

การบริหารจัดการบรรษัทภิบาลของสถาบันการเงินในประเทศไทย The Management of Corporate Social Responsibility of Financial Institutes in Thailand

พงศ์ปณต พัสระ¹, สุชีพ พิริยสมิทธิ์²

Pongpanoj Passara¹, Sucheep Phiriyasmithee²

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการ¹

Doctor of Philosophy in Public Policy and Management¹

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต²

Graduate School Kasem Bundit University²

Email: ppanoj@gmail.com¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการ และนำเสนอแนวทาง นโยบายและรูปแบบการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบเชิงพรรณนาโดยการวิเคราะห์การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) มีแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือที่ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญตามหลักเกณฑ์พบว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่เป็นทางการเป็นเครื่องมือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นผู้มีความรู้ และเกี่ยวข้อง จำนวนทั้งสิ้น 16 คน

จากการศึกษามีข้อค้นพบว่า การบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมการตอบแทนสังคม ที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกมิติ และต้องเพิ่มการสื่อสารที่ชัดเจนที่จะทำให้พนักงานและประชาชนเข้าใจถึงกิจกรรมของสถาบันการเงินมากขึ้น การวางแผน นำไปสู่การดำเนินงาน ตอบสนองความต้องการของสังคมไทยและแสดงความเป็นตัวตนของสถาบัน ด้านการบริหารจัดการ พบว่ามีความหลากหลายของรูปแบบ ซึ่งรูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมของสถาบันการเงินในประเทศไทย พบว่า ทุกสถาบันการเงินมีเจตนารมณ์ที่ดีในการตอบแทนสังคม โดยมีกิจกรรมเพื่อสังคมที่ดีแตกต่างกัน ยังถูกมองเป็นเรื่องของภาพลักษณ์องค์กรที่เป็นการค้าแฝง ดังนั้นสถาบันการเงินต้องพัฒนาการสื่อสารให้ตรงประเด็นและชัดเจนขึ้น

คำสำคัญ: การบริหาร, จัดการ, บรรษัทภิบาล, สถาบันการเงิน

Abstract

The objectives of this research were to study the management conditions. And present guidelines policies and forms of social responsibility management of financial institutions in Thailand Is a qualitative research descriptive model by documentary research. Use informal in-depth interviews as tools. The groups of key informants are knowledgeable and related a total of 16 people

The study found that. Responsible management of financial institutions in Thailand Most of them are social contribution activities. Related and not related to business but not covering all dimensions and need to increase clear communication that will allow employees and the public to better understand the activities of financial institutions. Planning leads to operations Meet the needs of Thai society and show the identity of the institution. Management Found that there are a variety of styles Which forms the appropriate activities of financial institutions in Thailand, found that every financial institution has a good intention to reward society with different social activities. Still being seen as a matter of corporate image that is a passive trade. Therefore, financial institutions must develop communication to be more relevant and clearer.

Keywords: Administration, Management, Corporate Governance, Financial Institutions

Received: 2019-06-04

Revised: 2019-07-5

Accepted: 2019-08-02

บทนำ

แนวคิดบรรษัทภิบาล หรือซีเอสอาร์ จะส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวของ การลงทุน โดยซีเอสอาร์ไม่เพียงสะท้อนความต้องการของประชาชนเท่านั้น แต่ยังสะท้อนการทำงานและดำเนินนโยบายของรัฐบาลด้วย ซึ่งการกำกับดูแลกิจการหรือบรรษัทภิบาล (Corporate Governance : CG) หลังจากวิกฤตการณ์ทางการเงินเศรษฐกิจในปี 2540 ในประเทศไทยได้เล็งเห็นความสำคัญของการสร้างความเชื่อมั่นในตลาดทุน โดยได้พัฒนาเรื่องการกำกับดูแลกิจการอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ในปี 2545 รัฐบาลได้ประกาศให้เป็น ปีบรรษัทภิบาล และได้จัดตั้ง คณะกรรมการบรรษัทภิบาลแห่งชาติ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2560)

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจหรือ บรรษัท ภิบาล หรือ (Corporate Social Responsibility : CSR) เป็นคำที่มีการใช้กันอย่างแพร่หลายในช่วงสิบปีที่ผ่านมา สำหรับประเทศไทย พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ทรงมีพระราชดำรัสแก่พสกนิกรชาวไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 เกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ โดยเป็นการดำเนินธุรกิจตามทางสายกลาง พร้อมทั้งต้องมีความรู้และคุณธรรมในการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมาย คือ ความสมดุล มั่นคงและยั่งยืนของชีวิตและสังคม ดังนั้นการดำเนินธุรกิจตามปรัชญานี้จึงอยู่บนพื้นฐานของการไม่เอาเปรียบผู้อื่น หรือแสวงหาผลกำไรจนเกินควรจากการเบียดเบียนประโยชน์ของสังคม โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่อาจก่อให้เกิดวิกฤติตามมา ตลอดจนให้คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในธุรกิจอย่างประหยัดและมีคุณภาพ การจัดอันดับชื่อเสียงของบริษัทของนิตยสารฟอร์จูน (Fortune) ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือบรรษัทภิบาลและมาตรการด้านประสิทธิภาพทางการเงิน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผลการดำเนินงานขององค์กรซึ่งได้รับการ

