

การรับรู้ข่าวสารและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

Information Perception and Participation in Corporate Social Responsibility (CSR)
of Employees at Siam Commercial Bank Public Company Limited

เพื่อประภา วงศ์ทอง * และศศิพรรณ บิลมานโนชญ์ **

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (2) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (3) เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยมีการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่เป็นพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ซึ่งปฏิบัติงานในสำนักงานใหญ่มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 6,020 คน ทั้งนี้มีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane โดยได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 375 คน สถิติที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test ค่า ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ข่าวสารในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างเครือข่ายและจิตอาสา ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม และด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้
2. การมีส่วนร่วมในโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในด้านการดำเนินงานและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.26 และ 4.25) โดยมีส่วนร่วมในระดับมากในด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล (ค่าเฉลี่ย 4.20) และด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.98)
3. จากการศึกษาเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และตำแหน่งงานของกลุ่มตัวอย่างต่างกันทำให้การมีส่วนร่วมต่อโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมแตกต่างกัน
4. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) มีความสัมพันธ์

* เพื่อประภา วงศ์ทอง นักศึกษาปริญญาโท คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

** ศศิพรรณ บิลมานโนชญ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

กับการมีส่วนร่วมในโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การรับรู้ข่าวสาร กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม ธนาคารไทยพาณิชย์

Abstract

In this thesis, the researcher examines (1) information perception of employees at Siam Commercial Bank Public Company Limited (SCB) in respect to corporate social responsibility (CSR). The researcher also investigates (2) the participation of SCB headquarters employees in CSR. Furthermore, the researcher compares (3) the participation of these employees as classified by demographical characteristics. Finally, the researcher studies (4) the relationships between information perception of CSR projects and the participation of the employees.

Applying the Taro Yamané formula, the researcher collected a sample population of 375 SCB employees from a total research population of 6,020 employees. Using techniques of descriptive statistics, the researcher analyzed the data collected in terms of frequency, percentage, mean and standard deviation. Furthermore, the researcher also employed a t-test technique and an analysis of variance (ANOVA) technique, as well as Pearson's product moment correlation coefficient method.

Findings are as follows:

1. In respect to the information

perception of CSR by these SCB employees, the following was found: The majority of the sample population exhibited overall information perception at the highest level in all of the three aspects considered. In descending order were network building and volunteering; quality of life development and the environment; and youth development and learning enhancement.

2. Concerning the participation of these employees in CSR projects, the following was found: The majority of the sample population exhibited participation in the operation and in decision making at the highest level (means being 4.26 and 4.25). The participation was at a high level in the aspects of evaluation and benefits (means being 4.20 and 3.98).

3. The comparison of SCB employees' participation in the headquarters area regarding CSR classified by demographical factors found the following. Differences in gender, age, educational level, work experience, and position exhibited differences in participation in CSR projects.

4. The relationship between perception of CSR projects and SCB employees' participation in the headquarters area found that the perception of CSR projects correlated with the participation of SCB employee.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการที่กระแสเรื่องของการรับผิดชอบต่อสังคม (corporate social responsibility หรือ CSR) ซึ่งเป็นกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับ

องค์กรธุรกิจประเภทต่างๆ กำลังได้รับความสนใจจากภาคธุรกิจในประเทศไทยเป็นอย่างมาก การเพิ่มจำนวนของธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในระยะ 4 - 5 ปีที่ผ่านมาเป็นตัวได้ชี้ให้เห็นว่า แนวโน้มทิศทางของการทำธุรกิจในอนาคต จะเป็นไปในทิศทางที่การดำเนินกิจการหรือธุรกิจในทุกประเภทจะให้ความสำคัญกับความยั่งยืนขององค์กรมากยิ่งขึ้น โดยใช้วิธีการเข้าไปมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อและส่งเสริมการพัฒนาสังคม ซึ่งการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจใดก็ตาม จึงเป็นการวางรากฐานเพื่อความยั่งยืนขององค์กรนั้นๆ ในอนาคตได้เป็นอย่างดี

โดยการดำเนินกิจกรรมการรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ขององค์กรส่วนใหญ่ไม่มีวัตถุประสงค์ต่อไปนี้ (นันทวิภา ชิวฉุกม, 2551, หน้า 4 - 5)

1) การประชดสัมพันธองค์กร ด้วยกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคและสังคมให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

2) พัฒนาชื่อเสียง ภาพลักษณ์และตราสินค้า (Brand) ขององค์กรเพื่อหวังผลที่จะได้รับความสำเร็จทางธุรกิจในระยะยาว

3) ลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจขององค์กร ที่การดำเนินธุรกิจอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมค่อนข้างสูง เพราะหากองค์กรธุรกิจถูกต่อต้านจากชุมชนจะทำให้การดำเนินงานขององค์กรนั้นเป็นไปด้วยความยากลำบาก และเมื่อเกิดการต่อต้านในจุดหนึ่งก็จะเกิดการขยายไปยังจุดอื่นตามมากอีกด้วย ดังนั้นเห็นได้จากการที่ในปัจจุบันองค์กรทั้งภาครัฐบาลและเอกชนต่างเร่งดำเนินกิจกรรมด้าน CSR กันเป็นอย่างมาก เนื่องจากตระหนักถึงการทำความดีเพื่อสังคมมากขึ้นในยุคสมัยที่สังคมมีแต่การเอารัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน ทั้งนี้รวมทั้งองค์กรภาคธนาคาร ก็ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการทำ CSR เช่นเดียวกับองค์กรอื่นๆ เพราะธนาคารฯ ถือเป็นองค์กรสำคัญที่จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นที่ดีต่อสายตาดูลงทุนไทยและผู้ลงทุนต่างประเทศให้เข้ามาลงทุนในประเทศไทย และเป็นการ

สร้างภาพลักษณ์ และชื่อเสียงด้านความน่าเชื่อถือให้กับประเทศ

อย่างไรก็ตาม ธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ก็เป็นธนาคารฯ อีกแห่งหนึ่งที่มีความตระหนักถึงการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมจึงยึดมั่นต่อการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) อย่างต่อเนื่องโดยทางธนาคารฯ ได้ทำหน้าที่กำหนดทิศทางกำกับดูแลและประเมินผลการดำเนินงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคมอันเป็นการแสดงถึงความตั้งใจและการให้ความสำคัญของธนาคารฯ นอกเหนือจากการให้ความสนับสนุนและการให้ความช่วยเหลือกิจกรรมอันเป็นสาธารณประโยชน์สำหรับในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมนั้น คณะกรรมการกิจกรรมเพื่อสังคมได้กำหนดกรอบในการดำเนินการไว้ใน 3 ประเด็นกล่าวคือ (1) ด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้ (2) ด้านการสร้างเครือข่ายจิตอาสา (3) ด้านคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ยังมีมูลนิธิสยามกัมมาจล ซึ่งเป็นมูลนิธิที่มีการดำเนินงานภายใต้การดูแลของธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ที่ได้ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนงานพัฒนาเยาวชนและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการติดต่อกับองค์กรพัฒนาเยาวชนหรือหน่วยงานภาครัฐที่ทำเรื่องเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนต่างๆ นอกจากรธนาคารฯ จะเข้าร่วมในกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อสังคมในลักษณะต่างๆ แล้ว ธนาคารยังมีนโยบายในการสนับสนุนการดำเนินงาน CSR ของหน่วยงานอื่น ๆ อีกด้วย รวมทั้งยังมุ่งหวังที่จะให้บุคลากรของธนาคารได้เข้าไปมีส่วนร่วมคิดร่วมวางแผนงานและร่วมทำกิจกรรม CSR ซึ่งเป็นการสร้างวัฒนธรรมในองค์กรให้พนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ทั่วประเทศให้มีจิตอาสาทำงานเพื่อสังคม อย่างไรก็ตามพบว่า พนักงานมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคมและมีส่วนร่วมในกิจกรรม CSR ของธนาคารฯ ค่อนข้างน้อย ดังนั้นธนาคารฯ จึงพยายามสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานให้เพิ่มมากขึ้น โดยได้จัดกิจกรรม CSR ในลักษณะต่าง ๆ และเชิญชวนให้พนักงานแต่ละแผนกเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อ

สังคมของธนาคารอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

คำถามนำวิจัย

1. พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของธนาคารฯ ในระดับใด
2. พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีส่วนร่วมในโครงการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของธนาคารฯ ในระดับใด
3. พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีส่วนร่วมในโครงการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคมแตกต่างกันอย่างไร
4. การรับรู้ข่าวสารของพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมต่อโครงการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในโครงการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในโครงการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) กับการมีส่วนร่วมของพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ที่ต่างกันส่งผลให้การมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม(CSR) แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม(CSR)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
2. ทราบการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับโครงการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
3. ทราบการมีส่วนร่วมในโครงการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. ทราบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับโครงการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
5. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในภาควางแผนด้านการส่งเสริมกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) สำหรับธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ได้ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยมุ่งศึกษาการรับรู้ข่าวสารและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคมของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
2. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวน 6,020คน (ข้อมูลจากจำนวนพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ณ ปี พ.ศ. 2557

