต้องการเป็นเรื่อง ผลกระทบต่อความคิด อารมณ์ และพฤติกรรมทางเพศของนักสังคมสงเคราะห์ คำถามที่ไม่เจาะจง เช่น “การคำปรึกษาแก่หญิงที่ถูกกระทำ ความรุนแรงทางเพศมาเป็นเวลานาน” มีผลต่อนักสังคมสงเคราะห์ที่ทำงานในด้านนี้หรือไม่อย่างไร

### ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

3.1.3 คำถามแบบมุ่งเข้าใจสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร หรือ ผลกระทบของปัจจัยใด

ปัจจัยหนึ่งในการในการวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้คำถามประเภท “อย่างไร” และ “ทำไม” เช่น “ครอบครัวที่แตกแยกก่อให้เกิดผลทางลบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของเด็กได้อย่างไร”

3.2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา (purpose) หมายถึง เป้าหมายที่นักวิจัยต้องการจะบรรลุถึงในการวิจัยเรื่องนั้น สิ่งที่ต้องการจะทำในกระบวนการวิจัย อันจะช่วยให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการนั้นได้ และทำหน้าที่กำหนดขอบเขต หรือ พื้นที่ ที่นักวิจัยจะต้องทำงานว่าจะอยู่ในเรื่องและประเด็นอะไร แบ่งเป็น 3 ประเภทตามลักษณะมูลเหตุที่มาของจุดมุ่งหมายนั้น ๆ คือ

3.2.1 จุดมุ่งหมายส่วนตัวของนักวิจัย (personal purposes) หมายถึง แรงบันดาลใจในส่วนตัวที่ทำให้นักวิจัยอยากทำเรื่องนั้น

3.2.2 จุดมุ่งหมายเชิงปฏิบัติ (practical purposes) หมายถึง จุดมุ่งหมายที่ต้องการจะบรรลุถึงอะไรสักอย่างเพื่อผลในทางปฏิบัติ เป็นความต้องการที่จะบรรลุถึงสิ่งที่จะมีผลต่อวงการใดวงการหนึ่งหรือต่อส่วนรวม ส่วนใหญ่เป็นนโยบายสาธารณะ เช่น มุ่งเปลี่ยนแปลงสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาบางอย่าง (ซึ่งอาจจะเป็นทักษะไม่ถูกต้องต่อผู้ติดเชื้อ HIV)

3.2.3 จุดมุ่งหมายเพื่อการค้นคว้าวิจัย (research purposes) เป็นจุดมุ่งหมายทางวิชาการ เพื่อทำความเข้าใจหรือหาความรู้เกี่ยวกับปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งว่า ปรากฏการณ์นั้นมีธรรมชาติเป็นอย่างไร ทำไมสิ่งต่าง ๆ ในปรากฏการณ์นั้นจึงเป็นอย่างที่มันเป็นมีเหตุผลอะไรอยู่เบื้องหลัง

3.3 แนวคิดทฤษฎีในการวิจัย บางทีเรียกว่า “กรอบแนวคิด” (conceptual framework) คือความเชื่อ หรือข้อสรุปเบื้องต้นของนักวิจัยว่าสิ่งที่จะศึกษานั้นน่าจะเป็นอย่างไร ที่มาของแนวคิดทฤษฎีมี 4 ทาง คือ

- 3.3.1 ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ส่วนตัวของนักวิจัย (experiential knowledge)
- 3.3.2 แนวคิดทฤษฎีที่มีอยู่แล้ว (existing theories) ได้จากการทบทวนวรรณกรรม
- 3.3.3 การศึกษานำร่อง (pilot study)
- 3.3.4 ความคิดสร้างสรรค์ (creative thoughts) แนวคิดดีๆ สำหรับการวิจัยบางครั้งเกิดจากความคิดที่มีลักษณะสร้างสรรค์ ไม่ได้เกิดขึ้นโดยฉับพลัน แต่เกิดจากการ “ลองคิดแปลกไปจากที่เคยคิด”

3.4 วิธีการวิจัย (method) คือ สิ่งที่เราจะลงมือทำจริงๆ ในการวิจัย วิธีการหลัก ๆ ของการวิจัยเชิงคุณภาพ มี 6 รูปแบบ คือ (1) การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (Ethnographic study) (2) การวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology study) (3) การศึกษาเฉพาะกรณี (Case study method) (4) การวิจัยชีวประวัติบุคคล (Biographical study) (5) การวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (Grounded theory study) (6) การวิจัยแบบสนทนากลุ่ม (Focus group study) รายละเอียดของแต่ละรูปแบบ ศึกษาเพิ่มเติมหัวข้อวิจัย สัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับประเด็นวิจัย

**ผลงานชิ้นนี้คัดลอกมา จากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์**

#### 4. การเลือกตัวอย่าง

ในการวิจัยทางสังคมศาสตร์มีวิธีการได้มาของกลุ่มตัวอย่างหลัก ๆ อยู่ 2 แบบ คือ

4.1 แบบสุ่มโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability sampling)

4.2 การเลือกตัวอย่างแบบยึดจุดมุ่งหมายของการศึกษาเป็นหลัก ซึ่งเป็นการเลือกแบบไม่มีโครงสร้างที่เคร่งครัด มีขั้นตอนและวิธีดำเนินการที่ไม่ซับซ้อน

จุดมุ่งหมายหลักของการเลือกตัวอย่างแบบนี้ไม่ใช่เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทน แต่เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เหมาะสมกับแนวคิด จุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่ง

การเลือกใครก็ตามเป็นผู้ให้ข้อมูลก็เพราะเขาเหล่านั้นมีข้อมูลจะบอกเราได้มากมาย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวิจัยของเรา เราเรียกคน เหล่านั้นว่า Key informants เราเลือกสถานที่แห่งหนึ่งหรือหลายแห่งมาทำวิจัยเพราะเรามั่นใจสถานที่นั้นๆ มีอะไรที่เราจะได้เรียนรู้มากมายเกี่ยวกับเรื่องที่เรายกมา เราเลือกเหตุการณ์หรือกระบวนการอันใดอันหนึ่งมาศึกษา เพราะมีหลักฐานให้เชื่อว่า เหตุการณ์หรือกระบวนการนั้นๆ มีอะไรหลายอย่างที่จะทดสอบแนวความคิดในการวิจัยของเรา กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เราสามารถอธิบายสิ่งที่เราเลือกได้ ทั้งในทางแนวคิด ทฤษฎีและระเบียบวิธีวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่สนองจุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ของการวิจัยเชิงคุณภาพ มี 12 ประเภท ได้แก่

1. ตัวอย่างที่แสดงลักษณะสุดขั้ว ตัวอย่างประเภทนี้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคน หรือกรณีที่ไม่ธรรมดา หรือมีอะไรที่พิเศษกว่ารายอื่น เช่น รายที่ประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวมากเป็นพิเศษ หรือ เด็กอัจฉริยะ
2. ตัวอย่างที่มีประสบการณ์มาก คล้ายกับตัวอย่างประเภทแรกแต่ตัวอย่างนี้ไม่ใช่พวกสุดขั้ว เป็นพวกที่มีความรู้หรือมีประสบการณ์มากกว่าคนทั่วไป การวิจัยเชิงคุณภาพแบบมุ่งตีความหมาย มักเลือกใช้ตัวอย่างประเภทนี้ เช่น ศึกษาการปรับตัวของคนที่ผ่านสงครามมาอย่างโชกโชน คนป่วยด้วยโรคเรื้อรังที่ทรมาณมาเป็นเวลานาน เป็นต้น
3. ตัวอย่างที่ครอบคลุมความหลากหลายในประชากรได้มากที่สุด จุดมุ่งหมายของการเลือกตัวอย่างประเภทนี้อยู่ที่ความต้องการแสดงให้เห็นว่า เรื่องที่เป็นประเด็นของการวิจัย เช่น พฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ มีความแตกต่างอย่างไรในกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะต่างกัน
4. ตัวอย่างที่มีลักษณะเหมือนกัน ในการเลือกตัวอย่างประเภทนี้ นักวิจัยจะมองเฉพาะรายที่มีลักษณะสำคัญบางประการร่วมกัน จุดมุ่งหมายคือเพื่อทำการศึกษาประชากรกลุ่มนั้นอย่างลึกลง เช่น ในการศึกษาครอบครัว นักวิจัยอาจกำหนดเอาเฉพาะครอบครัวที่หัวหน้าเป็นหญิง เพื่อการศึกษาลงลึกลงไปปัญหาและสถานการณ์ของครอบครัวที่มีหญิงเป็นหัวหน้าครัวเรือน เป็นต้น

5. ตัวอย่างที่แสดงลักษณะสำคัญของประชากรทั้งหมด ลักษณะสำคัญในที่นี้ หมายถึงคุณสมบัติเฉพาะอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างที่ประชากรในกลุ่มเป็น คุณลักษณะที่เหมือนกัน เช่น การรักชาติ ทรวงตรงให้ขอบบางอยู่เสมอเป็นลักษณะเด่นของนางแบบ เป็นต้น

6. ตัวอย่างที่เป็นเกณฑ์สำหรับตัดสินกรณีอื่นๆ ตัวอย่างประเภทนี้มักมีลักษณะสำคัญบางอย่างที่ช่วยให้เราอนุมานเกี่ยวกับกรณีอื่นๆ ได้ ทำนองว่า “ถ้าเรื่องนี้เป็นจริงสำหรับกลุ่มประชากรนี้ กลุ่มอื่นๆ ก็ไม่ต้องพูดถึง” หรือ “ถ้ากลุ่มนี้มีปัญหาในเรื่องนี้กลุ่มอื่น ๆ ก็น่าจะมีด้วย” เช่น ในการศึกษาความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวและการใช้วิธีการคุมกำเนิดในกลุ่มตัวอย่างที่ยังเป็นโสด

7. ตัวอย่างที่เลือกจากการแนะนำต่อ ๆ กันไป กลุ่มตัวอย่างประเภทนี้ถูกเลือกมาโดยทางอ้อม คือ นักวิจัยไม่ได้ติดต่อกับประชากรเป้าหมายโดยตรงในเบื้องต้น ใช้กรณีที่นักวิจัยมีความรู้

จำกัดเกี่ยวกับประชากรที่ศึกษา รู้แต่เพียงว่าต้องการข้อมูลในเรื่องอะไรบ้างเท่านั้น อาจใช้วิธีถามใครก็ได้ที่คิดว่าน่าจะมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งข้อมูล เช่น ถามว่า “ใครในตำบลนี้ที่มีความรู้เรื่อง... ดีบ้าง?” เมื่อได้ชื่อมาสักหนึ่งคน ก็ตามไปถามคนนั้นแบบเดียวกัน ต่อไปเรื่อย ๆ ในจำนวนนี้คนที่คนอื่นเอ่ยชื่อมากที่สุดมักจะมีจำนวนมาก ซึ่งจะเป็นคนที่เป็แหล่งข้อมูลที่น่าจะดีที่สุด

8. ตัวอย่างที่ไม่เข้าเกณฑ์กำหนด เหตุผลของการเลือกตัวอย่างประเภทนี้ คือ ต้องการที่จะศึกษาว่า เพราะเหตุใดหน่วยงานหรือองค์กรบางแห่งจึงไม่สามารถทำงานได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดในเรื่องที่สำคัญเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เกณฑ์ที่ว่านี้ อาจเกี่ยวกับการประกันคุณภาพ คือ เป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตัวอย่างแบบนี้มีประโยชน์ในการวิจัยเพื่อการติดตามและประเมินผล

9. ตัวอย่างที่สนับสนุนและหักล้างข้อค้นพบในการศึกษา หลังจากเก็บข้อมูลในภาคสนามไประยะหนึ่งของการวิจัยเชิงคุณภาพ นักวิจัยอาจเริ่มได้คำตอบของสิ่งที่ต้องการค้นหาบางอย่าง แต่คำตอบนั้นจะยังไม่เป็นที่มั่นใจจนกว่าจะได้ผ่านการยืนยัน หรือทดสอบ โดยข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ต่างออกไป

10. ตัวอย่างที่มีความสำคัญทางารเมือง ตัวอย่างประเภทนี้อาจเป็นสถานที่ หรือบุคคลที่มีความสำคัญทางารเมือง

11. ตัวอย่างเพื่อพิสูจน์ทฤษฎี-คุณสมบัตินองตัวอย่างแบบนี้จะถูกกำหนดโดยทฤษฎีที่ต้องการพิสูจน์ นักวิจัยจะมองหาบุคคลหรือเหตุการณ์ที่เหมาะสมที่จะพิสูจน์ทฤษฎีเท่านั้น ที่ว่าเหมาะสมหมายความว่าอาจเป็นตัวอย่างที่มายืนยันหรือท้าทายแนวคิดในทฤษฎีนั้นหรือทั้งสองอย่าง

12. ตัวอย่างที่จะจงเลือกมาจากประชากรที่แบ่งเป็นช่วงชั้น (stratified) ใช้หลักการเกี่ยวกับการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ แต่ไม่ได้มุ่งความหมายเป็นตัวแทน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีขนาดเล็ก และเลือกตัวอย่างเอาตามความเหมาะสมกับจุดมุ่งหมายและคำถามในการวิจัย

## 5. วิธีการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยเชิงคุณภาพมีวิธีการเก็บข้อมูลหลายแบบ ให้เลือกตามความเหมาะสมของข้อมูลที่ต้องการและตามลักษณะของประชากรเป้าหมายในการเก็บข้อมูล จะใช้วิธีเดียวหรือหลายวิธีก็ได้ เช่น การรวบรวมเอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก(แบบไม่มีโครงสร้าง เครื่องครัด) การสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม และการสนทนากลุ่ม ซึ่งรายละเอียดจะกล่าวพอสังเขป ดังนี้

5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เป็นการรวบรวมขั้นแรกเมื่อเริ่มทำการวิจัยโดยนักวิจัยจะต้องศึกษาผลงานที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียด เพื่อนำมาประกอบการวิจัย การศึกษาเอกสารจะช่วยในการกำหนดประเด็นและตัวแปรที่จะศึกษา กำหนดแนวคิดนำ รวมทั้งนำมาใช้ในการวิเคราะห์ ถ้าไม่ทำการศึกษาจากเอกสาร

## 5.2 การสังเกต (Observation) การสังเกตในวิจัยเชิงคุณภาพมี 2 แบบ คือ

5.2.1 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participation observation) คือ การสังเกตที่ผู้สังเกตเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับกลุ่มคนที่ศึกษา มีการกระทำกิจกรรมด้วยกันจนกระทั่งเข้าใจความรู้สึกนึกคิดและความหมายที่คนเหล่านั้นให้ต่อปรากฏการณ์ทางสังคมที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งเมื่อสังเกตแล้วจะต้องมีการซักถามและการจดบันทึกข้อมูล (Note taking) ด้วย

5.2.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (non-participation observation) คือ การสังเกตที่ผู้สังเกตไม่ได้เข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับหรือกิจกรรมกับกลุ่มคนที่ศึกษา โดยไม่ต้องทำให้ผู้ถูกสังเกตเห็นหรือรับรู้สื่กรบกวนเพราะอาจทำให้พฤติกรรมผิดไปจากปกติได้

ซึ่งอาจใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในระยะแรกของการวิจัยแล้วใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมในระยะหลัง การสังเกตโดยปกติมีสิ่งที่จะต้องสังเกตอยู่ 6 ประการ ได้แก่

1. การกระทำ คือ การใช้ชีวิตประจำวัน การรับประทานอาหาร การปฏิบัติภารกิจอื่น ๆ ในชีวิตประจำวัน
2. แบบแผนการกระทำ คือ การกระทำหรือพฤติกรรมที่เป็นกระบวนการมีขั้นตอนจนเป็นแบบแผน ซึ่งให้เห็นสถานภาพ บทบาทและหน้าที่ของสมาชิก
3. ความหมาย คือ การให้ความหมายของกระทำหรือแบบแผนพฤติกรรม
4. ความสัมพันธ์ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชุมชนหรือสังคมนั้น
5. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสมาชิก คือ การที่บุคคลยอมร่วมมือในกิจกรรมนั้น ๆ

6. สภาพสังคม คือ ภาพรวมทุกแง่ทุกมุมที่สามารถประเมินได้

5.3. การสัมภาษณ์ (Interview) การสัมภาษณ์เป็นการเจาะลึกประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยสนใจ อาจใช้สัมภาษณ์เป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มก็ได้ มีหลายประเภท อาจแบ่งได้ดังนี้

### ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

5.3.1 การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (formal interview) หรือการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เป็นการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยได้เตรียมคำถามและข้อกำหนดไว้แน่นอนตายตัว โดยปกตินักวิจัยเชิงคุณภาพมักจะไม่ใช่วิธีการนี้เป็นหลัก เพราะไม่ได้ช่วยให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและครอบคลุมเพียงพอโดยเฉพาะในแง่ของวัฒนธรรม ความหมายและความรู้สึกนึกคิด

5.3.2 การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) มักจะใช้ควบคู่ไปกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้เห็นภาพและเข้าใจปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรม โดยเตรียมคำถามกว้าง ๆ มาล่วงหน้า การสัมภาษณ์แบบนี้อาจแบ่งออกได้อีก คือ การสัมภาษณ์โดยเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) การตะล่อมกล่อมเกลา (probe) เป็นการซักถามที่ล้วงเอาส่วนลึกของความคิดออกมา และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant interview) โดยกำหนด

ตัวผู้ตอบบางคนแบบเจาะจงเพราะมีข้อมูลที่ดี ลึกซึ้ง กว้างขวางเป็นพิเศษ รวมถึงการเงี่ยหูฟัง (eavesdropping) จากคำสนทนาของผู้อื่นโดยผู้วิจัยไม่ต้องตั้งคำถามเองก็เป็นเทคนิคของการวิจัยเชิงคุณภาพอีกอย่างหนึ่ง ตลอดจนการสนทนากลุ่ม (focus group discussion) โดยการจัดกลุ่มสนทนา ประมาณ 8 - 12 คน ที่มีคุณลักษณะบางประการคล้ายคลึงกัน ในการสัมภาษณ์มีขั้นตอนที่สำคัญ คือ การแนะนำตัว การสร้างความสัมพันธ์ การบันทึกคำตอบ การใช้ภาษา ตลอดจนเวลาและสถานที่ที่ใช้สัมภาษณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามในการวิจัยเชิงคุณภาพ นอกจากจะใช้วิธีการสังเกตและสัมภาษณ์แล้ว ยังมีวิธีอื่น ๆ ที่ประยุกต์มาจากวิธีสังเกตและสัมภาษณ์ เช่น เทคนิค Life History Collection และเทคนิค Focus Group Discussions

5.3.2.1 Life History Collection เป็นเทคนิคในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพที่พัฒนามาจากการสัมภาษณ์ การทำ Life History Collection แตกต่างจากการทำอัตชีวประวัติที่จะเล่าไปอย่างอิสระตามเวลาตามลำดับเหตุการณ์ แต่จะมีประเด็นที่น่าสนใจในแต่ละกรณีศึกษา ที่ศึกษาแล้วเราก็เข้าไปสัมภาษณ์พูดคุยในเรื่องต่าง ๆ เข้าไปศึกษาหลาย ๆ กรณีศึกษา ยิ่งมากยิ่งดี ถ้าเวลาน้อยจะศึกษาโดยเลือกกรณี key informant ซึ่งจะมีก็คนก็ได้ การให้เขาเล่านั้นในรอบแรกจะ让他เล่าให้ฟัง นักวิจัยจะฟังอย่างเฉยๆ เมื่อผ่านไปประมาณครึ่งชั่วโมงจึงค่อยตะล่อมเข้าเรื่องและประเด็นที่ต้องการ (โดยสัมภาษณ์และใช้วิธีบันทึกมาไว้) แล้วเอาสิ่งที่บันทึกไว้ทั้งหมด มาสรุปเป็นประเด็นที่สำคัญ บรรยายภาคของการใช้เทคนิคนี้ต้องไม่เป็นทางการมากที่สุด เป็นธรรมชาติมากที่สุด

5.3.2.2 Focus Group Discussions เป็นเทคนิคซึ่งประยุกต์มาจากการสัมภาษณ์ ที่นิยมนำมาใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพมักเป็นการสัมภาษณ์ในประเด็นเกี่ยวพันกับข้อเท็จจริงหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป จุดประสงค์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการอภิปรายขนาดของกลุ่มมักจะมีประมาณ 5-6 คน เพราะถ้ากลุ่มเล็กเกินไป จะไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการอภิปราย แต่ถ้ากลุ่มใหญ่เกินไปก็อาจจะกระทำไม่ได้ไม่ทั่วถึง ประเด็นที่อภิปรายจึงมักมีจำนวนไม่มากเกินไป ผู้ดำเนินการ (moderator) จะมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้คนในกลุ่มพูดไปประเด็นที่ถนัดไปข้อที่ถนัดคือ กลุ่มที่เราเลือกทำ Focus Group Discussions ควรทราบเรื่องนั้นจริง ๆ สถานภาพของสมาชิกในกลุ่มน่าจะใกล้เคียงกัน ผู้ดำเนินการควรปล่อยให้กลุ่มสรุปประเด็นของการสัมภาษณ์ หรือยืนยันในข้อมูลที่ให้ก่อนการจบการสนทนา

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการ นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาเก็บให้เป็นระบบระเบียบให้ความหมายกับข้อมูล จัดหมวดหมู่ ความหมายของข้อมูล วิเคราะห์และสรุปรวบรวมความหมายซึ่งก่อนวิเคราะห์ ควรมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ เรียกว่า “การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Triangulation) (Denzin1970) โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) จะเน้นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ นั้นมีความเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งถ้าทุกแหล่งข้อมูลพบว่าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (investigator triangulation) จะเน้นการตรวจสอบจากผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลต่างคนกันว่า ได้ค้นพบที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งถ้าผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลทุกคนพบว่าข้อค้นพบที่ได้มามีความเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (theory triangulation) จะเน้นการตรวจสอบว่าถ้ามีการใช้ทฤษฎีที่หลากหลายแล้ว ข้อมูลที่ได้มาเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ถ้าผู้วิจัยพบว่าไม่ว่าจะนำทฤษฎีใดมาใช้ ได้ข้อค้นพบที่เหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คือเป็นการ

1. จัดระบบสิ่งที่ผู้วิจัยได้เห็น ได้ยินและได้อ่าน เพื่อให้เข้าใจความหมายในสิ่งที่ได้เรียนรู้ ในการจัดการกับข้อมูล นักวิจัยใช้วิธีการขยาย อธิบาย ตั้งสมมติฐาน สร้างทฤษฎี และเชื่อมโยงสิ่งที่ศึกษาไปยังเรื่องอื่นๆ ในการที่จะทำเช่นนั้น ได้นักวิจัยจะต้องจัดประเภท สังเคราะห์ ค้นหาแบบแผน และตีความข้อมูลที่รวบรวมมา

2. การวิเคราะห์ข้อมูลไม่ใช่ขั้นสุดท้ายของกระบวนการวิจัย และไม่ได้เป็นขั้นตอนหนึ่งที่แยกออกมาจากขั้นตอนอื่นๆ ในกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพนักวิจัยจึงต้องวิเคราะห์ข้อมูลตลอดทุกขั้นตอนของการวิจัย และต้องวิเคราะห์ข้อมูลกลับไปกลับมาหลายครั้งจนกว่าจะได้สิ่งที่ต้องการศึกษาครบถ้วนจนสามารถนำเสนอผลการวิจัยได้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น แบบสอบถามปลายเปิด การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ มาทำการวิเคราะห์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ มีเทคนิคที่สำคัญ ดังนี้

### ผลงานวิจัยเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัย

1. การจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy) เป็นการนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบ เช่น ข้อมูลหมวดบุคลากร ข้อมูลหมวดงบประมาณ ข้อมูลหมวดวัสดุอุปกรณ์ ข้อมูลหมวดงบประมาณ เป็นต้น

2. การวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น มาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปร่วมกันของเรื่องนั้น

3. การเปรียบเทียบเหตุการณ์ (Constant Comparison) เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาไปเทียบเคียงหรือเปรียบเทียบกับเหตุการณ์อื่น เพื่อหาความเหมือนและความแตกต่างกันที่เกิดขึ้น เช่น เปรียบเทียบหน่วยงานหนึ่งกับอีกหน่วยงานหนึ่งที่ประสบผลสำเร็จทางการบริหาร เป็นต้น

4. การวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Componential Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้มา

ทำการวิเคราะห์ออกให้เห็นเป็นส่วน ๆ เช่น วิเคราะห์การบริหารงานขององค์การออกเป็น 7 หมวดตามกรอบของ PMQA เป็นต้น

5. การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร (Content Analysis) เป็นการนำเอกสารหรือหลักฐานต่าง ๆ มาวิเคราะห์ให้เห็นว่า มุ่งพรรณนาและอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น วิเคราะห์การปกครองสมัย พ.ศ.2475 จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

6. การวิเคราะห์สาเหตุและผล (Cause and Effect Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้ มาวิเคราะห์ให้เห็นว่าจากผลมาจากเหตุ คือ วิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้น ย้อนกลับมาให้เห็นว่าเกิดมาจากเหตุปัจจัยใดบ้าง หรือวิเคราะห์เหตุไปหาผล คือ วิเคราะห์จากเหตุไปหาผล คือ วิเคราะห์ให้เห็นว่าเมื่อเหตุนี้เกิดขึ้น ได้นำไปสู่ผลที่เกิดขึ้นอะไรบ้าง กลุ่มตัวอย่างที่เราศึกษามีเหตุมีผลและใช้ได้เพียงใด

ความถูกต้องตรงประเด็นของการวิจัย แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. ความถูกต้องตรงประเด็นภายใน คือ ถูกต้องตามความจริงของปรากฏการณ์ หรือประเด็นที่ศึกษานั้นคือการวิจัยเสนอภาพของสิ่งนั้น ได้อย่างสมบูรณ์ ไม่คิดไปจากความจริงของสิ่งนั้น

2. ความถูกต้องตรงประเด็นภายนอก คือ ผลของการศึกษา (ข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะ) สามารถนำไปใช้กับที่อื่นได้

ความถูกต้องตรงประเด็น อาจจำแนกเป็น 4 ชนิด คือ ความถูกต้องตรงประเด็นในเรื่องของการ

1. พรรณนา (นักวิจัยบอกเล่าเกี่ยวกับปรากฏการณ์ได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด)
2. ดีความข้อมูล
3. เป็นไปตามทฤษฎี
4. นำผลไปใช้กับที่อื่น เวลาอื่น

### วางแผนวิธีดำเนินการวิจัยที่ปฏิบัติ

สรุป แนวคิดหลักที่สำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพให้มีความสำคัญมากที่สุดคือ ตัวผู้วิจัยเอง เนื่องจากผู้วิจัยจะทำหน้าที่เป็นผู้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล บันทึกข้อมูลที่ได้ ซึ่งจะเป็นผู้ที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้ทั้งหมดด้วยตนเองแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิเคราะห์ข้อมูลจะต้องมีความรอบรู้ในเรื่องแนวคิดทฤษฎีที่ต้องการศึกษาอย่างกว้างขวาง สามารถสร้างข้อสรุปเป็นกรอบแนวคิดและเปลี่ยนแปลงแนวทางที่จะตีความหมายข้อมูลได้หลาย ๆ แบบ และจะต้องอ่านทบทวนข้อมูลทั้งหมดในทุกชั้นคอนเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ถูกต้องและสมบูรณ์ที่สุด ตลอดจนสามารถสรุปได้ องค์ประกอบที่สำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูลก็คือตัวข้อมูล เนื่องจากการวิเคราะห์ในเชิงนี้ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้มาว่ามีความหลากหลายและอึมครึมหรือไม่ หมายความว่าตัวข้อมูลนั้นสามารถอธิบายปรากฏการณ์นั้น ๆ ได้เป็นอย่างดีครบถ้วนสมบูรณ์



## 7. การพิจารณาการวิจัยเชิงคุณภาพ

การพิจารณาว่าหัวข้อเรื่องที่กำหนดเหมาะสมกับการวิจัยเชิงคุณภาพหรือไม่

พิจารณา 3 ประการ

1. เนื้อหาของเรื่องที่จะทำการวิจัย นักวิจัยต้องตอบคำถาม ให้ได้ว่า เนื้อหาของสาระที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องอะไร

2. นักวิจัยต้องเข้าใจอย่างดีว่า วิธีการเชิงคุณภาพใช้ ได้ดีกับเรื่องประเภทไหน คำถามการวิจัยประเภทใด นักวิจัยต้องตอบคำถามตนเองว่า วิจัยเรื่องนี้ ข้อมูลประเภทไหนเหมาะสมที่สุด เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณ

3. วิธีการเชิงคุณภาพมีข้อได้เปรียบและข้อจำกัดในการดำเนินการอย่างไรบ้าง เหมาะที่จะเก็บรวบรวมด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ หรือ เชิงปริมาณ

### 8. รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ มี 6 รูปแบบ คือ (1) การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (2) การวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา (3) การศึกษาเฉพาะกรณี (4) การวิจัยเชิงประวัติบุคคล (5) การวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (6) การวิจัยแบบกลุ่มย่อย ซึ่งแต่ละรูปแบบมีรายละเอียดแตกต่างกัน ดังนี้

#### 8.1 การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (Ethnographic study)

ตามพจนานุกรมศัพท์การวิจัยและสถิติ ศุภกิจ วงศ์วิวัฒน์นุกิจ กล่าวว่า Ethnography หมายถึง การศึกษาทางชาติวิทยา การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา เป็นแนวทางหนึ่งในการวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งอธิบาย และตีความข้อมูลทางสังคม เจตคติ ความเชื่อ ความรู้สึก วัฒนธรรม และพฤติกรรมของมนุษย์ โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลหลาย ๆ วิธีในทุกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น นักวิจัยต้องแฝงตัวลงเข้าไปคลุกคลีอยู่กับประชากร ในชุมชนหรือท้องถิ่นที่ต้องการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม และวิถีการดำเนินชีวิตที่เป็นปัจจัยหลักกันให้เกิดการแสดงออกของความรู้สึกและพฤติกรรมต่าง ๆ ของประชากรบนได้ก่อนเก็บข้อมูลที่จะนำไปวิเคราะห์ ให้ได้ผล สรุปผล หรือสร้างเป็นทฤษฎีเพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมทางวัฒนธรรมของประชากรได้ โดยทั่วไปการศึกษาทาง

ชาติวิทยาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ระดับมหัพภาค (macro ethnography) ที่เน้นถึงวัฒนธรรมในภาพกว้าง

2. ระดับจุลภาค (micro ethnography) ที่เน้นวัฒนธรรมที่แคบลงมาในขนาดประชากรที่น้อยลง หรืออาจเป็นการศึกษาเฉพาะกรณีในหน่วยงานก็ได้

ชาย โพธิสิตา ได้รวบรวมคำนิยามของ ชาติพันธุ์วรรณา ไว้หลายประเด็นดังนี้ สำหรับ Creswell (1998) เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งการพรรณาและตีความพฤติกรรมของกลุ่มคน รวมถึงระบบทางสังคมหรือทางวัฒนธรรม ในศึกษานั้นนักวิจัยมุ่งทำความเข้าใจแบบแผน

พฤติกรรมทางสังคมวัฒนธรรม ขนบประเพณี และวิถีชีวิตของกลุ่มคนในสังคมหรือวัฒนธรรมนั้น นักวิจัยอาจใช้เทคนิคสำหรับเก็บข้อมูลหลายแบบ แต่วิธีหลักคือการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participatory observation) โดยนักวิจัยเองเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บข้อมูล

LeCompte and Schensul (1999a) เห็นว่า ชาติพันธุ์วรรณา เป็น “วิธีการศึกษาชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน สถาบัน รวมถึงกลุ่มหรือองค์กรในรูปแบบอื่น ๆ วิธีการนี้มีลักษณะเป็นวิทยาศาสตร์ เป็นการค้นคว้าหาข้อเท็จจริง ใช้ตัวนักวิจัยเป็นเครื่องมือหลักในการรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีเก็บข้อมูลที่เคร่งครัดเพื่อหลีกเลี่ยงอคติและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ให้ความสัมพันธ์กับความคิดความเห็นของประชาชนผู้ให้ข้อมูล ใช้วิธีดำเนินการวิจัยแบบอุปนัย สร้างทฤษฎีขึ้นจากท้องถิ่นที่ศึกษาเพื่อทำการทดสอบและปรับใช้ภายในท้องถิ่นและกับที่อื่น

Stewart (1998) กล่าวถึงลักษณะสำคัญที่ประกอบด้วย การใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม เป็นวิธีการเก็บข้อมูล เป็นการวิจัยที่เน้นความเป็นองค์รวม เป็นการวิจัยที่ให้ความสำคัญแก่บริบท รวมทั้งมีการพรรณนาและวิเคราะห์ที่เน้นปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคมเป็นตัวแปรสำคัญ

#### 8.1.1 ลักษณะสำคัญของวิธีการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา

ลักษณะสำคัญของวิธีการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาที่ต่างจากวิธีการเชิงคุณภาพแบบอื่น หรืออาจเรียกว่าลักษณะพิเศษของชาติพันธุ์วรรณา คือ

8.1.1.1 ใช้ประโยชน์จากโมทัศน์ทางวัฒนธรรมเป็นแนวคิดหลักในการอธิบายและการตีความผลการศึกษา

8.1.1.2 ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมเป็นวิธีการหลักในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยอยู่ใกล้ชิดกับกลุ่มชนที่ตนศึกษาเป็นเวลานาน ๆ เพื่อซึมซับทำความเข้าใจในวิถีชีวิต ความคิดเห็นของกลุ่มชนนั้น ๆ เสมือนว่าตนเป็นสมาชิกของกลุ่มชนที่ตนศึกษา เรียกว่าเป็น “คนใน” มากกว่า “คนนอก”

### ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

8.1.1.3 ให้ความสำคัญเป็นองค์รวมกับ บริบท รูปแบบ การเรียนรู้ว่าบุคคล สังคม วัฒนธรรม อันใดอันหนึ่งเป็นหน่วยบูรณาการประกอบด้วยหลายส่วน มีหลายมิติ และแต่ละส่วนแต่ละมิติ มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน นัยที่สอง คือ การทำความเข้าใจสิ่งที่ตนศึกษา ต้องเข้าใจอย่างเป็นองค์รวม ไม่ศึกษาเฉพาะมิติใดมิติหนึ่ง และการอธิบายใช้ทั้งความกว้างและความลึกของประเด็น โดยนัยแล้ว คือ นักวิจัยต้องเก็บข้อมูลหลากหลายชนิด และอธิบายประเด็นที่ศึกษาจากมุมมองของแนวคิดหลายแบบ

8.1.1.4 ให้ความสำคัญอย่างมากแก่บริบท ปัจจัยที่เป็นสภาพแวดล้อมหรือภูมิหลัง ทั้งสภาพแวดล้อมกายภาพ สังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ การเมือง ฯลฯ เพื่อใช้ในการทำความเข้าใจประเด็นที่ศึกษาเพราะพฤติกรรมของบุคคล กลุ่มคน จะมีความหมายภายใต้บริบทเฉพาะแห่งเท่านั้น

8.1.1.5 ใช้วิธีการเก็บข้อมูลหลายแบบและใช้ข้อมูลหลายด้าน ซึ่งเป็นผลมาจาก

ข้อ 3 และ เหตุเพราะต้องเฝ้าสังเกตพฤติกรรมและเก็บข้อมูลในชุมชนเป็นเวลานาน ๆ จึงเป็นโอกาสที่จะได้รวบรวมข้อมูลทุกประเภทที่เข้าข่ายจากทุกแหล่งที่เป็นไปได้ และใช้ทุกวิธีที่จำเป็น ดังนั้นนักวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา ต้องมีทักษะในวิธีการเก็บข้อมูลหลาย ๆ แบบ และสามารถจัดการข้อมูลได้หลาย ๆ ประเภท

#### 8.1.2 การเลือกตัวอย่างของวิธีการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา

โดยทั่วไปการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง คือ สรรหาตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับเรื่องที่ศึกษา นั่นคือ ตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลได้หลากหลาย เพียงพอ และเอื้อต่อการวิเคราะห์และนำไปสู่ความเข้าใจประเด็นที่ศึกษา ไม่ว่าจะเป็ข้อมูลเชิงสนับสนุน หรือ เซึ่งโต้แย้ง สิ่งที่จะเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกตัวอย่างในการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา มีดังนี้

8.1.2.1 คำถามในการวิจัยที่นักวิจัยต้องการหาคำตอบ โดยพิจารณาว่าผู้ให้ข้อมูลจะต้องมีลักษณะอย่างไรจึงจะเหมาะสม

8.1.2.2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อทบทวนถึงกลุ่มตัวอย่างว่าควรมีลักษณะอย่างไรจึงจะให้ข้อมูลที่ต้องการ ได้ดีที่สุด

8.1.2.3 กรอบแนวคิดทฤษฎีในการวิจัย จะเป็นสิ่งที่กำหนดให้หาผู้ให้ข้อมูลที่มีคุณสมบัติจึงจะได้ข้อมูลตามที่ต้องการ

เมื่อนักวิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้แล้ว จำเป็นต้องทำความรู้จักประชากรสถานที่ ปรากฏการณ์ที่อยู่ในขอบเขตของสิ่งที่ศึกษา โดยการศึกษาจากเอกสาร สนทนากับผู้รู้ ติดต่อหาข้อมูลเบื้องต้น การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง สนับสนุนการวิจัยเชิงคุณภาพที่ต้องศึกษาอย่างเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก ซึ่งจำเป็นต้องเกี่ยวกับความเป็นไปได้ ความสะดวก เวลา และทรัพยากรของนักวิจัย โดยนักวิจัยต้องใช้ความรู้ และวิจารณญาณของตนเองในการตัดสินใจ

เมื่อเลือกตัวอย่างแล้วจะเริ่มกระบวนการเก็บข้อมูล นักวิจัยอาจเลือกผู้ให้ข้อมูลเป็นกรณีพิเศษที่เหมาะสมกับแต่ละเรื่องอีกก็ได้ ผู้ให้ข้อมูลเรียกว่า Key Informants คือผู้ทรงความรู้ ประสบการณ์ ผู้วิจัยอาจเลือกตัวอย่างบางรายมาทำการศึกษาเป็นกรณีพิเศษ ซึ่งควรเลือกที่มีลักษณะเด่นชัดทั้งในเชิงสนับสนุนและเชิงแย้งกับข้อสรุปของผู้วิจัย และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ ได้ชัดเจนกว่ารายอื่น ๆ การเลือกตัวอย่างกรณีพิเศษ ควรเลือกให้กระจายและครอบคลุมความหลากหลายของประชากรเป้าหมาย โดยมุ่งหวังความเป็นตัวแทนที่ดีและเพื่อความหลากหลายของตัวอย่างด้วย

#### 8.1.3 วิธีการเชิงชาติพันธุ์วรรณา

วิธีการเชิงชาติพันธุ์วรรณา เหมาะที่จะใช้กับสถานการณ์และวัตถุประสงค์

ต่อไปนี้เป็น

8.1.3.1 ใช้เมื่อต้องการหาความรู้ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน เกี่ยวกับชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยเฉพาะในด้านวิถีชีวิต สังคมและวัฒนธรรม เช่น กลุ่มคนเลี้ยงช้าง เป็นต้น

8.1.3.2 ใช้เมื่อต้องการค้นหาหรือแสวงหาประเด็นใหม่ ๆ ของเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ยังไม่มีการเปิดเผยมาก่อน เช่น ผลกระทบทางเทคโนโลยีที่มีต่อสถาบันครอบครัว เป็นต้น

8.1.3.3 ใช้เมื่อต้องการหาคำตอบสำหรับพฤติกรรม เหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ที่ยังไม่เข้าใจ หรือเมื่อคำอธิบายที่มีอยู่ยังไม่เป็นที่น่าพอใจ ใช้เจาะจงปัญหาเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

8.1.3.4 ใช้เพื่อประเมินโครงการ ในลักษณะที่ต้องการทราบผลเชิงคุณภาพและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ เช่น โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค เป็นต้น

8.1.3.5 ใช้ร่วมกับวิธีการเชิงปริมาณ ซึ่งสามารถใช้ร่วมกันได้ใน 3 ลักษณะ คือ แบบที่ 1 ใช้ก่อนที่จะเริ่มการสำรวจ เพื่อหาประเด็นที่จะตั้งคำถามการวิจัย ตั้งสมมติฐาน หรือเพื่อหาความรู้เบื้องต้นสำหรับสร้างแบบสอบถามการวิจัย

แบบที่ 2 ใช้หลังจากการสำรวจเมื่อพบว่าข้อค้นพบบางอย่างจากการสำรวจเชิงปริมาณ ไม่สามารถอธิบายรายละเอียดสิ่งที่ปรากฏได้

แบบที่ 3 ใช้ร่วมกับวิธีการเชิงปริมาณในประเด็นที่ไม่เหมาะสมจะใช้วิธีการเชิงปริมาณเพื่อทำความเข้าใจในระดับลึก

8.1.4 ข้อจำกัดของการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา

ข้อจำกัดของวิธีการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา มีดังนี้

8.1.4.1 การใช้บันทึกทางวัฒนธรรม สังคม เป็นหลักในการวิเคราะห์

ตีความ ผู้วิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ทางมนุษยวิทยาวัฒนธรรมเป็นอย่างดี ซึ่งสามารถค้นคว้าหาอ่านได้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและทำความเข้าใจกับวัฒนธรรมนั้นๆ

**พลังในวิธีอันนี้ที่ชื่อว่า ประโยชน์ปรีชาญาณ**

8.1.4.2 การเก็บข้อมูลภาคสนามต้องใช้เวลานาน อาจใช้เวลา 6 เดือน 1 ปี หรือมากกว่าในการทำวิจัยภาคสนาม และผู้วิจัยมักจะทำคนเดียวโดยต้องทำงานแบบโคดเคียว และมีโอกาสที่จะถูกกลืนเข้ากับชุมชนที่ศึกษาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง จนทำให้การวิจัยไม่สำเร็จหรือต้องลดความเข้มงวดของการวิจัยลง จึงส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานวิจัยที่หย่อนกว่าที่ควรจะเป็น

8.1.4.3 ข้อมูลที่มีหลากหลาย ทั้งด้านจำนวนและชนิดของข้อมูล ทำให้ยากแก่การวิเคราะห์ หากนักวิจัยมีประสบการณ์น้อยหรือไม่มีเครื่องมือช่วย การจัดระเบียบข้อมูลจึงเป็นเรื่องน่าเบื่อ และใช้เวลานาน ปัจจุบันถึงแม้จะมีเครื่องมือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วย ก็ยังไม่ใช้งานง่าย เพราะผู้วิจัยจะต้องอ่าน แล้วทำการวิเคราะห์ สรุปผลด้วยตนเองทั้งสิ้น

## 8.2 การวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology study)

8.2.1 ลักษณะสำคัญของการวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา(ชาย โพรทิสตา 2549 : 189-191) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพรูปแบบหนึ่งที่อาศัยแนวความคิดและโลกทัศน์จากปรัชญาปรากฏการณ์วิทยาเป็นเครื่องมือในการศึกษาปรากฏการณ์และประสบการณ์ของมนุษย์ปรากฏการณ์วิทยาเป็นปรัชญาหรือทัศนคติต่อภาวะการณ์มีอยู่ ดำรงอยู่ของมนุษย์ ไม่ใช่วิธีการวิจัย แต่ถูกนักวิจัยนำมาใช้เสมือนว่าเป็น “วิธีการ” เพื่อศึกษาปรากฏการณ์ที่ชีวิตที่บุคคลได้ประสบมา (lived experience) การวิจัยแบบนี้มุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบมาเป็นหลัก ปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ในชีวิตที่นักวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยาศึกษาเป็นอะไรก็ได้ที่นักวิจัยเห็นว่ามีความน่าสนใจหรือมีประโยชน์ในเชิงปฏิบัติการต่าง ๆ เช่น การได้เป็นแม่ (มีครรภ์ มีบุตร) การใช้ชีวิตของนักบวช การใช้ชีวิตเป็นทหารเกณฑ์ การเจ็บป่วย การถูกกระทำทางเพศ ฯลฯ โดยสรุปคือ เป็นเรื่องธรรมดา หรือไม่ธรรมดาในชีวิตของคน อาจสะท้อนอารมณ์ (เศร้า เหงา โกรธ เสียใจ) หรือประสบการณ์ที่ทำให้ผิดหวัง สูญเสีย หรือสมหวัง หรือเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ (แต่งงาน หย่า พักผ่อนจาก ฯลฯ) การวิจัยนี้ให้ความสำคัญคือ ความหมายในทัศนะของผู้ที่ได้ประสบการณ่นั้น เป็นหน่วยสำคัญของกรวิจัยแบบนี้ คือการหาคำตอบ สำหรับคำถามว่า “การได้ประสบกับเหตุการณ์นั้น มีความหมายอย่างไรสำหรับผู้ที่ได้ประสบนั้น หรือประสบการณ์ในเรื่องนั้นมีความหมายอย่างไรสำหรับผู้ที่ได้ประสบนั้นมาแล้วหรือกำลังประสบมันอยู่”

การวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา อาศัยแนวคิดและทัศนะจากปรัชญาปรากฏการณ์วิทยา(Phenomenology) โดย ปรากฏการณ์วิทยา หมายถึง การศึกษาว่าคนเราบอกหรือบรรยายเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่างๆ ที่ตนประสบได้ด้วยคำวิเคราะห์ การรับรู้ และความหมายของสิ่งที่เราประสบ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นความตระหนักรู้ของเรา ประสบการณ์ที่เราได้สัมผัสนั้นต้องถูกบรรยาย(คือบอกรายละเอียด) อธิบาย และตีความ เราจึงจะเกิดความเข้าใจ ประสบการณ์ชนิดเดียวกันย่อมมีลักษณะที่เหมือนกัน แต่ไม่ใช่เหมือนกันโดยสมบูรณ์กับตัวอื่นร่วมกันหรือเข้าใจตรงกัน ในการวิเคราะห์ นักวิจัยจะเปรียบเทียบประสบการณ์ของคนหลายๆ คน เพื่อหาลักษณะร่วมกันของประสบการณ์

### 8.2.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

Moustakas (1994, อ้างใน ชาย โพรทิสตา 2549 : 194) ได้กล่าวถึงการดำเนินการวิจัยดังนี้

8.2.2.1 กำหนดหัวข้อ และคำถามในการวิจัยที่เหมาะสมกับวิธีการศึกษาแนวปรากฏการณ์วิทยา

8.2.2.2 ทบทวนองค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษา

8.2.2.3 กำหนดเกณฑ์สำหรับเลือกบุคคลและปรากฏการณ์สำหรับศึกษา  
ใช้มิติของเวลาและสถานที่

8.2.2.4 ให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ผู้ที่ถูกเลือกมาศึกษา รวมทั้งจัดการกับประเด็นที่  
เกี่ยวกับจริยธรรมในการวิจัย

8.2.2.5 กำหนดประเด็นหรือแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก  
นักวิจัยบางท่านใช้การสังเกตร่วมด้วย

8.2.2.6 ทำการสัมภาษณ์และบันทึกการสัมภาษณ์อย่างละเอียด อาจจำเป็นต้อง  
ต้องการสัมภาษณ์ซ้ำหลายครั้ง

8.2.2.7 เตรียมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ และดำเนินการวิเคราะห์

### 8.3 วิธีการศึกษาเฉพาะกรณี (Case Study Approach)

#### 8.3.1 ความหมาย

ตามพจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2551) ให้  
ความหมาย กรณีศึกษา (Case study) ดังนี้ (1) การศึกษารายกรณี ซึ่งอาจเป็นบุคคล ชุมชน  
หน่วยงาน เรื่อง เหตุการณ์ หรือปัญหา โดยเก็บรวบรวมข้อมูล หลักฐาน ในเรื่องนั้นอย่างละเอียด  
และมีการวิเคราะห์ที่เจาะลึกถึงสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจที่  
ลึกซึ้งและสามารถให้การปรึกษาในเรื่องนั้นได้ (2) ในทางการวิจัย หมายถึง การนำข้อมูล  
รายละเอียดของกรณีศึกษามาใช้เป็น หลักฐานในการสรุปหลักการต่าง ๆ

เกียรติสุดา ศรีสุข (2552) ให้ความหมายของการศึกษารายกรณี เป็นการวิจัย  
ที่มุ่งศึกษาถึงรายละเอียดถึงเรื่องราวต่าง ๆ ของบุคคล กลุ่มคน หน่วยทางสังคม หรือสถาบันใด  
สถาบันหนึ่งเป็นราย ๆ ไป เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับภูมิหลัง สถานภาพ และปฏิสัมพันธ์  
กับสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เช่น พฤติกรรมความรุนแรงของเด็กชายในสถานพินิจบ้านเมตตา : กรณีศึกษา  
เด็กไร้บ้าน

### ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ชาย โพธิ์สิตา (2550) เห็นว่าเป็นการยากที่จะนิยามการศึกษาเฉพาะกรณีให้  
ชัดเจน เนื่องจาก ไม่สามารถกำหนดได้ว่าอะไรเป็นกรณี (case) สำหรับการศึกษาแบบนี้ อะไรไม่ใช่  
และจุดมุ่งหมายและระดับของการวิเคราะห์ในการศึกษาแบบนี้ค่อนข้างจะหลากหลาย ดังนั้น นิยาม  
ของการศึกษาเฉพาะกรณี จึงมีตั้งแต่ง่ายที่สุด คือ การศึกษาเดี่ยวหนึ่งของชีวิต หรือคือการศึกษา  
ปรากฏการณ์อันใดอันหนึ่งอย่างเจาะลึก ไปจนถึงนิยามที่เข้าใจค่อนข้างยาก ตามแนวคิดของ Denny  
ที่ให้ไว้ว่า “คือการศึกษาแง่หนึ่ง หรือประดิ่ง หรือเหตุการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกิดขึ้นในพื้นที่แห่งใด  
แห่งหนึ่ง เป็นการศึกษาอย่างเข้มข้นและสมบูรณ์ตลอดระยะเวลาที่กำหนด”

กรณีศึกษามีลักษณะเป็นทั้งการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ขึ้นอยู่กับนักวิจัยเลือกอะไรมาเป็นกรณีศึกษา และเลือกวิธีอะไรมาเป็นแนวทางในการศึกษา ถ้าเลือกวิธีการเชิงปริมาณ กรณีศึกษานั้นก็เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ถ้าเลือกใช้วิธีการเชิงคุณภาพ กรณีศึกษานั้นก็เป็นเชิงคุณภาพ ไม่ว่าจะใช้วิธีใดก็ตาม หัวใจสำคัญของการศึกษาเฉพาะกรณีอยู่ที่การศึกษาให้ได้ทั้งเนวกว้างและเนวลึกของกรณีที่เราเลือกมาศึกษานั้น ๆ วิธีที่จะให้ได้ทั้งเนวกว้างและเนวลึกของกรณีที่เราเฉพาะเจาะจงเช่นนี้ ในทางปฏิบัติก็คือการใช้ข้อมูลหลายชนิดจากหลายแหล่ง ด้วยวิธีการหลายแบบในงานวิจัยเรื่องเดียวกัน

### 8.3.2 การเลือกกรณีตัวอย่าง

การกำหนดว่าสิ่งไหนเป็นกรณีสำหรับศึกษาได้หรือไม่ได้ ควรพิจารณาคุณสมบัติของสิ่งที่สนใจศึกษานั้นเป็นตัวตั้ง โดยสิ่งที่จะเลือกมาเป็นกรณีศึกษาต้องเป็นสิ่งที่สามารถกำหนดขอบเขตชัดเจนได้ นั่นคือ มีความสมบูรณ์ในตัวเอง มีเวลา สถานที่ที่แน่นอน แต่คุณสมบัติที่กล่าวมาอาจไม่ชัดเจนพอ เพราะแทบทุกสิ่งจะมีขอบเขตที่ชัดเจนอยู่ไม่มากก็น้อย ดังนั้นสิ่งที่อาจเป็นกรณีศึกษาสามารถมีได้หลากหลาย ดังนั้น Stake ได้จำแนกกรณีที่นักวิจัยเลือกมาศึกษาออกเป็น 3 ประเด็น คือ เปรียบเสมือนการ “มองหา” กรณีที่เหมาะสมที่สุด เหมาะสมทั้งในแง่ที่เป็นกรณีที่สามารถให้ได้ข้อมูลอย่างหลากหลายและครอบคลุม หรือเหมาะสมทั้งแง่แนวคิดในการวิจัยและในแง่ของระเบียบวิธีวิจัย

8.3.2.1 Intrinsic cases เป็นกรณีที่เราเลือกมาศึกษาเพื่อสนองความอยากรู้ ในสิ่งนั้นเป็นหลัก เป็นกรณีที่น่ารู้และสมบูรณ์ในตัวเอง นักวิจัยเลือกศึกษากรณีนั้น เพราะความสนใจอยากรู้ อยากทำความเข้าใจ อยากเปิดเผยรายละเอียดของกรณีนั้น ไม่มีจุดประสงค์อย่างอื่น

8.3.2.2 Instrumental cases เป็นกรณีที่ใช้เพื่อแสดงหรือสนับสนุนข้อสรุปอย่างใดอย่างหนึ่งของนักวิจัย นักวิจัยเลือกกรณีนี้เพราะเห็นว่ากรณีนั้นเป็นตัวอย่างหรือเป็นตัวแทนของกรณีอื่น ๆ และนักวิจัยต้องการใช้กรณีนี้เพื่อแสดงเป็นตัวอย่างของเรื่องที่กำลังนำเสนอ หรือเป็นตัวอย่างเพื่อสนับสนุนข้อสรุปหรือข้อโต้แย้งอย่างใดอย่างหนึ่งของตน

8.3.2.3 Collective cases นักวิจัยเลือกศึกษาหลาย ๆ กรณีเพื่อใช้สนับสนุนเรื่องเดียวกัน กรณีที่ศึกษาสามารถทำได้ 2 แบบ คือ

แบบที่หนึ่ง การทำกรณีศึกษาในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่องอื่น ทำเพื่อเสริมหรือแสดงเป็นตัวอย่างของสิ่งที่นักวิจัยนำเสนอในงานวิจัยนั้น

แบบที่สอง การทำกรณีศึกษาในฐานะเป็นการวิจัยเอกเทศเรื่องหนึ่ง

โดยตัวของมันเอง ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่องอื่น กรณีศึกษาในลักษณะนี้มีลักษณะเหมือน การศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณนาทุกประการ โดยการศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณนาเป็นการศึกษาเฉพาะกรณี ที่มีขนาดใหญ่

การเลือกกรณีศึกษา จำเป็นต้องดูจุดมุ่งหมายของการศึกษา ถ้าอยากรู้แบบ เจาะลึกในสิ่งใด เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ก็เลือกหรือศึกษาเพียงสิ่งเดียว และทำการศึกษากรณินั้นอย่างรอบด้าน และอย่างลงลึก เป็นเอกเทศสมบูรณ์ในตัวเอง (แบบที่สอง) แต่ถ้าต้องการใช้ตัวอย่างเพื่อแสดงหรือ สนับสนุนประเด็นหลักที่นักวิจัยต้องการเน้นหรือชี้ชัด อาจเลือกเป็นกรณีตัวอย่างสักจำนวนหนึ่ง (แบบที่หนึ่ง)

ดังนั้น การเลือกกรณีศึกษา ขึ้นอยู่กับแนวทางที่นักวิจัยเลือกกว่าจะเป็นเชิง ปริมาณ หรือ เชิงคุณภาพ คือ

แนวเชิงปริมาณ นักวิจัยต้องมีความรู้เกี่ยวกับกรณีที่จะศึกษา มีความรู้ เกี่ยวกับประชากรที่จะเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง ก่อนที่จะทำการสุ่มตัวอย่างจากประชากร โดย การศึกษาความรู้เบื้องต้นสิ่งที่จะศึกษาให้เพียงพอก่อนทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง จะทำให้การ ตัดสินใจเลือกหรือ ไม่เลือกเป็นกรณีศึกษาง่ายขึ้น

แนวเชิงคุณภาพ การเลือกแบบเจาะจง เพื่อให้ได้กรณีที่เหมาะสมกับความ ต้องการและจุดมุ่งหมายของการศึกษาเป็นวิธีที่ใช้ได้ทั่วไป ในทางปฏิบัติการเลือกแบบเจาะจงหา กรณีที่มีความเหมาะสมเปรียบเสมือนการ “ร่อนหา” กรณีที่เหมาะสมที่สุด เหมาะสมทั้งในแง่ที่เป็น กรณีที่สามารถให้ได้ข้อมูลอย่างหลากหลายและครอบคลุม หรือเหมาะสมทั้งแง่แนวคิดในการวิจัย และในแง่ของระเบียบวิธีวิจัย

### 8.3.3 รูปแบบของการวิจัยแบบการศึกษาเฉพาะกรณี

การวิจัยแบบกรณีศึกษา อาจทำได้ 3 รูปแบบและในแต่ละรูปแบบนักวิจัย สามารถเลือกกรณีศึกษาเพียงกรณีเดียวหรือหลายกรณีก็ได้ วิธีการศึกษา 3 รูปแบบ คือ

8.3.3.1 การศึกษาเชิงพรรณนา (descriptive) มุ่งแสดงรายละเอียดพร้อมทั้ง บริบทอย่างสมบูรณ์ของปรากฏการณ์ที่เลือกมาศึกษา นักวิจัยนำเสนอเนื้อหาด้วยเทคนิคการบรรยาย สิ่งสำคัญของแบบนี้อยู่ที่การให้รายละเอียด พร้อมด้วยบริบทของกรณีศึกษา ไม่นับการวิเคราะห์

8.3.3.2 ศึกษาแบบมุ่งการค้นหา (exploratory) เป็นกรณีศึกษาที่รู้จักและ ใช้กันอย่างแพร่หลาย มีลักษณะเป็นการวิจัยนำร่อง เพื่อหานิยามสำหรับมโนทัศน์ที่ยังไม่ชัดเจน เพื่อสร้างสมมติฐานสำหรับการวิจัยแบบสำรวจที่จะตามมาภายหลัง นอกจากนี้ นักวิจัยอาจทำ กรณีศึกษาเพื่อค้นหาประเด็นปัญหาที่แท้จริงของปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือค้นหาประเด็น



อะไรที่ควรได้รับการศึกษาให้ลึกลงไป จากนั้นจึงออกแบบการวิจัยที่มุ่งทำความเข้าใจหรือหาแนวทางแก้ไขปัญหานั้น ๆ

8.3.3.3 ศึกษาแบบมุ่งหาคำอธิบาย (explanatory) กรณีศึกษาแบบนี้ ปრაกฏการณ์หรือสิ่งที่เลือกมาศึกษาอาจเป็นที่รู้จักคุ้นเคยบ้างแล้ว มุ่งศึกษาเพื่อหาคำอธิบายที่ยังไม่เคยมีมาก่อน หรือมีคำอธิบายอยู่บ้างแล้ว แต่ยังไม่เป็นที่พอใจ กรณีศึกษาเชิงคุณภาพแบบนี้มีประโยชน์มากสำหรับการค้นหาคำอธิบายแก่การศึกษาเชิงปริมาณ ที่ข้อมูลเชิงปริมาณไม่สามารถให้คำอธิบายที่น่าพอใจได้

รูปแบบการทำกรณีศึกษาทั้งสามนี้ ไม่จำเป็นต้องเป็นอิสระจากกันเสมอไป กรณีศึกษาเรื่องหนึ่งอาจใช้ทั้งรูปแบบเชิงพรรณนาและเชิงวิเคราะห์เพื่อหาคำอธิบาย

#### 8.3.4 วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยของกรณีศึกษาเฉพาะกรณี คล้ายกับการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา ซึ่งตามแนวคิดของ Stake มีขั้นตอนสำคัญดังนี้

##### 8.3.4.1 เลือกกรณีสำหรับศึกษา

##### 8.3.4.2 รวบรวมข้อมูลที่หลากหลายเกี่ยวกับกรณีที่ศึกษา

##### 8.3.4.3 พรรณนารายละเอียดของสิ่งที่ศึกษา

##### 8.3.4.4 วิเคราะห์และตีความข้อมูล

#### 8.3.5 ปัญหาและข้อจำกัด

ข้อจำกัดและปัญหาของวิธีการวิจัยแบบกรณีศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับ

##### 8.3.5.1 การตัดสินใจเลือกตัวอย่าง ซึ่งต้องขึ้นกับขอบเขตที่แท้จริง ทั้งเนื้อหา

เวลา สถานที่ของสิ่งนั้น ๆ

8.3.5.2 จำนวนกรณีที่จะศึกษา หากเป็นกรณีเดียวก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าจำเป็นต้องมีหลายกรณี จำนวน cases ที่ทำวิจัยจะต้องพิจารณาความเหมาะสมของกรณีศึกษาความเป็นไปได้ในเรื่องเวลา ทรัพยากร และปัจจัยอำนวยความสะดวกอื่น ๆ แต่นักวิจัยไม่ควรเลือกเกิน 4 ราย เพื่อเป็นกรณีสนับสนุนแนวความคิดในการศึกษาเรื่องนั้น ๆ

8.3.5.3 ข้อจำกัดในการนำผล ไปใช้ในวงกว้าง เพราะกรณีศึกษาใช้ตัวอย่างจำนวนน้อย แต่กรณีศึกษาเพื่อการอธิบาย การถอดแบบตัวอย่างและการดำเนินการศึกษา อาจคำนึงถึงความเป็นไปได้ว่าผลการศึกษาจะสามารถนำไปใช้ที่อื่นได้มากน้อยเพียงใด

#### 8.4 การวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (Grounded theory study)

ทฤษฎีฐานราก grounded theory คือ ทฤษฎีที่ได้จากการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคม เป็นทฤษฎีที่มีคุณลักษณะเฉพาะที่ถูกสร้างขึ้นมาจากข้อมูลที่เป็นไปตามปรากฏการณ์จริง

มากที่สุด โดยทฤษฎีนี้ถูกค้นพบ พัฒนา และได้รับการตรวจสอบ (verify) จากการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์นั้น ๆ อย่างเป็นระบบคำว่า “ทฤษฎี” ในความหมายของวิธีการวิจัยนี้ค่อนข้างจะกินความกว้าง คือ หมายรวมถึง มโนทัศน์ หรือกรอบแนวคิดสำหรับการอธิบายปรากฏการณ์ที่นักวิจัยทางการศึกษา ซึ่งทฤษฎี ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ที่น่าจะมีหรือน่าจะเป็น ระหว่างมโนทัศน์หรือชุดของมโนทัศน์ ทฤษฎีที่สร้างขึ้นมา เช่นนี้จัดเป็นทฤษฎีระดับกลาง ใช้อธิบายปรากฏการณ์ที่ค่อนข้างเฉพาะเจาะจง หรือในขอบเขตจำกัด คุณสมบัติด้านสามัญการ (Generalizability) สถานการณ์หรือบุคคลที่เรานำเอาผลการวิจัยไปใช้นั้น มีความเหมือนหรือใกล้เคียงกับสถานการณ์หรือบุคคลที่ถูกศึกษามากน้อยเพียงใด grounded theory method เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่ถูกพัฒนาขึ้นในสาขาสังคมวิทยา โดย Barney Glaser กับ Anselm Strauss (1967) เพื่อสร้างคำอธิบายเชิงทฤษฎีจากข้อมูลโดยตรง วิธีวิทยาของการสร้างทฤษฎีฐานรากพัฒนาขึ้นมาจากความเชื่อพื้นฐานที่ว่า การจะทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์และการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ จำเป็นต้องเข้าใจถึงกระบวนการที่บุคคลได้สร้างความหมายให้กับสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว เพราะความคิดและการกระทำของมนุษย์มีพื้นฐานที่สำคัญอยู่ที่ความหมายที่ตนมีต่อสิ่งต่าง ๆ วิธีวิทยาแบบนี้จึงเน้นที่การศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคม โดยยึดหลักการทำความเข้าใจสิ่งต่าง ๆ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาสร้างมโนทัศน์ หากความเชื่อมโยงระหว่างมโนทัศน์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎีของปรากฏการณ์ทางสังคมที่ต้องการหาคำอธิบาย

#### 8.4.1 หลักการสร้างทฤษฎีฐานราก คือ

8.4.1.1 ผู้วิจัยต้องมีความไวเชิงทฤษฎี (theoretical sensitivity) ต่อการที่จะคิดและศึกษาข้อมูลในลักษณะที่จะนำไปสู่การสร้างมโนทัศน์และทฤษฎี ในทุกขั้นตอนของการวิจัย

8.4.1.2 ผู้วิจัยต้องทำงานใกล้ชิดกับกระบวนการวิจัยทุกขั้นตอน

8.4.1.3 กระบวนการสร้างทฤษฎีฐานราก เน้นการเข้าถึงข้อมูล การเก็บข้อมูล การตีความข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลที่จะนำไปสู่การสร้างทฤษฎีที่เหมาะสม

8.4.1.4 การวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากถือว่า มโนทัศน์ สมมติฐาน และกรอบแนวคิดสำหรับการอธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาจะต้องมาจากข้อมูลโดยตรง

8.4.1.5 ทฤษฎีที่ได้มาด้วยวิธีวิจัยแบบทฤษฎีฐานราก ถือเป็นทฤษฎีที่นักวิจัยสร้างขึ้นมาจากข้อมูล โดยตรง และเป็นทฤษฎีที่มุ่งหาคำอธิบายให้แก่ปรากฏการณ์ที่นักวิจัยเลือกมาศึกษาเป็นหลัก

8.4.2 ขั้นตอนสำคัญของการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก มีขั้นตอนสำคัญ สรุปได้

ดังนี้

8.4.2.1 นักวิจัยต้องมีคำถามสำหรับการวิจัยที่ชัดเจนก่อนว่าอยากรู้อะไร เพราะคำถามการวิจัยจะเป็นแนวทางในการออกแบบกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาได้อย่างเหมาะสม

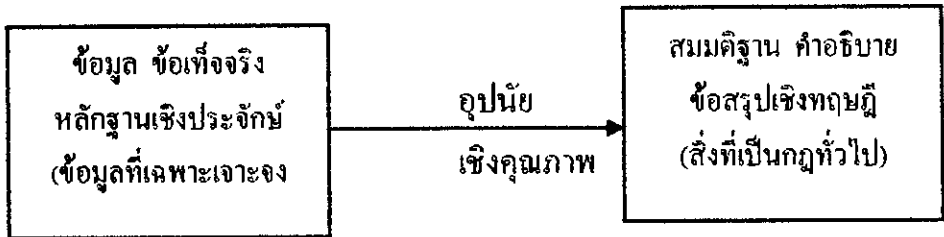
8.4.2.2 นักวิจัยอาจใช้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ และอาจใช้เทคนิคทุกอย่างที่เหมาะสมและเข้าข่าย เพื่อการรวบรวมข้อมูล

8.4.2.3 กระบวนการเก็บข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลชุดแรก ผู้วิจัยจะต้องเริ่มศึกษาข้อมูลที่ได้มา สร้างมโนทัศน์จากข้อมูลและเชื่อมโยงมโนทัศน์ต่าง ๆ ตามที่ปรากฏในข้อมูล แล้วสร้างสมมติฐานชั่วคราวแล้วจึงตัดสินใจว่าจะนำสมมติฐานนี้ไปใช้กับข้อมูลใด การเลือกเก็บข้อมูลต่อไปจะเกิดจากข้อคำถามที่ผู้วิจัยมีต่อข้อสรุปเชิงทฤษฎีชั่วคราวที่ได้มาในตอนแรก

8.4.2.4 การสร้างสมมติฐานชั่วคราวเป็นขั้นตอนสำคัญของการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก เป็นความพยายามที่จะตรวจสอบกรอบของทฤษฎีที่ได้มาว่ามีความสมบูรณ์เพียงพอหรือไม่ สมมติฐานหรือกรอบแนวคิดที่ได้ในขั้นตอนนี้จะต้องถูกตรวจสอบกับข้อมูลชุดใหม่ซึ่งนักวิจัยจะรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่าง ที่จะเลือกมาเพื่อตรวจสอบและปรับปรุงสมมติฐานที่ได้ในเบื้องต้นโดยเฉพาะ ข้อมูลที่รวบรวมใหม่อาจให้มโนทัศน์ใหม่ ส่งผลให้ต้องปรับสมมติฐานและกรอบแนวคิดตามไปด้วย มโนทัศน์ สมมติฐาน และกรอบแนวคิดที่ปรับใหม่นี้จะต้องถูกนำไปตรวจสอบกับข้อมูลที่จะต้องรวบรวมมาใหม่อีก ทำอย่างนี้ไปเรื่อย ๆ จนไม่มีความจำเป็นที่จะปรับปรุงสมมติฐานและกรอบแนวคิดอีกต่อไป เรียกว่า จุดอิ่มตัว (satiation)

8.4.2.5 เมื่อถึงจุดอิ่มตัวแล้วหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ สมมติฐานไม่ได้ถูกท้าทายจากข้อมูลใหม่ และไม่มีความจำเป็นจะต้องปรับอีกต่อไป นักวิจัยจึงจะหยุดการเก็บข้อมูลและเริ่มขั้นตอนต่อไปในกระบวนการวิจัย คือ การหาข้อสรุปหรือคำอธิบายเชิงทฤษฎีของสิ่งที่ศึกษา ซึ่งอาจเป็นคำอธิบายหรือกรอบแนวคิดทางทฤษฎี ซึ่งถือเป็นขั้นสุดท้ายของการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก ซึ่งจะเห็นได้ว่า ลักษณะสำคัญของวิธีดำเนินการวิจัยแบบนี้ เรียกได้ว่า วิธีอุปนัย (inductive approach) คือ เริ่มจากข้อมูลจากตัวอย่างที่เจาะจงเลือกมาศึกษาพบเห็น แล้วจึงวิเคราะห์หาข้อสรุป หรือคำอธิบายเชิงทฤษฎีที่มีลักษณะทั่วไปของข้อมูลนั้น