ประเมินโดยผลตอบแทนจากการลงทุนในตลาดหุ้น และการวัดผลทางบัญชี มีความเกี่ยวข้องกับ ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือบรรษัทภิบาลมากขึ้น (McGuire, Sundgren & Schneeweis, 1988) อย่างไรก็ตาม รูปแบบของการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินในประเทศไทย ก็ยังไม่สะท้อนให้เห็นจากปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความไม่รับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจ จากปัญหาของความรับผิดชอบต่อสังคมของการดำเนินธุรกิจโดยไม่มีรูปแบบที่ชัดเจนเหมาะสม (โสภณ พรโชคชัย, 553, หน้า 1-20)

ผลกระทบที่เกิดขึ้นเกี่ยวข้องกับสังคมโดยรวมซึ่งหากละเลยและไม่บริหารจัดการที่คำนึงถึงประโยชน์ของสังคมส่วนรวม ผู้วิจัยเห็นว่ามีความสำคัญที่ควรวางรูปแบบที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถมองเห็นสภาพการบริหารจัดการนโยบายและการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินในประเทศไทย อันจะนำไปสู่การสร้างแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินในประเทศไทยที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการนโยบายและรูปแบบการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินในประเทศไทย
2. เพื่อเสนอแนวทางในการบริหารจัดการนโยบายและรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทยและสถาบันการเงินในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลหรือความรับผิดชอบต่อสังคม

ธรรมาภิบาล หรือเรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า Corporate Governance : CG ซึ่งรวม ๆ มีความหมายในทำนองเดียวกันว่า การบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุก ๆ ฝ่าย บรรษัทภิบาลหรือความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือบรรษัทภิบาล เกิดขึ้นในช่วงของการเติบโตทางเศรษฐกิจแต่ละยุคเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ (Iszatt-White and Saunders, 2014) องค์กรธุรกิจมีบทบาทสำคัญต่อระบบสังคมเป็นอย่างมาก โดยจะทำหน้าที่ผลิตสินค้าและบริการ เป็นผู้ซื้อปัจจัยการผลิตจากแหล่งวัตถุดิบ เป็นแหล่งจ้างงาน เป็นผู้เสียภาษีต่าง ๆ ให้รัฐ หรือ อย่างเช่น European Commission (2015) อธิบายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมหมายถึง ความสนใจขององค์กรธุรกิจที่จะดำเนินการมากกว่าที่กฎหมายกำหนดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจ

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบรรษัทภิบาลหรือความรับผิดชอบต่อสังคม ในอดีตเกิดกระแสเรียกร้องของประชาชน เนื่องจากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในยุคแรก มิได้มีจุดเริ่มต้นมาจากเจตนารมณ์ขององค์กรเอง แต่เป็นเพียงการแสดงความรักเพื่อแก้ไขภาพลักษณ์ของธุรกิจที่สร้างมลพิษต่าง ๆ แสดงถึงหน้าที่ขององค์กรธุรกิจ ในฐานะที่เป็นพลเมืองของสังคม (Corporate Citizenship) จากนั้นจึงพัฒนามาสู่แนวคิดการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การยอมรับพันธกิจว่าจะปรับปรุงความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้นโดยอาศัยดุลยพินิจอย่างอิสระในการเลือกแนวปฏิบัติทางธุรกิจและการใช้ทรัพยากรองค์กร (Kotler & Lee, 2005) ดังนั้นแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นการแนวคิดในการทำธุรกิจที่ไม่หวังผลเพียงผลทางการเงิน และสนใจเรื่องผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสังคมและ

สิ่งแวดล้อม (Mostovicz, Kakabadse and Kakabadse, 2009) โดยกระแสเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคม นับจาก RIO Summit ในปี ค.ศ. 1960 ที่นำประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในกระแสสังคมโลก ต่อมากระแสด้านสังคมเพิ่มขึ้นเนื่องจากเกิดปัญหาสังคมมากขึ้น (สิตางค์์ สุนทรโรหิต, 2550, หน้า 3)