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัยเฉพาะพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ เนื่องจากสำนักงานใหญ่เป็นสำนักงานที่เป็นศูนย์รวมนโยบาย และยังเป็นที่ตั้งของหน่วยงานที่รับผิดชอบกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของธนาคารไทยพาณิชย์ฯ อีกด้วย

4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) อายุทำงาน และ 5) ตำแหน่งงาน

4.2 ตัวแปรด้านการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ 1) ด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้ 2) ด้านการสร้างเครือข่ายและจิตอาสา และ 3) ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม

4.3 ตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ 1) ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 3) ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และ 4) ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2557

นิยามศัพท์เฉพาะ

- พนักงานธนาคารฯ หมายถึง พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงานในตำแหน่งงานและแผนกต่าง ๆ ณ ธนาคารไทยพาณิชย์ฯ สำนักงานใหญ่
- โครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของธนาคารไทยพาณิชย์ฯ หมายถึง โครงการกิจกรรมต่างๆ ที่มีการดำเนินการโดยธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคมธนาคารไทยพาณิชย์ (CSR) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมที่เป็น

โครงการภายในและภายนอกองค์กรที่ธนาคารไทยพาณิชย์ฯ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์แก่สังคมอย่างต่อเนื่อง โดยเผยแพร่ทางสื่อประเภทต่างๆ ของธนาคารฯ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้านดังนี้ (1) กิจกรรมด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้หมายถึงกิจกรรมที่ธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ได้จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเยาวชนในท้องถิ่นได้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาและส่งเสริมในการสร้างคุณลักษณะที่ดีของเยาวชน (2) กิจกรรมด้านการสร้างเครือข่ายและจิตอาสา หมายถึง กิจกรรมที่ธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ได้จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมให้เยาวชน และประชาชนมีค่านิยมแห่งการช่วยเหลือเกื้อกูล และเป็นพลังขับเคลื่อนความดีงามในสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ กระตุ้นให้เกิดการสร้างเครือข่ายพนักงานจิตอาสาที่มีความเข้มแข็ง และมีการรวบรวมเยาวชนคนรุ่นใหม่เป็นสมาชิกในกิจกรรมจิตอาสาทำความดีเพื่อสังคม และ (3) กิจกรรมด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมหมายถึง กิจกรรมที่ธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ได้จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการสร้างคุณธรรมให้เกิดขึ้นในสังคม ทั้งในเรื่องของการเสียสละ ลด ละ เลิก การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลืองและรณรงค์อนุรักษ์ปลูกฝังให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อม

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) หมายถึง การรับทราบข้อมูลข่าวสารข้อมูล และกิจกรรม จากประเภทสื่อต่าง ๆ ได้แก่ วารสารภายในธนาคารฯ เว็บไซต์ของธนาคารฯ สื่อบุคคล ในกิจกรรมด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้ ด้านการสร้างเครือข่ายและจิตอาสา และด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม

การรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ โดยวัดจากความสามารถในการจดจำข้อสรุปหรือหลักการที่เป็นแก่นหรือสาระสำคัญรวบยอดเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ ของ

ธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ประกอบด้วย กิจกรรมด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้ ด้านการสร้างเครือข่ายและ จิตอาสา และด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม

การมีส่วนร่วมของพนักงานหมายถึง การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในโครงการกิจกรรม (CSR) แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ หมายถึง การเปิดโอกาสให้พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ได้มีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงานกิจกรรมเพื่อสังคม และมีส่วนในการตัดสินใจในการวางแผนการดำเนินงานของกิจกรรมเพื่อสังคม

2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานหมายถึง การเปิดโอกาสให้พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานกิจกรรมเพื่อสังคมที่ธนาคารฯ ได้จัดทำขึ้น เช่น กิจกรรมด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้ ด้านการสร้างเครือข่ายและจิตอาสา และด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม

3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์หมายถึง การเปิดโอกาสให้พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ได้มีส่วนร่วมในผลประโยชน์จากการดำเนินงานกิจกรรม (CSR) ของทางธนาคารฯ เช่น ชื่อเสียงของทางธนาคารฯเป็นที่รู้จักแพร่หลายของลูกค้า การดูแลสวัสดิการต่าง ๆ จากการทำกิจกรรม (CSR) ของทางธนาคารฯ เช่น การบริการรถ และที่พัก อาหารสำหรับกิจกรรม (CSR)