การวิจัยเชิงคุณภาพ

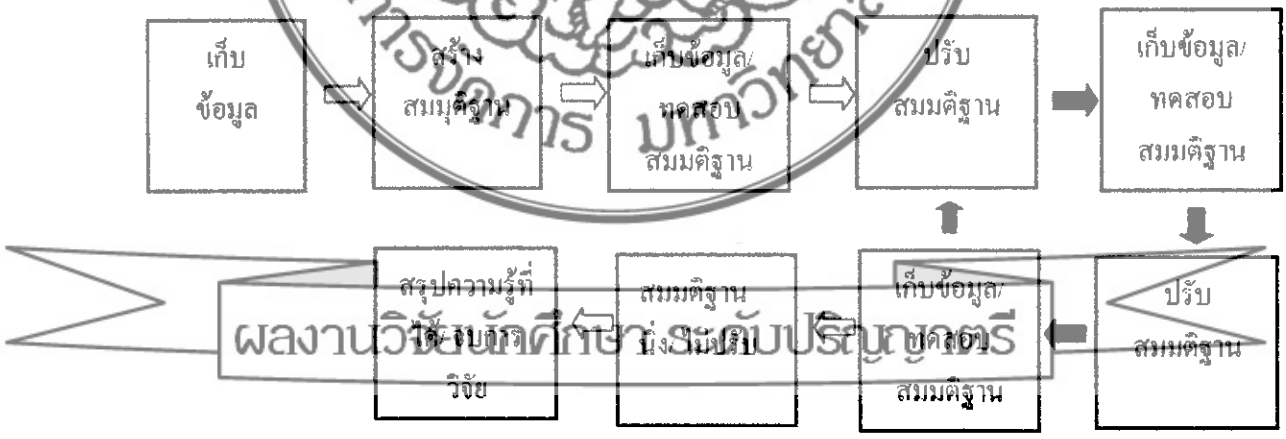


แต่การวิจัยเชิงปริมาณ



ภาพที่ 4 ภาพแสดงการเปรียบเทียบการวิจัยเชิงคุณภาพกับการวิจัยเชิงปริมาณ

ซึ่งสรุปได้กระบวนการวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล



ภาพที่ 5 ภาพแสดงกระบวนการวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก นักวิจัยใช้การกำหนดรหัส (coding) เป็นเครื่องมือในการจำแนกข้อมูล การกำหนดรหัสคือการ”แตก”ข้อมูล(เชิงคุณภาพ) ออกเป็น”หน่วยย่อย ๆ หลาย ๆ หน่วย เพื่อที่นักวิจัยสามารถจัดการกับข้อมูลได้สะดวก หน่วยย่อยแต่ละหน่วยนั้นจะถูกให้สัญลักษณ์เป็นรหัส (ชื่อ) มักจะต้องมีโครงสร้างที่ทำหน้าที่เสมือนกรอบกว้างๆ และในกระบวนการกำหนดรหัสนั้น นักวิจัยจะต้องทำสองอย่างไปพร้อมๆกัน คืออ่านข้อมูลอย่างพิถีพิถันเพื่อหามองหาโน้ตค้น (concept) หรือแนวความคิดที่บ่งนัยอยู่ในข้อความนั้น

และเปรียบเทียบ มโนทัศน์ ที่ปรากฏอยู่ในข้อความหนึ่ง กับมโนทัศน์ในข้อความอื่นที่เหลือ เพื่อให้สามารถบอกได้ว่าสิ่งที่บ่งบอกอยู่ในข้อความเหล่านั้นหมายถึงสิ่งเดียวกัน เรื่องเดียวกัน หรือหมายถึงคนละเรื่องกัน ข้อความที่มีความหมายเดียวกันจะถูกกำหนดรหัสเป็นตัวเดียวกัน และที่มีความหมายต่างกันก็จะให้รหัสต่างกัน

การนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล โปรแกรม Atlas/ti เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่ถูกคิดค้นเพื่อให้สามารถนำมาใช้ช่วยในการตีความข้อความอักษร เป็นโปรแกรมที่มีประโยชน์และเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก เพราะช่วยในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพที่ได้รับความนิยมสูง อย่างไรก็ตาม โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่นำมาใช้ไม่ใช่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลแต่นำมาใช้เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยยังคงเป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่สุดในการวิเคราะห์และตีความหมายข้อมูล

ในการทำวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก มีสิ่งที่ผู้วิจัยพึงทำความเข้าใจไว้ล่วงหน้า อาทิเช่น เมื่อไรควรใช้วิธีการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก การวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก เริ่มต้นจากข้อมูลแล้วไปสู่สมมติฐาน และจบลงด้วยทฤษฎีที่เป็นคำอธิบายสำหรับปรากฏการณ์ที่ศึกษา นักวิจัยจะสร้างมโนทัศน์และกรอบแนวคิดทฤษฎีขึ้นมาจากข้อมูลได้อย่างไร นักวิจัยจะต้องตรวจสอบมโนทัศน์และทฤษฎีที่สร้างขึ้นกับข้อมูลใหม่ซ้ำแล้วซ้ำอีกจนกระทั่งถึงจุดอิ่มตัว นักวิจัยต้องวินิจฉัยว่าแค่นั้นถือว่าถึงจุดอิ่มตัว และการเลือกตัวอย่างเพื่อยาวข้อมูลมาตรวจสอบทฤษฎีที่นักวิจัยสร้างขึ้นเป็นสิ่งที่ยากและท้าทาย

สรุป การวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก เป็นวิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพที่เริ่มต้นจากข้อมูลแล้วไปสู่สมมติฐานและจบลงด้วยทฤษฎีที่เป็นคำอธิบายสำหรับปรากฏการณ์ที่ศึกษา นักวิจัยจะต้องสร้างมโนทัศน์ สมมติฐาน และกรอบแนวคิดสำหรับอธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษา กระบวนการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินไปพร้อม ๆ กัน ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์เป็นข้อมูลที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางสังคมเป็นเรื่องที่ศึกษาอย่างรอบด้าน ทฤษฎีที่สร้างขึ้นสามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ที่เฉพาะเจาะจง ด้วยเหตุดังกล่าว การวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากจึงเป็นกระบวนการศึกษาที่มีความท้าทายและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการสร้างองค์ความรู้ใหม่

#### 8.5 การวิจัยแบบสนทนากลุ่ม (Focus group study)

ความหมาย ความเป็นมา และลักษณะสำคัญ Focus Groups สำคัญในภาษาอังกฤษ หรือ กลุ่มเจาะจง นิยามได้ว่า คือกลุ่มคนที่ถูกจัดขึ้นมา เพื่อการสนทนาหรืออภิปรายกัน โดยมีจุดมุ่งหมายเจาะจง เพื่อจะหาข้อมูลที่ต้องตรงประเด็น สำหรับตอบคำถามการวิจัยเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ กลุ่มนี้จะถูกเจาะจงเลือกมา โดยถือคุณสมบัติเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย กิจกรรมที่กลุ่มทำนั้นโดยหลัก ๆ คือ การอภิปรายกันเกี่ยวกับประเด็นคำถามที่เจาะจงชุด

หนึ่ง ซึ่งนักวิจัยยกขึ้นมาเป็นหัวข้อสนทนา การอภิปรายถกเถียงกันนั้น อาจเกี่ยวกับเนื้อหาหรือประเด็นของสิ่งที่นักวิจัยแสดงให้ผู้ร่วมสนทนาได้รู้ฟังก่อนการสนทนา แต่ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมอะไรก็ตาม วัตถุประสงค์ของการจัดสนทนากลุ่มที่เจาะจงเช่นนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกที่สุด ตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษา โดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันของสมาชิกในวงสนทนาซึ่งเน้นความสำคัญของพลวัตกลุ่ม (group dynamics)

ข้อมูลที่ตีจากการสนทนากลุ่มควรจะมาจากการอภิปรายที่สมาชิกมีการโต้ตอบกันในหัวข้อที่ผู้ดำเนินการยกมาเป็นประเด็นในการสนทนา ไม่ใช่การให้สมาชิกกลุ่มตอบคำถามของนักวิจัยเป็นราย คน สมบัติข้อนี้จึงเรียกว่า “การอภิปรายกลุ่มแบบเจาะจง” (Focus group discussion: FGD) เพราะการดำเนินไปของการสนทนากลุ่มที่ถูกต้องตามหลักถกเถียงนั้น ไม่ใช่เป็นแบบเดียวกับการดำเนินการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว หรือสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม

การสนทนากลุ่มต่างจากเทคนิคการเก็บข้อมูลกลุ่มที่เรียกว่า “กลุ่มแต่เพียงในนาม” (Nominal group technique) ความจริงไม่ใช่กลุ่ม เพียงแต่เป็นผู้จำนวนหนึ่งซึ่งนักวิจัยกำหนดให้เป็นผู้ที่จะให้ข้อมูล โดยดำเนินการสัมภาษณ์คนใดคนหนึ่งก่อน แล้วนำประเด็นสำคัญไปสัมภาษณ์คนที่สอง สร้างประเด็นสำคัญไปตามคนที่สาม จำแนกมีงานขึ้นใจว่าจะไม่ทำให้เกิดความแตกต่าง ส่วนดี ทำให้แต่ละคนแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ โดยไม่มีอิทธิพลของสมาชิกกลุ่มคนอื่นมาเกี่ยวข้อง และ “กลุ่มเดลฟาย” (Delphi technique) ก็ไม่ใช่กลุ่มในความหมายที่ทุกคนมารวมกันทำกิจอย่างใดอย่างหนึ่งพร้อมกัน แต่เป็นกลุ่มที่ผู้เชี่ยวชาญที่ถูกเชิญให้แสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

8.5.1 ขั้นตอนสำคัญของการดำเนินการวิจัยแบบสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย กำหนดปัญหาการวิจัย กำหนดกรอบการเลือกตัวอย่าง กำหนดผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม สร้าง/ทดสอบแนวคำถาม เลือกกลุ่มตัวอย่าง จัดสนทนากลุ่ม จัดระเบียบข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และเขียนรายงาน

## ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บุคคลที่สำคัญที่สุดในการทำการสนทนากลุ่ม คือ ผู้ดำเนินการ (Moderator) ซึ่งเป็นผู้ที่จะดึงให้ผู้เข้าร่วมยอมพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สถานที่ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการสนทนากลุ่ม โดยสถานที่ต้องเป็นอิสระจากความวุ่นวายและมีความเป็นกลางให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ การสนทนากลุ่มเป็นกระบวนการหาข้อเท็จจริงทางสังคมที่ลึกซึ้ง ผู้ดำเนินการสนทนาซักไซ้ไล่เรียงผู้เข้าร่วมได้อย่างเต็มที่ และมีค่าใช้จ่ายน้อย สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว

### 9. เปรียบเทียบความแตกต่างของการวิจัยเชิงคุณภาพกับการวิจัยเชิงปริมาณ

#### 9.1 วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความแตกต่างของการวิจัยเชิงคุณภาพกับการวิจัยเชิงปริมาณ

ข้อแตกต่าง	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ
1. แนวคิดพื้นฐาน	- ปฏิฐานนิยม (Postivism)	- ปรัชญาการณนิยม (Phenomenology)
2. วัตถุประสงค์	- มุ่งวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม	- ต้องการเข้าใจความหมาย กระบวนการความรู้สึกนึกคิด โดยเชื่อมโยงกับบริบทของสังคม
3. การกำหนดสมมติฐาน	- กำหนดล่วงหน้าก่อนทำการวิจัย	- กำหนดคร่าวๆพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์
4. การคัดเลือกตัวอย่าง	- สุ่มโดยอาศัยการสุ่มชนิดที่ทราบโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่ถูกลเลือก (Probability)	- สุ่มโดยอาศัยการสุ่มชนิดที่ไม่ทราบโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่จะถูกเลือกเป็นตัวอย่าง
5. จำนวนตัวอย่าง	- จำนวนมาก	- จำนวนน้อย
6. ขอบเขตการวิจัย	- ศึกษาในวงกว้าง โดยเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมา	- ศึกษาแนวคิดเฉพาะกลุ่มที่สนใจ
7. บทบาทของผู้วิจัย	- แยกผู้วิจัยออกจากเรื่องที่ศึกษา	- ผู้วิจัยเป็นเครื่องมือในการทำวิจัย
8. วิธีการเก็บข้อมูล	- แบบสอบถาม - แบบสัมภาษณ์	- การสังเกต - การสัมภาษณ์เจาะลึก - การสนทนากลุ่ม - การบันทึกประวัติชีวิตบุคคล
9. การวิเคราะห์ข้อมูล	- วิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้สถิติช่วย (Statistical analysis)	- วิเคราะห์เชิงตรรกะเป็นหลักอาจมีการวิเคราะห์เชิงปริมาณช่วยเล็กน้อย (content analysis)
10. การรายงานผล	- รายงานผลโดยอ้างอิงสถิติ (Report statistical analysis)	- รายงานผลโดยอ้างอิงคำพูดหรือเรื่องราวจริงจากกลุ่มตัวอย่าง (Report rich narrative)

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อแตกต่าง	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ
11. การสรุปผล	-นำไปใช้อ้างอิงแทนประชากรทั้งหมดได้	-ใช้อ้างอิงได้เฉพาะกลุ่ม
12. ทักษะของนักวิจัย	-มีความสามารถทางสถิติ	-มีความละเอียดอ่อนในการสังเกต เก็บรวบรวมข้อมูล และการตีความ

## 9.2 ข้อเด่น ข้อดี และข้อจำกัดของการวิจัยเชิงคุณภาพ

## 9.2.1 ข้อเด่น

9.2.1.1 มีความต้องการข้อมูลที่ยืดหยุ่น

9.2.1.2 มีวัตถุประสงค์ที่จะอธิบายปรากฏการณ์อย่างลึกซึ้ง

9.2.1.3 ต้องการเข้าใจระบบความคิด ระบบความเชื่อของผู้ตอบ โดยตรง

9.2.1.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของกลุ่ม

9.2.1.5 อภิปรายสาเหตุและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ

9.2.1.6 เก็บข้อมูลแบบบุคคลที่ได้เลือกสรรมาอย่างดีแล้ว

## 9.2.2 ข้อดี

9.2.2.1 ทำให้เข้าใจปรากฏการณ์ต่างๆ อย่างลึกซึ้ง

9.2.2.2 ช่วยเสริมสร้างการศึกษาระบบการอย่างลึกซึ้งรอบด้าน

9.2.2.3 เป็นการศึกษาเพื่อหาข้อสมมติฐานเพื่อนำไปสู่เชิงปริมาณ

9.2.2.4 เป็นประโยชน์เมื่อทำวิจัยในกลุ่มคนขนาดเล็กหรือมีข้อจำกัดบางประการ

9.2.2.5 เป็นงานวิจัยที่เอื้อต่อการวิจัยในลักษณะที่เป็นนามธรรม

9.2.2.6 ช่วยเสริมงานวิจัยเชิงปริมาณ ให้คำตอบที่ชัดเจนและหนักแน่นยิ่งขึ้น

9.2.2.7 ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน

## 9.2.3 ข้อจำกัด

9.2.3.1 เป็นงานที่เกี่ยวกับสถานการณ์เฉพาะ

9.2.3.2 ความแม่นยำเชื่อถือได้ของเทคนิคการเก็บรวบรวมยากจะทดสอบ

9.2.3.3 ต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักวิจัยและประชากรที่ศึกษา

9.2.3.4 ไม่มีโครงสร้างการเก็บข้อมูลที่แน่นอน จึงยากต่อการนำไปใช้ซ้ำ



## 10. จริยธรรมและจรรยาบรรณ ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

จริยธรรมและจรรยาบรรณในขั้นตอนต่างๆ ของการวิจัย

10.1 ขั้นกำหนดหัวข้อเรื่องที่จะทำการวิจัย ควรเป็นเรื่องเกี่ยวกับประเด็นสำคัญของมนุษย์ ซึ่งถ้าได้ความรู้มาแล้วจะยังประโยชน์แก่สังคมโดยรวม ไม่ควรเป็นเรื่องที่มุ่งหาความรู้เพื่อสนอง ความอยากรู้ของนักวิจัย หรือเพื่อความก้าวหน้าของศาสตร์เพียงอย่างเดียว นั่นคือ ต้องสามารถบอกได้ว่าเรื่องที่จะศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่มนุษย์และสังคมอย่างไร

10.2 ขั้นการออกแบบการวิจัย ในการวางแผนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูล ควรคำนึงว่า สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่จะเลือกมาศึกษานั้น จะทำการขอความยินยอมเพื่อให้เข้าร่วมมือในการศึกษาอย่างไร จะรักษาความลับของเขาอย่างไร และจะป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นเนื่องมาจากการที่เขาให้ความร่วมมือในการศึกษาอย่างไร

10.3 ขั้นการเก็บข้อมูล ระหว่างเก็บข้อมูลลดจรรยาบรรณ หรือการสังเกต เป็นต้น นักวิจัยมีแผนที่จะไม่ให้เป็นการรบกวนชีวิตและการงานตามปกติของแหล่งข้อมูล หรือรบกวนน้อยที่สุดได้อย่างไร ควรหลีกเลี่ยงวิธีการที่จะก่อให้เกิดความเครียดหรือ ความวิตกกังวลแก่ผู้ให้ข้อมูล ควรคำนึงถึงระดับความสัมพันธ์ที่เหมาะสมระหว่างนักวิจัยกับผู้ให้ข้อมูล

10.4 ขั้นการขจัดบันทึกและการถอดเทปการสัมภาษณ์ การจัดบันทึกและการถอดเทปสัมภาษณ์ ต้องคำนึงถึงการรักษาความลับ ต้องเคารพในผู้ให้ข้อมูล โดยไม่ใส่อะไรที่ไม่ใช่สิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวในบทบันทึกหรือเทปสัมภาษณ์ในระหว่างการถอดเทป

10.5 ขั้นการวิเคราะห์ ประเด็นทางจริยธรรมในขั้นการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นเรื่องเกี่ยวกับคำถามที่ว่า นักวิจัยจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลอย่าง “ละเอียดลึกซึ้ง” เพียงใด และเพื่อไม่ให้การตีห่างไกลจากความเป็นจริงเกินไป ควรจะให้ผู้ให้ข้อมูลมีส่วนร่วมในการตีความข้อมูลด้วยหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

### ผลจรรยาบรรณนักศึกษาระดับปริญญาตรี

10.6 ขั้นเผยแพร่ผลความรู้ที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือเท่านั้น ผลการศึกษาใดที่ยังคลุมเครือหรือยังไม่ได้ตรวจสอบอย่างรอบคอบ ไม่ควรเปิดเผยเพราะอาจก่อให้เกิดผลเสียหายแก่แหล่งข้อมูลได้

10.7 ขั้นรายงานผล ในขั้นนี้ควรพิจารณาว่า รายงานผลการวิจัยควรเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับ เป็นเรื่องส่วนตัว หรือเป็นเรื่องที่ทำให้ผู้อ่านรู้ว่าผู้ให้ความร่วมมือในการวิจัยนั้นเป็นใคร หรือมี การตัดสินใจในเรื่องนี้ ควรยึดผลประโยชน์ของประชาชนผู้ให้ความร่วมมือเป็นสำคัญ

## 11. ประเด็นปัญหาทางคุณธรรมจริยธรรมในการวิจัยทางสังคมศาสตร์

การวิจัยทางสังคมศาสตร์ เป็นการวิจัยเกี่ยวกับมนุษย์และสังคม วัฒนธรรม ดังนั้นย่อมมีความซับซ้อนในแง่มุมต่าง ๆ มากมาย ทั้งด้านคน องค์กร และสังคมเฉพาะที่ ปัญหาทางคุณธรรมจริยธรรมในการวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการวิจัยเป็นการพิจารณาในเรื่องของ การควรปฏิบัติ หรือ ไม่ควรปฏิบัติ มากกว่าการชี้ถูกชี้ผิด หากคนส่วนใหญ่ที่อยู่ในสังคมนั้นมิได้สนใจในปัญหาที่เกิดขึ้น หรือมิได้ปกป้องสิทธิส่วนบุคคลก็ย่อมเป็นสิ่งสะท้อนถึงปัญหาทางคุณธรรมจริยธรรมที่ถูกละเลยในการทำวิจัย หากปล่อยไว้ก็อาจเกิดความเสียหายเกินแก้ไขได้

### 11.1 ประเด็นปัญหาทางจริยธรรมในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แบ่งเป็น 3 ประเด็น คือ

#### 11.1.1 ปัญหาระดับบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ส่วนใหญ่ปัญหาจริยธรรมเกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีส่วนร่วมในการวิจัยในความสัมพันธ์ระหว่างผู้ศึกษาวิจัย (Investigation) กับบุคคลผู้ถูกศึกษา (subject) หรือผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างคนสองกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่ผู้ศึกษาวิจัยเป็นเหมือนผู้มีอำนาจมากกว่าผู้ถูกศึกษา เพราะเป็นผู้ดำเนินการวิจัย โดยส่วนใหญ่มักมาจากกลุ่มคนที่มีการศึกษามีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมดีกว่าผู้ถูกศึกษาซึ่งมักเป็นกลุ่มชนที่มีเศรษฐกิจสังคม หรือวิถีชีวิตที่ด้อยกว่า เมื่อบุคคลสองกลุ่มเข้ามามีปฏิสัมพันธ์กันในการวิจัย จึงเปรียบเสมือนเป็นหุ้นส่วนซึ่งกันและกัน ต่างก็คาดหวังในคุณค่าและความคิดการประพฤติปฏิบัติในการกระทำ ทั้งความรู้สึก ความผูกพัน การพึงพิงทางใจ ความรู้สึกถึงบุญคุณต่าง ๆ ย่อมเกิดขึ้นได้ แต่ผู้ที่ตกอยู่ในฐานะผู้ถูกศึกษาวิจัย มักจะเสี่ยงต่อเรื่องดังนี้

1. ความเสียหายและการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นทางด้านร่างกาย จิตใจ บุคลิกภาพและความรู้สึกเกี่ยวกับตนเอง
2. ความตึงเครียด กังวลในฐานะผู้ถูกวิจัย
3. ความรู้สึกอับอายอันเกิดจากการซักถามข้อมูลส่วนตัว ทั้งความสัมพันธ์ส่วนตัว

#### การกระทำผิดกฎหมาย

### ผลจากงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

4. อาจรู้สึกขมขื่นถ้าจะต้องเล่าเรื่องที่ตนเองอยากลืม หรือเรื่องที่ไม่พึงประสงค์จะเปิดเผย ดังนั้น ผู้ศึกษาวิจัย ซึ่งอยู่ในฐานะหรือสภาพที่เหนือกว่าจะต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้ถูกศึกษา โดยยึดหลักจรรยาบรรณ ดังนี้

4.1 ต้องแจ้งวัตถุประสงค์การวิจัย และขอความสมัครใจในการเข้าร่วมโครงการ และขอคำยินยอมจากผู้ถูกศึกษาด้วย หากเป็นเด็กหรือผู้เยาว์ต้องได้รับการอนุญาตจากผู้ปกครองเสียก่อน

4.2 ต้องแจ้งกระบวนการวิจัยในขั้นตอนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ถูกศึกษา รวมทั้งความเสี่ยง และ/หรือผลประโยชน์ที่อาจจะเกิดขึ้น

4.3 ให้โอกาสตนเองจากกระบวนการวิจัย รวมทั้งแจ้งเหตุผลการได้รับเลือกเป็นตัวแทนในการให้ข้อมูล ผู้ทำวิจัยและหน่วยงานที่สนับสนุนการวิจัย

4.4 ผู้วิจัยต้องสัญญาว่าจะปกปิดความลับ และปกป้องความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับ อาจก่อให้เกิดความอับอายหรือเสี่ยงต่อการเสียหายทั้งจิตใจ สังคม เศรษฐกิจ จึงควรใช้รหัสแทนข้อมูล

### 11.1.2 ปัญหาในระดับองค์กร

นักวิจัยสังคมส่วนใหญ่นอกจากจะมีอคติส่วนตัวทางด้านความเชื่อ อุดมการณ์ส่วนตัว ยังมีมาตรฐานทางจริยธรรมทางความประพฤติหรือจรรยาบรรณต่าง ๆ กันไปในแต่ละสาขา เมื่อเข้าร่วมเป็นสมาชิกในองค์กร ก็ควรจะมีความรู้มาตรฐานในการทำวิจัย เพื่อให้ให้นักวิจัยในสังกัดยึดถือ ดังนั้น ก่อนตกลงทำวิจัย นักวิจัยต้องแสดงจุดยืนและกรอบมาตรฐานในการทำงานวิจัยให้ชัดเจนในช่วงการเจรจาต่อรองก่อนทำวิจัยและลงนามสัญญาวิจัย และองค์กรก็ควรมีบุคคลที่เป็นผู้อาวุโสและเพื่อนร่วมวิชาชีพที่ให้คำปรึกษา แนะนำ และจัดการได้

### 11.1.3 ปัญหาเกี่ยวกับองค์ความรู้กับการวิจัยทางสังคม

หน้าที่สำคัญของผู้วิจัย คือ เป็นผู้ศึกษา สังเกต และรายงานผลการศึกษา สังเกตอย่างถูกต้องครบถ้วน ปัญหาด้านจริยธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับการวิจัยสังคม คือ การเสนอผลการวิจัยอย่างตรงไปตรงมา โดยไม่คำนึงถึงผลตอบแทนที่จะได้รับทางสังคม เพราะทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลการวิจัยอาจเกิดปัญหานั้นได้เสมอ ดังนั้น การรายงานการวิจัยพึงระลึกรถึง การนำผลวิจัยไปใช้นอกเหนือการควบคุมของนักวิจัย ดังนั้น การเก็บข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล จะต้องทำอย่างถูกต้อง มีหลักฐาน และระมัดระวังในเรื่องของข้อจำกัดต่าง ๆ

นอกจากนี้ ต้องตระหนักถึงปัญหาเรื่องความเสียหาย อันอาจเกิดแก่บุคคลบางคน โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับผลประโยชน์และอิสรภาพส่วนตัว การตีความ ที่กระทบกระเทือนถึงบุคคลหรือกลุ่มคน ในบางครั้งกับซ้ำ เรื่องที่อาจก่อให้เกิดประโยชน์ ความตระหนักในปัญหาสังคมเพื่อเป็นการป้องกัน หรือเป็นมาตรการเฝ้าระวังมิให้เกิดปัญหา ร้ายแรงต่อไป

ปัญหาทางสังคมเป็นเรื่องละเอียดอ่อน รายงานการวิจัยจึงต้องมีมุมมองให้ครบถ้วน ถูกต้องทุกแง่ทุกมุมในบริบทรอบด้าน สิ่งสำคัญที่ต้องมีคือ ความสมดุล มิใช่มีแต่ผลบวกหรือผลลบเพียงอย่างเดียว หากมีเหตุการณ์เกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่า หลายครั้งหลายหน ที่มีการนำผลการวิจัยไปใช้ผิด ๆ ดังนั้น เวลาพิมพ์รายงานวิจัย นักวิจัยควรบอกเล่าแนวคิดเกี่ยวกับการนำผลไปประยุกต์ใช้ ซึ่งต้องพิจารณาว่าใช้ได้หรือไม่ได้อย่างไร ขนาดไหน ไม่ว่าผลนั้นจะเป็น

ทางบวกหรือทางลบก็ตาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการนำผลไปใช้ตัดสินใจระดับนโยบาย หรือนำไปใช้รูปแบบการวิเคราะห์ผลตอบแทนด้วยค่าของเงิน โดยละเลยค่าของความเป็นคน

โดยสรุป จริยธรรมและคุณธรรมทางการวิจัยทางสังคม เป็นเรื่องละเอียดอ่อนและยังหาข้อสรุปให้ชัดเจนไม่ได้ จรรยาบรรณเป็นเรื่องของความเห็นพ้องต้องกันของนักวิชาการ เป็นเรื่องที่สังคมส่วนรวมต้องให้ความสำคัญ และเพิ่มความกดดันให้มีมาตรฐานเกิดขึ้น โดยการหันหน้าปรึกษากันระหว่างนักวิชาการ ในการหามาตรฐานร่วมกันให้ได้ มิฉะนั้นมาตรการทางกฎหมายจะเข้ามาบีบคั้นเป็นผู้ใช้ขาดแทนจรรยาบรรณในวิชาชีพ วิชาชีพใดสังคมใดที่ขาดจริยธรรมคุณธรรม คงไว้แต่การเอาวัดเอาเปรียบ และเข้าสู่สภาพที่ว่า “มือใครยาวสาวได้สาวเอา” ที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฉฉฉฉฉฉฉฉฉฉ (2551 : 1-3) ศึกษาเรื่องรูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย และกระบวนการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย ตลอดจนศึกษากระบวนการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทยไปสู่สาธารณะ โดยเลือกศึกษาองค์กรธุรกิจไทยที่ได้รับรางวัล CSR Awards จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี 2549 ประกอบด้วย บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่าทั้ง 3 บริษัท มีนโยบายที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจนและยึดถือปฏิบัติตั้งแต่ก่อตั้งกิจการ โดยให้ความสำคัญทั้ง

ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งต่อองค์กรและสังคมส่วนรวม โดยเริ่มจากมิติภายในองค์กรก่อน คือ การพัฒนาตนเองเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่าง

ยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลองค์กรตามหลักบรรษัทภิบาล การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการดูแลสุขภาพความปลอดภัยในการทำงาน จากนั้นจึงขยายไปสู่มิติภายนอกคือ ความรับผิดชอบต่อชุมชน การดูแลผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม โดยการจัดการกับผู้ส่งมอบ (Supplier) และหุ้นส่วนทางธุรกิจ รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม สามารถแบ่งได้เป็นความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ (ผลประกอบการตามเป้าหมายที่กำหนด และการสร้างกิจการให้มีความมั่นคงอย่างยั่งยืนในระยะยาว) ความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อม (บริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในกระบวนการทำงานภายในองค์กรและคู่ธุรกิจ โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากร การควบคุมมลพิษ การจัดการของเสีย และการฟื้นฟู

ธรรมชาติแวดล้อม ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม) และความรับผิดชอบต่อสังคม (การมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมในด้านต่าง ๆ จากภายในสู่ภายนอกองค์กร โดยอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และการดำเนินโครงการรณรงค์ทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ ที่องค์กรให้ความสำคัญ) ในด้านการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสู่สาธารณะ เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือ พร้อมกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม โดยนักสื่อสารของทั้ง 3 องค์กรเห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์จะทำให้สังคมเกิดการรับรู้ถึงการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้มากที่สุด ในขณะที่การจัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นการสื่อสารที่สามารถนำเสนอข้อมูลสังคมได้ครบถ้วนที่สุด และการจัดโครงการหรือกิจกรรมรณรงค์ต่าง ๆ สามารถแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมากที่สุด และสามารถก่อให้เกิดผลทั้งต่อองค์กรและสังคมโดยรวม

จิปาถะ ศักดิ์สถาพร (2550 : 4-5) ศึกษาเรื่อง บรรษัทภิบาลในรัฐวิสาหกิจ ที่แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชนศึกษากรณี บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์การบริหารจัดการตามหลักการบรรษัทภิบาลของบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Method) เพื่อศึกษาวิเคราะห์แนวทางและการบริหารจัดการตามหลักการบรรษัทภิบาลของบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า แนวทางการบริหารจัดการที่ดีของบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ตรงกับหลักการจริยธรรมทางธุรกิจของ ก.ล.ต.มากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่แปลงสภาพมาจากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ คือ

องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบต่อในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน ดังนั้นนโยบายการบริหารจัดการจึงนับถือจริยธรรมเป็นหลัก หรือหลักการในด้านความสัมพันธ์กับผู้ลงทุนเป็นหลักการที่แนวทางการบริหารจัดการของบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ตรงกับหลักของ ก.ล.ต. น้อยที่สุด สืบเนื่องมาจากผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) คือ กระทรวงการคลัง รวมถึงคณะกรรมการและผู้บริหารส่วนใหญ่ คือ ข้าราชการที่ได้รับการแต่งตั้งให้บริหารจัดการบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ดังนั้น จึงไม่ได้มุ่งเน้นในด้านความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสนี และเฟรดริก สวีเยร์เช็ค (Kraisomsuthasinee and Swierczek 2006 : 53) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อสังคมในองค์กรธุรกิจไทย (Interpretations of CSR in Thai Companies) พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับความเป็น

บรรษัทภิบาลขององค์กรและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่สุดที่บ่งบอกถึงความเป็นบรรษัทภิบาลขององค์กร ซึ่งมีผลต่อองค์กรทั้งในระดับนโยบายและวิธีการดำเนินงาน

สตีเวน แบรมเมอร์, แอนครูว์ มิลิงตัน และบรูซ เลย์ตัน (Brammer, Milington and Layton 2005) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นพันธกิจขององค์กร (The Contribution of Corporate Social Responsibility to Organizational Commitment) พบว่าการสื่อสารนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม และการปฏิบัติขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กรที่มีบทบาทต่าง ๆ กัน มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อการรับรู้และความเข้าใจในภารกิจขององค์กร และภารกิจที่พนักงานได้รับมอบหมาย

ฟรานซิสโก และมารีเอนา (Francisco and Marianna 2005 : 628-647) ได้เสนอหลักการวิเคราะห์ความมั่นคงขององค์กรซึ่งได้อธิบายไว้ว่า หลายบริษัทได้เริ่มหาวิธีการต่าง ๆ ในการพัฒนาองค์กรตนเอง เพื่อให้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของสังคม ซึ่งถึงแม้ว่านักวิเคราะห์จะออกมาให้แนวคิดที่จะต้องดำเนินการเพื่อช่วยเหลือสังคมมากกว่าผลประโยชน์ขององค์กรนั้น ไม่ทำให้ผู้จัดการทั้งหลายลัดนิ้วมือให้เกิดความเชื่อตามนักวิเคราะห์ แต่แล้วในที่สุด ก็พบว่าเหตุผลที่จะทำให้เกิดการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน จะต้องสร้างกิจกรรมขึ้นมาที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจและ ไม่มีการเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ของธุรกิจโดยตรง ซึ่งเป็นวิธีที่จะช่วยให้ธุรกิจเกิดการพัฒนายั่งยืนซึ่งสามารถรับรู้ได้จากค่าประเมินในสิ่งที่ได้ทำขึ้นจากผลลัพธ์ที่ได้ นั่นก็คือ การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม จึงเป็นความแปรผลสู่ความมั่นคงขององค์กร ได้นั่นเอง

มนตรี เลิศกุลเจริญ (2547 : 105-111) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรภาคธุรกิจอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริหารองค์กรธุรกิจที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดกิจกรรมหรือบริการที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

โดยศึกษาทัศนคติของผู้บริหารองค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้บริหารองค์กรธุรกิจมีความเห็นด้วยกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมทางด้านเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และการใช้ดุลยพินิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน และมีความเห็นด้วยต่อการจัดกิจกรรมหรือบริการที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านสุขภาพ อนามัย สิ่งแวดล้อม สิทธิผู้บริโภค และวัฒนธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้บริหารให้ความสำคัญทางด้านสิทธิผู้บริโภคมากที่สุด และแนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ผู้บริหารองค์กรธุรกิจควรมีการกำหนดนโยบายขององค์กรให้ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านต่าง ๆ และจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า และสอดคล้องกับวัฒนธรรม

ของชุมชนอย่างแท้จริง โดยใช้การบริหารแบบมีส่วนร่วมจากฝ่ายต่าง ๆ ขององค์กรธุรกิจ เพื่อให้การจัดกิจกรรมตอบสนองต่อความต้องการของทุกฝ่ายอย่างเป็นรูปธรรมและสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้าและชุมชนภายนอก

กรีนฟิลด์ (W.M. Greenfield 2004 : 19-28) ได้เสนอความสำคัญและความหมายในชื่อว่า CSR (Corporate Social Responsibility) โดยได้อธิบายไว้ว่า CSR เป็นคำนิยามกันมากในทุกวันนี้ ของทุกกลุ่มบริษัท ทำให้ผู้บริหารเกิดความตื่นตัวที่จะต้องทำความเข้าใจคำว่า CSR อย่างไรก็ตาม CSR อยู่ในจิตสำนึกของคนทุกคนในเรื่องจริยธรรมและความรับผิดชอบ แต่ในความเป็นจริง CSR เป็นตัวส่งเสริมการค้าได้หลายวิถีทาง โดยที่สังคมให้การยอมรับในบริษัทที่ทำ CSR นั้นคือช่วงแรก ก่อนที่พวกเขาจะได้ตั้งคำถามเกี่ยวกับ CSR พวกเขาต้องการแน่ใจก่อนว่าประเด็นใดมีความสำคัญ ที่ต้องการจะทราบคำตอบ เพราะคำตอบของ CSR ได้มาจากความประสงค์ของประชาชนที่ต้องการให้ทำในสิ่งนั้น ๆ การทำในสิ่งนั้น ๆ ก็ต้องเป็นสิ่งถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนดและหรือต้องทำตามข้อกำหนดของกฎหมาย

พัชรินิวัตต์เจริญชัยกุล (2546 : 96-101) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ไอเวิร์น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมที่พนักงานเข้าร่วม ปัจจัยที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและศึกษาทัศนคติของพนักงานต่อแนวทางการมีส่วนร่วม จากการศึกษาพบว่าพนักงานในบริษัทได้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม อันได้แก่ โครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือแก่สถานสงเคราะห์หมิงกัที่สุด ร้องลงมาได้แก่ โครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย ปัจจัยที่เข้าร่วมกิจกรรมของพนักงานส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมเพราะต้องการให้สังคมดีขึ้นและอุปสรรคที่ชัดเจนต่อกิจกรรม ด้านกลวิธี ผู้บริหารควรเข้าร่วมกิจกรรมกับพนักงานด้านประชากรเข้าร่วมกิจกรรม เพราะพนักงานไม่เห็นประโยชน์ของการทำกิจกรรมและไม่เห็นความสำคัญของการทำกิจกรรม ส่วนในเรื่องแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรม พนักงานบริษัทส่วนใหญ่มีทัศนคติเห็นด้วยต่อการมีส่วนร่วม ซึ่งแบ่งได้เป็น 5 ด้าน คือ ด้านนโยบายองค์กร บริษัทควรมีนโยบายสัมพันธ์ บริษัทควรมีการเผยแพร่ข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นระยะ ๆ ด้านการเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็น โดยพนักงานส่วนใหญ่เห็นควรให้พนักงานแสดงความคิดเห็น และด้านรางวัลชูงใจ พนักงานส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับแนวทางการส่งเสริมด้านรางวัลชูงใจ ที่ทำให้พนักงานตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม

นฤมล หาญเจริญชัย (2544 : 109-111) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานธนาคาร : ศึกษาเฉพาะกรณี ธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ สถานภาพ สมรส และตำแหน่งงานแตกต่างกันมีผลกับลักษณะในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ

ในขณะที่เพศ และธนาคารที่สังกัด ไม่มีผลกับการเข้ามามีส่วนร่วม ลักษณะกิจกรรมต่าง ๆ ที่พนักงานธนาคาร ได้เข้ามามีส่วนร่วมนั้น พบว่า กิจกรรมด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ โครงการบริจาคเงิน หรือสิ่งของ เพื่อช่วยเหลือผู้ประภัยต่าง ๆ มีพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านนี้มากที่สุด รองลงมา คือ โครงการกิจกรรมพุทธศาสนา และกิจกรรมที่มีพนักงานเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ กิจกรรมด้านการศึกษา ได้แก่ โครงการจัดบรรยายทางวิชาการให้แก่สถานศึกษาในรูปแบบต่าง ๆ สำหรับเหตุผลในการเข้ามามีส่วนร่วม จากการศึกษาพบว่า เหตุผลในการเข้ามามีส่วนร่วม ในกิจกรรมเพื่อสังคม เพราะจิตสำนึกของตนเองที่ต้องการทำประโยชน์แก่สังคมส่วนรวมมากที่สุด รองลงมา คือ ทำแล้วมีความภาคภูมิใจในตนเอง และเหตุผลที่พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมน้อยที่สุด คือ ต้องการการยอมรับ นับถือ ยกย่อง ชมเชย ในเรื่องของแนวทางการส่งเสริมการเข้ามามีส่วนร่วม ในกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่า พนักงานมีทัศนคติต่อแนวทางการส่งเสริมในระดับมากที่สุด ส่วนแนวทางการส่งเสริมโดยการให้รางวัลสูงไว้ต่าง ๆ เป็นเรื่องรองลงมา

บัณฑิตา ทรัพย์มงคล (2544 : 76-79) ได้ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจ : ศึกษากรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร วัดดูประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริหารต่อความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายนโยบายขององค์กรและแนวโน้มนโยบายการจัดการจัดกิจกรรมในองค์กร จากการศึกษาพบว่า ทัศนคติของผู้บริหารต่อความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กรเห็นด้วยต่อการให้บริการที่สอดคล้องต่อผู้บริโภคมากที่สุด รองลงมา คือ การไม่จ้างแรงงานที่ผิดกฎหมาย และทัศนคติของผู้บริหารต่อขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม เห็นด้วยในเรื่องสิทธิของผู้บริโภค ในด้านของนโยบายพบว่า ส่วนใหญ่มีนโยบายด้านการส่งเสริมอาชีพและการผลิตสินค้าและบริการมากที่สุด รองลงมาคือ นโยบายด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม และแนว โน้มของการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมพบว่าแนว โน้มที่ผู้บริหารจะจัดกิจกรรมในด้านการผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพมากที่สุด รองลงมา คือ นโยบายด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและแนว โน้มของการจัดกิจกรรมด้านการผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพมากที่สุด รองลงมา คือ การรักษาสภาพแวดล้อมการบริจาคเงินหรือสิ่งของในงานสาธารณกุศลต่าง ๆ



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “การให้ความหมายและรูปแบบกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้านาคารออมสิน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้านาคารออมสิน และรูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้านาคารออมสิน การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในรูปแบบของการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (Ethnographic study) ในระบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาได้แก่ผู้บริหารธนาคารออมสินผู้เชี่ยวชาญด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาที่มีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และลูกค้าของธนาคารออมสินที่มีความรู้รับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

การศึกษาและรวบรวมข้อมูลก่อนลงภาคสนาม

การศึกษาและรวบรวมข้อมูลก่อนลงภาคสนามเป็นขั้นตอนที่สำคัญและมีผลอย่างยิ่งต่อการศึกษารับรอง ๆ ไปในการวิจัยเชิงคุณภาพ เพราะจะทำให้ผู้วิจัยมองเห็นประเด็นการศึกษาได้อย่างชัดเจนและสามารถเลือกวิธีการศึกษาที่เหมาะสมที่สุด รายละเอียดในการศึกษามีขั้นตอน ดังนี้

#### ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

1. การศึกษาวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยโดยรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้ารวบรวมรายงานประจำปีธนาคารออมสินระหว่างปี 2550 - 2552 หนังสือวิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัยต่าง ๆ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตขององค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยนำมากำหนดเป็นกรอบการสังเกต เพื่อสร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์ และเป็นแนวคิดพื้นฐานในการวิจัย

## 2. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ที่ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลอย่างเจาะจง คือสรรหาผู้ให้ข้อมูลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับเรื่องกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลที่สามารถให้ข้อมูลได้หลากหลาย เพียงพอ และเอื้อต่อการวิเคราะห์และนำไปสู่ความเข้าใจประเด็นที่ศึกษา ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเชิงสนับสนุน หรือ เชิงโต้แย้ง โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 36 คน ดังนี้

2.1. ผู้บริหารธนาคารออมสินผู้เชี่ยวชาญด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 2 ราย

2.2. ผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 4 ราย

2.3. ลูกค้าของธนาคารออมสินที่มีความรู้รับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 30 ราย

เมื่อผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้แล้ว จำเป็นต้องทำความรู้จักประชากร สถานที่ปรากฏการณ์ของสิ่งที่ศึกษา โดยการศึกษาจากเอกสาร สัมภาษณ์ผู้ติดต่อหาข้อมูลเบื้องต้น การเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจงสนับสนุนการวิจัยเชิงคุณภาพที่ต้องศึกษาอย่างเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก ซึ่งจำเป็นต้องเลือกว่ามีความเป็นไปได้ ความสะดวก เวลา และทรัพยากร โดยผู้วิจัยต้องใช้ความรู้ และวิจารณญาณของตนเองในการตัดสินใจ เมื่อเลือกผู้ให้ข้อมูลแล้วจะเริ่มกระบวนการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยอาจเลือกผู้ให้ข้อมูลเป็นกรณีพิเศษที่เหมาะสมกับเรื่องที่ศึกษา ที่เรียกว่าผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) คือผู้ทรงความรู้ ประสบการณ์ ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลบางรายมาทำการศึกษาเป็น

กรณีพิเศษ ซึ่งควรเลือกที่มีลักษณะเด่นชัดทั้งในเชิงสนับสนุนและเชิงโต้แย้งกับข้อสรุปของผู้วิจัย และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของรับผิดชอบต่อสังคมได้ชัดเจนกว่ารายอื่น การเลือกผู้ให้ข้อมูล

หลักควรเลือกให้กระจายและครอบคลุมความหลากหลายของประชากรเป้าหมาย โดยมุ่งหวังความเป็นตัวแทนที่ดีและเพื่อความหลากหลายของผู้ให้ข้อมูลด้วย

### การเริ่มต้นเข้าสู่ภาคสนาม

#### 1. ขั้นตอนการติดต่อ

ผู้วิจัยติดต่อไปยังส่วนงานของธนาคารออมสินที่ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อแนะนำตัวและนัดหมายการเข้าพบเพื่อชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการทำการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการติดต่อทางโทรศัพท์ไปยังส่วนงานของธนาคารออมสิน และจากนั้นผู้วิจัยได้ขอเบอร์โทรศัพท์ที่หัวหน้าส่วนงานสะดวกต่อการติดต่อและไม่เป็นการรบกวนเวลาทำงาน

### 1.1 ขั้นตอนการเดินทาง

เมื่อผู้วิจัยนัดหมายเวลา และสถานที่กับหัวหน้าส่วนงานของธนาคารออมสิน ผู้วิจัยจึงทำการสำรวจเส้นทางเพื่อเดินทางไปยังสถานที่นัดหมายได้ตรงเวลา

### 1.2 ขั้นตอนการแนะนำตัว

เมื่อได้พบหัวหน้าส่วนงานของธนาคารออมสิน การแนะนำเป็นเรื่องที่สำคัญมาก และเนื่องจากผู้วิจัยไม่ได้รู้จักกับหัวหน้าส่วนงานของธนาคารออมสินเป็นการส่วนตัวมาก่อน ไม่มีทั้งบุคคลที่จะเป็นสื่อกลางให้รู้จักและไม่มีจดหมายแนะนำตัว ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการแนะนำตัวแบบปากเปล่า และแสดงบัตรประจำตัวนักศึกษาเป็นหลักฐาน จากนั้นจึงขอความร่วมมือในการทำวิจัย โดยชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการทำวิจัยให้หัวหน้าส่วนงานของธนาคารออมสินฟังอย่างละเอียดตามความเป็นจริง บอกถึงวัตถุประสงค์และลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพซึ่งต้องใช้ในการสังเกตและการสัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ เป็นหลัก

จากการพูดคุยผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากหัวหน้าส่วนงานของธนาคารออมสินเป็นอย่างดี พร้อมทั้งยังขอแนะนำผู้วิจัยให้พบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคาร แล้วชี้แจงเกี่ยวกับความประสงค์ของผู้วิจัยให้ทราบอย่างคร่าว ๆ หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือในการทำวิจัยอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งได้รับความร่วมมือได้เป็นอย่างดี

### 1.3 ขั้นตอนการเดินเอกสาร

ผู้วิจัยดำเนินการขอความร่วมมือในการทำวิจัยอย่างเป็นทางการ โดยการทำหนังสือจากสาขาวิชาการประกอบการกลุ่มเรียนคลังชั้น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ถึงส่วนงานของธนาคารออมสินทั้ง 2 แห่ง แล้วนำหนังสือจากภาควิชาไปส่งยังหัวหน้าส่วนงานของธนาคารออมสิน ในฐานะผู้บริหารธนาคารออมสิน

การปฏิบัติงานในภาคสนาม

## ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในสถานที่ศึกษาใช้เวลารวมทั้งสิ้น 1 ปี (กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 ถึง

มกราคม พ.ศ. 2554) โดยมีรายละเอียดในการปฏิบัติงาน ดังนี้

### 1. กำหนดขอบเขตของข้อมูลที่ต้องการทำการเก็บ

ข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการเก็บรวบรวม ได้แก่

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารออมสิน เช่น ที่ตั้ง สภาพแวดล้อม การดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เป็นต้น

### 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล แบ่งเป็น

1.2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหารธนาคารออมสินผู้เชี่ยวชาญด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

1.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

1.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าของธนาคารออมสินที่มีความรู้รับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

## 2. กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งสิ้น 36 ราย แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1 ผู้บริหารธนาคารออมสินผู้เกี่ยวข้องด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 2 ราย ดังนี้

2.1.1 ผู้ช่วยผู้อำนวยการธนาคารออมสิน สายงานนโยบายและกลยุทธ์ กลุ่มยุทธศาสตร์ และทรัพยากรบุคคล

2.1.2 ผู้ช่วยผู้อำนวยการธนาคารออมสิน สายงานกิจกรรมชุมชน กลุ่มสินเชื่อ

2.2 ผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 4 ราย ดังนี้

2.2.1 ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาพระประแดง

2.2.2 ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขามนุษรศาสตร์

2.2.3 ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาตราด

2.2.4 ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาสงขลา

2.3. ลูกค้าของธนาคารออมสินที่มีความรู้รับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 30 ราย

## 3. กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวม ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) ใช้บันทึกการเข้าร่วม

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ธนาคารออมสินจัดขึ้น

3.2 การบันทึกภาคสนาม (Field Note) ใช้บันทึกรายละเอียดด้านสภาพแวดล้อมของสถานที่ศึกษา หรือ สิ่งที่น่าสนใจ ที่ผู้วิจัยได้รับก่อนหรือหลังการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์

3.3 การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (Formal Interview) ใช้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้บริหารธนาคารออมสิน การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) ใช้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาต่าง ๆ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ใช้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มลูกค้าของธนาคารออมสิน

3.4 การสำรวจ (Survey) ใช้ในการสำรวจความคาดหวังของกลุ่มลูกค้าของธนาคารออมสิน คือ คาดหวังว่าธนาคารออมสินจะมีกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ตรงกับความต้องการ แล้วนำผลการสำรวจมาพิจารณาคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลศึกษาในลำดับขั้นต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Document Analysis) ใช้พิจารณาข้อมูลต่าง ๆ เช่น สถิติการจัดกิจกรรมสาธารณประโยชน์ การจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และข้อมูลรายงานการประเมินของธนาคารออมสิน

#### 4. กำหนดเครื่องมือ สร้างเครื่องมือ และเตรียมอุปกรณ์สำหรับการวิจัย

เครื่องมือสำหรับการวิจัย ได้แก่

##### 4.1 ผู้วิจัย

##### 4.2 เครื่องมือสำหรับการวิจัย ได้แก่

4.2.1 แบบบันทึกการสังเกต

4.2.2 แบบบันทึกภาคสนาม

4.2.3 แนวการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

4.2.3.1 แนวการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารออมสิน

4.2.3.2 แนวการสัมภาษณ์ผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาต่าง ๆ

4.2.3.3 แนวการสัมภาษณ์ลูกค้าของธนาคารออมสิน

##### 4.3 อุปกรณ์สำหรับการวิจัย ได้แก่

4.3.1 สมุดบันทึกและเครื่องเขียน

4.3.2 อุปกรณ์อื่น ๆ เช่น เครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายรูป

#### การจัดกระทำข้อมูล

ดังนี้

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดในแต่ละกระบวนการ  
ผลงานวิจัยนันทศึกษา ระดับปริญญาตรี

#### 1. การตรวจสอบข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเข้าไปสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าของธนาคารออมสินและกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ตลอดเวลา 1 ปี เป็นข้อมูลที่ผ่านการพูดคุยและทดสอบซ้ำหลายครั้ง เพื่อที่จะได้รับความถูกต้องของ ข้อมูลมากที่สุด ผู้วิจัยยังต้องทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้นี้ด้วย โดยจะตรวจสอบในด้านความ ครบถ้วนของข้อมูล ความเป็นจริงของข้อมูล และความตรงของข้อมูลและความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Valid and Reliable) ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลโดยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) (Denzin Norman K1978, อ้างจาก สุภางศ์ จันทวานิช 2547: 31) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### 1.1 ตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation)

เป็นการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูล ซึ่งได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล เป็นการตรวจสอบด้านความถูกต้องของข้อมูลว่า เมื่อต่างเวลากัน ต่างสถานที่กัน และผู้ให้ข้อมูลต่างกันหรือการได้มาของข้อมูลต่างกันแล้ว ข้อมูลที่ได้จะเหมือนเดิมหรือไม่

1.1.1 แหล่งเวลา ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันแต่ต่างเวลากัน เช่น สัมภาษณ์ จันทรลอย เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษาของ ธนาคารออมสิน ซึ่ง จันทรลอย ตอบว่าทราบว่าธนาคารมีกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษา ได้แก่ ธนาคาร โรงเรียน เป็นกิจกรรมที่ดีมากและควรส่งเสริมให้มีเพิ่มขึ้น

“ได้ทราบว่าธนาคารมีกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษด้วยตนเองค่ะ เพราะว่าที่โรงเรียนลูกมีกิจกรรมธนาคาร โรงเรียนเป็นกิจกรรมที่ดีมาก เพราะช่วยส่งเสริม วินัยการออมและค่านิยมอันดี ให้กับเยาวชน” (จันทรลอย มั่นคง, 2553)

“อย่างกิจกรรมธนาคาร โรงเรียนที่ส่งเสริมการออมให้กับเด็กเยาวชนที่มีใน สถานศึกษาคงจะช่วยสร้างวินัยการเงินให้กับเด็ก สอนให้เด็กรู้จักการออมเงินเป็นกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ธนาคารควรขยายให้มีครบทุกโรงเรียน” (จันทรลอย มั่นคง 2553)

1.1.2 แหล่งสถานที่ ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมเรื่องเดียวกันต่างสถานที่กัน เช่น สัมศรีและจิโรจน์ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเจตนาในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้ดีขึ้นเหมือนกัน

“สังคมในบ้านเราเศรษฐกิจไม่ค่อยดีเพราะมีคนขาดงานกันเยอะ ก็อยากจะเป็นส่วน หนึ่งของสังคมที่ช่วยแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคม ถ้ามีโอกาสได้เข้าร่วมกิจกรรมกับ ธนาคารออมสิน ก็อยากทำค่ายคุณธรรมและความดีให้กับเด็กเยาวชน ก็มีเจตนาที่จะ สร้างจิตสำนึกด้านคุณธรรมให้กับเด็ก และเยาวชน” (จิโรจน์ นุ่มสุวรรณ 2553)

เนื่องจากเด็กรุ่นนี้ประสบกับปัญหาเยอะ โดยเฉพาะเรื่องเศรษฐกิจและสังคม ก็ อยากรให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ เสริมสร้างและส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมให้กับ ประชาชนโดยเริ่มตั้งแต่เด็ก หรืออย่างธนาคารจะจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมก็ ควรจัดในโรงเรียน อาจเป็นค่ายคุณธรรมและความดีเพื่อให้เด็กมีความเสียสละ มีความ สามัคคี ซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น ซึ่งเหล่านี้จะเป็นพื้นฐานในการแก้ปัญหาสังคมใน ปัจจุบัน” (สัมศรี ีองอาจสามารถ 2553)

1.1.3 แหล่งบุคคล ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันแต่ผู้ให้ข้อมูล ต่างกัน เช่น ผู้จัดการธนาคารออมสินสาขา และลูกค้าของธนาคารออมสินได้แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ผ่านมาว่าธนาคารมุ่งเน้นการดำเนินงานเพื่อสังคมและชุมชน

“ในช่วงเวลาที่ผ่านมารัฐบาลได้ดำเนินงานเพื่อชุมชนและสังคมที่เด่น ๆ เช่น โครงการคืนคนดีสู่สังคม การสนับสนุนการจัดตั้งธนาคารโรงเรียน การยกระดับกองทุนหมู่บ้านขึ้นเป็นสถาบันการเงินชุมชน การหักชำระหนี้ให้แก่ลูกค้าสินเชื่อเคหะและธุรกิจ SMEs ลดอัตราดอกเบี้ย โครงการธนาคารประชาชนลงเหลือเพียงร้อยละ 0.5 ต่อเดือน และ ปลดysinเชื้อบำรุงขวัญเพื่อบรรเทาทุกข์ผู้ที่ได้รับผลกระทบจาก 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้” (วรรณิ ไชยบาล 2553)

“ที่ผ่านมาไม่ค่อยมีกิจกรรมค่ะ มีแค่การจัดตั้งธนาคารโรงเรียน กับการลดอัตราดอกเบี้ยโครงการธนาคารประชาชน” (ธาดา รัตนารัตน์ 2553)

### 1.2 ตรวจสอบสามเส้า คำนวณวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation)

เป็นการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่ไปกับวิธีการสัมภาษณ์ พร้อมกับศึกษาจากเอกสารประกอบด้วย

### 1.3 การตรวจสอบจากวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการกลับไปตรวจสอบข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลและผู้ที่เกี่ยวข้องว่า ผู้วิจัยตีความถูกต้องหรือไม่อย่างไร โดยผู้วิจัยใช้วิธีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยการอ่านข้อมูลทีละบรรทัดให้ฟัง เพื่อเป็นการตรวจสอบความเข้าใจระหว่างผู้วิจัยเองและผู้ให้ข้อมูลให้ตรงกัน นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่ผู้วิจัยได้พยายามควบคุมหรือจัดการกระทำเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ดังต่อไปนี้

1.3.1 ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบข้อมูลบางส่วนมาเสมอทุกครั้ง

1.3.2 ผู้วิจัยได้สร้างความสัมพันธ์และสร้างความคุ้นเคยกับผู้ให้ข้อมูลเป็นอย่างดี ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงมากขึ้น

1.3.3 ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามประมาณ 1 ปี ซึ่ง

นับว่าเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน ทำให้สามารถมั่นใจได้มากขึ้นว่าข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลที่เป็นจริง

## ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

### 2. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เป็นหลัก และควบคู่กับการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยใช้วิเคราะห์ดังต่อไปนี้

#### 2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction)

ทำได้โดยการตีความและสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมมาได้ในสนามวิจัย เมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลมากก็นำมาวิเคราะห์ มองหาความหมาย ความคล้ายคลึง ความแตกต่าง อาจจะเป็นรูปแบบซึ่งเป็นข้อสมมติฐานชั่วคราวย่อย ๆ หลายสมมติฐาน ซึ่งวิธีการหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้วิจัยได้ศึกษาวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของสูกางค์ จันทวานิช (2547: 10) และจากนั้น

จะเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐานจนสามารถหาหลักฐานยืนยันได้ชัดเจนจากข้อสรุปย่อย ๆ ไปสู่ข้อสรุปใหญ่ไปเรื่อย ๆ โดยจำแนกข้อมูลตามความเหมาะสมของข้อมูล

## 2.2 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

เป็นวิธีวิเคราะห์ที่ผู้วิจัยใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากเอกสาร เช่น จำนวนกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สถิติการเข้าร่วมกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ลูกค้าเข้าร่วม เป็นต้น โดยการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพทั่วไป รูปแบบการดำเนินการกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน เป็นต้น

## 3. การนำเสนอข้อมูล (Presentation)

การศึกษาคำให้ความหมายและรูปแบบกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้าธนาคารออมสินเพื่อตอบปัญหาที่ตั้งไว้ ถึงแม้ข้อมูลที่ได้รับจะมาจากการสัมภาษณ์ก็ตาม แต่การนำเสนอผลการวิจัยจะพยายามเชื่อมโยงให้เห็นปรากฏการณ์ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบจากข้อมูลที่ได้รับอันเป็นการสร้างภาพรวมของเหตุการณ์ จากปัจจัยย่อยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นลักษณะของการอุปนัย และนำเสนอในลักษณะบรรยาย โดยแบ่งการนำเสนอ ออกเป็น 5 บท ดังนี้

บทที่ 1 บทนำ ความจำเป็นและความสำคัญของปัญหา ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในสังคมไทย ชัดุดประสงค์ของการวิจัย และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 วิธีวิจัยและสรุปดำเนินการวิจัย

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย การให้ความหมายและรูปแบบกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้าธนาคารออมสินครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) ต่าง ๆ ได้แก่ รายงานประจำปีธนาคารออมสินระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2553 หนังสือ วิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัยต่าง ๆ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตขององค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบกับการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (Formal Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้บริหารธนาคารออมสินผู้เชี่ยวชาญด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มลูกค้าของธนาคารออมสินที่มีความรู้รอบรู้เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน โดยศึกษาจากนโยบายของธนาคารที่สอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม แนวทางการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร รวมทั้งแนวทางในการดำเนินงานตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่เป็นบรรณ

### ผังแนวคิดเกี่ยวกับระดับบริษัท

2. รูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ในปี พ.ศ. 2550 – 2553

2.1 การแบ่งรูปแบบตามความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินตามหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อด้านสังคม และความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อม

2.2 การแบ่งรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินตามหลักการของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี

3. การให้ความหมายและรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินในมุมมองของลูกค้า

#### การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน

จากการศึกษาพบว่าธนาคารออมสินมีนโยบายที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งกำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจนและถือปฏิบัติมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน แม้จะมีความแตกต่างกันในการกำหนดชื่อเรียกและรายละเอียดปลีกย่อยต่าง ๆ เช่น ในปี 2545 – 2550 ใช้ชื่อว่าการดำเนินงานเพื่อสังคมและชุมชน ปี 2551 ได้เปลี่ยนชื่อมาเป็นกิจกรรมเพื่อการพัฒนา และปี 2552 ได้จัดตั้งหน่วยงานพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่เมื่อพิจารณาถึงเนื้อหาสาระแล้ว พบว่ามีความหมายสอดคล้องคือการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ที่ให้ความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งต่อองค์กรและสังคมเป็นส่วนรวม โดยแต่ละปีธนาคารได้มีการกำหนดเป็นนโยบายที่จะจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม โดยประมาณการค่าใช้จ่ายในปีปัจจุบันของกิจกรรมประเภทต่าง ๆ ของธนาคารเพื่อตั้งเป็นงบประมาณในการทำกิจกรรมในปีต่อไป ทำให้การดำเนินงานกิจกรรมเพื่อสังคมเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง โดยนโยบายการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กรซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินที่มีความมั่นคงสูง จึงได้รับความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากประชาชนในทุกระดับ โดยดำรงบทบาทในการปลูกฝังจิตสำนึกทางการออมให้แก่เยาวชนและสังคมมาโดยตลอดพร้อมกับบทบาทในการเป็นองค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ควบคู่ไปกับการเป็นสถาบันที่สนับสนุนการถือกุศลและดูแลสิ่งแวดล้อมของประเทศ

#### พลังในวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ธนาคารได้กำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจภายใต้กรอบของแนวนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐ

(Statement of Direction : SOD) ซึ่งเป็นแนวทางที่ภาครัฐมีต่อธนาคารออมสิน คือ “มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ชุมชน และเศรษฐกิจฐานราก และส่งเสริมการออมของประชาชน โดยมีการบริหารจัดการซึ่งสนับสนุนโดยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ” โดยกำหนดหลักการและแนวทางการดำเนินงานตามแนวนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐ 4 แนวทางดังนี้

1. เป็นสถาบันการเงินหลักที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ชุมชน และเศรษฐกิจฐานราก เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มั่นคงอย่างยั่งยืน
2. เป็นสถาบันการเงินที่สนับสนุนและส่งเสริมการออมของประชาชน

3. มีการบริการจัดการและระบบเทคโนโลยีที่เป็นมาตรฐาน โดยมีการบริการและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

4. เป็นสถาบันการเงินที่ค้ำประกันถึงสังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศ โดยธนาคารได้กำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจ ดังนี้

#### 1. วิสัยทัศน์

เป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเพื่อการออม การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะเศรษฐกิจฐานราก

#### 2. พันธกิจ

2.1 เป็นสถาบันเพื่อการลงทุนและการพัฒนา

2.2 เป็นสถาบันเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

2.3 เป็นสถาบันเพื่อการออม

2.4 เป็นสถาบันที่ดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม

#### 3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อพัฒนาและขยายขอบเขตการให้บริการธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลาย ทันสมัย ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม สามารถสร้างรายได้ ลดต้นทุน และเพิ่มมูลค่าให้แก่ธนาคารในระยะยาว รวมถึงรักษาและสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการใช้บริการตลอดช่วงอายุของลูกค้า

3.2 เพื่อให้ประชาชนและชุมชนในระดับฐานรากมีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบ และได้รับการส่งเสริมความรู้ ทักษะการบริหารจัดการ ส่งเสริมการตลาดชุมชน พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตให้เข้มแข็งและมั่นคงบนพื้นฐานของความพอเพียง

3.3 เพื่อส่งเสริมให้เกิดเป้าหมายและประสิทธิผลในระดับปริมาณและประโยชน์ของการออม มีค่านิยมและพฤติกรรมทางการเงินที่เหมาะสม ซึ่งจะนำไปสู่การมีวินัยทางการเงินและการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รวมทั้งมีปริมาณเงินออมที่เพียงพอต่อการดำรงชีพและสร้างหลักประกันสำหรับประชาชนที่จะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

3.4 เพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันและประสิทธิภาพกระบวนการบริหารจัดการภายในให้ทัดเทียมกับสถาบันการเงินอื่น และสร้างความเชื่อมั่นในกลไกการดำเนินงานของธนาคารต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)

#### 4. มูลนิธิออมสินเพื่อสังคม

นอกจากนั้นได้มีการจัดตั้งมูลนิธิออมสินเพื่อสังคม โดยเริ่มจากเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2527

คณะกรรมการธนาคารออมสินมีมติให้จัดตั้งกองทุนทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา เนื่องในวโรกาสที่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จะทรงพระชนมายุครบ 60 พรรษา ในวันที่ 5 ธันวาคม 2530 โดย ธนาคารจัดสรรเงินสมทบทุนปีละ 15 ล้านบาท ต่อมาในปี พ.ศ. 2539 คณะกรรมการธนาคารออมสิน ได้มีมติยกเลิกวัตถุประสงค์เดิม โดยให้มีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมบริจาคทุกเทศกาล ถวายตาม พระราชอัธยาศัย เนื่องในวโรกาสที่เป็นมหามงคล และทุกเทศกาล ถวายเงินจำนวน 10 ล้านบาท ในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงครองสิริราชสมบัติ ครบ 50 ปี และในปี พ.ศ. 2542 คณะกรรมการธนาคารออมสินได้มีมติให้ทุกเทศกาล ถวายเงิน จำนวน 72 ล้านบาท เนื่องในวโรกาส ที่ทรงเจริญพระชนมายุครบ 72 พรรษาและในปี พ.ศ. 2543 นั้นได้นำเงินที่เหลือจากทุกเทศกาล ถวาย จำนวน 51 ล้านบาท มาจัดตั้งเป็นมูลนิธิออมสินเพื่อสังคมในปัจจุบันโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 4.1 ส่งเสริม สนับสนุน อุทิศ และพลัดถิ่นการออมในหมู่ประชาชน โดยเฉพาะ เยาวชนและผู้มีรายได้น้อย
- 4.2 สนับสนุนการแก้ปัญหาความยากจนในหมู่ผู้ด้อยโอกาส โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน รวมถึงการส่งเสริมการศึกษาและสุขภาพอนามัย
- 4.3 สนับสนุนการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ประชาคม ประชาสังคม การรวมพลัง สร้างสรรค์ของคนในชาติ เพื่อการพัฒนาสังคม
- 4.4 สนับสนุนการทำงานบำรุงศาสนา และการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม
- 4.5 ส่งเสริมสถาบันชุมชน การอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปะและวัฒนธรรมอันดีงาม ของชาติ การอนุรักษ์และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมชาติ
- 4.6 เพื่อให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนแก่ลูกค้าธนาคารออมสินและประชาชนเพื่อการ พัฒนาสังคม

4.7 เพื่อส่งเสริมการปกครองในระบบประชาธิปไตย

### ผลงานวิจัยนันทศึกษา ระดับปริญญาตรี

4.8 เพื่อส่งเสริม สนับสนุน การศึกษาและการฝึกอบรม ไปพร้อมทั้งเป็นผู้รับ ใบอนุญาตจัดตั้งสถาบันการศึกษา และดำเนินกิจการที่เป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษา

จากการศึกษานโยบายองค์กรจะเห็นได้ว่าธนาคารออมสินได้ให้ความสำคัญและความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดถืออย่างเป็นหลักการในการดำเนิน ธุรกิจ โดยเห็นได้จากการกำหนดขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร ในวิสัยทัศน์ พันธกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย วัตถุประสงค์ และได้จัดตั้งเป็นมูลนิธิออมสินเพื่อสังคม ซึ่งผู้วิจัยสรุปการให้ความหมาย ของการรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินได้ดังนี้ การดำเนินการของธนาคารออมสินใน ฐานะบทบาทธนาคารเพื่อสังคม ด้วยการร่วมแก้ไขวิกฤตเศรษฐกิจ และปัญหาที่เกิดขึ้นในกลุ่มคน ว่างาน ยากจน และกลุ่มผู้ด้อยโอกาส เพื่อให้เกิดการจ้างงาน เสริมรายได้ สนับสนุนให้ชุมชน

เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ตลอดจนเป็นการให้บริการสวัสดิการทางสังคมเพื่อส่งเสริม ปลุกฝังให้รู้จัก การประหยัด อดออมแก่ประชาชน เยาวชน นักเรียน และผู้มีรายได้น้อย โดยมีสถานที่เก็บออม และ ให้บริการทางการเงินเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งสนับสนุนกิจกรรมอันเป็นสาธารณประโยชน์ และเอื้อต่อ การทำนุบำรุงชาติ ศาสนา และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มุ่งให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนทั้งมวล โดยเฉพาะชุมชนฐานรากของสังคม โดยให้ผลประโยชน์สุดท้ายเกิดแก่ชุมชน เพื่อเสริมสร้างให้ สังคมมีความเข้มแข็ง มั่นคงสามารถพึ่งตนเอง และปรับตัวตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย

### รูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินตามหลักการดำเนินธุรกิจ อย่างยั่งยืน

จากการวิจัยรูปแบบกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินตาม หลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน พบว่ารูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมี 3 ด้าน คือ ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อด้านสังคม และความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อม ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