ความสำคัญและประโยชน์ของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สุทธิศักดิ์ ไกรสร สุธาสิณี อาจารย์จากภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวถึงมุมมองของ ฟิลิป คอตเลอร์ ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ว่า เขาได้หันมาสนใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรโดยมีมุมมองว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะสามารถสร้างประโยชน์ให้กับองค์กรธุรกิจดังต่อไปนี้ (ประชาชาติธุรกิจ, 2548) เชื่อว่าองค์กรธุรกิจจะสามารถเพิ่มยอดขาย และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้ สร้างความแข็งแกร่งในเรื่องการวางกลยุทธ์การบริหารแบรนด์ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้ดีขึ้น ช่วยลดต้นทุนให้บริษัทจากเหตุผลหลายเรื่อง ทำให้บริษัทอยู่ในความสนใจของผู้ลงทุนในตลาดและนักวิเคราะห์มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาโดย Maqbool and Zameer (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Corporate social responsibility and financial performance : An empirical analysis of Indian banks งานวิจัยนี้พยายามที่จะตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและผลการดำเนินงานทางการเงินในบริบทของประเทศอินเดีย จากข้อมูลที่ถูกรวบรวมจาก 28 แห่งของธนาคารพาณิชย์ 28 แห่ง ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์บอมเบย์เป็นระยะเวลา 10 ปี (2007-2016) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลกระทบในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธนาคารอินเดีย การค้นพบของการศึกษานี้ให้ข้อมูลที่เชิงลึกยอดเยี่ยมสำหรับการจัดการรวม

ความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ากับเจตนารมณ์เชิงกลยุทธ์ของธุรกิจและปรับปรุงปรัชญาทางธุรกิจขององค์กรจากแนวคิดที่มุ่งเน้นผลกำไรไปสู่แนวทางของความรับผิดชอบต่อสังคม

ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้เป็นแบบวิจัยเชิงคุณภาพ แบบเชิงพรรณนาโดยการวิเคราะห์การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแนวทางหนึ่ง โดยการค้นคว้าจากเอกสารวิชาการ ผลงานวิจัยประเภทต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลที่ได้ค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือข้อมูลที่ได้มาจากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงิน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่เป็นการเป็นเครื่องมือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นผู้มีความรู้ และเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงิน ได้แก่ ผู้บริหารและพนักงานของสถาบันการเงิน สมาคมธนาคารไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทหลักทรัพย์ ผู้อำนวยการอาวุโสสายงานสื่อสารและบริหารแบรนด์ ธนาคารธนาชาต จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารฝ่ายกิจการเพื่อสังคมธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผู้แทนผู้อำนวยการธนาคารออมสิน เลขาธิการสมาคมธนาคารไทย ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านกรุงศรี คอนซูมเมอร์ จำนวนทั้งสิ้น 16 คน

กระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาใช้ในกระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยทำร่วมกับการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อวิเคราะห์การกำหนดนโยบายและรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินที่ให้ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ โดยการพรรณนาข้อมูล

เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบ และนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะงานวิจัย ระหว่างการเก็บข้อมูลจะนำข้อมูลมาตรวจสอบกับวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อให้ได้ประเด็นที่ถูกต้องมากที่สุดและนำมาวิเคราะห์โดยการตีความและพรรณนา การเปรียบเทียบข้อมูล (Comparison) การให้ความหมายข้อมูลโดยใช้การตีความจากข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้ตีความหมายของข้อมูลวิเคราะห์ในการสร้างข้อสรุป ภาพรวม แนวโน้ม และทิศทางสำหรับการบริหารจัดการนโยบายและแนวทางการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินในประเทศไทย นำข้อมูลที่ได้เสริมสร้างองค์ความรู้ นำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ในอนาคต

ผลการศึกษา

1. สภาพการบริหารจัดการนโยบายและรูปแบบการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินในประเทศไทย

สรุปข้อค้นพบ สภาพการบริหารจัดการและรูปแบบการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มาของนโยบาย ส่วนใหญ่ให้ความหมายไปในทิศทางเดียวกันมากที่สุดว่า เป็นกิจกรรมการตอบสนองสังคมขององค์กร ที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย ไม่ว่าจะเป็น คู่ค้า ลูกค้า พนักงาน และผู้ถือหุ้น แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกมิติ และมีข้อค้นพบที่แตกต่างออกไปในเรื่องของการทำงานด้านรับผิดชอบต่อสังคม เป็นเพียงแฟชั่น ซึ่งเป็นความเห็นหากสามารถทำให้เกิดการรับรู้หรือการสื่อสารที่ชัดเจน อาจทำให้ประชาชนมีความเข้าใจเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินได้มากขึ้น นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าการทำกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรมีนโยบายที่เชื่อมโยงกับการทำธุรกิจขององค์กร ที่สะท้อนต่อปัญหาของสังคม และธุรกิจขององค์กรสามารถช่วยเหลือสังคมได้ เช่น การให้ความรู้ทางการเงิน