4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล หมายถึง การเปิดโอกาสให้พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ได้มีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการดำเนินงานกิจกรรมกิจกรรม (CSR) ของทางธนาคารฯ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการรับรู้ข่าวสารและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมองค์กรธุรกิจ
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
3. แนวคิดเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสาร
4. กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษ การรับรู้ข่าวสารและการมีส่วนร่วมของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย การสุ่มตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การทดสอบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ สำนักงานใหญ่ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 6,020 คนโดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างที่พร้อมจะให้ข้อมูลและเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะศึกษาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และกลุ่มตัวอย่างจะต้องเป็นผู้ที่เคยรับรู้และมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของทางธนาคารไทยพาณิชย์ฯโดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หาขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 375 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ ตลอดทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรที่ใช้ในการศึกษา เป็นคำถามในเรื่องเพศอายุระดับการศึกษารายได้ อายุการทำงาน และตำแหน่งงาน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ได้แก่ ด้านการดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนของแต่ละคำตอบจะมีดังนี้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้ไปดำเนินการแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ และตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์จนครบ 375 ชุด ต่อจากนั้น นำแบบสอบถามมาลงรหัสที่กำหนดไว้สำหรับการประมวลผล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์แล้วจากนั้น นำผลที่ได้มาลงตารางวิเคราะห์ทางสถิติและแปลความหมายข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ที่นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (hypothesis testing statistics) ได้แก่การหาค่า t - test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระ

ต่อกัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVA (ONE-WAY Analysis of Variance) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม การหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffé และการหาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ฯ กับการมีส่วนร่วมของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ที่มีต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ทั้งนี้ได้กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ไว้ที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ผลจากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.20) เป็นเพศหญิงและมีอายุระหว่าง 31-40 ปีโดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 57.10) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 5-10 ปีและปฏิบัติงานในตำแหน่งระดับพนักงาน (Staff)

ส่วนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ผลจากการศึกษา พบว่าการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการรับรู้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.23) ในด้านการสร้างเครือข่ายและจิตอาสา มีการรับรู้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20 และ 4.19) ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม และด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้โดยการเรียนรู้ในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการสร้างเครือข่ายและจิตอาสาพบว่า พนักงานฯ มีการรับรู้มากที่สุด 4 ประเด็น ได้แก่

ธนาคารฯ มีกิจกรรมส่งเสริมค่านิยมแห่งการใช้คุณค่าของตนเองให้เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.58) ธนาคารฯ มีกิจกรรมกระตุ้นให้เกิดการสร้างเครือข่ายพนักงานจิตอาสาที่มีความเข้มแข็ง (ค่าเฉลี่ย 4.48) ธนาคารฯ มีกิจกรรมรวบรวมเยาวชนคนรุ่นใหม่เป็นสมาชิกในกิจกรรมจิตอาสาทำความดีเพื่อสังคม (ค่าเฉลี่ย 4.47) และธนาคารฯ มีกิจกรรมส่งเสริมค่านิยมแห่งการช่วยเหลือเกื้อกูลและเป็นพลังขับเคลื่อนความดีงามในสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.22) โดยพนักงานฯ มีการรับรู้ในระดับมากใน 2 ประเด็น ได้แก่ ธนาคารฯ มีกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายจิตอาสาผ่านช่องทางสื่อสารทางเว็บไซต์และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social networks) (ค่าเฉลี่ย 3.87) และธนาคารฯ มีกิจกรรมร่วมกันระหว่างภาคีเครือข่ายภาครัฐและภาคเอกชน เช่น CSR Club (ค่าเฉลี่ย 3.77)

2. ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม พบว่า พนักงานฯ มีการรับรู้ในระดับมากที่สุด ใน 3 ประเด็น ได้แก่ ธนาคารฯ มีกิจกรรมมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของพนักงานจิตอาสา (ค่าเฉลี่ย 4.43) ธนาคารฯ มีกิจกรรมมุ่งเน้นการขยายผลไปยังเครือข่ายพันธมิตรลูกค้าและบริษัทในเครือ (ค่าเฉลี่ย 4.41) และธนาคารฯ มีกิจกรรมเกี่ยวกับรักษาสีสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.31) โดยพนักงานฯ มีการรับรู้ในระดับมากใน 3 ประเด็น ได้แก่ ธนาคารฯ มีกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิต (ค่าเฉลี่ย 4.07) ธนาคารฯ มีกิจกรรมรณรงค์อนุรักษ์ปลูกฝังให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.03) และธนาคารฯ มีกิจกรรมการสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นในสังคมทั้งในเรื่องของการเสียสละลด ละ เลิก การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลือง (ค่าเฉลี่ย 3.96)