#### 1. รูปแบบความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ

ธนาคารออมสินในฐานะธนาคารของรัฐทำหน้าที่ให้บริการแก่ประชาชน และมุ่ง พัฒนาอย่างต่อเนื่องในการเป็นธนาคารเพื่อประชาชนอย่างแท้จริง เพื่อเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคง ของประเทศ ทั้งนี้ ในการทำให้ธนาคารเป็นที่ยอมรับ และได้รับความไว้วางใจจากประชาชนและ ลูกค้า ธนาคารได้ให้ความสำคัญแก่การมีจริยธรรม และจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ

คณะกรรมการธนาคารออมสิน ผู้บริหาร และพนักงานได้ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีเจตนาพร้อมที่จะส่งเสริมให้ธนาคารออมสินเป็นหน่วยงานที่มีการกำกับ ดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจก่อให้เกิด ผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายของธนาคาร เพื่อให้ธนาคารออมสินเป็นสถาบัน การเงินของภาครัฐ (Statement of Direction) ที่สร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ควบคู่กับการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ชุมชน และเศรษฐกิจ ฐานราก และส่งเสริมการออมของประเทศ และยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกัน มีความโปร่งใสในการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้ ด้วยการ เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมพัฒนาการกำกับดูแลและจรรยาบรรณที่ดีในการ ประกอบธุรกิจ และกระจายโอกาสแก่ประชาชนให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการ ดำเนินการใด ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย คุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ ของชุมชนและสังคมโดยรวมของประเทศ พร้อมทั้งมุ่งเน้นบทบาทของคณะกรรมการธนาคารใน

การกำกับดูแลกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มขีดความสามารถ ประสิทธิภาพที่เพียงพอ มุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการเพื่อการแข่งขันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้ธนาคารออมสินมีการเติบโตอย่างยั่งยืน

### 1.1 หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ธนาคารออมสินมีการจัดโครงสร้างและกลไกการบริหารจัดการภายในองค์กร เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และลูกค้า โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยรวม ซึ่งการจัดการ โครงสร้าง และกลไกการบริหารจัดการดังกล่าว จะต้องสะท้อนถึงหลักการสำคัญ มี 7 ด้าน คือ

1.1.1 ความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ (Accountability)

1.1.2 ความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ด้วยขีดความสามารถและประสิทธิภาพที่เพียงพอ (Responsibility)

1.1.3 การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียมกัน มีความเป็นธรรมและมีคำอธิบายได้ (Equitable Treatment)

1.1.4 ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้ และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง (Transparency of Information Disclosure)

1.1.5 การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มมูลค่าใด ๆ นั้นจะต้องเป็นการเพิ่มความสามารถในทุกด้านในการแข่งขัน (Value Creation)

1.1.6 การส่งเสริมการพัฒนาการกำกับดูแล และจรรยาบรรณที่ดีในการประกอบธุรกิจ (Ethics)

1.1.7 การมีส่วนร่วม เป็นการส่งเสริมให้เกิดการกระจายโอกาสแก่ประชาชนให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการใด ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ (Participation)

### 1.2 นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี

คณะกรรมการธนาคารออมสินให้ความสำคัญต่อการพัฒนาระบบการบริหารกิจการของธนาคารให้สอดคล้องกับหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 โดยการเห็นชอบ โครงการพัฒนาระบบการบริหารกิจการที่ดีของธนาคารออมสินซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อดูแลระบบการบริหารจัดการของธนาคาร ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เกิดการกำกับดูแลกิจการที่ดีทั่วทั้งองค์กรอย่างเป็นระบบต่อเนื่อง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อนำไปสู่การเป็นสถาบันการเงินที่มีความมั่นคง เป็นเสาหลักแก่สังคมและประเทศชาติ

ผลจากการดำเนินโครงการดังกล่าวนำไปสู่การจัดทำแผนแม่บทการกำกับดูแลกิจการที่ดีของธนาคารออมสินซึ่งกำหนดแนวทางการพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.2.1 การควบคุมภายใน ได้แก่ โครงสร้าง องค์กรประกอบของคณะกรรมการและคณะกรรมการย่อยต่าง ๆ บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ อำนาจหน้าที่และสิทธิในการตัดสินใจ ตลอดจนกระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ

1.2.2 การตรวจสอบภายใน เพื่อให้โครงสร้างและการปฏิบัติงานตรวจสอบเข้มแข็ง มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถประเมินผลการปฏิบัติงาน ดูแลการนำระเบียบไปปฏิบัติ ควบคุมความเสี่ยงด้วยแนวคิดเชิงบวกได้

1.2.3 การบริหารความเสี่ยงเพื่อป้องกันการปฏิบัติงานสอดคล้องกับกฎระเบียบ ข้อบังคับ ป้องกันการละเมิดข้อกำหนด การกระทำผิด ตลอดจนการนำข้อมูลไปใช้ในทางที่ผิด

1.2.4 การกำกับข้อกำหนดกฎหมายเพื่อให้โครงสร้างและการปฏิบัติงานบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.2.5 ผลลัพธ์และแผนงานเพื่อให้มั่นใจในผลสำเร็จของโครงการต่าง ๆ

1.2.6 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี ผ่านระบบการจัดการข้อมูลที่น่าเชื่อถือ โดยการจัดการข้อมูลที่มีความถูกต้อง เข้าใจง่าย และอยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อส่งให้ผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการใช้ในการตัดสินใจ

1.2.7 ทรัพยากรบุคคลเพื่อส่งเสริมให้พนักงานเกิดความรู้และความเข้าใจต่อการปฏิบัติงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้วยการจัดฝึกอบรมแก่พนักงานอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

1.2.8 จริยธรรมและจรรยาบรรณ เพื่อดูแลรับผิดชอบการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับหลักวิชาชีพ ความซื่อสัตย์สุจริตและเป็นที่ยอมรับของสังคม และการตอบสนองต่องาน โดยการปฏิบัติงานทั้งหมดต้องสอดคล้องกับหลักกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และจรรยาบรรณทางธุรกิจ

จากการวิจัยพบว่าธนาคารออมสินสามารถดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ทำให้ธนาคารออมสินเป็นองค์กรที่มีการกำกับดูแลที่ดีตามมาตรฐานสากล และได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า คู่ค้า และประชาชนทั่วไป ตามวิสัยทัศน์ของธนาคารในการเป็นสถาบันที่มั่นคงของประเทศเพื่อการออม การลงทุน การสร้างเศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาประเทศ และการบริการทางการเงินที่ครบวงจรแก่ประชาชนทุกระดับทั่วประเทศ

### 1.3 การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

คณะกรรมการธนาคารออมสิน ให้ความสำคัญในการดูแลและคำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกธนาคาร ประกอบด้วย พนักงาน ลูกค้า ประชาชน ชุมชน ประเทศชาติ ตลอดจนสังคมโลก เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายได้รับการดูแลและปฏิบัติอย่างยุติธรรม เสมอภาคและเท่าเทียมกัน

1.3.1 ข้อพึงปฏิบัติต่อลูกค้า ธนาคารให้บริการแก่ลูกค้าโดยมุ่งเน้นให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ คำนึงถึงความยุติธรรม ถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้

1.3.2 ข้อพึงปฏิบัติต่อเจ้าหน้าที่ ธนาคารปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องและเงื่อนไขการกู้ยืมเงินที่ตกลงไว้กับเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ฝากเงินและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อธำรงไว้ซึ่งชื่อเสียงและเครดิตของธนาคาร

1.3.3 ข้อพึงปฏิบัติต่อลูกค้า ธนาคารปลูกฝังให้พนักงานตระหนักถึงการธำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพด้านการประกอบธุรกิจและให้บริกรบนพื้นฐานความซื่อสัตย์สุจริต และยุติธรรม เพื่อรักษาความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อธนาคารให้ยั่งยืนตลอดไป ด้วยการปกป้องรักษาความลับของลูกค้า ลูกค้า โดยยึดหลักผลประโยชน์สูงสุดของธนาคาร โดยไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตนหรือของพวกพ้อง และหลีกเลี่ยงการรับสิ่งตอบแทนหรือของขวัญจากลูกค้าหรือคู่ค้า เพื่อให้ได้รับการปฏิบัติเป็นพิเศษ หรืออาจมีผลต่อการตัดสินใจในการปฏิบัติหน้าที่ เพราะการกระทำดังกล่าวอาจทำให้เกิดความไม่เหมาะสมหรือก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่าง ๆ

1.3.4 ข้อพึงปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ธนาคารพึงปฏิบัติคนเหมือนหนึ่งเป็นพลเมืองดี ปฏิบัติตนโดยคำนึงถึงหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ อีกทั้งให้การสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ร่วมพัฒนาสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม ตลอดจนมุ่งสร้างสรรค์อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ธนาคารพร้อมที่จะร่วมมือกับทุกภาคส่วน สนับสนุนนโยบายของรัฐบาลเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ

1.3.5 ข้อพึงปฏิบัติต่อคณะกรรมการและผู้บริหาร คณะกรรมการและผู้บริหารของธนาคารได้รับรู้ถึงสิทธิและปฏิบัติหน้าที่ของตนตามกรอบที่ธนาคารกำหนดไว้ ขณะเดียวกันยังตระหนักถึงการดูแลกิจการ สิทธิของผู้มีส่วนได้เสียของธนาคารอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรม

1.3.6 ข้อพึงปฏิบัติต่อพนักงาน ธนาคารตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรบุคคล ซึ่งเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญขององค์กร จึงได้พยายามสรรหาและว่าจ้างบุคลากรที่มีทักษะ ประสิทธิภาพที่ตรงกับลักษณะของธนาคาร ขณะเดียวกันธนาคารได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานผ่านแผนการฝึกอบรมที่ต่อเนื่องและหลากหลาย เพื่อรองรับการแข่งขัน



ในธุรกิจการเงิน นอกจากนั้น ธนาคารยังจัดสวัสดิการเพื่อช่วยให้พนักงาน ลูกจ้างและครอบครัว มีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เช่น เงินช่วยเหลือบุตร ทุนการศึกษา ค่าเช่าบ้าน ค่ารักษาพยาบาล เป็นต้น

1.3.7 การปฏิบัติต่อภาครัฐ ธนาคารสนับสนุนการดำเนินงานของภาครัฐ และปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และนโยบายของหน่วยงานกำกับ ควบคู่ไปกับการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ ของภาครัฐเพื่อร่วมเสริมสร้างความมั่นคงและความเจริญเติบโตให้กับประเทศไทย

#### 1.4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

คณะกรรมการธนาคารออมสินให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศสำคัญ ทั้งที่เป็นข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงิน ข้อมูลสารสนเทศธนาคารออมสินต้องตรงต่อความเป็นจริง ครบถ้วน เพียงพอ เชื่อถือได้และทันเวลา เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียของธนาคารออมสิน ทุกฝ่าย ได้รับข้อมูลสารสนเทศอย่างเท่าเทียมกัน คณะที่กฎหมายและหน่วยงานกำกับดูแลกำหนด และจัดให้มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้กับพนักงาน ผู้เกี่ยวข้องและประชาชนทั่วไป ให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของธนาคารออมสิน อย่างทั่วถึงและตรงเวลา นอกจากนี้ธนาคารออมสิน ได้ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของธนาคารสู่สาธารณชนตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 โดยเปิดเผยข้อมูลผ่าน Website: [gsb.or.th](http://gsb.or.th) และรายงานประจำปีธนาคารออมสิน

#### 1.5 นโยบายด้านความซื่อสัตย์ทางผลประโยชน์

คณะกรรมการธนาคารออมสิน ถือเป็นนโยบายสำคัญที่ไม่ให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน ใช้โอกาสของการเป็นกรรมการผู้บริหาร พนักงาน แสวงหาผลประโยชน์เพื่อส่วนตนและพวกพ้อง จึงห้ามมิให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน ประกอบกิจการที่แข่งขันกับธนาคารออมสิน และหลีกเลี่ยงการทำการที่เกี่ยวข้องกับตนเองหรือญาติให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับธนาคารออมสิน ในกรณีที่ต้องทำรายการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลข้างต้น คณะกรรมการธนาคารออมสิน ต้องดูแลให้การทำการที่เกี่ยวข้องโยงนั้นมีความโปร่งใส เทียบธรรม เสมอเหมือนการทำการกับบุคคลภายนอก ทั้งนี้ กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานผู้มีส่วนได้เสียในรายการนั้น ต้องไม่มีส่วนในการพิจารณาอนุมัติรายการที่เกี่ยวข้อง โยงนั้น กรณีที่เข้าข่ายเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกันภายใต้ประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย คณะกรรมการธนาคารออมสิน ต้องกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์วิธีการและการเปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวข้องกันของธนาคารแห่งประเทศไทยอย่างเคร่งครัด

## 1.6 จรรยาบรรณของธนาคารออมสิน

ธนาคารออมสินมีความมุ่งมั่นในการเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคง ได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากลูกค้าและประชาชน ธนาคารจึงให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบแห่งคุณธรรมและจริยธรรม พร้อมผลักดันให้เกิดการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจังทั่วทั้งองค์กร โดยคณะกรรมการธนาคารออมสินได้ให้ความเห็นชอบข้อกำหนดจริยธรรมและจรรยาบรรณของพนักงาน ผู้บริหาร และคณะกรรมการธนาคารออมสิน เพื่อให้พนักงาน ลูกจ้าง ผู้บริหาร และคณะกรรมการยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด รวมทั้งกำหนดหลักจริยธรรมในการประกอบธุรกิจของธนาคารออมสิน คือ ซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ รับผิดชอบต่อหน้าที่ มุ่งมั่นตั้งใจพัฒนาตนเอง พัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ รักความสามัคคี คำนึงถึงความเสมอภาค ความยุติธรรม และไม่เลือกปฏิบัติ มีศีลธรรมและธำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดีงาม ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และธนาคารได้กำหนดให้จรรยาบรรณเป็นหลักปฏิบัติสำหรับบุคลากรของธนาคารออมสิน โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

### 1.6.1 จรรยาบรรณของพนักงานธนาคารออมสิน

#### 1.6.1.1 ปฏิบัติหน้าที่เต็มความสามารถ

ธนาคารออมสินในฐานะเป็นธนาคารของรัฐมีหน้าที่ให้บริการประชาชนส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เป้าหมายสูงสุดของธนาคาร คือ เป็นสถาบันที่มั่นคง เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทย และเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ธนาคารออมสินจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพ พนักงานธนาคารออมสินทุกคนต้องหมั่นฝึกฝนและพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพตลอดเวลา ทุ่มเทกำลังกาย กำลังความคิด ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ให้บรรลุ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของธนาคารร่วมกัน อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดผลสัมฤทธิ์

#### ผลงานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับปฏิญญาที่ดี

1.6.2 โปร่งใส ตรวจสอบได้ ธนาคารออมสินยึดถือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ สุจริต โปร่งใส คุณภาพประสิทธิภาพ และร่วมคิดร่วมทำ เพื่อให้ได้รับความเชื่อถือ และรักษาความไว้วางใจของลูกค้า ดังนั้น พนักงานธนาคารออมสินทุกคนจะต้องปฏิบัติหน้าที่ของตนให้มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ มีความถูกต้องแม่นยำ ทันการฉับ และเต็มใจให้ความร่วมมือกับผู้ตรวจสอบภายในและภายนอกอย่างเต็มที่ทันทีเมื่อได้รับการร้องขอ

1.6.1.3 สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ความสำเร็จของธนาคารออมสินตั้งอยู่บนความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคารจึงสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และยั่งยืนกับลูกค้า ธนาคารตระหนักดีว่า ลูกค้าแต่ละคนมีความต้องการ และความคาดหวังแตกต่างกัน พนักงานธนาคารออมสิน

จึงต้องมุ่งมั่นพัฒนาการให้บริการของธนาคารเข้าสู่ระดับสากลเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าที่หลากหลายอย่างดีที่สุด

1.6.1.4 รักษาข้อมูลความลับของลูกค้า คู่ค้า และธนาคาร พนักงานทุกคนจะต้องธำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ เพื่อรักษาความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อธนาคารอมสินให้ยั่งยืนตลอดไป ด้วยการปกป้องรักษาความลับของลูกค้า คู่ค้า และของธนาคารอมสินอย่างเคร่งครัด รวมถึงข้อมูลหรือเอกสารต่าง ๆ ที่ได้จัดทำขึ้นในขณะปฏิบัติงาน ธนาคารถือว่าเป็นข้อมูลของธนาคาร และการนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ห้ามพนักงานนำไปเปิดเผยโดยพลการ เว้นแต่ได้รับการยินยอมล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจากธนาคาร หรือเป็นไปตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่กำหนดให้เปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชน

1.6.1.5 การสื่อสารที่ดี ธนาคารอมสินดำเนินกิจการบนพื้นฐานความซื่อสัตย์สุจริต ยุติธรรม ต่อลูกค้าทั้งภายในและภายนอกธนาคาร ตลอดจนคู่ค้าและประชาชนทั่วไป โดยพนักงานธนาคารอมสินต้องมีความรัก ความศรัทธาในวิชาชีพ และความภาคภูมิใจในการเป็นพนักงานธนาคารอมสิน ดังนั้น การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกธนาคารต้องถูกต้องเที่ยงตรงตรงไปตรงมาและใช้ช่องทางในการสื่อสารที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์

1.6.1.6 การทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี ธนาคารอมสินตระหนักดีว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดของธนาคารที่เยี่ยมด้วยคุณภาพ มีความสามารถ และมีประสิทธิภาพที่แตกต่างกัน ความหลากหลายนี้จะมีประสิทธิภาพสูงสุดถ้าได้รับความร่วมมือร่วมใจจากพนักงานทุกคนในการทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เพื่อประโยชน์ของธนาคารเป็นที่ตั้ง พนักงานจึงต้องปรับตัวให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ เรียนรู้ทักษะการทำงานเป็นทีม และรักษาบรรยากาศที่ดีให้เอื้อต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล

1.6.1.7 การรับฟังตอบแทนและของงูใจ ธนาคารอมสินมุ่งมั่นในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและคู่ค้า การเป็นที่ยอมรับของคู่ค้า ความซื่อสัตย์สุจริต ยุติธรรม ดังนั้น ธนาคารจึงห้ามพนักงานรับสิ่งตอบแทนหรือของขวัญจากลูกค้า หรือคู่ค้า เพื่อให้ได้รับการปฏิบัติเป็นพิเศษหรืออาจมีผลต่อการตัดสินใจในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน เพราะการกระทำดังกล่าวอาจทำให้เกิดความไม่เหมาะสม หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ได้

1.6.1.8 การทำงานส่วนตัว และกิจกรรมภายนอก พนักงานธนาคารอมสินจะต้องทุ่มเทกำลังกาย และกำลังความคิดในการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายของธนาคารอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล โดยพนักงานต้องไม่เป็นพนักงานของสถาบัน องค์กร หรือหน่วยงานอื่นระหว่างเป็นพนักงานธนาคารอมสิน

## 1.6.2. จรรยาบรรณของผู้บริหารธนาคารออมสิน

1.6.2.1 การใช้อำนาจหน้าที่ ผู้บริหารธนาคารออมสินจะต้องบริหารงานให้บรรลุเป้าหมายตามที่ธนาคารได้วางไว้ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ยุติธรรม และใช้อำนาจตามหน้าที่ที่มือของผู้บริหารในทางที่ถูกต้อง เพื่อประโยชน์ของธนาคาร พร้อมทั้งจะรับผิดชอบต่อการกระทำของตนในทุกกรณีเพราะการประพฤติปฏิบัติตนของผู้บริหารย่อมมีผลกระทบต่อองค์กร โดยรวม

1.6.2.2 ส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดี ธนาคารออมสินดำเนินกิจการบนพื้นฐานหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ให้ธนาคารเป็นที่ยอมรับและได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า และประชาชน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน สร้างภาวะสมดุลให้กับสังคม และสร้างความมั่นคงให้กับประเทศชาติ ดังนั้น ผู้บริหารจะต้องส่งเสริมให้เกิดการกำกับดูแลกิจการที่ดีและให้ความร่วมมือกับองค์กรที่กำกับดูแลธนาคาร ในการเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันการณ์ และสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของธนาคารเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

1.6.2.3 ปฏิบัติตนให้เป็นแบบอย่างที่ดี ผู้บริหารจะต้องยึดมั่นต่อจริยธรรม และจรรยาบรรณ และรักษาภาพพจน์ที่ดีของธนาคาร โดยปฏิบัติตนให้เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับผู้ร่วมงาน และผู้ได้บังคับบัญชา ทั้งในด้านการปฏิบัติหน้าที่ บุคลิกภาพ มารยาท การวางตัว พร้อมทั้งเสริมสร้างบรรยากาศของการทำงานให้เอื้อต่อการปฏิบัติตามจริยธรรมและจรรยาบรรณ และมุ่งมั่นที่จะป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดจริยธรรมและจรรยาบรรณของธนาคารออมสินอย่างเคร่งครัด

1.6.2.4 สร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีในธนาคารออมสิน ผู้บริหารมีหน้าที่ในการสร้าง และรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างคณะกรรมการธนาคารออมสิน ผู้ร่วมงาน และผู้ได้บังคับบัญชา เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการผสมผสานประสานการดำเนินงานที่หลากหลายของแต่ละบุคคล ให้เป็นพลังที่จะช่วยผลักดันให้การดำเนินธุรกิจของธนาคารเป็นไปตามเป้าหมายร่วมกัน โดยปราศจากการเลือกปฏิบัติหรือกีดกัน ล่วงละเมิดหรือข่มขู่คุกคาม อันเนื่องมาจากความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ศีลวัตร ศาสนา เพศ อายุ สัญชาติ สัญติความเป็นพลเมือง ความยากจนทางเพศ หรือความพิการ

1.6.2.5 รับผิดชอบต่อสังคมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ธนาคารออมสินยึดมั่นปฏิบัติตนเป็นสถาบันที่ดีด้วยการมีส่วนร่วมช่วยเหลือเกื้อกูลสังคม พัฒนาคุณภาพชีวิต และผูกมิตรไมตรีกับทุกชุมชนผู้บริหารจะต้องมีสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้ทรัพยากรทั้งในรูปเงินทุน บุคลากร และพลังงานอย่างคุ้มค่า โดยให้การสนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นสาระและกิจกรรมที่เป็นคุณประโยชน์ รวมทั้งส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ด้านสังคม การศึกษา ศิลปะและวัฒนธรรม

### 1.6.3 จรรยาบรรณของคณะกรรมการธนาคารออมสิน

1.6.3.1 ปีคประโยชน์ส่วนรวมของธนาคาร คณะกรรมการธนาคารออมสินมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางและวิธีการสู่ความสำเร็จ และการเติบโตของธนาคารที่ถูกต้องอย่างยั่งยืน ดังนั้น คณะกรรมการต้องมีภาวะผู้นำ มีวิสัยทัศน์ และมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจเพื่อประโยชน์ส่วนรวมของธนาคารออมสิน โดยไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนหรือพวกพ้องของตน

1.6.3.2 ขจัดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ คณะกรรมการธนาคารออมสินควรจัดและป้องกันปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างเต็มความสามารถ ภายใต้กรอบของจริยธรรมและจรรยาบรรณของธนาคาร และแนวทางปฏิบัติที่ดี เพื่อให้ธนาคารออมสินเป็นสถาบันที่มั่นคงปลอดภัย เป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติต่อไป

1.6.3.3 วัตถุประสงค์และเป็นธรรม คณะกรรมการธนาคารออมสินต้องปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม และเป็นธรรมต่อผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสิน เพื่อดำรงไว้ซึ่งความยุติธรรมและความสามัคคีที่จะช่วยผลักดันให้การดำเนินงานธุรกิจของธนาคารออมสินบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน

1.6.3.4 ปฏิบัติตามเป็นแบบอย่างที่ดี คณะกรรมการธนาคารออมสินต้องปฏิบัติตนให้เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับผู้บริหารและพนักงาน ทั้งในด้านการปฏิบัติหน้าที่ บุคลิกภาพ มารยาท การวางตัวพร้อมทั้งส่งเสริมบรรยากาศของการทำงานให้เอื้อต่อการปฏิบัติตามจริยธรรมและจรรยาบรรณของธนาคารออมสิน

จากทฤษฎีการรูปแบบกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินด้านเศรษฐกิจพบว่า ธนาคารออมสินมีความมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์ สร้างรากฐานทางเศรษฐกิจและสังคมให้เข้มแข็ง รวมถึงการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ในฐานะธนาคารเพื่อประชาชนทุกระดับทั่วประเทศ การเป็นสถาบันที่

คุณแลสังคม สุภานา นายอินทร์ นักงานและถึงแก่กรรมและกำลังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายทั้งประเทศ สังคม ชุมชน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า และพนักงานอย่างเสมอภาคถือได้ว่าเป็นพันธกิจหลักที่สำคัญของธนาคารออมสิน ซึ่งตลอดระยะเวลาอันยาวนานกว่า 90 ปี ธนาคารออมสินได้มีการดำเนินงานที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ด้วยการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและชุมชนภายใต้กิจกรรมและโครงการสำคัญต่าง ๆ ร่วมไปกับการสร้างความสมดุลในการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance: CG) และการมุ่งเน้นเป็นสถาบันทางการเงินที่มั่นคง (Secure Financial Institution: SFI) เพื่อเป็นฐานรากที่สำคัญในการเชื่อมโยงสังคมที่ยั่งยืนในอนาคตต่อไป

## 2. รูปแบบความรับผิดชอบด้านสังคม

จากการวิจัยพบว่า ธนาคารออมสินมีความมุ่งมั่นในบทบาทของคลังออมสินนับแต่เริ่มแรก จวบจนปัจจุบัน ธนาคารยังคงดำเนินงานตามพระบรมราโชบายของพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี พระวรราชทินนภานุชนานนท์ ในการส่งเสริมการออมทรัพย์อย่างต่อเนื่องและธนาคารออมสินยังคงให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมได้แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและชุมชนภายใต้กิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ในหลากหลายรูปแบบ ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบต่อลูกค้า ชุมชน และสังคมแบ่งกลุ่มกิจกรรมเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ กิจกรรมเทิดพระเกียรติ กิจกรรมส่งเสริมเด็กและเยาวชน กิจกรรมช่วยเหลือประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ กิจกรรมการสนับสนุนสาธารณประโยชน์ กิจกรรมพิเศษวันสถาปนาธนาคารออมสิน กิจกรรมส่งเสริมการออมและกิจกรรมพิเศษ กิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ กิจกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก โดยแต่ละกลุ่มมีกิจกรรมที่มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

2.1 กิจกรรมเทิดพระเกียรติ เป็นการเฉลิมพระเกียรติและเทิดพระราชมหาราชอภัยคุณแห่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์ ตลอดจนเป็นการแสดงออกถึงความจงรักภักดี และความซาบซึ้งในพระมหากรุณาธิคุณเป็นก้นพื้นที่ได้ทรงพระกรุณาพระราชทานวโรกาสให้ธนาคารออมสินดำเนินกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่าง ๆ ดังนี้

2.1.1 การรับมอบธงสัญลักษณ์และจัดกิจกรรมโครงการ “จากวันแม่ถึงวันพ่อ 116 วัน สร้างสามัคคี” ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน เป็นประธานปล่อยริ้วขบวนเพื่อรับมอบธงสัญลักษณ์โครงการ “จากวันแม่ถึงวันพ่อ 116 วัน สร้างสามัคคี” โดยมีรองผู้อำนวยการธนาคารออมสิน อวูโส เป็นผู้แทนธนาคารรับมอบธงสัญลักษณ์ฯ จากกรรมการผู้จัดการอวูโส ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อนำมาจัดกิจกรรมจากวันแม่ถึงวันพ่อ 116 วัน สร้างสามัคคีของธนาคารออมสิน ระหว่างวันที่ 29 – 31 ตุลาคม พ.ศ. 2551 ณ ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ กิจกรรมภายในงานประกอบด้วยกิจกรรมส่งเสริมการออมเนื่องในโอกาสวันแม่และวันพ่อ 31 ตุลาคมของทุกปี การจำหน่ายสินค้าราคาประหยัดจากลูกค้าโครงการต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน และกิจกรรมเชิญชวนผู้บริหาร พนักงาน และลูกค้าประชาชน ร่วมเขียนข้อความบนการ์ดรูปหัวใจสีชมพู ซึ่งธนาคารออมสินได้นำขึ้นทูลเกล้าฯ ถวายในวาระโอกาสต่อมา

2.1.2 โครงการ โรงเรียนและนักเรียนดีเด่นด้านคุณธรรมและจริยธรรม เนื่องจากในปี 2550 เป็นปีมหามงคลที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระชนมพรรษา 80 พรรษา พสกนิกรไทยทุกหมู่เหล่าร่วมใจกันเทิดพระเกียรติเพื่อสนองแนวพระราชดำริ “เศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่ง “คุณธรรม” เป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งในเงื่อนไขของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ธนาคารออมสินเล็งเห็นความสำคัญของการสร้างจิตสำนึกด้านคุณธรรมให้กับเด็ก และเยาวชนจึง

ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ จัดประกวดสถานศึกษาที่จะดำเนินการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และปฏิบัติจริง ด้านคุณธรรม จริยธรรม การออม และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงดีเด่น และประกวดนักเรียนที่มีความประพฤติดีเด่นด้านคุณธรรม จริยธรรม การออม และการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในชีวิต โดยธนาคารออมสินได้สนับสนุนงบประมาณเป็นรางวัลและค่าใช้จ่ายในการจัดประกวด โรงเรียนและนักเรียนดีเด่น ผู้บริหารธนาคารออมสินได้แสดงความคิดเห็นต่อโครงการ โรงเรียนและนักเรียนดีเด่นด้านคุณธรรมและจริยธรรม ดังนี้

“ธนาคารออมสินเล็งเห็นว่า การประกวดดังกล่าวถือเป็นการมอบรางวัลแห่งความดี แก่นักเรียนและโรงเรียนต้นแบบด้านความดี เพื่อร่วมยกย่องเชิดชูเกียรติและเป็นกำลังใจให้ประพฤติปฏิบัติต่อไป รวมทั้งยังเป็นการสร้างนักเรียนและโรงเรียนต้นแบบด้านคุณธรรมสู่สังคมให้เข้มแข็งและมั่นคง ซึ่งต้นแบบเหล่านี้จะเป็นแรงบันดาลใจแก่เยาวชนและสถาบันการศึกษาอื่น ขอให้ตระหนักถึงความสำคัญของการทำความดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัยการออม และน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิตต่อไป อันเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมแก่เยาวชนไทย” (เลขาธิการออมสิน 2553)



ภาพที่ 6 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการ โรงเรียนและนักเรียนดีเด่นด้านคุณธรรมและจริยธรรม

2.1.3 สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเปิดบัญชีเงินฝากกับ  
**ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี**  
 ธนาคารออมสิน ซึ่งผู้บริหารธนาคารออมสิน ได้แสดงความคิดเห็นต่อกิจกรรมดังกล่าว ดังนี้

“พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จออกแทนพระองค์ พระราชทานพระราชวโรกาสให้ ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน พร้อมด้วยคณะผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสิน เข้าเฝ้าทูลละอองพระบาทถวายการรับฝากเงิน ณ ธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา ผู้อำนวยการธนาคารออมสินได้ขอพระราชทานทูลเกล้าทูลกระหม่อม ถวายของที่ระลึกแก่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ และสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีเนื่องในวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2553 เป็นวันคล้ายวันพระราชสมภพของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน พร้อมด้วยคณะผู้บริหารตลอดจนพนักงานธนาคารออมสินจึงขอพระราชทานพระราชวโรกาสถวาย

พระพรชัยมงคล และขุดเกล้าขุดกระหม่อมถวายสลากออมสินพิเศษ มูลค่า 1 ล้านบาท พร้อมพระยอดกรมหาราช 80 พรรษา จำนวน 3,000 องค์ เพื่อพระราชทานแก่ทหาร ตำรวจที่ปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้”(ชลิตา ศรีลาจันทร์ 2553)



ภาพที่ 7 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมการมอบเงินสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

2.1.4 โครงการ “บัญชีเงินออมเพื่อชีวิตพอเพียง ตามแนวพระราชดำริฯ” ธนาคารออมสิน พร้อมด้วย 15 สถาบันการเงิน (รวมงานแถลงข่าวผลการดำเนินงานโครงการ “บัญชีเงินออมเพื่อชีวิตพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว” มีผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และ เลขาธิการสำนักงานการไฟฟ้านครหลวง ร่วมกันเป็นประธานในการแถลงข่าวถึงความสำเร็จของโครงการ) ในโอกาสที่ ธนาคารออมสิน ได้รับมอบโล่ประกาศเกียรติคุณจาก ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในฐานะผู้สนับสนุนในการผลักดันโครงการดังกล่าวด้วย



## ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 8 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรม โครงการบัญชีเงินออม เพื่อชีวิตพอเพียงตามแนวพระราชดำริฯ

2.1.5 การมอบเงินสนับสนุนการผลิตสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์พระอัจฉริยภาพด้านการต่อเรือของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภายใต้ “โครงการจัดสร้างเรือตรวจการณ์ใกล้ฝั่งเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา (เรือ ค.๕๕๑)” ของกรมอุทกหารเรือ กองทัพเรือ ซึ่งผู้บริหารธนาคารออมสินได้กล่าวถึงบรรยากาศในการมอบเงินสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าว ดังนี้

“ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน มอบเงินจำนวน 100,000 บาท ให้กับกรมอุทกหารเรือ กองทัพเรือ เพื่อสนับสนุนการผลิตสื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์พระอัจฉริยภาพด้านการต่อเรือในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภายใต้โครงการจัดสร้างเรือตรวจการณ์ใกล้ฝั่งเฉลิม



พระเกียรติ 80 พรรษา (เรือ ต.๕๕๑) ซึ่งเป็นเรือที่จัดสร้างขึ้นตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยมีพลเรือโท ศาสตราจารย์เกียรติคุณ วีรวัดน์ วงษ์คนตรี เจ้ากรมอุทหาเรือ เป็นผู้รับมอบ และมี พลเรือตรีบังทศ ผาสุก นายช่างใหญ่ กรมอุทหาเรือ นายบรรยงค์ สุวรรณผ่อง กรรมการผู้จัดการ ที่ปรึกษาโครงการฯ ร่วมเป็นเกียรติในการมอบเงินสนับสนุนดังกล่าว ณ ห้องวชิราวุธ ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่” (เอกสารคดี จุลเทศ 2553)

2.1.6 การมอบเงินสนับสนุนโครงการ “พ.ศ. พอเพียง” จำนวน 20 ล้านบาท ซึ่งจัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อร่วมสร้างความรู้และความเข้าใจในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแก่ประชาชน จนเกิดการนำไปประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย และผู้บริหารธนาคารออมสิน ได้เล็งเห็นโครงการ “พ.ศ. พอเพียง” ดังนี้

“โครงการ “พ.ศ.พอเพียง” เป็นโครงการที่คณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาใช้ปฏิบัติ โดยได้ให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชน พร้อมทั้งรณรงค์เผยแพร่ให้ประชาชนเกิดความตื่นตัว และตั้งปณิธานที่จะนำไปใช้ในองค์การในชีวิต ซึ่งโครงการดังกล่าวได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนต่าง ๆ ในการร่วมจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์เผยแพร่โครงการ นอกจากนี้ในวันเปิดตัวโครงการ ได้มีการจำหน่ายสายรัดข้อมือ “พ.ศ. พอเพียง” เพื่อรณรงค์เชิญชวนให้ประชาชนเข้าร่วมโครงการ “พ.ศ.พอเพียง ด้วย” (เอกสารคดี จุลเทศ 2553)

2.1.7 การมอบเงินสนับสนุนโครงการ “พอเพียงเพื่อพ่อสู่สถานศึกษา” เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อปลูกจิตสำนึกของเด็ก เยาวชน รวมทั้งข้าราชการและประชาชนทั่วประเทศ ให้มีคุณธรรม และมีจิตสำนึกในการร่วมพัฒนาตนเอง ชุมชน และประเทศชาติให้มีความมั่นคงอย่างถาวร ภายใต้แนว “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ พระราชทานแก่ชาวไทย และมุ่งส่งเสริมให้เกิดความภาคภูมิใจในชาติที่มีต้นแบบอยู่ใกล้ตัว พัฒนาตนเองและประเทศชาติ ซึ่งผู้บริหารธนาคารออมสิน ได้เล็งเห็นโครงการ “พอเพียงเพื่อพ่อสู่สถานศึกษา” ให้ทราบ ดังนี้

“โครงการ “พอเพียงเพื่อพ่อ” สู่สถานศึกษา จัดทำขึ้นเพื่อปลูกจิตสำนึกของเด็ก เยาวชน รวมทั้งข้าราชการและประชาชนทั่วประเทศ ให้มีคุณธรรม และมีจิตสำนึกในการร่วมพัฒนาตนเอง ชุมชน และประเทศชาติให้มีความมั่นคงอย่างถาวร ภายใต้แนว “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ พระราชทานแก่ชาวไทย ไปประยุกต์ใช้อย่างหลากหลาย รวมทั้งเพื่อจุดประกายให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับ และการนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลในทางปฏิบัติในครอบครัว

สถานศึกษา หน่วยงานราชการ และทุกภาคส่วนของสังคมอย่างจริงจัง” (เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)

2.1.8 โครงการไถ่ชีวิตโค-กระบือ ที่สถานีดับัญญัติแห่งชาติร่วมกับมหาเถรสมาคมและสี่เหล่าทัพจัดขึ้น ซึ่งธนาคารออมสิน ได้ร่วมบริจาคเงินจำนวน 1,386,000 บาท เพื่อไถ่ชีวิตโค-กระบือ จำนวน 99 ตัว ถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา พร้อมมอบโค-กระบือที่ได้รับการไถ่ชีวิตให้แก่กรมปศุสัตว์ เพื่อนำเข้าร่วมโครงการธนาคารโค – กระบือ เพื่อเกษตรกร ตามพระราชดำริ ซึ่งจะส่งมอบให้กับเกษตรกรในพื้นที่อำเภอวังสะพุงและ อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย คณะผู้จัดงานได้เล่าถึงโครงการ “ไถ่ชีวิตโค-กระบือ” ดังนี้

“โครงการทานชีวิต-เศรษฐีพอเพียง รวมใจไทยเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว” เป็นโครงการที่ต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2550 ที่สถานีดับัญญัติแห่งชาติได้ดำเนินการ ไป ซึ่งประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดี มีการไถ่ชีวิตโค-กระบือ ไปกว่า 4,700 ตัว และได้นำเงินขึ้นทูลเกล้าฯ ถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นเงินจำนวน 125 ล้านบาท ทั้งนี้ ยังมีประชาชนต้องการจะเข้ามามีส่วนร่วมโครงการนี้อีก สถานีแม่พระปกเกล้าจึงได้จัดกิจกรรมดังกล่าวต่อเนื่องกันในปี 2552 และธนาคารออมสิน ได้ร่วมบริจาคเงินบริจาคเงินจำนวน 1,386,000 บาท” (เจ้าคุณเทพ เทวกุล 2553)

2.1.9 โครงการอุปสมบทเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งกรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม ร่วมกับสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติจัดขึ้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างสังคมแห่งความดีและการแสดงความจงรักภักดี ด้วยการทำความดีของประชาชนทั่วประเทศ ถวายพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคล โดยมีพนักงานและลูกจ้างธนาคารออมสินเข้าร่วมโครงการเพื่อศึกษาและปฏิบัติธรรม พนักงานธนาคารออมสินได้เล่าถึงที่โครงการ “อุปสมบทเฉลิมพระเกียรติ” ดังนี้

### ผลงานวิจัยนิกคักภา ระดับปริญญาตรี

คณะผู้บริหารระดับสูงเพื่อลาอุปสมบท ในโครงการอุปสมบทเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งกรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม ร่วมกับสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติจัดขึ้น เนื่องในโอกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ได้จัดอุปสมบทพระภิกษุทั่วประเทศ ในส่วนภูมิภาคจังหวัดละ 89 รูป ในส่วนกลาง จัด 9 วัด วัดละ 89 รูปรวมทั้งสิ้น 7, 476 รูป ซึ่งในการอุปสมบทได้เปิดโอกาสให้ข้าราชการ ลูกจ้างส่วนราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประชาชนทั่วไปที่มีความศรัทธาเลื่อมใสได้บรรพชาอุปสมบทเพื่อศึกษาและปฏิบัติธรรมถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว” (สิริวิชัย สวงวนสันติกุล 2553)

2.1.10 ภาพยนตร์โฆษณาชุดเศรษฐกิจพอเพียง คือความพอดีแห่งชีวิต ธนาคารออมสิน ได้ทำภาพยนตร์โฆษณาชุด เศรษฐกิจพอเพียง คือความพอดีแห่งชีวิต ซึ่งเป็นการนำเสนอเส้นทางของคนหลาย ๆ อาชีพ ที่ต้องฝ่าฟันชีวิตมา แม้จะเคยล้มเหลวแต่ก็ไม่ย่อท้อ ต่อสู้จนสามารถยืนหยัด ได้บนลำแข้งของตนเอง และหนึ่งในหนทางที่พวกเขาเหล่านั้นพึ่งพิงคือ สินเชื่อจากธนาคารออมสิน ที่สร้างพวกเขาเหล่านั้น ให้มีชีวิตดำรงชีพด้วยการยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง ภาพยนตร์โฆษณานี้บอกย้ำให้เห็นว่า อดีตแม้จะเคยมีหน้าที่การงานดี อาจจะประสบวิกฤติทำให้ต้องล้มเหลว แต่หากไม่ย่อท้อในชีวิต คิดเริ่มต้นขึ้นมาต่อสู้อีกครั้ง ด้วยการยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง อีกทั้งธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นธนาคารของรัฐบาลที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทุกคนเข้าถึงสินเชื่อแสวงหาความพอดีให้กับชีวิต ความสุขที่จริงและยั่งยืนก็คงเกิดขึ้นกับเราในสักวันหนึ่ง ดังเช่นตัวอย่างลูกค้าของธนาคารออมสินจากภาพยนตร์โฆษณานี้



ภาพที่ 9 ภาพแสดงตัวอย่างอาชีพ ในภาพยนตร์ โฆษณาชุดเศรษฐกิจพอเพียง คือความพอดีแห่งชีวิต

## 2.2 กิจกรรมส่งเสริมเด็กและเยาวชน ด้วยธนาคารออมสินตระหนักดีว่า การศึกษาคือรากฐานสำคัญ ในการพัฒนาสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับประเทศ ธนาคารจึงมีนโยบายในการมอบ

ทุนการศึกษาแก่เยาวชน นักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่มีผลการเรียนและความประพฤติดี แต่ขาดแคลนทุนทรัพย์มาอย่างต่อเนื่อง จนถึงปัจจุบันธนาคารได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเด็กและเยาวชน ดังต่อไปนี้

2.2.1 ธนาคารออมสินร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการ จัดโครงการประกวดโรงเรียนและนักเรียนดีเด่นด้านคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนไทยทำความดี และมีจิตสำนึกด้านคุณธรรมจริยธรรม โดยธนาคารเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณเพื่อดำเนินงาน จำนวน 80 ล้านบาท ผู้ชนะการประกวดจะได้รับเงินสนับสนุนการศึกษาโรงเรียนละ 100,000 บาท ส่วนนักเรียน จะได้รับทุนการศึกษารางวัลละ 40,000 บาท ซึ่งได้สัมผัสประสบการณ์ชีวิตของนักเรียนและผู้แทนโรงเรียนที่เคยได้รับรางวัล ดังนี้

“สำหรับ โรงเรียนของเรานั้นให้ความสำคัญและพยายามส่งเสริมด้านคุณธรรมและจริยธรรมให้นักเรียนของเราอย่างต่อเนื่อง แต่ที่เห็นผลชัดเจนจริง ๆ คือ โครงการเลิกลาสาวยได้เป็นนักบิณฑบาต โอกาสทำดี ถวายองค์จักรี ภูมิพลฯ ที่สามารถพัฒนาคุณภาพของเด็กนักเรียนของเราได้อย่างดีเยี่ยม การที่วัดได้ช่วยดึงเด็กสู่เส้นทางที่เป็นมงคลชีวิต ทำให้เด็กเปลี่ยนพฤติกรรมที่เคยเคยเร่ ได้โดย ไม่ต้องสอนแต่เขากลับซึมซับและเรียนรู้ข้อดีของการทำความดีได้ด้วยตนเอง ดังเช่น รางวัลที่ธนาคารออมสินมอบให้เขาภูมิใจมาก เป็นประวัติศาสตร์สำหรับตัวเขา เป็นประวัติศาสตร์ของโรงเรียนที่เขาได้มีส่วนร่วมพระพุทธศาสนานั้นมีหลายแง่หลายมุม หลายคม หลายเหลี่ยม อยู่ที่เรารู้ว่าหยิบเหลี่ยมไหนมาใช้ และ ใช้อย่างถูกวิธี ผลลัพธ์ที่ตามมาคือเราจะ ได้เมล็ดพันธุ์แห่งความดีที่มีคุณภาพ และรางวัลนี้ก็เปรียบเสมือนคังปุยที่ทำให้เมล็ดนี้เติบโตอย่างแข็งแรง และผลิดอกออกผลแห่งความดีได้อย่างไม่สิ้นสุด” (สุภาภรณ์ โสณวิวงศ์ ณ อยุธยา 2553)

“ทุนการศึกษาที่ได้มาช่วยครอบครัวหนู ได้เยอะมาก เพราะน้องชายกำลังอยู่ในวัยเรียน แม้มักทำอาชีพรับจ้าง ส่วนพ่อตนเองมาประมาณ 5 ปีแล้ว เงินก่อนนี้หนูก็ใช้เป็นทุนเรียนต่อในระดับปริญญาตรีจบแล้วจะได้มีงานดี ๆ ทำเพื่อให้แม่ได้พักบ้าง การออมสำหรับหนูนั้นหมายถึง ความไม่เกียจเกียมนำไปโดยเปล่าประโยชน์” นักศึกษาจะทำบัญชีรายรับรายจ่ายอยู่เสมอเพื่อจะ ได้ใช้เงินอย่างคุ้มค่าจริง ๆ อนาคตให้โครงการนี้มีต่อไปเรื่อย ๆ เพราะยังมีคนที่อยากฝาก รอคอยการช่วยเหลือแบบนี้อีกเยอะ และทั้งนี้ก็ยังฝากให้เยาวชนทุกคนตั้งใจเรียนทำงานเพื่อแม่ เมื่อมีโอกาสดี ๆ อย่างโครงการนี้ก็ให้รีบคว้าไว้ เพื่ออนาคตของตนเอง”(สุภาภรณ์ แอรอง 2553)

“โครงการประกวด โรงเรียนและนักเรียนดีเด่นด้านคุณธรรมและจริยธรรมของธนาคารออมสิน เป็นโครงการที่มีวิสัยทัศน์ล้ำหน้ามาก แสดงให้เห็นภาพลักษณ์ของธนาคารที่ว่า ออมสิน ไม่ใช่แค่ธนาคารเพื่อธุรกิจการเงินเพียงอย่างเดียว แต่เป็นธนาคารที่คอยช่วยเหลือสนับสนุนสังคมและเยาวชนอย่างชัดเจน สามารถส่งเสริมคนดีในสังคมให้เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโรงเรียนเราที่เห็นว่า นักเรียนจะต้องมีคุณธรรมนำความรู้ เรา

คิดเสมอว่า เมื่อนักเรียนเป็นคนดีแล้ว ความเก่งก็จะตามมาเอง เราจึงเน้นกิจกรรมการเรียนการสอนแบบบูรณาการ เพื่อปลูกฝังคุณธรรมให้นักเรียน ทำให้นักเรียนของเราได้รับคำชมเสมอว่า มีความอ่อนน้อมถ่อมตนและใกล้ชิดกับพระพุทธศาสนามาก เพราะหลายกิจกรรมที่เราจัดต่อเนื่องมานับสิบปี เช่น การบวชสามเณรภาคฤดูฝน สำหรับนักเรียนชายชั้น ม.3 การนำนักเรียนตั้งแต่ชั้นอนุบาล ไปเข้าวัดฟังพระเทศน์ โดยประยุกต์ให้เหมาะกับความสนใจของนักเรียน เหล่านี้จะเป็นพื้นฐานชีวิตและเป็นภูมิคุ้มกันให้กับนักเรียนในอนาคต ซึ่งผลพลอยได้ทางอ้อมที่ตามมาก็คือ การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมกับลูกหลานของครอบครัว และชุมชน เกิดเป็นการต่อยอดการทำความดี มีคุณธรรมให้กว้างออกไป”(มานะ เรืองมิตร 2553)

“ภูมิใจที่ได้รับรางวัลจากธนาคารออมสินค่ะ เพราะเป็นโครงการที่ช่วยส่งเสริมให้เยาวชนทำความดี และมีกำลังใจทำความดีต่อไป รวมทั้งเป็นแบบอย่างให้เยาวชนคนอื่นนำไปปฏิบัติเพื่อร่วมกันสร้างประโยชน์ต่อสังคม หนูชอบทำกิจกรรมออกค่ายต่าง ๆ ทั้งภายในและนอกโรงเรียน เพราะทำให้หนูได้รู้จักคุณค่าของตัวเอง ได้เรียนรู้คนอื่น หนูเห็นว่าเยาวชนที่ดีอาจไม่ต้องทำสิ่งที่ยิ่งใหญ่มากมาย แค่ตั้งใจเรียน เป็นลูกที่ดีของพ่อแม่ ทำสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อตอบแทนผู้อื่น และไม่สร้างความเดือดร้อนก็พอแล้ว รางวัลไม่ใช่สิ่งตอบแทน แต่ความสำเร็จที่แท้จริงก็คือ ตัวเราได้พัฒนาตนเอง เพียงแค่ตั้งใจเริ่มต้นทำความดี เราก็นะแล้ว” (อนัดดา เม็ชนละมีเย 2553)

“โรงเรียนของผมอยู่ใกล้วัดจึงมีกิจกรรมที่ปลูกฝังให้เด็กใกล้ชิดกับศาสนามาก่อนข้างมาก ทำให้ผมมีหลักการที่เน้นแนวทางในการดำเนินชีวิตทำอะไรต้องให้สติจะดีไม่ดีต้องคิดก่อนทำ ผมยอมรับมองว่าทำความดี โดยการทำให้เห็นเป็นตัวอย่างซึ่งรางวัลที่ได้รับเป็นสิ่งยืนยันให้น้อง ๆ เห็นว่า “ถ้าทำความดี ก็จะ ได้ดีเหมือนพี่” สำหรับเงินรางวัลที่ได้รับครั้งนี้ผมรู้สึกดีใจมาก เพราะออมสิน ได้ใจ-ใจอกส ให้ผมได้เริ่มหนังสือดี เนื่องจากครอบครัวผมฐานะไม่ค่อยดี ผมจึงต้องไปรับรางวัลที่ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่โรงเรียน ผมยอมรับว่า ปัญหาเรื่องการขาดแคลนทรัพยากรของโรงเรียนในวัยเรานั้นยังไม่เป็นหนึ่งเดียวกับปัญหาครอบครัว แต่ผมไม่คิดว่านี่คืออุปสรรคข้อดีของผมที่ทำได้จนแล้วจึงไม่คิดจะไปถึงไม่ได้ ทำได้ง่ายกว่าทำไม่ได้เป็นไหน ๆ” (ณัฏฐา วัฒนศิริ 2553)

## ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 10 ภาพแสดงผู้ใช้สัมภาษณ์ โครงการประกวดโรงเรียนและนักเรียนดีเด่นด้านคุณธรรมและจริยธรรม

2.2.2 การจัดกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ ภายใต้แนวคิด “เด็กไทยหัวใจ พอเพียง” “เด็กไทยหัวใจเรียนรู้” “เด็กไทย รักย์โลก รักอม” ณ ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ และทุกสาขา พร้อมทั้งแจก “ปิ่น โดพอเพียง” “กระปุกออมสินกิฬาพอม” เป็นที่ระลึกสำหรับเด็ก ๆ และเยาวชนของชาติทุกคนที่ฝากเงินกับธนาคารออมสิน ซึ่งผู้บริหารธนาคารออมสินได้กล่าวถึงการจัดงานวันเด็กว่า

“ธนาคารออมสิน ได้จัดกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ โดยใช้ชื่องานว่า “เด็กไทย รักย์โลก รักอม” โดยมีกิจกรรมรักย์โลก ซึ่งผู้เข้าร่วมงานได้พบกับความท้าทายจากเกมผจญภัย กีฬา กลางแจ้ง และเมืองมหาสนุก รวมทั้งยังมีการประกวดวาดภาพชิงทุนการศึกษา หัวข้อรักย์โลก

รักออมด้วย ส่วนอีกกิจกรรมหนึ่ง คือกิจกรรมรักออม โดยเปิดให้ชมพิพิธภัณฑ์ธนาคารออมสิน รับความรู้เรื่องเก็บออมที่ซุ่มเนาะนำการออม และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของบรรยากาศนักการธนาคาร ที่ซุ่มถ่ายภาพยนตร์ธนาคารน้อย ดูนรับสนุนคณิศานการออมและของรางวัลจำนวนมาก นอกจากนี้ เด็กรักการออมที่ฝากเงิน 50 บาทขึ้นไป จะได้รับของที่ระลึก กระปุกออมสินกีฬา พากออมด้วย โดยสามารถฝากเงินได้ที่ธนาคารออมสินทุกสาขาทั่วประเทศ” (เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)



ภาพที่ 11 ภาพแสดงตัวอย่างการออมของเด็กแห่งแรก

2.2.3 โครงการธนาคารโรงเรียนเป็นกาจัดของธนาคารที่ดำเนินการ โดยนักเรียนในโรงเรียน มีครู- อาจารย์ และพนักงานธนาคารออมสินเป็นที่ปรึกษา นักเรียนผู้ปฏิบัติงานในธนาคารโรงเรียน มีทั้งนักเรียนในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอาชีวศึกษาที่มีความประพฤติดี มีความรับผิดชอบ มีความละเอียดดี วัน วันหยุดยัมพันธ์ดี และได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครองและอาจารย์ที่ปรึกษา การฝากเงินของโครงการธนาคารโรงเรียนนั้นเป็นประเภทฝากเพื่อเรียก นักเรียนสามารถฝากเงิน ได้อย่างสม่ำเสมอในวันเปิดทำการ โรงเรียน ซึ่งการฝากเงินก็สามารถฝาก - ถอนได้

ตั้งแต่ 1 บาทขึ้นไป และจะฝาก - ถอนวันละกี่ครั้งก็ได้ โดยแต่ละ โรงเรียนจะเปิดบัญชีกับธนาคารออมสินสาขาที่เลือกเพียงบัญชีเดียว ส่วนบัญชีย่อยของนักเรียนในแต่ละรายธนาคาร โรงเรียนจะเป็นผู้รับผิดชอบ โดยให้ดอกเบียอัตราเดียวกับเงินฝากเพื่อเรียกของธนาคารออมสิน

การให้การสนับสนุนจากทางธนาคารออมสินนั้น ทางธนาคารจะเข้าไปช่วยเหลือในด้านการฝึกอบรมนักเรียนผู้ปฏิบัติงานถึงวิธีการปฏิบัติงานของธนาคาร การจัดเตรียมสถานที่ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องใช้สำนักงาน แบบพิมพ์ต่าง ๆ โดยจัดทำแบบพิมพ์และสมุดเงินฝาก ซึ่งออกแบบเป็นการเฉพาะสำหรับ โครงการธนาคาร โรงเรียน ตลอดจนจัดกิจกรรมเสริมทักษะให้กับนักเรียนในธนาคาร โรงเรียน ได้มีส่วนร่วม อาทิ ค่าขผู้นำเขาวชน ทศนศึกษาออกสถานที่และสนับสนุนในเรื่องทุนการศึกษาให้กับนักเรียนใน โรงเรียนที่เข้าร่วม โครงการธนาคาร โรงเรียน และ

ได้มีผู้บริหารธนาคารออมสิน นักเรียน และอาจารย์ที่ปรึกษาได้เสนอมุมมองเกี่ยวกับโครงการธนาคารโรงเรียน ดังนี้

“โครงการธนาคารโรงเรียนนี้ ถือได้ว่าเป็นศูนย์รวมของสมาชิกที่มุ่งส่งเสริมการเรียนรู้ การร่วมกันคิดแลกเปลี่ยนประสบการณ์โดยผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เสริมสร้าง และปลูกฝังนิสัยการประหยัดรักการออม รู้จักรับผิดชอบและเสียสละต่อตนเอง ต่อครอบครัว ชุมชน และสังคม สร้างสรรค์ในสิ่งที่ดี อันเป็นประโยชน์ต่อตนเอง สังคมและประเทศชาติ ปัจจุบันมีธนาคารโรงเรียนทั้งสิ้น 337 แห่ง และมีสมาชิกมากกว่า 50,000 คน” (เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)

“เป็นเรื่องดีมากที่มีธนาคารโรงเรียน แต่เราน่าจะมีการมอบประกาศนียบัตรพิเศษให้กับเด็กที่ทำเกินสามเดือนไปเถอะในโครงการงานดีเยี่ยม เพราะคนที่ทำงานตรงนี้ได้ไม่นาน แสดงว่าเขามีวินัย ตรงต่อเวลา ข้อดีคือผู้รับฝากเงินเดียวกันครูก็อยากให้มีการจัดสัมมนา ร่วมกันกับสถาบันต่าง ๆ ที่ธนาคารโรงเรียน เพื่อให้อาจารย์ผู้ควบคุมและเด็กที่ทำงานตรงนี้ มีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ งานศึกษา หรือมีการจัดสัมมนาที่โรงเรียน โดยมิวิทยากรมาพูดให้ความรู้ โดยที่ผ่านมารวมก็จัดประเมินผล โดยการทำแบบสอบถามแจกผู้ใช้บริการ เพื่อให้ทราบถึงข้อดีข้อเสียต่าง ๆ ก็จะนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงในอนาคต” (ศุภกิตต์ สุภกิตต์ 2553)

“การที่มีธนาคารโรงเรียน ช่วยได้คือวินัยในการแบ่งเงินว่าควรจะใช้เท่าไร ควรเก็บออมไว้ ทำในโรงเรียนรู้เรื่องการวางแผนในการใช้จ่ายเงิน อนาคตจะได้ไม่ลำบาก การฝากเงินนี้ มีข้อดีตรงที่ฝากเป็นจำนวนน้อย ๆ เท่าไรก็ได้ และสามารถฝากได้สม่ำเสมอ เพราะมีธนาคารอยู่ใกล้ ๆ อนาคตอยากให้มีตู้กดเงิน ATM ในโรงเรียนที่สามารถใช้บัตรนักเรียนกดเงิน และสามารถกดจำนวนน้อย ๆ ประมาณ 50 บาท หรือ 20 บาทก็ดีค่ะ” (ศุภกิตต์ เจริญสนองกุล 2553)

## ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 12 ภาพแสดงผู้ให้สัมภาษณ์และตัวอย่างกิจกรรมโครงการธนาคารโรงเรียน

2.4 โครงการกีฬาธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสินได้เพิ่มโอกาสให้กับนักเรียน / นักศึกษาที่เป็นสมาชิกโครงการธนาคารโรงเรียน เพื่อให้สมาชิกมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ใช้เวลาว่าง

ให้เกิดประโยชน์ มีการพัฒนาทักษะทางด้านกีฬาเพื่อเป็นบันไดก้าวสู่การศึกษาในระดับอุดมศึกษา ในโครงการข้างเฝือกทางด้านกีฬาของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ตลอดจนเป็นนักกีฬาระดับประเทศต่อไป ในอนาคตและได้มีบทสัมภาษณ์ความรู้สึกรักของนักเรียนผู้แทนโรงเรียนที่ได้เข้าร่วมโครงการและผู้บริหารธนาคารออมสิน ดังนี้

“หลังจากได้เข้าร่วมกีฬานาการ โรงเรียนแล้ว หนูก็ได้มีโอกาส ๑ ตามมาอีกมากมาย ได้เข้าเก็บตัวฝึกซ้อมที่สมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทยและเป็นตัวแทนประเทศไทย ไปแข่งขันเยาวชนชิงแชมป์เอเชีย ที่ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งถ้าหากทำสถิติผ่านการคัดเลือก จะได้เข้าร่วมแข่งขันยูธ โอลิมปิกเกมส์อีกด้วย ซึ่งนี่ถือว่าเป็นก้าวที่ยิ่งใหญ่ของชีวิตหนูเลย ที่เดียวค่ะ” (ขวัญฤทัย ปากคี 2553)

“กีฬาส่งงานคนสร้างชาติ” พระราชดำรัสของทูลหลวงอันทรงคุณค่า เป็นจุดเริ่มต้นให้โครงการเฝือกกีฬานาการให้เยาวชนไทยหันมาเล่นกีฬาเพื่อให้ร่างกายแข็งแรง รวมถึงมีพื้นที่ให้ได้แสดงความสามารถเพื่อเป็นบันไดก้าวสู่โครงการข้างเฝือกของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ และเป็นนักกีฬาระดับประเทศต่อไป ต้องขอขอบคุณธนาคารออมสินที่เห็นความสำคัญของผู้คนและเอื้อเฟื้อโอกาส ๑ ให้แก่เยาวชนไทย บำรุงบ่มและมีความสุขมาสู่ผู้คนจำนวนมาก” (เจนจิรา ดงเด็ง 2553)

ในปี 2554 ธนาคารออมสินจะดำเนินกิจกรรมกีฬานาการโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มชนิดกีฬาให้หลากหลายมากขึ้น โดยได้เพิ่มเป็น 9 ชนิดกีฬา ประกอบด้วย ฟุตบอลชาย สตรีเทนนิสภาคบอลชาย วอลเลย์บอลหญิง กรีฑา 3 ประเภท ได้แก่ วิ่งมินิมาราธอน 10.5 กม. (ชาย-หญิง) วิ่ง 100 ม. (ชาย-หญิง) และ วิ่งผลัด 4x100 ม. (ชาย-หญิง) เทนนิสเดี่ยว (ชาย-หญิง) เซปักตะกร้อทีมเดี่ยว (ชาย-หญิง) เปตอง เทเบิลเทนนิส และแบดมินตัน กิจกรรมต่าง ๆ ที่ธนาคารออมสินสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อเด็ก ได้มีโอกาสออกกำลังกาย ทำให้สุขภาพร่างกาย

แข็งแรง ได้เสริมทักษะสร้างความคิด พัฒนาสรระควบคู่กับเพิ่มศักยภาพและพัฒนาฝีมือ

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่หาข้างเฝือกมา เป็นเพื่อมุ่งสู่ดาวรุ่งในวงการกีฬาต่อไป” (เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)



ภาพที่ 13 ภาพแสดงผู้ให้สัมภาษณ์และตัวอย่างกิจกรรมโครงการกีฬานาการ โรงเรียน



2.2.5 การมอบรางวัลแก่โรงเรียนธนาคารออมสิน อำเภอบางสะพาน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ และ โรงเรียนวัดใหม่อมตรส กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้ในกิจการของโรงเรียนและ สนับสนุนการศึกษาของเยาวชนไทย และผู้บริหารธนาคารออมสิน ได้กล่าวถึงกิจกรรมการมอบรางวัลแก่ โรงเรียนธนาคารออมสิน ดังนี้

“ประธานมูลนิธิออมสินเพื่อสังคม พร้อมด้วยผู้อำนวยการธนาคารออมสิน ร่วมกัน เป็นประธานในพิธีมอบรถยนต์ผู้จำนวน 2 คัน ให้แก่โรงเรียนธนาคารออมสิน สำหรับ ใช้ประโยชน์ในกิจการต่าง ๆ ของโรงเรียน มอบรางวัลนักเรียนที่มีการออมกับธนาคาร โรงเรียนดีเด่น พร้อมมอบทุนการศึกษาให้นักเรียนที่เรียนดีแต่ยากจน และมอบอุปกรณ์กีฬา ให้แก่โรงเรียน ทั้งนี้ ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประจวบคีรีขันธ์ เขต 1 ร่วมเป็นเกียรติในพิธีและขอแสดงความยินดี (ทองนพคุณ) ซึ่งถือเป็นทองเนื้อดีที่สุดใน ประเทศให้กับประธานในพิธี เพื่อเป็นขวัญกำลังใจและเครื่องรางของขลังเป็นการขอบคุณ ธนาคารออมสินที่สนับสนุนกิจการของโรงเรียนธนาคารออมสินตลอดมา” (เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)

2.2.6 โครงการ “ประกวดดนตรี ธนาคารโรงเรียนธนาคารออมสิน” ธนาคารออมสิน มุ่งส่งเสริมให้เยาวชนได้แสดงศักยภาพของตนเอง มีวินัย มีการบริหารเวลา และการบริหารจัดการ ตนเองให้เกิดประโยชน์สูงสุดเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ ว่างเว้นให้เกิดประโยชน์ และส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาทักษะของสมาชิกธนาคาร โรงเรียนเพิ่มจากกรณีกิจกรรมการออม และเป็น การเพิ่มประสบการณ์ด้านการดนตรีและขับร้อง ทุกวงที่เข้าร่วมการประกวดจะได้รับเงินสนับสนุน ทุกวง โดยแยกการประกวดออกเป็น 6 ประเภท คือ การประกวดวงดนตรีประเภท Symphonic Band การประกวดร้องเพลงประสานเสียง การประกวดดนตรีประเภทวงเครื่องลม (Wind Ensemble) การ ประกวดดนตรีพื้นบ้าน (ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคใต้) การขับร้องเพลงไทยสากลอมตะ(ลูกกรุง) และการขับร้องเพลงไทยลูกทุ่ง ซึ่งผู้บริหารธนาคารออมสินได้แสดงความคิดเห็นคือโครงการดนตรี ธนาคารโรงเรียน ดังนี้

“ธนาคารออมสินต้องการผลักดันกิจกรรมเสริมทักษะทุกด้านแก่สมาชิกธนาคาร โรงเรียน นอกเหนือจากได้รับความรู้ด้านวิชาการ ในชั้นเรียน โดยที่ธนาคารออมสินได้ ริเริ่ม สนับสนุนการออมในโรงเรียนควบคู่กับให้นักเรียนได้ฝึกหัดการเป็น นักการธนาคาร มีการ ปลูกฝังการเป็นคนดีของสังคมด้วยโครงการประกวดโรงเรียนและนักเรียนดี เด่นด้านคุณธรรม และจริยธรรม มีกิจกรรมเสริมด้านพละนันทนด้วยกีฬาธนาคาร โรงเรียน และในครั้งนี้ได้ เสริมทักษะทางดนตรีให้นักเรียนมีเวทีในการเพิ่มทุน ประสบการณ์ให้กล้าแกร่งยิ่งขึ้น” (เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)



ภาพที่ 14 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการประกวดดนตรี วิชาการ โรงเรียนธนาคารออมสิน

2.2.7 โครงการ “ออมสินปันรัก พาน้องชมแพนด้า” ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน พร้อมด้วยคณะผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสิน ร่วมกิจกรรม “ออมสินปันรัก พาน้องชมแพนด้า” โดยนำนักเรียนโรงเรียนกวีละอออุตุ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 คน ทักษะศึกษาและทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริม สวมใส่ตัวจริงใหม่ โดยมีความร่วมมือจากสวนสัตว์เชียงใหม่ และคณะเจ้าหน้าที่ร่วมให้การต้อนรับและให้ความรู้ในเรื่องธรรมชาติต่าง ๆ แก่นักเรียน โรงเรียนกวีละอออุตุที่เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวโดยมูลนิธิธนาคารออมสินได้มอบทุนการศึกษา จำนวน 30,000 บาท อุปกรณ์การศึกษาและอุปกรณ์กีฬาให้นักเรียนโรงเรียนกวีละอออุตุ พร้อมมอบร่มสนามจำนวน 20 คันให้กับสถาบันดังกล่าวทั้งหมดเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของสวนสัตว์ด้วย ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการ ได้แสดงความชื่นชมต่อโครงการออมสินปันรัก พาน้องชมแพนด้า ดังนี้

“รู้สึกดีใจที่ธนาคารออมสินได้เห็นถึงความสำคัญของเด็ก ๆ กลุ่มนี้ ซึ่งมีความบกพร่องทางสติปัญญาและเป็นเด็กพิเศษ โอกาสในการเรียนรู้ การที่ธนาคารออมสินได้นำสิ่งดี ๆ มามอบให้กับเด็ก ๆ ในวันนั้น เด็ก ๆ มีความสุขมาก ทางโรงเรียนต้องขอขอบคุณธนาคารออมสินเป็นอย่างมากที่ทำให้เด็ก ๆ เกิดการเรียนรู้ที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน อยากให้จัดโครงการดี ๆ อย่างนี้อีกต่อ ๆ ไป เพื่อให้เด็ก ๆ ทุกคนของโรงเรียน ได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมดี ๆ อย่างนี้ทุกคน (ครู ๑ น. ๓๑ ๒๕๕๓)

**ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี**



ภาพที่ 15 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการ “ออมสินปันรัก พาน้องชมแพนด้า”

2.2.8 โครงการ“ห้องเรียนเคลื่อนที่ น่าใจสู้ได้” เป็นโครงการที่ธนาคารออมสิน และมูลนิธิออมสินเพื่อสังคมดำเนินการสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือโรงเรียนในเขตจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ประสบปัญหาเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ ด้วยการมอบอุปกรณ์การเรียนการสอนที่จำเป็นต่าง ๆ ซึ่งพนักงานของธนาคารออมสินได้กล่าวถึงโครงการ ดังนี้

“ธนาคารออมสินและมูลนิธิเพื่อสังคม ได้ให้ความสำคัญในการดูแลเด็กและเยาวชนในพื้นที่ที่ประสบปัญหาความไม่สงบ ห้องเรียนเคลื่อนที่ น่าใจสู้ได้นี้เป็นห้องเรียนชั่วคราวที่จะช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนเบื้องต้น ในระหว่างที่การก่อสร้างอาคารใหม่ที่ยังไม่แล้วเสร็จและเพื่อให้การเรียนการสอนของโรงเรียนที่ประสบเหตุดังกล่าวเป็นไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเสริมสร้างขวัญกำลังใจให้กับนักเรียน ครู ตลอดจนบุคลากรทางการศึกษาในพื้นที่” (พริ้ง ศรีระกุล 2553)



ภาพที่ 16 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการ“ห้องเรียนเคลื่อนที่ น่าใจสู้ได้”