การให้ความรู้กับประชาชนในเรื่องการบริหารจัดการ การออม และการจัดการหนี้สิน อย่างเช่น

“การดำเนินกิจการของบริษัท องค์การ ภาครัฐและเอกชน ทั้งแสวงหาผลกำไรและไม่แสวงหาผลกำไร ที่ดำเนินการกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม ตอบแทนสังคมด้วยหลักจริยธรรม” (ผู้ให้สัมภาษณ์ D)

“คุณค่าที่องค์การมอบให้กับลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่ได้หมายความว่าเพียงกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับธุรกิจ การเป็นพลเมืองที่ดี ในการส่งมอบคุณค่าผ่านงานบริการต่าง ๆ และการตอบแทนสังคมในรูปแบบต่าง ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์ E)

“ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม ชุมชน ธุรกิจ ทุก ๆ เรื่องให้สมดุล โดยมีหน้าที่รับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า สังคม ประเทศชาติในฐานะที่เป็นพลเมือง ที่มีความรับผิดชอบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ต่อผู้มีส่วนได้เสียบนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี” (ผู้ให้สัมภาษณ์ G)

ข้อมูลที่ได้รับว่าสภาพการบริหารจัดการ นโยบายและรูปแบบการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินในประเทศไทย ส่วนใหญ่มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันเรื่องการบริหารจัดการ ที่มาของนโยบายส่วนใหญ่ มาจากคณะกรรมการกิจกรรมเพื่อสังคมของแต่ละองค์กร และ การให้ความหมายของ CSR ของแต่ละองค์กรก็เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน อาจจะมีแตกต่างไปตามลักษณะของธุรกิจบ้าง แต่จะมีความเชื่อมโยงกับธุรกิจหลักของแต่ละองค์กร ซึ่งมีความแตกต่างกันตามข้อมูล

2. แนวทางในการบริหารจัดการนโยบาย และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทยและสถาบันการเงินในประเทศไทย

สรุปข้อค้นพบด้านการตัดสินใจ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรก คือ ผู้บริหาร อันดับที่สองคือ โครงการต่อเนื่องที่ประสบความสำเร็จ แต่ละสถาบันการเงินจะมี

การศึกษาหาข้อมูลผลกระทบที่ธุรกิจเข้าไปเกี่ยวข้อง และนำเสนอต่อคณะกรรมการเพื่อของอนุมัติโครงการ ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ คือ ผู้บริหารระดับนโยบาย ซึ่งส่วนใหญ่แต่ละสถาบัน จะมีคณะกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของตนเอง และพบว่ากิจกรรมของบางสถาบันการเงินเป็นโครงการต่อเนื่องที่ทำสืบต่อกันมา และไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจการเงิน แต่ได้รับการยืนยันว่าเป็นโครงการที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยได้มีแนวคิดใหม่คือไม่เอาแนวคิด และทฤษฎีของตะวันตกเข้ามาใช้ในการตัดสินใจ แต่จะใช้วัฒนธรรมของสังคมไทยในการตัดสินใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมและแสดงความเป็นตัวตนขององค์กรเป็นหลักในการตัดสินใจโดยอธิบายดังนี้

การวางแผน เป็นหลักการสำคัญที่ทำให้ความสำคัญกับสังคมภายนอกองค์กรด้วยและต้องบริหารให้สมดุล ดังเช่น “การวางแผนของธนาคาร ใช้หลัก 3 มิติ ที่มาจาก สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม การวางแผนของธนาคารมาจากความคาดหวังหรือสิ่งที่เราอยากเห็นว่ามีคุณค่าต่อสังคมอย่างไร การทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมโดยปกติจะมีการวิจัยอยู่แล้ว เป็นการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าและธนาคารยังให้ความสำคัญไปที่พนักงานด้วย เพราะการวางแผนนโยบายคือการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ซึ่งไม่ได้หมายความว่าธนาคารจะให้ความสำคัญเฉพาะสังคมภายในองค์กร แต่จะให้ความสำคัญกับสังคมภายนอกองค์กรด้วยและต้องบริหารให้สมดุล ทั้งภายนอกและภายใน” (ผู้ให้สัมภาษณ์ E) จากบทสัมภาษณ์ ควรมีการวางแผนที่ครอบคลุมใน 3 มิติ ที่มาจาก สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม

การตัดสินใจ เป็นหลักการสำคัญในการดำเนินงานและการตัดสินใจ ดังเช่น “หลักการสำคัญในการดำเนินงานและการตัดสินใจ ใช้หลักการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์ในวงกว้าง และไม่สร้างผลกระทบในทางลบต่อสังคม