3. ด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้ พบว่า พนักงานฯ มีการรับรู้มากที่สุดใน 5 ประเด็น ได้แก่ ธนาคารฯ มีการเตรียมความพร้อมให้เยาวชนนำความรู้ความสามารถควบคู่กับการมีคุณธรรมมาช่วยพัฒนาสังคม ชุมชน และประเทศชาติให้เจริญรุ่งเรืองในระยะยาว (ค่าเฉลี่ย 4.61) ธนาคารฯ ได้ส่งเสริมให้เยาวชนสำนึกในการทำประโยชน์ต่อสังคม

(ค่าเฉลี่ย 4.55) ธนาคารฯ มุ่งให้ความสำคัญด้านการพัฒนาเยาวชนเป็นเป้าหมายหลัก (ค่าเฉลี่ย 4.37) ธนาคารฯ มีการเตรียมความพร้อมให้เยาวชนมีความสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างสร้างสรรค์ (ค่าเฉลี่ย 4.35) และธนาคารฯ ส่งเสริมในการสร้างคุณลักษณะที่ดีของเยาวชน (ค่าเฉลี่ย 4.25) โดยพนักงานฯ มีการรับรู้อยู่ในระดับมากใน 3 ประเด็น ได้แก่ ธนาคารฯ ตระหนักว่าเยาวชนเป็นทรัพยากรที่มีค่าและเป็นรากฐานที่สำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตและการพัฒนาประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ธนาคารฯ ส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้เป็นคนเก่งควบคู่ไปกับการเป็นคนดีของสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.77) และธนาคารฯ ส่งเสริมให้เยาวชนคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่มีการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR)

ผลจากการศึกษา พบว่า พนักงานฯ มีส่วนร่วมในการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ในระดับมากที่สุด ใน 2 ประเด็น ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย 4.26 และ 4.25) โดยพนักงานฯ มีส่วนร่วมในระดับมากใน 2 ประเด็น ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการประเมินผล และด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 4.20 และ 3.98) โดยในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน พบว่า พนักงานฯ มีส่วนร่วมมากที่สุด ใน 3 ประเด็น ได้แก่ การดำเนินงานกิจกรรม CSR ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.61) การดำเนินงานกิจกรรม CSR ด้านการสร้างเครือข่ายจิตอาสา (ค่าเฉลี่ย 4.34) และการดำเนินงานกิจกรรม CSR ด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ย 4.23) โดยพนักงานฯ มีส่วนร่วมในระดับมากใน 2 ประเด็น ได้แก่ การรณรงค์การดำเนินกิจกรรม CSR (ค่าเฉลี่ย 4.14) และการดำเนินงานกิจกรรมส่งเสริมการดำเนิน

กิจกรรม CSR อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.96)

2. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจพบว่า พนักงานฯ มีส่วนร่วมในระดับมากที่สุด ใน 2 ประเด็น ได้แก่ การเสนอสาเหตุของปัญหาในการดำเนินกิจกรรม CSR (ค่าเฉลี่ย 4.55) และกิจกรรม CSR ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ฯ จัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.40) โดยพนักงานฯ มีส่วนร่วมในระดับมากใน 3 ประเด็น ได้แก่ การเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินกิจกรรม CSR (ค่าเฉลี่ย 4.14) การเสนอปัญหาในการประชุมเกี่ยวกับกิจกรรม CSR (ค่าเฉลี่ย 4.08) และการประชุมเพื่อวางแผนในการดำเนินกิจกรรม CSR (ค่าเฉลี่ย 4.06)

3. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลพบว่า พนักงานฯ มีส่วนร่วมในระดับมากที่สุด ใน 6 ประเด็น ได้แก่ การรวบรวมปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานกิจกรรมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.59) การรวบรวมข้อมูลสำหรับประเมินผลการดำเนินงานกิจกรรมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) การรวบรวมข้อมูลสำหรับติดตามการดำเนินงานกิจกรรมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.55) การนำเสนอปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานกิจกรรมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.49) การสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมการดำเนินงานกิจกรรมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และการรวบรวมข้อมูลสำหรับประเมินผลการดำเนินงานกิจกรรมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) โดยพนักงานฯ มีส่วนร่วมในระดับมากใน 5 ประเด็น ได้แก่ การสรุปผลการดำเนินงานกิจกรรมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) การนำผลการดำเนินงานกิจกรรมโครงการนำเสนอให้กับผู้บริหารทราบ (ค่าเฉลี่ย 4.18) การทำรายงานเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย 3.89) การจัดทำรายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (ค่าเฉลี่ย 3.81) และการประเมินผลการดำเนินงานกิจกรรมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.46)

4. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ พบว่า พนักงานฯ มีส่วนร่วมในระดับมากที่สุด ใน 2 ประเด็น ได้แก่ การได้รับประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรม

CSR ของทางธนาคารฯ เช่น ชื่อเสียงของทางธนาคารฯ เป็นที่รู้จักแพร่หลายของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) และพนักงานมีส่วนร่วมในการดูแลสวัสดิการต่าง ๆ จากการทำกิจกรรม CSR ของทางธนาคารฯ เช่น การบริการรถและที่พัก อาหาร สำหรับกิจกรรม CSR (ค่าเฉลี่ย 4.23) โดยพนักงานมีส่วนร่วมในระดับมากใน 3 ประเด็น ได้แก่ การทำกิจกรรมและมีความรักความสามัคคีจากการเข้าร่วมดำเนินกิจกรรม CSR เช่น ร่วมกันเตรียมงานกิจกรรมก่อนไปดำเนินการไม่ว่าจะเป็นหลังเลิกงานหรือวันหยุด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.03) ธนาคารไทยพาณิชย์ฯ มีภาพลักษณ์องค์กรที่ดีในการทำกิจกรรม CSR (ค่าเฉลี่ย 3.94) และธนาคารฯ ได้รับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากเครือข่ายพันธมิตร ลูกค้าและบริษัทในเครือ (ค่าเฉลี่ย 3.44)

การทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ พบว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ต่างกันส่งผลให้การมีส่วนร่วมในการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานฯ แตกต่างกัน โดยผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลมีรายละเอียดดังนี้

- พนักงานที่มีเพศต่างกันมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- พนักงานที่มีอายุต่างกันมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างก็มีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานของที่ต่างกันทำให้การมีส่วนร่วมในการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) แตกต่างกัน อย่างมีนัย

สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- พนักงานที่มีตำแหน่งงานต่างกันทำให้การมีส่วนร่วมในการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ปัจจัยด้านการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) การรับรู้ของพนักงาน เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การรับรู้ของพนักงาน เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ด้านการสร้างเครือข่ายจิตอาสาสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การรับรู้ของพนักงาน เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ จากการศึกษปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานฯ จำแนกตามเพศ พบว่า พนักงานฯ ที่มีเพศต่างกันมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) แตกต่างกัน โดยพบว่า เพศหญิงมีส่วนร่วมมากกว่าเพศชายในทุกด้านได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วม

ร่วมในการตัดสินใจด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2553) ได้ศึกษาทัศนคติและการรับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของชุมชนมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อ (CSR) จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานฯ จำแนกตามอายุ พบว่า พนักงานฯ ที่มีอายุต่างกันมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) แตกต่างกัน โดยพบว่า พนักงานที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไปมีส่วนร่วมมากกว่าพนักงานฯ ที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานที่มีอายุมากย่อมมีประสบการณ์ในการทำงานมากและมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมมาก ส่งผลให้เห็นว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นเรื่องที่สร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ ส่งผลให้มีส่วนร่วมมากกว่าพนักงานฯ ที่มีอายุน้อยกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2553) ได้ศึกษาทัศนคติและการรับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของชุมชนมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อ (CSR)

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานฯ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า พนักงานฯ ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) แตกต่างกัน โดยพบว่า พนักงานฯ ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีส่วนร่วมมากกว่าพนักงานฯ ที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท เนื่องจากพนักงานฯ ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานฯ ในระดับปฏิบัติส่งผลให้เวลารว่างพอที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารฯ บางครั้งหลังเลิกงานก็เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารฯ จากการศึกษปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานฯ จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน พบว่า พนักงานฯ ที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกันมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่

แฟร์กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) แตกต่างกัน โดยพบว่า พนักงานฯ ที่มีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 5-10 ปี มีส่วนร่วมมากกว่าพนักงานฯ ที่มีประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 5 ปี และมีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 11-20 ปี เนื่องจากพนักงานฯ ที่มีประสบการณ์ระหว่าง 5-10 ปี เป็นพนักงานฯ ในระดับผู้ปฏิบัติ อีกทั้งอาจมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารฯ มาแล้ว และเห็นว่าประโยชน์ต่อสังคม เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ส่งผลให้องค์กรได้รับความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือจากผู้ใช้บริการ ทำให้มีส่วนร่วมมากกว่าพนักงานฯ ที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี และระหว่าง 11-20 ปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพนักงานฯ ระดับบริหาร ทำให้มีเวลาค่อนข้างจำกัดด้วยภารกิจด้านงานจึงมีโอกาสดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมน้อยกว่า

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานฯ จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า พนักงานฯ ที่มีตำแหน่งงานต่างกันมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) แตกต่างกัน โดยพบว่า พนักงานฯ ที่มีตำแหน่งระดับพนักงาน (Staff) มีส่วนร่วมมากกว่าพนักงานฯ ที่มีตำแหน่งระดับ Officer (ระดับบริหารขั้นต้น) และระดับ VP (ระดับ Vice President) และพบว่า พนักงานฯ ที่มีตำแหน่งระดับ AVP (ระดับ Assistant Vice President) มีส่วนร่วมมากกว่าพนักงานฯ ที่มีตำแหน่งระดับ Officer (ระดับบริหารขั้นต้น) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะด้วยภาระหน้าที่ในการทำงานที่ส่งผลให้พนักงานฯ ที่มีตำแหน่งในระดับผู้บริหารมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมค่อนข้างน้อยกว่าระดับพนักงาน

2. การรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ ผลจากการศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ของพนักงานฯ พบว่า พนักงานฯ มีการรับรู้ในระดับมากที่สุดใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างเครือข่ายและจิตอาสา ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม และ ด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้โดยมีข้อค้นพบที่น่าสนใจ กล่าวคือ ถึงแม้ว่า

พนักงานจะมีการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารฯ ตี้อยู่แล้ว แต่อย่างไรก็ตามธนาคารฯ ก็ยังมีกระแสประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารฯ และเชิญชวนให้พนักงานฯ ทุกคนได้มีส่วนร่วมทุกครั้งไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมที่ต้องมีการเตรียมงานก่อนหรือกิจกรรมที่ต้องออกไปนอกสถานที่ ต่างจังหวัด อย่างต่อเนื่อง โดยการสื่อสารเพื่อที่จะให้พนักงานได้รับรู้ถึงกิจกรรมด้าน (CSR) ของธนาคารฯ ในทุกช่องทางของการสื่อสารได้แก่ ระบบอินทราเน็ต เว็บไซต์ และอีเมล แลผนวก ประชากรข่าวประชาสัมพันธ์ และหนังสือเวียนภายใน ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานฯ ทุกคนของธนาคารฯ ได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมซึ่งเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ตลอดจนการสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจให้กับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลทิพย์ ศรีชะฎา (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์และความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเอกชนประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด ต่อการมีส่วนร่วมในโครงการพหุระดับ ผลการศึกษาซึ่งพบว่า กว่า 50% ของกลุ่มตัวอย่างได้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยกลุ่มตัวอย่างมีการติดตามหรือรับข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์จากสื่อประเภทต่าง ๆ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ) สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อบุคคล

3.การมีส่วนร่วมของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ที่มีต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ผลจากการศึกษาการมีส่วนร่วมของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ที่มีต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) พบว่า พนักงานฯ มีส่วนร่วมของพนักงานฯ ในระดับมากถึง 4 ประเด็น ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล และด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานฯ ส่วนใหญ่เล็งเห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของการดำเนินกิจกรรม

CSR ของธนาคารฯ โดยเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่ดีและเกิดประโยชน์ต่อสังคม นอกจากนี้ยังเข้าใจว่ากิจกรรม CSR ของธนาคารฯ เป็นกิจกรรมที่ส่งผลในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารฯ ต่อสาธารณะชนได้ นอกจากนี้ธนาคารฯ ยังได้รับความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้าและพนักงานจึงทำให้พนักงานฯ มีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของธนาคารฯ อยู่ในระดับมาก

4. ความสัมพันธ์ของการรับรู้และการมีส่วนร่วมในโครงการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ฯ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานฯ พบว่า การรับรู้ของพนักงานฯ เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) โดยพบว่า มีความสัมพันธ์ในทุกด้านได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล แสดงว่า การรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานฯ พบว่า การรับรู้ของพนักงานฯ เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ฯ จำกัด (มหาชน) ด้านการสร้างเครือข่ายจิตอาสาที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) โดยพบว่า มีความสัมพันธ์ในทุกด้านได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล แสดงว่า การรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการ

มีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานฯ พบว่า การรับรู้ของพนักงานฯ เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) โดยพบว่า มีความสัมพันธ์ในทุกด้านได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล แสดงว่า การรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมต่อการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR)

ข้อเสนอแนะจากการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการศึกษาที่พบว่า พนักงานไทยพาณิชย์ฯ มีการรับรู้ด้านพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้ที่น้อยที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นเกี่ยวกับ ธนาคารส่งเสริมให้เยาวชนคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตนทั้งในด้านการสร้างเครือข่ายและจิตอาสา ที่ธนาคารฯ มีกิจกรรมร่วมกับระหว่างภาคีเครือข่ายภาครัฐและภาคเอกชน เช่น CSR Club และในด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมได้แก่ ธนาคารมีกิจกรรมการสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นในสังคม โดยการเสียดสละ ลด ละ เลิก การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลือง ดังนั้นธนาคารฯ ควรเร่งให้มีการดำเนินงานเผยแพร่ความรู้ให้กับพนักงานฯ เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารฯ เพื่อให้พนักงานฯ ได้รับรู้ผ่านช่องทางทางสื่อสารประเภทต่าง ๆ อาทิ อินทราเน็ต เว็บไซต์ ป้ายประกาศ แผ่นพับ ข่าวประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการทบทวนสื่อเวียนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงกิจกรรม CSR ต่างๆ ของธนาคารฯ อย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง

2. จากผลการศึกษาการมีส่วนร่วมในด้าน

การตัดสินใจของพนักงานฯ ที่พบว่า พนักงานไทยพาณิชย์ฯ มีส่วนร่วมน้อยที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับการประชุมเพื่อวางแผนในการดำเนินกิจกรรม CSR ดังนั้นในการประชุมเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ผู้รับผิดชอบกิจกรรมเพื่อสังคมควรมีการแจ้ง และเชิญชวนให้พนักงานฯ ที่เกี่ยวข้องได้เข้าร่วมในการประชุมเพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานฯ ได้มีส่วนร่วมในการคิด และมีส่วนร่วมในการวางแผน หรือการตัดสินใจมากยิ่งขึ้น

3. จากผลการศึกษการมีส่วนร่วมในด้านผลประโยชน์ของพนักงานฯ ซึ่งพบว่า พนักงานไทยพาณิชย์ฯ มีส่วนร่วมน้อยที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับธนาคารฯ ได้รับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากเครือข่าย พันธมิตร ลูกค้าและบริษัทในเครือ ดังนั้นพนักงานทุกคนควรมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารให้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากเครือข่าย พันธมิตร ลูกค้า และบริษัทในเครือ

4. จากผลการศึกษการมีส่วนร่วมในด้านการประเมินผลที่พบว่า พนักงานไทยพาณิชย์ฯ มีส่วนร่วมน้อยที่สุดในประเด็นการมีส่วนร่วมประชุมรับฟังการประเมินผลการดำเนินงานกิจกรรมโครงการฯ ดังนั้น ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบและผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารฯ ควรให้ความสำคัญกับการประชุมรับฟังการประเมินผลการดำเนินงาน โดยควรมีการเชิญให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องรวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาเข้าร่วมรับฟังประชุมผลการดำเนินงาน เพื่อจะได้นำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจาก

การประชุมมาปรับปรุงหรือเป็นแนวทางในการดำเนินงานกิจกรรม เพื่อสังคมของธนาคารฯ ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา กิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยเป็นการศึกษาเฉพาะการรับรู้และการมีส่วนร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานฯ ณ สำนักงานใหญ่ ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษากับกลุ่มพนักงานไทยพาณิชย์ฯ ของสาขาในส่วนภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อจะได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้และการมีส่วนร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานธนาคารฯ จากทั่วทุกภูมิภาค

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษการรับรู้ และการมีส่วนร่วมของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในการเผยแพร่กิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาคำความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้า ประชาชน ผู้ที่ได้รับการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ฯ เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบถึงความคิดเห็นหรือมุมมองของบุคคลภายนอกในประเด็นเกี่ยวกับการรับรู้และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (CSR) เพื่อจะสามารถนำข้อเสนอแนะดังกล่าวนี้ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนงาน CSR ของธนาคารฯ ให้ดียิ่งขึ้นและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย อื่น ๆ ได้อย่างทั่วถึงต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กมลทิพย์ ศรีชะฎา. (2550) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเซฟรอนประเทศไทยสำรวจและผลิตจำกัด : กรณีศึกษาโครงการพระดาบส. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นันท์วิภา ชิวะอุดม. (2551). การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิพัฒน์ นนทนารณณ์. (2553). รายงานการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและการรับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของชุมชนมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”. ภาควิชาการจัดการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. รายงานประจำปีธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ประจำปี พ.ศ.2555.
-