2.2.9 กิจกรรมออมสินห่วงใย ใส่ใจสังคม “ปันรักแด่น้องคนพิเศษ” ผู้อำนวยการธนาคารออมสินนำคณะผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสิน ร่วมกิจกรรมออมสินห่วงใย ใส่ใจสังคม “ปันรักแด่น้องคนพิเศษ” ที่โรงเรียนกาวีละอนุกุล จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีคณะครูและนักเรียนให้การต้อนรับและร่วมกิจกรรมอย่างอบอุ่น โดยการที่ธนาคารออมสินได้มอบเงินสนับสนุนการปรับปรุงและพัฒนาห้องเรียนให้บริการ พิเศษผู้สมรรถภาพและบูรณาการประสาทสัมผัสสำหรับเด็กบกพร่องทางสติปัญญาและออทิสติก จำนวน 500,000 บาท พร้อมมอบตุ๊กตา “Have a good day” เข็มถึงเรือน เข็มถึงดินแดนน้องผู้เจ็บป่วย และจัดเลี้ยงอาหารกลางวันนักเรียนด้วย โรงเรียนกาวีละอนุกุล เป็นโรงเรียนที่มีการจัดการเรียนการสอนแก่เด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญา และพิการซ้ำซ้อน ตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาล – มัธยมศึกษาตอนปลาย อยู่ในสังกัดกองการศึกษาเพื่อคนพิการ กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ



ภาพที่ 17 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมออมสินห่วงใย ใส่ใจสังคม “ปันรักแด่น้องคนพิเศษ”

2.2.10 จัดงานวันออมแห่งชาติ 31 ตุลาคม พร้อมมอบ “กระปุกออมสินซีราฟ” ในแนวคิดมอญกรรมโกศลกับการออมเงิน เพื่อสร้างภูมิมั่นคงให้กับชีวิต แก่ผู้ที่ฝากเงินตั้งแต่ 100 บาทขึ้นไป มีมูลค่าได้และแสดงความยินดีแก่ผู้ฝากเงินด้วย

“บริการแบบนี้ที่อื่น ไม่มีนะ ออมสินทุกที่แรงใจทำให้รู้สึกอยากออมอยากมีเงินเก็บไว้เพื่อการลงทุน เพื่อสิ่งที่ดีและยามที่เราอายุมากขึ้น จะฝากเงินทุกวันนะ อยากลงทุนเพิ่มเติม ออมสินกับออมเงินไปฝากในธนาคารพาณิชย์ต้องขอบคุณออมสิน เพราะเราไม่มีหลักประกันการออมเงินจากธนาคาร” (นันทา สองซัย 2553)



ภาพที่ 18 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมงานวันออมแห่งชาติ 31 ตุลาคม

2.3 กิจกรรมช่วยเหลือประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ เนื่องจากจากปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นปัญหาเร่งด่วนระดับประเทศที่ต้องการความร่วมมือจากทุกฝ่ายหลายองค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้จัดตั้ง โครงการช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ประชาชนใน 3 จังหวัดดังกล่าว โดยโครงการที่ธนาคารเริ่มจัดทำขึ้นหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่

2.3.1 สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีเสด็จพระราชดำเนินทรงเป็นประธานในพิธีเททองหล่อพระยอดธงพระกริ่ง และพระชัยวัฒน์ รุ่นมหाराช 80 พรรษา เพื่อมอบเป็นเครื่องสักการบูชาและเป็นขวัญกำลังใจแก่ตำรวจและทหารที่ปฏิบัติหน้าที่ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้



ภาพที่ 19 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมที่บาทหลวงนักพรตพระยอดธงพระกริ่ง และพระชัยวัฒน์ รุ่นมหाराช 80 พรรษา

2.3.2 โครงการช่วยเหลือสถานประกอบการไปรษณีย์พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ 5 จังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่ จังหวัดยะลา ปัตตานี นราธิวาส สตูล และ 4 อำเภอจังหวัดสงขลา ประกอบด้วย อำเภอหาดใหญ่ อำเภอสะบ้าย้อย อำเภอจะนะ และอำเภอเทพา โดยสำนักงานประกันสังคม จะสนับสนุนเงินฝากกับธนาคารออมสิน ในวงเงิน 200 ล้านบาท เพื่อให้ธนาคารปล่อยสินเชื่อให้แก่สถานประกอบการในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ดังกล่าว ในอัตราดอกเบี้ยเงินกู้คงที่ร้อยละ 5 ต่อปี เป็นเวลา 2 ปี หลังจากนั้นเป็นอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ซึ่งธนาคารจะเป็นผู้ปล่อยสินเชื่อให้กับสถานประกอบการตามโครงการในจังหวัด ยะลา ปัตตานี นราธิวาส จังหวัดละ 100 ล้านบาท จังหวัดสตูล และ 4 อำเภอจังหวัดสงขลา จังหวัดละ 50 ล้านบาท ซึ่งโครงการดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ประกอบการที่ได้รับความเดือดร้อนจากเหตุความไม่สงบเข้าถึงแหล่งเงินทุน ได้รวดเร็ว สามารถดำเนินกิจการและจ้างงานต่อไปได้ ทำให้ลูกจ้างมีรายได้เลี้ยงตนเองและครอบครัว ซึ่งจะช่วยกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจของ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการช่วยเหลือสถานประกอบการไว้ ดังนี้

“ช่วงปี 2545 ได้มารู้จักธุรกิจสาหร่ายทะเล จึงตัดสินใจกู้เงินจากธนาคารออมสิน เพื่อลงทุนธุรกิจก็เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีธนาคารออมสินสนับสนุน ชีวิตเปลี่ยนแปลงไปมาก วันนี้มีพนักงานในโรงงานมากกว่า 80 คน สินค้ากระจายอยู่เกือบทั่วประเทศ ตามโรงเรียนร้านค้าส่ง และนักท่องเที่ยวที่ซื้อเป็นของฝาก ซึ่งการทำธุรกิจเงินทุนเป็นสิ่งจำเป็น และธนาคารออมสินก็เข้าใจในจุดนี้ และพร้อมให้โอกาส ถึงแม้เราจะจบแค่ ป.6

ไม่ได้ร่ำรวยอะไร แต่ถ้ามีความตั้งใจจริง ชนาการก็พร้อมที่จะช่วยเหลือ ซึ่งดิฉันประทับใจมากและขอขอบคุณที่ยืนเคียงข้างช่วยเหลือเป็นมิตรแท้ตลอดมาค่ะ” (ดวงใจ ภูมยพา 2553)

2.3.3 โครงการ “ห้องเรียนเคลื่อนที่น้ำใจสู้ได้” เป็น โครงการที่มูลนิธิออมสินเพื่อสังคมได้ดำเนินการเพื่อให้ความช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อนให้กับโรงเรียน ใน 4 จังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่ สงขลา ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส ที่ถูกลอบวางเพลิงจากเหตุการณ์ไม่สงบในพื้นที่ภาคใต้ ด้วยการมอบอุปกรณ์การเรียนการสอนที่จำเป็น ได้แก่ เต็นท์ โต๊ะนักเรียน โต๊ะครูและกระดานไวท์บอร์ด เพื่อเป็นการบรรเทาความเดือดร้อนในเบื้องต้น ซึ่งประธานมูลนิธิออมสินเพื่อสังคมได้กล่าวดังนี้

“มูลนิธิ ได้ติดตามสถานการณ์ของโรงเรียน 4 จังหวัดชายแดนใต้ถูกลอบวางเพลิงอย่างต่อเนื่อง พบว่า มีโรงเรียนกว่า 700 แห่งได้รับความเสียหาย ขาดแคลนอุปกรณ์การเรียนการสอน โดยนักเรียนที่ได้รับความเดือดร้อน นับหมื่นคน ทางมูลนิธิ ได้ตระหนักในเรื่องดังกล่าวจึงได้จัดโครงการห้องเรียนเคลื่อนที่น้ำใจสู้ได้ โดยมอบห้องเรียนเคลื่อนที่จำนวน 10 ห้องเรียน เขตการศึกษา จำนวน 10 เขตการศึกษา เขตการศึกษาละ 10 ชุด โดยห้องเรียนเคลื่อนที่แต่ละชุด ประกอบด้วย เต็นท์ โต๊ะ โต๊ะนักเรียน โต๊ะครู กระดานไวท์บอร์ด และถาดใส่อาหาร” (ดวงใจ ภูมยพา 2553)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 20 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการ “ห้องเรียนเคลื่อนที่น้ำใจสู้ได้”

2.3.4 โครงการลงกองร่งฟ้า ช่วยเกษตรกร 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นโครงการร่วมกันระหว่างธนาคารออมสิน กรมการค้าภายใน ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) จังหวัดนราธิวาสและปัตตานี เพื่อช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อนแก่เกษตรกรสวนลองกอง โดยจำหน่ายลองกอง ณ จุดจำหน่ายธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ในการนี้

รองผู้อำนวยการธนาคารออมสินอาวุโสพร้อมด้วยอธิบดีกรมการค้าภายในได้ร่วมกัน จำหน่าย  
ลองกอง ซึ่งเป็นผลผลิตจากสวนของเกษตรกรในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้โดยตรง ให้กับ  
พนักงานธนาคารออมสินและประชาชนที่ให้ความสนใจมาซื้อกันเป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้จัดงานได้  
แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการลองกองงฟ้าไว้ ดังนี้

“กระทรวงพาณิชย์ได้ร่วมกับธนาคารออมสิน จัด โครงการลองกองงฟ้า  
ช่วยเหลือเกษตรกรใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อแก้ปัญหาผลผลิตล้นตลาด ซึ่ง โครงการ  
ดังกล่าวเป็นการดำเนินการตามมติคณะรัฐมนตรีที่เห็นชอบแผนการแก้ปัญหาการค้าลองกอง  
ตกต่ำ” (ศิริพล ยอดเมืองเจริญ 2553)

“ธนาคารพร้อมให้ความร่วมมือในการช่วยกระจายผลผลิตลองกองไปสู่ผู้บริโภค  
โดยใช้สาขา 61 แห่งทั่วประเทศเป็นจุดจำหน่ายและช่วยเป็นตัวกลางรับลองกองไปจำหน่าย  
ให้รวดเร็วมมากขึ้น ซึ่งปัญหาลองกองที่ล้นตลาดจาก 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จะได้รับการ  
ยอมรับที่จากประชาชน เพราะมีคุณภาพดีและมีราคาถูกกว่าสินค้าของประเภท” (โกวิท  
ธีระกุล 2553)



ภาพที่ 21 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการลองกองงฟ้า ช่วยเกษตรกร 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

2.8.5 งานมหกรรมอิมส์สู่วิถีชีวิตภายใต้เศรษฐกิจพอเพียง เพื่อพี่น้อง 3 จังหวัด  
ชายแดนภาคใต้

**ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี**

โอกาสให้ประชาชนใน  
พื้นที่ได้รับบริการทางการเงินและสินเชื่อ เพื่อการประกอบอาชีพ การลงทุน ที่อยู่อาศัย อุตสาหกรรม  
บริโภค รวมทั้งบริการประกันสินเชื่อ ภายใต้ข้อเสนอพิเศษ เพื่อกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจในพื้นที่  
จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยธนาคารออมสินได้นำบริการสินเชื่อเพื่อประชาชนผู้ประกอบการราย  
ย่อยจนถึงสินเชื่อธุรกิจมาให้บริการ ได้แก่ สินเชื่อธนาคารประชาชน “โครงการ 1 สาขา 5 ตลาด” ที่  
อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ทั่วประเทศเพื่อให้ผู้ใช้บริการนำไปลงทุนหรือเป็น  
เงินทุนหมุนเวียนสำหรับประกอบอาชีพค้าขายขนาดเล็ก สินเชื่อธุรกิจห้องแถวเพื่อนำไปลงทุน  
ประกอบกิจการที่อยู่ในอาคารพาณิชย์ สินเชื่อเพื่อธุรกิจเอสเอ็มอี และสินเชื่อแฟคตอริ่งเพื่อเพิ่ม  
สภาพคล่องให้กิจการ มอบเงินสนับสนุน โครงการส่งเสริมคนดี มีคุณธรรม ผู้ทำคุณประโยชน์ให้

สังคมและขาดทุนทรัพย์ในการเดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ ณ นครเมกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย และมอบทุนการศึกษาให้แก่นักเรียนซึ่งเป็นบุตรธิดาของสมาชิกโครงการธนาคารประชาชน



ภาพที่ 22 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมงานของชมรมผู้บริจาคภายใต้เศรษฐกิจพอเพียง

2.4 กิจกรรมสนับสนุนการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น เชื่อว่าการทำความดีในสังคมนั้นเริ่มจากการมีจิตที่เอื้อเฟื้อและปรารถนาดีต่อกันเป็นอันดับแรก เพื่อเป็นการขยายโอกาสให้คนไทยได้ร่วมกันบำเพ็ญประโยชน์โดยสมัครใจ ชนชากรจึงได้สร้างสรรค์และสนับสนุนกิจกรรมในด้านต่าง ๆ พร้อมทั้งส่งเสริมค่านิยมแห่งการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ ให้สังคมไทยก้าวไปพร้อม ๆ กัน ไม่ให้มีคนใดถูกทอดทิ้ง ซึ่งกิจกรรมที่ธนาคารดำเนินการได้แก่กิจกรรม ดังต่อไปนี้

2.4.1 ธนาคารออมสินทุกสาขา ถวายเงินแก่สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ เพื่อสมทบทุนสร้างอาคาร 72 พรรษาบรมราชินีนาถ ที่วัดยานนาวา กรุงเทพมหานคร ซึ่งพนักงานธนาคารออมสินได้กล่าวถึงกิจกรรมการทอดเกล้าถวายเงิน ดังนี้

**ผลงานวิสัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี**

พระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้า เจ้าอยู่หัว พระมหาเจษฎาราชเจ้า และทรงวางศิลาฤกษ์ อาคาร 72 พรรษา บรมราชินีนาถ โอกาสนี้ได้พระราชทานพระราชวโรกาสให้รองผู้อำนวยการธนาคารออมสิน เข้ารับพระราชทานของที่ระลึก เนื่องในโอกาสที่ธนาคารออมสินทอดเกล้าฯ ถวายเงิน จำนวน 500,000 บาท สมทบทุนสร้างอาคาร 72 พรรษา บรมราชินีนาถ ณ วัดยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ” (ธีราภรณ์ เชื้อทอง 2553)

2.4.2 ธนาคารออมสินมอบเงินสนับสนุนมูลนิธิโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช เพื่อสมทบทุนในการจัดหาอุปกรณ์การแพทย์แก่โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช 21 แห่ง ซึ่งผู้บริหารธนาคารออมสินได้กล่าวถึงกิจกรรมดังกล่าว ดังนี้



“รองผู้อำนวยการธนาคารออมสินเป็นผู้แทนธนาคารมอบเงิน จำนวน 1,000,000 บาท ให้กับมูลนิธิโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช เพื่อสมทบทุนในการจัดหาอุปกรณ์การแพทย์ ให้แก่โรงพยาบาลพระยุพราชในท้องที่ ทูรกันดาร 21 แห่ง โดยมีศาสตราจารย์ธานีทร กรวิเชียร องคมนตรี ประธานมูลนิธิฯ เป็นผู้รับมอบ” (เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)



ภาพที่ 23 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมมอบเงินสนับสนุนจากมูลนิธิโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช

2.4.3 ทางสภามหาวิทยาลัยจัดตั้งกองทุนสิริกิติ์บรมราชินีนาถ ธนาคารออมสิน ทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายเงินจำนวน 7 ล้านบาทแด่สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ เป็น ทุนประเดิมสำหรับการจัดตั้งกองทุน “ทุนสิริกิติ์บรมราชินีนาถ” เพื่อสนับสนุนผู้มีความรู้ ความสามารถด้านต่าง ๆ ไปศึกษาต่อต่างประเทศในสาขาที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ และ นางสาวนงนุช อธิพันธุ์อำไพ ผู้ไปศึกษาต่อในระดับปริญญาโท-เอก สาขา Food Science and Technology in the field of Food Engineering, Cornell University ได้กล่าวถึงความรู้สึก ดังนี้

“คาดว่าเมื่อจบการศึกษามาอยากจะเป็นอาจารย์หรือไม่ก็ทำงาน ในองค์กรทางด้าน

อาหารของไทย ขอบคุธนาคารออมสินที่ให้การสนับสนุนการศึกษาของเด็กไทยในด้าน

วิทยาศาสตร์ หลังธนาคารออมสินจะให้การสนับสนุนพวกเราต่อ ๆ ไปและอยากฝากถึง ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี, นอง ๆ วาการศึกษาในเมื่องไทยหากต้องการศึกษาจริง ๆ จะมีทุนหรือมี โอกาสให้กับทุกคนมาก

อยากเป็นกำลังใจให้ทุกคนตั้งใจเรียนและพยายามคว้าโอกาสที่จะมาถึงให้ได้” (นงนุช อธิพันธุ์อำไพ 2553)

2.4.4 โครงการ “ออมสินร่วมใจ ด้านภัยหนาว” ผู้อำนวยการธนาคารออมสินนำ คณะผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสิน เยี่ยมเขียนลูกค้าและประชาชนในพื้นที่ที่ประสบภัยหนาว พร้อมนำผ้าห่มกันหนาว จำนวน 1,000 ผืน มอบให้แก่ผู้ได้รับความเดือดร้อน โดยนำร่องในพื้นที่ อำเภอบางยี่รงค์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งพนักงานธนาคารออมสินได้กล่าวถึงโครงการ “ออมสินร่วมใจ ด้านภัยหนาว” ดังนี้

“ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน พร้อมด้วยผู้บริหารระดับสูง และคณะได้เดินทางไปมอบ  
 คำห่มกันหนาวคุณภาพดี เพื่อเพิ่มความอบอุ่นให้กับประชาชน ผู้ยากไร้ในเขตจังหวัด  
 แม่ฮ่องสอน ในโครงการ “ออมสินร่วมใจ ด้านภัยหนาว” ที่บ้านแม่ปิง ตำบลแม่สี บ้านยะโป้  
 บ้านป่าขาง ตำบลแม่นาเติง อำเภอปาย และที่บ้านเมืองแพม อำเภอป่าเมรุ จังหวัดแม่ฮ่องสอน  
 สร้างความรู้สึกดีใจและชื่นชมให้กับชาวบ้านและชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยงที่เข้ารับมอบเป็น  
 อย่างมาก” (เพ็ญสุข เบญจพันธ์ 2553)



ภาพที่ 24 ภาพที่แสดงด้วยธงกิจกรรมโครงการ “ออมสินร่วมใจ ด้านภัยหนาว”

2.4.5 โครงการรณรงค์เพื่อออมเงินไปอย่างหนึ่งโครงการที่ธนาคารออมสินได้ให้ความ  
 ช่วยเหลือและบรรเทาภาระหนี้สินทั้งภัยหนาวและไฟไหม้ร่วมกับด้วยการมอบถุงยังชีพและจัดหน่วยแพทย์  
 เคลื่อนที่ เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนใหม่เบื้องต้น พร้อมดำเนินการออกมาตรการเร่งด่วนให้แก่ลูกค้าที่  
 ประสบภัย เช่น การพักชำระหนี้ชั่วคราวดอกเบี้ย เป็นต้น ซึ่งมีนำชุมชนในพื้นที่ได้เล่าถึงบรรยากาศ ดังนี้

“ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน นำคณะผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสิน  
 ร่วมกิจกรรม “ออมสินร่วมใจ หอมรักแม่เหล็ก” ร่วมปันน้ำใจให้พี่น้องชาวมอแก้ว โดย  
 มอบผ้าห่มกันหนาวจำนวน 1,000 ผืน ให้กับประชาชนในพื้นที่ ณ บริเวณหน้าธนาคารออมสิน

**วางแผนวิจัยนวัตกรรมการระดับปริญญาตรี**

ได้นำหน่วยแพทย์อาสาดูแลสุขภาพชุมชนให้บริการตรวจรักษา พร้อมมอบยาสามัญ  
 ประจำบ้านให้กับประชาชนในพื้นที่ ทุนการศึกษาให้กับนักเรียน อุปกรณ์กีฬาและชุด  
 งานควาเทียมพร้อมอุปกรณ์ให้กับ โรงเรียน เครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมอุปกรณ์ให้กับกองทุน  
 หมู่บ้าน ชุดเวชภัณฑ์และยารักษาโรคให้กับสถานีนอนมัย นอกจากนี้ยังได้มอบสินเชื่อฟาสต์แทร็ค  
 สินเชื่อต่อยอดกองทุนหมู่บ้าน สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบท สุดท้าย ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน  
 และคณะผู้บริหาร ได้ร่วมกันมอบทุนการศึกษาพร้อมด้วย หนังสือนิทานการออม สื่อการ  
 เรียนรู้ อุปกรณ์กีฬาและอุปกรณ์ในการประกอบอาหารแก่นักเรียนและ โรงเรียนวัดคอนจัน  
 อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ด้วย” (สิทธิชัย สวัสดิ์แสน 2553)



ภาพที่ 25 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการธารน้ำใจอมลิม

2.4.6 โครงการอมลิมอาสาพัฒนาสังคมเป็นโครงการต่อเนื่องที่ธนาคารได้กำหนดแนวทางให้จัดกิจกรรมจิตอาสาภายใต้แนวคิดการแก้ไขวิกฤติโลกร้อนด้วยการนำแนวพระราชดำรินโยบายการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีระบบ “ลดโลกร้อนสักนิด...ด้วยเศรษฐกิจพอเพียง” ตัวอย่างเช่น มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญได้มีราชชมงคลสุวรรณภูมิ ร่วมกับธนาคารอมลิมได้จัดกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ภายใต้กิจกรรมการออกค่ายอาสาพัฒนาใต้ “โครงการอมลิมราชชมงคลสุวรรณภูมิ ร่วมสร้างสังคมลดโลกร้อนสักนิดด้วยเศรษฐกิจพอเพียง” ขึ้นโดยเป็นการสร้างห้องสมุดคืนพร้อมติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ ซึ่งทั้งหมดนี้โครงการอมลิมได้กล่าวถึงการออกค่ายอาสาพัฒนา ดังนี้

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ราชชมงคลสุวรรณภูมิ) ได้นำคณะอาจารย์และนักศึกษา 40 คนเข้าไปดำเนินการสร้างห้องสมุดจากคืน พร้อมติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพื่อแปลงพลังงานแสงอาทิตย์เป็นพลังงานไฟฟ้าเพื่อมอบให้แก่ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โรงเรียนสอนดี (ประชารัฐอนุสรณ์) ตำบลพระยาบันลือ อำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมี

วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาและชุมชน นำแนวพระราชดำริเกี่ยวกับการใช้พลังงาน **ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี** ทางเลือก มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในชุมชนและสามารถดำรงอยู่อย่างพอเพียง ทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้นักศึกษาและชุมชนมีจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยนำคืนที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นนำมาใช้เป็นวัสดุในการก่อสร้างบ้านดิน และประการสำคัญคือเพื่อสนับสนุนให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม นอกจากนี้จะช่วยในการเสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักศึกษาแล้ว ยังมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างพัฒนาความเจริญให้กับชุมชนอีกด้วย” (ทรงวิทย์ เจริญกิจชนลาภ 2553)

“ก่อนที่จะเข้าไปสร้างห้องสมุดบ้านดินให้กับโรงเรียนสอนดี ได้เดินทางไปสำรวจพื้นที่และบริเวณ โดยรอบเพื่อวางแผนแนวทางในการสร้างห้องสมุด ซึ่งในการปลูกสร้างห้องสมุดบ้านดินนั้น ใช้เวลาสร้าง 7 วัน พร้อมติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ เพื่อแปลงพลังงาน

แสงอาทิตย์เป็นพลังงานไฟฟ้า นอกจากนั้น ยังได้บรรยายให้ความรู้แก่ชาวบ้านในชุมชนเกี่ยวกับปัญหาโลกร้อนและการนำแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับวิถีชีวิตประจำวันของชาวบ้านในชุมชน พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับการประหยัดพลังงานซึ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะสามารถเพิ่มโอกาสทางการเรียนรู้ นอกเหนือจากตำราเรียนให้แก่นักเรียน โรงเรียนสอนดี ได้ต่อยอดทางการเรียนรู้และสำหรับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมโครงการในลักษณะอาสาพัฒนา หรือบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม ชุมชน เพื่อเป็นการเพิ่มความรู้ ทักษะในด้านวิชาการ ด้านวิชาชีพ และด้านวิชาชีพชีวิต เรียนรู้ ใฝ่รู้ตลอดชีวิต มีสติปัญญาและวิจรรณญาณ มีวิธีการอย่างเป็นระบบ และสามารถแก้ปัญหาได้” (วสันต์ ไข่มพร 2553)



ภาพที่ 26 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการออมสินราชมงคลสุวรรณภูมิ รวมพลังสร้างสรรค์สังคม ลดโลกร้อนสัปดาห์ ด้วยเศรษฐกิจพอเพียง

#### 2.4.7 โครงการ "ศูนย์เรียนรู้คู่ชุมชน" โครงการนี้ได้จัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547

จากที่รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการได้มีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนและภาคประชาสังคมได้มีโอกาสในการอ่านหนังสือ และศึกษา ค้นคว้าความรู้ความก้าวหน้าในวิชาการด้านต่าง ๆ ธนาคารออมสินซึ่งมีภารกิจของการเป็นธนาคารเพื่อสังคมเห็นความสำคัญของนโยบายดังกล่าว จึงมีแผนการจัดทำโครงการ "ศูนย์เรียนรู้คู่ชุมชนธนาคารออมสิน" โดยศูนย์เรียนรู้คู่ชุมชนที่จัดตั้งขึ้น เป็นความร่วมมือกันระหว่างธนาคารออมสินและชุมชนจัดในพื้นที่ ด้วยเป้าหมายสำคัญเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของเยาวชนและประชาชน ให้มีนิสัยรักการอ่าน เป็นการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชน เพื่อให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้ใหม่ ๆ นำไปสู่การพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชนในพื้นที่ โดยศูนย์เรียนรู้คู่ชุมชนนี้ธนาคารออมสินได้ให้การสนับสนุนงบประมาณเพื่อดำเนินการปรับปรุงสถานที่ จัดซื้อครุภัณฑ์สำนักงาน เครื่องคอมพิวเตอร์ และสื่อการเรียนรู้ และสร้างความรู้สึกรักให้

ประชาชนในพื้นที่มีความรู้สึกว่าคุณฯ เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยปัจจุบันมีศูนย์เรียนรู้ชุมชนรวม 51 แห่ง



ภาพที่ 27 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการ "ศูนย์เรียนรู้ชุมชน"

2.4.8 พิธีหล่อเศียรพระหลวงพ่อใหญ่ทองคำเพื่อส่งเสริมและทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา ผู้อำนวยการออมสิน เป็นประธานในพิธีหล่อเศียรพระหลวงพ่อใหญ่ทองคำ ขนาดหน้าตัก 7 เมตร สูง 11 เมตร ณ วัดสว่างศรีสุธรรม ตำบลท่าคอกคำ อำเภอบึงโขงทอง จังหวัดหนองคาย ซึ่งสมาชิกออมสินได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในการจัดสร้างเพื่อส่งเสริมและทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา จำนวน 700,000 บาท โดยมีนายอภัยบึงโขงหลง พร้อมด้วยคณะผู้บริหาร พนักงานธนาคารออมสินและประชาชนในท้องถิ่นร่วมพิธีดังกล่าว

2.4.9 ธนาคารชุมชน เป็นธนาคารเพื่อส่งเสริมที่ธนาคารออมสินตั้งขึ้นตามแนวทางพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในคราวนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนชาวไทย ประกอบกับสถานะเศรษฐกิจที่ถดถอยทำให้เกิดปัญหาเรื่องความเป็นอยู่ของประชาชน รัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมระบบเศรษฐกิจชุมชนพึ่งพาตนเองตาม

แนวพระราชดำริให้กับประชาชนได้นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และชุมชน อีกทั้งพลังของประชาชนในพื้นที่และชุมชนได้ริเริ่มพัฒนาในลักษณะของโครงการชุมชน โดยใช้การดำเนินงานในรูปแบบของธนาคารออมสินสาขา แต่เป็นการให้บริการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม โดยมีชุมชนเป็นเป้าหมายสำคัญ ปัจจุบันธนาคารออมสินมีธนาคารชุมชนรวม 18 แห่งทั่วประเทศ มี

**พลังนวัตกรรมศึกษา ระดับปริญญาตรี**

ตัวอย่างความคิดเห็นเกี่ยวกับสถาบันการเงินชุมชนจากประชาชน ดังนี้

“การที่พวกเรากองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ได้รับการพัฒนาและยกระดับเป็นสถาบันการเงินชุมชนนี้ถือว่าการพัฒนาก้าวไปอีกระดับหนึ่ง ทั้งนี้ต้องขอบคุณในความช่วยเหลือทางด้านต่าง ๆ จากธนาคารออมสิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการอบรมโปรแกรมบัญชี การบริหารจัดการกองทุนแบบมีส่วนร่วม ซึ่งผู้เข้ารับการอบรมสามารถนำแนวทางการบริหารนี้ไปพัฒนากองทุนให้มีความเข้มแข็งอย่างต่อเนื่องต่อไป” (หา จันทรเพ็ง 2553)

“ธนาคารชุมชนนั้น ชุมชนและส่วนราชการในท้องถิ่นจะเข้ามามีส่วนร่วม ในลักษณะที่ทุกคนในชุมชน สามารถใช้บริการและร่วมเป็นที่ปรึกษา ขณะเดียวกันชุมชน ก็ต้องช่วยกันบำรุงรักษา ปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ธนาคารยังคงอยู่และเกิดประ โยชน์มากที่สุด ต่อชุมชนนั้น ธนาคารชุมชนจะเป็นสถาบันการเงินที่ดำเนินงานเพื่อประ โยชน์ของชุมชนใน ท้องถิ่น โดยให้บริการทางการเงินในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงการพัฒนา เศรษฐกิจ ชุมชนท้องถิ่นและสังคม รวมถึงให้เงินทุนในท้องถิ่นสามารถจัดสรรเพื่อ ประโยชน์ในการสร้างความเจริญ ภายในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง และเกิดความยั่งยืนได้ ต่อไป” (เจนจ็ค พลไพอินทร์ 2553)

2.4.10 โครงการค่ายศิลปะ Art for All เป็นกิจกรรมที่ธนาคารได้ร่วมกับมูลนิธิ ศิลปะเพื่อมวลมนุษย Art for All จัดกิจกรรมค่ายศิลปะเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพของ เยาวชนผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนผู้พิการ ในทุกภูมิภาคอย่างรอบด้าน โดยเน้นการพัฒนาความคิด สร้างสรรค์และทักษะการใช้ชีวิตควบคู่กัน โดยมีกระบวนการเรียนรู้ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ทาง ศิลปะด้วยรูปแบบที่แตกต่างหลาย



### ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 28 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรม โครงการค่ายศิลปะ Art for All

2.4.11 การทอดผ้าป่าสามัคคี เพื่อสมทบทุนสร้างเขื่อนหินกันคลื่นล้อมรอบวัด ชุนสมุทรवास (ชุนสมุทรจีน) และผ้าป่าเพื่อการศึกษาโรงเรียนบ้านชุนสมุทรจีน ตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอ พระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ สำหรับยอดเงินทำบุญผ้าป่าสามัคคี จำนวน 562,797 บาท ธนาคารออมสิน ได้นำถวายแด่พระอาจารย์สมนึก อดิปัญโญ เจ้าอาวาสวัดชุนสมุทรवास พร้อมกันนี้ ยังได้มอบทุนอาหารกลางวัน จำนวน 10,000 บาท มอบกล่องข้าวธนาคารออมสินให้แก่โรงเรียน บ้านชุนสมุทรवासและร่วมปลูกป่าชายเลนกับชาวบ้านเพื่อป้องกันการกัดเซาะชายฝั่ง



ภาพที่ 29 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมการทอดผ้าป่าสามัคคีเพื่อสมทบทุนสร้างเขื่อนหินกันคลื่น

2.4.12 การรวมเหลือประมงและลูกค้าที่ประสบภัยน้ำท่วม พร้อมนำถุงยังชีพและสิ่งของเครื่องใช้จำเป็นไปแจกจ่ายในพื้นที่อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ผู้บริหารธนาคารออมสินและชาวบ้านที่ได้อุปการะช่วยเหลือกล่าวว่า

หลังจากออกไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยที่ท่วมหลายพื้นที่ แม้ยังมีประชาชนจำนวนมากที่หลายหน่วยงานเข้าไปช่วยเหลือแล้วก็ตาม ธนาคารออมสินจึงออกผลิตภัณฑ์เงินฝากประจำ 99 วัน เมื่อฝากครบ 50,000 บาท ออมสินจะสมทบทันที 99 บาท เพื่อนำไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม หากมีประชาชนฝากเงิน 500,000 บาท จะมีเงินสมทบช่วยเหลือผู้ประสบภัย 49 ล้านบาท หากฝากถึง 1 ล้านบาท จะมีเงินช่วยเหลือ 99 ล้านบาท เพื่อนำเงินไปช่วยเหลือประชาชนพื้นที่ที่ยังมีน้ำท่วม (เสธร์ศักดิ์ จุฬินาศ 2553)

“ตอนน้ำท่วมหนักชาวบ้านได้รับจากเงินช่วยเหลืออย่าง ตั้งแต่ไม่มีที่พักอาศัย จึงต้องอาศัยหลวงพ่อดำ วัดข้าวของกษัตริย์ออกมาไม่ทัน ทั้งเสื้อผ้า พัดลม หม้อหุงข้าว น่าจะไร้ออกมาไม่ได้เลย แต่รู้สึกดีใจมาก ๆ ที่ธนาคารออมสินมาให้ความช่วยเหลือ ชาวบ้านซาบซึ้งในน้ำใจอย่างมากที่ธนาคารออมสินไม่ทอดทิ้งชาวบ้าน ขอขอบคุณมาก” (บรรจง เจริญศิลป์ 2553)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 30 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมช่วยเหลือประชาชนและลูกค้าที่ประสบภัยน้ำท่วม

2.4.13 โครงการ “สิ่งพิเศษ เพื่อคนพิเศษ” เป็นโครงการสนับสนุนเยาวชนร่วมทำความดี ซึ่งธนาคารออมสินและวิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ตร่วมกันจัดขึ้น ด้วยการนำนักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต ร่วมทำกิจกรรมเพื่อนักเรียนโรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูล ซึ่งเป็นเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญา การได้ยินและออทิสติก โดยมีกรรมการธนาคารออมสินพร้อมด้วยผู้บริหารธนาคารออมสิน ร่วมเป็นเกียรติในการเปิดโครงการดังกล่าว ณ โรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูล อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต ในการนี้ธนาคารออมสินได้มอบเงินสนับสนุนโครงการอาหารกลางวัน จำนวน 30,000 บาท พร้อมมอบอุปกรณ์กีฬา เครื่องดนตรีและอุปกรณ์ฝึกสมองให้แก่โรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูล โดยมีรองผู้อำนวยการโรงเรียนเป็นผู้รับมอบ นอกจากนี้ยังมอบเครื่องทำน้ำเย็นให้กับวิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ตด้วย

ทั้งนี้ในโครงการสิ่งพิเศษ เพื่อคนพิเศษครั้งนี้ นักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต จำนวน 150 คน ได้ร่วมกิจกรรมลงมือทำขนมไทยพื้นบ้าน รวบรวมภาพกำแพงโรงเรียน และร่วมเล่นเกมถ้ำแข่งขันต่าง ๆ กับน้อง ๆ โรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูล จำนวน 200 คน โดยบรรยากาศเต็มไปด้วยความสนุกสนานและความอบอุ่น ซึ่งโอกาสที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ร่วมชมการแสดงของนักเรียนโรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูล สร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 31 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการ “สิ่งพิเศษ เพื่อคนพิเศษ”

2.4.14 กิจกรรมสนับสนุนโครงการเพื่อพัฒนาศูนย์โรคหัวใจ ผู้อำนวยการธนาคารออมสินได้มอบเงินจำนวน 1,000,000 บาท สมทบทุนโครงการเพื่อพัฒนา “ศูนย์โรคหัวใจ” ของมูลนิธิโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้าในพระราชูปถัมภ์ โดยมีพลตรีกิตติพล ภักโชตานนท์ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า ในฐานะประธานกรรมการมูลนิธิโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้าในพระราชูปถัมภ์ นอกจากนี้ธนาคารออมสินได้จัดทำกล่องรับบริจาคเงินตั้งที่หน้าเคาน์เตอร์สาขาของ



ธนาคารออมสินทุกแห่งในเขตกรุงเทพฯ เพื่อเชิญชวนลูกค้าและประชาชนร่วมสมทบทุน โครงการดังกล่าวด้วยหรือบริจาคเงิน ผ่านบัญชีเพื่อเรียกธนาคารออมสิน สาขาชัยสมรภูมิ

2.4.15 โครงการบ้านปลา เป็นกิจกรรมสนับสนุนกลุ่มสังฆะออมทรัพย์บ้านเกาะจิก อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี เพื่อสร้างปะการังเทียม ธนาคารออมสินมีส่วนร่วมอย่างแข็งในการผลักดันกิจกรรม ครั้งนี้อย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม พนักงานธนาคารออมสินกล่าวถึงความประทับใจในการร่วมกิจกรรมครั้งนี้ว่า

“ความประทับใจแรกที่ได้เห็นชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านเกาะจิกที่อยู่กันอย่างเรียบง่าย สะอาด สงบ มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีความสมัครสมานสามัคคี มีความปลอดภัยเหมือนเป็นอีก โลกหนึ่งที่เราไม่ค่อย ได้พบนัก เหนือสิ่งอื่นใด ได้เห็นว่าชาวบ้านมีความพึงพอใจและมีความสุข ในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตน จากนั้นมีความประทับใจที่ได้เห็น ความผูกพันความไว้เนื้อเชื่อใจ ความสนิทสนมรักใคร่ ความเอื้ออาทรที่ชาวบ้านมีต่อพนักงานธนาคารออมสินในพื้นที่ ภูเขาดี ทำให้นึกถึงคำสอนขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าที่ว่า ความคุ้นเคยเป็นญาติอย่างยิ่ง ความคุ้นเคยนี้เกิดขึ้นได้อย่างไร เมื่อได้ตามลึกลง ไปด้วยการรับฟังข้อมูลจากคุณณรงค์ชัย เหมสุวรรณ ผู้ใหญ่บ้านจึงทราบว่า ความคุ้นเคยเกิดจากที่ชาวบ้านมีเรื่องเดือดร้อนใจ มีความทุกข์ ต้องการคำปรึกษา ต้องการความช่วยเหลือ หรือแม้แต่ต้องการกำลังใจ ชาวบ้านก็จะมาพนักงานธนาคารออมสิน เข้า ไปดูแลให้คำสนับสนุน ให้คำปรึกษาให้ความช่วยเหลือ ในทุกเรื่อง ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย ทั้งเรื่องง่ายให้หนักเรื่องไป ดังนั้นพอจะกล่าวได้ว่า ชาวบ้าน และพนักงานออมสินในพื้นที่ ร่วมทุกข์ ร่วมสุขกัน มากอย่างยาวนาน จนถึงขั้นที่ว่า แม้ไม่มีภูเขาดี ก็เหมือนญาติ” (อารีวรรณ อมระรักษ์ 2553)

“โครงการนี้ทางธนาคารออมสิน ร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ดำเนินโครงการ โดยการ จัดสร้างแนวปะการังเทียมเพื่อเฉลิมพระเกียรติ ถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในโอกาสทรงสิริอยู่พระชนมพรรษา 7 รอบ 84 พรรษา วันที่ 5 ธันวาคม 2554 เป็นการสร้างที่อยู่อาศัย ให้กับสัตว์ทะเล เพื่อแพร่และขยายพันธุ์ เป็นการเพิ่มปริมาณสัตว์น้ำให้กับทะเลตราด ซึ่งจะส่งผลดีโดยตรงต่อชาวตำบลอ่าวใหญ่ เนื่องจากประชาชนจำนวนมากไม่น้อยประกอบอาชีพทำประมงพื้นบ้าน สำหรับการดำเนินโครงการนี้ ทางธนาคารออมสินได้สนับสนุนงบประมาณดำเนินการจากกิจกรรม CSR (Corporate Social Responsibility) ของทางธนาคารรวม 3 ล้านบาท ร่วมดำเนินการสร้างบ้านปลาแห่งคอนกรีตทรงลูกบาศก์ จำนวน 483 แห่ง วางเป็นแนวปะการังเทียม จำนวน 2 แปลง ในทะเลตราดบริเวณหมู่ที่ 6 บ้านแหลมซอก ตำบลอ่าวใหญ่ อำเภอเมืองตราด พร้อมทั้งจัดตั้งทุนลอยเดือนชาวเรือ พร้อมกันนี้ทางธนาคารออมสินยังได้มอบงบประมาณ ให้กับชุมชนแห่งนี้จำนวน 90,000 บาท เพื่อ ดำเนินโครงการธนาคารปูอีกด้วย” (ฤดีวรรณ ฐิติญาณะกร 2553)



ภาพที่ 32 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมในโรงเรียน



2.4.16 กิจกรรมสนับสนุนการก่อสร้างอาคารเรียนและห้องสมุดร่วมโครงการ  
โรงเรียนชนาคารออมสิน โดยความร่วมมือของธนาคารออมสินมอบเงินสนับสนุนการจัดสร้างอาคารเรียน  
และห้องสมุดร่วมโครงการโรงเรียนชนาคารออมสิน จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 4,716,000 ล้านบาท โดยมีผู้อำนวยการโรงเรียนชนาคารออมสินเป็นผู้รับมอบ โฉกษณ์ผู้อำนวยการโรงเรียนชนาคาร  
ออมสิน ได้มอบประกาศเกียรติคุณให้กับธนาคารออมสิน ในฐานะผู้ให้การสนับสนุน  
งบประมาณในการดำเนินการก่อสร้างอาคารเรียนและห้องสมุดด้วย

2.4.17 กิจกรรม “ออมสินพร้อมใจ หอปรักกันห่มคอกย” เป็นกิจกรรมที่ผู้อำนวยการ  
ธนาคารออมสิน นำคณะผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสิน ร่วมกิจกรรม ปันน้ำใจให้พี่น้อง  
ชาวออมก้อย โดยมอบผ้าห่มกันหนาวจำนวน 1000 ผืน ให้กับประชาชนในพื้นที่ บริเวณหน้าธนาคาร

**ผลงานวิจัยนคศึกษา ระดับปริญญาตรี**

ส่วนราชการต่าง ๆ และประชาชน ในพื้นที่ร่วมกิจกรรมดังกล่าวเป็นจำนวนมาก โฉกษณ์ธนาคารออมสิน  
ได้นำหน่วยแพทย์อาสาภาคสุขภาพชุมชนให้บริการตรวจรักษา พร้อมมอบยาสามัญประจำบ้าน  
ให้กับประชาชนในพื้นที่ จำนวน 500 ชุด ทุนการศึกษาให้กับนักเรียน จำนวน 60 ทุน เป็นเงินรวม  
120,000 บาท อุปกรณ์กีฬาให้กับโรงเรียนในพื้นที่ 2 แห่ง ชุดงานควาเทียมพร้อมอุปกรณ์ให้กับโรงเรียน  
ในพื้นที่ 2 แห่ง เป็นเงินรวม 90,000 บาท เครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมอุปกรณ์ให้กับกองทุนหมู่บ้าน  
จำนวน 2 แห่ง เป็นเงินรวม 50,000 บาท ชุดเวชภัณฑ์และยารักษาโรคให้กับสถานีอนามัย จำนวน 6 แห่ง  
นอกจากนี้ยังได้มอบสินเชื่อฟาสต์แทร็กให้กับลูกค้า จำนวน 22 ราย เป็นเงินรวม 1,670,000 บาท สินเชื่อค่อ  
ยอดกองทุนหมู่บ้าน จำนวน 3 กองทุน เป็นเงินรวม 3,000,000 บาท และสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบท  
จำนวน 1 กลุ่ม เป็นเงิน 500,000 บาท ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน และคณะผู้บริหาร ได้ร่วมกันมอบ

ทุนการศึกษา จำนวน 300,000 บาท หนังสือนิทานการออม สื่อการเรียนรู้ อุปกรณ์กีฬาและอุปกรณ์ในการประกอบอาหารแก่นักเรียนและโรงเรียนวัดคอนจัน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ด้วย ผู้ร่วมกิจกรรมได้กล่าวถึงความรู้สึกที่มีต่อ“ออมสินร่วมใจ หอบรักมาห่มคอย” ดังนี้

“จิตใจที่ธนาคารออมสินมาจัดกิจกรรมให้พวกเราชาวอมก๋อย วันนี้มาขอรับผ้าห่มก็จะนำไปใช้ เพราะที่นี้หนาวเกือบทั้งปีอยากให้ธนาคารออมสินมาจัดกิจกรรมดี ๆ อย่างนี้เรื่อย ๆ ทุกปี” (วิจิตรา ศิโฑ 2553)

“ดีใจมากที่ธนาคารออมสินมามอบสิ่งดี ๆ ให้กับคนบนคอย งานดาวเทียมที่ได้รับมอบจากธนาคารออมสินในครั้งนี้เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการศึกษาของเด็ก ๆ ในศูนย์ฯ เพราะจะทำให้เด็ก ๆ ได้เรียนรู้และเปิดโลกทัศน์ใหม่ เนื่องจากพื้นที่ของศูนย์ฯ และหมู่บ้านที่เด็กนักเรียนชาวกะเหรี่ยงบางกะจะอยู่เป็นหมู่บ้านที่อยู่ห่างไกลไม่สามารถติดต่อกับภายนอกได้ จึงขอขอบคุณธนาคารออมสินที่นำสิ่งดี ๆ มามอบให้กับคนบนคอยในครั้งนี้ และอยากให้ธนาคารออมสินจัดโครงการดี ๆ อย่างนี้อย่างต่อเนื่องตลอดไป” (พิสมัย เหมะวาลิน 2553)

2.5 กิจกรรมพิเศษวันสถาปนาธนาคารออมสิน กิจกรรมส่งเสริมการออม และกิจกรรมพิเศษ เป็นกิจกรรมที่ธนาคารออมสิน ได้จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยในวันที่ 1 เมษายนของทุกปีเป็นวันคล้ายวันสถาปนาธนาคารออมสิน และวันที่ 31 ตุลาคมของทุกปีเป็นวันออมแห่งชาติ มีการมอบรางวัลแก่องค์กร หน่วยงาน และบุคคลต้นแบบด้านการออม และการร่วมแข่งขันในเกมชิงรางวัล นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมพิเศษตามวาระและโอกาสต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.5.1 ผู้บริหารธนาคารออมสินเข้าเฝ้าฯ พระบรมวงศานุวงศ์เพื่อถวายการรับฝากเงินเนื่องในวันคล้ายวันสถาปนาธนาคารออมสิน ณ พระราชวังสวนจิตรลดา วังสุโขทัย วังสวนกุหลาบ และพระตำหนักจักรีบังกช ซึ่งผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสิน ได้เล่าถึงบรรยากาศวันคล้ายวันสถาปนาธนาคารออมสิน ดังนี้

### ผลงานวิสัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จออกแทนพระองค์ พระราชทานพระราชวโรกาสให้ ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน พร้อมด้วยคณะผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสิน เข้าเฝ้าทูลละอองพระบาทถวายการรับฝากเงิน ณ ธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา ในโอกาสนี้ ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน ได้ขอพระราชทานทูลเกล้าทูลกระหม่อม ถวายของที่ระลึกเนื่องในวันคล้ายวันสถาปนาธนาคารออมสิน ประจำปี 2552 แต่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ และสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี” (วิรัช นิยมเข้ม 2553)

“สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี เสด็จออก ณ พระตำหนักจักรีบังกช อำเภอเมืองจังหวัดปทุมธานี พระราชทานพระวโรกาสให้

ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน พร้อมด้วยคณะผู้บริหาร และพนักงานธนาคารออมสินฝ่าฝวย  
สลากออมสินพิเศษและถวายการรับฝากเงิน เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนาธนาคาร  
ออมสิน กับถวายสลากออมสินพิเศษแด่พระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าสิริภาจุฑาภรณ์ และ  
พระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าอทิตยาทรกิติคุณ” (พีสนี สาระบัว 2553)



ภาพที่ 33 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมถวายการรับฝากเงินเนื่องในวันคล้ายวันสถาปนาธนาคารออมสิน  
2.5.2 คณะผู้บริหารและพนักงานฝ่ายบริหารและปฏิบัติการและสักการะดวงพระวิญญูญาณ  
พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว พระมหากษัตริย์องค์แรกของประเทศไทย เพื่อความเป็นสิริมงคล  
เนื่องในวันคล้ายวันสถาปนาธนาคารออมสิน โดยในวันนี้มียอดฝากเงินตั้งแต่ 100 บาทขึ้นไปลูกค้าจะ  
ได้รับของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการออมอย่างมีคุณภาพและต่อเนื่อง วันออมสิน (1 เมษายนของทุกปี)  
เป็นวันที่ลูกค้าหลายคนใช้ในวันเปิดบัญชีเงินฝากกับธนาคารและลูกค้าได้กล่าวถึงความรู้สึกที่มาใช้  
บริการ ดังนี้

“มาเปิดบัญชีใหม่ที่นี่เลข ทั้ง ๆ ที่มีบัญชีเดิมอยู่ที่ธนาคารออมสินสาขา

กระทรวงการคลัง แต่ไปฝากไม่ทัน เลขมาที่สำนักงานใหญ่คิดว่าเพราะอยากได้กระปุก

ที่หลวงพ่อกองแปดสัก เพื่อจะเป็นสิริมงคลกับลูก 2 คนที่ได้รับกระปุกทองทองและตั้งใจ

**ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี**  
จะนำกระปุกทองทองทั้ง 2 ใบส่งไปให้ลูกที่กำลังเรียนอยู่สหรัฐอเมริกาด้วย” (ทิพวรรณ

อวยใจกลาง 2553)

2.5.3 ถวายผ้าพระกฐินพระราชทานของธนาคารออมสิน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานผ้าพระกฐินให้ธนาคารออมสิน โดยผู้อำนวยการธนาคารออมสิน พร้อมด้วยคณะผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสิน นำไปถวายพระสงฆ์จำพรรษา ณ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา เมื่อวันอาทิตย์ที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 โดยมียอดเงินถวายบำรุงและบูรณะพระอาราม 3,049,900 บาทและ ผู้อำนวยการธนาคารออมสินได้มอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียนของโรงเรียนกัลยาณี ศรีธรรมราช โรงเรียนเมืองนครศรีธรรมราชและวิทยาลัยอาชีวศึกษา

นครศรีธรรมราช ซึ่งเรียนดีแต่ยากจน จำนวน 10 ทุน ทุนละ 3,000 บาทด้วย ทั้งนี้ ในการถวาย  
ผ้าพระกฐินพระราชทานในครั้งนี ได้รับเกียรติจากคณะกรรมการธนาคารออมสิน อดีตผู้บริหาร  
ธนาคารออมสิน ผู้ว่าราชการจังหวัดนครศรีธรรมราช หัวหน้าหน่วยงานราชการและประชาชน  
ในพื้นที่เข้าร่วมในพิธีจำนวนมาก

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทาน  
ผ้าพระกฐินให้ธนาคารออมสิน โดยนายเลอศักดิ์ จุลเทศ ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน พร้อมด้วย  
คณะผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสิน นำไปถวายพระสงฆ์จำพรรษา ณ วัดโพธิสมภรณ์  
อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เพื่อเป็นการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา เมื่อวันอาทิตย์ที่ 9 พฤศจิกายน  
พ.ศ. 2551 โดยมียอดเงินถวายสมทบทุนสร้างพระบรมธาตุธรรมเจดีย์จำนวน 2,421,999 บาท ทั้งนี้  
ในการถวายผ้าพระกฐินพระราชทานในครั้งนี ได้รับเกียรติจากคณะกรรมการธนาคารออมสิน อดีตผู้บริหาร  
ธนาคารออมสิน รองผู้ว่าราชการจังหวัดอุดรธานี หัวหน้าหน่วยงานราชการและประชาชนในพื้นที่  
เข้าร่วมในพิธีจำนวนมาก

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณา โปรดเกล้าฯ พระราชทาน  
ผ้าพระกฐินให้ธนาคารออมสิน โดยผู้อำนวยการธนาคารออมสิน พร้อมด้วยคณะผู้บริหารและพนักงาน  
ธนาคารออมสิน นำไปถวายพระสงฆ์จำพรรษา ณ วัดสิริจันทรมิตรวรวิหาร (เขาพระงาม) อำเภอเมือง  
จังหวัดลพบุรี เพื่อเป็นการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาเมื่อวันอาทิตย์ที่ 11 ตุลาคม พ.ศ.2552 โดยมียอดเงิน  
กฐินพระราชทานจำนวน 8,478,159.82 บาท โอกาสนี้ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน ได้มอบทุนการศึกษา  
ให้กับนักเรียนต้นแบบเรียนดีแต่ยากจนของ โรงเรียนวัดสิริจันทรมิตรวรวิหาร จำนวน 5 ทุน เป็นเงิน  
รวม 15,000 บาท พร้อมทั้งมอบอุปกรณ์กีฬาให้กับ โรงเรียน วัดสิริจันทรมิตรวรวิหาร และมอบ  
ทุนการศึกษาให้กับนักเรียนด้อยโอกาสของโรงเรียน โลกกระเทียมวิทยาลัย จำนวน 5 ทุน เป็นเงิน  
รวม 15,000 บาท

### ผลงานวิสัยทัศน์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทาน  
ผ้าพระกฐินให้ธนาคารออมสิน โดยนายเลอศักดิ์ จุลเทศ ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน พร้อมด้วย  
คณะผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้างธนาคารออมสิน นำไปถวายพระสงฆ์จำพรรษา ณ วัดยานนาวา  
กรุงเทพฯ เพื่อเป็นการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา เมื่อวันศุกร์ที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2553 ในการนี้  
นายวินัย วิทวัสการเวช ประธานกรรมการธนาคารออมสิน คณะกรรมการธนาคารออมสิน และ  
พุทธศาสนิกชนได้เข้าร่วมพิธีถวายผ้าพระกฐินพระราชทานในครั้งนีด้วย โอกาสนี้ ผู้อำนวยการ  
ธนาคารออมสิน ได้มอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียน โรงเรียนวัดยานนาวา จำนวน 15 ทุน เป็นเงิน  
รวม 30,000 บาท มอบเงินสนับสนุนบำรุง โรงเรียนวัดยานนาวา จำนวน 50,000 บาท และมอบ  
อุปกรณ์กีฬาให้กับ โรงเรียนวัดยานนาวาคด้วย



ภาพที่ 34 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมถวายผ้าพระราชนิพนธ์พระราชทานของธนาคารออมสิน

2.5.4 การจัดงาน “ออมสิน ส่งเสริมเศรษฐกิจไทย ใส่ใจผู้สูงอายุ” เนื่องในเทศกาลวันสงกรานต์ประจำปี โดยธนาคารออมสินได้จัดให้มีพิธีรดน้ำดำหัวขอพรผู้ใหญ่ที่ชาวออมสินให้ความเคารพ เพื่อร่วมแสดงเจตนาและสืบทอดขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีงามของไทย ซึ่งผู้บริหารธนาคารออมสินได้กล่าวถึงงานประเพณีงานนี้ ดังนี้

“พวกกลางมรดกภาคภูมิใจในไทยด้วยการมรดกเพลงไทยเดิมจากวงดนตรีไทยของธนาคารออมสิน และบรรพบุรุษภาคการตกแต่งดอกไม้แบบเรียบง่าย แต่สะท้อนวัฒนธรรมไทยอันคงทน ท่านผู้อำนวยการ ได้ส่งบาปพระเพื่อความเป็นสิริมงคลแล้วจึงเข้าสู่พิธีรดน้ำขอพรจากอดีตผู้บริหารธนาคารที่เกษียณอายุไปแล้ว โดยมีพนักงานเข้าร่วมพิธีจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีการเลี้ยงอาหารกลางวันจากร้านอาหารชื่อดังต่าง ๆ ด้วย”

(วิรัช นิยมแท้ 2553)

**ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี**



ภาพที่ 35 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรม“ออมสินส่งเสริมครอบครัวไทย ใส่ใจผู้สูงอายุ”

2.5.5 จัดปาฐกถาพิเศษเรื่อง “การสร้างองค์การแห่งคุณธรรม จริยธรรม” เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านคุณธรรม จริยธรรมในการดำเนินงานแก่คณะผู้บริหารและพนักงานธนาคาร ตามมติของคณะกรรมการรัฐมนตรีในการประกาศให้เป็นวาระแห่งชาติ โดยได้รับเกียรติจากนายไพฑูริย์ วัฒนศิริธรรม รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เป็นองค์ปาฐก มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ในทุกระดับทั่วทั้งองค์กร อย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนรณรงค์ปลูกฝังให้พนักงานธนาคารออมสินมีจิตสำนึกและตระหนักถึงการดำรงชีพตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ด้วยการดำเนินชีวิตส่วนตัวและชีวิตงานตามรอยพระยุคลบาท นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม จากบุคคลผู้เป็นแบบอย่างที่ดี ในการนี้ นายวิสุทธิ์ ธีรสุพรรณ ประธานกรรมการธนาคารออมสิน พร้อมด้วยคณะกรรมการ ผู้อำนวยการ คณะผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้างธนาคารออมสินกว่า 350 คน ได้เข้าร่วมฟังการปาฐกถาดังกล่าว ณ หอประชุมแกรนด์คอนเสิร์ต ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

2.5.6 ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน นำคณะผู้บริหารและพนักงานแสดงมุทิตาจิตต่ออดีตประธานกรรมการและอดีตผู้อำนวยการธนาคารออมสิน ซึ่งได้รับเกียรติอย่างสูงจาก นายสมใจนึก เองพระสุเมธและนายบุญเลิศ วัฒนศิริทอง อดีตประธานกรรมการธนาคารออมสิน นายคุณู สุวัฒน์ โด นายประจักษ์ ธีรสุพรรณ นายณัฐวัฒน์ ธีรสุพรรณ และนายวิศิษฐ์ วงศ์รวมลาภ อดีตผู้อำนวยการธนาคารออมสิน โดยแสดงมุทิตาจิตต่ออดีตรองผู้อำนวยการธนาคารออมสิน ได้กล่าวให้โอวาทและอวยพรผู้บริหารและพนักงานที่มาร่วมแสดงมุทิตาจิต พร้อมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและขอคำแนะนำในการบริหารธนาคารออมสิน ณ สำนักงานใหญ่

## ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 36 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมแสดงมุทิตาจิตต่ออดีตประธานกรรมการและอดีตผู้อำนวยการธนาคารออมสิน

2.5.7 ธนาคารออมสินจัดงานวันออมแห่งชาติ 31 ตุลาคม เพื่อส่งเสริมนิสัยรักการออมแก่ประชาชนในทุกเพศทุกวัย โดยมอบกระปุกออมสินเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา แก่ผู้ที่ฝากเงินตั้งแต่ 100 บาทขึ้นไป ณ ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ได้มีลูกค้านักธนาคารออมสินแสดงทัศนคติเกี่ยวกับการออมไว้ ดังนี้

“มีคนถามว่าทำไมเราถึงชอบฝากเงินกับออมสิน ตอบได้ทันทีเลยว่าเพราะออมสิน ปลูกฝังเราให้รักการออมมาตั้งแต่เด็ก จนกลายเป็นสิ่งติดตัวเรามาจนถึงทุกวันนี้ และการเป็น ธนาคารเก่าแก่ที่ตั้งขึ้นโดยพระมหากษัตริย์ ทำให้รู้สึกอุ่นใจที่ให้ออมสินดูแลเงินออมของเรา ซึ่งหมายถึงความมั่นคงในอนาคตของเราด้วย เป็นความผูกพันกันอยู่ลึก ๆ ในใจเรา ผู้บริหาร และพนักงานออมสิน ไม่ได้มองว่าเราเป็นแค่ลูกค้าที่เอาเงินไปฝากเท่านั้น แต่ทำให้เรารู้สึก อบอุ่นเหมือนเป็นคนในครอบครัวเดียวกัน ก็ยิ่งผูกพันกับออมสินมากขึ้นที่ประทับใจอีก อย่างหนึ่งคือออมสินเป็นธนาคารของคนไทยทุกกลุ่ม ทุกระดับเป็นที่พึ่งพา คอยช่วยเหลือ ประชาชน สมกับคำขวัญของธนาคารที่ว่า “มั่นคงจริงใจ รับผิดชอบต่อประชาชน” ซึ่งเป็นคุณค่าที่ ออมสินดำรงรักษาไว้ตลอด และมีแนวคิดเดียวกับเราว่า เมื่อทำธุรกิจจนมีเงินพอแล้ว ส่วน หนึ่งก็ต้องคืนกลับให้สังคม ทำบุญสร้างประโยชน์ให้คนอื่นบ้าง ภูมิใจมากที่ได้เป็นส่วน หนึ่งของออมสิน และอยากให้ออมสินรักษาคุณค่านี้ไว้ให้สมกับเป็นสถาบันแห่งการ ออม และธนาคารของประชาชนจริง ๆ อย่างที่ตลอดไป” (รัตนา จิรายกุล 2553)

2.5.8 งานมหกรรมการเงิน Money Expo ซึ่งวารสารการเงินธนาคารจัดขึ้นทั้งใน กรุงเทพมหานคร และ ส่วนภูมิภาค ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา และ จังหวัดเชียงใหม่ ธนาคารออมสิน ได้ร่วมออกงานมหกรรมการเงิน Money Expo เป็นประจำทุกปี ซึ่งโอกาสนี้ลูกค้าธนาคารออมสินแสดง ทัศนคติเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารไว้ดังนี้

“ธนาคารออมสินก็เหมือนต้นเพื่อนที่รักกันมาตั้งแต่เด็กซะคริบ จากเริ่มต้นฝากเงิน ไม่กี่บาท จนทำธุรกิจมีเงินหมุนเวียนหลายล้านบาท ยิ่งคงวางใจใช้บริการออมสินอยู่ ตอนนี ออมสินเปลี่ยนไป ไม่ใช่แค่ดี แต่ดียิ่งกว่าเดิม มีระบบการให้บริการที่ทันสมัยครบวงจร พัฒนา นวัตกรรมทางการเงินหลากหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกใช้ พร้อมให้คำปรึกษาในเรื่องที่เรา ต้องการอย่างเต็มใจ ตรงจุด โดยเฉพาะการพัฒนาระบบการ โอนเงินระหว่างประเทศ ช่วยทำให้ ธุรกิจของเรามีความสะดวกคล่องตัวยิ่งขึ้นที่พรีเมียร์เบงกิงของออมสิน ผมสามารถทำธุรกรรม การเงินหลาย ๆ อย่างได้ในจุดเดียว รวดเร็วมากทำให้เรารู้สึกอุ่นใจที่จะฝากเงิน ไว้กับออมสิน การบริการที่ ได้รับขงทำรู้สึกว่ออมสิน ใกล้ชิดกับเรามากเป็นกันเอง แม้แต่ผู้บริหารระดับสูงของ ออมสินก็ยังให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าทุกคนไปแต่ละครั้งก็ประทับใจทุกครั้งยืมนี้ยืมสยามเลข พนักงานที่ไม่ได้บริการเราก้ยังยิ้มให้ ทำให้เรามีความสุขทุกครั้งทีไปออมสิน นี่เป็นข้อ ได้เปรียบ ของออมสินที่ธนาคารอื่น ไม่มีนะ” (วิชัย จิรเจริญกิจกุล 2553)





ภาพที่ 37 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมทางการเงิน Money Expo

2.5.9 เงินฝากประจำ 12 ปี นอกเหนือจะเป็นทางเลือกในการออมที่ผู้ฝากจะได้รับผลตอบแทนด้วยอัตราดอกเบี้ยที่สูงแล้ว ผู้ฝากยังมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศที่กักตุนไว้บางส่วนเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมในขณะนี้ เพราะทุก ๆ ยอดฝาก 50,000 บาท ธนาคารออมสินจะร่วมสมทบทุน 99 บาท เพื่อส่งไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม โดยในการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบความช่วยเหลือร่วมกับธนาคารจะนำเงินที่สมทบทุนนี้ ไปให้ความช่วยเหลือในค่ายไค้ภัย ทั้งนี้ ธนาคารจะเปิดรับฝากเงินฝากดังกล่าวเพียงระยะเวลา 2 เดือนเท่านั้น คือ เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน - 31 ธันวาคม 2553

2.5.10 กิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ จัดขึ้นด้วยแนวคิด “เด็กและเยาวชนไทยกายใจแข็งแรง ร่วมแรงรักษ์ยอม” พร้อมมอบ “กระป๋องออมสิน” เป็นของที่ระลึกเมื่อฝากเงินตั้งแต่ 50 บาทขึ้นไป ซึ่งผู้อำนวยการธนาคารออมสินได้กล่าวถึงความรู้สึกต่อกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติว่า

“เราหวังว่าสิ่งที่เรา ได้เพิ่มเติมให้กับเด็กจะทำให้เด็กมีสุขภาพกายใจที่แข็งแรง  
 เข็มพร้อมที่จะเป็นคนดี และจะเป็นผู้ใหญ่ที่ดีในอนาคต ให้เด็ก ๆ ได้นำประสบการณ์ที่ได้  
 เข้าร่วมกิจกรรมในวันเด็กไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง เป็นเยาวชนที่มีความเฉลียวฉลาด  
**ผลงานวัยเยาว์นักศึกษา ระดับปริญญาตรี**  
 มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง มุ่งจิต เจตาคงาม และเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพต่อสังคม”

(เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)



ภาพที่ 38 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ

2.5.11 การจัดงานวันออมแห่งชาติ ในวันที่ 31 ตุลาคม ของทุกปี ถือเป็นวันแห่งการประหยัดและการออมของโลก (World Thrift Day) เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของการออมสำหรับประเทศไทยได้กำหนดให้เป็นวันออมแห่งชาติมาตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา โดยธนาคารออมสิน ในฐานะที่เป็นสถาบันเพื่อการออม ได้ดำเนินกิจกรรมด้านการออมมาโดยตลอดอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อกระตุ้นการออมในวันสถาปนาธนาคารออมสิน วันที่ 1 เมษายน ของทุกปี ภายใต้แนวคิด “ส่งเสริมการออม” ฝากเงิน 200 บาทขึ้นไป รับของที่ระลึก พร้อมร่วมชมการประกวดวงดนตรีธนาคาร โรงเรียน ธนาคารออมสิน รอบชิงชนะเลิศ จากสมาชิกธนาคารโรงเรียนฯ ซึ่งผู้อำนวยการและผู้บริหารธนาคารออมสิน ได้กล่าวเชิญชวน ดังนี้

“ขอเชิญชวนผู้รักการออมร่วมกิจกรรมที่ธนาคารออมสิน ได้ตั้งใจมุ่งมั่น ในการ ส่งเสริมการออม ที่ได้สร้างสรรคกิจกรรมให้มีมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เห็นว่าการออมมีคุณค่าและสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิต” (ศิริวิชญ์ สงวนสัตย์กุล 2553)

“สำหรับวันออมแห่งชาติประจำปี 2553 ธนาคารออมสิน ได้กำหนดจัดกิจกรรม ภายใต้แนวคิด “ออมเป็นทุนค่าเงินชาติ” พร้อมกับจัดกิจกรรมทั้งในส่วนที่จัดทำขึ้น เพื่อมอบให้แก่อาสาสมัครประจำพื้นที่ คือ ของที่ระลึกชิ้นพิเศษที่จัดทำคู่กับกิจกรรม วันออมของธนาคารออมสินเป็นประจำทุกปี คือ กระเป๋าออมสิน ซึ่งในปีนี้เป็น “กระเป๋าออมสินจำลองรุ่นดั้งเดิม สีขาวชมพู” มอบให้แก่ผู้ฝากเงินหรือเปิดบัญชีเงินฝากประเภทใดก็ได้ ตั้งแต่ 200 บาทขึ้นไป ณ ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ และทุกสาขาทั่วประเทศ” (เลขศักดิ์ พูลเทศ 2553)

2.6 กิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการ ใหม่ จุดมุ่งหมายสำคัญของธนาคารออมสิน ที่มุ่งพัฒนาสำหรับลูกค้า ด้วยการพัฒนายกระดับศักยภาพบุคลากร คุณภาพของสถานที่ให้บริการ ช่องทางการบริการ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการเงินรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทั่วประเทศ โดยยังคงบทบาทสนับสนุนนโยบายการเสริมสร้างพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจฐานราก ภายใต้วิสัยทัศน์ความเป็นสถาบันเพื่อการออมของประเทศต่อไป เพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการแก่ลูกค้าให้มี ความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น โดยมีโครงการและกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้

2.6.1 โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการพลเรือนสามัญแก่ข้าราชการและลูกจ้างประจำสังกัดกรมสรรพากรซึ่งเป็นหน่วยงานนำร่องในการแก้ไขปัญหาหนี้สิน และยกระดับคุณภาพชีวิตของข้าราชการไทย เป็นการลงนามข้อตกลงความร่วมมือกันระหว่างกรมสรรพากรกับธนาคารออมสิน ซึ่งลูกค้าโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการ ได้แสดงความคิดเห็นต่อโครงการ ดังนี้

“เมื่อก่อนชีวิตเจอแต่อุปสรรค ทำอะไรก็ล้มเหลวตลอดไม่เป็นขึ้นเป็นอัน มีหนี้สิน ล้นพ้นตัว เป็นหนี้รวมกว่าหนึ่งล้านบาท ธนาคารเกือบจะ ไม่อนุมัติ เพราะยอดหนี้มาก ต้องหาหลักทรัพย์มาเพิ่ม ก็ไปรวบรวมมาแล้วก็ได้เพื่อน ๆ มาช่วยกันค้ำประกัน จึงได้เข้า

โครงการการพัฒนาชีวิตข้าราชการของธนาคารออมสิน ชีวิตดีขึ้นจริง ๆ ก็เลยให้ลูกคนโต ชื่อเล่นว่าออมสิน จะได้ระลึกถึงและเตือนสติถึงความยากลำบากที่ผ่านมา ถ้าให้พูดถึงธนาคารออมสิน ผมว่าเป็นธนาคารที่ยอดเยี่ยมนามากมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ไม่มีสถาบันการเงินไหนเข้าถึงชาวบ้านทุกสาขาอาชีพเท่าธนาคารออมสินแล้ว”(สุวิชา ไตรกิตติคุณ 2553)