สิ่งแวดล้อมและชุมชน รูปแบบของโครงการพัฒนาสังคมและชุมชน ต้องมีจุดเริ่มต้นจากปัญหา ความจำเป็น และความต้องการของชุมชน ตามบริบทของแต่ละพื้นที่ โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม การกำหนดรูปแบบและแนวทางต้องสอดคล้องกับบริบทของธนาคาร และสัมพันธ์กับวัฒนธรรม จุดแข็งขององค์กร รวมถึงคุณสมบัติของบุคลากร การสร้างความเข้าใจกับพนักงานและผู้เกี่ยวข้องให้รับรู้นโยบาย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ J) จากบทสัมภาษณ์พบว่าควรนำหลักการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน

รูปแบบการบริหารจัดการ พบว่ามีความหลากหลายของรูปแบบ เนื่องจากการบริหารจัดการภายในของแต่ละสถาบันการเงินมีความแตกต่างกัน บางสถาบันมีการแบ่งเป็นระดับ มีความแปรผันตามสถานการณ์ ผู้บริหารจะมีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการเป็นอย่างมาก และเป็นกลไกหลักของการขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติและเป็นแรงผลักดันให้เกิดความร่วมมือ สิ่งที่สำคัญในการบริหารจัดการให้เป็นไปตามรูปแบบนโยบาย คือ การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการขยายการรับรู้ เข้าใจถึงการบริหารงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มาของนโยบาย รูปแบบกิจกรรม และการมีส่วนร่วมของพนักงานทั้งองค์กร และการสื่อสารภายนอกองค์กร ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ว่าสถาบันการเงินได้ทำอะไรเพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ดังเช่น

“ดูจากกระบวนการการบริหารนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ละองค์กรจะมีรูปแบบที่ต่างกันตามลักษณะของธุรกิจ สถาบันการเงินแต่ละแห่งจะมีรูปแบบการบริหารงานที่ต่างกัน นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมก็เช่นเดียวกัน ทุกกระบวนการต้องใช้เงิน การเชื่อมโยงเริ่มจากแนวคิด หลักการหรือไปผูกโยงกับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กรเป็นหลัก” (ผู้ให้สัมภาษณ์ A) ที่ระบุว่ารูปแบบการบริหารจัดการที่ต่างกันตามลักษณะของธุรกิจ สถาบันการเงินแต่ละแห่งจะมีรูปแบบการบริหารงานที่ต่างกัน

“การบริหารจัดการงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เริ่มต้นคือการให้ความรู้ การสื่อสารภายในองค์กรให้พนักงานได้รับรู้ นโยบายการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมว่าองค์กรที่พวกเขาทำงานอยู่เป็นองค์กรที่ดี และเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในทุก ๆ กิจกรรมขององค์กร ที่สำคัญคือการดูแลพนักงานให้มีความสุขในการทำงานและมีคุณธรรมจริยธรรมในการทำงานในฐานะผู้ให้บริการทางการเงินแก่ประชาชนและระบบเศรษฐกิจของประเทศ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ F) ที่ระบุว่ารูปแบบการบริหารจัดการ เริ่มต้นคือการให้ความรู้ การสื่อสารภายในองค์กรให้พนักงานได้รับรู้ และเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วม

กิจกรรมที่เหมาะสม สถาบันการเงินแต่ละแห่ง มีนโยบายและการบริหารจัดการในรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมเฉพาะองค์กร กิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับความรับผิดชอบต่อสังคม อาทิเช่น

“ในฐานะของหน่วยงานที่ดูแลเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม อยากเห็นว่าการทำงานของธนาคารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมใช้หลักการและโมเดลอะไร เพราะแต่ละองค์กรแต่ละหน่วยงานมีความเก่งของตัวเองอยู่แล้ว เพราะผู้รับผิดชอบต่อสังคมเรื่องนี้เป็นนักปฏิบัติมีอาชีพด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่แล้ว ในด้านตลาดทุนก็มีการดูแลเรื่องระบบ ตลาดหลักทรัพย์ก็ช่วยประชาสัมพันธ์ ธนาการก็ควรสื่อสารและประชาสัมพันธ์การทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์ H) ที่ระบุว่ากิจกรรมที่เหมาะสม ว่าจะใช้หลักการจากความเก่งของตัวเอง นักปฏิบัติมีอาชีพ

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการบรรษัทภิบาลของสถาบันการเงินในประเทศไทย ทุกสถาบันการเงินมีเจตนาที่ดีในการตอบสนองสังคม โดยมีกิจกรรมเพื่อสังคมที่มีความแตกต่างกัน โดยสถาบันการเงินในกำกับของรัฐจะถูกควบคุมด้วยระเบียบปฏิบัติของหน่วยงานกำกับ เช่น ตลาด

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย ส่งผลให้การทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโครงการที่ขัดกับระเบียบปฏิบัติ ไม่สามารถดำเนินการได้และมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ภาพรวมของการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของหลายๆ สถาบันการเงิน ยังติดภาพลักษณ์ของการค้าแฝง เป็นเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์ สถาบันการเงินต้องมีการสื่อสารที่ตรงและชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในพื้นฐานของการทำงานปกติก่อน ซึ่งในฐานะของผู้ใช้บริการมองว่า การให้บริการที่ดี พนักงานดูแลลูกค้าดี การแสดงออกถึงพฤติกรรมบริการ ถือเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่แล้ว ในขั้นต่อไปสถาบันการเงินควรส่งเสริมและสนับสนุนเรื่องการเรียนรู้ทางการเงินให้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกมิติ ในฐานะของสถาบันการเงินที่ให้บริการทางการเงินแก่ประชาชน ให้เป็นบทบาทหลักของสถาบันการเงิน การให้ความรู้ทางการเงินเป็นการสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืน การที่ประชาชนขาดความรู้และวินัยทางการเงิน จะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจทำให้สังคมอ่อนแอ ประชากรมีหนี้สินครัวเรือน ดังนั้นการให้ความรู้ทางการเงินถือเป็นการดำเนินกิจการที่รับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง เพราะเป็นการใช้ทรัพยากรและความเชี่ยวชาญของหน่วยงาน ในฐานะผู้ให้บริการทางการเงินและเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารระบบการเงินหลักของประเทศ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรในฐานะผู้นำต้องสื่อสารให้มากขึ้นทั้งในแง่ของการสื่อสารภายในและการสื่อสารภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจในนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ผู้บริหารเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายและโครงการ เป็นผู้นำแห่งการมีส่วนร่วมของพนักงาน เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้องค์กร ซึ่งถือเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะผู้นำองค์กร

สรุปผลและประโยชน์

สภาพการบริหารจัดการและรูปแบบการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มาของนโยบาย ส่วนใหญ่ให้ความหมายไปในทิศทางเดียวกันมากที่สุดว่า เป็นกิจกรรมการตอบสนองสังคมขององค์กร ที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย ไม่ว่าจะเป็น คู่ค้า ลูกค้า พนักงาน และผู้ถือหุ้น แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกมิติ แนวทางในการบริหารจัดการนโยบายและรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทยและสถาบันการเงินในประเทศไทย จะต้องมีการวางแผน ครอบคลุม 3 มิติ คือ สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม การตัดสินใจนโยบายใช้หลักการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน รูปแบบการบริหารจัดการเริ่มต้นคือการให้ความรู้ การสื่อสารภายในองค์กรให้พนักงานได้รับรู้ และเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วม ภาพรวมของการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของหลายๆ สถาบันการเงิน ยังติดภาพลักษณ์ของการค้าแฝง เป็นเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์

ประโยชน์ในเชิงวิชาการเป็นการนำเสนอผลการวิจัยที่ได้สู่การบริหารจัดการและรูปแบบการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ต้องปรับตัวตามยุคสมัยและความต้องการของดุลยภาพระหว่างชุมชนกับบรรษัทภิบาลของสถาบันการเงินในประเทศไทย ที่ผลประโยชน์ต้องลงตัวและยอมรับได้ทั้งสองฝ่าย ข้อมูลที่เกิดขึ้นนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปปรับปรุงและนำไปเป็นแบบอย่างในการวางแผนการบริหารจัดการและรูปแบบการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่ทุก ๆ องค์กรควรตระหนัก

การอภิปรายผล

การบริหารจัดการบรรษัทภิบาลของสถาบันการเงินในประเทศไทยมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปตามนโยบายและการดำเนิน

กิจการของแต่ละองค์กร เนื่องจากรูปแบบลักษณะการบริหาร และตัวผู้บริหารเองก็มีความเข้าใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต่างกัน มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ พันธ์กร สิมะขจรบุญ และ คณะ (2559) พบว่า องค์กรประกอบที่ทำให้การจัดการความรับผิดชอบต่อสภพความสำเร็จประกอบด้วย การสนับสนุนจากผู้บริหาร การมุ่งเน้นประเด็นทางสังคมที่เฉพาะ ประสิทธิภาพการจัดการทรัพยากร และการสร้างการรับรู้ องค์กรประกอบของคุณค่าทางเศรษฐกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของเชปเปิลและมูน (Chapple and Moon, 2005) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศ ซึ่งความแตกต่างนั้นไม่สามารถอธิบายได้ด้วยการพัฒนาต่ออธิบายได้ด้วยระบบธุรกิจในแต่ละประเทศ อีกทั้งบริษัทต่าง ๆ มีแนวโน้มประยุกต์ใช้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละประเทศ ซึ่งทำให้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละองค์กรแตกต่างกัน