2.6.2 โครงการการพัฒนาชีวิตครูสำหรับครูที่ได้รับเงินวิทยฐานะกับกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อแก้ไขปัญหานี้สินและยกระดับคุณภาพชีวิตของครูและบุคลากรทางการศึกษาให้ดีขึ้น และได้มีลูกคำโครงการพัฒนาชีวิตครูกล่าวถึงโครงการดังกล่าว ดังนี้

“เข้าโครงการพัฒนาชีวิตครูเมื่อปี 2544 づมา 1,500,000 บาท เอาไปปลดหนี้ปลดเปลื้องความทุกข์ได้มากเลย ฐานะความเป็นอยู่ดีขึ้น จากไม่เคยได้จับเงินหมื่นก็มีโอกาสได้จับ ปัจจุบันผลิตและจำหน่ายน้ำดื่ม ปลูกผักหรือออกงานต่าง ๆ ถึงการนำไปได้ดี เพราะหน่วยงานครูส่งไปออกงาน โรงเรียนต่าง ๆ ในพื้นที่ก็ช่วยกันอุดหนุน ต้องทำงานให้มากเพื่อชีวิตที่ดีขึ้น ชีวิตตอนนี้ดีขึ้นแน่นอน ถึงกำลังคิดจะซื้อโรงรถนั่งแข็งหลอดเพิ่มอีก แต่จะว่าไปแล้วตอนนี้ก็ยังยั้งมืออยู่ คือรัฐบาลให้เงินวิทยฐานะเพิ่ม และธนาคารออมสินเข้ามาช่วยอีกแรงหนึ่ง ดีใจมาก ครูก็ได้รับความช่วยเหลือแทนที่จะมานั่งเท่บ่ล่อยไปวัน ๆ คิดแต่ว่าวันพรุ่งนี้จะเอาอะไรกิน ตอนหนึ่งถือไม้รั้วเรื่อง เพราะกลัวเงินมีตามทวงที่โรงเรียน เพราะก่อนหน้าจะมีสถาบันการเงินไหน แล้วจะไม่ครู”(วงเดือน เสือคุ้ม 2553)

2.6.3 ธนาคารออมสินร่วมกับไทยประกันชีวิต และประกันชีวิต (ประเทศไทย) เปิดตัวบริการเสริมของผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวหรือ GSB LIFE เพื่อขยายความคุ้มครองให้ครอบคลุมด้านการประกันสุขภาพและประกันชดเชยรายวัน ซึ่งผู้อำนวยการธนาคารออมสินได้กล่าวถึงผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวหรือ GSB LIFE ดังนี้

“เป็นเป้าหมายหลักของ GSB LIFE ในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อที่จะรักษาสถานลูกค้า และส่วนแบ่งตลาดในส่วนผลิตภัณฑ์อับเกี่ยวกับการออมและเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตให้ได้ลูกค้าถึงหมื่นราย”

**ผลงานวิจัยน้กศึกษา ระดับปริญญาตรี**

2.6.4 เปิดตัวบริการ GSB EXPRESS SERVICE ธนาคารเคลื่อนที่รูปแบบใหม่ที่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นสื่อกลางในการให้บริการธุรกรรมทางการเงินแก่ลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อาทิ รับฝากสลากออมสินพิเศษ เช็คของขวัญ กรมธรรม์สงเคราะห์ชีวิต และรับส่งเอกสารสำคัญ แก่ลูกค้าถึงหน้าบ้านหรือออฟฟิศทำงาน ถือเป็นนวัตกรรมใหม่ในแวดวง สถาบันการเงินของไทยที่เน้นการให้บริการด้วยความรวดเร็ว ทันใจ เพื่อให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาเดินทางมาติดต่อที่ธนาคาร ซึ่งรองผู้อำนวยการธนาคารออมสินได้กล่าวถึงบริการ GSB EXPRESS SERVICE ดังนี้

“บริการ GSB EXPRESS SERVICE เป็นช่องทางหนึ่งที่จะเพิ่มศักยภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน มีความแข็งแกร่งและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อีกทั้งลูกค้า

จะได้รับความสะดวก ไม่เสียเวลาเดินทาง ประหยัดค่าใช้จ่าย และที่สำคัญลูกค้าจะประทับใจในบริการของธนาคารออมสินมากยิ่งขึ้น และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจรในทุกระดับโดยธนาคารได้นำรถจักรยานยนต์มาเปิดให้บริการนำร่องในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล ใน 6 เขตพื้นที่ที่สำคัญ เช่น ถนนรัชดาภิเษก ถนนสุขุมวิท ถนนสีลม ถนนสาทร ถนนวิภาวดีรังสิต ถนนพหลโยธิน เป็นต้น มีสาขาที่รองรับการให้บริการ จำนวน 40 สาขา โดยบริการทางการเงินที่เปิดให้บริการ ได้แก่ บริการรับฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ชื่อเช็คของขวัญ กรมธรรม์สงเคราะห์ชีวิต ยื่นขอสินเชื่อพร้อมเอกสารสำคัญ โดยเฉพาะการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่กลุ่มลูกค้าธุรกิจการเงินส่วนบุคคล (Premier Banking) ของธนาคาร ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในช่วงนำร่อง (วิรัช นิตยวัฒน์ 2553)



ภาพที่ 39 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมเปิดตัวผลิตภัณฑ์บริการ GSB EXPRESS SERVICE

### 2.6.5 การขยายช่องทางบริการทางการเงินแก่ลูกค้าครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เปิดสาขาหน่วยให้บริการ และธนาคารชุมชนแห่งใหม่ ซึ่งผู้อำนวยการธนาคารออมสิน ได้แสดงความเห็นต่อการขยายช่องทางบริการ ดังนี้

“ธนาคารได้ลงนามความร่วมมือกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย เพื่อพัฒนารัฐกิจและช่องทางบริการให้รวดเร็ว ครอบคลุม ครบวงจร เนื่องจากบริษัท ไปรษณีย์ไทยเป็นบริการที่เข้าถึงตัวบุคคลได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำ โดยความร่วมมือจะประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1. การให้บริการด้านการเงิน 2. การบริการขนส่ง 3. การตัดตั้งเครื่องเอทีเอ็ม/เครื่องฝากเงินที่ไปรษณีย์ 4. การให้บริการสินเชื่อของธนาคาร และ 5. การจัดทำตราไปรษณีย์ที่ระลึก ทั้งนี้ จะเริ่มให้บริการทางการเงินเป็นอันดับแรก คือการชำระเงินกู้ของธนาคารออมสินได้ที่ไปรษณีย์ทั้ง 1,200 แห่ง ทั่วประเทศ และเมื่อรวมกับสาขานาคารออมสินที่มีอยู่ 800 สาขา

ทำให้ธนาคารมีจุดบริการทางการเงิน 2,000 แห่ง ทั่วประเทศ สำหรับในอนาคตจะสามารถ  
 บริการด้านเงินฝากถอนเงินที่ไประณีย์ เนื่องจากมีการติดตั้งเครื่องถอนเงินเอทีเอ็มและ  
 เครื่องฝากเงินไว้ที่สาขาไประณีย์ รวมถึงสามารถฝากเงินที่ไประณีย์ผ่านธนาคารออนไลน์  
 ได้อีกช่องทางหนึ่ง” (เลิศศักดิ์ จุลเทศ 2553)

2.6.6 เปิดตัวผลิตภัณฑ์ GSB LIFE เงินฝาก...คุ้มครองชีวิต 3 รูปแบบใหม่ เพื่อ  
 เพิ่มทางเลือกแก่การฝากเงินแบบมีกรมธรรม์คุ้มครองชีวิต ประกอบด้วย ออมสินสบายใจ ออมสิน  
 เกษียณสุข และออมสินเงินได้รายเดือน ซึ่งได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับความต้องการของ  
 ลูกค้าในปัจจุบัน ด้วยระยะเวลาการส่งสั้น แต่ให้คุ้มครองยาวนาน หรือรับเงินบำนาญเพื่อ  
 ความมั่นคงในอนาคต



ภาพที่ 40 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมเปิดตัว ผลิตภัณฑ์ GSB LIFE เงินฝาก...คุ้มครองชีวิต 3 รูปแบบใหม่

2.6.7 ความร่วมมือในการขยายธุรกรรม ในรูปแบบ 1 สาขา 2 ธนาคาร ระหว่างธนาคาร  
 ออมสินและธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK) เพื่อช่วยให้  
 ผู้ประกอบการธุรกิจระหว่างประเทศและประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินอย่าง

**ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี**

ครบวงจรและมีประสิทธิภาพการออมสินได้แก่ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ 1 สาขา 2 ธนาคาร ดังนี้

“หน่วยให้บริการธนาคารออมสิน ณ EXIM BANK สำนักงานใหญ่เกิดขึ้นจาก  
 การที่ธนาคารออมสินได้มีการลงนามบันทึกความร่วมมือในการขยายธุรกรรมร่วมกันกับ  
 EXIM BANK เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2551 ที่ผ่านมา เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการไทยในย่านธุรกิจ  
 และชุมชนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินที่ครบวงจร สะดวกรวดเร็ว โดยเฉพาะบริการ  
 ทางด้านธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ สามารถกระตุ้นและพัฒนาการเติบโตของภาคการส่งออก  
 สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงการคลังที่ต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สถาบันการเงิน  
 ของรัฐ โดยใช้ทรัพยากรและความเชี่ยวชาญร่วมกันอย่างเกื้อกูล ซึ่งทั้งสองธนาคารตกลงจะใช้  
 พื้นที่สาขาร่วมกันในการให้บริการลูกค้าในรูปแบบ 1 สาขา 2 ธนาคารเปิดให้บริการพร้อมกัน  
 2 สาขา คือ หน่วยให้บริการของธนาคารออมสินเปิดให้บริการที่ EXIM BANK สำนักงานใหญ่

และสาขาย่อยของ EXIM BANK เปิดให้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาบางรัก โดยเปิดให้บริการทางการเงินทั้งเงินฝาก-สินเชื่อ สลากออมสินพิเศษ รับชำระค่าสินค้าและบริการเบิก-ถอนที่เอ็มบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และบริการรับโอนเงินตรา และรับซื้อเช็คเดินทางต่างประเทศ ซึ่งจะ ได้ทำการขยายสาขาพร้อมกันอย่างต่อเนื่อง” (เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)

2.6.8 กิจกรรมเปิดตัวสลากออมสินพิเศษ ภายใต้แคมเปญ “ธนาคารออมสิน ฉลอง 8 รอบ มอบ JAZZ 8 คัน โดยรับฝากตั้งแต่วันที่ 26 มกราคม – วันที่ 30 เมษายน 2552 ซึ่งนางวชิรา แจ่มลิโต ลูกค้าที่ได้รับรางวัลรถยนต์ฮอนด้า แจ๊ซ คันที่ 2 ได้กล่าวถึงความรู้สึกที่ได้รับรางวัล ดังนี้

“รู้สึกใจมากเมื่อทราบข่าวจากลูกชายที่ได้รับแจ้งจากธนาคารออมสินสาขา พระประแดงว่าเป็นผู้โชคดีได้รับรางวัลรถฮอนด้า แจ๊ซ คันที่ 2 เพราะเพิ่งซื้อสลากออมสินงวดที่ถูกรางวัลเมื่อปลายเดือนสิงหาคมเองก็ใจเป็นดี โชคดีได้รับรางวัล พร้อมกล่าวเชิญชวนสำหรับผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อไว้ว่าจะฝากเงินในรูปออมสิน ให้ซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน เพราะนอกจากเป็นเงินออมที่ได้ดอกเบี้ยและมีสิทธิลุ้นรางวัลมูลค่า 10 ล้านบาทแล้ว ยังจะได้ใช้ 35 ครั้งแล้ว ยังมีโอกาสลุ้นเป็นเจ้าของรถฮอนด้า แจ๊ซ เหมือนกับพี่อีกด้วย” (นันทรา แสงดิษฐ์ 2553)



### ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 41 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมเปิดตัวสลากออมสินพิเศษ “ธนาคารออมสิน ฉลอง 8 รอบ มอบ JAZZ 8 คัน”

2.6.9 งานเปิดตัวสลากออมสินพิเศษรูปแบบใหม่ 5 ปี ภายใต้แคมเปญ “สลากออมสินพิเศษ 5 ปี แจกเบนซ์ 10 คัน” โดยรับฝาก ตั้งแต่วันที่ 2 พฤศจิกายน 2552 – วันที่ 30 เมษายน 2553 ซึ่งนางนันทนา บุญประเสริฐลูกค้าที่ได้รับรางวัลรถเบนซ์คันแรก ได้กล่าวถึงความรู้สึกที่ได้รับรางวัล ดังนี้

“ดีใจมากที่ได้รถเบนซ์ครั้งนี้ ตอนที่ซื้อทราบข่าวจากหนังสือพิมพ์ว่า ธนาคารออมสินเปิดจำหน่ายสลาก วันที่ 2 พฤศจิกายน 52 เป็นวันแรก คิดเงินไปซื้อวันที่ 5 พฤศจิกายน ห้านแสนบาท ไม่คาดหวังว่าจะถูกรางวัลรถเบนซ์ หวังรางวัลอย่างอื่นมากกว่า เช่น รางวัล

ที่เป็นเงินรางวัล อาจจะถูกรางวัลที่ 1 ที่ 2 หรือ 3 4 อะไรก็ได้ ที่ผ่านมาซื้อสลากออมสิน มาตลอด เพราะเป็นลูกค้ามานานกว่า 20 ปีได้ เหตุที่ซื้อสลากออมสินเพราะเห็นว่า ได้ดอกเบี้ยก่อนข้างดีแล้วมีสิทธิลุ้นรางวัลได้เยอะ ถึงจะไม่ถูกรางวัล เงินเราก็ยังอยู่ ดอกเบี้ยก็ยังมี แล้วสลากออมสินรุ่นใหม่มีรางวัลมากกว่าสลากรุ่นก่อน ๆ ด้วย” (นันทนา บุญประเสริฐ 2553)



ภาพที่ 42 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมเปิดตัวสลากออมสินพิเศษ 5 ปี แจกเบนซ์ 10 คัน

2.6.10 เดิมเป็น “สลากออมสินพิเศษ เงินฝาก...คุ้มแล้ว คุ้มอีก” ธนาคารออมสิน มอบรางวัลรถยนต์โตโยต้าตัวคันที่ 3 คัน มูลค่ารวมกว่า 4.5 ล้านบาท แก่ลูกค้าผู้โชคดีจากการ จับรางวัล



### ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 43 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมเปิดตัวและแจกรางวัลของสลากออมสินพิเศษ

#### เงินฝาก...คุ้มแล้ว คุ้มอีก

2.6.11 ธนาคารออมสินจับมือเคทีซี เปิดตัวบัตรเครดิตร่วมใบแรกสู่วงการ บัตรเครดิต ไทย เดิมเต็มบริการด้านการเงินที่ครบวงจรให้กับลูกค้าธนาคารออมสิน และขยายฐาน บัตรเครดิตกลุ่มใหม่ เน้นปลูกฝังลูกค้าใช้จ่ายบัตรแทนเงินสดอย่างมีเหตุผล นำเสนอทางเลือกให้ ลูกค้าทั้งบัตรวีซ่าและมาสเตอร์การ์ด ด้วยบัตรเครดิต “เคทีซี-ออมสิน ไทยเนียม มาสเตอร์การ์ด” และ “บัตรเครดิตเคทีซี - ออมสิน วีซ่า แพลทินัม” พร้อมมอบสิทธิพิเศษที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน เปิดให้ใช้คะแนนสะสม KTC Forever Rewards แลกสลากออมสิน เพื่อรับสิทธิ์ลุ้นรางวัลที่ 1 มูลค่า

ถึง 10 ล้านบาท มั่นใจผลตอบรับดีจากกลุ่มลูกค้าบุคคลพิเศษ (Premier Banking) ของธนาคารออมสิน สลากออมสิน เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว เงินฝากประจำและบุคคลทั่วไป คาถปีแรกมี สมาชิก 5 หมื่นราย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร “เคทีซี” หรือ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า

“ความร่วมมือกับธนาคารออมสินในครั้งนี้ ถือเป็นอีกหนึ่งความภาคภูมิใจที่เคทีซี ในฐานะสถาบันการเงินของไทย ได้มีโอกาสทำงานร่วมกับธนาคารของรัฐ ซึ่งถือเป็น พันธมิตรรายใหญ่ที่มีฐานะทางการเงินที่มั่นคงและอยู่คู่คนไทยมานาน ด้วยจำนวนลูกค้ากว่า หลายล้านบัญชี สำหรับบัตรเครดิตเคทีซี-ออมสิน ถือเป็นบัตรเครดิตใบแรกของออมสิน ที่จะนำเสนอให้ถึงฐานลูกค้าออมสินโดยตรงและลูกค้าทั่วไปที่สนใจ เพื่อขยายช่องทาง ให้ลูกค้าออมสินได้รับความสะดวกสบายจากบริการที่ครบวงจร ทั้งนี้ นอกจากลูกค้าจะมี บัตรเครดิตเป็นเครื่องมือในการใช้จ่ายที่ทันสมัยและได้รับการรับรองจากทั่วโลกด้วย มาตรฐานของร้านค้าและmerchantการันตีไว้ ยังเป็นภรรยาขายงานสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี ให้เพิ่มขึ้นจากจำนวน 1.6 ล้านบัตร ในปัจจุบัน (กุมภาพันธ์ 2553)

25.12 ขยายเส้นทางบริการทางการเงินถึงบ้าน โดยเพิ่มจำนวนรถตู้ Mobile High-Tech จำนวน 10 คัน ที่ให้บริการทางการเงินเต็มรูปแบบ ทั้งด้านเงินฝากและสินเชื่อ รวมจำนวนรถตู้ Mobile-Tech ทั้งหมด 30 คัน ซึ่งลูกค้าองค์กรได้แสดงความพึงพอใจต่อบริการ ดังนี้

“ป่าใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน 2 ครั้งแล้วละ ไม่เคยรู้ที่อื่นเลย เพราะ ที่ออมสินง่าย ไม่ยุ่งยาก นี้ก็ว่าจะกู้มาซื้ออุปกรณ์ค้าขายเพิ่มอีก ก็แนะนำเพื่อน ๆ แม้อำ กู้เหมือนกัน ส่วนพนักงานก็ช่วยกันทุกคน ให้ความช่วยเหลือเราทุกเรื่อง ยิ่งตอนนี้ มีรถ Mobile นี้ยิ่งสะดวก สบายพูดไปสมของหันแต่ไกล ฝากน้อยก็ได้ไม่ต้องไปไกล ชอบมากจะ อยากให้ออกบริการที่นั่นนาน ๆ เมื่อก่อนอีกมีคนอื่นเค้าที่อยู่ใกล้สาขา แต่ตอนนี้ใคร ๆ ก็ใจดีเราที่รถ Mobile มาออกให้บริการ ใกล้ ๆ” (เรียบ คำทองเที่ยง 2553)

### ผลงานวิสัยทัศน์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

ความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจระดับฐานราก โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนในระดับฐานราก สามารถเข้าถึงแหล่งทุนเพื่อประกอบอาชีพ เพิ่มรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิต เป็นเครื่องมือหนึ่ง ที่จะสร้างความเข้มแข็งและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประชาชนระดับฐานราก ธนาคารจึงได้จัดกิจกรรม และ โครงการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.7.1 โครงการยุทธศาสตร์ อยู่ดีมีสุขระดับจังหวัด เป็นโครงการที่ธนาคารออมสิน ร่วมมือกับกระทรวงการคลังดำเนินเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ประชาชนในระดับฐานราก ด้วยการ สนับสนุนด้านแหล่งเงินทุนเพื่อการประกอบอาชีพ และการปลดภาระหนี้สินนอกระบบ ซึ่ง พนักงานธนาคารออมสิน ได้แสดงทักษะในการให้บริการ ดังนี้



“ธนาคารออมสินจะเน้นให้โอกาสกับลูกค้ารายย่อยเป็นพิเศษรู้สึกภูมิใจค่ะ ที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการให้โอกาสกับผู้ประกอบการรายย่อย ๆ บางรายเป็นการช่วยปลดหนี้ระบบให้เค้าด้วย ซึ่งการบริการจะเน้นความใกล้ชิดลูกค้าเป็นอันดับหนึ่ง เพราะการทำงานสินเชื่อต้องคุ้นเคยกับลูกค้าง่ายต่อการตัดสินใจในการปล่อยสินเชื่อและสามารถให้คำปรึกษาแนะนำแก่ลูกค้าได้” (เคอินเพ็ญ มรคณนธ์ 2553)

2.7.2 โครงการสถาบันการเงินชุมชน ธนาคารออมสินได้ประกาศนโยบายสำคัญในการยกระดับกองทุนหมู่บ้านฯ ขึ้นเป็นสถาบันการเงินชุมชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการกิจด้านการพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานราก และการเป็นผู้มีำต้นสถาบันการเงินที่ให้บริการทางการเงินในรูปแบบ Microfinance แบบครบวงจรเพื่อขยายโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ห่างไกลได้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งทุน และการบริการทางการเงินในรูปแบบที่มีมาตรฐาน มีความมั่นคงเชื่อถือได้โดยการขยายสาขาของธนาคารออมสิน ให้กระจายครอบคลุมในทุกพื้นที่ของประเทศ ขณะเดียวกันยังได้ส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อยกระดับกองทุนหมู่บ้านฯ ให้ดำเนินงานในรูปแบบของสถาบันการเงินชุมชนอย่างต่อเนื่อง เป็นความร่วมมือระหว่างธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นสถาบันการเงินของรัฐ และองค์กรการเงินภาคประชาชนคือกองทุนหมู่บ้านฯ ซึ่งมีจุดแข็งในหลาย ๆ ด้าน เช่น มีความเชื่อถือไว้วางใจระหว่างสมาชิกและคณะกรรมการ ความรู้สึกคุ้นเคย ซึ่งถือเป็นข้อมูลสำคัญที่คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านฯ ใช้ในการพิจารณาสินเชื่อได้อย่างรวดเร็วรวมทั้งเงื่อนไขในการให้สินเชื่อที่มีความยืดหยุ่นสอดคล้องกับพฤติกรรม และสถานะของสมาชิกในหมู่บ้าน รวมทั้งความสะดวกในการใช้บริการ ซึ่งการร่วมมือกันโดยตรงอย่างใกล้ชิดนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์เป็นอย่างมากในหลาย ๆ ด้าน สำหรับประชาชนในแต่ละท้องถิ่น ธนาคารจะให้การสนับสนุนใน 4 ส่วน คือ

2.7.2.1 การสนับสนุนงบประมาณในการจัดหาเครื่องมือเครื่องใช้ที่จำเป็น และพัฒนาโปรแกรมสถาบันการเงินชุมชนเพื่อใช้ในการให้บริการแก่สมาชิกได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว ตลอดจนของคณะกรรมการในการจัดทำเอกสารทางบัญชี การคำนวณดอกเบี้ยต่าง ๆ

### ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

2.7.2.2 การจัดการฝึกอบรม และสัมมนาต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นเพื่อเสริมความรู้ความเข้าใจ และพัฒนาขีดความสามารถให้สถาบันการเงินชุมชนสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในแต่ละท้องถิ่น

2.7.2.3 การทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำและแก้ไขปัญหาการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชน และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการทำงานร่วมกันระหว่างสาขาของธนาคาร และสถาบันการเงินชุมชน เพื่อนำไปสู่การขยายขอบเขตการให้บริการไปสู่คนยากจน (Outreach) อีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งยังไม่มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนใด ๆ และความสามารถพึ่งพาตนเองของสถาบันการเงินชุมชน (Sustainable)

2.7.2.4 สนับสนุนด้านสินเชื่ออย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สถาบันการเงินชุมชนมีแหล่งทุนเพื่อใช้เป็นเงินทุนในการให้สินเชื่อแก่สมาชิกตามความจำเป็น และการเสริมสร้างแรงจูงใจเพื่อให้สถาบันการเงินชุมชนมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ ซึ่งจะช่วยให้สถาบันการเงินชุมชนมีขีดความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้สูงขึ้น ซึ่งผู้จัดการฝ่ายสินเชื่อองค์กรชุมชนได้กล่าวถึงโครงการ ดังนี้

“การดำเนินงานตามโครงการสถาบันการเงินชุมชนนี้เป็นนโยบายสำคัญอีกด้านหนึ่งของธนาคารออมสิน เพื่อเป็นการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชนในระบบเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งจะสร้างความมั่นคงให้ระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศตามวิสัยทัศน์ของธนาคารออมสินในการเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเพื่อการออม การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศ โดยเป็นผู้นำในการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก” (กิตติพงษ์ บุญกิจ 2553)

2.7.3 ความร่วมมือของสถาบันต่างๆ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ซึ่งกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและมูลนิธิส่งเสริมพัฒนาเกษตรไทยฯ ร่วมกับธนาคารออมสินให้การสนับสนุนสินเชื่อเพื่อพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ในวงเงิน 35,000 ล้านบาท ดังเช่นคำกล่าวของลูกค้านักธนาคารที่กล่าวว่า

“เราเป็นแม่ค้าผลไม้ ๒-๓ ปี มีผลิตภัณฑ์ไม่กี่อย่าง ใครเห็นมีแต่ออมสินที่เดินเข้ามาหาเราเองเลย บริการดี และทุกบาททุกสตางค์ได้ใช้จริงใจและเต็มใจช่วยเหลือจริง ๆ ออมสินมาดูแลพูดคุยบอกชี้ทางของธนาคารให้ฟังประจำแถมยังโอนเงินอีกจนเราใจอ่อนตอนนี้คิดนี่ยังต้องฝากเงินกับออมสินเป็นประจำ เก็บไว้เป็นเงินลงทุนต่อไป ทุกวันนี้ที่เราทำได้อย่างที่หวัง ก็เพราะออมสินจริง ๆ” (นิต นิมิตย์ 2553)

2.7.4 พัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิต ธนาคารออมสินมุ่งเน้นการพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตแก่ประชาชนและชุมชนในระดับฐานรากให้เข้มแข็ง ด้วยการให้สินเชื่อควบคู่กับการให้ความรู้และพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ รวมทั้งสนับสนุนเงินทุนแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สถาบันพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มสหกรณ์ เพื่อให้เกิดการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาแนะนำในการพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการ และจัดกิจกรรม เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ประชาชนและกลุ่มองค์กรชุมชน ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้วย ซึ่งผู้เกี่ยวข้องได้แสดงความคิดเห็นต่อโครงการพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิต ดังนี้

“ได้เป็นหนี้ในระบบมากกว่า 1 ปีแล้ว กู้มา 4 หมื่นบาท ดัดเฉพาะดอกเบี้ยยเดือนละกว่า 1,000 บาท ตอนนั้นเงินต้นยังไม่ลดแม้แต่บาทเดียว ดีใจมากที่รัฐบาลยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือให้คนได้กู้ธนาคารออมสินจำนวน 4 หมื่นบาท เพื่อนำเป็นเงินต้นไปใช้หนี้ในระบบให้หมด แล้วค่อยมาผ่อนชำระกับธนาคารแห่งเดียว ซึ่งธนาคารติดดอกเบี้ยยถูก

เพียงร้อยละ 0.5 บาทต่อเดือนเท่านั้น จากนั้นไปคิดว่าจะไม่ไปกู้ยืมในระบบอีกแล้ว” (นันทาสองชัย 2553)

2.7.5 โครงการธนาคารประชาชน จัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลและความต้องการของประชาชนทั่วไปที่ประกอบอาชีพอิสระรายย่อย จะต้องมีแหล่งเงินทุนในอัตราดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งโครงการนี้รัฐบาลมอบหมายให้ธนาคารออมสินเป็นผู้ดำเนินการ และเริ่มให้ประชาชนสมัครเข้าโครงการมาตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2544 ซึ่งธนาคารออมสินมั่นใจว่าโครงการนี้ต้องการช่วยเหลือประชาชนผู้มีรายได้น้อยอย่างแท้จริง ทั้งนี้ เพื่อให้ประชาชนได้เข้าใจวิธีการบริหารเงินอย่างครบวงจรกับการใช้ชีวิตในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน โดยธนาคารออมสินได้นำบริการด้านสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนเข้ามารองรับความต้องการเข้าถึงแหล่งทุนของประชาชน นอกเหนือจากบริการสินเชื่อที่รองรับความต้องการสร้างอาชีพสร้างรายได้อย่างครอบคลุมแล้ว ธนาคารออมสินได้มอบโอกาสสร้างงาน ด้วยการมีอาชีพจากผู้ประสบความสำเร็จจากอาชีพของตนเอง มาทำกรรมาธิการให้เพิ่มหรือเปิดโอกาสการเข้าถึงอาชีพด้วยหลักสูตรอาชีพระยะสั้น ทั้งนี้ นอกจากการสนับสนุนช่องทางด้านการเงินให้ประชาชนระดับฐานรากเข้าถึงแหล่งทุน พร้อมทั้งได้รับการศึกษาอาชีพอย่างมีคุณภาพแล้ว ยังต้องส่งเสริมให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการออมด้วย

“เมื่อก่อนครอบครัวมีปัญหารายเงินมาก แม้กระทั่งเป็นเพื่อน ๆ กัน จึงแนะนำให้ออมมาอยู่กับธนาคารออมสิน ซึ่งก็มาได้ 10,000 บาท ได้ไปลงทุนซื้อของเข้าร้าน จัดร้านให้ดูน่ากินขึ้น อีกส่วนก็เอาเงินที่เหลือไปซื้อระบบร้อยละ 20 จากวันนั้นก็ไปลงทุนซื้อของมาวิ่งรับจ้างทั่วไป จนมีกำลังส่งเสียลูกและหลานอีก 2 คน ซึ่งพอเขาเสียไป ก็ตั้งใจจะส่งเสียให้เขาเรียนกันเท่าที่จะทำได้ ธนาคารออมสินดูแลอย่างดี คอยถามไถ่สารทุกข์สุกดิบและหยิบยื่นความช่วยเหลืออย่างเข้าถึงประชาชน จากคนที่ไม่เป็นอะไรเลย ธนาคารออมสินก็ให้โอกาส เข้ามาแนะนำ มีส่วนในการทำมาหากิน มีชีวิตที่ดีขึ้น ต้องขอขอบคุณธนาคารออมสินที่ให้การสนับสนุน และดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (นันทาสองชัย 2553)

### ผลงานวิจัยสนับสนุนระดับปริญญาตรี

2.7.6 กิจกรรม “การวางแผนออมเงินเพื่อประชาชน” ด้วยรถตู้โมบาย ไฮเทค จำนวน 10 คัน ออกให้บริการด้านการเงินแก่ประชาชน เพื่อบรรเทาผลกระทบทางเศรษฐกิจแก่ประชาชนในระดับฐานราก พร้อมกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งในระบบเศรษฐกิจฐานราก โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้สะดวก และรวดเร็ว เพื่อนำไปใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค และประกอบอาชีพ ที่จะก่อให้เกิดรายได้ หมุนเวียนเพิ่มขึ้นในชีวิตประจำวัน โดยธนาคารออมสินเริ่มนำร่องให้บริการในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา และ จังหวัดเชียงราย ซึ่งผู้บริหารธนาคารได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“การปล่อยขบวนคาราวานออมสินเพื่อประชาชน นับเป็นนิมิตหมายที่ดีที่ธนาคารออมสินได้ปรับกลไกการบริการทางการเงินให้เข้าถึงประชาชนมากยิ่งขึ้น ด้วยการนำรถตู้เคลื่อนที่ออกให้บริการ ซึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นนี้นับเป็นกลไกหนึ่งในการบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ประชาชนในระดับฐานราก ที่ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจ และเชื่อว่าประชาชนทั่วประเทศจะได้รับการบริการที่สะดวกเพิ่มขึ้นจากธนาคารออมสินที่มีบริการทางการเงินหลากหลายรูปแบบ” (วิรัช นิยมแถม 2553)



ภาพที่ 44 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมการนำรถตู้เคลื่อนที่ออกให้บริการ

2.74 งาน “มหกรรมมันใจไทยแลนด์ ดีแน่นอน เพื่อคนไทย” ณ อาคารชาเลนเจอร์เมืองทองธานี โดยนำผลิตภัณฑ์เงินฝากและสินเชื่อภายใต้เงื่อนไขพิเศษมากมาย พร้อมด้วยสินค้าคุณภาพดี ราคาถูกจากผู้ผลิต ซึ่งเป็นลูกค้าสินเชื่อบริการของธนาคารมาให้บริการ รวมทั้งมีการแนะนำและฝึกอบรมอาชีพแก่ผู้ร่วมงาน

## ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 45 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมมหกรรมมันใจไทยแลนด์ ดีแน่นอน เพื่อคนไทย

2.7.8 กิจกรรมรณรงค์เนื่องในวันขจัดความยากจนสากล ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน เป็นผู้แทนธนาคารออมสินเข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์เนื่องในวันขจัดความยากจนสากล โดยมี รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงมหาดไทย เป็นประธานในพิธี พร้อมกันนี้ ธนาคารออมสินภาค 4 และ ฝ่ายพัฒนาสังคมและชุมชน ได้ร่วมออกบูธส่งเสริมการออมและจัดอบรมสร้างอาชีพ เสริมเพื่อ บรรเทาความยากจน พร้อมทั้งให้บริการและให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อแก่ผู้มาร่วมงาน

2.7.9 โครงการ"ตลาดนัดออมสิน สินค้าชุมชน" บรรยากาศในงานมีสินค้าชุมชนจาก ทั่วทุกภาค จำหน่ายในราคาต่ำกว่าท้องตลาด โดยเฉพาะผลไม้สดจากสวน อาทิ เงาะ สละ มังคุด ลองกอง และอื่น ๆ อีกมากมาย สินค้าอุปโภคบริโภค เสื้อผ้า เครื่องประดับ ของตกแต่ง ไม้ดอกไม้ประดับ ของใช้ในชีวิตประจำวัน สินค้าช่างฟ้าราคาประหยัด อิมพอร์ตกับร้านค้าอาหาร-เครื่องดื่มแนะนำ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในกลุ่มสินค้าชุมชนจากรัฐภาคทั่วประเทศ กว่า 100 ร้าน ซึ่งล้วน เป็นลูกค้าของธนาคารออมสิน นอกจากนี้ธนาคารออมสิน ได้จัดกิจกรรมสาธิตและฝึกอบรมอาชีพ หลักสูตรระยะสั้นแก่ประชาชนที่สนใจ เช่น ผลไม้แปรรูป งานประดิษฐ์ งานผ้า และยัง ได้เพิ่มมุม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยความร่วมมือระหว่างธนาคารออมสินกับกระทรวงพลังงาน นำสินค้า อนุรักษ์พลังงาน ผู้ยื่นเครื่องปรับอากาศ และเครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5 มาจำหน่ายในราคาพิเศษด้วย ผู้อำนวยการธนาคารออมสินเปิดเผยว่า

"ธนาคารออมสิน เปิดตลาดนัดออมสิน สินค้าชุมชนมา 9 เดือนแล้ว ซึ่งจัด ในช่วง 3 วันทำการสุดท้ายของทุกเดือน โดยได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จากเดิม มีประชาชนไม่ย่นสะพานแควายและจุดจักรแวะเวียนมา ปัจจุบันมีลูกค้าและประชาชนทั่วไป จากทั่วสารทิศที่มาร่วมทำธุรกรรมที่ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ได้มีโอกาสแวะเวียนเยี่ยมชมเลือกซื้อสินค้าด้วย ซึ่งทำให้เกิดผลดีด้านการหมุนเวียนของเม็ดเงินจากผู้บริโภคผู้ผลิต และยังเป็นการหาช่องทางให้นำเสนอสินค้า เลือกซื้อ และจำหน่ายสินค้าราคาไม่แพงใน ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวขณะนี้ นับเป็นการเกื้อกูลในมิติทางสังคมระหว่างลูกค้ากับผู้บริโภค ที่มีธนาคารออมสินเป็นสถาบันเชื่อมโยง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายที่รัฐบาลมุ่งหวังด้วย"

(เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)

2.7.10 ธนาคารออมสินมอบร่มสนามพร้อมผ้ากันเปื้อนให้แก่พ่อค้าและแม่ค้าใน เขตพญาไท เพื่อร่วมสนับสนุน โครงการกรุงเทพเมืองอาหารปลอดภัยตามนโยบายของ กรุงเทพมหานครกรมการธนาคารออมสิน รักษาการแทนผู้อำนวยการธนาคารออมสิน มอบร่มสนาม จำนวน 500 คัน พร้อมผ้ากันเปื้อนจำนวน 500 ผืน แก่ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขตพญาไท เพื่อสนับสนุน โครงการกรุงเทพเมืองอาหารปลอดภัย ตามนโยบายของกรุงเทพมหานคร โดยมีพ่อค้าแม่ค้าที่ ค้าขายหาบเร่แผงลอยริมบาทวิถีในพื้นที่สำนักงานเขตพญาไทนำร่มเก่ามาแลกร่มใหม่ในพิธีมอบ ดังกล่าว ณ ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

2.7.11 พืช โอนเงิน โครงการเพิ่มทุนกองทุนหมู่บ้านและกองทุนเมือง ระยะที่ 2 โดยโอนเงินเพิ่มทุนทั้งสิ้น 8,695 ล้านบาท รวม 35,881 กองทุน ณ ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้กล่าวถึงโครงการดังกล่าว ดังนี้

“คณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติงบประมาณจากโครงการ ไทยเข้มแข็งของรัฐบาล เป็นเงิน 19,559.20 ล้านบาท เพื่อเพิ่มทุนให้กับกองทุนหมู่บ้านที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เรียบร้อยแล้ว โดยมีหลักเกณฑ์การเพิ่มเงินให้กองทุนตามจำนวนสมาชิกของแต่ละกองทุน โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ กองทุนที่มีสมาชิก 50-150 คน เพิ่มทุนให้กองทุนละ 200,000 บาท ขณะที่กองทุนที่มีสมาชิก 151-350 คน จะเพิ่มทุนให้กองทุนละ 400,000 บาท ส่วนกองทุนที่มีสมาชิกตั้งแต่ 351 คนขึ้นไป เพิ่มทุนให้ถึง 600,000 บาท คือกองทุน โดยการเพิ่มทุนให้กับกองทุนหมู่บ้านฯ ครั้งนี้ เพื่อลดรายจ่ายต้นทุนของประชาชนในหมู่บ้านและชุมชนเมือง ให้เพียงพอต่อ ความต้องการอย่างทั่วถึง และป้องกันการใช้เงินเชื่อในระบบที่ไม่เป็นธรรม รวมทั้งสร้างกระแสขยายโอกาสทางอาชีพให้กับประชาชนด้วย” (สำเนา ศรวิชัย 2553)

2.7.12 การประชุมสัมมนาเรื่อง “ออมสินสร้างงาน สร้างรายได้ คู่กัดคู่แย่งธุรกิจ” ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน เป็นประธานเปิดการประชุมเสวนาเรื่อง “ออมสินสร้างงาน สร้างรายได้ คู่กัดคู่แย่งธุรกิจ” พร้อมให้เกียรติมอบรางวัลให้กับผู้เข้าซื้อรถสามล้อคู่กัดคู่แย่งที่มีการออมดีเด่น จำนวน 76 คน โดยมี ผู้ช่วยผู้อำนวยการธนาคารออมสิน สายงานติดตามชุมชน เป็นผู้กล่าวรายงาน วัตถุประสงค์ของการจัดการประชุมเสวนา เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมกว่า 200 คน โอกาสนี้ ผู้แทนผู้เข้าซื้อรถสามล้อคู่กัดคู่แย่งที่เข้าร่วมเสวนาฯ ได้มอบของที่ระลึกให้กับผู้อำนวยการธนาคารออมสิน เพื่อเป็นการขอบคุณธนาคารออมสินที่ให้โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเปิดโอกาสให้ผู้ขับรถสามล้อคู่กัดคู่แย่งได้มีรถเป็นของตนเอง

2.7.13 งาน “ไทยรวมพลังคู่เศรษฐกิจชาติ” จัดให้มีระหว่างวันที่ 3-9 เมษายน พ.ศ. 2552

นายกรัฐมนตรีเป็นประธานในพิธีเปิดงานและได้มอบสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน แก่ผู้ขับรถแท็กซี่ที่ได้รับ อนุมัติสินเชื่อในโครงการ Blue Taxi พร้อมกับมี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ได้เข้าเยี่ยมชมบูธธนาคารออมสิน

2.7.14 โครงการสินเชื่อ Fast Track ภายใต้มาตรการปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง โดยนำสินเชื่อธนาคารประชาชน และสินเชื่อธุรกิจห้องแถวเข้าร่วม โครงการ ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน เปิดเผยว่า

“ทุกวันนี้ในระบบเศรษฐกิจขาดเม็ดเงินจำนวนพอสมควร ธนาคารออมสิน เห็นเห็นว่า การปรับปรุงดังกล่าว เพื่อชดเชยสินเชื่อซึ่งเป็นเม็ดเงินอันสำคัญที่จะเติมเต็ม ให้แก่ระบบเศรษฐกิจของประเทศที่ขาดหายไปเวลานี้ โดยร้อยละ 80 ของวงเงินสินเชื่อที่ปรับเป้าหมายเพิ่มเติมจำนวน 80,000 ล้านบาทนั้น จะเน้นลูกค้ารายย่อย คือ สินเชื่อ

ธนาคารประชาชน สิ้นเชื้อธุรกิจห้องแถว ด้วยช่องทางการอนุมัติรวดเร็วผ่านโครงการ Fast Track” (เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)

2.7.15 การให้ลงทะเบียนแก้ไขหนี้ของระบบของธนาคารออมสิน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง กล่าวภายหลังมอบนโยบายแก่ผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสินกว่า 800 สาขาทั่วประเทศ ผ่านระบบวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ว่า

“ผู้บริหารธนาคารออมสินได้ยืนยันถึงความพร้อมในการเปิดให้ประชาชนลงทะเบียน แก้ปัญหาหนี้ของระบบ ตั้งแต่วันที่ 1-30 ธันวาคมนี้ โดยได้ส่งแบบฟอร์มการลงทะเบียนไปยังสาขาทั่วประเทศ เพื่อแจกจ่ายให้แก่ประชาชนกรอกข้อมูลแล้ว พร้อมกันนี้ยังเตรียมเปิดจุดบริการและหน่วยบริการเคลื่อนที่ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในพื้นที่ห่างไกลให้สามารถลงทะเบียนได้ รวมทั้งจะเปิดให้บริการในวันเสาร์ด้วย หลังจากนั้นจะนำข้อมูลของลูกค้าหนึ่งหมื่นรายส่งให้กรมบัญชีกลางดำเนินการคัดกรองประเภทลูกค้า ก่อนเข้าสู่ขั้นตอนการเจรจาปรับโครงสร้างหนี้ของคณะกรรมกรในระดับอำเภอและจังหวัดต่อไป” (กรณิ ภาคิกวณิช 2553)

ตั้งนายเลอศักดิ์ จุลเทศ ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน กล่าวไว้ว่า “ธนาคารไม่ได้มีความเป็นห่วงว่าจะเกิดหนี้สูญ เพราะนอกจากการช่วยเหลือด้านเงินทุนแล้ว ธนาคารจะมีการจัดฝึกอบรมเพิ่มอาชีพ เพื่อให้ลูกหนี้มีรายได้และไม่หันกลับไปที่งานหนี้ของระบบอีก ส่วนการรับโอนหนี้ ธนาคารจะเน้นดูแลผู้ประกอบการรายย่อย ผู้ค้าหาบเร่แผงลอย โดยใช้เงินของโครงการธนาคารประชาชน มาปล่อยกู้วงเงินไม่เกินรายละ 200,000 บาท โดยจะคิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 0.5 ต่อเดือน สำหรับวงเงินกู้ไม่เกิน 30,000 บาท ส่วนวงเงินกู้ 30,000-200,000 บาท จะคิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 0.75 ต่อเดือน” (เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)

2.7.16 โครงการออมสิน อาชีวะ อาสาพัฒนาท้องถิ่น จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตคนละแวกบ้านในระดับชุมชนระดับการส่งเสริมทักษะความรู้ในการประกอบอาชีพ การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน การสนับสนุนด้านเงินทุนในการประกอบอาชีพ รวมทั้งการสนับสนุนการออกค่ายอาสาของนักเรียนนักศึกษา เพื่อร่วมปลูกฝังจิตสำนึกในการรับใช้สังคมและชุมชนแก่นักเรียน ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งกำลังสำคัญในการช่วยพัฒนาประเทศในอนาคต ซึ่งธนาคารออมสินและคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ทำบันทึกข้อตกลงโครงการ ณ ห้องประชุมกำแพงเพชร ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

“กิจกรรมหลักของโครงการประกอบไปด้วย การจัดฝึกอาชีพให้กับผู้สนใจ ทั้งที่เป็นลูกค้าเดิมของธนาคารและประชาชนทั่วไป ซึ่งจะทำการอบรมตามจังหวัดต่าง ๆ จำนวน 20 จังหวัดทั่วประเทศ อาทิ พิชญ โลก แม่ฮ่องสอน สุพรรณบุรี ร้อยเอ็ด นครราชสีมา ยะลา สงขลา เป็นต้น คาดว่าจะมีผู้สนใจเข้ารับการอบรมทั้งสิ้น 1,200 คน พร้อมกันนี้

**ธนาคารยังเตรียมสินเชื่อเพื่อการประกอบอาชีพไว้ให้บริการแก่ผู้ฝึกอบรมด้วย” (ธนาคาร มณฑลราช 2553)**



ภาพที่ 46 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการอบรมด้าน อาชีพ อาสาสมัครพัฒนาท้องถิ่น

จากที่กล่าวมาข้างต้นของสรุปได้มาตลอดระยะเวลา 97 ปี ของการดำเนินธุรกิจ ธนาคารออมสินได้ดำเนินกิจกรรมที่ส่งเสริมโครงการที่ธนาคารเริ่มขึ้น หรือสนับสนุนกิจกรรม ขององค์กรสาธารณกุศล หน่วยงาน อาสาสมัคร เอกชน การบริการ เพื่อการกุศลต่าง ๆ ทั้งในด้านการ พัฒนาเยาวชนและผู้ด้อยโอกาสทางสังคม ให้การสนับสนุนและส่งเสริมด้านการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา การนันทนาการ การเกษตร สุข การบรรเทาสาธารณภัยและการพัฒนา ชุมชนทั้งนี้ ธนาคารมุ่งเน้นให้ความสำคัญใน 7 กลุ่มกิจกรรมของธนาคาร ได้แก่ กิจกรรม เทิดพระเกียรติ กิจกรรมส่งเสริมเด็กและเยาวชน กิจกรรมช่วยเหลือประชาชนใน 3 จังหวัด ชายแดนใต้ กิจกรรมสนับสนุนสาธารณประโยชน์ กิจกรรมพิเศษวันสถาปนาธนาคารออมสิน กิจกรรม ส่งเสริมการออม

**พลังงานวิจัยทางศึกษา ระดับปริญญาตรี**

ฉบับเคลื่อนเสริมธุรกิจฐานราก โดยกลุ่มกิจกรรมที่ธนาคารออมสินให้ความสำคัญหรือจัดกิจกรรมให้ มากที่สุด ได้แก่ กิจกรรมสนับสนุนสาธารณประโยชน์ รองลงมาก็คือ กิจกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐาน ราก กิจกรรมพิเศษวันสถาปนาธนาคารออมสิน กิจกรรมส่งเสริมการออม และกิจกรรมพิเศษ ตามลำดับ

**3. รูปแบบตามความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม**

ธนาคารออมสินได้วางนโยบายในการร่วมรักษาสภาพแวดล้อม คำนึงถึงการใ้ พลังงานอย่างคุ้มค่าผ่านโครงการ “ประหยัดพลังงานลดภาวะโลกร้อน” และโครงการ “ออมสิน ร่วมรณรงค์ลดโลกร้อน” ไม่ว่าจะเป็นการสร้างอาคารใหม่หรือปรับปรุงตัวอาคารเดิม โดยออกแบบให้



สอดคล้องกับแนวทางการประหยัคพลังงานและโครงการ “ออมสินห่วงใยใส่ใจสิ่งแวดล้อม” ใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างวัฒนธรรมอนุรักษ์พลังงานในองค์กรกับร่วมแรงร่วมใจให้พนักงาน ลูกค้า ประชาชนตระหนักถึงมหันตภัยอันเนื่องมาจากภาวะโลกร้อน มีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม และช่วยเหลือสังคม จึงได้รับเริ่ม ส่งเสริมและสนับสนุน โครงการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

3.1 ออมสินห่วงใยใส่ใจสิ่งแวดล้อม ธนาคารออมสินได้สนับสนุนโครงการรักษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสนับสนุนสินเชื่อแก่โครงการด้านสิ่งแวดล้อมและมอบเงินช่วยเหลือผู้ประกอบการและหน่วยงานต่าง ๆ ในโครงการลดและเลิกใช้สารทำลายชั้นบรรยากาศโอโซนในกรณีที่ได้รับมอบหมายจากธนาคารโลกให้เป็นผู้บริหารโครงการ ตัวอย่างเช่น ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน มอบรางวัลลดปล่อยมลพิษได้ในธรรมชาติให้กับร้านค้าที่มาออกร่วมออกร้าน จำหน่ายสินค้าในงาน ตลาดสีเขียวออมสิน สินค้าชุมชน เพื่อใช้บรรจุสินค้าให้กับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าภายในงาน ซึ่งถูกขออนุญาตขอยุติการใช้ในธรรมชาติ ซึ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนี้ ธนาคารออมสินจัดทำขึ้นเพื่อร่วมรณรงค์ลดภาวะโลกร้อน โดยเป็นบรรณานุกรมที่สามารถปล่อยมลพิษได้ตามธรรมชาติในระยะเวลา 1 ปี ครึ่งถึง 2 ปี (จากข้อมูลทางสถิติโดยทั่วไปที่ระยะเวลาปล่อยมลพิษประมาณ 450 ปี



### ผลงานวิทยนักรศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 47 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรม โครงการตลาดนัดออมสิน สินค้าชุมชน

3.2 โครงการออมสินรวมพลังไทย ปลุกต้นไม้ ทั่วโลก ร้อน ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน พร้อมด้วยผู้ว่าราชการจังหวัดฉะเชิงเทรา ประชาชนในพื้นที่ตำบลบางพระ คณะผู้บริหารพนักงานธนาคารออมสิน หัวหน้าส่วนราชการต่าง ๆ และสมาชิกธนาคาร โรงเรียนธนาคารออมสิน ร่วมกันปลูกไม้ยืนต้น ณ บริเวณองค์การบริหารส่วนตำบลบางพระ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา และนำไปปลูกยังพื้นที่ชุมชนต่าง ๆ อันเป็นการสร้างพื้นที่สีเขียวให้กับชุมชนทั้งยังเป็นพืชเศรษฐกิจที่จะสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย



ภาพที่ 48 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการออมสินรวมพลังไทย ปลูกต้นไม้ ลดโลกร้อน

3.3 โครงการ CSR คืนกำไรป่า คืนป่าสู่คอก และวังผลัดมาราธอน “Mountain

to Mountain” ผู้อำนวยการธนาคารออมสินร่วมกับผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย จัดโครงการ CSR คืนกำไรสู่สังคม “ออมสินร่วมใจ คืนป่า คืนป่าสู่คอก” และวังผลัดออมสินมาราธอน “Mountain to Mountain” จาก มหาวิทยาลัยเมืองเชียงราย ถึง จอยเนมัสสอง จังหวัดเชียงราย โดยมีทีมนักกีฬาธนาคาร โรงเรียน ทีมนักกีฬาหน่วยงานพันธมิตรของธนาคาร ทีมนักกีฬาประชาชนทั่วไป และทีมนักกีฬาพนักงานและลูกจ้างธนาคารออมสินเข้าร่วมกิจกรรมกว่า 5,000 คน นอกจากนี้ธนาคารออมสินได้มอบผ้าห่มกันหนาวให้กับชาวบ้านในพื้นที่เมืองแม่สอง ให้ประชาชนกัญหนาว พร้อมกับมอบทุนการศึกษา อุปกรณ์กีฬา ชุดค่ายกีฬา และเมล็ดพันธุ์พืชให้แก่โรงเรียนบ้านสันติคีรีและโรงเรียนบ้านรวมใจ ตลอดจนมอบสินค้า Fast Track ให้กับผู้ค้าโครงการประชาชน นอกจากนี้ธนาคารยังจัดให้บริการด้านสาธารณสุข ตรวจสอบสุขภาพรักษาโรค และบริการตัดผม ให้กับชาวบ้านในพื้นที่ด้วย ซึ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“ธนาคารออมสินจัด โครงการวิ่งครั้งนี้ เรียกว่า “Mountain to Mountain” คือผลงานวิสัยทัศน์นักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ชาวเชียงรายภาคภูมิใจในวันนี้ที่เห็นชาวออมสินมากันคึกคัก พวกเราชาวเชียงรายคึกคัก เพราะพวกท่าน ไม่ใช่มารวิ่งหรือมาทำกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพเท่านั้น แต่ธนาคารออมสินยังมาช่วยเราอีกหลายเรื่อง นำผ้าห่มมาแจก เพราะทราบข่าวว่าพวกเราอยู่บนคอกมีความหนาว จึงเป็นห่วงพวกเราเอาผ้าห่มมาแจก นอกจากจะมีผ้าห่มแล้วยังมีของขวัญของรางวัลมาแจกอีกเยอะ ต้องขอขอบคุณธนาคารออมสินและพนักงานทุกท่านที่มีจิตใจเมตตา กรุณา มีจิตอันเป็นกุศลอันยิ่งใหญ่ใหญ่ที่ได้มาช่วยชาวจังหวัดเชียงรายในนามของจังหวัดขอขอบคุณเป็นพิเศษสำหรับท่านผู้อำนวยการและพนักงานออมสินที่น่ารักทุกคน หวังว่าท่านจะมาช่วยชาวเชียงรายอีกบ่อย ๆ ในโอกาสข้างหน้า” (สุเมธ แสงนันทนวล 2553)

“การจัดการแข่งขันวิ่งผลัดออมสินมินิมาราธอน“Mountain to Mountain” ถือเป็นจัดการแข่งขันที่ดีมาก ธนาคารออมสินมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล เพราะการร่วมกิจกรรมครั้งนี้ ได้ความประทับใจ และความสนุกสนาน ได้ทั้งประสบการณ์ชีวิตมากมาย บรรยากาศที่ทัศนสองข้างทางสวยงามมาก คิดว่า ธนาคารออมสินทำได้ดีมากไม่คิดว่า จะมีใครทำได้คืออย่างนี้ ทั้งเรื่องการต้อนรับ การบริการ ถ้าธนาคารออมสินจัดก็จะมาร่วมกิจกรรมอีก” (ประสิทธิ์ บุญนาม 2553)



ภาพที่ 49 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการ CSR ด้านน้ำสะอาด ป่าสู่คอก และวิ่งผลัดมาราธอน “Mountain to Mountain”

### 3.4 กิจกรรม “มอบความสุข – ความอบอุ่น – ดูแลรักษารัฐชาติและสิ่งแวดล้อม”

ผู้อำนวยการธนาคารออมสินและรองผู้ว่าราชการจังหวัดนครราชสีมา ร่วมกันเป็นประธานในพิธีเปิดโครงการ GSB – CSR ประจำปี 2553 ภายใต้ชื่อกิจกรรม “มอบความสุข – ความอบอุ่น – ดูแลรักษารัฐชาติและสิ่งแวดล้อม” โดยมีคณะผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสิน สื่อมวลชน ประชาชนชาวตำบลปทุมธานี ร่วมกิจกรรมกันอย่างพร้อมเพรียง ณ ตำบลปทุมธานี อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

## ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สำหรับกิจกรรมครั้งนี้ประกอบด้วย การวิ่ง Cross Country ระยะทาง 14.7 กิโลเมตร และวิ่ง Fun Run ระยะทาง 2.8 กิโลเมตร พร้อมด้วยการจัดกิจกรรมตอบแทนสังคม โดยได้มอบเงินสนับสนุนปรับปรุงอาคารเรียน โรงเรียนบ้านท่าช้าง จำนวน 450,000 บาท มอบเงินสินเชื่อกองทุนหมู่บ้าน จำนวน 2,000,000 บาท มอบทุนการศึกษา พร้อมอุปกรณ์กีฬาแก่ โรงเรียนหมูสี โรงเรียนปากช่อง และโรงเรียนบ้านท่าช้าง จำนวน 60,000 บาท มอบยาสามัญประจำบ้าน จำนวน 300 ชุด ให้กับชาวตำบลหมูสี มอบชุดเครื่องนอนเด็กเล็ก จำนวน 250 ชุด มอบเครื่องกรองน้ำพร้อมอุปกรณ์ เป็นเงิน 116,095 บาท มอบทุนสนับสนุนอุปกรณ์การเรียนรู้ 100,000 บาท มอบเงินสนับสนุนศูนย์เรียนรู้ชุมชนกองทุนหมู่บ้าน จำนวน 2 ศูนย์ ศูนย์ละ 20,000 บาท มอบเงินสนับสนุนออมสินอาสาพัฒนา

สังคมให้กับโรงเรียนหัวทำนบ อำเภอห้วยแถลง จำนวน 180,000 บาท นอกจากนี้ ธนาคารออมสิน ยังได้มอบเงินสนับสนุนการบูรณะปฏิสังขรณ์โบสถ์วัดหมูสี จำนวน 15,000 บาท และจัดหน่วย แพทย์เคลื่อนที่ บริการตัดผม ให้กับประชาชนในพื้นที่ ซึ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้กล่าวถึงความรู้สึกที่ ได้ร่วมงาน ดังนี้

“เนื่องจากอาคารเรียนอนุบาลหลังเก่าของเราไม่สามารถใช้งานได้แล้ว ทำให้เด็ก อนุบาลเราไม่มีอาคารเรียน โชคดีมากได้พระเอกขี้น้ำสีชมพูมาช่วย เพราะการให้ความ ช่วยเหลือของธนาคารออมสินในครั้งนี้ทำให้ลูกหลานเรามีอาคารเรียน ส่วนการจัดกิจกรรม ตอบแทนสังคมของธนาคารออมสินผมขอรับว่าตั้งแต่เป็นผู้อำนวยการ โรงเรียนมาหลายปี เพิ่งเคยเห็นกิจกรรมอย่างนี้ เหมือนกับเป็นการทำกิจกรรมแบบ 360 องศา รู้สึกทั้งใน วิทยาลัยของผมผู้อำนวยการดูแลดีและวิสัยทัศน์ของธนาคารออมสินมาก ถือเป็น รูปแบบกิจกรรมที่คงจะต้องนำไปประยุกต์ใช้ในหน่วยงานของตนเอง และหน่วยงานอื่น คิดว่าธนาคารออมสินจะเห็นด้วยกับเรื่องคือ “อะเมซิ่งคอร์ป” (อุสิด พิธีสันเทียะ 2553)

“ผมคิดว่าเป็นกิจกรรมที่ดีครับที่ประโยชน์ต่อสุขภาพ ทำให้พวกเราได้ใช้เวลาว่าง ให้เป็นประโยชน์ทางกายใจทางใจและทางจิต สนุกครับ ผมยังมีเงินรางวัลมอบให้ด้วย อยาก ให้ธนาคารออมสินจัดกิจกรรมแบบนี้บ่อยครับ ผมก็จะมาร่วมกิจกรรมอีกเช่นกัน” (ปฏิพัทธ์ พลอยศิริ 2553)

## ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 50 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรม“มอบความสุข-ความอบอุ่น-ดูแลรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม”

3.5 โครงการ “ปล่อยปะการังเทียม คืนบ้าน...คืนชีวิต ให้สัตว์ทะเล” ณ บ้านเกาะจิก อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน พ.ศ. 2553 นายเลิศศักดิ์ จุลเทศ ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน นำคณะผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสิน พร้อมด้วยสื่อมวลชน ร่วมติดตามผลและต่อยอดโครงการทิ้งปะการังเทียม เพื่อการอนุรักษ์และส่งเสริมอาชีพประมง พื้นบ้าน และฟื้นฟูธรรมชาติชายฝั่งให้ระบบนิเวศน์อุดมสมบูรณ์ ณ ชุมชนบ้านเกาะจิก อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี และชุมชนบ้านแหลมสอก (บ้านปลา) อำเภอเมือง จังหวัดตราด โดยมีผู้ใหญ่บ้าน และชาวบ้านในชุมชนร่วมให้การต้อนรับ

ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน และคณะ ได้ร่วมกับชาวบ้านทั้งซังมะพร้าว ออกทะเลทิ้งปะการังเทียม (คอนกรีต) ซึ่งจัดซื้อจากเงินทุนสนับสนุนของธนาคารออมสินที่มอบให้ชุมชน จำนวน 910,000 บาท พร้อมติดตามผลโครงการพัฒนาชุมชนบ้านเกาะจิก

นอกจากนี้ ธนาคารออมสินยังได้มอบเงินสนับสนุนโครงการติดตั้งไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (โซลาร์เซลล์) ให้กับชุมชนเกาะจิก จำนวน 1,000,000 บาท มอบศูนย์เรียนรู้ผู้ชุมชนบ้านเกาะจิก มอบเงินสนับสนุนโครงการจัดตั้งศูนย์ป้องกันและบรรเทาภัยพิบัติทางทะเล จำนวน 204,500 บาท มอบเงินสนับสนุนป้ายบอกเส้นทางและสถานที่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 85,500 บาท มอบเงินสนับสนุนโครงการสนามเด็กเล่น โรงเรียนวัดเกาะจิก จำนวน 250,000 บาท มอบเงินสนับสนุนโครงการจัดการขยะชุมชน จำนวน 200,000 บาท และมอบจักรยานจำนวน 10 คัน ให้แก่นักเรียนโรงเรียนวัดเกาะจิก

จากนั้น ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน และคณะ เดินทางไปชุมชนบ้านแหลมสอก (บ้านปลา) เพื่อติดตามผลโครงการฯ อีกครั้ง และได้เยี่ยมเยียนชาวบ้าน และมอบสินเชื่อให้กับลูกค้าธนาคารออมสินชุมชนบ้านแหลมสอก (บ้านปลา) จำนวน 26 ราย เป็นเงิน 1,820,000 บาท รวมถึงมอบอุปกรณ์เครื่องเล่นเด็ก และโต๊ะเก้าอี้ต่าง ๆ ให้กับชุมชนแหลมสอกด้วย ซึ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้กล่าวถึงความรู้สึกที่ได้รับมอบเงิน ดังนี้

“โครงการนี้เกิดขึ้นจากการที่ผู้นำท้องถิ่นออกมากำหนดธนาคารออมสินมาทิ้งปะการังเทียม เนื่องจากชาวบ้านประสบปัญหาจากเรือใหญ่ที่มาลากอวน ทำให้สัตว์ทะเลและปะการังถูกทำลาย จึงหวังว่าความช่วยเหลือของธนาคารออมสินในวันนี้ จะทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านดีขึ้น สัตว์น้ำในทะเลมีความสมบูรณ์มากขึ้น ทั้งสองแห่งนี้เราเป็นที่เลี้ยงดูดูแลมาเกือบ 10 ปีแล้ว จากปัญหาที่มีมาในอดีต ออมสิน ได้ร่วมกับชาวบ้านแก้ไขกันจนเกิดเป็นภูมิปัญญา... ความเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดคือ เมื่อปีที่แล้วยังมีเรือประมงแค่ 10 กว่าลำ ปีนี้มี 40 กว่าลำ ชาวบ้านจึงภูมิใจมากที่เราทำ นอกจากนี้ เรายังได้นำภูมิปัญญาไปใช้ประโยชน์ในหลาย ๆ แห่ง ตัวอย่างเช่นที่ สมุทรสาครหมู่บ้านพันทิพย์รังสี ที่หมู่บ้านหยงสตาร์ ที่จังหวัดตราด และที่อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี เนื่องจากชุมชนเหล่านี้ประสบปัญหาสัตว์น้ำในทะเลใกล้สูญพันธุ์เช่นเดียวกัน”(ฤดีวรรณ ฐิติญาณะกร 2553)

“ในนามของชาวบ้านเกาะจิกมีความยินดีที่ธนาคารออมสิน ได้ลงพื้นที่ทำกิจกรรมตรวจเยี่ยมชาวบ้านเกาะจิก และจัดทำโครงการต่าง ๆ ขอบคุณผู้อำนวยการธนาคารออมสินที่ได้ให้ความเมตตาชาวบ้านเกาะจิกมาโดยตลอด ในส่วนของหมู่บ้านเกาะจิก การดำเนินงานต่าง ๆ นอกจากจะเป็นการพัฒนาหมู่บ้าน และขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง พื้นฟู วัฒนธรรมทรัพยากรชายฝั่ง ยังมีเจตนารมณ์ที่จะพัฒนาให้เป็นหมู่บ้านต้นแบบ หรือชุมชนต้นแบบเนื่องจากเกาะจิกเป็นพื้นที่ห่างไกล ในอดีตเราจะเน้นที่กระบวนการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก

น้อยครั้งที่จะมีหน่วยงานรัฐบาลให้การสนับสนุนทั่วถึงในส่วนของภาคเอกชนมีบ้าง และที่ให้ความเมตตาแก่ชาวบ้านเกาะจิกมากคือธนาคารออมสิน” (ณรงค์ชัย เหมสุวรรณ 2553)

“เมื่อก่อนนี้ ชุมชนเราเมื่อประสบปัญหาในเรื่องสัตว์ทะเลใกล้จะสูญพันธุ์ ชาวบ้านต้องย้ายถิ่นฐานไปทำมาหากินต่างถิ่น ขาดรายได้บางคนเป็นหนี้เป็นสิน แต่เมื่อธนาคารออมสินได้ริเริ่มโครงการหึ่งปะการังเทียมขึ้นแล้วได้ก่อให้เกิดผลดีหลายประการคือชุมชน เช่น ทำให้ชาวบ้านไม่ต้องออกจากฝั่งไปหาปลาไกล ๆ เสียเวลา 2-3 ชั่วโมง ไม่สิ้นเปลืองเชื้อเพลิง ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายและมีรายได้เพิ่มขึ้น ที่สำคัญคือชาวบ้านไม่ต้องทิ้งหมู่บ้านออกไปหารายได้ที่อื่น มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นมาก ขอบเขตธนาคารออมสินเป็นอย่างมากที่เข้ามาดูแลให้ความช่วยเหลือ”(สุเทพสมบัติ 2553)



ภาพที่ 51 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรม โครงการ “ปล่อยปะการังเทียม คืนบ้าน...คืนชีวิตให้สัตว์ทะเล”

### 3.6 การปลูกป่าชายเลนลดการกัดเซาะชายฝั่งทะเลสมุทรสาครและดูแลสุขภาพ

ชุมชน ณ บริเวณบ้านปากคลองประมง หมู่ 8 ตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีนางดวงสมร วรฤทธิ กรรมการธนาคารออมสิน ให้เกียรติเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ โอกาสนี้

#### ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน ได้มอบทุนการศึกษา จำนวน 30 ทุน ทุนละ 1,000 บาท รวมเป็นเงิน 30,000 บาท และอุปกรณ์กีฬาให้แก่นักเรียนและโรงเรียนสหกรณ์กสิกรรมชายทะเล พร้อมมอบผ้าห่ม แว่นตา และยาสามัญประจำบ้านให้กับผู้สูงอายุ และจัดให้มีบริการตัดผม เลี้ยงอาหารกลางวัน ตรวจสุขภาพ และนวดแผนไทยให้แก่ประชาชนในพื้นที่ พร้อมกันนี้ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน และคณะได้ปล่อยพันธุ์ปูม้าและกุ้ง และมอบสินเชื่เพื่อพัฒนาชนบทแก่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร พันท้ายนรสิงห์ หมู่ 4 จำนวน 500,000 บาท จากนั้นได้ลงเรือเพื่อเดินทางไปนมัสการ พระศาสดาสัมมาสัมพุทธเจ้าสิทธัตถะ พุทธโคตะมะ ณ ศาลากลางทะเล และร่วมกิจกรรมปลูกป่าชายเลนในพื้นที่ 15 ไร่ เพื่อลดการกัดเซาะชายฝั่งทะเลและดำเนินการปักปะการังไม้ไผ่ให้เป็นที่อยู่

อาศัยของสัตว์น้ำ โดยเฉพาะหอยแมลงภู่มุ่งเพื่อรักษาระบบนิเวศน์ในบริเวณดังกล่าวให้คงความอุดมสมบูรณ์และเป็นแหล่งรายได้สำคัญของชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้กล่าวถึงความรู้สึกที่ได้ร่วมงาน ดังนี้

“ผมรู้สึกดีใจมากที่ธนาคารออมสินมาจัดกิจกรรมดี ๆ มามอบให้กับชุมชนในครั้งนี้ เพราะเป็นประโยชน์ต่อเด็กและประชาชนในพื้นที่ตำบลพันท้ายนรสิงห์เป็นอย่างมาก เด็ก ๆ ทุกคนตื่นเต้นดีใจและมีความสุขมาก ออมสินเป็นธนาคารที่ทำให้คุณประโยชน์ให้กับประเทศ และมีสิ่งดีคืนสู่สังคมเสมอ แม้กระทั่ง โรงเรียนที่อยู่ห่างไกลออมสินยังให้ความสำคัญ ผมจึงรู้สึกภูมิใจและประทับใจมาก” (พิรพงษ์ คงชาติ 2553)

“กิจกรรมในวันนี้เป็นสิ่งที่ดี ที่พวกเรา ได้ใช้เวลาในวันหยุดร่วมกันมาปลูกป่าชายเลน เพราะการปลูกป่าชายเลนทำให้เกิดทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ชาวบ้านก็จะมีพื้นที่ในการประกอบอาชีพ นอกจากนี้ยังเป็นแนวปราการในการป้องกันชายฝั่งไม่ให้ถูกกัดเซาะด้วย สิ่งที่เราภูมิใจอีกเรื่องก็คือ ในวันดีที่ถือฤกษ์ ชาวบ้านมีความเป็นอยู่ที่ดีก็เพราะธนาคารออมสินให้ความช่วยเหลือ เมื่อถึงก็เป็นวันหยุดพวกเรา ก็มาร่วมกันทำกิจกรรมดี ๆ แบบนี้ตลอดปี และชุมชน ก็มาร่วมทำพระราชพิธี ของสิ้นเกล้ารัชกาลที่ 6 ได้คำนี้จึงมีการให้ตามไปขอเมล็ดพันธุ์ และประชาชน มาตั้งแต่ตั้งไป การก่อตั้งธนาคารออมสิน ซึ่งเราเองก็ไม่รู้ว่าในชื่อ CSR คือเป็นการที่เราจัดกิจกรรมเพื่อสังคม CSR ของเราให้ชัดเจนขึ้น เพราะนอกจากออมสินจะเป็นสถาบันที่ออมเงินแล้ว เรายังขอไปเหลือประชาชนให้มีความกินดีอยู่ดีด้วย กิจกรรม CSR จึงเป็นสิ่งที่เราทุกคนให้ความสำคัญและช่วยกันสรรค์สร้างสิ่งดี ๆ เช่นนี้ต่อไป” (เพ็ญสุข บุญจันทร์ 2553)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 52 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมการปลูกป่าชายเลนและดูแลสุขภาพชุมชน  
ณ บริเวณบ้านปากคลองประมง จังหวัดสมุทรสาคร

“วันนั้นหนูได้ร่วมร้องเพลง และทานอาหารกลางวันที่พักที่ ๆ จัดเตรียมมาให้ หนูสนุกและชอบมาก เพื่อน ๆ ทุกคนและหนูตื่นเต้นมาก อยากให้มีกิจกรรมแบบนี้อีก หนูรู้สึกดีใจที่ที่ ๆ มาที่โรงเรียนของหนู ขอขอบคุณพวกที่ ๆ นะคะที่มาจัดกิจกรรมดี ๆ ให้พวกหนู” (วารสารนงศ์ ชัยสิทธิ์ 2553)

3.7 โครงการออมสินรักแม่...รักยี่สิบแฉก ปลุกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในวันแม่แห่งชาติ โดยช่วงเช้า ผู้อำนวยการธนาคารออมสินได้นำคณะผู้บริหาร พนักงาน พร้อมด้วยสื่อมวลชน ร่วมกิจกรรม “ออมสินอาสา...ทำดีเพื่อแม่” ในวันแม่แห่งชาติ ณ โรงเรียนพิบูลประชาบาลและโรงเรียนหาดอมราอักษรลักษณ์วิทยา จังหวัดสมุทรปราการ โดยผู้อำนวยการธนาคารออมสินได้มอบทุนการศึกษาให้กับเด็กนักเรียนยากจนพร้อมทั้งมอบกีฬาอุปกรณ์กีฬาให้กับโรงเรียนพิบูลประชาบาล และมอบยาสามัญประจำบ้านให้กับผู้สูงอายุชุมชนบางปูใหม่ ผู้อำนวยการธนาคารได้ให้เกียรติมอบรางวัลแม่ดีเด่น และมอบเงินเพื่อการศึกษาให้กับครูทั้งสองโรงเรียน นอกจากนี้ธนาคารออมสินยังได้ทำบริการตัดผม ตรวจสุขภาพให้แก่ประชาชนที่อยู่ในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงด้วย โดยช่วงบ่ายผู้อำนวยการธนาคารได้นำคณะผู้บริหาร พนักงาน พร้อมด้วยสื่อมวลชน และประชาชนในพื้นที่ ร่วมกิจกรรม “ออมสินรักแม่...รักยี่สิบแฉก” โดยร่วมกันปลุกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในโอกาสวันแม่แห่งชาติ ณ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก บางปู จังหวัดสมุทรปราการ ในโอกาสเดียวกันผู้อำนวยการธนาคารออมสินได้มอบสะพานเพื่อการศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนให้กับศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก มอบเงินสนับสนุนศูนย์อนุรักษ์นกชายฝั่งทะเลและระบบนิเวศน์ และมอบเงินสนับสนุนศูนย์เรียนรู้ชุมชนไททรงาม ซึ่งผู้บริหารธนาคารออมสินและผู้เข้าร่วมโครงการได้กล่าวถึงความรู้สึก ดังนี้

“เนื่องในโอกาสวันแม่แห่งชาติของปวงชนชาวไทย และเป็นวันที่ผู้บริหารและพนักงานมาร่วมใจกันปลุกป่าที่บางปู โดยการร่วมมือกันในครั้งนี้ภายใต้สโลแกนว่า “ออมสินรักแม่...รักยี่สิบแฉก” กิจกรรมที่เรียมอบในวันแม่จะเป็นกิจกรรมที่ทำให้ท้องถิ่นมีความเข้มแข็งและประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นเนื่องจากการปลุกป่าจะช่วยรักษาผืนแผ่นดินให้มีความสมบูรณ์ อันจะส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็งอยู่เป็นสุขและยั่งยืนตลอดไป” (วิรัช นิยมเข้ม 2553)

“ที่โรงเรียนมีธนาคาร โรงเรียนของธนาคารออมสินมาเปิดให้บริการ คุณครู และเพื่อน ๆ ก็บอกต่อ ๆ กันให้มาช่วยกันปลุกป่า ประทับใจเพราะเป็นครั้งแรกที่ได้ลงไปปลุกป่า ชำดินโคลนจริง ๆ อยากให้ธนาคารออมสินมีโครงการดี ๆ อย่างนี้ให้กับเยาวชนอย่างพวกเราอีก เพราะจะได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์มาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” (สุพัตรา สอนเคน 2553)



“รู้สึกดีใจที่มาทำประโยชน์ให้กับสังคม และรู้สึกว่าผู้บริหารให้ความสำคัญกับกิจกรรมเพื่อสังคมมีการร่วมมือกับหน่วยงานหรือชุมชนเป็นอย่างดี” (สุชาดา โรจนรวิวงศ์ 2553)

“รู้สึกดีใจครับที่ได้มาทำประโยชน์ให้กับชุมชน สนุกดีครับ เหมือนได้มาเที่ยว เพราะบรรยากาศร่มรื่น ชอบคุณธนาคารอมสินที่ให้พวกเราไปปลูกป่า เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม อยากให้จัดขึ้นอีกครับ” (ณัฐพล หล้าลาย 2553)



ภาพที่ 53 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการออมสินรักวัยแม่...รักสิ่งแวดล้อม ปลูกป่าชายเลน ณ ลีลาพระเกียรติ

3.8- กิจกรรม “ออมสินรวมใจ สร้างฝายต้นน้ำ คืนผืนป่า ถวายพ่อหลวง แม่หลวงของปวงชน” ผู้อำนวยการออมสิน ผอ.คณะผู้บริหารและพนักงานธนาคารอมสินลงพื้นที่จังหวัดชัยภูมิ เพื่อร่วมกิจกรรม “ออมสินรวมใจ สร้างฝายต้นน้ำ คืนผืนป่า ถวายพ่อหลวง แม่หลวงของปวงชน” โดยสร้างฝายต้นน้ำจำนวน 32 ฝาย พร้อมปลูกหญ้าคาและไม้ยืนต้นจำนวน 1,000 ต้นร่วมกับประชาชนในพื้นที่ และจัดสร้างศาลาออมสินรวมใจ เพื่อชุมชน ณ ภูหยวก ตำบลหนองตม

อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ทั้งนี้ ธนาคารอมสินได้นำทีมแพทย์มาให้บริการแก่ประชาชนในพื้นที่ ณ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองตมด้วย และในโอกาสเป็นผู้อำนวยการออมสินได้มอบเงินสนับสนุนการจัดสร้างฝายต้นน้ำดังกล่าว จำนวน 96,000 บาท ให้แก่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองตม

**ผลงานวิจัยนันทศึกษา ระดับปริญญาตรี**

มอบวงกตช้ชาจำนวน 100 ชุดให้แก่ผู้สูงอายุ มอบทุนการศึกษาให้แก่นักเรียนโรงเรียนเสลาประสาทวิทย์, โรงเรียนบ้านแดงสว่าง, โรงเรียนหนองหญ้าขาวนกและโรงเรียนหนองเมฆสามัคคี จำนวน 10 ทุน ทุนละ 1,000 บาท เป็นเงินรวม 10,000 บาท อุปกรณ์กีฬาและชุดนักเรียน จำนวน 100 ชุด นอกจากนี้ยังมอบเงินสินเชื่อกองทุนหมู่บ้านให้กับกองทุนหมู่บ้านบ้าน โคนหินแร่ อำเภอภูเขียว กองทุนหมู่บ้านบ้านลาดคำเนิน อำเภอหนองบัวแดง กองทุนหมู่บ้านบ้านสารจอกเก่า อำเภอเกษตรสมบูรณ์ และกองทุนหมู่บ้านบ้าน โนนจ๋วงาม อำเภอแก้งคร้อ จำนวนรวม 4,000,000 บาทด้วย ซึ่งผู้บริหารตำบลหนองตมและประชาชนผู้ร่วมงานได้แสดงความคิดเห็นต่อโครงการ ดังนี้

“อุทขยวถือเป็นแหล่งต้นน้ำที่สำคัญและเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่านานาชนิด โครงการอมสินเพื่อสังคมสร้างฝายต้นน้ำลำธาร นำความยั่งยืนมาสู่ชุมชนของเรา ทำให้ชาวบ้านดำเนินชีวิตอย่างมั่นใจ ว่าไม่ขาดแคลนน้ำกินน้ำใช้ หรือทำการเกษตร ซึ่งหลังจากกิจกรรมผ่านพ้นไป ทางชุมชนก็หันมาดูแลรักษาป่าและฝายที่ก่อสร้างกันอย่างสม่ำเสมอ ขอขอบคุณธนาคารอมสินมากที่หยิบยื่นน้ำใจให้กับสังคม และอยากให้ธนาคารอมสินทำแบบนี้ตลอดไป เพราะยังมีพื้นที่ที่ต้องการ ได้รับการสนับสนุนเพื่อบรรเทาความทุกข์ร้อนอยู่อีกมาก” (ธาดา รัตนาธิวัฒน์ 2553)

“รู้สึกปลื้มใจที่ธนาคารอมสินมาสร้างฝายต้นน้ำและมาปลูกต้นไม้ร่วมกับพวกเรา อยากให้มีกิจกรรมดี ๆ ที่สนับสนุนพวกเราแบบนี้อีก เพราะการมาปลูกต้นไม้ในวันนี้จะทดแทนให้ป่ามีความสมบูรณ์มากขึ้น และปลื้มใจมากที่ธนาคารอมสินมาให้ความช่วยเหลือนี้แก่ชาวบ้านอย่างพวกเรา จึงภูมิใจมากที่ทุกคนที่มาวันนี้ตั้งใจและภูมิใจกันทุกคน ที่ได้มีส่วนทำให้ท้องถิ่นของตนเองดีขึ้น” (อุษา ภูมิวิจิตร 2553)

“วันนี้มาขอที่ธนาคารอมสินให้มา ถูหมอบทุกอบบริการดีมาก ๆ อยากให้ออมสินในอีกหลายปีข้างหน้าช่วยดูแลพื้นที่อีกบ่อย ๆ ทุก ๆ คนนำรักให้บริการกับพวกเราอย่างดี อยากในอนาคตที่เราไปอีกขอขอบคุณทุกคน” (คำเป็นขวัญดาว 2553)

## ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 54 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรม“อมสินรวมใจ สร้างฝายต้นน้ำ คืนผืนป่า ถวายพ่อหลวง แม่หลวงของปวงชน”

3.9 กิจกรรมอมสินปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ ครบ 82 พรรษา 5 ธันวาคม 2552 และครบ 77 พรรษา 12 สิงหาคม 2552 ธนาคารอมสินโดยนายศิริชัย วงศาโรจน์ ผู้ตรวจการธนาคารอมสิน สาขางานกิจการสาขา 3 และพลโทวีรวัฒน์ จรสัมฤทธิ์ แม่ทัพภาคที่ 2 ร่วมกันเป็นประธานในการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติ ครบ 82 พรรษา 5 ธันวาคม 2552 และ ครบ 77 พรรษา 12 สิงหาคม 2552 จำนวน 10 ไร่ 1,999 ต้น โดยมี นายมนัส พิธณฤทธิ ผู้อำนวยการธนาคารอมสินภาค 10 กล่าวต้อนรับและรายงานวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมปลูกป่าและผู้บริหาร พนักงานธนาคารอมสิน

ประชาชนในพื้นที่ร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก ณ ฝากเก็บตะวัน อุทยานแห่งชาติทับลาน ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา โอกาสนี้ธนาคารออมสินได้มอบทุนการศึกษาให้กับโรงเรียนในพื้นที่ เป็นเงิน 20,000 บาทและมอบอุปกรณ์กีฬาให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลน พร้อมกันนี้ได้มอบเวชภัณฑ์ยาและผ้าห่มให้กับชาวบ้านที่ขาดแคลน และได้มอบสินเชื่อ Fast Track จำนวน 10 ราย เป็นเงิน 300,000 บาท มอบสินเชื่อกองทุนหมู่บ้านให้กับลูกค้าของธนาคารเป็นเงิน 2,000,000 บาท รวมทั้งมอบกล้าไม้ต้นกระชายสวนกิตติพันธุ์ K 83 ให้กับชาวบ้านในตำบลสามัคคี และร่วมกันปลูกป่าโดยใช้หนังสือคิงเมตต์พันธุ์ไม้ ซึ่งเป็นวิธีปลูกป่าแบบดั้งเดิมซึ่งพนักงานธนาคารออมสินได้กล่าวถึงความคิดเห็นต่อกิจกรรมปลูกป่า ดังนี้

“การปลูกป่าในวันนี้ ถือเป็นกรให้พนักงานมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยการปลูกป่านอกจากจะช่วยลดภาวะโลกร้อนแล้ว ต้นไม้ยังช่วยป้องกันกรณีน้ำไหลหลาก รวมทั้งการปลูกกิจกรรมในลักษณะนี้จะช่วยกระตุ้นให้หน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจ และชาวบ้านร่วมทำกิจกรรมปลูกป่าเป็นประโยชน์ต่อชาวบ้านต่อไป”  
(ประชุมคณะกรรมการ 2553)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 55 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมออมสินปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ ครบ 82 พรรษา 5 ธันวาคม 2552 และครบ 77 พรรษา 12 สิงหาคม 2552

3.10 กิจกรรม“พลิกฟื้นผืนป่าด้วยพระบารมี เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงเจริญพระชนมพรรษา 77 พรรษา” กิจกรรมปลูกป่าและบำเพ็ญประโยชน์เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ณ บ้านท่าดอกคำ ตำบลท่าดอกคำ อำเภอบึงโขง จังหวัดหนองคาย ธนาคารออมสิน โดยผู้อำนวยการธนาคารออมสิน นำคณะ

ผู้บริหารและพนักงานธนาคารออมสินลงพื้นที่จังหวัดหนองคาย ร่วมกิจกรรมออมสินเพื่อสังคม “พลิกพื้นผืนป่าด้วยพระบารมี เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ทรงเจริญพระชนมพรรษา 77 พรรษา” ณ บ้านท่าดอกคำ ตำบลท่าดอกคำ อำเภอเมืองโขงหลวง จังหวัดหนองคาย โดยมี ผู้ว่าราชการจังหวัดหนองคาย พร้อมด้วย นายอำเภอเมืองโขงหลวง หัวหน้าส่วนราชการต่าง ๆ และประชาชนในพื้นที่ร่วมปลูกไม้ยืนต้น จำนวน 1,000 ต้น เพื่อเทิดพระเกียรติในโอกาสมหามงคลดังกล่าว พร้อมกันนี้ ธนาคารออมสินได้นำหน่วยแพทย์อาสาสามาถุแลสุขภาพชุมชนให้บริการตรวจรักษาและมอบ เวชภัณฑ์ยาให้กับประชาชนในพื้นที่ด้วย โอกาสนี้ ผู้อำนวยการธนาคารออมสินยังได้มอบทุนการศึกษา ชุคนักเรียน และอุปกรณ์กีฬาให้กับ โรงเรียนที่ขาดแคลน นอกจากนี้ยังได้มอบเงินสินเชื่อเพื่อลดข้อดองทุนหมู่บ้านให้แก่กองทุนหมู่บ้าน สินเชื่อวิสาหกิจชุมชนแก่วิสาหกิจชุมชน และเงินสินเชื่อรายครัวเรือน ผู้บริหารธนาคารออมสิน ได้กล่าวถึงกิจกรรมที่ดำเนินการ ดังนี้



“ธนาคารออมสิน ได้ดำเนินงาน โดยได้ดูแลด้านการศึกษาและสุขภาพด้วยการมอบทุนการศึกษา ชุคนักเรียน อุปกรณ์การกีฬาและมอบเวชภัณฑ์ให้แก่เด็กนักเรียนและชาวบ้านในพื้นที่ นอกจากนี้เรายังได้ร่วมกับประชาชนในพื้นที่เกิดจิตพิสัยไปปลูกไม้ยืนต้นเพื่อเทิดเกียรติป่าให้บ้านท่าดอกคำอันเป็นการเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ทรงเจริญพระชนมพรรษา 77 พรรษา 12 สิงหาคม 2552 ซึ่งเราหวังว่าการปลูกพื้นดินป่าจะทำให้อำเภอเมืองโขงหลวง มีป่าที่อุดมสมบูรณ์และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของไทยต่อไป (ศิริวิชญ์ สงวนสัตย์กุล 2553)



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 56 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรม“พลิกพื้นผืนป่าด้วยพระบารมี เฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ทรงเจริญพระชนมพรรษา 77 พรรษา”

3.11 กิจกรรมปลูกต้นไม้ และจัดการแข่งขันวิ่งผลัดมหาสมุทรสู่มหาสมุทร ครั้งที่ 5 ประจำปี 2552 Sunny Ocean to Ocean Marathon @ Relay Running (Sunrise to Sunset) อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร ถึง อำเภอเมือง จังหวัดระนอง ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน นำคณะผู้บริหาร พนักงานธนาคารออมสิน นักกีฬาจากโครงการธนาคาร โรงเรียน และกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กว่า 1,000 คน ร่วมกิจกรรมจรรโลงสังคมโครงการ “ออมสินปลูกต้นไม้ พื้ทักษ์พื้นป่า สดโลกร้อน” และการแข่งขันวิ่งผลัดมหาสมุทรสู่มหาสมุทร ครั้งที่ 5 ประจำปี 2552 อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร – อำเภอเมือง จังหวัดระนอง ทั้งนี้ระหว่างเส้นทางการแข่งขัน ธนาคารออมสินร่วมกับอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร และองค์การบริหารส่วนตำบลราชกรูด จังหวัดระนอง จัดกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมปลูกป่าปลูกต้นไม้ เพื่อลดภาวะโลกร้อน ณ สวนป่าปะติมะ บ้านโนนเงิน อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร รวมทั้งจัดกิจกรรมเพื่อสังคมให้กับชุมชนในพื้นที่ อาทิ มอบทุนการศึกษาออมสิน เชื้อ มอบอุปกรณ์กีฬา เลี้ยงอาหารกลางวัน ตรวจสุขภาพโดยหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ ตลอดจนสนับสนุนงบประมาณด้านต่าง ๆ ให้กับชุมชน ซึ่งผู้อำนวยการธนาคารออมสินและตัวแทนผู้แข่งขันได้เล็งถึงบรรยากาศและความประทับใจ ดังนี้

“ผู้บริหารพนักงานร่วม 1,000 ชีวิต มาร่วมกันทำกิจกรรมปลูกต้นไม้ ปลูกป่าเพื่อลดภาวะโลกร้อน โดยได้พวงมณีเรียนจากโครงการกีฬาธนาคาร โรงเรียน ซึ่งเป็นโครงการที่เราจัดกีฬาให้นักเรียนแข่งขันใน 4 ประเทศ และ 1 ใน 4 ประเทศกีฬาที่ธนาคารให้การสนับสนุน คือ การวิ่ง โดยได้เปิดโอกาสให้นักกีฬาธนาคาร โรงเรียนฯ ที่อยู่ไปปีทีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ท่องเที่ยวทะเลทั้ง 2 ฟากมหาสมุทร อีกทั้งนักกีฬาและครูผู้ฝึกสอนธนาคาร โรงเรียนต่างพื้นที่ ตลอดจนเด็กในโครงการต่าง ๆ ของธนาคาร ได้ทำความรู้จักแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และร่วมแข่งขันในทีมเดียวกัน ซึ่งจะเป็นการระชับความสัมพันธ์ของชุมชนในพื้นที่ทั้งธนาคารออมสิน สมาชิกธนาคาร โรงเรียน และชุมชนในพื้นที่ได้ร่วมกันทำกิจกรรม ร่วมแข่งและเชียร์กัน อย่างสนุกสนาน ตลอดเส้นทางการแข่งขัน” (เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)

“วันนี้มีคนเยอะมาก ๆ เพราะมีทีมที่เข้าแข่งขันถึง 82 ทีม สิ่งที่น่าสนใจและดึงดูดใจสักคนนึงคงจะถูกใจโดยผู้บริหารของธนาคารออมสิน คือผู้ช่วยการมาร่วมแข่งขันวิ่งด้วย ที่ดีใจอีกอย่างหนึ่งคือ ได้มีโอกาสสวมเสื้อนักวิ่งในนามทีมออมสิน เป้าหมายที่ลงแข่งไม่ได้หวังรางวัลที่ 1 แต่ตั้งใจจะทำหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุด เพราะถือว่าได้รับความไว้วางใจจากธนาคารออมสินในการเข้าร่วมแข่งขัน นอกจากนี้ ยังประทับใจทีมงานชาวออมสินที่ดูแลอย่างดีในทุกจุดเปลี่ยนผลัด คอยบริการน้ำดื่มให้กับผู้เข้าร่วมแข่งขัน ที่สำคัญคือ ได้กำลังใจจากธนาคารออมสินและชาวบ้าน ประชาชนในพื้นที่เข้ามาต้อนรับตลอดเส้นทางวิ่ง” (ชนวีร์ ศรีรักษา 2553)



ภาพที่ 57 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมปลูกต้นไม้ และจัดการแข่งขันวิ่งผลัด มหามุทราสัมพันธ์



3.12 โครงการอนุรักษ์ป่าต้นน้ำ และพิธีเปิดธนาคารออมสินสาขาภูเรือ  
 ผู้ว่าราชการจังหวัดเลย และบริษัท อำนวยการธนาคารออมสิน กลุ่มยุทธศาสตร์และทรัพยากรบุคคล  
 ร่วมกันเป็นประธานในพิธีเปิดธนาคารออมสินสาขาภูเรือ พร้อมมอบเงินช่วยเหลือประชาชน  
 ให้แก่ลูกค้า จำนวน 170 ราย เป็นเงิน 10,218,000 บาท สนับสนุนแก้ไขปัญหาหนี้ภาคประชาชน  
 จำนวน 74 ราย เป็นเงิน 7,260,300 บาท และมอบทุนการศึกษาให้กับโรงเรียนภูเรือวิทยา จำนวน 5 ทุน  
 เป็นเงิน 15,000 บาท โดยได้เปิดธนาคารออมสินสาขาภูเรือ อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย จากนั้น ผู้ว่าราชการจังหวัดเลย และ  
 ผู้บริหารของธนาคารออมสิน ได้ร่วมเปิดโครงการอนุรักษ์ป่าต้นน้ำ ซึ่งเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมของ  
 ธนาคาร ประกอบด้วย 5 กิจกรรม คือ ปลูกหน่อกล้วยไม้เชิงมลิศันรุ้งต้นเต้าร้าง ปล่อยกะปอมคืนสู่ป่า  
 สร้างฝายแบบผสมผสาน และทำโป่งเทียม นอกจากนี้ ธนาคารออมสินยังได้มอบสื่อการเรียนการสอน  
 เครื่องเล่นกลางแจ้ง ผ้าห่มกันหนาว และทุนการศึกษาเด็กยากจนให้กับ องค์การบริหารส่วนตำบล  
 ในพื้นที่ พร้อมทั้งมอบบ้านที่สร้างให้กับผู้ยากไร้ใน โครงการบ้านมั่นคงสูงให้กับนายเกลี้ยง สมโคตร

**ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี**



ภาพที่ 58 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมโครงการอนุรักษ์ป่าต้นน้ำและพิธีเปิดธนาคารออมสินสาขาภูเรือ

3.13 กิจกรรมปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติคตินธรรมชาติสู่ท้องทะเล อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง นายเลอศักดิ์ จุลเทศ ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน พร้อมด้วย ผศ. ดร. ประวิตร นิลสุวรรณากุล ประธานคณะกรรมการจัดทำบันทึกข้อตกลงและประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ดร. พูนศรี กนกวิจิตร คณะผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) และบริษัท ทริส เรทติ้ง จำกัด เชื่อมชมตลาดตลาดนัดออมสินสินค้าชุมชน มอบสินเชื่อ Fast Track และสินเชื่อกองทุนหมู่บ้าน ร่วมกันปลูกป่าชายเลน ในโครงการออมสินเฉลิมพระเกียรติ คตินธรรมชาติสู่ท้องทะเล ในพื้นที่ ชุมชนเกาะหงส์สตาร์ จังหวัดตรัง ในโอกาสที่ธนาคารออมสิน ได้มอบพันธุ์กล้าไม้ป่าชายเลน เมล็ดพันธุ์ ดินจาก และมอบทุนสร้างบ้านปลาให้แก่ชุมชนหงส์สตาร์ พร้อมกันนี้ ได้มอบเครื่องคอมพิวเตอร์ สนามเด็กเล่น อุปกรณ์กีฬา ทุนการศึกษา ให้กับ โรงเรียนในพื้นที่ และได้มอบเวชภัณฑ์ยา ให้แก่ ผู้สูงอายุในชุมชนพร้อมทั้งมอบสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนและสินเชื่อด้อยดอกเบี้ยกองทุน หมู่บ้าน ต่อจากนั้น ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน คณะคณะ ได้ร่วมปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำและอนุรักษ ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมแหล่งที่เลี้ยงกุ้งขาวบ้าน ๗ ทหารเรือแหลมหงส์สตาร์ และได้ลงเรือ เพื่อ ไปขึ้นแก่งทุ่งน้ำตกธารน้อย บริเวณแก่งค้ำถาว สูดท้ายเมื่อคณะเดินทางมาถึง ป่าดงยางหงส์สตาร์ ได้ร่วมกับชาวบ้านในชุมชนบ้านหงส์สตาร์ และสถานี่พัฒนาทรัพยากรป่าชาย เลนที่ 33 ในการปลูกต้นโกงกางและปลูกหญ้าทะเลเพื่ออนุรักษ์และสืบพันธุ์สัตว์น้ำและอนุรักษ ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้จากกรปลูกป่าแล้ว ยังได้จัดกิจกรรมออมสินอาสาเพื่อสังคม ได้แก่ บริการตัดผม จัดอบรม ฝึกอาชีพ ตรวจสุขภาพแก่ผู้สูงอายุและผู้ด้อยโอกาส ในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง และจัดเลี้ยงอาหาร กลางวันให้แก่ผู้ร่วมงานและชาวบ้านทุกคณะ



ภาพที่ 59 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติคตินธรรมชาติสู่ท้องทะเล อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง

3.14 การแข่งขันวิ่งผลัดมหาสมุทรสู่มหาสมุทร ครั้งที่ 6 ซึ่งด้วยพระราชทาน สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ Queen's Cup 6<sup>th</sup> Thailand to Ocean to Ocean Relay Running (sunrise to sunset) จากจังหวัดสงขลาถึงจังหวัดสตูล ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน นำคณะผู้บริหาร พนักงานธนาคารออมสิน นักกีฬาวิ่งจากโครงการธนาคารโรงเรียน ร่วมโครงการ รับผิดชอบต่อสังคมกับกิจกรรมออมสินรวมใจช่วยน้ำท่วม “คืนบ้าน คืนหลังคา คืนปลาสู่กระชัง มอบพลังให้ชุมชน”

ระหว่างเส้นทางการแข่งขันวิ่ง ธนาคารออมสิน จัดโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีผู้อำนวยการธนาคารออมสิน และ รองผู้ว่าราชการจังหวัด สงขลา ร่วมเป็นประธาน เปิดโครงการ ณ องค์การบริหารส่วนตำบลปากกระดอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ซึ่งโครงการดังกล่าว ธนาคารออมสิน ได้มอบเงินช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากวาตภัย อุทกภัยและดินถล่ม จำนวน 4 ราย เป็นเงิน 310,000 บาท มอบพันธุ์ปลากระพง จำนวน 50,000 ตัว และพันธุ์ปลานิล จำนวน 99,999 ตัว ให้ชาวบ้านในพื้นที่ที่มอบเงินสนับสนุนการเปิดตลาดจำหน่ายรวมชน 20 กองทุน เป็นเงิน 500,000 บาท มอบทุนการศึกษา อุปกรณ์กีฬา เสื้อกันฝนเด็กให้กับ โรงเรียนในพื้นที่ มอบเงินบูรณะซ่อมแซมวัด เป็นเงิน 100,000 บาท นอกจากนี้ยังได้มอบเงินสนับสนุนให้สำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลปากกระดอ จำนวน 25,000 บาท และศูนย์เรียนรู้อื่น ๆ เนื่องจากพระราชดำริเป็นเงิน 5,000 บาท มอบ EM จุลินทรีย์รักษาสภาพน้ำสาบู่ประจำบ้านและเสื้อกันฝนผู้ใหญ่ให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลปากกระดอด้วย โดยมี นายกองบัญชาการการบริหารส่วนตำบลปากกระดอ เป็นผู้รับมอบ กล่าวขอบคุณและมอบของที่ระลึกให้กับผู้อำนวยการธนาคารออมสิน และอีกกล่าวถึงความรู้สึกคือโครงการ “คืนบ้าน คืนหลังคา คืนปลาสู่กระชังมอบพลังให้ชุมชน” ดังนี้

“ทุกครั้งที่ธนาคารเราจัดการแข่งขันวิ่ง เราก็จะมีกิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมด้วย

เพื่อที่ธนาคารจะได้เข้าไปช่วยพัฒนาท้องถิ่นควบคู่ไปด้วย ซึ่งในวันนี้ ผู้บริหารธนาคารออมสิน

พนักงาน ลูกจ้างหรือพนักงานพิเศษ ได้มาที่รวมใจช่วยน้ำท่วม มอบเงิน

สนับสนุนการซ่อมหลังคา ซ่อมบ้าน ที่สำคัญคือ การคืนอาชีพให้กับชาวบ้านที่ได้รับความ

เดือดร้อนจากเหตุวาตภัยหรืออุทกภัยให้สามารถประกอบอาชีพได้ต่อไปด้วยการมอบพันธุ์

ปลานิล พันธุ์ปลากระพง หวังว่าสิ่งที่ธนาคารออมสินมาในวันนี้ แม้อาจจะเข้าไปสักนิดหนึ่ง

แต่พวกเรามาด้วยความตั้งใจ เราคิดว่าการมารวมพลังช่วยกันน้ำท่วมในครั้งนี้ จะทำให้

ชาวบ้านมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และมีรายได้จากการจับปลาน้ำจืดหรือบริโภค” (เลอศักดิ์

จุลเทศ 2553)

นอกจากนั้น เมื่อผู้อำนวยการธนาคารออมสิน และคณะนักวิ่ง เดินทางมาถึงโรงเรียนบ้านเขาพระ อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา ได้ร่วมโครงการ “คืนบ้าน คืนหลังคา คืนความผาสุก สู่ชุมชน” ซึ่งเป็นโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ธนาคารออมสิน จัดขึ้น โดยผู้อำนวยการ



ธนาคารออมสิน และรองผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา ร่วมมอบเงินช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากวาตภัย อุทกภัย จำนวน 35 ราย เป็นเงิน 832,000 บาท มอบเงินสนับสนุนการเปิดสถาบันการเงินชุมชน จำนวน 80 แห่ง มอบเงินสนับสนุนเพื่อปรับปรุงอาคารเอนกประสงค์ ศูนย์การศึกษา สนามเด็กเล่นพร้อมอุปกรณ์เครื่องเล่น และอุปกรณ์กีฬาให้โรงเรียนบ้านเขาพระเป็นเงิน 200,000 บาท และมอบเงินทุนให้โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 42 จังหวัดสตูล เพื่อสนับสนุนโรงเรียนเพาะเห็ด โรงผลิตปุ๋ย ศูนย์การศึกษาและอุปกรณ์กีฬา เป็นเงิน 225,000 บาท นอกจากนี้ ได้มอบยาสามัญประจำบ้านให้กับชมรมผู้สูงอายุบ้านเขาพระด้วย หนึ่งในลูกค้าธนาคารออมสิน ในจังหวัดสงขลา กล่าวถึงความสูญเสียบุคคลในครอบครัวจากเหตุการณ์ภัยพิบัติว่า

“ผมสูญเสีย 3 ชีวิต ทั้งลูกชายฝาแฝด 2 คน แม่ของผม 1 คน ลูกชายอายุ 3 ขวบ แม่อายุ 70 ปี ด้าย่อนถึงเหตุการณ์ผมว่าเหตุการณ์ได้เกิดขึ้นเร็วมาก ทั้งผมและครอบครัวไม่ทันได้ตั้งตัว ...ขอขอบคุณธนาคารออมสินมากในฐานะที่เป็นหน่วยงานแรกที่มามอบเงินช่วยเหลือเพื่อสร้างบ้านให้รับคนพิการญาติๆจะเก็บรวบรวมเงินไว้เป็นทุนสำหรับสร้างบ้าน และดำรงชีวิตต่อไปด้วย” (พิกุลมาอยู่รังสี 2558)

## ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 60 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมการแข่งขันวิ่งแก้ลมหาสมุทรสู่มหาสมุทร โครงการ “คืนบ้าน คืนหลังคา คืนปลาสู่กระชังมอบพลังให้ชุมชน” และ โครงการ “คืนบ้าน คืนหลังคา คืนความผาสุกสู่ชุมชน”

3.15 ออมสินห่วงใยใส่ใจสังคม (GSB Social Serve) : หอบริกมาห่มคอดยปี 2 ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน พร้อมด้วยคณะผู้บริหารและพนักงาน ได้ร่วมกิจกรรม CSR “ออมสินห่วงใยใส่ใจสังคม (GSB Social Serve) : หอบริกมาห่มคอดยปี 2” โดยเดินทางไปยังโรงเรียนศรีสังวาลย์ อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นโรงเรียนสำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางร่างกายหรือสุขภาพ เพื่อมอบอุปกรณ์เครื่องใช้ที่จำเป็น ได้แก่ เครื่องช่วยเดิน รถเข็นไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์ทดแทนการเขียนสำหรับนักเรียนมือเกร็ง เวชภัณฑ์ยารักษาโรค อุปกรณ์การครัว และผ้าอ้อมสำเร็จรูป

รวมทั้งสิ้นเป็นเงิน 250,000 บาท นอกจากนี้ ผู้อำนวยการธนาคารออมสินและคณะได้เดินทางไปยังเทศบาลตำบลทุ่งข้าวพวง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่เพื่อมอบผ้าห่ม ชุดยาสามัญประจำบ้านให้กับชาวบ้านในพื้นที่ และทุนการศึกษาให้แก่นักเรียนยากจนจำนวน 20 ทุน ก่อนจะออกเดินทางไปยังบ้านลุงกฤษ ตำบลสันมหาพล อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อมอบ “บ้านออมสินห่วงใยใส่ใจสังคม 1” ให้แก่ผู้ประสบปัญหาไม่มีที่อยู่อาศัยเนื่องจากเป็นหนี้ออกระบบ จากนั้นจึงเดินทางไปมอบผ้าห่ม ชุดยาสามัญประจำบ้านให้กับชาวบ้านในพื้นที่ และทุนการศึกษาให้แก่นักเรียนยากจนจำนวน 15 ทุน ณ วัดธาราธิปไตยประชานิธิ์ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งนายอำเภอแม่แตง พร้อมด้วยชาวบ้านได้กล่าวต้อนรับ พร้อมกับขอบคุณในการให้ความช่วยเหลือของธนาคารออมสินในครั้งนี้ด้วย

“ผมรู้สึกยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ทางผู้อำนวยการธนาคารออมสินพร้อมคณะได้มาทำสิ่งที่ดี ๆ เป็นน้ำใจให้กับชาวอำเภอเชียงดาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมมอบรักมาห่มคอยการมอบบ้าน มอบผ้าห่ม มอบยา และทุนการศึกษาให้แก่เด็กและเยาวชนของเราจำนวน 15 ทุน เด็กที่ได้รับทุนเช่นนี้คือชีวิตที่มีความหวังที่ดี มีความตั้งใจและร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ นอกจากนี้ ยังมีการขอคนไป เยี่ยมชมวัดธาราธิปไตยประชานิธิ์ ซึ่งเป็นวัดเก่าแก่ศักดิ์สิทธิ์ของชาวอำเภอแม่แตง เนื่องจากเคยเป็นวัดที่พระบูรพาธรรมชัย พระอรุณสงฆ์ที่ชาวบ้านศรัทธาเป็นอย่างมาก ได้เคยมาทำนุบำรุงและทำนุบำรุงไว้ ผมขอบคุนธนาคารออมสินเป็นอย่างมาก” (อัครศักดิ์ วรวัฒนกุล 2553)



ภาพที่ 61 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมอมสินห่วงใยใส่ใจสังคม(GSB Social Serve) :

มอบรักมาห่มคอยปี 2

3.16 ธนาคารออมสินมอบเงินช่วยเหลือในโครงการลดและเลิกใช้สารทำลายชั้นบรรยากาศโอโซน ผู้ช่วยผู้อำนวยการธนาคารออมสิน สายงานกิจกรรมชุมชน เป็นประธานในพิธีมอบเงินช่วยเหลือของโครงการลดและเลิกใช้สารเมทิลโบรไมด์ในประเทศไทยให้กับนายอารอน อึ้ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท เครเกอร์ เซฟตี้ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้แทนของผู้รับประโยชน์รายกลุ่มในโครงการดังกล่าว จำนวน 15 ราย เป็นจำนวนเงินรวม 2,609,425.80 บาท และนายประสาน ฟองสถิตย์กุล กรรมการบริษัท เอกเสคคิวทีพี เทคคิง จำกัด ผู้แทนของผู้รับประโยชน์รายกลุ่มในโครงการดังกล่าว จำนวน 4 ราย เป็นจำนวนเงินรวม 696,000 บาท โดยมีนางสาววราภรณ์ หิรัญวัฒน์ศิริ Environmental Specialist ผู้แทนจากธนาคารโลก นายจำลอง ลภสาธุกุล หัวหน้าหน่วยสำนักบริหารโครงการฯ ผู้แทนจากกรมวิชาการเกษตร นางวาสนา เล็กสมบูรณ์ นักวิทยาศาสตร์ชำนาญการพิเศษ ผู้แทนจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม คณะผู้บริหารธนาคารออมสิน พร้อมด้วยผู้แทนจากภาคีสหวิสาหกิจแก้วน้ำดื่มในโครงการลดและเลิกใช้สารเมทิลโบรไมด์ในประเทศไทย ร่วมเป็นสักขีพยานในพิธีมอบเงินดังกล่าว ณ ห้องประชุมอัญชัน อาคาร ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ซึ่งพนักงานธนาคารออมสินและผู้ร่วมงานกล่าวถึงโครงการลดและเลิกใช้สารทำลายชั้นบรรยากาศโอโซน ดังนี้

“ธนาคารออมสินในฐานะผู้บริหารเงินช่วยเหลือในโครงการลดและเลิกใช้สารทำลายชั้นบรรยากาศโอโซน ได้ดำเนินงาน ในโครงการดังกล่าวมาเกือบทศวรรษ โดยมีส่วนร่วมในการดูแลพื้นที่ของโลก ซึ่งถือเป็นหนึ่งในพันธกิจหลักของธนาคารในการเป็นสถาบันที่ดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม ธนาคารออมสิน ได้จัดตั้งหน่วยโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้านนี้โดยเฉพาะ และได้ดำเนินงานช่วยเหลือผู้รับประโยชน์ในภาค CFCs และภาคสารเมทิลโบรไมด์ เนื่องจากเป็นสารที่มีค่าการทำลายชั้นบรรยากาศโอโซนสูง โดยธนาคารออมสินได้ทำหน้าที่เป็นฟันเฟืองช่วยขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อการอนุรักษ์ชั้นบรรยากาศโอโซน เพื่อช่วยให้โลกของเราอยู่ยั่งยืนและหวังว่าธนาคารออมสินจะได้รับความไว้วางใจจากหน่วยงานภาคีสมาชิกให้เป็นผู้บริหารเงินช่วยเหลือของโครงการนี้ต่อไป”

(นายชา มณฑิราช 2553)

“สิ่งใดก็ตามที่ลบล้างภาวะ โลกร้อนได้เป็นสิ่งที่ดีควรปฏิบัติ ผมคิดว่า ณ เวลานี้ โลกร้อนขึ้นทุกวัน ไม่มีใครคนใดคนหนึ่งที่จะ ไปหยุดยั้งได้ แต่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกคนทั่วโลก ถ้าทุกคนช่วยกันคนละนิดคนละหน่อย เราไม่สามารถไปหยุดยั้งได้แต่เราช่วยกันลดได้ แม้มนุษย์จะมีความเห็นแก่ตัวเป็นพื้นฐาน แต่ถ้าเรายืนอยู่บนจุด ๆ เดียวกันได้ โลกจะมีผลกระทบน้อยลงหวังว่าทุกคนจะมองเห็นอันตรายที่จะเกิดขึ้นข้างหน้าแล้วช่วยกันรับผิดชอบร่วมกันในสิ่งแวดล้อมของเรา” (ประสาน ฟองสถิตย์กุล 2553)

3.17 การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในอาคาร นอกจากการให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตพนักงานอาคารออมสินแล้ว การดำเนินธุรกิจของธนาคารยังคำนึงถึงผลกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมด้วยเหตุนี้ธนาคารออมสินจึงจัดตั้งและเข้าร่วม โครงการต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกเพื่อแสดงออกถึงการเป็นธนาคารที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมดังมีโครงการตัวอย่างดังต่อไปนี้

3.17.1 การเข้าร่วมโครงการประหยัดพลังงานลดโลกร้อน ธนาคารออมสินได้เข้าร่วมโครงการประหยัดพลังงานลดภาวะโลกร้อน(Green Plus) ซึ่งเป็นโครงการที่จัดขึ้นเพื่อรณรงค์ลดและแก้ไขปัญหามลภาวะโลกร้อนในสถานที่ทำงานสถานประกอบการและอาคาร โดยร่วมกับสถานประกอบการและอาคารสำนักงานในพื้นที่เขตถนนพหลโยธิน ในพื้นที่เขตพญาไท โดยมี 9 องค์กรต้นแบบ ได้แก่ ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ธนาคารกสิกรไทยสาขาพหลโยธิน สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 บริษัทอู่ชูพระนครจำกัด สาขาพหลโยธิน อาคารชินวัตรทาวเวอร์ 1 อาคารชินวัตรทาวเวอร์ 2 บริษัทออคควายชั่น โฟเซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัทไอบีเอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด อาคารเอสที และสำนักงานเขตพญาไท ซึ่งหน่วยงานต้นแบบทั้ง 9 แห่งสามารถประหยัดพลังงานไฟฟ้าเป็นจำนวนเงิน 2,131,771.38 บาท ลดลงร้อยละ 10-20

3.17.2 โครงการธนาคารออมสินร่วมรณรงค์ลดโลกร้อน เป็นโครงการที่ธนาคารออมสินและองค์กรต่าง ๆ ที่ร่วมลงนามรณรงค์ให้พนักงานและบุคลากรทุกคนช่วยกันประหยัดพลังงานเพื่อลดปัญหามลภาวะโลกร้อน พร้อมกันแข่งขันการประหยัดพลังงานไฟฟ้าภายในองค์กรเป็นระยะเวลา 1 เดือน ตั้งแต่วันที่ 31 กรกฎาคม ถึง 31 สิงหาคม 2552 โดยจะมีการประเมินผลด้วยการนำตัวเลขการใช้ไฟฟ้าที่ได้ไปเปรียบเทียบกับการใช้ไฟฟ้าย้อนหลังเป็นเวลา 3 เดือนก่อนเริ่มโครงการ โดยมีข้อปฏิบัติในสำนักงานสำหรับการประหยัดพลังงานเพื่อลดโลกร้อนทั้งสิ้น 10 ข้อ ได้แก่

ผลงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับบริษัท

1. งดใช้ไฟและเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ได้ใช้งานเป็นนิสัย

2. ใช้อีเมลในการสื่อสารแทนการพิมพ์งานลงในกระดาษ

3. ปิดหน้าจอคอมพิวเตอร์หรือปิดเครื่องเมื่อไม่ได้ใช้งาน

4. ใช้คอมพิวเตอร์ Laptop ซึ่งประหยัดพลังงานกว่าเครื่อง

คอมพิวเตอร์ PC

5. ใช้บันไดแทนการใช้ลิฟท์

6. ใช้หมึกดำในการพิมพ์เอกสารแทนการใช้หมึกสี ในกรณีที่จะพิมพ์

เอกสารเหมือนกันหลายชุดควรเลือกใช้กระดาษที่มีสำเนา

7. ตั้งเพอร์นิเจอร์ในทิศตะวันออกและทิศตะวันตกเพื่อบังแสงแดด และลดอุณหภูมิในสำนักงานและเลือกใช้เพอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล
8. เลือกทำงานจากที่บ้านเพื่อประหยัดพลังงานในการเดินทาง
9. นำวัสดุที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่
10. ทำงานโดยอาศัยแสงธรรมชาติบ้างเพื่อประหยัดค่าไฟฟ้า

### 3.17.3 งานปรับปรุงระบบไฟฟ้าอาคารออมสินสาขาพระประแดง จังหวัด

สมุทรปราการ ธนาคารออมสินสาขาพระประแดงเป็นสาขานำร่องในการพัฒนาปรับปรุงระบบไฟฟ้าจากการใช้เครื่องปรับอากาศแบบเก่า โดยได้ทำการติดตั้งเครื่องอากาศใหม่ชนิดประหยัดไฟฟ้า ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) หรือได้รับหนังสือรับรองประสิทธิภาพการประหยัดไฟจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) หรือผลการทดสอบจากห้องปฏิบัติการ ของสถาบันทดสอบที่เป็นที่ยอมรับกัน โดยเป็นการติดตั้งเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนขนาดไม่เกิน 24,000 BTU ที่ต้องมีค่า EER ไม่น้อยกว่า 10.6 และขนาดเกิน 24,000 BTU ต้องมีค่า EER ไม่น้อยกว่า 9.6 โดยโครงการนี้ช่วยให้ธนาคารออมสินสาขาพระประแดงสามารถประหยัดและลดพลังงานที่ใช้ในการปรับอากาศลงได้

3.17.4 โครงการลดไฟฟ้าประหยัดพลังงานธนาคารออมสินได้ดำเนินการซื้อรถยนต์ที่ใช้พลังงานไฟฟ้าในปี 2552 ดำเนินรับส่งบุคลากรและลูกค้าของธนาคารออมสินระหว่างอาคารในสำนักงานใหญ่ โดยได้จัดซื้อรถไฟฟ้าเป็นจำนวน 3 คัน ซึ่งรถยนต์ที่ใช้พลังงานไฟฟ้าในการขับเคลื่อนนั้น สามารถช่วยให้ธนาคารประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานและเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมเนื่องจากรถที่ใช้พลังงานไฟฟ้านั้นไม่ก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ

จากการศึกษากิจกรรมของธนาคารออมสินด้านสิ่งแวดล้อม พบว่าด้วยภารกิจของธนาคารในการเป็นสถาบันการเงิน ที่ดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม ธนาคารออมสินจึงให้ความสำคัญและดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารและพนักงานต่างพร้อมใจกัน ลงพื้นที่เข้าไปศึกษา คัดลอกดี กับชาวบ้านในชุมชนนั้นๆ จนมีความสัมพันธ์และมีมิตรภาพที่ดีต่อกัน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อันนำมาซึ่งการรับรู้สภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริง ธนาคารออมสินได้เข้าไปมีส่วนร่วมเต็มเต็ม ดูแลวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงสิ่งแวดล้อมของชุมชน ส่งผลให้ชุมชนเกิดแรงกระตุ้นในการพัฒนามากขึ้น ชุมชนนั้นๆ สามารถพึ่งพาตนเองได้ การกระจายรายได้เศรษฐกิจหมุนเวียนภายในชุมชน มีเศรษฐกิจพื้นฐานที่เข้มแข็ง ชาวบ้าน แรงงานกลับคืนถิ่นฐาน มีคุณภาพชีวิตที่มั่นคงและยั่งยืน ชุมชนตระหนักถึงระบบนิเวศน์สภาพแวดล้อม เกิดความร่วมมือกัน และก่อให้เกิดกิจกรรมที่ต่อเนื่อง พัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

## การแบ่งรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินโดยหลักการของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ดี

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินโดยใช้หลักการกำหนดรูปแบบของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ดี ใน 7 รูปแบบหลัก ดังนี้

1. การส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion) องค์กรจัดหาเงินทุน การช่วยเหลือในรูปแบบอื่น ๆ หรือทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อเพิ่มการตระหนักรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาสังคมบางประการ หรือเพื่อสนับสนุนการหาเงินบริจาค การเข้าร่วมหรือหาอาสาสมัครเพื่อสนองตอบต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่งองค์กรอาจเป็นผู้ริเริ่มและบริหารจัดการการส่งเสริมประเด็นสังคมด้วยตนเอง องค์กรอาจเป็นพันธมิตรรายใหญ่ในการทำกิจกรรม หรือองค์กรอาจเป็นแค่หนึ่งในสปอนเซอร์หลายๆ ราย

2. การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing) องค์กรกำหนดพันธสัญญาว่าจะบริจาครายได้เป็นร้อยละของสินค้าที่ขายได้เพื่อสนองต่อประเด็นบางประการ ส่วนมากข้อเสนอนี้จะประกาศใช้เฉพาะบางช่วงเวลา เฉพาะสินค้าบางตัวและเพื่อการกุศลเฉพาะบางเรื่อง ในกรณีนี้องค์กรมักจะจับมือกับองค์กรไม่แสวงหากำไร สร้างสัมพันธ์ภาพเพื่อผลประโยชน์ร่วมทั้งเพิ่มยอดขายสินค้าและให้ได้เงินสนับสนุนเพื่อการกุศล

3. การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) องค์กรสนับสนุนและ/หรือทำโครงการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์ในการพัฒนาสุขภาพ ประชาชน ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม หรือความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชน จุดเด่นของโครงการคือ การมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งแตกต่างจากการส่งเสริมประเด็นสังคมที่มุ่งในเรื่องการสร้างความตระหนักรู้ การหาเงินทุน หรือหาอาสาสมัครมาช่วยในโครงการ องค์กรอาจพัฒนาและจัดทำโครงการรณรงค์เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ด้วยตัวเอง แต่ส่วนใหญ่องค์กรมักจะจับมือร่วมกับหน่วยงานรัฐต่าง ๆ และ/หรือองค์กร ไม่แสวงหากำไร

4. การบริจาคตรง (Corporate Philanthropy) องค์กรบริจาคโดยตรงต่อองค์กรการกุศลหรือเพื่อสนองต่อประเด็นสังคมหนึ่ง ส่วนมากเป็นในรูปของกองทุนเงินช่วยเหลือ เงินสดและหรือวัสดุสิ่งของ กิจกรรมนี้เป็นรูปแบบที่ทำกันมาแต่ดั้งเดิม ส่วนใหญ่เป็นการตอบสนองต่อคำขอหรือเป็นกรณีพิเศษเฉพาะกาล ปัจจุบันองค์กรส่วนใหญ่กำลังถูกแรงกดดันทั้งภายในและภายนอกองค์กรให้จัดกิจกรรมนี้อย่างมีกลยุทธ์มากขึ้น โดยคัดเลือกกิจกรรมการบริจาคที่มุ่งเน้นและสัมพันธ์กับเป้าหมายธุรกิจและวัตถุประสงค์ขององค์กร

5. การอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) องค์กรสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงาน คู่ค้า และหรือ/สมาชิกแฟนไชส์ให้สละเวลาของตนเองเพื่อช่วยเหลือกิจกรรมชุมชนและสนองตอบต่อประเด็นสังคม กิจกรรมนี้อาจเป็นกิจกรรมเดี่ยว ๆ หรืออาจจัดทำ

โดยจับมือกับพันธมิตรกับองค์กร ไม่แสวงหากำไร กิจกรรมอาสาอาจเป็นกิจกรรมที่จัดโดยองค์กร หรือพนักงาน อาจเลือกกิจกรรมของตนเองและขอการสนับสนุนจากบริษัทโดยการอนุญาตให้ลาไป หรือการสร้างฐานข้อมูลพนักงานเหล่านี้เพื่อตอบแทนด้วยโครงการเพื่อพนักงานอื่น ๆ

6. ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) องค์กรสร้างข้อปฏิบัติทางธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงการลงทุนที่สนับสนุนประเด็นปัญหาสังคม ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ของชุมชนรวมถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม องค์กรอาจเป็นผู้ริเริ่มและ ปฏิบัติกิจกรรมด้วยตนเอง หรืออาจจับมือกับองค์กรอื่น ๆ

7. การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services) เป็นการใช้กระบวนการทางธุรกิจ ในการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ตลาดที่เรียกว่า The Bottom of the Pyramid (BoP) ใน ราคาที่ไม่แพง เหมาะกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในระดับฐานราก ให้สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการ เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต พร้อมกันกับเป็น โอกาสสำหรับธุรกิจในการเข้าถึงตลาดปริมาณมหาศาล จากรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ ฟิลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี ผู้วิจัย ได้วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินกิจกรรมของธนาคารออมสิน ออกเป็นรูปแบบต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2

แสดงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ด้านการส่งเสริมประเด็นสังคม(Cause Promotion)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
โครงการเพื่อพัฒนา ศูนย์โรคหัวใจ	ประชาชน	สนับสนุนโครงการเพื่อพัฒนาศูนย์โรคหัวใจ	ธนาคารออมสิน และศูนย์โรคหัวใจ
โครงการจัดสร้าง เรือตรวจการณ์ไกลฝั่งเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา (เรือ ต. ๕๕๑)	ประชาชน	สนับสนุนการผลิตสื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์พระอัจฉริยภาพด้าน การต่อเรือของพระบาท สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภายใต “โครงการจัดสร้างเรือตรวจการณ์ ไกลฝั่งเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา (เรือ ต.๕๕๑)”	ธนาคารออมสิน และกองทัพเรือ

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
สนับสนุนทุนสิริกิติ์บรมราชินีนาถ	นิสิต นักศึกษา	สนับสนุนทุนสิริกิติ์บรมราชินีนาถ ประจำปีทุกปี เพื่อสนับสนุน ผู้มีความรู้ความสามารถด้านต่าง ๆ ไปศึกษาต่อต่างประเทศในสาขาที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา ประเทศ	ธนาคารออมสิน
ประชุมสัมมนาเรื่อง “ออมสินสร้างงาน สร้างรายได้ ตึกตึก เศรษฐกิจ”	ลูกค้า ธนาคาร ออมสิน	มอบรางวัลให้กับผู้เข้าซื้อรถสามล้อ ตึกตึกที่มีการออมคิเค้นในงานประชุมสัมมนาเรื่อง “ออมสินสร้างงาน สร้างรายได้ ตึกตึก เศรษฐกิจ”	ธนาคารออมสิน
โครงการ “ปล่อยปะการังเทียม คืนบ้าน...คืนชีวิต ให้สัตว์ทะเล”	ชาวบ้าน เกาะจิก อำเภอสูง จังหวัด จันทบุรี	สนับสนุนโครงการ “ปล่อยปะการังเทียม คืนบ้าน...คืนชีวิต ให้สัตว์ทะเล” โดยปรับปรุงระบบนิเวศน์ในบริเวณ ทะเลน้ำตื้น ป้องกันแนวการกัดเซาะชายฝั่ง มอบเงินเชื่อเพื่อประกอบอาชีพ ประมง นอบทุนการศึกษา	ธนาคารออมสินและ ชาวบ้านเกาะจิก
กิจกรรมปลูกป่าและบำเพ็ญประโยชน์เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ 77 พรรษา	ทำดอกคำ	ทำกิจกรรมปลูกป่าและบำเพ็ญประโยชน์ เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ 77 พรรษา ณ บ้านทำดอกคำตำบลทำดอกคำอำเภอบึงโขงหลวงจังหวัดหนองคาย มอบเงินเชื่อเพื่อประกอบอาชีพ มอบทุนการศึกษา	ธนาคารออมสินและ ชาวบ้านทำดอกคำ



## ตารางที่ 2 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตหลัก
กิจกรรมปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติคีนธรรมชาติดูท้องทะเล	ชาวบ้านปะเหลียนจังหวัดตรัง	พนักงานธนาคารออมสินและประชาชนร่วมกิจกรรมปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติคีนธรรมชาติดูท้องทะเล เพื่อป้องกันแนวการกัดเซาะชายฝั่ง มอบสินค้าเพื่อประกอบอาชีพประมง มอบทุนการศึกษา	ธนาคารออมสินและชาวบ้านปะเหลียน
โครงการ ปลูกป่าชายเลนและดูแลสุขภาพชุมชน	ชาวบ้านปากคลองประมงจังหวัดสมุทรสาคร	พนักงานธนาคารออมสินและประชาชนร่วมกันปลูกป่าชายเลนและดูแลสุขภาพชุมชน ณ บริเวณบ้านปากคลองประมง หมู่ 8 ตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อป้องกันแนวการกัดเซาะชายฝั่ง มอบสินค้าเพื่อประกอบอาชีพประมง มอบทุนการศึกษา	ธนาคารออมสินและชาวบ้านปากคลองประมง
กิจกรรมรณรงค์เนื่องในวันขจัดความยากจนสากล	ลูกค้าธนาคารออมสิน	โดยออกบูธ เสริมการออมและจัดอบรมสร้างอาชีพเสริมเพื่อบรรเทาความยากจน พร้อมทั้งให้บริการและให้	ธนาคารออมสิน
โครงการกีฬา	สมาชิก	คำปรึกษาด้านสินเชื่อแก่ผู้มาร่วมงานธนาคาร ได้จัดสรรงบประมาณจำนวน	ธนาคารออมสินและ
ธนาคาร โรงเรียน	ธนาคารโรงเรียน	24 ล้านบาท เป็นประจำทุกปีเพื่อจัดการแข่งขันการจัดกิจกรรมฝึกอบรมครูผู้ฝึกสอนกีฬา เพื่อให้สมาชิกธนาคาร โรงเรียน มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	สมาชิกธนาคารโรงเรียน

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ	ชาวบ้านบางปู จังหวัดสมุทรปราการ	พนักงานธนาคารออมสินและประชาชนร่วมกันปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในวันแม่แห่งชาติ เพื่อถวายเป็นพระราชกุศล ป้องกันแนวการกัดเซาะชายฝั่ง มอบสิ่งของเพื่อประกอบอาชีพประมง มอบทุนการศึกษา	ธนาคารออมสินและชาวบ้านบางปู
โครงการ “สายคันน้ำ ลีนผืนป่า ถวายพ่อหลวงแม่หลวงของปวงชน”	ชาวบ้านภูหยวก อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดชัยภูมิ	พนักงานธนาคารออมสินและประชาชนร่วมกันสร้างสายคันน้ำ ลีนผืนป่า ถวายพ่อหลวงแม่หลวงของปวงชน โดยสร้างสายคันน้ำพร้อมปลูกไม้ยืนต้น ณ ภูหยวก ตำบลหนองคู อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดชัยภูมิ และมอบสิ่งของเพื่อประกอบอาชีพ มอบทุนการศึกษา	ธนาคารออมสินและชาวบ้านภูหยวก
การลงทะเบียนแก้ไขหนี้ในระบบ	ประชาชน	เปิดให้ประชาชนลงทะเบียนแก้ไขหนี้ในระบบ ณ ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่	ธนาคารออมสิน
สนับสนุนการจัดสร้างอาคารเรียนและห้องสมุด ในโรงเรียนธนาคารออมสิน	เขาวรณ และประชาชน	สนับสนุนการจัดสร้างอาคารเรียนและห้องสมุดร่มไทรทอง ในโรงเรียนธนาคารออมสิน เพื่อให้เขาวรณสามารถศึกษาค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมได้	ธนาคารออมสิน

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
การแข่งขันวิ่งผลัด มหาสมุทรคู่ มหาสมุทร ครั้งที่ 5 Sunny Ocean to Ocean Marathon @ Relay Running (Sunrise to Sunset)	ประชาชน ชุมพร และ ระนอง	พนักงานธนาคารออมสินและ ประชาชนร่วมปลูกต้นไม้ และ จัดการแข่งขันวิ่งผลัดมหาสมุทรคู่ มหาสมุทร ครั้งที่ 5 Sunny Ocean to Ocean Marathon @ Relay Running (Sunrise to Sunset) อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร ถึง อำเภอเมือง จังหวัดระนองมอบสิ้นเชื่อเพื่อ ประกอบอาชีพมอบทุนการศึกษา	ธนาคารออมสินและ ประชาชนชุมพร- ระนอง
โครงการออมสิน อาสาพัฒนาสังคม	ประชาชน	ธนาคารได้ให้แนวทางในการจัด กิจกรรมจิตอาสาภายใต้แนวคิดการ แก้ โขวิฤติ โลกร้อนด้วยการนำแนว พระราชดำริมาบูรณาการประยุกต์ ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน โดย เป็นการดำเนินการต่อเนื่องในทุกปี	ธนาคารออมสิน และ องค์กรต่างๆ
มอบรถคู่แก่โรงเรียน ธนาคารออมสินและ โรงเรียนวัดใหม่ อมครส	นักเรียน โรงเรียน บุคลากรออม สินและ	มอบรถคู่แก่โรงเรียนธนาคารออมสิน อำเภอบางสะพาน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ และ โรงเรียนวัดใหม่ อมครส กรุงเทพมหานคร ต่อโรงเรียน	ธนาคารออมสิน
	โรงเรียนวัด ใหม่อมครส	กิจการของโรงเรียนและสนับสนุน การศึกษาของเยาวชนไทย	
โครงการค่ายศิลปะ Art for All	เยาวชน และ ผู้ด้อยโอกาส	ธนาคารได้ร่วมกับมูลนิธิศิลปะเพื่อมวล มนุษย์ Art for All จัดกิจกรรมค่ายศิลปะ เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพของ เยาวชนผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนผู้พิการใน ทุกภูมิภาคอย่างรอบคอบ	ธนาคารออมสินและ มูลนิธิศิลปะเพื่อมวล มนุษย์ Art for All

ตารางที่ 3 แสดงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
ธนาคารออมสิน ฉลอง 8 รอบมอบ Jazz 8 คันทัน	ลูกค้า ธนาคาร ออมสิน	มอบรางวัล Jazz 8 คันทันแก่ผู้โชคดีที่ฝากสลากออมสินพิเศษ ระหว่างวันที่ 26 มกราคม – 30 เมษายน 2552 และได้รับการจับรางวัล	ธนาคารออมสิน
แคมเปญ“สลากออมสินพิเศษเงินฝาก...คุ้มแล้วคุ้มอีก”	ลูกค้า ธนาคาร ออมสิน	มอบรางวัลรถยนต์โตโยต้า นิจลัมรี่จำนวน 3 คัน มูลค่ารวมกว่า 4.5 ล้านบาท แก่ลูกค้าที่ฝากสลากออมสินพิเศษผู้โชคดีจากการจับรางวัล	ธนาคารออมสิน
โครงการสินเชื่อ Fast Track	ลูกค้า ธนาคาร ออมสิน	ภายใต้มาตรการปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง ธนาคารได้จัดโครงการสินเชื่อ Fast Track โดยนำสินเชื่อธนาคารประชาชน และสินเชื่อธุรกิจห้องแถวเข้าร่วมโครงการ โคนเปิดให้บริการที่สะดวกรวดเร็วกว่าเดิม	ธนาคารออมสิน
งานมหกรรมการเงิน Money Expo	ประชาชน	ออกบูธภายในงานมหกรรมการเงิน Money Expo ทุกปี ซึ่งจัดขึ้นทั้งในกรุงเทพมหานคร และส่วนภูมิภาค พร้อมทั้งให้บริการและให้คำปรึกษาคณะ	ธนาคาร ออมสินและ วารสารการเงิน
แคมเปญ “สลากออมสินพิเศษ 5 ปี แจกเบนซ์ 10 คัน”	ลูกค้า ธนาคาร ออมสิน	แจกเบนซ์ 10 คันให้ผู้โชคดีที่ฝากสลากออมสินพิเศษโดยรับฝากตั้งแต่ วันที่ 2 พฤศจิกายน 2552 – วันที่ 30 เมษายน 2553 และได้รับการจับรางวัล	ธนาคารออมสิน
ผลิตภัณฑ์ เงินฝาก 99 วัน	ลูกค้า ธนาคาร ออมสิน	ทุกยอดฝาก 50,000 บาท ธนาคารออมสินจะร่วมสมทบทุน 99 บาท เพื่อนำไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมในพื้นที่ต่าง ๆ	ธนาคารออมสิน

ตารางที่ 4 แสดงรูปแบบการดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
โครงการประกวดโรงเรียนและนักเรียนดีเด่นด้านคุณธรรมและจริยธรรม	นักเรียน	เป็นการส่งเสริมให้เยาวชนไทยทำความดี มีจิตสำนึกด้านคุณธรรม จริยธรรม และสามารถดำรงตนเป็น ผู้มีคุณธรรมจริยธรรม โดยมอบทุนการศึกษาให้เป็นประจำ	ธนาคารออมสิน และกระทรวงศึกษาธิการ
โครงการ “พอเพียงเพื่อพ่อสู่สถานศึกษา”	นักเรียน	มอบเงินสนับสนุน เพื่อเสริมสร้างคุณธรรมและจิตสำนึกที่ดีแก่เยาวชนไทยในการพัฒนาตนเอง และประเทศชาติ	ธนาคารออมสิน และกระทรวงศึกษาธิการ
โครงการ “พ.ศ. พอเพียง”	ประชาชน	สนับสนุนเงิน จำนวน 20 ล้านบาท เพื่อร่วมสร้างความรู้และความเข้าใจ ในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแก่ประชาชน จนเกิดการนำไปประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย	ธนาคารออมสิน และคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง
โครงการ “ออมสินสร้างงาน สร้างรายได้ คู่คู่กัน เศรษฐกิจ”	ลูกค้าธนาคารออมสิน	มอบรางวัลให้กับผู้เข้าซื้อรถสามล้อตุ๊กตุ๊กที่มีการออมดีเด่นในงานประชุมสัมมนาเรื่อง “ออมสินสร้างงาน สร้างรายได้ คู่คู่กัน เศรษฐกิจ”	ธนาคารออมสิน
กิจกรรมวันคล้ายวันสถาปนาธนาคารออมสิน	ลูกค้าธนาคารออมสิน	ผู้บริหารธนาคารออมสินเข้าเฝ้าฯ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์เพื่อถวายการรับฝากเงิน เนื่องในวันคล้ายวันสถาปนาธนาคารออมสิน	ธนาคารออมสิน

## ตารางที่ 4 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
โครงการธนาคารโรงเรียน	นักเรียน	เป็นการปลูกฝังนิสัยรักการออมแก่เยาวชนไทย ตลอดจนเปิดโอกาสให้เยาวชนได้เรียนรู้และมีประสบการณ์ด้านงานธนาคาร ผ่านการเป็นพนักงานธนาคาร โรงเรียน	ธนาคารออมสิน และกระทรวงศึกษาธิการ
โครงการศูนย์เรียนรู้คู่ชุมชน	เยาวชน และประชาชน	มุ่งส่งเสริมการเรียนรู้ของเยาวชนและประชาชน ปลูกฝังนิสัยรักการอ่านและเสริมสร้างคุณลักษณะที่ดีให้กับประชาชนในพื้นที่	ธนาคารออมสิน และชุมชนในพื้นที่
โครงการธนาคารชุมชน	ประชาชนชุมชน	การดำเนินงานในรูปแบบของธนาคารออมสินสาขาแต่ดำเนินการในชุมชน โดยคนในชุมชน เป็นการให้บริการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม โดยมีชุมชนเป็นเป้าหมายสำคัญ	ธนาคารออมสินและชุมชนในพื้นที่
โครงการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน	วิสาหกิจชุมชน	ความร่วมมือเชิงสมานฉันท์เพื่อพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ให้การเติบโตบนฐานเพื่อพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน	ธนาคารออมสิน ร่วมกับกรมส่งเสริมการเกษตรและมูลนิธิส่งเสริมยุทธศาสตร์ไทยฯ
วันออมแห่งชาติ 31 ตุลาคมของทุกปี	ลูกค้าธนาคารออมสิน	จัดงานวันออมแห่งชาติ 31 ตุลาคม เพื่อส่งเสริมนิสัยรักการออมแก่ประชาชนในทุกเพศทุกวัย โดยมอบกระปุกออมสินเป็นของที่ระลึก	ธนาคารออมสิน

ตารางที่ 4 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
ถวายผ้าพระกฐินพระราชทาน	วัดหลวง ในสถานที่ ต่าง ๆ	ถวายผ้าพระกฐินพระราชทานของ ธนาคารออมสิน แคว้นหลวงใน สถานที่ต่าง ๆ โดยเงินถวายบำรุง และบูรณะพระอาราม เพื่อทำนุ บำรุงพระศาสนา	ธนาคารออมสินและ วัดหลวงในสถานที่ ต่าง ๆ
โครงการกีฬา ธนาคาร โรงเรียน	สมาชิก ธนาคาร โรงเรียน	เห็นเดิมกิจกรรมธนาคาร โรงเรียน จากการออมให้มีการแข่งขันกีฬา ในธนาคาร โรงเรียน ธนาคารออม สินด้วย ส่งเสริมให้เยาวชนมี คุณภาพ รับผิดชอบในเรื่องกฎ กติกา และ มารยาทด้านกีฬา เห็นประสบการณ์ ด้านการกีฬา ส่งเสริมเข้าสู่โครงการ ช้างเผือกของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ และเป็นนักกีฬาระดับประเทศ	ธนาคารออมสิน กรมพลศึกษา กรม อาชีวศึกษา สพฐ. กระทรวงศึกษาธิการ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
โครงการประกวด คนตรีธนาคาร โรงเรียน	สมาชิก ธนาคาร โรงเรียน	พัฒนาทักษะของสมาชิกธนาคาร โรงเรียน เพิ่มเติมจากการมีกิจกรรม การออมและเพิ่มประสบการณ์การ แข่งขันด้านดนตรีและขับร้องให้ เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ ใช้เวลาว่าง	ธนาคารออมสินและ ธนาคาร โรงเรียน
		ให้เกิดประ โยชน์ส่งเสริมให้เยาวชน ได้แสดงศักยภาพที่ตนเองถนัดมี วินัย มีการบริหารจัดการตนเองให้ เกิดประโยชน์สูงสุด	