ด้านนโยบาย ปัญหา นโยบายส่วนใหญ่มาจากคณะกรรมการกิจการเพื่อสังคม ซึ่งแต่ละสถาบันการเงินจะมีคณะกรรมการที่แตกต่างกัน ส่งผลให้นโยบายและรูปแบบกิจกรรมมีความแตกต่างกันไป ซึ่งอาจจะเชื่อมโยงหรือไม่เชื่อมโยงกับธุรกิจ การใช้ทรัพยากรและความเชี่ยวชาญของการเป็นสถาบันการเงินเริ่มได้มีการพัฒนา ซึ่งส่งผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้สถาบันการเงินมีการแข่งขันกันสูงมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของวรพรรณ เอื้ออาภรณ์ (2554) พบว่า แต่ละองค์กรจะดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งเน้นมิติทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม การศึกษา และเศรษฐกิจ วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร ไม่สอดคล้องกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินกลยุทธ์ยังอยู่ในขั้นการพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีทิศทางและแนวโน้มการพัฒนาสอดคล้องตามมาตรฐานโลก

ด้านการวางแผน ปัญหาการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในยุคแรกๆ มีความไม่ชัดเจน มีการบริจาคเงิน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ดี มีประโยชน์ แต่ไม่เห็นเป็นรูปธรรมและไม่ต่อเนื่องในระยะยาว หากมองเรื่องการวางแผนนโยบายการทำงานเพื่อสังคมยุคใหม่ เริ่มเป็นรูปธรรมมากขึ้นและมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจมากขึ้น การทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินมีพัฒนาการดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อีรพร ทองชะโชค (2556, หน้า 1-308) พบว่า การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนอยู่ในระดับที่สูงมาก ปัจจัยที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุดคือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง รองลงมาคือการกำกับดูแลกิจการ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวุฒิ ไชยศร (2559, หน้า 140-152) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม มีความจำเป็นในการดำเนินงาน ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก คือ 1) ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความจำเป็นและสำคัญมาก เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ 2) องค์กรธุรกิจต้องได้รับการยอมรับจากสังคม 3) ความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้องค์กรมีความยั่งยืน 4) ผู้บริหารมีความสำคัญมากให้การสร้างวัฒนธรรมองค์กร และนโยบายองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ด้านการตัดสินใจ นโยบาย ปัญหาการตัดสินใจ นโยบาย ว่าสถาบันการเงินควรดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมใน รูปแบบใด ควรคำนึงถึงความสอดคล้องกับธุรกิจ เพราะการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ไม่สอดคล้องอาจทำให้รูปแบบของกิจกรรมกระจาย จนมองไม่เห็นผลของการดำเนินกิจกรรม สถาบันการเงินควรมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องที่ชัดเจน และเกี่ยวข้องโดยตรงที่มีข้อมูลและมีผลกระทบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สานิตย์ หนูนิล (2559) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นทรัพยากรและความสามารถที่มีค่าขององค์กร เป็นปัจจัยที่สำคัญส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร จะเป็น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานที่ยั่งยืนขององค์กรต่อไป องค์กรจึงควรกำหนดให้ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหนึ่งในการดำเนินธุรกิจองค์กร รวมทั้งให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การมุ่งเน้นการตลาด และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย

การบริหารจัดการ ด้านการนำนโยบายไปปฏิบัติ ผู้บริหารสูงสุด คณะกรรมการ และผู้บริหารงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละองค์กร มีผลต่อการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุด รวมถึงการอนุมัติโครงการต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Virakul, Boonmee and McLean (2009) พบว่า ปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมคือ ความเป็นผู้นำของประธานกรรมการบริหาร และผู้บริหารระดับสูง ความสามารถของบริษัท และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งนโยบายที่ชัดเจนระดับกลยุทธ์

ด้านการสื่อสาร คณะกรรมการและผู้บริหาร มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารในการดำเนินนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลในวงกว้าง การสร้างการรับรู้โดยเฉพาะพนักงานเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในองค์กร เป็นสิ่งที่สำคัญมาก หากพนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมาก จะส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กรมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ พันชกร สิมะขจรบุญ (2554) พบว่า องค์ประกอบของศักยภาพการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย ความร่วมมือกับเครือข่ายทางสังคม ประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานเพื่อสังคม สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางสังคม และการประสานประโยชน์และองค์ประกอบของความสำเร็จของการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การสนับสนุนจากผู้บริหาร มุ่งเน้นประเด็นทางสังคม ประสิทธิภาพ

การจัดการทรัพยากร และการสร้างการรับรู้องค์ประกอบของคุณค่าทางเศรษฐกิจ

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

(1) การบริหารจัดการและแนวทางในการดำเนินกิจกรรม สถาบันการเงินควรทำการสำรวจสอบถาม ผู้ใช้บริการทางการเงินเพื่อศึกษาความต้องการ เรื่อง ความรู้ทางการเงินให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความรู้ทางการเงินที่สามารถแก้ปัญหาหนี้ในระบบของสถาบันการเงินได้มากขึ้น

(2) สถาบันการเงินควรมีเอกภาพในการบริหารจัดการบรรษัทบริบาล เพื่อตอบสนองความต้องการด้านสังคมให้ตรงกับธุรกิจทางด้านการเงินโดยตรง

(3) ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งองค์กรมากขึ้น รวมถึงการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อการรับรู้ที่มากขึ้นของพนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงประชาชน ผู้ใช้บริการ

(4) นำนโยบายการให้ความรู้ทางการเงินมาเป็นนโยบายหลัก และทำเป็นกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลในระยะยาว คือ ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการบริหารเงิน การออม การกู้ การขอสินเชื่อ และการลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ และเผยแพร่ความรู้ด้านการเงินไปสู่เยาวชน เพราะรากฐานของระบบการเงิน หากเริ่มต้นเข้าในระบบการเงินและมีความรู้ความเข้าใจด้านการเงินตั้งแต่เป็นเยาวชน จะส่งผลถึงการบริหารเงินในอนาคตได้ ช่วยลดปัญหาหนี้ทั้งนอกระบบและในระบบได้อย่างยั่งยืน

(5) ส่งเสริมการทำระบบบัญชีครัวเรือน การบันทึกค่าใช้จ่าย ต่อยอดจากการให้ความรู้ทางการเงิน และควรส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนมองเห็นระบบการเดินบัญชีอย่างง่ายเพื่อกำหนดอนาคตทางการเงินของครอบครัวได้

เอกสารอ้างอิง

- ธีรพร ทองชะโชค. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2548). มอง CSR ผ่านสายตาฟิลิป คอตเลอร์, คอลัมน์ CSR in Movement. ประชาชาติธุรกิจ วันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 ปีที่ 29 ฉบับที่ 3702.
- พนัสนิคม สิมะขจรบุญ. (2554). การศึกษาค่าตอบแทนและสวัสดิการของธุรกิจโรงแรมประเภทแฟรนไชส์ กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร, *Veridian E-Journal*, Silpakorn University, 4(1), 529-542.
- พนัสนิคม สิมะขจรบุญ, ฤทธิพร พรประภา และ วิโรจน์ เกษภูมิลักษณ์. (2559). ศักยภาพการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในประเทศไทย, *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 38 (150), น. 33-67.
- วรพรรณ เอื้ออาภรณ์. (2554). DNA CSR แบบไทย ๆ ตามกระแสโลก. กรุงเทพฯ: เซจ อินเตอร์เนชั่นแนล.
- วรวิทย์ ไชยศรี. (2559). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจกับการพัฒนาที่ยั่งยืน : กรณีศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคม 6 องค์กร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, กรุงเทพฯ.
- สานิตย์ หนูนิล. (2559). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์, *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 10 (2). น. 304-321.
- สิตางค์ สุนทรโรหิต. (2550). การมีส่วนร่วมของบุคลากรที่มีต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ที่ได้รับรางวัลคณะกรรมการแห่งปีที่มีผลงานดีต่อเนื่อง, วิทยานิพนธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- โสภณ พรโชคชัย. (2553). CSR ที่แท้. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2560). นโยบายการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณกลุ่มตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2560, จาก https://www.set.or.th/th/about/overview/setcg_p2.html
- Chapple, W. and Moon, J. (2005). Corporate Social Responsibility (CSR) in Asia: A Seven-Country Study of CSR Web Site Reporting, *Business & Society*, 44(4), pp. 415-441
- Iszatt-Wgite, M. and Saunders, C. (2014). *Leadership*. Oxford: Oxford University Press.
- Kotler, P. and Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for your Company and Your Cause*. New Jersey: Wiley.
- Maqbool, S. and Zameer, N. (2018). Corporate social responsibility and financial performance: An empirical analysis of Indian banks, *Future Business Journal*. 4. Pp 84-93.
- McGuire, B. J., Sundgren, A. and Schneeweis, T. (1988). Corporate Social Responsibility and firm Finance Performance, *Academy of Management*. 31(4), Pp. 854-872.
- Mostovicz, E. I., Kakabadse, N. and Kakabadse, A. (2009). A dynamic theory of leadership development, *Leadership & Organization Development Journal* 30(6) Pp.563-576.
- Virakul, B., Boonmee, K. and McLean, G. N. (2009). CSR Activities in Award-Winning Thai Companies. *Social Responsibility Journal*, 5 (2), 178-199.