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
กิจกรรมวันเด็กแห่งชาติประจำปี	เด็ก ๆ และเยาวชน	จัดขึ้นด้วยแนวคิด “เด็กไทยหัวใจเรียนรู้” พร้อมทั้งแจกของขวัญเป็นที่ระลึกสำหรับเด็ก ๆ และเยาวชนของชาติทุกคนที่ฝากเงินกับธนาคารออมสิน	ธนาคารออมสิน

ตารางที่ 5 แสดงรูปแบบการดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน  
ด้านการบริจาคตรง (Corporate Philanthropy)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
ถวายเงินแด่สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ	ประชาชน	ทุกเกล้าฯ ถวายเงินจำนวน 500,000 บาท เมื่อสมทบทุนสร้างอาคาร 72 พรรษาบรมราชินีนาถ ณ วัดยานนาวา กรุงเทพมหานคร	ธนาคารออมสิน
โครงการเพื่อพัฒนาศูนย์โรคหัวใจ	ประชาชน	มอบเงินจำนวน 1,000,000 บาท เพื่อสนับสนุนโครงการเพื่อพัฒนาศูนย์โรคหัวใจของมูลนิธิโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้าในพระราชูปถัมภ์	ธนาคารออมสิน และ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า
สนับสนุนโครงการกรุงเทพเมืองอาหารปลอดภัย	พ่อค้าและแม่ค้าในเขตพญาไท	มอบร่มสนามพร้อมผ้ากันเปื้อนให้แก่พ่อค้าและแม่ค้า เพื่อร่วมสนับสนุนโครงการกรุงเทพเมืองอาหารปลอดภัยตามนโยบายของกรุงเทพมหานคร	ธนาคารออมสินและ กรุงเทพมหานคร



## ตารางที่ 5 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
โครงการ “ออมสิน ร่วมใจ ด้านภัย หนาว”	ผู้ประสบ ภัยใน อำเภอปาย จังหวัดแม่ ฮ่องสอน	เพื่อช่วยเหลือลูกค้าและประชาชนที่ ได้รับความเดือดร้อนจากภัยหนาว โดยการลงพื้นที่เยี่ยมเยียน พร้อม มอบผ้าห่มกันหนาว จำนวน 1,000 ผืน	ธนาคารออมสินและ กรมป้องกันและ บรรเทาสาธารณภัย กระทรวงมหาดไทย
โครงการ “ออมสิน ร่วมใจ ช่วย ผู้ประสบภัยน้ำท่วม”	ประชาชน ที่ประสบ ภัยน้ำท่วม	มอบถุงยังชีพและเงินช่วยเหลือ ลูกเงินเพื่อบรรเทาความเดือดร้อน ในเบื้องต้นแก่ลูกค้าและประชาชน ที่ประสบภัยน้ำท่วมในพื้นที่ อำเภอ หล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์	ธนาคารออมสินและ กรมป้องกันและ บรรเทาสาธารณภัย กระทรวง มหาดไทย
โครงการ ได้ชีวิต ไค- กระบือ	เกษตรกร ในจังหวัด เลย	ร่วมบริจาคเงินจำนวน 1,386,000 บาทเพื่อได้ชีวิตไคกระบือจำนวน99 ตัว ถวายเป็นพระราชกุศลแด่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่อง ในวโรกาสมหามงคลเฉลิมพระ ชนมพรรษา 80 พรรษาพร้อมมอบ ไคกระบือที่ได้รับการได้ชีวิตแก่ เกษตรกรในจังหวัดเลย	ธนาคารออมสิน ร่วมกับสถานี วิทยุแห่งชาติ มหาเถรสมาคม และ สี่เหล่าทัพ
โครงการธารน้ำใจ ออมสิน	ประชาชน	การให้ความช่วยเหลือ และบรรเทา สาธารณภัย ทั้งภัยหนาวและน้ำท่วม ด้วยการมอบถุงยังชีพและจัดหน่วย แพทย์เคลื่อนที่ เพื่อช่วยบรรเทา ความเดือดร้อนในเบื้องต้น พร้อม กับการออกมาตรการเร่งด่วนให้แก่ ลูกค้าที่ประสบภัย เช่น การพัก ชำระหนี้ ถดคอกเบี้ย	ธนาคารออมสินและ กรมป้องกันและ บรรเทาสาธารณภัย กระทรวงมหาดไทย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 5 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
มอบเงินแก่ มูลนิธิโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช	โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช 21 แห่ง	มอบเงินจำนวน 1,000,000 บาท เพื่อสมทบทุนในการจัดหาอุปกรณ์การแพทย์แก่โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช 21 แห่ง	ธนาคารออมสิน และ โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช

ตารางที่ 6 แสดงรูปแบบการดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ด้านการอาสาสมัครงานในชุมชน (Community Volunteering)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
โครงการ "สิ่งพิเศษเพื่อคนพิเศษ"	เด็กที่มี ความบกพร่องทางสติปัญญา	นำนักเรียนจากวิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต ร่วมทำกิจกรรมเพื่อช่วยนักเรียนโรงเรียนภูเก็ตปัญญาคุณ ซึ่งเป็นเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญา พร้อมมอบเงินสนับสนุน โครงการอาหารกลางวัน และอุปกรณ์กีฬา เครื่องดนตรี และอุปกรณ์ฝึกสมอง แกนนักเรียน โรงเรียนภูเก็ตปัญญาคุณ	ธนาคารออมสิน และอาชีวศึกษาภูเก็ต
โครงการออมสินอาสาพัฒนาสังคม	ประชาชน	ธนาคารได้ให้แนวทางในการจัดกิจกรรมจิตอาสาภายใต้แนวคิดการแก้ไขวิกฤติโลกพร้อมด้วยการนำแนวพระราชดำริมาบูรณาการประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน โดยเป็นการดำเนินการต่อเนื่องในทุกปี	ธนาคารออมสิน และองค์กรต่าง ๆ

## ตารางที่ 6 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
กิจกรรมปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติคีนธรรมชาติดูท่องเที่ยวทะเล	ประชาชนปะเหลียนอำเภอปะเหลียนจังหวัดตรัง	พนักงานธนาคารออมสินและประชาชนร่วมกิจกรรมปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติคีนธรรมชาติดูท่องเที่ยวทะเล มอบพันธุ์กล้าไม้ป่าชายเลน เมล็ดพันธุ์ต้นจาก มอบทุนสร้างบ้านปลา ปล่องพันธุ์สัตว์น้ำ และอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมส่งเสริมแหล่งน้ำกินให้กับชาวบ้านเกาะชุมชนหยงสตาร์	ธนาคารออมสินและสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 33
โครงการ“ตองกอยรงฟ้า ช่วยเกษตรกร 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้”	เกษตรกร 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้	จำหน่ายของจากสวนของเกษตรกร เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของชาวสวนกองกลางในช่วงที่ผลผลิตต้นตาลฯ ท่ามกลางสถานการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้น	กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์
โครงการ “ปล่อยปะการังเทียม คีนบ้าน...คีนชีวิตให้สัตว์ทะเล”	ประชาชนบ้านเกาะจิก	ธนาคารออมสินร่วมคีนชุมชนบ้านเกาะจิกจัดกิจกรรมอนุรักษ์ ฟื้นฟูธรรมชาติด้วยการนำท่อซีเมนต์มาทำเป็นปะการังเทียมจากขยะในชุมชน	ธนาคารออมสิน
		2-3 ก.ม. (จัดซื้อจากเงินทุนสนับสนุนของธนาคารออมสินที่มอบให้ชุมชน จำนวน 300,000 บาท) ซึ่งก่อให้เกิดผลดีต่อคุณภาพชีวิตและชุมชนในหลากหลายด้าน ณ บ้านเกาะจิก อำเภอขลุ้ง จังหวัดจันทบุรี	

## ตารางที่ 6 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตหลัก
โครงการ “ฝายต้นน้ำ คืนคืนป่า ถวายพ่อ หลวงแม่หลวงของ ปวงชน”	ประชาชน ภูหวก	พนักงานธนาคารและประชาชน ร่วมกันสร้างฝายต้นน้ำ คืนคืนป่า ถวายพ่อหลวงแม่หลวงของปวงชน โดยสร้างฝายต้นน้ำ จำนวน 32 ฝาย พร้อมปลูกไม้ยืนต้น จำนวน 1,000 ต้น และจัดสร้างศาลาอมสิน รวมใจ เพื่อชุมชน ภูหวก ตำบลหนองคูม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ	ธนาคารอมสิน
โครงการ ปลูกป่าชาย เลนและดูแลสุขภาพ ชุมชน	ประชาชน บ้านปลูก คลอง ประแสง หมู่ 8	ธนาคารและประชาชนร่วมกันมอบ ทุนการศึกษา อุปกรณ์กีฬาให้แก่ นักเรียนและ โรงเรียนสหกรณ์คสิกร รมาชายทะเล พร้อมมอบตำหนัก นันทน และยาตำมัญญะประจำบ้าน ให้กับผู้สูงอายุ จัดให้มีบริการตัดผม เลี้ยงอาหารกลางวัน ตรวจสุขภาพ และนวดแผนไทยให้แก่ประชาชน ในพื้นที่ พร้อมกันนี้ได้ปล่อยพันธุ์ปู น้ำและกุ้ง และมอบสินเรือเพื่อ พัฒนาชุมชนบึงแกกกลุ่มแม่บ้าน และ	ธนาคารอมสิน
กิจกรรม“การสร้าง องค์การแห่ง คุณธรรม จริยธรรม”	พนักงาน ธนาคาร อมสิน	จัดปาฐกถา เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านคุณธรรม จริยธรรม ในการดำเนินงานแก่คณะผู้บริหาร และพนักงานธนาคาร	ธนาคารอมสิน

## ตารางที่ 6 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
โครงการออมสิน รักษ์แม่...รักษ์ สิ่งแวดล้อม ปลูกป่า ชายเลน เฉลิมพระ เกียรติ	ประชาชน บางปู จังหวัด สมุทรปรา การ	พนักงานธนาคารออมสินและ ประชาชนร่วมกันปลูกป่าชายเลน เฉลิมพระเกียรติ เนื่องในวันแม่ แห่งชาติ มอบสะพานเพื่อการศึกษา ธรรมชาติป่าชายเลนให้กับศูนย์ ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก และเงิน สนับสนุนศูนย์อนุรักษ์ชายฝั่งทะเล และระบบนิเวศน์	ธนาคารออมสินและ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ กองทัพบก บางปู
การแข่งขันวิ่งผลัด มหาสมุทรคู่ มหาสมุทรSunny Ocean to Ocean Marathon @ Relay Running (Sunrise to Sunset)	ประชาชน ชุมพร และ ระนอง	พนักงานธนาคารออมสินและ ประชาชนร่วมปลูกต้นไม้และ จัดการแข่งขันวิ่งผลัดมหาสมุทรคู่ มหาสมุทร ที่อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร ถึง อำเภอเมือง จังหวัดระนองแยกเป็นกิจกรรม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมปลูกป่าปลูก ต้นไม้เพื่อลดภาวะโลกร้อน และ กิจกรรมเพื่อสังคมให้กับชุมชนใน พื้นที่	ธนาคารออมสิน ร่วมกับอำเภอพะ โต๊ะ จังหวัดชุมพร และ องค์การบริหาร ส่วนตำบลราชกรูด จังหวัดระนอง
กิจกรรมปลูกป่าและ บำเพ็ญประ โยชน์ เพื่อเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้า สิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ 77 พรรษา	ประชาชน บ้านท่า ดอกคำ	พนักงานธนาคารออมสินและ ประชาชนร่วมกิจกรรมปลูกป่าและ บำเพ็ญประ โยชน์ เพื่อเฉลิมพระ เกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ 77 พรรษา ณ บ้านท่าดอกคำ ตำบลท่าดอกคำ อำเภอบึงโขง จังหวัดหนองคาย	ธนาคารออมสิน

ตารางที่ 6 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
โครงการ “ออมสิน ส่งเสริมครอบครัวไทย ใส่ใจผู้สูงอายุ”	พนักงาน ธนาคาร ออมสิน	เนื่องในเทศกาลวันสงกรานต์ จัดให้มีพิธีรดน้ำคำหัวขอพรผู้ใหญ่ที่ชาวออมสินให้ความเคารพรักและอดีตผู้อำนวยการธนาคารออมสิน เพื่อร่วมแสดงจิตมูทิตาและสืบสานขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีงามของไทย	ธนาคารออมสิน
โครงการอุปสมบทเฉลิมพระเกียรติ	พนักงาน และลูกจ้าง ที่เข้าร่วม โครงการ	โดยพนักงานและลูกจ้างธนาคารเข้าร่วมอุปสมบทเพื่อศึกษาและปฏิบัติธรรมถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว	ธนาคารออมสิน

ตารางที่ 7

แสดงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน  
ด้านข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible  
Business Practices)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
โครงการ “ฝายคั้นน้ำ คั้นผืนป่า ถวายพ่อ หลวงแม่หลวงของ ปวงชน”	ประชาชน ภูหยา	ประชาชนร่วมกันสร้างฝายคั้นน้ำ คั้นผืนป่า ถวายพ่อหลวงแม่หลวง ของปวงชน โดยสร้างฝายคั้นน้ำ จำนวน 32 ฝาย พร้อมปลูกไม้ยืนต้น จำนวน 1,000 ต้น ณ ภูหยา ตำบล หนองคู อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดชัยภูมิ	ธนาคารออมสิน

## ตารางที่ 7 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
กิจกรรมปลูกป่าและบำเพ็ญประโยชน์เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ 77 พรรษา	ประชาชน บ้านท่า ดอกคำ	พนักงานธนาคารออมสินและประชาชนร่วมกิจกรรมปลูกป่าและบำเพ็ญประโยชน์ เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ 77 พรรษา ณ บ้านท่าดอกคำ ตำบลท่าดอกคำ อำเภอเมือง หนองคาย	ธนาคารออมสิน
โครงการ “ปล่อยปะการังเทียม คืนบ้าน...คืนชีวิต ให้สัตว์ทะเล”	ประชาชน บ้านเกาะ จิก	ธนาคารออมสินให้การสนับสนุนโครงการ “ปล่อยปะการังเทียม คืนบ้าน...คืนชีวิต ให้สัตว์ทะเล” ณ บ้านเกาะจิก อำเภอหนอง จังหวัดจันทบุรี	ธนาคารออมสิน
กิจกรรมปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติคืนธรรมชาติสู่ท้องทะเล	ประชาชน ปะเหลียน	พนักงานธนาคารออมสินและประชาชนร่วมกิจกรรมปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติคืนธรรมชาติสู่ท้องทะเล อำเภอปะเหลียนจังหวัดตรัง	ธนาคารออมสิน
โครงการ ปลูกป่าชายเลนและดูแลสุขภาพชุมชน	ประชาชน คลอง ประมง หมู่ 8	พนักงานธนาคารออมสินและดูแลสุขภาพชุมชน ณ บริเวณบ้านปากคลองประมง หมู่ 8 ตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร	ธนาคารออมสิน

ตารางที่ 7 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
การแข่งขันวิ่งผลัดมหาสมุทรสู่มหาสมุทร	ประชาชนชุมพรและระนอง	พนักงานธนาคารออมสินและประชาชนร่วมปลูกต้นไม้ และจัดการแข่งขันวิ่งผลัดมหาสมุทรสู่มหาสมุทร จากอำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร ถึง อำเภอเมือง จังหวัดระนอง	ธนาคารออมสิน
โครงการช่วยเหลือสถานประกอบการในเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ 5 จังหวัดชายแดนใต้	ผู้ประกอบการในเขตเฉพาะกิจ 5 จังหวัดชายแดนใต้	ปล่อยสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยพิเศษแก่ผู้ประกอบการ ในวงเงินรวม 200,000,000 บาท ในเขตเฉพาะกิจ 5 จังหวัดชายแดนใต้	ธนาคารออมสินและสำนักงานประกันสังคม
โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ	ประชาชนบางปู	พนักงานธนาคารออมสินและประชาชนร่วมกันปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในวันแม่แห่งชาติ ณ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก บางปู จังหวัดสมุทรปราการ	ธนาคารออมสิน
โครงการ "ห้องเรียนเคลื่อนที่ น่าใจสู้ได้"	นักเรียนโรงเรียน	มูลนิธิออมสินเพื่อสังคมมอบห้องเรียนเคลื่อนที่แก่โรงเรียนใน	มูลนิธิออมสินและธนาคารออมสิน
	ในเขตจังหวัดชายแดนใต้	เขตจังหวัดชายแดนใต้ ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบ	



ตารางที่ 8 แสดงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน ด้านการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
มหกรรมชิมสู่วิวฤดูทอเทียง เพื่อพี่น้อง 3 จังหวัดชายแดนใต้	ประชาชน 3 จังหวัดชายแดนใต้	ธนาคารออมสินร่วมกับสถาบันการเงินของรัฐ 7 แห่ง จัดงานมหกรรมชิมสู่วิวฤดูทอเทียง เพื่อพี่น้อง 3 จังหวัดชายแดนใต้	ธนาคารออมสินร่วมกับสถาบันการเงินของรัฐ 7 แห่ง
งาน “มหกรรมมันไทยแลนด์ คีเนอแมแน่ เพื่อคนไทย”	ประชาชน	ธนาคารนำผลิตภัณฑ์เงินฝากและสินเชื่อภายใต้เงื่อนไขพิเศษมาจำหน่ายพร้อมด้วยสินค้าคุณภาพดี ราคาถูกจากผู้ผลิต ซึ่งเป็นลูกค้าสินเชื่อของธนาคารมาให้บริการ รวมทั้งมีคารเนชั่นและผลิตภัณฑ์รวมจากผู้ร่วมงาน	ธนาคารออมสิน
โครงการเพิ่มทุนกองทุนหมู่บ้านและกองทุนเมือง	ลูกค้าธนาคารออมสิน	ธนาคารออมสิน โอนเงินโครงการเพิ่มทุนกองทุนหมู่บ้านและกองทุนเมือง โดยโอนเงินเพิ่มทุนทั้งสิ้น 8,695 ล้านบาท รวม 35,881 กองทุน โดยมุ่งให้กองทุนหมู่บ้านและกองทุนเมืองมีสภาพคล่องมากขึ้น	ธนาคารออมสิน
การลงทะเบียนแก้ไขหนี้ในระบบ	ประชาชน	การให้ประชาชนลงทะเบียนแก้ไขปัญหานั้นในระบบ ณ ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่	ธนาคารออมสิน

## ตารางที่ 8 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
โครงการสินเชื่อ Fast Track	ลูกค้า ธนาคาร ออมสิน	โครงการสินเชื่อ Fast Track ภายใต้ มาตรการปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง โดยนำสินเชื่อธนาคารประชาชน และสินเชื่อธุรกิจห้องแถวเข้าร่วม โครงการ	ธนาคารออมสิน
โครงการ "ตลาดนัด ออมสิน สินค้า ชุมชน"	ประชาชน	เปิดพื้นที่สำนักงานใหญ่ให้ลูกค้า ของธนาคารจำหน่ายสินค้า ในช่วง 3 วันทำการสุดท้ายของเดือน	ธนาคารออมสิน
กิจกรรมรณรงค์เมือง ในวันจัดความ ยากจนสากล	ลูกค้า ธนาคาร ออมสิน	โดยออกบูธส่งเสริมการออมและจัด อบรมสร้างอาชีพเสริมเพื่อบรรเทา ความยากจน พร้อมทั้งให้บริการ และให้คำปรึกษาลูกค้าสินเชื่อแก่ผู้ มาร่วมงาน	ธนาคารออมสิน
การพัฒนาชีวิตครู สำหรับครูที่ได้รับ เงินวิทยฐานะ กับ กระทรวงศึกษาธิการ	ข้าราชการ ครูและ บุคลากร ทางการ ศึกษา	เพื่อแก้ไขปัญหาหนี้สินและ ยกระดับคุณภาพชีวิตของครูและ บุคลากรทางการศึกษาให้ดีขึ้นตาม บันทึกข้อตกลง การพัฒนาชีวิตครู ศึกษา	ธนาคารออมสินและ กระทรวง ศึกษาธิการ
โครงการช่วยเหลือ สถานประกอบการ ในเขตพัฒนาพิเศษ เฉพาะกิจ 5 จังหวัด ชายแดนใต้	ผู้ประกอบการ ในเขต เฉพาะกิจ 5 จังหวัด ชายแดนใต้	ธนาคารออมสินปล่อยสินเชื่ออัตรา ดอกเบี้ยพิเศษแก่ผู้ประกอบการ ใน วงเงินรวม 200,000,000 บาทในเขต เฉพาะกิจ 5 จังหวัดชายแดนใต้	ธนาคารออมสินและ สำนักงาน ประกันสังคม

ตารางที่ 8 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
โครงการพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิต	ประชาชนชุมชน	ธนาคารออมสินพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตแก่ประชาชนและชุมชนในระดับฐานรากให้เข้มแข็ง ด้วยการให้สินเชื่อ ควบคู่กับการให้ความรู้และพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ รวมทั้งสนับสนุนเงินทุนแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สถาบันการเงินชุมชน และกลุ่มสหกรณ์ พร้อมจัดการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาด้านการพัฒนากิจกรรมด้านการบริหารจัดการ และจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ประชาชนและกลุ่มองค์กรชุมชน ด้วยหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	ธนาคารออมสิน ร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สถาบันการเงินชุมชน และกลุ่มสหกรณ์
การรवानออมสินเพื่อประชาชน	ประชาชน	การรवानออมสินเพื่อประชาชนออกให้บริการด้านการเงินแก่ประชาชนทั่วประเทศเพื่อบรรเทาผลกระทบทางเศรษฐกิจแก่ประชาชนในระดับฐานราก	ธนาคารออมสิน
โครงการยุทธศาสตร์อยู่ดีมีสุขระดับจังหวัด	ประชาชนในระดับฐานราก	เป็นการบรรเทาความเดือดร้อนแก่ประชาชนในระดับฐานราก ด้วยการสนับสนุนด้านแหล่งเงินทุนเพื่อการประกอบอาชีพ และการปลดภาระหนี้สินนอกระบบ	ธนาคารออมสิน ร่วมมือกับกระทรวงการคลัง

## ตารางที่ 8 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวอย่างกิจกรรม	พันธมิตรหลัก
โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการพลเรือนสามัญและลูกจ้างประจำสังกัดกรมสรรพากร	ข้าราชการและลูกจ้างประจำสังกัดกรมสรรพากร	การพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการซึ่งกรมสรรพากรเป็นหน่วยงานนำร่องในการแก้ไขปัญหานี้สิน และยกระดับคุณภาพชีวิตของข้าราชการไทย	ธนาคารออมสินและกรมสรรพากร
โครงการธนาคารประชาชน	ประชาชน	เป็นการให้บริการด้านสินเชื่อสมาชิกของโครงการสามารถขอสินเชื่อ เพื่อไปลงทุนหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน ในการประกอบอาชีพ	ธนาคารออมสิน
โครงการสถาบันการเงินชุมชน	ประชาชน	เพื่อขยายโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ห่างไกล ได้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งทุนและการบริการทางการเงินในรูปแบบที่มีมาตรฐานมีความมั่นคงเชื่อถือได้ โดยการขยายสาขาของธนาคารออมสิน ให้กระจายครอบคลุมในทุกพื้นที่ของประเทศ	ธนาคารออมสินและชุมชน
โครงการ เช่าซื้อรถยนต์รับจ้างสามล้อเอ็นจีวี	ผู้ประกอบการรับจ้าง	นอกจากสนับสนุนด้านสินเชื่อตามโครงการ ธนาคารยังมุ่งส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพแก่สมาชิก โดยการจัดอบรมและสัมมนาอย่างต่อเนื่องเพื่อ	ธนาคารออมสินและผู้ประกอบการอาชีพ
		สร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการดูแลซ่อมบำรุงรถ การใช้พลังงานเอ็นจีวี การฝากเงินเพื่อชำระค่างวด รวมทั้งสิทธิประโยชน์ต่างๆ อาทิ กรมธรรม์ประกันภัย การจัดหางานพิเศษ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในกลุ่มสมาชิก	

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ธนาคารออมสินมีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมตามหลักการของฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ที ครบทั้ง 7 รูปแบบ ได้แก่

1. การส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion)
2. การตลาดเกี่ยวกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing)
3. การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing)
4. การบริจาคตรง (Corporate Philanthropy)
5. การอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering)
6. ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices)

Business Practices)

7. การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินกิจกรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินพบว่า ธนาคารออมสิน ได้จัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับกิจกรรมเพื่อสังคมที่ครอบคลุมทั้งด้านกิจกรรมเพื่อพระเกียรติ กิจกรรมส่งเสริมเด็กและเยาวชน กิจกรรมช่วยเหลือประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ การสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ กิจกรรมพิเศษ กิจกรรมวันสถาปนาธนาคารออมสิน กิจกรรมวันออม กิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ กิจกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก กิจกรรมส่งเสริมการออม และกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งกิจกรรมในแต่ละด้านมีการดำเนินการในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป โดยรูปแบบกิจกรรมที่โดดเด่นมากที่สุด คือการส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion) และกิจกรรมที่โดดเด่นรองลงมา คือการพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services)

การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) และการอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) ตามลำดับ ส่วนการตลาดเกี่ยวกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing) เป็นกิจกรรมที่ธนาคารดำเนินการน้อยที่สุดเนื่องจากธนาคารออมสินมิได้มุ่งที่จะบริจาครายได้เป็นร้อยละของสินค้าที่ขายได้เพื่อสนองต่อประเด็นบางประการแต่ธนาคารออมสินจะตั้งเงินงบประมาณประจำปีเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อให้กิจกรรมสามารถดำเนินการด้วยความต่อเนื่องทุกปี โดยที่ไม่ต้องสัมพันธ์กับผลกำไรจากการประกอบกิจการของธนาคาร เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสังคมโดยเน้นหลักการให้เปล่าที่แท้จริง

ส่วนประเด็นหลักที่ธนาคารให้ความสำคัญในการนำมาดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม คือ ประเด็นกิจกรรมส่งเสริมเด็กและเยาวชน จะเห็นได้ว่ากิจกรรมต่าง ๆ ที่ธนาคารได้ดำเนินการจะต้องมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเยาวชน เนื่องจากธนาคารตระหนักว่าเยาวชนเป็น

ทรัพยากรที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ การสร้างเยาวชนให้มีคุณภาพมีจิตอาสาที่ทำประโยชน์ให้แก่ชุมชนของตนเองและชุมชนอื่น ๆ เป็นจุดเริ่มต้นที่จะทำประโยชน์ในระยะยาว ประเด็นรองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อม แต่สิ่งที่ผู้วิจัยค้นพบและสามารถสรุปได้เพิ่มเติม นอกเหนือจากการแบ่งรูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตามหลักการของฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี คือ ธนาคารออมสินมีการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ อันเกี่ยวเนื่องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งเป็นสถาบันที่คนไทยทุกคนให้ความเคารพ เทิดทูน และแสดงออกซึ่งความจงรักภักดี เพื่อสนองพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์ ดังจะเห็นได้จากคำกล่าวของผู้อำนวยการธนาคารออมสินที่ว่า

“ธนาคารออมสินเป็นส่วนหนึ่งในการน้อมรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณ และถวายสวามนัจจะภักดีด้วยการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยกิจกรรมหนึ่งที่ต้องจารึกไว้ในประวัติศาสตร์ของธนาคาร ได้แก่ การที่ธนาคารได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในการเสด็จพระราชดำเนินทรงเป็นประธานในพิธีเททองหล่อ พระยอดธง พระกริ่ง และพระชัยวัฒน์รุ่น “มหाराช 80 พรรษา” ที่ธนาคารออมสินน้อมถวายหรือมอบสนับสนุนดำเนินการจัดสร้างขึ้น เพื่อร่วมเฉลิมพระเกียรติ และเพื่อนำพระยอดธงไปมอบให้แก่ทหาร ตำรวจที่ปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่จังหวัดชายแดน เพื่อสักการบูชา สร้างขวัญและกำลังใจ โดยน้อมนำรายได้จากกำไรจัดสร้างทูลเกล้าฯ ถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวโดยเสด็จพระราชกุศลตามพระราชอัธยาศัย นอกจากนี้ธนาคารยังได้จัดทำกระปุกออมสินเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา มอบให้แก่ลูกค้าที่มาฝากเงินในวันออมแห่งชาติ ดำเนินโครงการอุปสมบทเฉลิมพระเกียรติ โดยมีพนักงานและลูกจ้างธนาคารเข้าร่วมโครงการเพื่อศึกษาและปฏิบัติธรรม ดำเนินโครงการประกวด โรงเรียนและนักเรียนดีเด่นด้านคุณธรรมและจริยธรรมร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการต่อเนื่องเป็นเวลา 10 ปี ผลักดันโครงการ “พ.ศ.พอเพียง” พร้อมนำเรื่องราวชีวิตจริงของลูกค้าธนาคารมาถ่ายทอดเป็นภาพยนตร์ โดยฉายเป็นชุด “เสริมรอยพอเพียง คือ ความพอดีแห่งชีวิต” และร่วมกับกรุงเทพมหานครและสถาบันการเงิน 15 แห่งดำเนินโครงการบัญชีเงินออมเพื่อชีวิตพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว” (เลอศักดิ์ จุลเทศ 2553)

**การให้ความหมายและรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินในมุมมองของลูกค้า**

**1. การให้ความหมายและรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินที่ลูกค้าทราบ**

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยอาศัยวิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก ทำให้ผู้วิจัยได้พบข้อมูลคำตอบของการวิจัย ที่คณะคือรูปแบบกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของ

ลูกค้าธนาคารออมสินใน 7 รูปแบบหลักตามรูปแบบของ พิธีลิลิ คอตเตอร์ และแนนซี่ ลี ที่ลูกค้าธนาคารรับรู้รับทราบ มีดังนี้

1.1 การส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion) ธนาคารจัดหาเงินทุน การช่วยเหลือในรูปแบบอื่น ๆ หรือทรัพยากรต่าง ๆ ของธนาคารเพื่อเพิ่มการตระหนักรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาสังคมบางประการ หรือเพื่อสนับสนุนการหาเงินบริจาค การเข้าร่วมหรือหาอาสาสมัคร เพื่อสนองตอบต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่ง ธนาคารอาจเป็นผู้ริเริ่มและบริหารจัดการส่งเสริมประเด็นสังคมด้วยตนเอง ธนาคารอาจเป็นพันธมิตรรายใหญ่ในการทำกิจกรรม หรือธนาคารอาจเป็นแค่หนึ่งในสปอนเซอร์หลาย ๆ ราย ซึ่งลูกค้าและพนักงานธนาคารออมสินได้ให้ความคิดเห็นต่อกิจกรรมการส่งเสริมประเด็นสังคมของธนาคาร ดังนี้

“สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินเป็นองค์ประธานในพิธีเปิดงาน “ทพมยุวเกษตรกรรมต้นกล้าเศรษฐกิจพอเพียงระดับชาติ ปี 2551 และ โครงการคโมสรต้นกล้าเศรษฐกิจพอเพียง ณ หอประชุมใหญ่ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก โดยทรงพระราชทานเข็มที่ระลึกให้กับ รองผู้อำนวยการธนาคารออมสินอาวุโส และคณะผู้บริหาร ธนาคารออมสิน ด้วยธนาคารออมสินเป็น 1 ใน 5 องค์กรภาคีความร่วมมือโครงการคโมสรต้นกล้าเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเทิดพระเกียรติและถวายบังคมเกล้าพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสปีมหามงคล 80 พรรษา และทรงเจริญพระชนมายุ 7 รอบ 84 พรรษา สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้เสด็จทอดพระเนตรนิทรรศการธนาคาร โรงเรียนธนาคารออมสิน ซึ่งจัดแสดงภายในงาน พร้อมทรงส่งพระนามาภิไธยและทรงใส่เหรียญที่ระลึกออมสินธนาคาร โรงเรียนออมสินด้วย งานดังกล่าวจัดขึ้นเพื่อเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และปลูกฝังให้ยุวเกษตรกร เด็กและเยาวชน ดำเนินชีวิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีการรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม รวมทั้งส่งเสริมการทำงานระดับภาคีเครือข่ายกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มาใช้บูรณาการให้เกิดประโยชน์ ซึ่ง ยุวเกษตรกร เด็กและเยาวชน ทำกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การเสวนาเรื่อง “ความรู้คู่คุณธรรม” การอบรมหลักสูตรการเรียนรู้ร่วมกันแบบมีเข็มทิศมุ่งสู่วิถีเศรษฐกิจพอเพียงและกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์” (เสริมศรี เหมือนสิงห์ 2553)

“สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พระราชทานพระราชวโรกาสให้รองผู้อำนวยการธนาคารออมสินอาวุโส เข้าเฝ้าฯ ทูลเกล้าฯ ถวายเงิน จำนวน 100,000 บาท สมทบทุนมูลนิธิรางวัลสมเด็จพระเจ้าฟ้ามหิดล ในพระบรมราชูปถัมภ์ พร้อมรับพระราชทานของที่ระลึก ณ อาคารชัยพัฒนา สวนจิตรลดา” (ชลิตา ศรีลาจันทร์ 2553)

“มีผู้แทนจากชาวบ้าน 13 หมู่บ้าน ในตำบลหนองคูณและผู้แทนจากกองพันทหารช่างที่ 22 มาร่วมกันสร้างฝายตามแนวลำห้วย และปลูกต้นไม้ ในอาวบาบริเวณพื้นที่คันน้ำเพื่อฟื้นฟูพื้นที่

นอกจากกิจกรรมสร้างฝายและปลูกป่าบริเวณต้นน้ำลำธาร แล้วยังได้ร่วมสนับสนุนให้ประชาชนในพื้นที่ปลูก คั้นตุลาลิปคัสในพื้นที่ตำบลหนองตม โดยธนาคารออมสิน สนับสนุนการขยายพื้นที่สำหรับการปลูกต้น ตุลาลิปคัสอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญในพื้นที่ สำหรับกิจกรรมสร้างฝายในพื้นที่ ต้นน้ำลำธารบนผืนป่าภูหลวง ที่ในอนาคตจะกลายเป็นแหล่งต้นน้ำที่อุดมไปด้วยความชุ่มชื้นและแมกไม้มานานาชนิดที่เกิดจากความร่วมมือร่วมใจของชาวบ้าน กรมทหารช่างที่ 22 และชาวออมสิน จะทำหน้าที่เป็นแหล่งต้นน้ำที่ให้น้ำตลอดทั้งปี ให้ชาวบ้านได้ใช้ประโยชน์ และเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจสำหรับประชาชนในพื้นที่ ด้วยศักยภาพด้านทิวทัศน์ ที่มีความสวยงามหากเดินขึ้นไปสู่จุดชมวิว และเมื่อสัมฤทธิ์ผลของการสร้างฝายและการปลูกต้นไม้เกิดขึ้น เชื่อแน่ว่าพื้นที่ต้นน้ำภูหลวง จะทำหน้าที่ผลิต น้ำให้กับประชากรได้อย่างยั่งยืน”(บุษรา เอี่ยมแสน 2553)

1.2 การตลาดความเกี่ยวข้องประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing) ธนาคารกำหนด

พันธสัญญาว่าจะบริจาครายได้เป็นร้อยละ ของสินค้าที่ขายได้เพื่อสนับสนุนต่อประเด็นบางประการ ส่วนมาขอเสนอแนะจะประกาศใช้เฉพาะบางช่วงเวลาหรือสินค้าบางตัวและเพื่อการกุศลเฉพาะบางเรื่อง ในกรณีนี้ธนาคารมีจุดจะจับมือกับองค์กรไม่แสวงหากำไร สร้างทีมพันธมิตรภาพเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันทั้งเพิ่มยอดขายสินค้าและรายได้ของมูลนิธิสนับสนุนเพื่อการศึกษา ซึ่งธนาคารออมสินได้ให้ความสำคัญเห็นต่อกิจกรรมการตลาดเกี่ยวกับประเด็นสังคมของธนาคารดังนี้

“นโยบายการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน ด้วยความสนับสนุนให้ประชาชนมีรายได้ อย่างทั่วถึงและยั่งยืน เป็นนโยบายที่ธนาคารออมสินให้ความสำคัญมาโดยตลอด ซึ่งในการแก้ไขปัญหาความยากจนทางธนาคารนั้น ได้มุ่งเน้นการสร้าง ความมั่นคงด้านรายได้ให้แก่ครัวเรือนที่ใช้ทรัพยากร ในท้องถิ่นเป็นสำคัญ ภายใต้การบริหารจัดการแนวทางและกิจกรรมที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด เพื่อให้คนในท้องถิ่นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น พึ่งพาตนเองได้ โดยยังคงไว้ซึ่งภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น และจุดนี้จะเป็นส่วนสำคัญที่จะ

**พลัง นวัตกรรมที่ก้าวระดับปริญญาตรี**



ภาพที่ 62 ภาพแสดงผู้ให้สัมภาษณ์หัวข้อการตลาดเกี่ยวกับประเด็นสังคม



“ตอนนี้สังคมไทยจะบริโภคมามากกว่าออม และไม่ค่อยเกื้อกูลกันเหมือนแต่ก่อน ซึ่งถือเป็นสิ่งที่ต้องช่วยกันแก้ไข สิ่งที่เราจะทำ คือ ลงสู่ชุมชน ช่วยพูดและแนะนำวิธีการแก้ปัญหา หลาย ๆ ชุมชนมีปัญหาเรื่องการเป็นหนี้ระบบเยอะ เราจึงส่งเสริมให้มีการออม ในชุมชนมีการตั้งกลุ่ม เพื่อให้ชุมชนได้พึ่งพาตนเอง และเป็นรากฐานที่ดีให้ลูกหลานในอนาคต แต่ถ้าไม่พอก็ให้ไปขอความช่วยเหลือจากสถาบันทางการเงิน ดังเช่น ธนาคารออมสิน ซึ่งถือว่าโชคดีที่ธนาคารออมสินเข้ามาช่วยเหลือให้คำปรึกษา และแนะนำด้านการบริหาร การจัดการ ทำให้กลุ่มที่ตั้งขึ้น และชาวบ้านสามารถพัฒนาไปในทิศทางที่ดี การปล้นจี้ ลักเล็กขโมยน้อย การเดาวิชาเอาเปรียบกันก็ลดลง สังคมก็ร่มเย็นเป็นสุข ประเทศก็มั่นคงขึ้น” (พระอาจารย์สุบิน ปณีโต 2553)

1.3 การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) ธนาคารสนับสนุน และ/หรือทำโครงการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมชุมชนในการพัฒนาสุขภาพ ประชาชน ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม หรือความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชน รูปแบบของโครงการคือ การมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยน พฤติกรรม ซึ่งแตกต่าง จากการส่งเสริมประเพณีที่ดีที่มีอยู่ในเรื่องการสร้างความตระหนักรู้ การหาเงินทุน หรือหาอาสาสมัครช่วยงานในโครงการ ขององค์กร อาจพัฒนาและจัดทำโครงการรณรงค์ เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ด้วยตนเอง แต่ส่วนใหญ่แล้วองค์กรมักจะร่วมมือร่วมกับหน่วยงานรัฐต่าง ๆ และ/หรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ซึ่งทุกฝ่ายธนาคารออนไลน์ ได้ให้ความคิดเห็นต่อกิจกรรม การตลาดเพื่อสังคมขององค์กรของธนาคาร ดังนี้

“พวกเราเคยตั้งกลุ่มมานานแล้วครั้งหนึ่งเคยเป็นอันต้องล้มเลิกไป พอปี 2540 คัดสินใจตั้งกลุ่มกันใหม่ โดยคราวนี้ได้มีธนาคารออมสินมาให้คำปรึกษาเรื่องการทำบัญชี การวางระบบ กลุ่มจึงเป็นรูปเป็นร่างขึ้น ต่อมาเกิดวิกฤตน้ำมันแพง และราชการประกาศ ห้ามทำอวนรุนในเขต 3 กิโลเมตรนับจากขอบน้ำชายฝั่ง ชาวบ้านจึงต้องหาอาชีพใหม่ ทางกรมประมง กระทรวงเกษตรฯ กับธนาคารออมสิน ก็ส่งพวกผมไปเรียนเลี้ยงหอยนางรม ผู้เลี้ยงหอยนางรมจึงยอมให้ผมเข้าไปสอนเพื่อช่วยเหลือผู้เลี้ยงหอยนางรมให้คำปรึกษาตลอด ทำให้กลุ่ม มีอาชีพที่มีมั่นคงและกินคืออยู่ดีกินดีจนหน้า ซึ่งถ้าไม่ได้ธนาคารออมสิน เราก็คงไม่มีวันนี้ได้ครับ” (คณกร พลาขรรค์ 2553)



ภาพที่ 63 ภาพแสดงผู้ให้สัมภาษณ์หัวข้อการตลาดเพื่อสังคมขององค์กร

“กลุ่มแม่บ้านของเราเห็นกลุ่มเกษตรกรประมงพันท้ายนรสิงห์ เดิบ โดตี จึงเริ่มต้นจากการออมก่อนให้แข็งแรง แล้วค่อยยื่นกู้กับธนาคารออมสิน หลัก ๆ เอามาซื้อเครื่องมือทำประมง ซื้อไม้ปักหอย อวน เรือ คนทุกวัย ในหมู่บ้านมีอาชีพมีราย ได้จากการเลี้ยงหอย ต้องขอขอบคุณธนาคารออมสิน มีบ้านได้ก็เพราะธนาคารออมสิน เจ็บไข้ก็มีเงินสำรอง การออมทำให้ชีวิตเปลี่ยนไปเยอะ เจ้าหน้าที่ออมสินก็เข้ามาดูแลตลอดห่วงใยมากค่ะ” (พงษ์ หอมทอง 2553)

1.4 การบริจาคตรง (Corporate Philanthropy) ธนาคารบริจาคโดยตรงต่อองค์กรการกุศล หรือเพื่อสนองต่อประเด็นสังคมหนึ่ง ส่วนมากเป็นในรูปของกองทุนเงินช่วยเหลือ เงินสดและหรือ วัสดุสิ่งของ กิจกรรมนี้เป็นรูปแบบที่ทำกันมาแต่ดั้งเดิม ส่วนใหญ่เป็นการตอบสนองต่อคำขอ หรือเป็นกรณีพิเศษเฉพาะกาล โดยคัดเลือกกิจกรรมการบริจาคที่มุ่งเน้นและสัมพันธ์กับเป้าหมาย ธุรกิจและวัตถุประสงค์ของธนาคาร ซึ่งถูกตั้งธนาคารออมสิน ได้ให้ความคิดเห็นต่อกิจกรรมการบริจาคตรงของธนาคาร ดังนี้

“ทุกองคาพยพของธนาคารออมสินในพื้นที่ เริ่มเคลื่อนไหวได้อย่างดี กลมกลืนกับสังคมที่นี้ สร้างความสุข ในขณะที่สังคมในส่วนหนึ่งขอจับกับสถานการณ์ แต่เราก็ยังมีน้ำใจจากออมสินเข้ามาดูแลใคร่ครวญ” (ชาลิมา มินฮาร์ 2553)

“ธนาคารออมสินและมูลนิธิออมสินเพื่อสังคม ได้ให้ความสำคัญในการดูแลเด็ก และเยาวชนในพื้นที่ที่ประสบปัญหาความไม่สงบ ห้องเรียนเคลื่อนที่น้ำใจสู้ได้ นี้ เป็นห้องเรียนชั่วคราวที่จะช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนเบื้องต้นในระหว่างที่การก่อสร้างอาคารเรียนหลังใหม่ที่ยังไม่แล้วเสร็จและเพื่อให้การเรียนการสอนของโรงเรียนที่ประสบเหตุดังกล่าว เป็นไปอย่างต่อเนื่อง อันจะเป็นการเสริมสร้างขวัญกำลังใจให้กับนักเรียน ครู ตลอดจนบุคลากรทางการศึกษาในพื้นที่ ซึ่งเราก็มองว่าโครงการห้องเรียนเคลื่อนที่น้ำใจสู้ได้ นี้จะเป็นจุดเริ่มต้นให้องค์กรอื่น ๆ ได้ดำเนินการเพื่อให้ความช่วยเหลือในปัญหาด้านอื่น ๆ ที่ยังไม่มีผู้ใดเข้ามาดูแลต่อไป” (มานิต สุชาพร 2553)

**พลังนิเวศวิทยาการศึกษา ระดับปริญญาตรี**  
 “ตั้งแต่ปี ๒๕๕๓ วิทยาลัยฯ ให้มีโปรแกรมสีเขียวขึ้น (โปรแกรมสีเขียว ที่มีการกำหนดค่าคะแนนมากขึ้นแตกต่างกัน) การสนับสนุนการทำปะการังเทียมของธนาคารออมสิน จึงเป็นโครงการที่เป็นประโยชน์ และให้ผลตอบแทนคุ้มค่าต่อพี่น้องประชาชน โดยเฉพาะพี่น้องชาวประมงสามารถทำประมงจากอุปกรณ์พื้นบ้านได้ซึ่งเป็นการทำประมงเชิงอนุรักษ์ ได้มากขึ้นส่งผลให้มีราย ได้เพียงพอต่อการยังชีพ และยังได้ดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่งไปด้วยกันขอบคุณธนาคารออมสินเป็นอย่างมากที่เดินทางมาจัดกิจกรรมดี ๆ ให้กับชุมชนของเรา” (อิสมาแอ บากา 2553)

“ขอขอบคุณที่ธนาคารออมสินได้ให้การช่วยเหลือชาวบ้านที่ได้รับความเดือดร้อนจากน้ำท่วม วิกฤติ ดินถล่ม บ้านพัง หลังคาเปิด ได้รับความเสียหายอย่างมาก รู้สึกซาบซึ้งกับความช่วยเหลือของธนาคารออมสินเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน

ขอขอบคุณอย่างแรงเลย และอย่างมาก ๆ เลย โดยส่วนตัวรู้สึกดีใจที่เห็นธนาคารออมสินให้การช่วยเหลือชาวบ้าน บอกกับลูกเลยว่า ธนาคารออมสินเป็นธนาคารที่อยู่เคียงคู่ประชาชน เปรียบเหมือนญาติที่คอยให้การช่วยเหลือดูแลเราตลอดเวลา ขอให้เราทุกคนที่เป็นลูกค้ำของธนาคาร มีความซื่อสัตย์ มีวินัยในการใช้จ่ายเงิน มีวินัยในการชำระหนี้ ขอให้ธนาคารออมสินอยู่เคียงคู่ประชาชนตลอดไป”(เหมี๊าะ มาแจะนะะ 2553)



ภาพที่ 64 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมและสื่ให้คนภายนอกในหัวข้อการบริจาคตรง

1.5 การอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) ธนาคารสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงาน คู่ค้าและหรือสมาชิกเฟรนไชส์ในแต่ละเวลาของตนเองเพื่อช่วยเหลือกิจกรรมชุมชนและสนับสนุนต่อประเด็นสังคม กิจกรรมนี้อาจเป็นกิจกรรมเดี่ยว ๆ หรืออาจจัดทำโดยจับมือกับพันธมิตรกับองค์กรไม่แสวงหากำไร กิจกรรมอาสาอาจเป็นกิจกรรมที่จัดโดยองค์กรหรือพนักงาน อาจเลือกกิจกรรมของตนเองและขอการสนับสนุนจากบริษัทโดยการอนุญาตให้ลาไปหรือการสร้างฐานข้อมูลพนักงานเหล่านี้เพื่อตอบแทนด้วยโครงการเพื่อพนักงานอื่น ๆ ซึ่งลูกค้ำ

ธนาคารออมสินได้ให้ความสำคัญเห็นต่อกิจกรรมการอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชนของธนาคาร ดังนี้

### ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

เป็นกิจกรรมที่มีทั้งความบันเทิงและให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมเป็นกิจกรรมออมสินและเยาวชนจากเมืองหลวงที่ได้เดินทางไกลมาร่วมทำกิจกรรมดี ๆ และร่วมแบ่งปัน ความรัก ความอบอุ่นให้กับน้องในถิ่นไกลภายใต้ชื่อ โครงการ 'ออมสินชวนน้องรักษ์สิ่งแวดล้อมบนเกาะกูด' ณ โรงเรียนบ้านอ่าวพร้าว อำเภอเกาะกูด จังหวัดตราด โรงเรียนแห่งสุดท้ายที่ปลายทะเลตะวันออกของไทย เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ได้ตอบแทนสังคมคืนกลับสู่สังคมด้วยการชวนน้อง ๆ เยาวชนที่มีจิตอาสาจาก 'ชมรมเกษตรลำพู' ย่านบางลำพู มาร่วมทำกิจกรรมสร้างสรรค์กับนักเรียนโรงเรียนบ้านอ่าวพร้าว ซึ่ง ธนาคารออมสินหวังว่า การเป็นส่วนหนึ่งของการ สนับสนุน และสร้างโอกาสผลักดันกิจกรรมสร้าง สิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับโรงเรียนเล็ก ๆ ในชุมชนหนึ่งจะทำให้สังคมน่าอยู่มากยิ่งขึ้น รวมทั้งยังเป็นการสร้าง

แรงบันดาลใจให้กับเด็ก ๆ ในการหันมาดูแลและใส่ใจ สิ่งแวดล้อมในชุมชนอีกด้วย” (สมักร์ รุ้รักดี 2553)

“ธนาคารออมสิน เป็นธนาคารของรัฐ ได้มีส่วนสนับสนุนการแก้ไขปัญหาหนี้สินของผู้ที่มีรายได้น้อย และประกอบอาชีพตามชุมชนต่าง ๆ ให้มีโอกาสได้ใช้บริการทางการเงินกับธนาคารออมสิน โดยง่าย แต่สิ่งสำคัญที่ธนาคารออมสินกำลังดำเนินการอยู่ในขณะนี้ก็คือ การให้ความรู้ทางการเงินเพื่อพัฒนาบุคลากรของชุมชนที่ขึ้นอาสาเข้ารับการอบรมเป็นที่ปรึกษาทางการเงินประจำหมู่บ้านที่เรียกว่าหมอนหิน “หมอนหิน” ก็คือ บุคคลที่ขึ้นอาสาด้วยความสมัครใจ และสามารถอุทิศเวลาในการปฏิบัติงานเป็นที่ปรึกษาทางการเงินแก่บุคคลในชุมชนของตนเอง ประกอบสัมมาอาชีพ คนในชุมชนเชื่อถือ เพื่อช่วยเหลือการบริหารทางการเงินแก่ครัวเรือนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต่อไป” (พรชัย ขวัญสกุล 2553)

1.6 ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) ธนาคารสร้างข้อปฏิบัติทางธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงการลงทุนที่สนับสนุนประเด็นปัญหาสังคมต่างๆ เพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ของชุมชนรวมถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ธนาคารอาจเป็นผู้ริเริ่มและปฏิบัติกิจกรรมด้วยตนเอง หรืออาจจับมือกับองค์กรอื่น ๆ ซึ่งถูกค้าธนาคารออมสินได้ให้ความคิดเห็นต่อกิจกรรมข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคาร ดังนี้

“ผู้บริหารและพนักงาน ลงพื้นที่เข้าไปศึกษา คอลอกกับชาวบ้านในชุมชนนั้น ๆ จนมีความสัมพันธ์และมีมิตรภาพที่ดีต่อกัน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อันนำมาซึ่งการรับรู้สภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริง ธนาคารออมสิน ได้เข้าไปมีส่วนร่วมเติมเต็มดูแลวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงสิ่งแวดล้อมของชุมชน ทำให้ ชุมชนนั้น ๆ สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีเศรษฐกิจพื้นฐานที่เข้มแข็งชาวบ้านมีคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืนและยังยืนธนาคารออมสิน ได้เลื่อมใสในความริ้วการบ้านปลา ไปถ่ายโอนความรู้ให้กับชุมชนเกาะหยงสศาร์ พร้อมนำผู้นำชุมชนลงพื้นที่ไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการพัฒนาคุณภาพที่โครงการบ้านปลา จึงได้เกิดโครงการ พี่สอนน้องทำปะการังเทียม โดยการนำของผู้อำนวยการธนาคารออมสิน” (ขงยุทธ ขาวดี 2553)

“ธนาคารออมสินร่วมกับชุมชนบ้านเกาะจิก จัดกิจกรรมเพื่ออนุรักษ์ฟื้นฟูธรรมชาติชายฝั่ง โดยเริ่มเข้าไปดำเนินการ ปล่อยปะการังเทียม คืนบ้าน คืนชีวิต ให้สัตว์ทะเลบ้านเกาะจิก ตำบลบางชัน อำเภอลาดหญ้า จังหวัดจันทบุรี ด้วยการนำท่อซีเมนต์มาทิ้งในทะเลห่างจากชายฝั่งเกาะประมาณ 2-3 กม. ก่อให้เกิดผลดีต่อคุณภาพชีวิตและชุมชนในหลายด้าน พื้นที่ทะเลที่เกาะจิกซึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำการประมงที่เรียกกันว่าประมงพื้นบ้านคือการออกเรือเล็กเพื่อไปวางลอบปลา ปูม้า ปลาหมึก และการทำอวนลอยกุ้งและอวนลอย

ปลาทะเลเมื่อก่อนเคยอุดมสมบูรณ์มีสัตว์ทะเลอาศัยอยู่จำนวนมาก ในช่วง 6-7 ปีที่ผ่านมา  
ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลและระบบนิเวศถูกทำลายลงจากเครื่องมือประกอบการประมง  
ขนาดใหญ่ ที่ใช้เครื่องมือประมงที่มีลักษณะการทำลายล้าง เช่น เรืออวนขนาดใหญ่ เรืออวนลากคู่  
เรืออวนลากแขก ส่งผลให้ปริมาณสัตว์น้ำลดลงมากและบางชนิดสูญพันธุ์” (ณรงค์ชัย  
เหมสุวรรณ 2553)



ภาพที่ 65 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมในชุมชนที่ส่งเสริมธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม  
1.7 การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก  
(Developing and Delivering Affordable Products and Services) ธนาคารได้ใช้กระบวนการทาง  
ธุรกิจในการคิดและจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ลูกค้า ในราคาที่ไม่แพงเท่ากับกำลังซื้อของ  
ผู้บริโภคในระดับฐานราก ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต  
ตัวอย่างกิจกรรมที่ลูกค้าธนาคารรับไว้รับทราบ ซึ่งลูกค้าธนาคารออมสิน ได้ให้ความคิดเห็นต่อ  
กิจกรรมการพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก ของ  
ธนาคาร ดังนี้

### ผลงานวิทยุนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

“ได้ข่าวว่ามี โครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน ประกอบกับคอนันัน

สนใจอาชีพนวดแผนโบราณ เห็นว่า เป็นธุรกิจที่กำลังเป็นที่นิยม และพอดีเห็นเพื่อน ๆ ใน  
กลุ่มหมู่บ้านเขาสนใจเงินจากธนาคารออมสินด้วย จึงรวมตัวกันไปกู้โดยผลัดกันค้ำประกัน  
ส่วนตัวดิฉันกู้เงินมาซื้ออุปกรณ์นวด และเอามาเป็นทุนเรียนเพิ่มเติม ทำให้มีรายได้จาก  
การประกอบอาชีพเพิ่มขึ้น จึงคอยให้คำแนะนำแก่เพื่อน ๆ ที่เพิ่มเริ่มใช้บริการของธนาคารออมสิน  
และดิฉันยังเป็นกรรมการของกองทุนหมู่บ้าน จึงต้องติดต่อกับธนาคารออมสินอยู่เสมอ  
พนักงานออมสินกับดิฉันก็สนิทกัน พูดไปดิฉันก็เป็นเหมือนพนักงานของออมสิน ไปแล้ว  
ดิฉันเองก็ใช้บริการธนาคารออมสินมา 4 ปีแล้ว ซึ่งคิดว่าดีกว่าการกู้นอกระบบ และคิดว่าจะ  
ใช้บริการ ไปเรื่อย ๆ ตอนนี้ก็ได้เพิ่มวงเงินกู้ ในกลุ่มเพื่อน ๆ ที่กู้เงินมาด้วยกัน ก็ไม่มีปัญหา



โดยการดำเนินงานทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ธนาคาร กำหนดมีวัตถุประสงค์ที่จะตอบสนองความต้องการและความจำเป็น ของ 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ลูกค้า (Stakeholders Interest) การดำเนินงานภายในองค์กร (In-House Interest) และการดำเนินงานภายนอก (Public Relation Interest)

## 2.1 ลูกค้า (Stakeholders Interest):

การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคาร เป็นหนึ่งในแนวทางการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ธนาคารให้ความสำคัญ โดยมุ่งหวังให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคารได้รับรู้เข้าใจ และ ตระหนักถึงสิ่งที่ธนาคารออมสิน ได้มีส่วนช่วยเหลือสังคมและเยาวชน ซึ่งอยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ หรือบริการทางการเงินที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เยาวชน และ สิ่งแวดล้อม เช่น ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่สนองตอบต่อคุณภาพชีวิต (สินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการรายใหม่ สินเชื่อสานฝันสู่อาชีพ สินเชื่อพัฒนาระบบฯ สินเชื่อเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการ เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ทางการเงินพิเศษในโครงการระบบผลิตไฟฟ้า ด้วยพลังงานทดแทนแบบผสมผสาน โครงการธนาคารชุมชน โครงการธนาคารโรงเรียน ซึ่งต่อยอดเป็น โครงการกีฬาธนาคาร โรงเรียน และการประกวดแข่งขันธนาคาร โรงเรียนอีกด้วย

นอกจากนี้ธนาคารออมสินยังให้ความสำคัญกับการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคาร ดังจะเห็นได้จากงานเปิดศูนย์รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการบริการของธนาคารผ่าน 3 ช่องทาง คือ การร้องเรียนผ่านศูนย์รับเรื่องร้องเรียนสายด่วน (Call Centre) โดยตรงการร้องเรียนผ่านอีเมล การร้องเรียนผ่านศูนย์รับเรื่องร้องเรียนของภาครัฐ รวมถึงโครงการสำรวจความพึงพอใจ ของลูกค้านักค้า ซึ่งพบว่าลูกค้านักค้ากลุ่มตัวอย่างที่มารับบริการของ ธนาคารออมสิน ในสาขาต่างๆ ทั่วประเทศมีความพึงพอใจต่อการ ให้บริการของธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจ และพอใจมากสูงถึงร้อยละ 92

แต่ลูกค้านักค้าออมสินยังมีความต้องการให้เกิดธนาคารออมสินระบบใหม่ที่ดำเนินธุรกิจแบบที่ตั้งอยู่ในคุณธรรม ไม่ทำธุรกรรมในเชิงพาณิชย์ ให้มีเป้าหมายทางสังคมเป็นที่ตั้ง คือช่วยเหลือให้คนจนมีโอกาสกู้เงินจากสถาบันการเงิน แทนการกู้เงินนอกระบบที่คิดดอกเบี้ยความราคาตลาด

ธนาคารออมสินระบบใหม่ควรเริ่มต้นจากความเชื่อที่ว่า สินเชื่อเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานอย่างหนึ่ง และควรสร้างระบบที่ให้สิทธิพิเศษในการให้กู้กับคนที่ไม่มีอะไรก่อน หลักการของออมสินระบบใหม่ไม่ได้ตั้งอยู่บนการตีค่าสินทรัพย์ของผู้กู้ แต่ตั้งอยู่บนศักยภาพของเขา ออมสินระบบใหม่เชื่อว่ามนุษย์ทุกคน รวมทั้งคนที่จนที่สุด มีศักยภาพไม่สิ้นสุด ธนาคาร

พาณิชย์ทั่วไปประเมินค่าของทรัพย์สินที่คนหามาได้แล้ว ในขณะที่ออมสินระบบใหม่ต้องประเมินศักยภาพซ่อนเร้นของปัจเจกชนที่รอวันแสดงออก

ธนาคารพาณิชย์ปกติเลือกใช้วิธี 'ลงโทษ' เมื่อใดลูกหนี้ใช้เวลาชำระหนี้ยาวนานกว่าที่ตกลงกันไว้ ธนาคารเรียกลูกหนี้เหล่านี้ว่า "ลูกหนี้ผิดนัด" (Defaulters) แต่ธนาคารออมสินระบบใหม่ยอมให้ลูกหนี้เหล่านี้ขี้อายูการชำระหนี้ออกไป โดยไม่ทำให้พวกเขาารู้สึกว่าทำอะไรผิด (ซึ่งพวกเขาก็ไม่ได้ทำอะไรผิดจริงๆ) ธนาคารออมสินระบบใหม่จะต้องมุ่งเพิ่มศักยภาพให้ลูกค้า เพื่อค้นหาความสามารถพิเศษของลูกค้าโดยอาจนำเข้มารับการอบรมเพิ่มเติมให้มีประสิทธิภาพในการเพิ่มรายได้อีกยิ่งขึ้น

เมื่อลูกหนี้ประสบปัญหา ธนาคารพาณิชย์ทั่วไปรู้สึกกังวลกับเงินกู้ของพวกเขา และทำทุกวิถีทางที่ทำได้ เพื่อเรียกเงินคืนรวมทั้งยึดหลักประกัน ในกรณีเหล่านี้ แต่ธนาคารออมสินระบบใหม่ยิ่งให้ความพยายามกว่าเดิมที่จะช่วยเหลือลูกหนี้ยามตกทุกข์ได้ยาก ช่วยให้เขาแข็งแกร่งขึ้น และฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ ดังความเชื่อมั่นจากลูกค้านักธนาคารที่แสดง ดังนี้

“ในระบบธนาคารพาณิชย์ ธนาคารจะยึดคดอกเบี้ยหลังจาลูกหนี้ผิดนัด ไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะยอมยกเว้นให้ลูกหนี้ ยอดคดดอกเบี้ยผิดนัดอาจสูงชันเป็นหลายเท่าของยอดเงินต้นแล้วแต่อายุเงินกู้ แต่ในระบบการเงินเอื้ออาทร ไม่มีทางที่คดดอกเบี้ยจะมีจำนวนสูงกว่ายอดเงินต้น ไม่ว่าลูกหนี้จะหยุดชำระ ไปแล้วนานขนาดไหน ระบบการเงินเอื้ออาทรหยุดคดดอกเบี้ยทันทีที่ ยอดคดดอกเบี้ยสูงเท่ากับยอดเงินต้น” (สุรียาพร รามสมบัติ 2553)

“ความสำเร็จของธนาคารออมสินรูปแบบใหม่นี้จะมาจากปัจจัยหลัก ๆ สองประการ คือ การตั้งสมมุติฐานที่ถูกต้องเกี่ยวกับศักยภาพของคนจน และการใช้กระบวนการที่มีประสิทธิภาพในการเสริมสร้างแรงจูงใจให้ชำระหนี้ได้ ซึ่งจำต้องรวมกระบวนการให้การศึกษาคนจนเกี่ยวกับวิธีบริหารเงิน และปรับปรุงคุณภาพชีวิต เป็นส่วนสำคัญด้วย” (สุรียาพร รามสมบัติ 2553)

### ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับปริญญาตรี

“เงินที่เอื้ออาทรให้กับคนจนในระบบเอื้ออาทรคือเงินที่เอื้ออาทรเป็นอย่างไร หลังจากที่ถูกเงินจากธนาคาร ไปแล้ว ระบบของธนาคารออมสินที่ต้องการจะใส่ใจกับการดูแลติดตามการศึกษาของลูกหลานผู้กู้ (ธนาคารออมสินที่ต้องการจะให้ทุน และสินเชื่อเพื่อการศึกษายู่เนือง ๆ) สภาพที่พักอาศัย สุขอนามัย และความสามารถในการรับมือกับภัยธรรมชาติ และภาวะถูกฉ้อโกง ฯลฯ ธนาคารออมสินที่ต้องการจะช่วยลูกหนี้ให้สร้างกองทุนบำนาญของตัวเอง และช่องทางออมเงินอื่น ๆ” (ฉรงค์ รัฐอมฤต 2553)

“ต้องการ ให้ธนาคารออมสินสอนการออมเงินให้กับบุตรหลานและฝึกให้มีวินัยในการออมเงินที่ดี เพื่อก่อให้เกิดการบริหารจัดการด้านการเงินได้อย่างถูกต้อง ชีวิตในภายภาคหน้าจะได้ไม่ต้องมีหนี้สินหรือค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นจำนวนมาก โดยไม่ทราบถึงวิธีการที่จะจัดการ ให้ลดลงจนไม่มีหนี้ได้ และอยาก ให้เจ้าหน้าที่ธนาคารคอยดูแลการทำบัญชีรับจ่าย



**ให้แก่ประชาชนในระดับฐานราก เพื่อดูแลการใช้จ่ายเงินด้วยความระมัดระวัง โดยตัดค่าใช้จ่ายส่วนเกิน หรือให้รายรับมากกว่ารายจ่ายให้ได้” (วิภาวดี แสงงาม 2553)**

## 2.2 การดำเนินงานภายในองค์กร (In-House Interest):

ธนาคารออมสินมุ่งเน้นในการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรจากภายในด้วยการพัฒนางานให้เป็นทั้งคนดีและ คนเก่ง โดยเริ่มจากการตอบสนองต่อความต้องการของพนักงานในขั้นพื้นฐาน ด้วยการให้ผลตอบแทนจากการทำงานและสวัสดิการต่าง ๆ แก่พนักงานอย่างเหมาะสม การสร้างขวัญกำลังใจให้แก่พนักงานผู้เป็นแบบอย่างที่ดี การสนับสนุนและส่งเสริมด้านการศึกษาให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง การสร้างสภาวะแวดล้อมในการทำงานที่ดีตามหลัก 5ส และหลักความ ปอดคล้อง อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด และคุ้มค่า การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม ลงรสร้างเสริมคุณธรรม จริยธรรมในการปฏิบัติงาน รวมถึงการส่งเสริมให้พนักงานร่วมกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้อัตราการลาออกของพนักงานออมสินเมื่อคิดเป็นสัดส่วนมีเพียง ประมาณร้อยละ 0.5 ของพนักงานทั้งหมด

อีกทั้งธนาคารออมสินยังให้ความสำคัญกับการสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่นในพื้นที่สาขาของธนาคาร โดยทางธนาคาร ได้มีนโยบายให้ส่วนกลางตั้งงบประมาณให้แก่สาขาต่าง ๆ ในการเลือกสรรและจัดหาผู้ค้าในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น โดยในปี 2552 งบประมาณที่ธนาคารออมสินได้มีการจัดสรรสำหรับค่าใช้จ่ายดังกล่าวมีมากกว่า 60.8 ล้านบาท

แต่ลูกค้าธนาคารออมสินยังมีความต้องการให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ให้มากขึ้น ทั้งในเรื่องสภาพแวดล้อมในการทำงาน การปลูกฝังให้พนักงานมีคุณธรรม จริยธรรม มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การเคารพในสิทธิส่วนบุคคล และทำงานในหน้าที่ของตนเองอย่างเต็มความสามารถ รวมถึงการช่วยเหลือชุมชน ดูแลสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ ประโยชน์ที่ได้รับก็จะตกกลับถึงคน ร่วมไปถึงพนักงานไม่ทางตรงก็ทางอ้อม ในขณะที่เดียวกันธนาคารก็จะได้รับประโยชน์ที่นอกจากการเป็นองค์กรที่ประสบผลสำเร็จในด้านการดำเนินธุรกิจแล้ว ยังเป็นองค์กรที่ได้รับความเชื่อถือ ความไว้วางใจ และเป็นที่ยอมรับของสังคมด้วย ดังความคิดเห็นจากลูกค้าธนาคารที่แสดง ดังนี้

**“ธนาคารเป็นได้มากกว่าแค่ “ที่ทำงานหากิน” ทุกคนมีหน้าที่มากกว่าเพียง “หาเลี้ยงชีพ โดยสุจริต” ธนาคาร สามารถเป็นสถาบันทางสังคม ที่มีคุณค่าและศักยภาพในการเสริมสร้างประเทศชาติให้มีความมั่นคงและเป็นสุขอย่างแท้จริง มากกว่าเป็นเพียงองค์กรทางเศรษฐกิจเพื่อการยังชีพและแสวงหาผลกำไรเท่านั้น ธนาคารต้องยึดแนวปฏิบัติในการสร้างคนให้เป็น “คนดี” ในเนื้อแท้ ผ่านกิจกรรมพัฒนาต่าง ๆ ทั้งในและนอกสถานที่ทำงาน เพื่อให้เกิดเป็น “วิถี คนดี ของ ธนาคารออมสิน” ด้วยการตั้งเป็นปณิธานสูงสุดในการ “มุ่งสร้างคนดี**

แทนคุณแผ่นดิน” และ กำหนดคุณสมบัติทั้งประสงค์ 5 ประการ คือ วินัย สามัคคี เสียสละ คุณธรรม กตัญญู โดยได้น้อมนำมาจากพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มาเป็นหลักคิดสำคัญในการดำเนินการ” (วิโรจน์ นุ่มสุวรรณ 2553)

อีกบทบาทของธนาคารออมสินที่ลูกค้าต้องการคือ สามารถช่วยเหลือโลกได้คือ กระตุ้นให้ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งจะช่วยลดการเปลี่ยนแปลงให้ช้าลงได้บ้างไม่มากก็น้อย โดยปัจจุบันธนาคารมีผู้ใช้บริการประมาณ 30 ล้านคน ดังนั้น หากทุกคนช่วยกันก็เชื่อว่าจะทำให้ลด การสูญเสียทรัพยากรที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตลงได้บ้าง ซึ่งลูกค้าธนาคารออมสินได้แสดงความ คิดเห็นต่อ โครงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่ธนาคารควรทำและบทบาทของพนักงานในการมี ส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ดังนี้

"โครงการออมสินรักษ์โลกเกิดขึ้น เพื่อให้ทุกคนรู้สึว่าได้ร่วมมือกันเพื่อช่วยเหลือโลก และช่วยสร้างพฤติกรรมกร ใ้ชีวิตที่ดีต้องสำหรับโลกในปัจจุบัน เราเชื่อว่า การที่หลายคน ร่วมกันลงมือทำอะไรสักอย่าง จะเกิดความเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเจน" (วิโรจน์ นุ่มสุวรรณ 2553)

"สิ่งที่ยิ่งใหญ่ที่สุดสำหรับประ ชาคม ในการลงมือทำโครงการลดภาวะโลกร้อนก็ คือ การที่ประชาชนให้การยอมรับโครงการ GSB Green และมีผลสะท้อนกลับมายังธนาคาร ออมสิน ไม่ว่าจะเป็นทางตรง ทางอ้อม หรือการร่วมมือกัน จะต้องมีทางเลือกให้ผู้บริโภค มากมาย ในการช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนสู่ชั้นบรรยากาศ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ ลดการใช้ถุงพลาสติก เดินทาง โดย ใช้ระบบขนส่งมวลชน นำของเก่ามารีไซเคิล ฯลฯ และ ควรมียอดสรุปแจ้งให้ทราบว่า ปัจจุบัน ไม่แต่ละวิธีมีผู้เข้าร่วมแล้วกี่คน และการลด ละ เลิก พฤติกรรมเหล่านั้นจะส่งผลต่อโลกอย่างไรบ้าง" (พลชัย เพชรปลอด 2553)

สำหรับแผนการในการช่วยรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่หน่วยงานภายในของ ธนาคารออมสินควรเริ่มนั้น มีตั้งแต่ การลดใช้พลังงานภายในสำนักงาน และการสนับสนุนให้ พนักงานใช้ระบบขนส่งมวลชนมาทำงาน นอกจากนั้นยังเปลี่ยนหลอดไฟบนป้ายโฆษณาของ ธนาคารที่ ไฟแสงสว่างมากเกินความจำเป็นมาเป็นหลอดประหยัดพลังงานด้วย

### 2.3 การดำเนินงานภายนอก (Public Relation Interest):

ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรอบของธนาคารออมสินนั้น ได้ถูกถ่ายทอดสู่ พนักงานธนาคารออมสินในทุกระดับผ่าน กิจกรรมและ โครงการเพื่อสังคมต่างเป็นจำนวนมาก ทั้ง มูลนิธิออมสินเพื่อสังคม ที่ดำเนินงานเพื่อสังคมมาตั้งแต่ปี 2542 การก่อตั้งโครงการศูนย์เรียนรู้คู่ ชุมชน โครงการออมสินอาสาพัฒนาสังคม โครงการพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิต โครงการค่าย ศิลปะ การมอบทุนการศึกษา การให้เงินสนับสนุนในสาธารณประโยชน์ สาธารณกุศลอีกเป็น จำนวนมาก และโครงการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งการปลูกป่า สร้างฝายอนุรักษ์ และ ปลูกป่าชายเลน และนิเวศชายฝั่ง เพื่อให้ชุมชนสามารถอยู่ร่วมกับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมได้อย่าง



ปรับเปลี่ยนตนเองเป็นผู้ประกอบการอิสระรายย่อยในชุมชน ตามความสนใจและความถนัด ในระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นและครอบครัว เพื่อเป็นการขับเคลื่อนพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้าน และชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ให้มีมาตรฐานและเป็นรูปธรรมชัดเจนขึ้น ทั้งนี้ควรเน้น ให้การสนับสนุนด้านการสร้างงาน สร้างรายได้ โดยได้จัดทำเป็นลักษณะของการฝึกอบรม ให้องค์ความรู้ในสาขาวิชาชีพด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มทักษะ และพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคการเกษตร” (ธีรนุช มานะกอบการ 2553)

“มนุษย์เป็นผู้ใช้ทรัพยากร โดยตรง ซึ่งย่อมจะต้องได้รับผลกระทบ อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ถ้าหากพิจารณา ถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมแล้ว จะเห็นได้ว่า มีเหตุมาจาก การเพิ่มจำนวนประชากร และการเพิ่มปริมาณการบริโภคทรัพยากร ของมนุษย์ เอง โดยมุ่งยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิต และมีการผลิตเครื่องอุปโภคมากขึ้น มีการนำใช้ ทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น ก่อให้เกิดสารพิษอย่างมากมาย สิ่งแวดล้อมหรือธรรมชาติ ไม่สามารถจะปรับตัวได้ทัน และทำให้ธรรมชาติไม่สามารถรักษาสมดุลไว้ได้ อันจะส่งผลกระทบต่อมนุษย์และ โลกในที่สุด

ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นนี้ จะเห็นได้ว่าเกิดจากการขาดความรู้ ความเข้าใจ ในความเป็นจริงของสิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ ขาดความรู้ความเข้าใจ ในความเป็นจริงของชีวิต และองค์ประกอบอื่นของความเป็นมนุษย์ โดยที่มนุษย์เอง ก็เป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ ดังนั้น การขาดความรู้ ความเข้าใจ มาปรับปรุง พัฒนาการดำรงชีวิตของมนุษย์ ให้กลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม จึงน่าจะเป็น วิธีที่ดีที่สุด ในการที่จะทำให้มนุษย์ สามารถที่จะ ดำรงชีวิตอยู่ได้ อย่างมีสุข มีความสอดคล้อง และสามารถกลมกลืน กับสิ่งแวดล้อมได้ทั้ง ในปัจจุบัน และอนาคต

แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อสิ่งแวดล้อม ควรมีดังนี้

1. การให้การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม โดยเน้นให้ ได้รู้จักธรรมชาติ ที่อยู่รอบตัวมนุษย์อย่างแท้จริง โดยให้มีการศึกษาถึง นิเวศวิทยา และความสัมพันธ์ ระหว่าง มนุษย์ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้มีความรู้จริง ในการดำรงชีวิต ให้กลมกลืนกับธรรมชาติ ที่อยู่โดยรอบ โดยยึดหลักศาสนา โดยสอนให้คนมีชีวิต ความเป็นอยู่อย่างเรียบง่าย ไม่ ทำลายชีวิตอื่น ๆ ที่อยู่ ในธรรมชาติด้วยกัน พิจารณาถึง ความเป็นไปตามธรรมชาติที่เป็นอยู่ ขอมรับความเป็นจริง ของธรรมชาติ และขอมรับความจริงนั้น โดยไม่ฝืนธรรมชาติ ใช้ ประโยชน์จากธรรมชาติอย่างสิ้นเปลืองน้อยที่สุด ทำให้เกิดทรัพยากรมนุษย์ ที่มีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของสังคมและประเทศชาติในการพัฒนา

2. การสร้างจิตสำนึกแห่งการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นการทำให้บุคคลเห็นคุณค่า และตระหนักในสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ รวมทั้งผลกระทบจากการทำกิจกรรมที่ส่งผลต่อ สิ่งแวดล้อม สร้างความรู้สึกรับผิดชอบต่อปัญหาที่เกิดขึ้น ระหว่างสิ่งแวดล้อมและการ

พัฒนา การสร้างจิตสำนึกโดยการให้การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม จะเป็นพื้นฐานในการพัฒนาจิตใจของบุคคล และยังมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลให้มีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกลมกลืน กับธรรมชาติ

3. การส่งเสริมให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยให้เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม ดำรงชีวิตโดยสอดคล้องกับธรรมชาติ ซึ่งการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมนี้จะเป็นสิ่งที่เกิดตามมา จากการศึกษา และการสร้างจิตสำนึก ทำให้มีการดำรงชีวิตโดยไม่เบียดเบียนธรรมชาติ” (สังสิต พิริยะรังสรรค์ 2553)

ธนาคารออมสินเริ่มต้นของการทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเพราะต้องการให้ลูกค้าเกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับธนาคาร และผลิตภัณฑ์/บริการ ทำให้การดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีมุมมองที่แตกต่างจากองค์กรอื่น โดยเน้นไปที่การทำกิจกรรมภายในองค์กรทั้ง 100 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งทำให้เกิดการทำความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง และยังขึ้นกว่าการทำ ความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กรที่มีจุดมุ่งหมายเพียงเพื่อหวังผลทางการตลาดเท่านั้น ภายใต้แนวคิดที่ว่า ถ้าธนาคาร ไม่สามารถรับผิดชอบต่อพนักงานและผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ได้ แล้วธนาคารจะรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างไร

สำหรับธนาคารออมสินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรต้องคำนึงการ เพื่อเป็นการแสดงถึงการดูแลเอาใจใส่สังคม โดยรวมไม่ใช่ว่าเพียงแสดงหาแค่ผลกำไรเท่านั้น แต่เป็นการทำงานที่คำนึงถึงคนรอบข้าง ที่จะทำให้พวกเขามีชีวิตที่ดีขึ้นและได้รับประโยชน์สูงสุด โดยมีเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรม 2 ด้านด้วยกัน ได้แก่

ภายในองค์กร ให้พนักงานมีชีวิตในการทำงานที่ดีขึ้น มีความสุข มีสุขภาพพลานามัยที่ดี กระบวนการทำงาน ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสม เข้ากับสิ่งแวดล้อม ได้ดี รวมถึงสามารถลดต้นทุน และลดค่าใช้จ่ายในการทำงานลงได้ สิ่งสำคัญของธนาคารก็คือเพื่อนพนักงานและลูกจ้างที่มีส่วนร่วมในการทำให้ธนาคารของเรามีความมั่นคงและเจริญเติบโตได้ในสภาวะการแข่งขันธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การตั้งใจทำงานอย่างหนัก เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด ธนาคารได้เล็งเห็นการทุ่มเทแรงกายแรงใจของเพื่อนพนักงานและลูกจ้างทุกคน จึงได้ดำเนินการต่าง ๆ ที่เพื่อให้พนักงานและลูกจ้างมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี มีสถานที่ทำงานที่สะดวกสบาย มีความปลอดภัยในการทำงาน และมีสุขภาพอนามัยที่แข็งแรงสมบูรณ์ ธนาคารกำหนดให้มีกิจกรรมงานยกระดับคุณภาพชีวิตของเพื่อนพนักงานและลูกจ้าง อาทิ การเปิดศูนย์บริการทางการแพทย์ที่มีเครื่องมือที่ทันสมัย

มีแพทย์เฉพาะทางไว้บริการ แต่ลูกค้าธนาคารออมสินยังมีความต้องการให้เกิดธนาคารออมสินระบบใหม่ที่ให้ออกโอกาสในการกู้เงินกับผู้ที่มีรายได้น้อยโดยคำนึงถึงศักยภาพผู้กู้เป็นหลัก

ภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้า ให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากคุณภาพของงานที่ส่งมอบและบริการ รวมถึงการสร้างการรับรู้ และภาพลักษณ์ที่ดี นอกจากนี้ธนาคารได้แสดงให้เห็นว่าได้มีความห่วงใยต่อสังคม ทั้งทางด้านการส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้ชุมชน การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การจัดตั้งธนาคารประชาชน การส่งเสริมและการสร้างอาชีพในชุมชน การปลูกจิตสำนึกการออม การจัดตั้งสถาบันการเงินชุมชน เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เป็นการสร้างฐานการดูแลอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นมิติในการดูแลรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจนแต่ลูกค้าธนาคารออมสินยังมีความต้องการให้ธนาคารออมสินดำเนินการในเรื่องการมอบทุนการศึกษา การฝึกอบรมอาชีพสร้างงานสร้างรายได้ และการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 5

### สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการให้ความหมายและรูปแบบกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้ายุคชาครออมสินครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาการให้ความหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินและรูปแบบการดำเนินงานกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้ายุคชาครออมสิน จากวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการศึกษาเอกสารต่าง ๆ ประกอบด้วยการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการกับผู้บริหารธนาคารออมสิน ผู้เชี่ยวชาญด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการกับผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มลูกค้ายุคชาครออมสินที่มีความรับผิดชอบเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ มาเป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม
2. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
3. บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การให้ความหมายและรูปแบบกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมใน  
**ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี**  
ความต้องการของลูกค้ายุคชาครออมสินสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

#### 1. การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน

จากการศึกษานโยบายองค์กรพบว่าธนาคารออมสินได้ให้ความหมายและความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมโดยมีการกำหนดขึ้นเป็นสายลักษณะอักษรในวิสัยทัศน์ พันธกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย วัตถุประสงค์ และได้จัดตั้งเป็นมูลนิธิออมสินเพื่อสังคมที่มุ่งส่งเสริมพฤติกรรมการออมในหมู่ประชาชน สนับสนุนการแก้ปัญหาความยากจนในหมู่ผู้ด้อยโอกาส สนับสนุนการสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อพัฒนาสังคม สนับสนุนการทำนุบำรุงศาสนาและ

การเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม อนุรักษ์ ขนบธรรมเนียมประเพณี สนับสนุนการศึกษา ให้ความช่วยเหลือแก่ลูกศิษษาการออมสิน อนุรักษ์และจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

## 2. รูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินในปี พ.ศ. 2550-2553

ซึ่งจากการวิจัยสามารถแบ่งรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน เป็น 2 รูปแบบ คือ การแบ่งรูปแบบตามความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินอย่างยั่งยืน และการแบ่งรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน โดยหลักการของ ฟิสิกส์ คอตเลอร์ และแนนซี ลี

### 2.1 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินตามหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

จากการวิจัยพบว่ารูปแบบกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินตามหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมี 3 ด้าน ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 2.1.1 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ

ธนาคารออมสินมีความมุ่งมั่นในการเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากลูกค้าและประชาชน ธนาคารจึงให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบแห่งคุณธรรมและจริยธรรมพร้อมผลักดันให้เกิดการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจังทั้งองค์กร ธนาคารออมสินสามารถดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ทำให้ธนาคารออมสินเป็นองค์กรที่มีการกำกับดูแลที่ดีตามมาตรฐานสากล และได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า คู่ค้า และประชาชนทั่วไป ความวิสัยทัศน์ของธนาคารในการเป็นสถาบันที่มั่นคงเองประเทศเพื่อการยอมรับ การลงทุน การสร้างเศรษฐกิจ ชุมชน การพัฒนาประเทศ และการบริการทางการเงินที่ครบวงจรแก่ประชาชนทุกระดับทั่วประเทศ และมีคณะกรรมการธนาคารออมสินที่มีขอบเขตอำนาจหน้าที่ในการวางนโยบายและควบคุมดูแลโดยทั่วไป โดยคำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภายในและภายนอกธนาคาร ที่ประกอบด้วย พนักงาน ลูกค้า ประชาชน ชุมชน ประเทศชาติ ตลอดจนสังคมโลกเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายได้รับการดูแลและปฏิบัติอย่างยุติธรรม เสมอภาคและเท่าเทียมกัน นอกจากนี้การดำเนินธุรกิจเพื่อให้ได้ผลประกอบการตามเป้าหมายที่กำหนด และการสร้างกิจการให้มีความมั่นคงอย่างยั่งยืนในระยะยาว มีการเปิดเผยข้อมูลความก้าวหน้าทางธุรกิจผ่านรายงานทาง



การเงิน ซึ่งปรากฏอยู่ในรายงานประจำปีธนาคาร อันเป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจประการหนึ่งด้วย

### 2.1.2 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสังคม

ธนาคารออมสินยังคงมุ่งมั่นในการส่งเสริมการออมทรัพย์อย่างต่อเนื่องและให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมโดยธนาคารออมสินมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมในด้านต่าง ๆ โดยเริ่มจากภายในองค์กร ไปสู่ภายนอกองค์กร ไปสู่สังคมวงกว้าง ด้วยการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในประเด็นต่าง ๆ ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้และมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ภายใต้กิจกรรมและ โครงการต่าง ๆ ในหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

2.1.2.1 กิจกรรมเฉลิมพระเกียรติ เป็นกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจและปฏิบัติจริงด้านคุณธรรม จริยธรรม การออมและเพื่อสนองแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงให้ตระหนักถึงความสำคัญของทศพิธราชธรรม มีคุณธรรมจริยธรรมมีนิสัยรักการออมและน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในชีวิตประจำวัน และเพื่อเสริมสร้างสังคมแห่งความดีและการแสดงความจงรักภักดีด้วยการกระทำดีของประชาชนทั่วประเทศเพื่อถวายแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์ซึ่งมีกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้ โครงการจากวันแม่ถึงวันพ่อ 116 วันสร้างสามัคคี โครงการ โรงเรียนและนักเรียนดีเด่นด้านคุณธรรมและจริยธรรม โครงการจัดสร้างเรือตรวจการดีใกล้ฝั่งเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 1 (เรือ ต.๕๕๖) โครงการ พ.ศ.พอเพียง โครงการพอเพียงเพื่อพ่อสู่สถาบันการศึกษา โครงการ ใต้ร่มไม้โก-กระบือ ถวายเป็นพระราชกุศล และโครงการอุปสมบทเฉลิมพระเกียรติ

2.1.2.2 กิจกรรมส่งเสริมเด็กและเยาวชน เป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ให้เด็กและเยาวชนมีโอกาสในการพัฒนาเสริมทักษะ สร้างความคิด ควบคู่กับเพิ่มศักยภาพ พัฒนาฝีมือและสนับสนุนการศึกษาในด้านต่าง ๆ โดยจัดกิจกรรมสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ได้แก่ โครงการประกวดโรงเรียนและนักเรียนดีเด่นด้านคุณธรรมและจริยธรรม โครงการธนาคารโรงเรียน โครงการกีฬาธนาคาร โรงเรียน โครงการประกวดคนตรีธนาคารโรงเรียน โครงการออมสินปันรัก พาน้องชมแพนด้า โครงการห้องเรียนเคลื่อนที่ปันน้ำใจสู่ใต้ กิจกรรมห่วงใยใส่ใจสังคม “ปันรักแด่น้องคนพิเศษ” งานวันออมแห่งชาติ และงานวันเด็กแห่งชาติ กิจกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและกิจกรรมส่งเสริมการออม

2.1.2.3 กิจกรรมช่วยเหลือประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ เป็นกิจกรรมเพื่อช่วยให้ประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนจากเหตุการณ์ความไม่สงบให้สามารถดำเนินกิจการมีอาชีพและจ้างงานต่อไปได้ โดยธนาคารออมสินได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ โครงการช่วยเหลือสถานประกอบการในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเฉพาะกิจ 5 จังหวัดชายแดนใต้ โครงการลองกองธงฟ้าช่วย

เกษตรกร 3 จังหวัดชายแดนใต้ โครงการห้องเรียนเคลื่อนที่น้ำใจสู้ได้ และกิจกรรมสร้างพระยอดธง พระกริ่ง และพระชัยวัฒน์ เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจแก่ตำรวจและทหารที่ปฏิบัติงานใน 3 จังหวัดชายแดนใต้

2.1.2.4 กิจกรรมสนับสนุนสาธารณสุขประโยชน์เป็นกิจกรรมเพื่อส่งเสริมกิจกรรมสาธารณสุขประโยชน์ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาประเทศ และบรรเทาสาธารณสุขภัย ซึ่งธนาคารออมสินได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การสมทบทุนสร้างอาคาร 72 พรรษาบรมราชินีนาถ การสมทบทุนในการจัดหาอุปกรณ์ทางการแพทย์แก่โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช 21 แห่ง การสนับสนุนทุนสิริกิติ์บรมราชินีนาถ โครงการออมสินร่วมใจด้านภัยหนาว โครงการธารน้ำใจออมสิน โครงการออมสินอาสาพัฒนาสังคม โครงการศูนย์เรียนรู้ชุมชน โครงการค่ายศิลปะ Art for all โครงการธนาคารชุมชน พิธีหล่อเศียรพระนวมทองหล่อใหญ่ทองคำ การช่วยเหลือประชาชนที่ประสบภัยน้ำท่วม การทอดผ้าป่าสามัคคี โครงการสิ่งพิเศษเพื่อคนพิการ กิจกรรมสนับสนุน โครงการเพื่อพัฒนาศูนย์โรคหัวใจ กิจกรรมสนับสนุนกลุ่มตั้งจะออกทรัพย์หนองจิก กิจกรรมออมสินร่วมใจหอรัชม่าห่มคอบ กิจกรรมสนับสนุนการจัดสร้างอาคารเรียนและห้องสมุดไทรทอง

2.1.2.5 กิจกรรมวันสถาปนาธนาคารออมสิน กิจกรรมส่งเสริมการออม และกิจกรรมพิเศษเป็นกิจกรรมเข้าเฝ้าพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์เพื่อถวายการรับฝากเงิน พิธีบวงสรวงสักการะดวงพระวิญญาณพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว กิจกรรมส่งเสริมการออมเนื่องในโอกาสวันออมแห่งชาติ และกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เช่น การจัดงานวันเด็ก เป็นต้น

2.1.2.6 กิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ เป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์เพื่อแก้ไขปัญหาประชาชนและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ซึ่งธนาคารออมสินได้มีโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้ โครงการพัฒนาพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการพลเรือนสามัญแก่ข้าราชการและลูกจ้างประจำสังกัดกรมสรรพากร โครงการพัฒนาชีวิตคุณ การบริการเสริมของผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว หรือ GSB LIFE การบริการธนาคารเคลื่อนที่รูปแบบใหม่ที่ใช้รถจักรยานยนต์ (GSB Express Service) ขยายช่องทางให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้าครอบคลุมทุกพื้นที่ การขยายธุรกรรมในรูปแบบ 1 สาขา 2 ธนาคาร การเปิดตัวสลากออมสินพิเศษ การเปิดตัวบัตรวีซ่าและมาสเตอร์การ์ดในชื่อ “เคทีซี – ออมสิน ไทเทเนียมมาสเตอร์การ์ด และเคทีซี – ออมสิน วีซ่าแพลทินัม” และการขยายเส้นทางบริการทางการเงินถึงบ้าน โดยเพิ่มรถตู้ Mobile High – Tech เพื่อให้บริการด้านเงินฝากและสินเชื่อ

2.1.2.7 กิจกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก เป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นการพัฒนา และยกระดับคุณภาพชีวิตแก่ประชาชนและชุมชนในระดับฐานรากให้เข้มแข็งด้วยการ



การช่วยเหลือในรูปแบบอื่น ๆ หรือทรัพยากรต่าง ๆ ของธนาคารเพื่อเพิ่มการตระหนักรู้และความห่วงใย ต่อประเด็นปัญหาสังคมบางประการ ซึ่งธนาคารออมสินได้จัดให้มีโครงการและกิจกรรมที่สอดคล้องกับ รูปแบบการส่งเสริมประเด็นสังคม ดังต่อไปนี้ โครงการประกวดโรงเรียนและนักเรียนดีเด่นด้าน คุณธรรมและจริยธรรม โครงการจัดสร้างเรือตรวจการณ์ใกล้ฝั่งเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา (เรือ ค.๕๕๑) โครงการ พ.ศ.พอเพียง โครงการพอเพียงเพื่อพ่อสู่สถานศึกษา โครงการเพื่อพัฒนาศูนย์โรคหัวใจ โครงการลงกองธงฟ้าช่วยเกษตรกร 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โครงการออมสินสร้างงาน สร้างรายได้ ศึกศึกเศรษฐกิจ โครงการปล่อยปะการังเทียม ถิ่นบ้าน ให้สัตว์ทะเล โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ คีนธรรมชาตีสู่ท้องทะเล โครงการปลูกป่าชายเลนและดูแลสุขภาพถวายพ่อหลวง แม่หลวงเพื่อปวงชน กิจกรรมปลูกป่าและบำเพ็ญประโยชน์เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ 77 พรรษา โครงการแข่งขันวิ่งผลัดมหาสมุทรสู่มหาสมุทร โครงการออมสิน อาสาเพื่อพัฒนาสังคม

2.2.2 การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing) ธนาคารกำหนดพันธกิจว่า จะบริหารจัดการได้เป็นร้อยละของผลิตภัณฑ์/บริการที่ขายได้เพื่อ สนองต่อประเด็นบางประการ ซึ่งธนาคารออมสินได้จัดให้มีโครงการและกิจกรรมที่สอดคล้องกับ รูปแบบการตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม ดังต่อไปนี้ โครงการเงินฝากประจำ 99 วัน แคมเปญ “ตลาดออมสินพิเศษ เงินฝากคุ้มแล้วคุ้มอีก” ธนาคารออมสินฉลอง 8 รอบมอบ Jazz 8 คัน แคมเปญ “ตลาดออมสินพิเศษ 5 ปี แจกเบนซ์ 10 คัน งานมหกรรมการเงิน Money Expo และ โครงการสินเชื่อ Fast Track

2.2.3 การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) ธนาคารสนับสนุน และ/หรือทำโครงการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์ในการพัฒนาสุขอนามัย ประชาชน ความ ปลอดภัย สิ่งแวดล้อม หรือความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชน จุดเด่นของโครงการคือ การมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยน พฤติกรรม ซึ่งธนาคารออมสินได้จัดให้มีโครงการและกิจกรรมที่สอดคล้องกับรูปแบบการตลาดเพื่อสังคม ขององค์กร ดังต่อไปนี้ โครงการธนาคารโรงเรียน โครงการประกวดโรงเรียนและนักเรียนดีเด่นด้านคุณธรรม และจริยธรรม โครงการ “พ.ศ.พอเพียง” โครงการ “พอเพียงเพื่อพ่อสู่สถานศึกษา” โครงการ “ออมสินสร้างงาน สร้างรายได้ ศึกศึกเศรษฐกิจ” โครงการธนาคารชุมชน โครงการศูนย์เรียนรู้ชุมชน โครงการกีฬา ธนาคารโรงเรียน โครงการประกวดคนตรีธนาคาร โรงเรียน และกิจกรรมพิเศษเนื่องในวันสถาปนา ธนาคารออมสิน วันออมแห่งชาติ และวันเด็กแห่งชาติ

2.2.4 การบริจาคตรง (Corporate Philanthropy) ธนาคารบริจาคโดยตรงต่อ องค์กรการกุศลหรือเพื่อสนองต่อประเด็นสังคมหนึ่ง ส่วนมากเป็นในรูปของกองทุนเงินช่วยเหลือ เงินสดและหรือวัสดุสิ่งของ ซึ่งธนาคารออมสินได้จัดให้มีโครงการและกิจกรรมที่สอดคล้องกับ

รูปแบบการบริจาคตรงดังต่อไปนี้ กิจกรรมถวายเงินแก่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์ กิจกรรมมอบเงินสนับสนุนสิริกิติ์บรมราชินีนาถ กิจกรรมหาเงินสนับสนุนมูลนิธิโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช โครงการธารน้ำใจอมสิน โครงการ “อมสินร่วมใจ ด้านภัยหนาว” โครงการ “อมสินร่วมใจ ช่วยผู้ประสบภัยน้ำท่วม” โครงการห้องเรียนเคลื่อนที่น้ำใจสู้ได้ โครงการธารน้ำใจอมสิน โครงการได้ชีวิตโค-กระบือ และกิจกรรมสนับสนุนโครงการเพื่อพัฒนาศูนย์โรคหัวใจ

2.2.5 การอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) ธนาคารสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงาน คู่ค้า และหรือ/สมาชิกแฟนไชส์ให้สละเวลาของตนเอง เพื่อช่วยเหลือกิจกรรมชุมชนและสนองตอบต่อประเด็นสังคม ซึ่งธนาคารอมสินได้จัดให้มีโครงการและกิจกรรมที่สอดคล้องกับรูปแบบการอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน ดังต่อไปนี้ โครงการอมสินอาสาพัฒนาสังคม โครงการถึงพิเศษเพื่อคนพิเศษ โครงการอุปสมบทเฉลิมพระเกียรติ-กิจกรรมการสร้างองค์การแห่งคุณธรรม จริยธรรม โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ โครงการ “ลองถองธงฟ้า ช่วยเกษตรกร 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้” โครงการ “ปล่อยปะการังเทียม คืนบ้าน...คืนชีวิต ให้สัตว์ทะเล” กิจกรรมปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ คีนธรรมชาติสู่ท้องทะเล โครงการ ปลูกป่าชายเลนและดูแลสุขภาพชุมชน โครงการ “ฝายต้นน้ำ คืนผืนป่า ถวายพ่อหลวงแม่หลวงของปวงชน” โครงการอมสินรักษ์แม่...รักษ์สิ่งแวดล้อมปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ กิจกรรมปลูกป่าและบำเพ็ญประโยชน์ เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ 77 พรรษา โครงการ “อมสินส่งเสริมครอบครัวไทย ใส่ใจผู้สูงอายุ” โครงการอุปสมบทเฉลิมพระเกียรติ และกิจกรรมการแข่งขันวิ่งผลัดมหาสมุทรสู่มหาสมุทร

2.2.6 ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) ธนาคารสร้างข้อปฏิบัติทางธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงการลงทุนที่สนับสนุนประเด็นปัญหาสังคมการเอาใจใส่ของความเป็นอยู่ของชุมชน รวมถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งธนาคารอมสินได้จัดให้มีโครงการและกิจกรรมที่สอดคล้องกับรูปแบบข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ดังต่อไปนี้ โครงการ “ปล่อยปะการังเทียม คืนบ้าน...คืนชีวิต ให้สัตว์ทะเล” กิจกรรมปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติคีนธรรมชาติสู่ท้องทะเล โครงการปลูกป่าชายเลนและดูแลสุขภาพชุมชน โครงการ “ฝายต้นน้ำ คืนผืนป่า ถวายพ่อหลวงแม่หลวงของปวงชน” กิจกรรมปลูกป่าและบำเพ็ญประโยชน์ เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ 77 พรรษาโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ โครงการช่วยเหลือสถานประกอบการในเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ 5 จังหวัดชายแดนใต้ และกิจกรรมการแข่งขันวิ่งผลัดมหาสมุทรสู่มหาสมุทร

2.2.7 การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services) ธนาคารใช้กระบวนการทางธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ตลาดในราคาที่ไม่แพง เหมาะกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในระดับฐานราก ให้สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต ซึ่งธนาคารออมสินได้จัดให้มีโครงการและกิจกรรมที่สอดคล้องกับรูปแบบการพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานรากดังต่อไปนี้ โครงการช่วยเหลือสถานประกอบการในเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ 5 จังหวัดชายแดนใต้ โครงการพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิต โครงการ "ตลาดนัดออมสิน สินค้าชุมชน" โครงการธนาคารประชาชน โครงการเพิ่มทุนกองทุนหมู่บ้านและกองทุนเมือง มหกรรมชิมผู้วิเศษฤดูปลายได้เศรษฐกิจพอเพียง เพื่อพี่น้อง 3 จังหวัดชายแดนใต้ งาน "มหกรรมมันโตไทยแลนด์ ดีเด่นแก่แม่เพื่อคนไทย" กิจกรรมรณรงค์เนื่องในวันขจัดความยากจนสากล โครงการสินเชื่อ Fast Track การลงทะเบียนแก้ไขหนี้ในระบบ โครงการยุทธศาสตร์ อยู่ดีมีสุขระดับจังหวัด โครงการพัฒนาชีวิตครูสำหรับครูที่ได้รับเงินวิทยฐานะกับกระทรวงศึกษาธิการ โครงการช่วยเหลือสถานประกอบการในเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ 5 จังหวัดชายแดนใต้และ โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการพลเรือนสามัญและลูกจ้าง

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบกิจกรรมที่โดดเด่นมากที่สุด คือการส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion) และกิจกรรมที่โดดเด่นรองลงมา คือการพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services) การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) และการอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) ตามลำดับ ส่วนการตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing) เป็นกิจกรรมที่ธนาคารดำเนินการน้อยที่สุด ส่วนประเด็นหลักที่ธนาคารให้ความสำคัญในการนำมาดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม คือ ประเด็นกิจกรรมส่งเสริมเด็กและเยาวชน จะเห็นได้ว่ากิจกรรมต่างๆ ที่ธนาคารได้ดำเนินการจะต้องมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเยาวชน เนื่องจากธนาคารตระหนักว่าเยาวชนเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ การสร้างเยาวชนให้มีคุณภาพมีจิตอาสาที่ทำประโยชน์ให้แก่ชุมชนของตนเองและชุมชนอื่น ๆ เป็นจุดเริ่มต้นที่จะทำประโยชน์ในระยะยาว ประเด็นรองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อม แต่สิ่งที่ผู้วิจัยค้นพบและสามารถสรุปได้เพิ่มเติม นอกเหนือจากการแบ่งรูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตามหลักการของฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี คือธนาคารออมสินมีการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ อันเกี่ยวเนื่องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งเป็นสถาบันที่คนไทยทุกคนให้ความเคารพ เทิดทูน และแสดงออกซึ่งความจงรักภักดี เพื่อสนองพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์

### 3. การให้ความหมายและรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธนาคารออมสินในมุมมองของลูกค้า

3.1 การให้ความหมายและรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม  
ของธนาคารออมสินที่ลูกค้าทราบ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยอาศัยวิธีวิทยาการสร้างสรรค์ทฤษฎีฐานราก ทำให้  
ผู้วิจัยได้พบข้อมูลคำตอบของการวิจัย ทศนะคติรูปแบบกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อ  
ต่อสังคมของธนาคารออมสิน ใน 7 รูปแบบหลัก ของรูปแบบของฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ดี ที  
ลูกค้ารับรู้รับทราบ มีดังนี้

3.1.1 การส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion) กิจกรรมที่ธนาคารจัดหาเงินทุน  
การช่วยเหลือในรูปแบบอื่น ๆ หรือทรัพยากรต่าง ๆ ของธนาคารเพื่อเพิ่มการตระหนักรู้  
และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาสังคมบางประการ หรือเพื่อสนับสนุนการหาเงินบริจาค การเข้าร่วม  
หรืออาสาสมัครเพื่อสนองตอบประเด็นใดประเด็นหนึ่ง กิจกรรมที่ลูกค้าธนาคารรับรู้  
รับทราบ ได้แก่ โครงการสไมล์ต้นกล้าครบวงจรเพื่อเพียง การถวายเงินสมทบทุนมูลนิธิรางวัล  
สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ และโครงการสร้างฝายตามแนวลำห้วย และปลูกต้นไม้ที่ต้นน้ำภูหลวง

3.1.2 การตลาดเกี่ยวข้องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing) กิจกรรมที่  
ธนาคารกำหนดพันธสัญญาว่าจะบริจาครายได้เป็นร้อยละของสินค้าที่ขายได้เพื่อสนองต่อประเด็น  
บางประการกิจกรรมที่ลูกค้าธนาคารรับรู้รับทราบ ได้แก่ นโยบายการแก้ไขปัญหาค่าความยากจน และ  
วิธีการแก้ปัญหาในชุมชนที่มีปัญหาเรื่องการเป็นหนี้ในระบบ

3.1.3 การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) กิจกรรมที่  
ธนาคารสนับสนุนและ/หรือทำโครงการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์ในการพัฒนา  
สุขอนามัย ประชาชน ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม หรือความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชน กิจกรรมที่  
ลูกค้าธนาคารรับรู้รับทราบ ได้แก่ โครงการธนาคารออมสินสร้างงานสร้างอาชีพ

3.1.4 การบริจาคตรง (Corporate Philanthropy) กิจกรรมที่ธนาคารบริจาคโดยตรง  
ต่อองค์กรการกุศลหรือเพื่อสนองต่อประเด็นสังคมหนึ่ง ส่วนมากเป็นในรูปแบบของกองทุนเงิน  
ช่วยเหลือ เงินสดและหรือวัสดุสิ่งของ กิจกรรมที่ลูกค้าธนาคารรับรู้รับทราบ ได้แก่ โครงการ  
ห้องเรียนเคลื่อนที่น้ำใจผู้ใจดี โครงการสนับสนุนการทำปะการังเทียม และกิจกรรมการช่วยเหลือ  
ชาวบ้านที่ได้รับความเดือดร้อนจากน้ำท่วม วาดภัย ดินถล่ม

3.1.5 การอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) กิจกรรมที่  
ธนาคารสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงาน ลูกค้า และหรือ/สมาชิกแฟนไชส์ให้สละเวลาของ

ตนเองเพื่อช่วยเหลือกิจกรรมชุมชนและสนองตอบต่อประเด็นสังคม กิจกรรมที่ถูกค้าธนาคารรับรู้  
รับทราบ ได้แก่ โครงการ ‘ออมสินชวนน้องรักษ์สิ่งแวดล้อมบนเกาะกูด’

3.1.6 ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นกิจกรรมที่ธนาคารสร้างข้อปฏิบัติทางธุรกิจต่าง ๆ รวมถึง  
การลงทุนที่สนับสนุนประเด็นปัญหาสังคมต่าง ๆ สังคม กิจกรรมที่ถูกค้าธนาคารรับรู้รับทราบ ได้แก่  
โครงการบ้านปลา ณ ชุมชนเกาะหงษ์สตาร์ โครงการปล่อยปะการังเทียม คืนบ้าน คืนชีวิต ให้สัตว์ทะเล  
บ้านเกาะจิก

3.1.7 การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับ  
ฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services) เป็นกิจกรรมที่ธนาคาร  
ได้ใช้กระบวนการทางธุรกิจ ในการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ตลาด ในราคาที่ไม่แพง  
เหมาะกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในระดับฐานราก ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการ  
เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต กิจกรรมที่ถูกค้าธนาคารรับรู้รับทราบ ได้แก่ โครงการธนาคารประชาชน  
และ โครงการสถาบันการเงินชุมชน

3.2 รูปแบบของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินที่  
ลูกค้าต้องการ

จากการวิจัยพบว่า ธนาคารออมสิน ได้แสดงถึงความมุ่งมั่นในการส่งเสริมนโยบาย  
ทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยได้มีการเพิ่มนโยบายการ  
ดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมในภาระหน้าที่และความรับผิดชอบต่อธนาคาร ทั้งนี้ได้มีการจัดทำแผนแม่บท  
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม พ.ศ. 2553 - 2557 เพื่อกำหนดกรอบนโยบาย แผนกลยุทธ์ให้มีความชัดเจน  
ตามมาตรฐานสากลและให้ทุกหน่วยงานนำไปปฏิบัติในแนว ทางเดียวกันอย่างเหมาะสม

โดยการดำเนินงานทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ธนาคาร กำหนดให้มี  
วัตถุประสงค์ที่จะตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของ 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ลูกค้า  
(Stakeholders Interest) การดำเนินงานภายในองค์กร (In-House Interest) และการดำเนินงาน  
ภายนอก (Public Relation Interest)

### 3.2.1 ลูกค้า (Stakeholders Interest) :

การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคาร เป็นหนึ่งใน แนวทาง  
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ธนาคารให้ความสนใจ โดยมุ่งหวังให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ  
ธนาคารได้รับรู้เข้าใจ และตระหนักถึงสิ่งที่ธนาคารออมสิน ได้มีส่วนช่วยเหลือสังคมและเยาวชน  
ซึ่งอยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ หรือบริการทางการเงินที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เยาวชน  
และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ธนาคารออมสินยังให้ความสำคัญกับการรับฟัง ความคิดเห็นจาก



ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคาร แต่ลูกค้าธนาคารออมสินยังมีความต้องการให้เกิดธนาคารออมสินระบบใหม่ที่ดำเนินธุรกิจแบบที่ตั้งอยู่ในคุณธรรม ไม่ค้ากำไรเกินควร เพราะมีเป้าหมายทางสังคมเป็นที่ตั้ง คือช่วยเหลือให้คนจนผู้มีรายได้น้อยมีโอกาสกู้เงินจากสถาบันการเงิน ที่คิดดอกเบี้ยตามราคาตลาด โดยเริ่มต้นจากความเชื่อที่ว่า สินเชื่อเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานอย่างหนึ่ง และสร้างระบบที่ให้สิทธิพิเศษในการให้กู้กับคนที่ไม่มีอะไรก่อน หลักการของออมสินระบบใหม่ไม่ได้ตั้งอยู่บนการค้ากำไรของผู้กู้ แต่ตั้งอยู่บนศักยภาพของลูกค้า ออมสินระบบใหม่เชื่อว่า มนุษย์ทุกคน รวมทั้งคนที่จนที่สุด มีศักยภาพไม่สิ้นสุด ธนาคารพาณิชย์ทั่วไปประเมินค่าของทรัพย์สินที่คนหามาได้แล้ว ในขณะที่ออมสินระบบใหม่ต้องประเมินศักยภาพซ่อนเร้นของปัจเจกชนที่รอวันแสดงออก

### 3.2.2 การดำเนินงานภายในองค์กร (In-House Interest) :

จากการวิจัยพบว่า ธนาคารออมสินมุ่งเน้นในการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรจากภายในด้วยการพัฒนางานให้เป็นที่พึงพอใจและ คนเก่ง โดยเริ่มจากการตอบสนองต่อความต้องการของพนักงานในขั้นพื้นฐาน ด้วยการให้ผลตอบแทนจากการทำงานและสวัสดิการต่าง ๆ แก่พนักงานอย่างเหมาะสม การสร้างขวัญกำลังใจให้แก่พนักงานผู้เป็นแบบอย่างที่ดี การสนับสนุนและส่งเสริมด้านการศึกษาให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง การสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ตามหลัก 5ส และหลักความ ปัดออกภัย ฮาจิออนันย์ และสภาพแวดล้อมในการทำงาน การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่า การปฏิบัติดีต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม การสร้างเสริมคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงาน รวมถึงการส่งเสริมให้พนักงานร่วม กิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบ ต่อสังคม ทำให้อัตราการลาออกของพนักงานออมสินเมื่อคิดเป็นสัดส่วนมีเพียง ประมาณร้อยละ 0.5 ของพนักงานทั้งหมด

อีกทั้งธนาคารออมสินยังให้ความสำคัญกับการสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่นในพื้นที่สาขาของธนาคาร โดยทางธนาคาร ได้มีนโยบายให้ส่วนกลางจัดงบประมาณให้แก่สาขาต่าง ๆ ในการเลือกสรรและจัดหาผู้ค้าในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น โดยในปี 2552 งบประมาณที่ธนาคารออมสินได้มีการจัดสรรสำหรับค่าใช้จ่ายดังกล่าวมีมากกว่า 60.8 ล้านบาท แต่ลูกค้าธนาคารออมสินยังมีความต้องการให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ทั้งในเรื่องสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงการปลูกฝังให้พนักงานมีคุณธรรม จริยธรรม มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การเคารพในสิทธิส่วนบุคคล และทำงานในหน้าที่ของตนเองอย่างเต็มความสามารถ รวมไปถึงการช่วยเหลือชุมชน ดูแลสิ่งแวดล้อม ฯลฯ ประโยชน์ที่ได้รับก็จะตกกับสังคม รวมไปถึงพนักงานไม่ทางตรงก็ทางอ้อม ในขณะเดียวกัน

ธนาคารก็จะได้รับประโยชน์ที่นอกจากการเป็นองค์กรที่ประสบผลสำเร็จในด้านการดำเนินธุรกิจแล้ว ยังเป็นองค์กรที่ได้รับความเชื่อถือ ความไว้วางใจ และเป็นที่ยอมรับของสังคมด้วย

### 3.2.3 การดำเนินงานภายนอก (Public Relation Interest) :

จากการวิจัยพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมของธนาคารออมสิน ได้ถูกถ่ายทอดสู่พนักงานธนาคารออมสินในทุกระดับผ่านกิจกรรมและโครงการเพื่อสังคมต่างเป็นจำนวนมาก เช่น โครงการศูนย์เรียนรู้ชุมชน โครงการออมสินอาสาพัฒนาสังคม โครงการพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิต โครงการค่ายศิลปะ การมอบทุนการศึกษา การให้เงินสนับสนุนในสาธารณประโยชน์ สาธารณกุศลอีกเป็นจำนวนมาก และโครงการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งการปลูกป่า สร้างฝายอนุรักษ์ และปลูกป่าชายเลนและนิเวศชายฝั่ง เพื่อให้ชุมชนสามารถอยู่ร่วมกับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน ซึ่งพนักงานออมสินในทุกระดับ ทุกภาค ได้มีโอกาสเข้าร่วมโครงการต่างๆ ทั้งในฐานะผู้สนับสนุน และผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรม และโครงการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

จากการให้ความสำคัญทางด้านนโยบายและการดำเนินงานทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ธนาคารออมสินยังมุ่งเน้นการยกระดับนโยบายให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยได้มีการจัดทำรายงานทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นไปตามมาตรฐานของ Global Reporting Initiative (GRI) เพื่อเป็นการสื่อสารนโยบายและแนวทางการดำเนินงานของธนาคาร ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคารทั้งภายในและภายนอกได้รับรู้ และสามารถติดตามได้ เพื่อใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานเพื่อนำไปปรับปรุงในอนาคต แต่ลูกค้าธนาคารออมสินยังมีความต้องการ ให้ธนาคารออมสินเพิ่มการดำเนินการในเรื่องการมอบทุนการศึกษา การฝึกอบรมอาชีพสร้างงานสร้างรายได้ และการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

อภิปรายผลการวิจัย

## ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

จากผลการวิจัยการให้ความหมายและรูปแบบกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในความต้องการของลูกค้าธนาคารออมสิน เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่ามีหลายประเด็นที่จะนำมาอภิปราย เพื่อให้ความชัดเจนและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ดังต่อไปนี้

### 1. นโยบายธนาคารที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

การระบุนโยบายที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ย่อมแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นขององค์กรที่จะปฏิบัติตามพันธสัญญาดังกล่าว มิใช่เป็นเพียงการดำเนินงานในระยะสั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับสภาพธุรกิจโลกเพื่อ

การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องขององค์กรต่อการปฏิบัติตามพันธสัญญาในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เพื่อให้สร้างความเจริญก้าวหน้าต่อการพัฒนาเศรษฐกิจพร้อมไปกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน ครอบครัว ตลอดจนชุมชนและสังคม

จากการวิจัยเนื้อหาสาระหรือข้อความสำคัญในนโยบายธนาคารที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า มีการสอดแทรกภารกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ในวิสัยทัศน์และพันธกิจของธนาคาร ดังนี้

ธนาคารออมสินมีข้อความที่แสดงถึงเจตนารมณ์ขององค์กรที่จะ “เป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเพื่อการออม การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะเศรษฐกิจฐานราก” และ “เป็นสถาบันที่ดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม” สะท้อนถึงระดับความรับผิดชอบต่อสังคมที่นอกจากจะเห็นความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรแล้วการดำเนินการดังกล่าวยังต้องมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลจนสามารถพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ผู้วิจัยเห็นว่า ควรกำหนดเนื้อหาสาระของวิสัยทัศน์ถือเป็นการกำหนดสารหรือข้อความสำคัญ (Key Message) ที่มีความหมายต่อการสื่อสารความหมายและการรับรู้ จึงควรมีการพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อให้แน่ใจว่าข้อความดังกล่าวสามารถสื่อความหมายตรงตามที่ต้องการสื่อสารมากที่สุด และควรจะเป็นข้อความที่กระชับ ง่าย ง่าย ตรงไปตรงมา ที่สำคัญ คือ ควรวัดผลในทางปฏิบัติได้จริง โดยหากมีการกำหนดเป้าหมายด้านดังกล่าวกับไว้ด้วย จะช่วยให้สามารถประเมินผลได้ว่าองค์กรบรรลุสิ่งวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ได้หรือไม่

## 2. รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน

รูปธรรมของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีหลากหลายรูปแบบแต่เมื่อพิจารณาพบว่า มีอยู่ 2 มิติหลัก คือ มิติภายใน และมิติภายนอก สอดคล้องกับลักษณะรูปธรรมของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ European Commission ได้รวบรวมไว้ ดังนี้

1. มิติภายใน ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การดูแลสุขภาพความปลอดภัยในการทำงาน การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินงาน

2. มิติภายนอก ได้แก่ การจัดการกับผู้ส่งมอบ (Supplier) และหุ้นส่วนทางธุรกิจการดูแลผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อชุมชน ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม ความรับผิดชอบต่อโลก

แนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เริ่มจากมิติภายในองค์กรก่อน คือการพัฒนาตนเองเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลองค์กรตามหลักบรรษัทภิบาล การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร การจัดการ

ทรัพยากรมนุษย์ จากนั้นจึงขยายไปสู่มิติภายนอกคือความรับผิดชอบต่อชุมชน การดูแลผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม โดยการจัดการหุ้นส่วนทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อโลก เป็นรูปธรรมที่องค์กรธุรกิจไทยน่าจะให้ความสำคัญมากขึ้น โดยเชื่อมโยงให้เหมาะสมกับกระบวนการทางธุรกิจ

หากพิจารณารูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินการ สามารถแบ่งเป็นการดำเนินการ โดยใช้ทรัพยากรภายในองค์กรเป็นหลักและการดำเนินการ โดยใช้ทรัพยากรภายนอกองค์กรเป็นหลัก สอดคล้องกับที่พิพัตน์ ยอดพฤติการณ์ และคณะ (ออนไลน์, 2553) ได้แบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ไว้ ดังนี้

1. Corporate – driven CSR หรือการดำเนินการ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กรเป็นหลัก

1.1 การดำเนินการอยู่ในกระบวนการทางธุรกิจ (CSR in process) ซึ่งมีพื้นฐานอยู่ที่การดำเนินการ CSR ที่ให้ความสำคัญกับมิติภายในองค์กร โดยการปฏิบัติตามกฎหมายที่กำหนดและปฏิบัติตามมาตรฐานหรืออุดมการณ์ขององค์กร ซึ่งมากกว่ากฎหมายกำหนด เช่น การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร บรรษัทภิบาล และความโปร่งใส รูปแบบดังกล่าว สอดคล้องกับที่ฟิลลิป คอตเลอร์และแนนซี ที (Kotler and Lee, 2005) ได้ให้แนวทางของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ที่เรียกว่า Socially Responsible Business Practices หรือการปรับเปลี่ยนการดำเนินการหรือการลงทุนทางธุรกิจเพื่อการพัฒนาความยั่งยืนของชุมชนและการปกป้องสิ่งแวดล้อม โดยรูปธรรมที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุด คือการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร เช่นเดียวกับธนาคารออมสิน ได้จัดให้มีกิจกรรมรณรงค์เพื่อการใช้ “กระดาษสองหน้าเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม” อันเป็นการช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษและเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์ป่าไม้ได้อีกทางหนึ่งด้วย

1.2 การดำเนินการซึ่งแตกต่างหากจากระบวนการทางธุรกิจ หรือเกิดขึ้นภายหลังกระบวนการทางธุรกิจ (CSR after process) มักเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่ขยายจากสังคมภายในองค์กร ไปสู่สังคมใกล้เคียง คือ ชุมชนที่อยู่ในบริเวณที่องค์กรดำเนินธุรกิจ และสังคมในวงกว้างมากยิ่งขึ้น โดยอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น การบริจาคเงินและสิ่งของ การจัดกิจกรรมรณรงค์ทางสังคม การจัดการประกวดแข่งขัน การอบรมให้ความรู้ การสนับสนุนองค์กรการกุศลให้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ การสนับสนุนให้พนักงานเสียสละเวลาเป็นอาสาสมัครในกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับที่ฟิลลิป คอตเลอร์และแนนซี ที (Kotler and Lee, 2005) ได้แนะนำแนวทางของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ ที่เรียกว่า Corporate Philanthropy, Corporate Social Marketing, และ Community Volunteering

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่แตกต่างหากจากกระบวนการธุรกิจที่น่าจะสนับสนุนให้องค์กรธุรกิจเพิ่มความสำคัญมากขึ้นคือ Community volunteering หรือการสนับสนุนให้พนักงานเสียสละเวลาเป็นอาสาสมัครในกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ ที่องค์กรได้ดำเนินการ เนื่องจากเป็นการดำเนินการที่ไม่ต้องใช้ทรัพยากรเพิ่มเติมมากนัก เพียงแต่องค์กรอาจจะต้องผ่อนปรน กฎระเบียบบางประการ เพื่อเอื้อให้พนักงานสามารถเสียสละเวลาในวันทำงาน เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครในกิจกรรมต่าง ๆ ได้ เช่นเดียวกับโครงการพัฒนาเยาวชน และชุมชนโดยพนักงานธนาคารออมสินที่มีจิตอาสา

2. Social – driven CSR หรือการดำเนินการโดยใช้ทรัพยากรภายนอกองค์กรเป็นหลัก มักเป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication) เช่น ธนาคารออมสินได้มีการกำหนดเป็นนโยบายที่จะจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนกิจกรรมขององค์กรเพื่อสังคมเป็นประจำทุกปี ซึ่งคล้ายคลึงกับที่รูปแบบที่ฟิลลิป คอตเลอร์และแนนซี ลี (Koiler and Lee, 2005) เรียกว่า Cause – Related Marketing หรือการบริจาคส่วนหนึ่งของรายได้หรือกำไรจากการจำหน่ายสินค้าให้กับสังคม ผ่านทางมูลนิธิหรือองค์กรการกุศลต่าง ๆ

ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า รูปแบบการตั้งเงินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมนั้นสามารถดำเนินการได้หลากหลาย แต่ความเข้าใจของคนส่วนใหญ่ในสังคมเมื่อเอ่ยถึงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มักจะนึกไปถึงการจัดโครงการหรือการณรงค์ทางสังคม (Corporate Social Marketing) และการบริจาคเงินหรือสิ่งของ (Corporate Philanthropy) เท่านั้น ทั้งที่การดำเนินการดังกล่าวเป็นเพียงส่วนหนึ่งของรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นรูปแบบที่แตกต่างหากจากกระบวนการธุรกิจหรือเกิดขึ้นภายหลัง (CSR after process)

สำหรับองค์กรธุรกิจที่ต้องการนำรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมไปประยุกต์ใช้ จึงควรพิจารณาจากมิติภายในองค์กรก่อนเป็นอันดับแรก เช่น องค์กรมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีหรือไม่ มีการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตามหลักบรรษัทภิบาลมากน้อยเพียงใด แล้วจึงพิจารณาถึงลักษณะการประกอบธุรกิจ หรือขั้นตอนกระบวนการผลิต ตาม Value Chain ว่าสามารถปรับเปลี่ยนการดำเนินการหรือการลงทุนทางธุรกิจ เพื่อการพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชน และช่วยรักษาปกป้องสิ่งแวดล้อม ได้หรือไม่ โดยอาจจะเริ่มจากการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรก่อน จากนั้นจึงพิจารณามิติภายนอกองค์กร ซึ่งสามารถดำเนินการได้หลากหลายรูปแบบ โดยคำนึงถึงความจำเป็นและความต้องการของสังคม ควบคู่ไปกับความพร้อมขององค์กร



ภาพที่ 67 ภาพแสดงองค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติต่าง ๆ

3. การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินในมุมมองของลูกค้า จากกว่าห้าปีที่ผ่านมา กิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน ยึดมั่นในการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลที่ดี สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสีย ในการมุ่งพัฒนางานกำกับดูแลกิจการของธนาคารให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อประโยชน์และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย การมุ่งมั่นในเรื่องนี้จึงได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ว่าจะเป็น ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน สังคม สื่อมวลชน และภาครัฐ

ผลตอบรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารก่อให้เกิดความมั่นใจแก่นักลงทุนที่จะเข้ามาลงทุนร่วมกับธนาคาร ซึ่งวัดจากการจ่ายเงินปันผลที่เพิ่มขึ้น ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ ได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งจากชุมชนในพื้นที่ที่เข้าไปดำเนินกิจกรรมและการสนับสนุนที่ดี จากหน่วยงาน คู่ค้า รัฐบาล ชุมชน และสังคม ทำให้เกิดความร่วมมือกันที่จะสร้างสรรค์การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมให้เกิดประโยชน์ทั้งองค์กร ชุมชน และสังคมในระยะยาว

ทั้งนี้ผลตอบรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารสามารถบอกถึงความสำเร็จขององค์กร แต่ผลตอบรับที่บอกถึงความสำเร็จของโครงการหรือกิจกรรมและสามารถประเมินผลได้ง่าย คือ ผลตอบรับจากกลุ่มเป้าหมายที่ธนาคารมีการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ เป็นการประเมินผลโครงการในเชิงปริมาณจากผู้ดำเนินกิจกรรมหรือโครงการนั้น ๆ ว่าโครงการแต่ละโครงการประสบความสำเร็จหรือไม่ กลุ่มเป้าหมายให้การตอบรับมากน้อยแค่ไหน แต่ในการประเมินเหล่านี้เป็นการประเมิน โดยผู้จัดกิจกรรมเพียงฝ่ายเดียวไม่ได้

สะท้อนการยอมรับจากภายนอกองค์กร ผู้วิจัยเห็นว่าการประเมินรูปแบบดังกล่าวไม่สามารถวัดความสำเร็จได้อย่างเป็นรูปธรรมต้องใช้ระยะเวลาดำเนินการในระยะยาว

#### 4. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยพบว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งสำคัญที่ธนาคารออมสินต้องดำเนินการ เพื่อเป็นการแสดงถึงการดูแลเอาใจใส่สังคมโดยรวมไม่ใช่เพียงแสวงหาแต่ผลกำไรเท่านั้น และในทุกปีที่ผ่านมาธนาคารได้แสดงให้เห็นว่าได้มีความห่วงใยต่อสังคม ทั้งทางด้านการส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้ชุมชน การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การจัดตั้งธนาคารประชาชน การส่งเสริมและการสร้างอาชีพในชุมชน การปลูกจิตสำนึกกรการออม การจัดตั้งสถาบันการเงินชุมชน เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เป็นการสร้างฐานการดูแลอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นมิติในการดูแลรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน แต่สิ่งสำคัญของธนาคารก็คือพนักงานและลูกจ้างที่มีส่วนร่วมในการทำให้ธนาคารมีความมั่นคงและเจริญเติบโตได้ในสภาวะการแข่งขันธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การตั้งใจทำงานอย่างหนัก เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด ธนาคารได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญของการทุ่มเทแรงกายแรงใจของพนักงานและลูกจ้างทุกคน จึงได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานและลูกจ้างมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี มีสถานที่ทำงานที่สะดวกสบาย มีความปลอดภัยในการทำงาน มีสุขภาพอนามัยที่แข็งแรงสมบูรณ์ และมีการพัฒนาความรู้ความสามารถในงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

##### 4.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

องค์กรธุรกิจที่สนใจจะนำแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมไปกำหนดเป็นนโยบายขององค์กร โดยกำหนดเนื้อหาสาระลงไปในวิสัยทัศน์ถือเป็นการกำหนดสารหรือข้อความสำคัญ (Key Message) ที่มีความหมายต่อการสื่อสารความหมายและการรับรู้ จึงควรมีการพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อให้แน่ใจว่าข้อความดังกล่าวสามารถสื่อความหมายตรงตามที่องค์กรต้องการสื่อสารมากที่สุดและควรจะเป็นข้อความที่กระชับเข้าใจง่ายตรงไปตรงมา ที่สำคัญคือควรจะวัดผลในทางปฏิบัติได้จริง โดยหากมีการกำหนดเป้าหมายด้านเวลากำกับไว้ด้วย จะช่วยให้สามารถประเมินผลได้ว่าองค์กรบรรลุถึงวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ได้หรือไม่

##### 4.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

องค์กรธุรกิจที่สนใจจะนำแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมไปประยุกต์ใช้ ควรให้ความสำคัญกับมิติภายในองค์กรก่อนเป็นอันดับแรก

การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม เป็นเรื่องของแนวความคิดที่สามารถประยุกต์ใช้ได้หลายมุมมอง จึงควรทำความเข้าใจอย่างต้องแท้และหาคำจำกัดความ ขอบเขตรูปแบบที่เหมาะสมกับธุรกิจของแต่ละองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานเป็นรูปธรรม เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม มีความสัมพันธ์กับจริยธรรมและความ  
ประพฤตินักงานทุกคนในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารที่จะต้องเป็นแบบอย่างที่ดี

#### 4.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคต

4.3.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม  
จากมุมมองขององค์กร แต่ในความเป็นจริงแล้วการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ต้องอาศัย  
ความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายประกอบกัน ผู้สนใจศึกษาวิจัยในอนาคต สามารถ  
ศึกษาวิจัย ความรู้ ทักษะ ทักษะ พฤติกรรม ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ  
อย่างรับผิดชอบต่อสังคม หรือศึกษาวิจัยผลการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มในฐานะผู้รับสาร  
เพื่อวัดประสิทธิภาพในการทำวิจัย

4.3.2 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษากการให้ความหมายและรูปแบบกิจกรรม  
ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ลูกค้าต้องการ ที่มีความโดดเด่นเป็นที่ยอมรับเพียงแห่งเดียว โดยมิได้  
คำนึงถึงลักษณะของการประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการ  
ดำเนินการดังกล่าว ผู้สนใจสามารถศึกษาวิจัยเปรียบเทียบรูปแบบในกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกัน เช่น  
ธุรกิจพลังงาน ธุรกิจบริการ ธุรกิจสถาบันการเงิน ฯลฯ ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

4.3.3 การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ไม่มีรูปแบบที่แน่นอนตายตัว  
การศึกษาจากกรณีศึกษาขององค์กรต่างๆ จึงทำให้ได้รับทราบถึงรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป  
ผู้สนใจศึกษาสามารถศึกษาเจาะลึกลงไป ในรายละเอียดของการดำเนินการเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้  
เช่น ศึกษารูปแบบการดำเนินการของมูลนิธิอสมิตินเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน เป็นต้น

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี



## บรรณานุกรม

### หนังสือ

กองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจ และ อนันตชัย ชูประดม. CSR พลังบริหารธุรกิจยุคใหม่.  
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มติชนปากเกร็ด, 2550.

เกียรติสุดา ศรีสุข. ระเบียบวิธีวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่ : โรงพิมพ์ครองช่าง, 2552.

คอตเลอร์ ฟิลลิป. บรรษัทบริหาร(ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร) ทำการกุศลเพื่อ  
ภาพลักษณ์องค์กรและตอบสนองประเด็นสังคม. แปลโดย หม่อมราชวงศ์รมณีจักร  
แก้วกิริยา. กรุงเทพฯ : บุณิเวอร์แสด พิมพ์วิง, 2551.

จินตนา บุญบังการ. จริยธรรมทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ชาย โพธิ์ติดา. ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์  
พับลิชชิ่ง, 2549.

ธนาคารออมสิน. รายงานประจำปี 2549. กรุงเทพมหานคร : ธนาคารออมสิน, 2549.

..... รายงานประจำปี 2550. กรุงเทพมหานคร : ธนาคารออมสิน, 2550.

..... รายงานประจำปี 2551. กรุงเทพมหานคร : ธนาคารออมสิน, 2551.

..... รายงานประจำปี 2552. กรุงเทพมหานคร : ธนาคารออมสิน, 2552.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ : อีโคโนมิคส์พริ้นท์, 2546.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ. องค์กรและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย, 2545.

สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์. นนทบุรี : สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548.

สุภาวค์ จันทวานิช. การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2546.

สมยศ นาวิการ. การบริหารเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์ และการ  
บัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.



นฤมล หาญเชิงชัย. “การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานธนาคาร : ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารในเขตกรุงเทพฯ”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาลัษฐรรมศาสตร์, 2544.

บัณฑิตา ททรัพย์กมล. “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาลัษฐรรมศาสตร์, 2544.

พัชรีย์ นิวัฒน์เจริญชัยกุล. “การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เปรอเรนซ์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาลัษฐรรมศาสตร์, 2546.

มนตรี เลิศสกุลเจริญ. “แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาลัษฐรรมศาสตร์, 2547.

สุภา เทียวกษะสุวรรณ. “ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าววิทยุกรมประชาสัมพันธ์” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาลัษฐรรมศาสตร์, 2547.

#### การสัมภาษณ์

โกวิท ชีระกุล. ผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาสงขลา. สัมภาษณ์, 13 พฤศจิกายน 2553.

จันทร์ลอย มั่นคง. ลูกค้าธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 4 กรกฎาคม 2553.

ผลงานวิจัยนี้ศึกษา ระดับปริญญาตรี

ชลิตา ศรีตาจันทร์. ลูกค้าธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2553.

ฉรงค์ รัฐอมฤต. ลูกค้าธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2553.

ดวงใจ อนุบผา. ลูกค้าธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2553.

เดือนเพ็ญ มรัตนนท์. ลูกค้าธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2553.

ธีรนุช มานะกอบการ. ลูกค้าธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2553.

ธีรภรณ์ เชื้อทอง. ลูกค้าธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553.

นิค หมี่ขยัน. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2553.

นุช นุชทรัพย์. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 26 กรกฎาคม 2553.

นุชรา เอี่ยมแสน. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 16 พฤษภาคม 2553.

ประยูทธ กระทอง. ผู้จัดการชานาคารออมสินสาขาตราด. สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2553.

ผัสณี สระบัว. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2553.

เพ็ญสุข เบญจพันธ์. ผู้จัดการชานาคารออมสินสาขาสมุทรสาคร. สัมภาษณ์, 25 ตุลาคม 2553.

ระชา หนองทราย. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2553.

รัตนา จิรายุกุล. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2553.

วรรณิ ไชยบาล. ผู้จัดการชานาคารออมสินสาขาพระประแดง. สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2553.

พลชัย เพชรปลอด. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 6 ธันวาคม 2553.

วิชัย จิระเจริญกิจกุล. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 13 มิถุนายน 2553.

วิภาวดี แสงงาม. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553.

วิรัช นิยมเข้ม. ผู้ช่วยผู้อำนวยการชานาคารออมสินสาขางานกิจกรรมชุมชน. สัมภาษณ์,  
8 สิงหาคม 2553.

วิโรจน์ นุ่มสุวรรณ. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2553.

ศุภวรรณ เกตุศรี. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 9 พฤษภาคม 2553.

สังสิต พิริขะรังสรรค์. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2553.

สิทธิชัย สวัสดิ์แสน. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2553.

สิริวิษณุ สงวนสันติกุล. ผู้ช่วยผู้อำนวยการชานาคารออมสินสาขางานนโยบายและกลยุทธ์. สัมภาษณ์,  
3 พฤษภาคม 2553.

สุบิน ปณีโค,พระอาจารย์. ลูกค้ำชานาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2553.

สุภาภรณ์ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา. ลูกค้ำธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 11 กรกฎาคม 2553.

สุภาภรณ์ แอรอง. ลูกค้ำธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2553.

สุเทพ สบโชค. ลูกค้ำธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 23 กันยายน 2553.

สุรัตน์ ชันชื้อ. ลูกค้ำธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 25 ตุลาคม 2553.

สุรีย์พร รามสมภพ. ลูกค้ำธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 27 มิถุนายน 2553.

เสริมศรี เหมือนสิงห์. ลูกค้ำธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 15 สิงหาคม 2553.

อนันดา เมียนละน้ำย. ลูกค้ำธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 1 สิงหาคม 2553.

ณาดชา มณเฑียรราช. ลูกค้ำธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2553.

ฤทัยวรรณ ศุภเกตร. ลูกค้ำธนาคารออมสิน. สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน 2553.

เอกสารอื่น

นำชัย ทนุธรรมนิจ และพิทักษ์ ศิริวงศ์. “รูปแบบและกรณีศึกษาการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารที่สโก็ จำกัด (มหาชน)” น.ป.ท., น.ป.ป. (อัครสำเนา)

เว็บไซต์

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. “บรรษัทภิบาล” คัมภีร์สู่องค์กรธุรกิจแบบยั่งยืน [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=41263>

### ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

กองบรรณาธิการบริษัท ไรท์เวย์ เมเนจเม้นต์. การรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อสังคม (Corporate Social Responsibility – CSR) [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.rightway.co.th/files/socialres.doc>

พิพัฒน์ ขอดพฤติการ และคณะ. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaicssr.com>

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 12 กรกฎาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.utcc.ac.th/amsar/about/document13>

รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 13 กรกฎาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.utcc.ac.th/amsar/about/document13>

อานันท์ ปันยารชุน. ปาฐกถาพิเศษ : ห่วงใยสังคมและสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ใหม่ของธุรกิจไทย [Online]. เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2553. เข้าถึงได้จาก [http://www.give2all.com2data/data\\_file/givevijai.doc](http://www.give2all.com2data/data_file/givevijai.doc)

Business For Social Responsibility. Introduction [Online]. เข้าถึงเมื่อ 9 กรกฎาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.bsr.org/bBSRResourcer/WhitePaperDetail.cfmDocumentID=48809>

European Commission. คู่มือให้ที่แตกต่าง : การศึกษาวิจัยรูปแบบ ลักษณะ และกลไกของการให้เพื่อสังคม [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2553. เข้าถึงได้จาก [http://www.give2all.com/data\\_file/givevijai.doc](http://www.give2all.com/data_file/givevijai.doc)

The World Business Council for Sustainable Development. [Online]. เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://wbesd.com>

<http://www.gsb.or.th>

#### BOOK

Crowl, T. K. Fundamentals of educational research. Madison, WI: Wm. C. Brown Communications, Inc. c1993.

Denzin, N.K. The research act: A theoretical introduction to sociological methods.

Chicago: Aldine. c1970.

Maykut, P. & Morehouse, R. Beginning Qualitative Research: A Philosophic and Practical Guide, The Falmer Press, London. c1994.

Philip Kotler and Nancy Lee. Corporate social responsibility: doing the most good for your company and your cause. John Wiley & Sons, Inc., c2005

Philip Kotler and Nancy Lee. Up and Out of Poverty. Wharton School Publishing, 2009

Ricky W. Griffin. Management 5<sup>th</sup> edition. Boston : Houghton Mifflin, c1996

Stake, R. The art of case research. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. c1995.

**JOURNAL**

Francisco SZE'KELY and Marianna Knirsch, Wresponsible Leadership and Corporate Social Responsibility: Metries for Sustainable Performance, "European Management 6,23 (October 2005) : 628-647

Koter, Phillip, and Nancy Lee. Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for your Company and Your Cause. United States of America: John Wiley & Sons Inc., 2005

Koter, Philip, Ned Roberto, and Nancy Lee. Marketing: improving the quality of lift. 2<sup>nd</sup> ed. Thousand Oaks, Calif : Sage Publications, 2002

Kraisornsuthasinee, Suttisak, and Swierozek, Fredric Willian. "Interpretations of CSR in Thai Companies." The Journal of Corporate Citizenship 1,1 (November 2008) : 53-65

The Commission of the European Communities. "Promotion a European Framework for Corporate Social Responsibility." The Commission's Green Paper (2001)

W.M Greenfield, "In the name of corporate social responsibility," Business Horizons 47,1 (January – February 2004) : 19 – 28



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวเกษมณี พฤษษาประดับกุล
ที่อยู่	1/116 ถนนสมเด็จพระปิ่นเกล้า แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700
ที่ทำงาน	ธนาคารออมสินสาขาทำเนียบรัฐบาล ภายในทำเนียบรัฐบาล แขวงจตุรตศา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ (02)282-4333
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2540	สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต วิชาเอกการบัญชี จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
พ.ศ. 2552	ศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ.2538	พนักงานปฏิบัติการ ธนาคารออมสินภาคกรุงเทพ
พ.ศ.2542	พนักงานปฏิบัติการ ธนาคารออมสินเขตราชดำเนิน
พ.ศ.2544	พนักงานปฏิบัติการ ธนาคารออมสินเขตมหาดไทย
พ.ศ.2545	พนักงานปฏิบัติการ ธนาคารออมสินสาขามหาดไทย
พ.ศ.2549	พนักงานปฏิบัติการ ธนาคารออมสินสาขาทำเนียบรัฐบาล

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี