



ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตเชิงเศรษฐกิจและสังคม

โดย

กชกร อนุสรณ์พานิช



คุณฐิติพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจและการเมือง
วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ

ปีการศึกษา 2565



**GOVERNMENT SAVINGS BANK: THE BANK TO PROMOTE
THE BETTER QUALITY OF LIFE IN ECONOMIC
AND SOCIAL CONDITIONS**

**BY
KODCHAKORN ANUSONPHANIT**

**A DISSERTATION SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF DOCTOR OF PHILOSOPHY IN LEADERSHIP
IN SOCIETY, BUSINESS AND POLITICS
COLLEGE OF SOCIAL INNOVATION**

GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2022

คชฎีนิพนธ์เรื่อง

ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตเชิงเศรษฐกิจและสังคม

โดย

กชกร อนุสรณ์พานิช

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาคชฎีบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจและการเมือง

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2565

ผศ.ดร.สุริยะ ไส กตะศิลา
ประธานกรรมการสอบ

รศ.ดร.จุมพล นิมพานิช
กรรมการ

ผศ.ดร.รัตพงษ์ สอนสุภาพ
กรรมการ

ผศ.ดร.บุษิตา สังข์แก้ว
กรรมการ

ดร.ชาญชัย จิวจินดา
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ.ร.ต.หญิง ดร.วรรณิ์ สุขสาตร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

12 พฤษภาคม 2566

Dissertation entitled

**GOVERNMENT SAVINGS BANK: THE BANK TO PROMOTE
THE BETTER QUALITY OF LIFE IN ECONOMIC
AND SOCIAL CONDITIONS**

by

KODCHAKORN ANUSONPHANIT

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Doctor of Philosophy in Leadership in Society, Business and Politics

Rangsit University
Academic Year 2022

Asst.Prof. Suriyasai Katasila, Ph.D
Examination Committee Chairperson

Assoc.Prof. Jumpol Nimpanich, Ph.D
Member

Asst.Prof.Rattaphong Sonsuphap, Ph.D
Member

Asst.Prof.Buchita Sungkaew, Ph.D
Member

Chanchai Jewjinda, Ph.D.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plт.Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

May 12, 2023

กิตติกรรมประกาศ

คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้เป็นอย่างดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ดร.ชาญชัย จิวจินดา อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ความเอาใจใส่ ช่วยเหลือ และคอยให้คำปรึกษา แนะนำเป็นอย่างดีมา โดยตลอด รวมทั้ง ผศ.ดร.สุริยะใส กตะศิลา คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการสังคม ในฐานะประธาน กรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์ และกรรมการสอบทุกท่านที่ให้ความคิดเห็นและข้อสังเกตอันเป็น ประโยชน์จนทำให้การจัดทำคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้โดยสมบูรณ์

ขอขอบคุณผู้บริหาร และพนักงานธนาคารออมสินที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่กรุณาให้ความ อนุเคราะห์ข้อมูลทางวิชาการ และอนุญาตให้ดำเนินการสัมภาษณ์ ซึ่งคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้มีอาจสำเร็จ ได้หากมิได้รับความกรุณา เป็นอย่างสูงยิ่งจากหน่วยงานและบุคคลที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ขอขอบพระคุณ นายปฏิภาณ อนุสรณ์พานิช (บิดา) และนางกอแก้ว พิพัฒน์พงศ์เดชา (มารดา) ที่กรุณาให้ทุนการศึกษาครั้งนี้ ญาติพี่น้องทุกท่านที่คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำ ให้ คำปรึกษาด้วยความเมตตา และให้กำลังใจด้วยดีตลอดมา

ขอขอบคุณเพื่อนนิสิตสาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมืองทุกท่านที่ได้ให้ คำแนะนำและส่งเสริมกำลังใจตลอดมา นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ให้ความร่วมมือช่วยเหลืออีกหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้หมด จึงขอขอบคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

คุณค่าทั้งหลายที่ได้รับจากคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูคุณเวทีแด่บิดา มารดา และบูรพาจารย์ที่เคยอบรมสั่งสอน ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน

กชกร อนุสรณ์พานิช

ผู้วิจัย

6206393 : กชกร อนุสรณ์พานิช
 ชื่อคุณิพนธ์ : ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตเชิงเศรษฐกิจและ
 สังคม
 หลักสูตร : ปรัชญาคุณิพนธ์ิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจและการเมือง
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ชาญชัย จิวจินดา

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษา นโยบายการเป็นธนาคารเพื่อสังคม
 ของธนาคารออมสิน 2) เพื่อศึกษาการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้รับบริการในนโยบายการเป็น
 ธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน 3) เพื่อสร้างนิยามความหมายใหม่ของธนาคารเพื่อ
 พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมและตัวแบบธนาคารในการผลักดันเชิงนโยบายต่อแผนพัฒนาเศรษฐกิจ
 และสังคมแห่งชาติในเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากวิธีการศึกษาจะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ
 ประกอบด้วยการทบทวนเอกสาร แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เจาะลึก
 (In-Depth Interview) 5 กลุ่ม คือ ผู้บริหาร นักวิชาการ เจ้าหน้าที่ นักกฎหมายและประชาชนทั่วไป
 จำนวน 10 คน ผลการศึกษาพบว่า ธนาคารออมสินเป็นธนาคารเพื่อสังคมเต็มรูปแบบ มีการพัฒนา
 ก้าวหน้าขึ้นกว่ากรามินแบงก์และมีการวางหลักเกณฑ์ที่คอบใจทย์การทำธุรกิจได้ด้วย เช่น การมี
 ข้อกำหนดไม่พิจารณาสินเชื่อให้ธุรกิจที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การให้คนรายย่อยเข้าถึงแหล่ง
 เงินทุนและสามารถนำมาเป็นเครดิตให้รายย่อยได้ในอนาคต เป็นต้น การวางสถานะนี้ทำให้
 ธนาคารเป็นการดำเนินงานแบบ Development Bank คือ ธนาคารที่ทำธุรกิจเพื่อกำไรแต่ใน
 ขณะเดียวกันก็มีการพัฒนาสังคมและตอบแทนสังคม และเป็นแนวทางหนึ่งของการประกอบธุรกิจ
 แต่แนวทางและนโยบายมุ่งเน้นการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมและเป็นการช่วยพัฒนาระบบ
 เศรษฐกิจแบบฐานราก และ เป็นการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมได้ อาจจะมีการพัฒนาตัวแบบและ
 การดำเนินงานของธนาคารตาม GABV Model ให้มีการดำเนินงานที่สูงกว่าการประเมินในระดับที่
 3 คือการพัฒนาให้มีการดำเนินงานธนาคารที่ยั่งยืนให้สูงถึงระดับที่ 4 และ 5 นั่นคือ มีการคำนึงถึง
 สิ่งแวดล้อมและการลดภาวะโลกร้อนในการประกอบธุรกิจไปพร้อมกันด้วย

(คุณิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 127 หน้า)

คำสำคัญ : ธนาคารเพื่อสังคม, ธนาคารที่ยั่งยืน, เศรษฐกิจฐานราก

6206393 : Kodchakorn Anusonphanit
 Dissertation Title : Government Savings Bank: the Bank to Promote the Better Quality
 of Life in Economic and Social Conditions
 Program : Doctor of Philosophy in Leadership in Society, Business and Politics
 Dissertation Advisor : Chanchai Jewjinda, Ph.D.

Abstract

The objectives of this study were: 1) to examine the Government Savings Bank's policy as a bank for society; 2) to study how this policy has improved customers' quality of life; and 3) to develop a new definition of an economic and social development bank and a banking model to guide policy toward the creation of grassroots economic development in accordance with the national economic and social development plan. The qualitative research involves reviewing documents, theoretical ideas, and related studies, as well as conducting in-depth interviews with a total of ten individuals from five different groups: executives, academics, officers, attorneys, and the general public. The results demonstrated that The Government Savings Bank is a fully-functioning social bank. It is more developed than Gramin Bank and has established criteria that can also meet the needs of conducting business, such as a requirement not to consider loans to businesses that are not environmentally friendly, providing small people with access to funding sources that can be used for retail credit in the future, etc. This positioning enables the bank to function as a development bank, i.e., a bank that does business for profit while also developing society and contributing to society. It is also a method of doing business, but the standards and principles emphasize decreasing social inequality and contributing to the development of a basic economic system. There may be development of the model and operation of the bank in accordance with the GABV Model to have operations that are higher than the assessment at level 3, i.e., developing a sustainable banking operation to levels 4 and 5 that simultaneously considers the environment and reduces global warming.

(Total 127 pages)

Keywords: Social bank, Sustainable bank, Grassroots economy

Student's Signature Dissertation Advisor's Signature

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ช
บทที่ 1	
บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	4
1.3 คำถามการวิจัย	5
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	5
1.5 นิยามศัพท์	7
บทที่ 2	
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดความเหลื่อมล้ำทางรายได้และความยากจน	9
2.2 แนวคิดธนาคารเพื่อสังคม	15
2.3 แนวคิดกรามินแบงก์และธุรกิจเพื่อสังคม	18
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับหนี้สิน	26
2.5 ประวัติและข้อมูลทั่วไปธนาคารออมสิน	34
บทที่ 3	
วิธีการศึกษา	75
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	75
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	76
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	77
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	77

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4	
การพัฒนาเชิงนโยบายการเป็นธนาคารเพื่อสังคม	78
4.1 การวิเคราะห์การพัฒนธนาคารเพื่อสังคมในต่างประเทศ และใน ประเทศไทย	78
4.2 การวิเคราะห์การพัฒนธนาคารเพื่อสังคม กรณีธนาคารออมสิน	92
4.3 การวิเคราะห์นโยบายธนาคารเพื่อสังคมธนาคารออมสิน เปรียบเทียบ กับกรามินแบงก์	104
4.4 อภิปรายผล	108
บทที่ 5	
สรุปผลและข้อเสนอแนะ	117
5.1 สรุปผลการวิจัย	121
5.2 ข้อเสนอแนะ	122
บรรณานุกรม	124
ประวัติผู้วิจัย	137

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ	103
4.2 อันดับความน่าเชื่อถือของธนาคารออมสิน	105
4.3 GABV Model กับกิจกรรมที่สอดคล้องกับธนาคารออมสิน	118



สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	กรอบการวิเคราะห์การดำเนินงานธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน	6
4.1	โลโก้ของธนาคารต่างๆในต่างประเทศที่ดำเนินงานธุรกิจเพื่อสังคม	91
4.2	กรอบการวิเคราะห์การดำเนินงานธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน	96



บทที่ 1

บทนำ

บทนี้จะกล่าวถึงที่มาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ คำถามวิจัย วิธีศึกษา เป้าหมาย ผลที่คาดว่าจะได้รับและแนวคิดการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ต่อสังคมของธนาคารออมสิน

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

หากมองย้อนกลับไปในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ได้ประกาศใช้ในปี พ.ศ.2504 และในระหว่างการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2504-2507) รัฐบาลได้มีการประชาสัมพันธ์ถึงเป้าหมายของการพัฒนาประเทศ เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจทุนนิยม โดยประกาศเป็นคำขวัญผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยทุกวัน มีใจความว่า น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี มีงานทำ ศิษยาดี มีเงินใช้ ไร้โรคาพาให้สุขสมบูรณ์ และอีกคำขวัญหนึ่งคือ งานคือเงิน เงินคืองาน บันดาลสุข เพื่อกระตุ้นให้ทุกฝ่ายปฏิบัติตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของรัฐบาล ในการพัฒนาประเทศเข้าสู่ ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดีขึ้นไปกว่าเดิม ด้วยการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชุมชนในสังคมเกษตรที่ดำรงวิถีชีวิตในรูปแบบของระบบเศรษฐกิจพอเพียงที่ผลิตเพื่อการยังชีพ พอมีพอกินเน้นการพึ่งตนเองเป็นหลัก กลายรูปแบบเป็นระบบเศรษฐกิจทุนนิยม ซึ่งการพัฒนาตามแบบทุนนิยมเริ่มสร้างปัญหาให้กับสังคมไทย คือ แดกสลายของสถาบันครอบครัว วัยแรงงานเริ่มอพยพเข้าสู่เมืองใหญ่เพื่อการศึกษา และโอกาสในการทำงานที่ดีกว่า ทิ้งให้คนแก่ปู่ย่าตายายอยู่เฝ้าบ้านและรอคอยลูกหลานส่งเงินมาให้ใช้และกลับมาเยี่ยมบ้านได้เฉพาะช่วงเทศกาลสงกรานต์ หรือวันหยุดยาว ดังจะเห็นได้จากจำนวนรถที่ติดตลอดเส้นทางถนนมิตรภาพและสายเอเชียที่คุ้นตากันดี (สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา, 2562)

จากผลของการพัฒนาที่ผ่านมา ทำให้คนส่วนใหญ่ได้รับบริการ โครงสร้างพื้นฐานและบริการทางสังคมในระดับที่น่าพอใจ ครัวเรือนในหมู่บ้านชนบทมีไฟฟ้าใช้ มีน้ำสะอาดดื่มกิน ระบบประปา การคมนาคมมีถนนเชื่อมต่อระหว่างจังหวัด อำเภอ ตำบล คนไทยในชนบทมีการศึกษาสูงขึ้น การพัฒนาด้านสาธารณสุข ทำให้อายุขัยของคนไทยสูงขึ้น แต่จากการมุ่งเน้นแข่งขันในด้าน

รายได้ ทำให้คนไทยและสังคมไทยมีความเป็นวัตถุนิยมมากขึ้น ก่อให้เกิดปัญหาด้านพฤติกรรมของคนในสังคม ย่อหย่อนในศีลธรรมจริยธรรม ขาดระเบียบวินัย เกิดความต้องการเอารอดเอาเปรียบ ส่งผลให้วิถีชีวิตและค่านิยมเดิม ๆ ที่ดีงามจางหายไป พร้อมกับการล่มสลายของสถาบันครอบครัว ชุมชน และวัฒนธรรมท้องถิ่น และการเร่งรัดพัฒนาเศรษฐกิจตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลงมาเป็นลำดับ คุณภาพของแม่น้ำลำคลองเปลี่ยนแปลงจนไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อีกต่อไป เกิดผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนไทยทั่วไปอย่างกว้างขวาง ต่อมาช่วงวิกฤติต้มยำกุ้งประมาณปี 2540 ประเทศไทยมีประสบการณ์การเผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจที่รุนแรงมาแล้วในสมัยนั้นมีคนตกงานจำนวนมากและสถาบันทางการเงินล้มไปหลายแห่ง ทำให้หลายคนกลับไปใช้ชีวิตที่ต่างจังหวัดและดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในวิกฤติโควิด-19 ในช่วงปี 2563-2565 ที่ผ่านมา คนไทยก็เผชิญกับภาวะเศรษฐกิจที่รุนแรงกว่าในครั้งต้มยำกุ้งเพราะมีการปิดสถานที่ต่างๆ ร้านอาหาร ห้างและกิจการหลายอย่าง ทำให้ทุกคนในสังคมได้รับผลกระทบและอยู่ในภาวะข้าวยากหามากแรงแงกันถ้วนหน้า จนบางคนอยู่ในภาวะไม่สามารถเอาตัวรอดได้เพราะหนี้สินล้นพ้นตัวและมีปัญหาสังคมตามมามากมายดังปรากฏที่เป็นข่าว (สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา, 2562)

จากวิกฤติหลายครั้งจนถึงปัจจุบันที่คนไทยเผชิญ และภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจแบบฐานรากที่ประชาชนเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งสถาบันการเงินก็เผชิญปัญหาอย่างหนักหน่วงไม่แพ้กัน ธนาคารออมสินผ่านร้อนผ่านหนาวมาหลายทศวรรษและเป็นธนาคารที่อยู่คู่กับคนไทยมาโดยตลอด โดยธนาคารได้สังเกตเห็นถึงปัญหาการกระจุกจนกระจายที่แสดงความเหลื่อมล้ำในสังคม และยังเป็นโจทย์ใหญ่ที่ทุกภาคส่วนพยายามช่วยกันแก้ไขมาตลอด โดยหนึ่งในองค์กรสำคัญที่เข้าร่วมดูแลปัญหานี้ก็คือ ธนาคาร ซึ่งในปัจจุบันไม่ได้มุ่งเน้นแค่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับชาติเพียงอย่างเดียว แต่ผนวกความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะธนาคารเพื่อสังคม(Social Bank) มากขึ้น ด้วยการสนับสนุนประชาชนให้สร้างอาชีพ สร้างรายได้ สร้างวินัยทางการเงินให้หลุดพ้นจากภาระหนี้สิน ความยากจน และพึ่งพาตัวเองได้ในที่สุด

ภารกิจของธนาคารออมสินคือเป็นสถาบันการเงินที่ยืนเคียงข้างคนไทยมานานกว่า 100 ปี ที่วันนี้ขอพลิกบทบาทใหม่ก้าวสู่ธนาคารเพื่อสังคมอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อสร้างผลเชิงบวกแก่สังคม (Making Positive Impact on Society) ที่เป็นรูปธรรมที่ต้องการช่วยเหลือประชาชนฐานราก ไม่ว่าจะเป็นผู้มีรายได้น้อย ผู้ประกอบการรายย่อย อย่างแม่ค้า-พ่อค้า และองค์กรชุมชน แก้ปัญหาทางการเงินตั้งแต่ต้นเหตุ เพื่อยกระดับรายได้ คุณภาพชีวิต และลดความเหลื่อมล้ำของสังคม เพราะคนกลุ่มนี้คือประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศที่หากมีความเข้มแข็งในตัวเองก็จะเป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมไทย ดังนั้น ที่ผ่านมา ธนาคารออมสินจึงเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดัน

มาตรการต่าง ๆ ออกมาช่วยเหลือสังคมฐานรากในภาวะวิกฤติอยู่เสมอ ดังเช่น โครงการดี ๆ เช่น พักชำระหนี้ ผู้วิกฤติโควิด 19, สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ เพื่อช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด 19, GSB Street Food สานฝันพ่อค้า-แม่ค้าสายสตรีทฟู้ด, GSB SMART HOMESTAY โฮมสเตย์มีสไตล์ออมสินเพื่อสมุยพลิกฟื้นเศรษฐกิจไทย, ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวธนาคารออมสินวางสถานะบทบาทของธนาคารเป็นธนาคารของคนไทย เพื่อความสุขที่ยั่งยืน ทุกย่างก้าวของธนาคารออมสิน (ธนาคารออมสิน, 2565)

นอกจากการทำหน้าที่สถาบันการเงินเพื่อการออมของประเทศแล้ว ยังคงมุ่งมั่นในการทำหน้าที่สืบสานสร้างสรรค์พัฒนาสังคมในทุกด้านเพื่อสร้างความสุขที่ยั่งยืนให้พี่น้องคนไทย โดยในปีที่ผ่านมาธนาคารได้เป็นเสาหลักสำคัญของรัฐบาลในการผลักดันมาตรการต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในหลากหลายโครงการ อาทิ สินเชื่อประชารัฐเพื่อประชาชน / สินเชื่อแก้ไขปัญหาหนี้ครูและบุคลากรทางการศึกษา / บ้านประชารัฐ / การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาอาชีพและสร้างความรู้ทางการเงินแก่ผู้ประกอบการรายย่อยๆ / National e-Payment / มาตรการประชารัฐเพื่อแก้ไขปัญหาหนี้สินประชาชน (พักชำระหนี้) / มาตรการส่งเสริมความเป็นอยู่ในระดับหมู่บ้าน / โครงการแก้ไขปัญหาหนี้ในระบบอย่างบูรณาการและเบ็ดเสร็จ ซึ่งนอกจากนี้ยังมีแผนงานที่ดำเนินมาตั้งแต่ปี 2559 ภายใต้แนวคิดออมเศรษฐกิจ ออมสังคม ออมสิ่งแวดล้อม อาทิ กิจกรรมตลาดนัดประชารัฐสีเขียว โครงการประกวดชุมชนประชารัฐสีเขียว ซึ่งทุกกิจกรรม ทุกโครงการได้ดำเนินการสัมฤทธิ์ตามเป้าประสงค์ที่ทางรัฐบาลได้วางไว้ทำให้เกิดเงินทุนหมุนเวียนในระบบกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้เติบโตได้อย่างเข้มแข็ง และส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs ในเชิงบูรณาการได้อย่างยั่งยืน

ธนาคารของคนไทย กับรางวัลแห่งความสำเร็จ จากความร่วมมือร่วมใจกันผลักดันเป้าหมาย แผนงาน โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมกับการปรับปรุงกระบวนการที่สำคัญทั้งกระบวนการทางธุรกิจ การบริหารจัดการ การตรวจสอบและควบคุมภายใน การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการบริหารความเสี่ยง เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่มาตรฐานสากล ภายใต้การกำกับและตรวจสอบโดยธนาคารแห่งประเทศไทยในปี 2560 โดยมีผลสำเร็จเป็นที่ประจักษ์ต่อหน่วยงานภายนอก นำมาซึ่งรางวัลเกียรติยศต่าง ๆ ทั้งในระดับองค์กร ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านผู้นำองค์กรที่สร้างความภาคภูมิใจ และเป็นอีกหนึ่งแรงผลักดันให้ธนาคารออมสินพร้อมก้าวเดินหน้าต่อไป เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนไทยในทุกด้าน ธนาคารของคนไทย มากกว่าการธนาคาร ธนาคารเพื่อสังคม เพราะเราเป็นธนาคารของคนไทย 109 ปี ธนาคารออมสินยังคงมุ่งมั่นพัฒนาการให้บริการด้านการเงินที่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับพี่น้องคนไทยในทุกด้าน และพร้อมเดินหน้าสร้างสรรค์ประเทศไทยให้เป็นสังคมแห่งการแบ่งปันและช่วยเหลือเกื้อกูล เพื่อนำมาซึ่งอนาคตที่

มั่นคง มั่งคั่ง และความสุขที่ยั่งยืนของประเทศและประชาชน นับจากนี้ธนาคารออมสินจะเดินหน้าสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการทางการเงินที่มีคุณค่า ตอบโจทย์ด้านการเงินของทุกกลุ่มลูกค้า นำมาซึ่งความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการ และพร้อมที่จะร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ในการขับเคลื่อนประเทศไทยเข้าสู่ยุค Digital Economy และ Thailand 4.0 เพื่อก้าวสู่ศตวรรษที่ 2 ของธนาคารออมสินอย่างสง่างาม เป็นธนาคารของคนไทยมากกว่าการธนาคาร ธนาคารเพื่อสังคม

จากปรากฏการณ์ที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในธนาคารออมสินว่ามีพื้นที่ ยืนในสังคมในกิจการธนาคารเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตในเชิงเศรษฐกิจและสังคมอย่างไร บทบาท หน้าที่ด้านสังคมและภารกิจที่เป็นอัตลักษณ์ ของธนาคารออมสินในการยกระดับคุณภาพชีวิตในเชิง เศรษฐกิจและสังคม ปรากฏการณ์ความสามารถในการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ใช้บริการธนาคาร ออมสิน และสร้างนิยามความหมายใหม่ของธนาคารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม การโดย การศึกษาในครั้งนี้จะเน้นศึกษาจากตัวอย่างธนาคารเพื่อสังคมในต่างประเทศมาเป็นตัวแบบ แต่ก็ยังมี หลายแนวทางที่ประสบความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาความยากจน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนนั้นก็คือ ธนาคารเพื่อคนจน หรือ กรามีนแบงก์ ของศาสตราจารย์ ดร.มูฮัมหมัด ยูनुส ผู้ซึ่งได้รับรางวัลโนเบล สาขาสันติภาพประจำปี พ.ศ. 2549 และศึกษาธนาคารในประเทศไทยที่มีการดำเนินการคล้ายกับ รูปแบบธนาคารเพื่อสังคม หรือที่เรียกกันว่า ธนาคารเฉพาะกิจ ดังเช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร(ธกส.), SME Bank, ธนาคารอิสลาม เป็นต้น ซึ่งหน่วยการศึกษาเหล่านี้ผู้วิจัยสนใจ นำตัวแบบมาศึกษาและเปรียบเทียบเพื่อการหาข้อสรุปในรูปแบบของธนาคารเพื่อสังคมที่จะเป็น ประโยชน์ในการเป็นธนาคารที่สามารถช่วยเหลือสังคมและเป็นตัวลดช่องว่างในประชาชนทั่วไปได้ เข้าถึงแหล่งเงินทุนประกอบอาชีพและจะเป็นการลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำทางสังคมของประเทศ ไทยในยามที่กำลังเผชิญปัญหาวิกฤติรอบด้านในปัจจุบันนี้ได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษา นโยบายการเป็นธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน
- 2) เพื่อศึกษาการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้รับบริการ ในนโยบายการเป็นธนาคารเพื่อ สังคมของธนาคารออมสิน
- 3) เพื่อสร้างนิยามความหมายใหม่ของธนาคารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมและตัว แบบธนาคารในการผลักดันเชิงนโยบายต่อแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในเรื่องการ พัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

1.3 คำถามหลักในการวิจัย

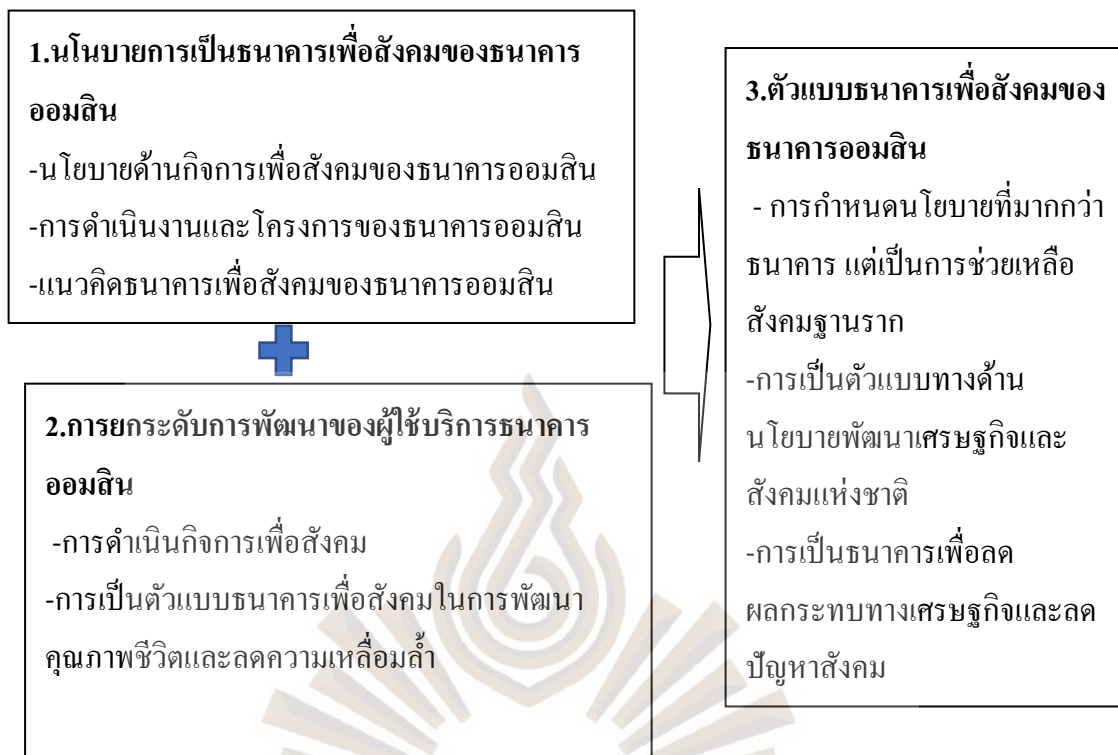
ธนาคารออมสินที่มีนโยบายเป็นธนาคารเพื่อสังคมได้ประสบความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิตในทางเศรษฐกิจและสังคม ลดความเหลื่อมล้ำได้หรือไม่ องค์กรประกอบและวิธีการเป็นอย่างไร และสามารถเป็นตัวแบบในการบริการเพื่อการเป็นธนาคารเพื่อสังคมและนำมาผลักดันเชิงนโยบายต่อแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากได้หรือไม่อย่างไร

1.4 ขอบเขตการวิจัย

- 1) ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษามุ่งเน้นด้านประเมินผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน
- 2) ขอบเขตด้านพื้นที่ ธนาคารออมสิน GRAMIN แบงก์และธนาคารในประเทศไทย เช่น ธกส.
- 3) ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง พนักงาน คณะกรรมการธนาคารที่เป็นกรณีศึกษา และบุคลากรที่เกี่ยวข้องของธนาคารฯ และตัวอย่างธนาคารที่มีลักษณะการทำงานเพื่อสังคม เช่น ธกส. ธอส. เป็นต้น
- 4) ขอบเขตด้านระยะเวลา ระหว่างปี พ.ศ. 2563-2565

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี และหลักการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่างๆ ของธนาคารออมสิน ที่ได้นำหลักการดังกล่าวมาใช้ในการประเมินผลสัมฤทธิ์นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้วิจัยได้นำมาสร้างกรอบแนวคิดการศึกษาการประเมินผลนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมธนาคารออมสิน ดังรูปที่ 1.1



รูปที่ 1.1 กรอบการวิเคราะห์การดำเนินงานธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทำให้ได้แนวทางดำเนินงานกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) ทำให้ธนาคารตระหนักถึงผลกระทบและการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคาร
- 3) ทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินและพัฒนาการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารที่ต้องการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
- 4) ทำให้สามารถนำข้อมูลไปประกอบการกำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กรต่างๆได้

1.7 นิยามศัพท์

ธนาคาร หมายถึง สถาบันการเงินที่รับฝากเงินจากประชาชนและสร้างสินเชื่อ (เครดิต) กิจกรรมการกู้ยืมสามารถทำได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านตลาดทุน เนื่องจากความสำคัญของสิ่งเหล่านี้ในความมั่นคงทางการเงินของประเทศ ธนาคารนั้นมีการควบคุมอย่างมากในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ประเทศส่วนใหญ่ได้จัดตั้งระบบการเงินที่เรียกว่า ธนาคารเก็บเงินสดสำรองบางส่วน (Fractional Reserve Banking) ภายใต้ซึ่งการที่ธนาคารถือสินทรัพย์สภาพคล่องเท่ากับส่วนหนึ่งของหนี้สินหมุนเวียนของพวกเขา นอกเหนือจากกฎระเบียบอื่น ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อรับรองสภาพคล่อง ธนาคารโดยทั่วไปจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดขั้นต่ำของเงินกองทุนตามมาตรฐานเงินทุนระหว่างประเทศที่เรียกว่า บาเซล แอคคอร์ดส์

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) หรือ ซีเอสอาร์ หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กรซึ่งการดำเนินงานอยู่ภายใต้หลักจริยธรรมและการบริหารจัดการที่ดีโดยรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน หมายถึง การดำเนินงานของธนาคารออมสิน ที่สามารถสร้างความยั่งยืนให้แก่ ธนาคาร พนักงาน ลูกค้า รวมทั้งชุมชนและเครือข่ายในทั้ง 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตามหลักมาตรฐานสากลภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและการบริหารจัดการที่ตามหลักมาตรฐานสากล

ความยากจน หมายถึง สภาพซึ่งบุคคลขาดการครอบครองทรัพยากรหรือเงิน ความยากจนสัมบูรณ์ (Absolute Poverty) หรือความยากจนขั้นแค้น (Destitution) หมายถึง บุคคลที่ขาดความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งโดยทั่วไปได้แก่ น้ำจืดและอาหารที่สะอาด โภชนาการ สาธารณสุข การศึกษา เครื่องนุ่งห่มและที่พักอาศัย มีการประเมินว่า ปัจจุบันมีประชากรราว 1,700 ล้านคนอาศัยอยู่ในความยากจนสัมบูรณ์ ความยากจนสัมพัทธ์ (Relative Poverty) หมายถึง การขาดระดับทรัพยากรหรือรายได้ตามปกติหรือระดับที่สังคมยอมรับเมื่อเทียบกับบุคคลอื่นในสังคมหรือประเทศ ในอดีตที่ผ่านมาส่วนใหญ่ ความยากจนถูกมองว่าหลีกเลี่ยงไม่ได้เช่นเดียวกับวิธีการผลิตดั้งเดิมไม่เพียงพอจะให้ประชากรทั้งหมดมีมาตรฐานการครองชีพที่สะดวกสบายได้หลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม การผลิตขนาดใหญ่ (Mass Production) ในโรงงานทำให้ความมั่งคั่งราคาถูกลงและ

เข้าถึงได้มากขึ้น ที่สำคัญกว่านั้น คือ การทำให้เกษตรกรรวมทั้งสมัชชา เช่น ปุ๋ย เพื่อให้มีผลผลิตเพียงพอที่จะเลี้ยงประชากร

ความเหลื่อมล้ำ หมายถึง ความไม่เท่าเทียมกัน (Inequality) ในทุกเรื่อง ทุกพื้นที่ ทุกภาค ทุกส่วน ทุกเวลา ทุกการเข้าถึงซึ่งทรัพยากร อาจเกิดจากหลายปัจจัยร่วมกัน โดยเฉพาะปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคมและชนชั้น โดยมีกลุ่มคนเปราะบาง คนชายขอบ ที่ยังคงเป็นกลุ่มคนที่ถูกเลือกปฏิบัติ ถูกกีดกัน จำกัดโอกาส และไม่ควรถูกปฏิบัติหรือการดูแลเช่นประชาชนคนธรรมดาทั่วไปในสังคม

ผลสัมฤทธิ์ หมายถึง ประสิทธิภาพของผลผลิตและผลลัพธ์ในการดำเนินงาน โครงการ เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ สอดคล้องกับหลักมาตรฐานสากล ISO26000 รวม 7 ด้าน ดังนี้ 1) ความรับผิดชอบต่อที่สามารถตรวจสอบได้ 2) ความโปร่งใส 3) การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม 4) การคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5) การเคารพต่อหลักนิติธรรม 6) การเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล 7) การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน โดยผ่านกิจกรรมต่างๆ ทั้งในด้านการเก็บรวบรวม และศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์บริบทของชุมชน การดำเนินงานร่วมกับชุมชน โดยมีภาคส่วนต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมดำเนินงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงานตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน และเป็นผลให้เมื่อเสร็จสิ้นการดำเนินโครงการแล้วสามารถนำไปสู่การตัดสินใจมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการดำเนินงานได้

การประเมินผลนโยบาย หมายถึง การประเมินผลผลิต และผลลัพธ์ของการดำเนินนโยบายอย่างเป็นระบบให้ได้ข้อสรุปที่ชัดเจน

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง กลุ่มคนที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการประกอบธุรกิจของธนาคาร ออมสิน ได้แก่ ลูกค้า ชุมชนและสังคม พนักงาน ครอบครัวของพนักงาน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทนี้เป็นการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ตามแนวทางการศึกษา การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามขอบเขตงานวิจัยในหัวข้อนี้ เพื่อเป็นการทบทวนวรรณกรรม และข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการสังเคราะห์ประเด็น ที่เกี่ยวข้องและใช้เป็นแนวทางในการจัดทำข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย สำหรับแนวคิด ทฤษฎี และงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

- 2.1 แนวคิดความเหลื่อมล้ำทางรายได้และความยากจน
- 2.2 แนวคิดธนาคารเพื่อสังคม
- 2.3 แนวคิดกรามีนแบงก์และธุรกิจเพื่อสังคม
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหนี้สิน
- 2.5 ประวัติและข้อมูลทั่วไปธนาคารออมสิน
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดความเหลื่อมล้ำทางรายได้และความยากจน

2.1.1 แนวคิดความเหลื่อมล้ำทางรายได้

ความเหลื่อมล้ำเป็นประเด็นที่ได้รับการกล่าวถึงอยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังโควิด 19 แพร่ระบาดเป็นวงกว้างไปทั่วโลก และสร้างผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมใน หลาย มิติ ในช่วงปี 2558-2562 เศรษฐกิจไทยขยายตัวต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 3.4 ต่อปี และดูเหมือนว่าการ กระจายรายได้ (Income Distribution) ตามตัวเลขทางสถิติต่าง ๆ ภาครัฐก็ให้ภาพที่ดีขึ้นเช่นกัน โดย ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาค (Gini Coefficient) ด้านรายได้ลดลงจาก 0.47 ในปี 2556 เหลือ 0.43 ในปี 2562 อย่างไรก็ตาม ประชาชนกลับเกิดความสงสัยและไม่รู้สึกว่าเศรษฐกิจดี เป็นเพราะ

- 1) เงินที่ได้รับจากการทำงานยังไม่พอเลี้ยงปากท้อง และต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจาก แหล่งอื่น จากการศึกษาของพิชญ์ รัชภาพ (2564) พบว่ากลุ่มครัวเรือน ไทยที่จนที่สุด หรือ ประมาณร้อยละ 20 มีแหล่งรายได้มาจากเงินช่วยเหลือจากทั้งภาครัฐและบุคคลนอกครัวเรือน คิด

เป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 60 ของรายได้ที่เป็นตัวเงินทั้งหมด ขณะที่ครัวเรือนอีกร้อยละ 20 ที่จมนองลงมามีสัดส่วนการพึ่งพาเงินช่วยเหลืออยู่ที่เกือบร้อยละ 30

2) ครัวเรือนยังต้องบริโภคด้วยการก่อก่อนนี้ สะท้อนจากสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP ของไทย ณ สิ้นไตรมาส 4 ปี 2562 ซึ่งอยู่ที่เกือบร้อยละ 80 สูงเป็นอันดับ 2 ในเอเชียรองจากเกาหลีใต้ การที่หลายครัวเรือนไทยยังต้องพึ่งพาเงินช่วยเหลือจากแหล่งอื่น ขณะที่หนี้สินที่ต้องทยอยจ่ายอีกมากน่าจะเป็นเหตุผลว่าทำไมหลายคนไม่ได้รู้สึก เศรษฐกิจดี และสะท้อนถึงความปัญหาหนี้มั่วที่มีมานานตั้งแต่ก่อนวิกฤติโควิด-19 เศรษฐกิจไทยหดตัวสูงถึงร้อยละ 6.1 ในปี 2563 จากการระบาดของโควิด-19 ยิ่งซ้ำเติมปัญหาหนี้มั่ว เนื่องจากแต่ละกลุ่มได้รับผลกระทบไม่เท่ากัน ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

3) กลุ่มที่รายได้ลดลงมาก เช่น ลูกจ้างในภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กลุ่มนี้จะขาดรายได้หรือรายได้ลดลงมากจากการเปลี่ยนไปทำงานอย่างอื่น อาจต้องนำเงินออมที่มีอยู่มาใช้จ่าย รวมถึงอาจต้องก่อหนี้เพิ่มในช่วงที่ขาดรายได้

4) กลุ่มที่รายได้ยังเท่าเดิมหรือลดลงไม่มาก เช่น ข้าราชการ ลูกจ้างของรัฐ และลูกจ้างภาคเอกชนบางส่วน กลุ่มนี้ยังออมเงินในอัตราที่ใกล้เคียงเดิมหรืออาจเพิ่มขึ้น เนื่องจากมาตรการ Lockdown และการ Work from Home ทำให้สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ได้

5) กลุ่มที่รายได้เพิ่มขึ้น เช่น พ่อค้าแม่ค้าที่ปรับตัวไปขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ กลุ่มนี้สามารถพลิกวิกฤติเป็นโอกาส สามารถเพิ่มรายได้และเก็บออมได้มากขึ้น

จะเห็นได้ว่าบางกลุ่มมีฐานะที่ดีขึ้น มีเงินออมมากขึ้น ขณะที่บางกลุ่มมีเงินออมลดลงและมีหนี้สินเพิ่มขึ้น โดยสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP ล่าสุดในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 89.3 วิกฤติโควิด-19 จึงเป็นการซ้ำเติมปัญหาหนี้มั่วให้แย่ง ซึ่งหากปล่อยให้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยอย่างมาก เพราะคนรายได้น้อยจำนวนมากต้องนำเงินที่หามาได้ไปจ่ายหนี้หนี้ก่อน ทำให้ใช้จ่ายได้ไม่เต็มที่ การใช้จ่ายในประเทศถูกขับเคลื่อนโดยคนกลุ่มรายได้สูงซึ่งมีจำนวนน้อย ส่งผลให้กำลังซื้อโดยรวมอ่อนแอและมีขนาดเล็กลงไปโดยปริยาย เมื่อเป็นเช่นนี้ภาคธุรกิจจะขาดแรงจูงใจในการลงทุน เนื่องจากผลผลิตสินค้าและบริการขึ้นมาก็ไม่สามารถทำยอดขายที่สูงได้ ท้ายที่สุด ทั้งการบริโภคของภาคครัวเรือนและการลงทุนของภาคธุรกิจที่น้อย จะจุดให้เศรษฐกิจไทยจะเติบโตช้าลงอย่างถาวร จากเดิมที่โตได้เต็มศักยภาพที่ร้อยละ 3-4 อาจเหลือเพียงร้อยละ 2-3 ซึ่งจะยิ่งทำให้คนไทยมีรายได้น้อยลง หนี้มั่วล้นมากขึ้น และหลุดพ้นจากวงจรหนี้สินได้ยากขึ้นตามไปด้วย ปัญหาหนี้มั่วจำเป็นต้องได้รับการแก้ไข และเป็นที่น่าทราบดีว่าการแก้ไขปัญหาดังกล่าวนั้นซับซ้อน ใช้เวลานาน และไม่สามารถทำได้โดยง่าย แต่ผู้เขียนจะขอชวนคิดใน 3 ประเด็นดังนี้

(1) ต้องมีทรัพยากรที่เพียงพอต่อการแก้ปัญหา: การปฏิรูปการจัดเก็บภาษีจะทำให้รัฐบาลมีรายได้เพียงพอเพื่อแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน อาทิ ภาษีที่เรียกเก็บจากฐานทรัพย์สินของคนรายได้สูง

(2) ต้องจัดสรรทรัพยากรเพื่อแก้ปัญหาอย่างตรงจุด: ไม่ทำนโยบายแบบเหวี่ยงแห ภายใต้อาณาจักรที่มีอยู่จำกัดเพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ภาครัฐควรมุ่งทำนโยบายให้ตรงจุด เช่น การสร้างแรงจูงใจให้คนรายได้สูงมาซื้อสินค้าและบริการที่ผลิตโดยคนรายได้น้อย และการสร้างงานและอาชีพเสริม (Job Creation) ให้กับกลุ่มคนรายได้น้อยตามชุมชน

(3) ต้องพิจารณาความสมดุลในการแก้ปัญหาทั้งระยะสั้นและระยะยาว: นอกจากจะจ่ายเงินเยียวยาและพยุงเศรษฐกิจเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าแล้ว จะต้องให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืนในระยะยาวด้วย เช่น การลงทุนด้านพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในด้านการศึกษา(ทั้งในและนอกระบบ) การลงทุนด้านสาธารณสุข รวมถึงการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) และการฝึกทักษะแรงงานให้กับผู้ว่างงาน เพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขันของประเทศในระยะยาว

ทั้งนี้ จะเห็นว่าปัญหาเกี่ยวกับความยากจนนั้นทุกประเด็นต้องอาศัยพลังและความร่วมมือจากทุกภาคส่วนมาร่วมกันขบคิด และจัดการกับปัญหาความเหลื่อมล้ำที่คอยจู่จี้เศรษฐกิจไทย เพื่อให้สามารถกลับไปเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง ทัวถึง และยั่งยืนในระยะยาว

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับความยากจน

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) จัดทำรายงานวิเคราะห์สถานการณ์ความยากจนในประเทศไทยเมื่อปี 2562 และพบว่า จากการขยายตัวของเศรษฐกิจและการขยายมาตรการช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยของภาครัฐ เช่น โครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และโครงการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางประชารัฐ ทำให้ในภาพรวมนั้น สถานการณ์ดีขึ้น สัดส่วนของคนจนลดลงจากร้อยละ 9.85 ในปี 2561 มาอยู่ที่ร้อยละ 6.24 หรือคิดเป็นคนจนจากจำนวน 6.7 ล้านคนมาสู่ 4.3 ล้านคน ในระดับครัวเรือน มีครัวเรือนยากจนทั้งสิ้น 1.31 ล้านครัวเรือน และลดลงเมื่อเทียบกับปี 2561 ซึ่งอยู่ที่ 1.85 ล้านครัวเรือน ทั้งนี้ยังพบว่า ครัวเรือนคนจนมีอัตราการพึ่งพิงสูงกว่าครัวเรือนไม่ยากจนอย่างมาก เพราะจากสถิติที่พบในปี 2562 วัยแรงงาน 1 คนในครัวเรือนยากจน ต้องรับผิดชอบดูแลเด็กและผู้สูงอายุ 1 คนเท่ากัน ขณะที่ครัวเรือนไม่ยากจนวัยแรงงาน 2 คน ดูแลผู้สูงอายุและเด็ก 1 คน นอกจากนี้ ครัวเรือนขนาดใหญ่ ครัวเรือนแห่งกลาง ซึ่งหมายถึงมีแค่ผู้สูงอายุกับเด็กที่ไม่มีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจ ประกอบอาชีพทางการเกษตร และมีการศึกษาต่ำ เป็นกลุ่มคนที่ประสบปัญหาความยากจนที่สุด

หากแบ่งคนจนออกเป็น 3 กลุ่มคือ 1. คนจนด้านตัวเงินเพียงอย่างเดียว 2. คนจนด้านตัวเงินและคนจนหลายมิติ 3. คนยากจนหลายมิติเพียงอย่างเดียว พบว่าคนจนกลุ่มแรกนั้นมีจำนวน 1.8 ล้านคน กลุ่มที่ 3 มีจำนวน 6.8 ล้านคน และกลุ่มตรงกลางที่จนทั้งด้านตัวเงินและจนหลายมิติมีจำนวน 2.25 ล้านคน โดยเป็นกลุ่มคนที่ต้องให้ความสำคัญมากที่สุด เพราะนอกจากรายได้ไม่เพียงพอแล้วยังมีความขัดสนในด้านต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตด้วย และกว่า 33.5 เปอร์เซ็นต์เป็นกลุ่มผู้สูงอายุและเด็ก ทั้งส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในชนบทด้วย อย่างไรก็ตาม กลุ่มคนจนเข้าถึงสวัสดิการของรัฐได้มากขึ้น และความยากจนในภาพรวมมีแนวโน้มลดลง อย่างไรก็ตามสถานการณ์ด้านความยากจนด้านตัวเงินนั้นแม้จะปรับตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น และความรุนแรงของปัญหาความยากจนจะลดลง เพราะคนยากจนมากที่มีระดับรายจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคต่ำกว่าเส้นความยากจนกว่าร้อยละ 20 มีจำนวน 1.28 ล้านคน หรือร้อยละ 29.50 ของคนยากจนทั้งหมด ลดลงมาจากปีก่อนหน้าร้อยละ 51.78 ขณะที่คนยากจนน้อยหรือมีระดับรายจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคใกล้เคียงกับเส้นความยากจน มีจำนวน 3.05 ล้านคน ซึ่งลดลงจากปีก่อนร้อยละ 24.43 ซึ่งกลุ่มคนที่ยากจนมากนั้นอาจบริโภคอาหารไม่เพียงพอต่อความต้องการของสารอาหารขั้นต่ำด้วยซ้ำไป เพราะไม่มีกำลังในการอุปโภคและบริโภค รวมถึงกลุ่มคนที่ยังไม่ใช่คนยากจนแต่มีรายจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคใกล้เคียงเส้นความยากจน คนกลุ่มนี้มีความเสี่ยงที่จะกลายเป็นคนยากจนในทันทีได้ง่ายหากมีปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน เช่น การเจ็บป่วยหรือการว่างงาน และหากพิจารณาจากรายได้ รายจ่ายหนี้สินของครัวเรือนยากจน พวกเขามีรายได้เฉลี่ย 9,994 บาท/ครัวเรือน/เดือน โดยกลุ่มครัวเรือนที่มีอาชีพทำเกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง มีสัดส่วนคนจนสูงสุดที่ร้อยละ 11.33 รองลงมาคือสาขาการทำเหมืองแร่ เหมืองหิน และการก่อสร้าง และมีคนที่ทำงานช่วยธุรกิจครอบครัวโดยไม่ได้รับค่าจ้างมีปัญหาความยากจนเยอะที่สุด รองลงมาคือกลุ่มคนที่ทำงานโดยไม่มีลูกจ้าง และกลุ่มลูกจ้างภาคเอกชนที่มีสัดส่วนคนจนร้อยละ 4.38 ซึ่งในจำนวนนี้มีหลายคนที่เป็นแรงงานโดยไม่มีสวัสดิการใดๆ รองรับด้วย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา แต่ความแตกต่างด้านรายได้ระหว่างกลุ่มประชากรยังสูงอยู่มาก ประชากรกลุ่มที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ต่ำที่สุดมีรายได้เฉลี่ย 2,049 บาทต่อเดือน ขณะที่คนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงสุดมีรายได้เฉลี่ยสูงถึง 32,663 บาทต่อเดือน โดยความเหลื่อมล้ำด้านรายจ่ายมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ความไม่เสมอภาคในการถือครองทรัพย์สินนั้นแม้จะลดลงแต่ก็ยังอยู่ในระดับสูง ค่าสัมประสิทธิ์การถือครองยานพาหนะและทรัพย์สินทางการเงินปรับตัวลดลงเล็กน้อย ขณะที่การถือครองบ้าน ที่ดิน และสิ่งปลูกสร้างที่ใช้ประกอบธุรกิจ / เกษตรฯ เป็นประเภททรัพย์สินที่มีความไม่เสมอภาคมากที่สุด

และเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้ให้สูงขึ้น เพราะทรัพย์สินทั้งสองประเภทเป็นปัจจัยการผลิตสำคัญนั่นเอง

ขณะที่ความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษาในภาพรวมค่อนข้างดีขึ้น แต่ยังคงมีความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) กลุ่มเด็กที่มีฐานะดีที่สุดมีอัตราการเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสูงกว่าเด็กที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำที่สุดประมาณ 2 เท่า และเป็น 13 เท่าเมื่อเป็นระดับปริญญาตรี โดยระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือนมีผลต่อโอกาสการเข้ารับการศึกษาของเด็กๆ ในครัวเรือน รวมถึงการเข้าถึงโครงการเงินกู้เพื่อการศึกษาของรัฐในกลุ่มครัวเรือนที่ยากจนซึ่งยังมีระดับต่ำอยู่มาก ทั้งความเหลื่อมล้ำด้านคุณภาพและการจัดสรรทรัพยากรทางการศึกษายังมีอยู่หลายมิติ เพราะปัญหาด้านการศึกษาในภาพรวมของประเทศไทยนั้นมีแนวโน้มที่คุณภาพจะลดลงแล้ว ยังพบความเหลื่อมล้ำด้านคุณภาพการศึกษาระหว่างสังกัดโรงเรียน ขนาดโรงเรียน ภูมิภาค และระหว่างกลุ่มรายได้ของประชากรด้วย

หากคิดเป็นร้อยละ คนจนส่วนใหญ่ร้อยละ 79.18 จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา คนยากจนที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไปมีโอกาสจะได้รับการศึกษาในระดับที่สูงกว่าพ่อแม่ที่โดยเฉลี่ยจบการศึกษาในระดับประถมศึกษาเพียงร้อยละ 46.7 ในปี 2562 ขณะที่ประชากรอายุ 25 ปีขึ้นไปในครัวเรือนที่ไม่จน มีโอกาสได้รับการศึกษาสูงกว่าประถมศึกษา ถึงร้อยละ 79.1 ซึ่งให้เห็นถึงโอกาสที่แตกต่างกันในการได้รับการศึกษาในระดับสูงของครัวเรือนทั้ง 2 กลุ่ม และเป็นคนกลุ่มการศึกษาที่น้อยนี้เองที่ต้องเผชิญกับปัญหาความยากจนมากที่สุด ในปี 2562 คนที่ไม่ได้เรียนหนังสือมีสัดส่วนที่เป็นคนจนร้อยละ 16.3 รองลงมาเป็นกลุ่มที่ได้รับการศึกษาก่อนประถมศึกษาและระดับประถมศึกษา แสดงว่าการมีการศึกษาเพิ่มขึ้นทำให้ปัญหาความยากจนลดลง และไม่เพียงแต่สวัสดิการด้านการศึกษา หากแต่สวัสดิการในการมีคุณภาพชีวิตที่ดีก็เช่นกัน สศช. พบว่า ครัวเรือนยากจนเข้าถึงน้ำสะอาด (เช่น น้ำจากขวด เครื่องกวนน้ำ หรือน้ำประปาในบ้านที่ผ่านการต้มแล้ว) เพิ่มขึ้น แต่ยังมีครัวเรือนยากจนอีกร้อยละ 27.71 เข้าไม่ถึงน้ำดื่มสะอาด มองจากภาพรวมเราจะเห็นปัญหาเชิงโครงสร้าง นั่นคือแรงงานภาคเกษตรยังเป็นกลุ่มคนจนกลุ่มใหญ่เหมือนเดิม และกลุ่มคนที่มีการศึกษาน้อย รายได้น้อย แต่อัตราการพึ่งพิงสูง ก็ทำให้หลุดจากความยากจนได้ยาก โดยเฉพาะในปัจจุบันที่สังคมไทยเข้าสู่สังคมสูงวัย ทำให้วัยแรงงานที่ต้องหาเลี้ยงครอบครัวต้องรับผิดชอบในการหารายได้มาจุนเจือสมาชิกในครอบครัวทั้งเด็กและผู้สูงอายุ และกลุ่มคนเหล่านี้มักประกอบอาชีพที่สร้างรายได้ได้น้อย ด้วยข้อจำกัดทางด้านการศึกษาที่ทำให้หลายคนเข้าถึงการศึกษาขั้นพื้นฐานไม่ได้ ทำให้การเพิ่มโอกาสทางการศึกษาให้เด็กนั้นเป็นเรื่องจำเป็นและภาครัฐต้องให้ความสำคัญอย่างมาก ขณะที่หลักประกันสุขภาพที่แม้จะครอบคลุมประชากรเกือบทั้งประเทศ แต่ก็ยังมีความเหลื่อมล้ำด้านคุณภาพการบริการที่ได้รับระหว่างหลักประกันสุขภาพสามระบบ และความเหลื่อมล้ำ

ระหว่างประชากร กลุ่มผู้มีรายจ่ายต่ำที่สุดจะได้รับการอุดหนุนค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพที่ลดลงตั้งแต่ อายุ 85 ปีเป็นต้นไป สะท้อนว่าคนเหล่านี้มีข้อจำกัดในการเข้าถึงการบริการและคุณภาพของบริการ สาธารณสุข ขณะที่ผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงมีความสามารถในการจ่ายค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพเอง สามารถเลือกใช้บริการเมื่อเจ็บป่วยกันตามระดับรายได้ ประชากรที่มีรายได้ต่ำกว่ามีแนวโน้ม จะเลือกใช้บริการพยาบาลจากสถานอนามัยหรือศูนย์สุขภาพชุมชนและโรงพยาบาลชุมชนมากกว่า กลุ่มที่มีระดับรายได้สูง ซึ่งจะเลือกใช้บริการจากโรงพยาบาลรัฐและเอกชน ซึ่งสะท้อนว่าผู้มี ฐานะทางเศรษฐกิจดีจ่ายยอมจ่ายมากขึ้นเพื่อได้รับบริการด้านสุขภาพที่มากขึ้น เช่นเดียวกันกับความ เหลือมล้ำด้านการศึกษาที่แม้จะเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่ก็พบว่า การเข้าถึงการศึกษาในระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย และ ปวช. นั้นแตกต่างกันตามระดับฐานะทางเศรษฐกิจอย่างมาก กลุ่มเด็กที่มี ฐานะดีที่สุดสามารถเข้าถึงการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายได้สูงกว่าเด็กที่มีฐานะทาง เศรษฐกิจต่ำที่สุดสองเท่า โดยกลุ่มที่จนที่สุดนั้นเข้าเรียนเพิ่มขึ้นในระยะยาวจากนโยบายเรียนฟรี 15 ปี ที่ครอบคลุมการศึกษาตอนปลาย และ ปวช., การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) ด้วย ขณะที่ในระดับปริญญาตรีนั้นแม้จะเพิ่มขึ้นจากปี 2561 อยู่ที่ร้อยละ 28.1 แต่ก็ยังห่างกัน มากประมาณ 13 เท่าระหว่างเด็กจากกลุ่มฐานะดีและเด็กฐานะยากจน และพบว่านักเรียนกลุ่ม ครึ่งเรียนยากจนนั้นเรียนต่อมัธยมศึกษาตอนปลายและปริญญาตรีต่ำกว่านักเรียนในครอบครัวที่ไม่ ยากจนในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร (กทม.) ที่กลุ่มเด็กจากครอบครัวยากจนมี อัตราการเข้าเรียนต่อมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 36.2 ขณะที่เด็กจากครอบครัวไม่ยากจน เข้าถึงได้ร้อยละ 69.8 และเด็กจากครอบครัวยากจนมีอัตราการเรียนต่อระดับปริญญาตรีร้อยละ 0 สะท้อนให้เห็นความเหลื่อมล้ำในระบบการศึกษาที่ยังสูงมาก อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องให้ ความสำคัญคือความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงแหล่งทุนและโครงสร้างพื้นฐาน เพราะพบว่าความ เหลื่อมล้ำจากการถือครองที่ดินนั้นสูงและมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นด้วย โดยเป็นปัญหาที่ฝังรากลึก มายาวนานในสังคมไทย เนื่องจากที่ดินเป็นสินทรัพย์ที่ผู้คนนิยมสะสมเพื่อส่งต่อความมั่งคั่งให้ ครอบครัว ขณะที่คนจนสูญเสียที่ดินไปกับการนำไปค้ำประกันหรือสินเชื่อ และไม่สามารถชำระคืน ได้ ทำให้ที่ดินหลุดไปอยู่ในมือคนรวยหรือกลุ่มนายทุน ในภาคเกษตร เกษตรกรส่วนใหญ่ถือครอง ที่ดินจำนวน 10-19 ไร่ และมีเกษตรกรร้อยละ 10 ที่ถือครองที่ดินแปลงใหญ่มากกว่า 40 ไร่ โดยมี ลูกจ้างภาคเกษตรที่ไม่เป็นเจ้าของที่ดินและไม่ได้เช่าที่ดินร้อยละ 0.85 ในจำนวนนี้เป็นคนจนและ กลุ่มเปราะบางกว่าร้อยละ 68 สะท้อนความเหลื่อมล้ำในการถือครองที่ดิน เพราะแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรยากจนไม่สามารถเข้าถึงที่ดินได้ ตลอดจนความเหลื่อมล้ำด้านกฎหมายที่เป็นปัจจัย เชื่อมโยงกับความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรม ทั้งยังมีประเด็นของความเหลื่อมล้ำใน กระบวนการยุติธรรม เช่น การเลือกปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมและระบบอุปถัมภ์ ตลอดจนการละเว้น

ปฏิบัติหน้าที่จำนวนมาก ทำให้การพิจารณาคดีล่าช้า กระทบเสรีภาพผู้ต้องหาระหว่างพิจารณาคดี (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

กล่าวโดยสรุป สถานการณ์ความยากจนในไทยนั้นโดยรวมดีขึ้นในปี 2562 โดยถือว่าการบรรลุเป้าหมายการแก้ไขปัญหาค่าความยากจนที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 เพราะสัดส่วนคนจนปี 2562 อยู่ที่ร้อยละ 6.2 ตามที่แผนพัฒนาฯ กำหนดไว้ให้เหลือที่ร้อยละ 6.5 ทั้งนี้ แม้คนยากจนจะลดลง แต่ยังคงเฝ้าระวังและมีมาตรการช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง เพราะยังพบว่าอัตราการพึ่งพิงคนจนสูงถึงร้อยละ 98.6 หรือวัยแรงงานในครัวเรือนยากจน 1 คน ต้องรับผิดชอบเลี้ยงดูเด็กและผู้สูงอายุ 4 คนเท่ากัน มากกว่าอัตราการพึ่งพิงของคนไม่จนเกือบเท่าตัว และเมื่อแยกตามช่วงวัย ก็พบว่าเด็กและเยาวชนมีปัญหาความยากจนสูงกว่ากลุ่มผู้สูงอายุและวัยแรงงาน ทั้งยังมีปัญหาด้านความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงการศึกษา การอุปโภคบริโภค และสวัสดิการต่างๆ ที่ทำให้กลุ่มคนยากจนเหล่านี้ขยับฐานะหรือความเป็นอยู่ของตัวเองได้อย่างยากลำบาก ซึ่งเป็นปัญหาที่ภาครัฐต้องเร่งแก้ไขและให้ความสำคัญต่อไป

2.2 แนวคิดธนาคารเพื่อสังคม

ธนาคารเพื่อสังคม หมายถึง การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความสมดุลใน 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยผนวกความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของขีดความสามารถองค์กร มีการบริหารจัดการภารกิจด้านสังคมและนโยบายรัฐอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งยกระดับการส่งเสริมการออม การสร้างวินัยทางการเงิน สนับสนุนและสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้แก่เศรษฐกิจฐานรากและผู้ประกอบการใหม่ (Start-Up) เยาวชนและผู้สูงวัย เพื่อพัฒนาให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นไปที่การยกระดับคุณภาพชีวิตลูกค้ายกเว้น 3 สร้าง คือ สร้างความรู้-อาชีพ, สร้างรายได้-ตลาด, และสร้างประวัติทางการเงิน เพื่อนำมาซึ่งอนาคตที่มั่นคง มั่งคั่ง และความสุขอย่างยั่งยืนของประเทศและประชาชน (ธนาคารออมสิน, 2563)

ทั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของธนาคารแห่งประเทศไทย ในเรื่องการธนาคารเพื่อความยั่งยืน หมายถึง การธนาคารที่มุ่งเน้นการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจและสังคมในระยะยาว โดยดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และอยู่ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี (ESG) ตลอดจนการช่วยสร้างแรงผลักดันให้ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐวิสาหกิจ และรัฐบาลดำเนินการในทิศทางที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยป้องกันความเสี่ยงต่อทั้งระบบเศรษฐกิจและตัวสถาบันการเงินเอง ซึ่งปัจจุบันระบบเศรษฐกิจการเงินไทยได้เผชิญกับความเสี่ยงจากปัจจัย ESG หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ทั้งการเกิด

อุทกภัย ภัยแล้ง และฝุ่น PM 2.5 ความเสี่ยงจากปัจจัยด้านสังคม เช่น ปัญหานี้ครวเรือน ตลอดจนความเสี่ยงด้านธรรมาภิบาลที่เกิดจากการไม่ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณและการหนีโกงหรือคอร์รัปชัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งภาคธุรกิจและสังคมที่เป็นลูกค้าของกลุ่มสถาบันการเงิน ทรัพย์. ในฐานะผู้ที่ดูแลเศรษฐกิจ สถาบันการเงิน และระบบการเงินของประเทศให้มีความเสถียรภาพ จึงมีนโยบายส่งเสริมให้ระบบสถาบันการเงินไทยตระหนักถึงความสำคัญและความเร่งด่วนของการดำเนินธุรกิจตามหลักการธนาคารเพื่อความยั่งยืน โดยสนับสนุนการผนวกปัจจัย ESG เข้าไปในกระบวนการดำเนินธุรกิจ และผลักดันให้ฝังเป็นวัฒนธรรมหรือค่านิยมของสถาบันการเงินไทย(ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564)

สถาบันการเงินมีบทบาทสำคัญในการสร้างความยั่งยืนผ่านการทำหน้าที่จัดสรรทรัพยากรทางการเงินจากผู้ออมเงินไปยังผู้ที่ต้องการใช้เงินทุน โดยคำนึงถึงการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจและสังคม และดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และอยู่ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี (ESG) โดยแนวทางการดำเนินงานของธนาคารเพื่อสังคม จะต้องมีการพิจารณาสินเชื่อแก่ธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดความเสี่ยงต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการปล่อยสินเชื่อ และผลกระทบต่อชื่อเสียงของธนาคาร นอกจากนี้ ยังควรให้ความสำคัญกับการปล่อยสินเชื่อให้กับโครงการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน เช่น สินเชื่อพลังงานสะอาด ซึ่งเป็นการขยายโอกาสทางธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ รวมไปถึงให้บริการทางการเงินโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภคในระยะยาว เช่น การนำเสนอผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าเพื่อลดปัญหาการก่อหนี้สินส่วนตัว การส่งเสริมเข้าถึงบริการทางการเงินของลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าฐานราก หรือผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นห่างไกล ประกอบกับการให้ความรู้ทางการเงิน เพื่อส่งเสริมวินัยทางการเงินที่ดี และให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้ตรงกับความต้องการและความสามารถของลูกค้า และมีส่งเสริมการดำเนินการภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดีทั้งภายในองค์กรของสถาบันการเงินเองและการดำเนินธุรกิจกับบุคคลภายนอกอย่างโปร่งใส รวมทั้งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริตหรือคอร์รัปชัน การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยลดความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและผลกระทบต่อชื่อเสียงของสถาบันการเงิน

อย่างไรก็ตาม นโยบายของธนาคารออมสิน ที่มุ่งสู่การเป็น Social Bank หรือธนาคารเพื่อสังคม อย่างเต็มรูปแบบเพื่อสร้างผลลัพธ์เชิงบวกแก่สังคม (Making POSITIVE Impact on Society) ด้วยการดูแลลูกค้าและประชาชน กลุ่มผู้มีรายได้น้อยและผู้ประกอบการรายย่อย (พ่อค้า แม่ค้า) และองค์กรชุมชน ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ยกกระดับรายได้ต่อยอดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศไทย โดยจะปรับภารกิจและกระบวนการทุก

ด้านของธนาคารออมสินให้มีความสอดคล้องกับการเป็นธนาคารเพื่อสังคม (Social Bank) มุ่งให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวกต่อสังคมที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ในขณะที่การทำภารกิจเชิงพาณิชย์จะเป็นกิจการรองเพื่อสร้างกำไรที่จะนำมาอุดหนุนภารกิจด้านสังคม รวมถึงการสร้างความเข้มแข็งทางการเงินด้วยการบริหารจัดการสินทรัพย์ที่มุ่งเน้นคุณภาพมากกว่าการเติบโตด้วยปริมาณ ซึ่งจะเป็นการสร้างสมดุลในการดำเนินธุรกิจขององค์กรทำให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ แผนวิสาหกิจธนาคารออมสิน ปี 2564 - 2568 จัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบทิศทางการทำงาน เพื่อกำหนดเป้าหมายการเป็นธนาคารเพื่อสังคม (Social Bank) อย่างเต็มรูปแบบ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ (No Poverty & Reduced Inequality) ทั้งนี้ได้พิจารณาความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 แผนปฏิรูปประเทศ และนโยบาย Thailand 4.0 แผนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจภาพรวม และแผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจสาขาสถาบันการเงิน ตลอดจนแนวโน้มสถานการณ์ต่างๆ อาทิ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลทางการเงิน (Financial Technology) พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน ภาวะการแข่งขันในตลาด และกฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับร่วมด้วยเพื่อกำหนดความท้าทายและความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ ความสามารถพิเศษขององค์กร ปัจจัยเสี่ยง ภารกิจและรูปแบบการดำเนินธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าอย่างสมดุล โดยมีแผนการพัฒนาและปรับปรุงองค์กรตามแนวทางระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจใหม่ (Core Business Enabler) และหลักการธนาคารที่มีความรับผิดชอบ (Principles for Responsible Banking : PRB) เพื่อยกระดับการบริหารจัดการสู่มาตรฐานสากล และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนแก่องค์กรจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งปัจจัยภายนอกและภายใน ความสามารถพิเศษขององค์กร ความได้เปรียบและความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ นำมาสู่การกำหนดกรอบทิศทางและยุทธศาสตร์การดำเนินงานระยะ 5 ปี (Strategic Positioning) วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective) แผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) และแนวทางการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ (Corporate Action Plan) ที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ สาขาสถาบันการเงิน ภายใต้แผนการขับเคลื่อนนโยบาย Thailand 4.0 ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แผนปฏิรูปประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals หรือ SDGs ของสหประชาชาติ “No Poverty & Reduced Inequality” เพื่ขับเคลื่อนองค์กรสู่การบรรลุเป้าหมายในการลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม ภายใต้บทบาทการเป็นธนาคารเพื่อสังคม (Social Bank) (ธนาคารออมสิน, 2564)

2.3 แนวคิดกรามินเบงก์และธุรกิจเพื่อสังคม

ความเป็นมา ว่าธุรกิจเพื่อสังคมมีจุดเริ่มต้น ที่มา ตั้งแต่องค์การสหประชาชาติ ได้มีการประกาศใช้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) 17 ข้อ เมื่อปี ค.ศ.2015 ทุกภาคส่วนได้ตื่นตัวที่จะค้นหาแนวทาง วิธีการ และเครื่องมือการดำเนินงาน เพื่อให้มีส่วนในการตอบสนองและนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ภาคเอกชน โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติและบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งมีทรัพยากรและความพร้อม ต่างขานรับที่จะร่วมในการตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแข็งขัน

ในระยะแรกของการขับเคลื่อน จะเห็นว่า กิจกรรมที่มีการเปิดเผยข้อมูลหรือรายงานแห่งความยั่งยืน ได้มีการเชื่อมโยงสิ่งทองค้ำกรดำเนินการและผลประกอบการทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เข้ากับ SDG ในระดับเป้าประสงค์ (Goal-Level) 17 ข้อ ขณะที่บางกิจการสามารถเชื่อมโยงไปได้ถึงระดับเป้าหมาย (Target-Level) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเข้มข้นในการดำเนินการที่ตอบสนองได้ตรงจุดยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี ความท้าทายสำคัญประการหนึ่ง ในการแสดงให้เห็นถึงการตอบสนองขององค์กรธุรกิจต่อ SDG ด้วยความเชื่อมโยงดังกล่าว ในหลายกรณี ไม่มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันระหว่างสิ่งทองค้ำกรดำเนินการ กับเป้าหมาย SDG ที่เชื่อมโยงไปถึง เป็นเพียงความพยายามในการจัดให้เข้าพวก ด้วยชื่อหรือหัวข้อที่อนุมานเองว่าน่าจะมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน แต่ในความเป็นจริง สิ่งทองค้ำกรเชื่อมโยง มิได้ตอบโจทย์เป้าหมายตามจริง ในทางกลับกัน อุปสรรคสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ เมื่อองค์กรธุรกิจพยายามที่จะตอบโจทย์ให้ตรงกับเป้าหมาย โดยลงไปพิจารณารายละเอียดของ SDG ในระดับตัวชี้วัด (Indicator-Level) แต่กลับพบว่า ตัวชี้วัด SDG นั้นๆ นำมาใช้ไม่ได้ (Not Applicable) กับภาคธุรกิจ อาทิ เป็นตัววัดที่กำหนดให้ดำเนินการ โดยรัฐ จึงไม่สามารถอ้างอิงได้เต็มปากว่า สิ่งทองค้ำกรดำเนินการและต้องการเปิดเผยข้อมูลให้มีความเชื่อมโยงไปสู่ SDG ข้อดังกล่าว สามารถตอบสนองต่อ SDG เป้าหมายได้จริงแม้ว่าชื่อหรือหัวข้อจะมีความเกี่ยวข้องกันอยู่ก็ตาม(สถณี อาชวานันทกุล, 2550)

ด้วยความท้าทายและอุปสรรคสำคัญข้างต้น องค์การสหประชาชาติ โดยคณะทำงานผู้ทรงคุณวุฒิระหว่างรัฐบาลด้านมาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยการบัญชีและการรายงาน (ISAR) ภายใต้คณะมนตรีเศรษฐกิจและสังคมแห่งสหประชาชาติ (ECOSOC) ซึ่งมีสำนักงานการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) ทำหน้าที่เป็นเลขานุการ ได้จัดทำชุดตัวบ่งชี้การดำเนินงานหลัก GCI เผยแพร่ ในปี ค.ศ.2019ชุดตัวชี้วัด GCI จัดทำขึ้น เพื่อใช้เป็นจุดตั้งต้นหรือจุดนำเข้าในการรายงานผลการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อ SDG และถือเป็นการเปิดเผยข้อมูลขั้นต่ำ (Minimum Disclosures) ของกิจการ ที่แสดงถึงการมีส่วนร่วมในการตอบสนองต่อ SDG

และเป็นตัวชี้วัดที่กิจการจำเป็นต้องใช้ในการประเมินผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาลซึ่งหาพบได้ในรายงานของกิจการและในกรอบการรายงานที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และหนึ่งในแนวทางที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) จำนวน 17 ข้อ ตามที่องค์การสหประชาชาติได้ประกาศเป็นเป้าหมายโลก นับจากปี 2559 เป็นต้นไป ทอดยาวไปอีก 15 ปีข้างหน้า คือ การผลักดันให้เกิดธุรกิจเพื่อสังคม หรือ Social Business ผู้มีระดับที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

คำว่าวิสาหกิจ (Enterprise) ตามพจนานุกรม หมายถึง การประกอบการที่ยากลำบากซับซ้อน หรือเสี่ยงต่อการขาดทุนล้มละลาย ส่วนคำว่า ธุรกิจ (Business) หมายถึง การประกอบกิจการในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม หัตถกรรม พาณิชยกรรม การบริการ หรือกิจการอย่างอื่นเป็นการค้า หรือ หมายถึง การงานประจำเกี่ยวกับอาชีพค้าขาย หรือกิจการอย่างอื่นที่สำคัญและไม่ใช่ว่าราชการ หากดูตามความหมายนี้ คำว่าวิสาหกิจมีความหมายกว้างกว่าธุรกิจ เพราะหมายรวมถึงการประกอบการที่มิใช่เพื่อการค้า (ที่หมายถึง การซื้อขายสินค้าหรือบริการ) หรือได้รวมถึงเรื่องที่เป็นราชการเข้าไว้ด้วย เมื่อมีการเติมคำขยายว่าเป็น วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) และ ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) จึงทำให้การประกอบการเหล่านี้ ล้วนต้องมีวัตถุประสงค์ที่จะสนองตอบต่อเป้าหมายทางสังคม (และสิ่งแวดล้อม) เป็นหลัก ด้วยการที่ธุรกิจซึ่งได้ชื่อว่าเป็นหน่วยงานที่แสวงหากำไร แม้จะมีวัตถุประสงค์ทางสังคมมากำกับ ธุรกิจเพื่อสังคมก็ได้ปฏิเสธการแสวงหากำไร (และยิ่งต้องไม่ทำให้ขาดทุนด้วย) เพียงแต่กำไรที่ได้จากการทำธุรกิจนั้น จะต้องถูกนำกลับมาทำประโยชน์เพื่อสังคมส่วนรวม ไม่สามารถนำมาปันกลับคืนให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นการส่วนตัวได้ (ยกเว้นก็แต่เงินลงทุนที่มีสิทธิ์ได้รับกลับคืน) ด้วยเหตุที่ประเภทของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น เป็นได้ทั้งองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร (Non-Profits) และที่แสวงหากำไร (For-Profits) เมื่อการประกอบการเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ทางสังคม ก็เรียกได้ว่า วิสาหกิจนั้นไม่ว่าจะแสวงหากำไรหรือไม่แสวงหากำไร ก็ถือว่ามีควมรับผิดชอบต่อสังคมโดยนัยอยู่แล้ว(สฤณี อาชวานันทกุล, 2550)

หากจะพิจารณา ความหมายและ รูปศัพท์ Social Enterprise (SE) กับ Corporate Social Responsibility (CSR) Social Enterprise (SE) คือ วิสาหกิจ, การประกอบการเพื่อสังคม ส่วน Corporate Social Responsibility (CSR) คือ ความรับผิดชอบต่อสังคม คำแรกนี้นำหน้าด้วย การ หมายถึง สิ่งหรือเรื่องที่ทำ (รวมๆ กันหลายเรื่อง ก็เรียก องค์กร) ขณะที่คำหลังนี้นำหน้าด้วย ความ เพื่อแสดงสภาพของเรื่องที่ทำ การจะเปรียบเทียบ การกระทำ กับ สภาพของการกระทำก็อาจพิจารณาได้ว่าอยู่กันคนละฐานไม่สามารถนำมาเทียบกันโดยตรงได้

มูฮัมหมัด ยูนูส ผู้บุกเบิกธุรกิจเพื่อสังคมในบังกลาเทศ ได้ขยายความว่า ธุรกิจเพื่อสังคม ตามนิยามของเขามี 2 ประเภทๆ แรก ยูนูสเรียกว่า Type I Social Business คือ Non-Loss,

Non-Dividend Company ที่ทำงานอุทิศให้กับการแก้ไขปัญหาทางสังคมและถือหุ้น โดยนักลงทุนที่/พร้อมจัดสรรกำไรจากการดำเนินงานทั้งหมดในการขยายและปรับปรุงธุรกิจเพื่อสังคมของคนให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น ประเภทที่สองเรียกว่า Type II Social Business คือ Profit-Making Company ที่มีได้ถือหุ้นโดยนักลงทุนหรือบุคคลทั่วไป แต่เป็นคนยากจนหรือผู้ด้อยโอกาสที่เข้าเป็นเจ้าของ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม และได้รับโอกาสให้นำกำไรที่ได้จากการดำเนินงาน ไปบรรเทาปัญหาความยากจนนั้น ได้ตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจเพื่อสังคมนั้นๆ (สฤณี อาชวานันทกุล, 2558)

และเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ธุรกิจเพื่อสังคม ไม่ใช่องค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไร (Non-Profit Organization) เช่น มูลนิธิที่มีรายได้มีรายได้จากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเป็นหลัก แต่รายรับส่วนใหญ่มาจากการบริจาค เพื่อนำไปใช้ดำเนินกิจกรรมที่เป็นสาธารณประโยชน์ และที่สำคัญไม่มีผู้เป็นเจ้าของเหมือนกับธุรกิจเพื่อสังคม ด้วยเหตุที่ กฎหมายว่าด้วยมูลนิธิในหลายประเทศส่วนใหญ่ ถือว่าทรัพย์สินของมูลนิธิที่ได้รับจากการบริจาคหรือที่เป็นดอกผลเพิ่มเติมขึ้นภายหลังนั้น เป็นกรรมสิทธิ์ของรัฐ (ในฐานะผู้ว่าการสังคม) แต่เนื่องจากรัฐไม่สามารถดูแลหรือจัดการได้อย่างทั่วถึง จึงมอบหมาย (ตามบทบัญญัติของกฎหมาย) ให้คณะกรรมการชุดหนึ่ง (ซึ่งส่วนใหญ่ก็คือ คณะผู้ก่อการมูลินั้น) ทำหน้าที่บริหารจัดการสินทรัพย์นั้นให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม แทนเจ้าหน้าที่รัฐ คณะกรรมการมูลนิธิจึงไม่ได้อยู่ในฐานะที่เป็น ‘เจ้าของ’ ทรัพย์สินที่เป็นของส่วนรวมนั้นแต่ต้น ครั้นเมื่อเทียบระหว่างวิสาหกิจเพื่อสังคมกับธุรกิจเพื่อสังคม ในแง่ของขอบเขต วิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นกินความหมายกว้างกว่า เพราะรูปแบบขององค์กรเป็นได้ทั้งองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร (Non Profits) และที่แสวงหากำไร (For-Profits) ซึ่งหากมีกำไร ก็จะนำกำไรส่วนใหญ่ไปขยายหรือลงทุนในกิจการหรือโครงการเพื่อสังคมต่อ และกำไรบางส่วนแบ่งปันกลับคืนให้เจ้าของได้ ขณะที่ธุรกิจเพื่อสังคม (ตามนิยามของยูเนส) รูปแบบขององค์กรนั้นเป็นแบบที่แสวงหากำไรอย่างเดียว และกำไรที่ได้ต้องใช้หมุนเวียนในธุรกิจเพื่อสังคมทั้งหมด ไม่ปันกลับไปให้ผู้ถือหุ้น (ในกรณี ของ Type I) ดังนั้น ธุรกิจเพื่อสังคม จึงเป็น Subset ของวิสาหกิจเพื่อสังคม

แนวคิดของยูเนสในเรื่องธุรกิจเพื่อสังคม ค่อนข้างและเข้มงวดมากกว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม ในแง่ของการแบ่งปันผลกำไรที่ไม่เปิดโอกาสให้มีการชิงใจเลือกกระหว่างปันผลส่วนตัว กับ ประโยชน์ส่วนรวม เพราะมีฐานคิดว่า ถ้าปล่อยให้เกิดขึ้น ความโน้มเอียงจะไปในทางเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนก่อน และประโยชน์ส่วนรวมค่อยมาทีหลัง บรรดาองค์กรพัฒนาเอกชน หรือ NGOs น่าจะชอบใจหรือถูกจริตกับรูปแบบธุรกิจเพื่อสังคมของยูเนส ในประเด็นที่ไม่ต้องการนำเรื่องธุรกิจมาหาหินหรือค้ำกำไรกับความยากจนของชาวบ้าน ขณะที่องค์กรธุรกิจทั่วไปน่าจะขานรับกับแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคมมากกว่า เพราะมีความยืดหยุ่นในแง่ของการปันผลกำไรที่อยู่กับจริตของนักธุรกิจอยู่บ้างไม่มากนักน้อย

ยูเนส ผู้ที่เป็นต้นตำรับแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม ระบุว่าวาระการพัฒนาหลังปี ค.ศ.2030 จะสำเร็จตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้นั้น ต้องนำธุรกิจเพื่อสังคมมาตอบโจทย์ 3 ศูนย์ โดยศูนย์แรก คือ สิ้นความยากจน (Zero Poverty) ศูนย์ที่สอง คือ ไร้การว่างงาน (Zero Unemployment) และ ศูนย์ที่สาม คือ การปล่อยก๊าซคาร์บอนฯ สุทธิเป็นศูนย์ (Zero Net Carbon Emissions) ถ้าหากเรื่องธุรกิจเพื่อสังคม สามารถใช้เพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ ก็น่าสนใจไม่น้อย ที่จะมาทำความเข้าใจกับ ธุรกิจเพื่อสังคม ตามแนวคิดของมูฮัมหมัด ยูเนส เพื่อนำมาใช้เป็นกลไกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน ในหนังสือชื่อ Building Social Business ที่มูฮัมหมัด ยูเนส เขียนไว้เมื่อปี ค.ศ.2010 บอกว่า ธุรกิจเพื่อสังคม เป็นธุรกิจพรรคี่ใหม่ ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจที่มุ่งแสวงหากำไรสูงสุดแบบที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และไม่ใช่องค์กรที่ไม่แสวงหากำไรซึ่งอยู่ได้ด้วยเงินบริจาคหรือเป็นองค์กรการกุศล อีกทั้งยังไม่เหมือนกับกิจการประเภท วิชากิจเพื่อสังคม ที่สามารถแสวงหากำไรและยอมให้มีการปันผลกำไรแก่ผู้ถือหุ้น อย่างไรก็ตามธุรกิจเพื่อสังคม อยู่นอกอาณาเขตของการมุ่งแสวงหากำไร เป้าหมายของธุรกิจ คือการแก้ไขปัญหาสังคมด้วยวิธีการทางธุรกิจ ที่ครอบคลุมถึงการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการ ดังตัวอย่างของ กรามีน-คานอน ที่ตั้งขึ้นเพื่อแก้ปัญหาทุพโภชนาการด้วยการผลิตโยเกิร์ตที่เติมธาตุอาหารเสริมจำหน่ายแก่ผู้มีรายได้น้อย หรือ กรามีน-วีโอเลีย ที่ช่วยแก้ปัญหาของผู้อาศัยในแหล่งที่มีการปนเปื้อนของสารหนูในน้ำดื่ม ด้วยการจำหน่ายน้ำดื่มบริสุทธิ์ในราคาถูกลงตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก หรือ บีเอเอสเอฟ-กรามีน ที่ต้องการควบคุมโรคที่เกิดจากยูงเป็นพาหะ ด้วยการผลิตและจำหน่ายมุ้งเคลือบสารกันยูงในแหล่งที่เกิดการแพร่ระบาดของโรคเป็นต้น หากแต่ธุรกิจเพื่อสังคม ตามนิยามของมูฮัมหมัด ยูเนส ที่แบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังที่กล่าวมา โดยประเภทแรก เป็นธุรกิจที่ไม่สูญเสียเงินต้น-ไม่ปันผลกำไร (Non-Loss, Non-Dividend) โดยมุ่งที่จะแก้ปัญหาดังกล่าวเป็นสำคัญ มีการถือหุ้นโดยผู้ลงทุนหรือบุคคลทั่วไป และนำกำไรทั้งหมดที่ได้ กลับมาพัฒนาและขยายธุรกิจต่อ ดังในตัวอย่างข้างต้น ซึ่งยูเนสเรียกว่า ธุรกิจเพื่อสังคม ประเภทที่ 1 หรือ Type I Social Business เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นในธุรกิจเพื่อสังคม ประเภทที่ 1 นี้ สามารถได้รับเงินลงทุนคืน เฉพาะเงินต้นเท่านั้น ไม่มีการให้ดอกเบี้ย หรือชดเชยค่าเงินเพื่อใดๆ คือ Non-Loss และจะไม่ได้รับปันผลใดๆ จากกำไรที่เกิดขึ้นจากธุรกิจ โดยกำไรทั้งหมดจะคงไว้ในกิจการเพื่อใช้แก้ปัญหาดังกล่าว คือ Non-Dividend ธุรกิจเพื่อสังคม ประเภทที่ 2 หรือ Type II Social Business เป็นธุรกิจที่แสวงหากำไรและสามารถปันผลได้ แต่อยู่บนเงื่อนไขว่าเจ้าของธุรกิจหรือผู้ถือหุ้นของกิจการจะต้องเป็นผู้ยากไร้หรือผู้ด้อยโอกาส เพราะการปันผลกำไรนั้น ถือเป็น การขจัดความยากจน เป็นการแก้ไขปัญหาสังคม สมตามจุดมุ่งหมายของธุรกิจเพื่อสังคมในตัวเอง

ตัวอย่างของธุรกิจเพื่อสังคม ประเภทที่ 2 ได้แก่ ธนาคารกรามีน ซึ่งถือหุ้นโดยคนยากจนที่เป็นทั้งผู้ฝากเงินและลูกค้าสินเชื่อ โดยนำสินเชื่อไปใช้ในการสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้หลุดพ้นจาก

ความยากไร้ จนกลายมาเป็นการบุกเบิกแนวคิดสินเชื่อรายย่อย หรือ Microfinance ที่ถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือขยายการเข้าถึงบริการทางการเงินแก่กลุ่มคนฐานรากในหลายประเทศทั่วโลก

รูปแบบของธุรกิจเพื่อสังคม ยังถูกนำไปเทียบกับรูปแบบของสหกรณ์ที่มีสมาชิกเป็นเจ้าของ หรือผู้ถือหุ้น ซึ่งมีการปันผลกำไรที่ได้ให้แก่สมาชิกตามส่วน ในกรณีนี้ ยูนูสได้ขยายความว่า สหกรณ์ จัดอยู่ในข่ายที่เรียกว่าเป็นธุรกิจเพื่อสังคมได้ ก็ต่อเมื่อ สมาชิกที่เป็นเจ้าของสหกรณ์เป็นคนยากจนเท่านั้น เนื่องจากการปันผลกำไรจะต้องเป็นไปเพื่อช่วยเหลือคนยากไร้ให้หลุดพ้นจากความยากจน ตามนิยามของ Type II Social Business แต่เมื่อใดก็ตาม ที่สหกรณ์ถูกจัดตั้งขึ้น โดยคณะบุคคลทั่วไปหรือองค์กรที่รวมตัวกันเพื่อวัตถุประสงค์ในการปกป้องหรือรักษาผลประโยชน์ของกลุ่มสมาชิก แม้เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นจะจัดอยู่ในข่ายธุรกิจเพื่อสังคม ประเภทที่ 1 แต่สหกรณ์มีการดำเนินงานเพื่อแสวงหากำไรและปันผลกำไรกันระหว่างสมาชิกที่เป็นเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น ซึ่งมีไม่ใช่ว่าเป็นผู้ยากไร้หรือผู้ด้อยโอกาสที่แท้จริงสหกรณ์ประเภทดังกล่าวนี้ไม่จัดว่าเป็นธุรกิจเพื่อสังคม ด้วยหลักเกณฑ์เดียวกันนี้ วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise ที่ก่อตั้งขึ้น โดยมีผู้ถือหุ้นเป็นบุคคลหรือนิติบุคคลทั้งหมดหรือบางส่วนที่มีไม่ใช่ว่าเป็นผู้ยากไร้หรือผู้ด้อยโอกาส และมีการปันผลกำไรที่เกิดขึ้นจากกิจการแก่บุคคลหรือนิติบุคคลนั้น วิสาหกิจเพื่อสังคม ในกรณีนี้ ไม่จัดว่าเป็นธุรกิจเพื่อสังคมด้วยเช่นกัน จึงหมายความว่า วิสาหกิจเพื่อสังคม ที่จะจัดว่าเป็น Social Business มี 2 กรณี คือ กรณีแรก ไม่มีการปันผลกำไรระหว่างผู้ถือหุ้น (เป็นบุคคลหรือนิติบุคคลทั่วไป) กำไรทั้งหมดต้องเก็บไว้กับตัวกิจการเพื่อนำไปแก้ไขปัญหาสังคม (เป็นธุรกิจเพื่อสังคม ประเภทที่ 1) หรือ กรณีที่สอง มีการปันผลกำไรระหว่างผู้ถือหุ้น (เป็นคนยากจนหรือผู้ด้อยโอกาสเท่านั้น) ถือเป็นการแก้ไขปัญหาสังคมด้วยตัวกิจการเอง (เป็นธุรกิจเพื่อสังคม ประเภทที่ 2)

กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) หรือ SE เป็นรูปแบบกิจการที่มีจุดมุ่งหมายในการแก้ไขปัญหาสังคมแต่ในขณะเดียวกันยังคงมีการหารายได้ การสร้างรายได้เช่นเดียวกับธุรกิจทั่วไป ปัจจุบัน ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้ความสนใจในกิจการเพื่อสังคมกันมากขึ้น เนื่องจากถือเป็นส่วนผสมที่ลงตัว ระหว่างการทำธุรกิจเพื่อส่วนตัวและการทำธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งแนวคิดในการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ต้องขับเคลื่อนด้วยความรัก ความใส่ใจในกระบวนการผลิตสินค้า บริการ และแรงบันดาลใจในการแสวงหาทางแก้ปัญหาสังคม

หากแต่ในพ.ศ.นี้กลุ่มนักธุรกิจจำนวนมากหันมาประกอบกิจการรูปแบบดังกล่าว และหนึ่งในกิจการเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จ โด่งดังเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก ได้แก่ ธนาคารกรามีน (Grameen Bank) เป็นหนึ่งในตัวอย่างการพัฒนาธุรกิจที่ดำเนินไปควบคู่ไปกับความพยายามแก้ปัญหาสังคมในประเทศบังคลาเทศ ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1976 โดยศาสตราจารย์มุฮัมมัด ยูนูส (Muhammad Yunus) ผู้สร้างนวัตกรรมทางการเงินแนวใหม่ให้แก่บังคลาเทศหนึ่งในประเทศที่

ยากจนที่สุดในโลก ภายใต้วิสัยทัศน์และเป้าหมายการจัดปัญหาความยากจนให้หมดสิ้นไปจากโลกใบนี้โดยให้สินเชื่อแก่คนจนหรือมีรายได้น้อย หรือที่เรียกกันว่าสินเชื่อเพื่อผู้ยากไร้(ไมโครเครดิต)

ในปีค.ศ. 1974 ประเทศบังกลาเทศประสบปัญหาเศรษฐกิจอย่างรุนแรง ยูнусจึงตัดสินใจค้นหาวิธีการช่วยเหลือคนจนอย่างจริงจังโดยใช้ทักษะความเชี่ยวชาญทางด้านเศรษฐศาสตร์ และเริ่มต้นด้วยโครงการวิจัยภาวะทางเศรษฐกิจและสังคมของหมู่บ้านโจบริ่าซึ่งเป็นหมู่บ้านเล็กๆในบังกลาเทศ เขาสำรวจข้อมูลต่างๆด้วยการลงพื้นที่หลายครั้งแล้วพบว่าหนึ่งในรากของปัญหาที่ทำให้คนในหมู่บ้านหลายแห่งรวมทั้งโจบริ่าอยู่ในระดับยากจนคือ ภัยแล้ง เนื่องจากบิมน้ำบอบาตาลหลายแห่งซึ่งเป็นแหล่งรายได้เสริมของคนในชุมชนถูกปล่อยให้เหือดแห้ง ปัญหานี้เกิดจากที่ไม่มีผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายการดูแลรักษาแหล่งน้ำ ยูнусจึงสนับสนุนให้จัดตั้งสหกรณ์เพื่อการเกษตรรูปแบบใหม่มีชื่อเรียกว่าฟาร์มสามหูน (TebhagaKhamar) โดยเสนอให้เจ้าของที่ดินยอมให้ชาวนาใช้นาปลูกข้าวในหน้าแล้ง และเขายินดีเป็นคนออกค่าเชื้อเพลิงสำหรับบิมน้ำ ค่าเมล็ดพืช ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง พร้อมมอบความรู้ทางเทคนิคต่างๆเมื่อชาวนาเกี่ยวข้าวไปขายให้นามีรายได้อีกมาแบ่งกันฝ่ายละ 1 ใน 3 ผลลัพธ์คือโครงการฟาร์มสามหูนประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก โจบริ่ากลายเป็นหมู่บ้านอันดับแรกๆในบังกลาเทศที่สามารถเก็บเกี่ยวในฤดูแล้งได้ และช่วยยกระดับความยากจนแบบเรื้อรังให้ดีขึ้น พร้อมนำไปสู่การก่อตั้ง กรามีน ธนาคารเพื่อคนจนแห่งแรกของโลกในอีกไม่กี่ปีต่อมา

เพื่อแก้ไขปัญหาค่าความยากจนอย่างยั่งยืนตั้งแต่ช่วงเริ่มแรก ยูнусตั้งใจสร้างให้กรามีนเป็นธนาคารเพื่อคนจน (กรามีน แปลว่า ชนบท หรือหมู่บ้าน) เขาจึงลงมือสร้างโมเดลใหม่ในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากรูปแบบของธนาคารพาณิชย์กระแสหลักตั้งอยู่บนการเรียกทรัพย์สินหลักเป็นประกัน สัญญาเงินกู้ที่เป็นลายลักษณ์อักษรและรายได้ประจำอันสม่ำเสมอของลูกค้าซึ่งคนส่วนใหญ่ไม่มีคุณสมบัติเหล่านี้ โมเดลของธนาคารกรามีนจึงเปลี่ยนแนวคิดใหม่ เพื่อเป็นแหล่งเงินกู้และมอบสินเชื่อให้แก่คนจนโดยให้ความสำคัญกับครัวเรือนที่ยากจนที่สุด ครอบครัวที่มีที่ดินทำกินน้อยกว่า 1 ไร่ จะถูกชักชวนให้มารวมกันเป็นกลุ่ม สมาชิกกลุ่มจะมีการประชุมสัปดาห์ละครั้ง ในหมู่บ้านกับพนักงานของธนาคารกรามีนเพื่อจ่ายคืนเงินกู้ และสมาชิกกลุ่มต้องคอยตรวจสอบการใช้เงินกู้ของสมาชิกด้วยกัน เพื่อให้มั่นใจว่าสมาชิกแต่ละคนสามารถชำระเงินกู้ได้ภายในปี โดยกำหนดจำนวนเงินที่ต้องชำระในแต่ละสัปดาห์ ซึ่งการปล่อยกู้ของธนาคารกรามีนใช้การค้ำประกันที่เรียกว่าหลักทรัพย์ทางสังคม(Social Collateral) ทำให้ธนาคารกรามีนมีจุดแข็งอยู่ที่ความมีปึกแผ่นของกลุ่มลูกหนี้(Group Solidarity)

ในปีค.ศ.2001 ธนาคารกรามีนประกาศนโยบายใหม่ที่มีชื่อเรียกว่า Grameen II เปลี่ยนบทบาทธนาคารจากการให้สินเชื่อรายย่อยแก่คนจน มาเป็นการให้บริการด้านการเงินแก่ผู้คนรายได้

ตำโดยชนนการกรามีนได้เปลี่ยนหลักเกณฑ์การปล่อยกู้ที่เคยกำหนดไว้ปีต้องชำระเงินต้นและดอกเบี้ยในทุกๆ สัปดาห์มาเป็น 3 เดือนจนถึง 3 ปี เนื่องจากเล็งเห็นว่าเงื่อนไขดังกล่าวไม่สอดคล้องต่อสภาพคล่องของคนจน ในกรณีที่มีปัญหาการชำระเงินกู้ยังสามารถกู้เพิ่มได้ และสามารถขยายเวลาชำระเงินกู้ให้นานออกไปได้ นอกจากนี้ธนาคารยังให้ความสำคัญกับเรื่องการออม โดยกำหนดให้สมาชิกเงินกู้ของธนาคารต้องออมเงินจำนวนหนึ่งในแต่ละสัปดาห์ และฝากเงินในบัญชีออมทรัพย์ของกลุ่มที่สังกัดสมาชิกจะสามารถถอนเงินฝากนี้ได้หลังจากออมครบ 10 ปี หรือลาออกจากการเป็นสมาชิกพร้อมจัดทำผลิตภัณฑ์การออมเพื่อบำนาญ Grameen Pension Saving หรือลาออกจากการเป็นสมาชิกพร้อมจัดทำผลิตภัณฑ์การออมเพื่อบำนาญที่ให้ดอกเบี้ยสูงสำหรับการฝากและให้อัตราดอกเบี้ยสูงสำหรับการฝากประจำทุกเดือนโดยมีการฝากขั้นต่ำ 1 ดอลลาร์ต่อเดือนเป็นเวลา 5 หรือ 10 ปี (สถุณี อาชวานันทกุล, 2558)

ปัจจัยที่ทำให้ธนาคารกรามีนประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการ คือ การปรับปรุงแก้ไขนโยบายอย่างต่อเนื่องเกือบทุกปีเพื่อพัฒนารูปแบบให้เข้ากับคุณสมบัติของกลุ่มคนจนส่วนใหญ่ โดยแบ่งเป็น 3 ข้อหลักๆ ดังนี้

1) การยึดมั่นในเป้าหมายสูงสุด คือการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่แสวงหาผลกำไร ไม่ใช่องค์กรการกุศลดังคำอธิบายบนเว็บไซต์ของธนาคารกรามีนว่า เป้าหมายหลักของธนาคารกรามีนคือการนำบริการของสถาบันการเงินไปสู่คนจนเพื่อช่วยให้พวกเขาต่อสู้กับความยากจนด้วยตัวเองในระยะยาวและมีฐานะมั่นคงมากขึ้น

2) การสร้างกระบวนการกลไกต่างๆ ที่เอื้ออำนวยให้คนจนมีความสามารถในการชำระหนี้ได้ตรงตามเวลาที่กำหนด เนื่องจากธนาคารกรามีนทำธุรกิจกับคนจนซึ่งเผชิญกับความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจสูงมาก ดังนั้น ธนาคารจึงต้องออกแบบเงื่อนไขเงินกู้ที่ค่อนข้างยืดหยุ่นมากกว่าธนาคารพาณิชย์ทั่วไป

3) การให้การศึกษาและมอบอำนาจแก่คนจน (Empowerment) ยูเนสเรียกโมเดลธุรกิจของเขาว่าเป็นธนาคารมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของคนจนในฐานะลูกหนี้แต่ความเชื่อมั่นเพียงอย่างเดียวไม่สามารถรับประกันความสามารถในการชำระเงินกู้คืนได้ ดังนั้น ธนาคารจึงออกพันธะสัญญา 16 ประการ ด้วยความเชื่อว่าหากสมาชิกปฏิบัติตามพันธะสัญญาทั้งหมดนี้พวกเขาจะสามารถก้าวพ้นจากความจนได้อย่างยั่งยืนหลังจากได้รับเงินกู้จากธนาคารภายใน 5 ปี

นโยบายพันธะสัญญา 16 ประการ มีดังนี้

- (1) ผู้กู้ต้องอยู่ในระเบียบวินัยกล้าหาญทำงานหนักและมีความสามัคคีกัน
- (2) ผู้กู้ต้องนำความมั่นคงมาสู่ครอบครัว
- (3) ผู้กู้ต้องซ่อมแซมบ้านให้น่าอยู่ไม่อาศัยในบ้านที่เสื่อมโทรมผุพัง

- (4) ผู้ที่ต้องปลูกผักไว้กินภายในรั้วบ้าน
- (5) ผู้ที่ต้องปลูกพืชตามฤดูกาล
- (6) ผู้ที่ต้องจำกัดปริมาณสมาชิกในครอบครัว
- (7) ผู้ที่ต้องให้การศึกษากับลูกหลาน
- (8) ผู้ที่ต้องรักษาสิ่งแวดล้อมให้สะอาด
- (9) ผู้ที่ต้องใช้ส้วมหลุม
- (10) ผู้ที่ต้องต้มน้ำก่อนดื่ม
- (11) ผู้ที่ต้องไม่ให้ลูกหลานแต่งงานตั้งแต่ยังเล็ก
- (12) ผู้ที่ยินดีให้ความช่วยเหลือกับผู้อื่นเสมอ
- (13) ผู้ที่ต้องช่วยกันรักษาภูมิละเบียบ
- (14) ผู้ที่ต้องให้ความร่วมมือกับสังคม
- (15) ผู้ต้องมีเงินมากขึ้นต้องรู้จักลงทุนมากขึ้น
- (16) ผู้ที่ต้องไม่หลงโทษคนอื่นโดยไม่ยุติธรรม

เนื้อหาในพันธะสัญญาของธนาคารทั้ง 16 ข้อ จะเห็นได้ว่า ธนาคารกรามีนเป็นธนาคารเพื่อคนจนที่ให้ความสำคัญกับการสร้างขบวนการทางสังคม (Social Movement) มากกว่าการเป็นสถาบันทางการเงินที่หวังผลกำไรเพียงอย่างเดียวแต่ยังมุ่งเน้นสร้างกระบวนการพัฒนาเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชน โดยใช้กลยุทธ์ด้านการเงินเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาสังคมและยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างแท้จริง จากการสร้างสรรค์และก่อตั้งกิจการเพื่อสังคมเพื่อพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน (สถุณี อาชวานันทกุล, 2558)

จะเห็นว่า จากรูปแบบดังกล่าวทำให้ยูนุสได้รับรางวัลโนเบลสันติภาพประจำปี 2006 เพื่อตอบแทนความพยายามในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มคนระดับรากหญ้า เพราะทุกคนทราบกันดีว่าสันติภาพไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในโลกหากประชาชนจำนวนมากยังติดกับดักความยากจนอย่างถาวร นอกจากนี้ธนาคารเพื่อสังคมนี้ยังช่วยส่งเสริมประชาธิปไตยและสิทธิมนุษยชนอีกด้วย

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับหนี้สิน

2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับหนี้สิน

คำว่า หนี้ แม้จะเป็นคำไทย แต่ความหมายและแนวความคิดในเรื่องหนี้ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ได้นำเอาแนวความคิดเรื่องหนี้มาจากระบบกฎหมายซีวิลลอว์ ซึ่งมีรากฐานมาจากกฎหมายโรมัน เรียกว่า Obligation ความหมายสั้น ๆ แปลว่า เป็น ภาระ หรือ หน้าที่ ซึ่งหมายถึงความเป็นหนี้ นั่นเอง หากมองจากทางด้านลูกหนี้ โดยเป็นผู้มีความผูกพันจะต้องชำระหนี้ และหากมองด้านเจ้าหนี้ถือว่า เป็นสินทรัพย์ (Asset) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทรัพย์สินของเจ้าหนี้เมื่อมองทางด้านลูกหนี้ คือ ความรับผิดชอบด้านการเงินของลูกหนี้ ในขณะที่นักนิติศาสตร์ โสภณ รัตนกร (2551) ให้คำจำกัดความว่า หนี้เป็นสิทธิที่จะเรียกร้องให้บุคคลที่แน่นอนชำระหนี้ด้วยการกระทำ หรือการกระทำที่แน่นอน ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าสามารถก่อให้เกิดผลทางกฎหมายได้ หนี้หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 2 คน ซึ่งทำให้บุคคลหนึ่งมีสิทธิเรียกร้องให้บุคคลอีกคนหนึ่งกระทำการหรือการกระทำบางอย่างซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าสามารถก่อให้เกิดผลทางกฎหมายได้ หนี้เป็นความสัมพันธ์ทั้งหมดระหว่างเจ้าหนี้ลูกหนี้ ถ้ามองในเชิงรุกหรือทางฝ่ายเจ้าหนี้ก็เป็นสิทธิหรือเครดิต ถ้ามองด้านเชิงรับหรือทางฝ่ายลูกหนี้ก็เป็นหนี้ หนี้หมายถึงความผูกพันทางกฎหมายระหว่างบุคคล 2 คน คนหนึ่งคือเจ้าหนี้ที่มีสิทธิเรียกร้องสิ่งที่ต้องกระทำเพื่อชำระหนี้บางอย่างเอาจากอีกคนหนึ่งคือลูกหนี้ (โสภณ รัตนกร, 2551)

จากคำจำกัดความต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้น กล่าวถึงหนี้แต่เพียงว่าเป็นการผูกพันหรือความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวพันระหว่างบุคคล ซึ่งมีผลให้อีกฝ่ายหนึ่งจะต้องชำระหนี้ให้อีกฝ่ายหนึ่ง แม้บางคำจำกัดความนั้นให้เห็นว่าความเกี่ยวพันดังกล่าวเป็นเรื่องของสิทธิเรียกร้องหรือบุคคลสิทธิ หนี้จะต้องมีวัตถุประสงค์แห่งสิทธิที่แน่นอนและตัวลูกหนี้ต้องแน่นอนด้วย อย่างไรก็ตาม จากความหมายที่ได้ศึกษามาแล้วนั้น พอจะสรุปความได้ว่า หนี้ หมายถึง หน้าที่ของบุคคลหนึ่งที่มีต่อบุคคลอีกคนหนึ่ง ซึ่งหน้าที่นั้นก็คือ การปฏิบัติการชำระหนี้นั่นเอง ทั้งนี้ ประมวลกฎหมายแพ่งเยอรมันได้บัญญัติว่า ด้วยอำนาจแห่งมูลหนี้ เจ้าหนี้ย่อมมีสิทธิจะเรียกให้ลูกหนี้ชำระหนี้ได้ อนึ่งการชำระหนี้ด้วยการงดเว้นการอันใดอันหนึ่งก็ย่อมมิได้

2.4.2 ประเภทของหนี้สิน

หนี้แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ หนี้ในระบบกับหนี้นอกระบบ หนี้ในระบบเป็นหนี้ที่ลูกหนี้ทำกับสถาบันการเงิน หรือธนาคารที่มีกฎหมายรับรองและควบคุมอยู่ส่วนหนี้นอกระบบเป็น

หนี้ที่เกิดจากลูกหนี้ไม่สามารถกู้กับสถาบันการเงินหรือธนาคารได้ จึงไปใช้บริการหนี้นอกระบบ ความแตกต่างระหว่างหนี้ในระบบกับหนี้นอกระบบมีดังนี้ คือ

2.4.2.1 หนี้ในระบบ จะมีกฎหมายควบคุมอยู่ ทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นเจ้าหนี้ ลูกหนี้ กู้ ประกัน ฯลฯ จะต้องปฏิบัติและได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายอย่างยุติธรรม กฎเกณฑ์ กติกา เงื่อนไข และข้อบังคับต่าง ๆ ของหนี้ในระบบจะมีความยุติธรรม ไม่มีการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน เมื่อมีปัญหาหนี้สิน เช่น ปัญหาการผิดนัดชำระหนี้ ก็มีขั้นตอนและกระบวนการในการดำเนินการ ตามกฎหมายที่ชัดเจนแบบตรงไปตรงมา หนี้ในระบบหากฟ้องร้องแล้วก็จะมีการบังคับจำนองหรือ ขายทอดตลาดสินทรัพย์หรือหลักประกัน ไปตามขั้นตอน ทั้งฝ่ายลูกหนี้และเจ้าหนี้ก็ได้รับโอกาสที่จะต่อสู้กันในศาล ได้อย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีความเหลื่อมล้ำ และอยู่ภายใต้กฎหมายเหมือนกัน

2.4.2.2 หนี้นอกระบบ ลูกหนี้ที่เป็นหนี้นอกระบบส่วนมากเป็นคนที่ไม่มีความรู้และไม่สามารถกู้หนี้ในระบบได้ จึงต้องหันไปใช้บริการของหนี้นอกระบบที่เจ้าหนี้นอกระบบจะเป็นผู้ กำหนดดอกเบี้ย กติกา เงื่อนไขต่าง ๆ ตามความพอใจ การเอาเปรียบจากเจ้าหนี้นอกระบบ เริ่มตั้งแต่การปล่อยกู้ ซึ่งมักจะปล่อยกู้โดยไม่มีสัญญาหรือหลักฐานใด ๆ แล้วเก็บเงินค่าผ่อนชำระ รายวัน ดอกเบี้ยที่คิดจากลูกหนี้ก็แพงกว่าอัตราดอกเบี้ยของหนี้ในระบบ

หนี้นอกระบบ หมายถึง การกู้หนี้ยืมสินที่ไม่อยู่ในระบบสถาบันการเงิน เช่น การกู้ยืมกัน ระหว่างเพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้อง ซึ่งการกู้ยืมเงินดังกล่าวจะไม่มีกฎหมายมารยาทที่เป็นมาตรฐาน เช่น การทำสัญญากู้ยืมเงินอาจจะใช้กระดาษเปล่าเขียน ข้อความการกู้ยืมเงิน โดยใช้ลายมือของ ลูกหนี้หรือเจ้าหนี้เป็นผู้เขียน ซึ่งบางครั้งก็ไม่มีพยานรับรู้ หรือบางครั้งก็มีการขูดลบขีดฆ่า (เขาวเรศ ทับพันธุ, 2549)

2.4.3 ปัจจัยสาเหตุทำให้เกิดหนี้

2.4.3.1 บริโภคนิยม (Consumerism)

ปัญหาของโลกในปัจจุบัน มีการกระตุ้นการบริโภคในปริมาณมาก สาเหตุเพราะตัวชี้วัด ความก้าวหน้าและการเจริญเติบโตอยู่ที่การบริโภควัสดุปัจจัย ทำให้เกิดความต้องการที่ไม่จำกัด ซึ่ง สอดคล้องกับทฤษฎีอรรถประโยชน์ที่ได้อธิบายถึงพฤติกรรมการบริโภคในลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภค ได้รับความพอใจสูงสุด ประกอบกับภายใต้การเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ใน ปัจจุบันได้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า สังคมบริโภคนิยม ซึ่งเป็นลักษณะทางสังคมที่ทำให้พฤติกรรม การบริโภคของผู้บริโภคที่ดำรงอยู่บนพื้นฐานของความต้องการที่ไม่จำกัด จากการตอบสนองความ ต้องการขั้นพื้นฐานทางกายภาพเพื่อการดำรงชีวิต พัฒนาเป็นการตอบสนองความต้องการทางด้าน จิตใจ โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อแสวงหาความพอใจสูงสุด ซึ่งเกิดจากแรงผลักดันภายในตัวผู้บริโภคเอง

และไม่ขึ้นกับปัจจัยภายนอก ทำให้ผู้บริโภคมีสถานะที่เป็นปัจเจกบุคคลในการที่จะตัดสินใจเลือกทา การบริโภคสินค้าและการบริการด้วยตนเอง เป็นการบริโภคที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณเองได้มี โอกาสแสดงความเป็นตนเอง หรืออัตลักษณ์ของตนเอง ผ่านการบริโภคเพื่อแสวงหาและความพึง พอใจ โดยเชื่อว่าการบริโภคในปริมาณที่มากขึ้นจะก่อให้เกิดความสุขมากขึ้น และเป็นหนทางที่จะ ปกป้องความคับข้องใจ อีกทั้งทำให้สภาพของปัญหาต่าง ๆ ที่เผชิญอยู่เลื่อนรางไป ทั้งที่ความจริงนั้น มนุษย์ยังไม่สามารถหลีกเลี่ยงปัญหาต่าง ๆ ได้ (นพพร จันทรนาชู, 2544)

Baudrillard (1975) ได้เสนอแนวความคิดทฤษฎีในเรื่องเกี่ยวกับวัตถุและการบริโภคสังคม ปัจจุบันไว้ว่า การทำความเข้าใจการบริโภคในปัจจุบันไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของอรรถประโยชน์ (Utility) หรือความพึงพอใจ (Pleasure) หากแต่ควรจะเป็นการศึกษาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการทำ ความเข้าใจในเรื่องของการสร้างคุณค่า และความหมายวัตถุที่เรียกว่า “การบริโภคเชิงสัญลักษณ์” ซึ่งเป็นลักษณะการบริโภคที่ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าคุณเองมีเอกลักษณ์ (Identity) แตกต่างไปจาก คนอื่น ๆ ในสังคมที่สามารถผลักดันให้เกิดการบริโภคอย่างไม่มีที่สิ้นสุดดังนั้น ในระบบเศรษฐกิจ แบบทุนนิยม การแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ในอดีตจึงถูกเปลี่ยนเป็นมูลค่าการแลกเปลี่ยนเชิง เศรษฐศาสตร์สินค้าจึงไม่มีหน้าที่ของการใช้ในส่วนของวัตถุอีกต่อไป แต่แลกเปลี่ยนหน้าที่การให้ ความหมายทางสัญลักษณ์แทน เช่น ห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้า เปลี่ยนวิธีคิดเกี่ยวกับการบริโภค ของคนในสังคม จากการบริโภคเพื่อตอบสนองความจำเป็นสู่การบริโภคเพื่อสร้างวิถีชีวิต (Lifestyle Shopping) เพื่อสร้างเอกลักษณ์และตัวตนของผู้บริโภคฉะนั้น การไปห้างสรรพสินค้าและ ศูนย์การค้า จึงมิใช่เพื่อการจับจ่ายซื้อสินค้าเท่านั้น แต่เป็นการไปเพื่อสร้างและต่อยอด เอกลักษณ์ของ เราเองด้วย เช่น ไปพบปะเพื่อนฝูงพาครอบครัวไปพักผ่อนทานอาหาร หรือไปเพื่อสร้างความ ต้องการบริโภคไว้ล่วงหน้าด้วยการเดิน ชมสินค้า เป็นต้น ผลกระทบจากสังคมบริโภคนิยม ทำให้ มนุษย์มีพฤติกรรมที่เน้นการบริโภค และมีการสะสมทุนเพื่อใช้ในการบริโภคเป็นเป้าหมายสูงสุดใน ชีวิต สังคมบริโภคนิยมได้สร้างความคับข้องใจให้เกิดขึ้นกับปัจเจกบุคคลในสังคมต้องดิ้นรนเพื่อ เงินตรา เพื่อสร้างศักยภาพในการซื้อและตอบสนองความต้องการที่มีอยู่ตลอดเวลา บางคนอาจจะ ประกอบอาชีพที่ผิดกฎหมายเพื่อให้ได้เงินมาจับจ่ายใช้สอย ที่เป็นเช่นนี้เพราะพฤติกรรมของ ผู้บริโภคขึ้นอยู่กับอารมณ์ความต้องการของตน สังคมบริโภคนิยมส่งผลให้ความสัมพันธ์ในสังคม ลดลง แทนที่จะช่วยเหลือเพื่อเผื่อแผ่กัน แต่กลับกลายเป็นทุกอย่างต้องจ่ายเงิน มีการใช้ทรัพยากรการผลิต อย่างฟุ่มเฟือย ทำให้เกิดหนี้สิน เพื่อให้ได้เงินมาสนองความต้องการบริโภคที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลา (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2545) จากทฤษฎีสังคมวิทยา สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพิจารณา ความเกี่ยวข้องและผลของสังคมบริโภคนิยม ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม และมีความสัมพันธ์กัน ทางสังคมด้วยเหตุและผล แนวคิดทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) นี้ มีสมมติฐานสำคัญว่า

มนุษย์แต่ละคนมีความต้องการอะไรหลายอย่างในชีวิต แต่ตัวเองไม่สามารถสนองความต้องการของตนเองทั้งหมดได้ จะต้องอาศัยผู้อื่นมาช่วยสนองความต้องการเหล่านั้นด้วยจึงจะครบ นอกจากนั้นมนุษย์แต่ละคนยังต้องการผลตอบแทนจากการแลกเปลี่ยนสิ่งต่าง ๆ ระหว่างกันให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ดังนั้นเนื่องจากมนุษย์ต้องการสิ่งต่าง ๆ จากผู้อื่นจึงต้องเข้าสู่สัมพันธ์หรือติดต่อกับผู้อื่น และเนื่องจากแต่ละคนต้องการผลประโยชน์ตอบแทนมากที่สุดจากสิ่งที่ตนนำไปแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น จึงต้องสร้างกฎเกณฑ์หรือระเบียบแบบแผนในการแลกเปลี่ยนที่ดีมีความยุติธรรมขึ้น ความต้องการกันและกันจึงทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกัน กฎระเบียบที่ร่วมกันสร้างขึ้นจะควบคุมความประพฤติของกันและกัน กฎระเบียบที่อำนวยประโยชน์สูงสุดจะช่วยรักษาสัมพันธ์ภาพให้ดำรงอยู่ได้นานและมั่นคง (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2545)

จากแนวคิดทฤษฎีการแลกเปลี่ยนดังกล่าว เมื่อนำมาพิจารณาในแง่ของสังคมบริโภคนิยมแล้ว เป็นความสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนสิ่งของกัน ผู้บริโภคได้รับสิ่งของและบริการจากผู้ผลิตและผู้ผลิตได้รับเงินตราจากการค้าขายและบริการ แต่ความสัมพันธ์ในสังคมบริโภคนิยมเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุดประกอบกับระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมในสังคมบริโภคนิยม เป็นระบบเศรษฐกิจที่เน้นผลกำไรของผู้ประกอบการเป็นหลักสำคัญที่สุด โดยส่งเสริมให้มีการบริโภคอย่างกว้างขวาง เพราะยิ่งมีการบริโภคมากเท่าไรก็ยิ่งเป็นผลกำไรมากขึ้นเท่านั้น ในส่วนของผู้บริโภคหากไม่รู้จักประมาณการรายจ่ายหรือพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการซื้อของแล้ว ก็จะเป็นหนี้เป็นสินมากขึ้น เพราะการประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการเป็นตัวช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้จ่ายเกินตัว เมื่อประชาชนมีหนี้สินมาก ปัญหาสังคมด้านอื่นก็จะตามมา เพราะจำเป็นต้องใช้เงินในการบริโภค อย่างเช่นปัญหาหลักขโมย ปัญหายาเสพติด ฯลฯ

2.4.3.2 ค่านิยมใหม่ (New Value)

ข้อแตกต่างที่สำคัญของมนุษย์และสัตว์อยู่ตรงที่มนุษย์มีวัฒนธรรม มนุษย์สามารถปรับปรุงพัฒนาตัวเอง ปรับปรุงสภาพความเป็นอยู่และวิถีชีวิตให้ดีขึ้น เหมาะสมขึ้น มนุษย์รู้จักใช้สมองมากกว่าสัตว์ วัฒนธรรมเกิดขึ้นเมื่อมนุษย์ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันในสังคมเดียวกันทำ ความตกลงว่าจะยึดระบบไหนดี เราอาจเรียกระบบที่สมาชิกในสังคมได้ตกลงในความหมายนี้ว่า ระบบสัญลักษณ์ ดังนั้นวัฒนธรรมก็คือระบบสัญลักษณ์ในสังคมมนุษย์ที่มนุษย์สร้างขึ้น วัฒนธรรมคือสิ่งที่มนุษย์จะต้องเรียนรู้และจะต้องมีการถ่ายทอดวัฒนธรรมโดยสอนให้คนรุ่นหลังรู้ถึงระบบสัญลักษณ์ของสังคม ซึ่งได้เคยมีการตกลงกันไว้ว่าประกอบด้วยอะไรบ้าง หลักที่สมาชิกของสังคมใช้ยึดถือเป็นแนวประกอบการประพฤติปฏิบัติก็คือ บรรทัดฐาน และค่านิยม ถ้ากล่าวอีกอย่างหนึ่งก็คือแนวทางการปฏิบัติที่สมาชิกของสังคมส่วนใหญ่ยึดถือ และค่านิยมคือความคิดและแนวปฏิบัติที่

สมาชิกของสังคมส่วนใหญ่เห็นว่าถูกต้องดีงาม สำหรับคำว่า “ค่านิยม” เป็นความเชื่อความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ทั้งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรมซึ่งเป็นผลให้บุคคลนั้นนำไปเป็นมาตรฐานในการตัดสินใจในสิ่งหนึ่งสิ่งใดอันเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคล โดยค่านิยมแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ ค่านิยมส่วนบุคคล และค่านิยมสังคมวันนี้ในโลกยุคโลกาภิวัตน์มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรุนแรง จนทำให้ความรู้ในทศวรรษใหม่นี้ล้ำสมัยเร็วมาก ขอบเขตขององค์ความรู้สามารถขยายตัวได้เป็นสองเท่าในเวลาเพียง 7-10 ปี (เกอวังก์บุญสิน, 2547) ประกอบกับมีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมจากต่างประเทศสูง โดยเฉพาะวัฒนธรรมจากตะวันตก และปัจจัยการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรม โครงสร้างสังคม และพิธีกรรม สามารถสังเกตเห็นได้ในการเปลี่ยนแปลงบทบาทของสถาบันสังคม การเปลี่ยนแปลงทำให้ความสัมพันธ์ของบุคคลในส่วนตัวต่าง ๆ ของสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น แนวโน้มของครอบครัวที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นครอบครัวเดี่ยวมากยิ่งขึ้นจากที่กล่าวมานี้ สามารถหา ทฤษฎีทางสังคมวิทยามาพิจารณาถึงเหตุและผลได้ คือทฤษฎีการกระทำระหว่างกันด้วยสัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism) โดยสรุปได้ว่ามนุษย์เป็นผู้สร้างสัญลักษณ์เพื่อเป็นสื่อที่ทำให้เกิดความเข้าใจกัน บุคลิกของคนที่ขึ้นอยู่กับการเล่นหลอมทางสังคมซึ่งมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกิดจากการกระทำระหว่างมนุษย์ ดังนั้นในเรื่องค่านิยมใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปจากบรรทัดฐานของสังคมล้วนแต่เกิดจากมนุษย์กระทำขึ้นทั้งสิ้น ปัญหาหนี้สินที่เกิดจากค่านิยม โดยสืบเนื่องมาจากสังคมบริโภคนิยม

2.4.3.3 ลักษณะครอบครัว (Family Type)

ครอบครัวเป็นสถาบันหนึ่งในสังคม และได้ชื่อว่าเป็นสังคมแรกของมนุษย์ ซึ่งมีความสำคัญที่สุดในการก่อบุคลิกภาพและสุขภาพจิตของบุคคล ครอบครัวเป็นแหล่งหล่อหลอมและขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ให้สมาชิกของครอบครัวสามารถดำรงตนเป็นสมาชิกที่ดีและอยู่ในสังคมได้ โดยการถ่ายทอดวัฒนธรรมอันเป็นพฤติกรรมประจำสังคม เพื่อสมาชิกสามารถเข้ากับสังคมได้ สำหรับคำว่า ครอบครัว มีนักสังคมศาสตร์ เช่น บัญลือ วันทายนต์ (2543) ได้กล่าวไว้และสรุปได้ว่า เป็นโครงสร้างและสถาบันทางสังคมขั้นมูลฐานที่เกิดมาจากประชาชน ที่ต่างมีความสัมพันธ์กันทางสายเลือด การสมรสและการรับบุตรบุญธรรม หรือประกอบด้วยชายหญิงหนึ่งหรือมากกว่าอยู่ร่วมกัน โดยมีความสัมพันธ์ทางเพศที่สังคมอนุมัติ พร้อมด้วยสิทธิและหน้าที่ที่สังคมยอมรับ ครอบครัวจัดเป็นสังคมประเภทหนึ่งที่มีรูปแบบ โดยเฉพาะมีความเป็นไปและการกระทำต่าง ๆ ต่อกันและกันระหว่างสมาชิก อันสามารถทำให้แต่ละคนต่างรู้ความรู้สึกและความหมายและความเข้าใจในกันและกัน ทางด้านสังคมวิทยา ครอบครัวถือได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม

ประเภทหนึ่งมนุษย์จะมีวัฒนธรรมเหมือนกันอยู่อย่างหนึ่ง อันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป คือ ครอบครัว เพราะถือว่าครอบครัวมีความเป็นวัฒนธรรมสากล เช่นเดียวกับวัฒนธรรมสากลอื่น ๆ ถือว่าครอบครัวเป็นเรื่องของการสร้างหมู่คณะในกลุ่มย่อย เพื่อการอยู่รอดในการดำเนินชีวิต รวมทั้งเป็นแหล่งหล่อหลอมให้สมาชิกของครอบครัว สามารถดำรงตนเป็นสมาชิกที่ดีและอยู่ในสังคมได้ โดยการถ่ายทอดวัฒนธรรมอันเป็นพฤติกรรมประจำสังคม เพื่อสมาชิกสามารถเข้ากับสังคมได้ แต่ในยุคของการพัฒนาอุตสาหกรรมมากขึ้น มีการเคลื่อนย้ายเข้ามาทำงานในเมืองใหญ่มากขึ้น ทำให้ความผูกพันในครอบครัวลดลง

การจะมีความสุขในครอบครัวได้นั้น ผู้ที่เป็นหัวหน้าครอบครัวต้องรู้จักประหยัด รู้จักใช้ทรัพย์สินที่หามาได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รู้จักการวางแผนชีวิตและประมาณการใช้จ่ายอย่างเหมาะสม การมีหนี้สินเป็นทุกข์และทำให้การดำรงชีวิตอย่างไม่เป็นสุข โดยจะมีผลกระทบต่อการทำงานในระยะยาวต่อไป จากผลการวิจัยจำนวนคนในครอบครัวมีผลต่อการใช้บัตรเครดิต ซึ่งทำให้เกิดหนี้สินเพิ่มขึ้น สรุปได้ว่าปัญหาหนี้สินจากครอบครัว เป็นเรื่องที่สำคัญที่จะต้องแก้ไขให้ลดน้อยลง เพราะจะมีผลกระทบต่อสภาพความเป็นอยู่ของบุคคลในครอบครัว และสังคมประเทศชาติโดยรวม เพราะครอบครัวเป็นระบบสังคมที่เล็กที่สุดแต่มีอิทธิพลต่อสังคมมากที่สุด

2.4.3.4 การขยับฐานะทางสังคม (Social Mobility)

ในทุกสังคมบุคคลจะมีความแตกต่างกันทั้งในสถานภาพและบทบาท สาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกัน ได้แก่ สถานภาพที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งไม่สามารถที่จะแก้ไขได้เช่น อายุ เพศ ความสามารถทางร่างกาย และสมอง ฯลฯ และสถานภาพซึ่งเกิดจากความสามารถและประสิทธิภาพที่บุคคลแสดงออกเมื่อมีโอกาส สิ่งที่กำหนดสถานภาพประเภทนี้ ได้แก่ การศึกษา อาชีพ อำนาจ รายได้ ฯลฯ ซึ่งมีส่วนทำให้บุคคลมีฐานะทางสังคม จากการที่บุคคลมีสถานภาพและบทบาทในสังคมแตกต่างกันไป และถ้ากล่าวโดยหลักทางด้านสังคมวิทยาแล้ว กระบวนการในการตีค่าสถานภาพของบุคคลให้แตกต่างกันทำให้เกิดศักดิ์ศรีและอภิสิทธิ์ที่แตกต่างกันไปด้วย เราเรียกว่าการแบ่งช่วงชั้นทางสังคม (Social Stratification) (สัจญา สัจญาวิวัฒน์, 2545) ในหมู่นักวิชาการทางด้านสังคมวิทยา (เช่น Karl Marx, Max Weber และ Warner) ได้แบ่งออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มที่เห็นว่าการแบ่งช่วงชั้นทางสังคมเป็นประโยชน์ และกลุ่มที่เห็นว่าการแบ่งช่วงชั้นทางสังคมให้โทษ กลุ่มทั้งสองดังกล่าว ในกลุ่มแรก ได้แก่ กลุ่มทฤษฎีเชิงหน้าที่ (Functional Theory) มองว่า การที่คนในสังคมมีความไม่เท่าเทียมกันนั้น มีผลดีต่อสังคมทำให้สังคมอยู่รอด เพราะสังคมทุกสังคมนั้นจำเป็นจะต้องมีสมาชิกเพื่อมารับผิดชอบหน้าที่ต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งจะต้องใช้ความรู้ความสามารถแตกต่างกันไป และไม่เท่ากัน สรุปแล้วกลุ่มนี้มีความเชื่อว่า ช่วงชั้นทางสังคมนั้นที่

แท้จริงเป็นวิธีการจูงใจเพื่อให้สมาชิกสังคมบางคนยอมรับหน้าที่อันหนักหน่วงทางสังคมนั่นเอง ส่วนกลุ่มที่สอง ได้แก่ กลุ่มทฤษฎีขัดแย้ง (Conflict Theory) กลุ่มนี้มองว่าช่วงชั้นทางสังคมก่อให้เกิดการแก่งแย่งชิงดีชิงเด่น เอารัดเอาเปรียบ และไม่มีความยุติธรรม ตราบิดสังคมมีช่วงชั้นหรือความไม่เที่ยงกันดังกล่าว การดิ้นรนต่อสู้ระหว่างชนชั้นยังจะต้องมีอยู่ตลอดไป สังคมจะเข้าสู่ภาวะสันติได้ก็ต่อเมื่อการแบ่งชั้นวรรณะจะต้องถูกจัดให้หมดไปจากสังคม (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2545) ปัญหาชนชั้นเป็นปัญหาที่ไม่สามารถจัดให้หมดไปจากสังคม เพราะว่สังคมทุกสังคมจะมีการแบ่งช่วงชั้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่พ้น ดังนั้นเพื่อความสงบสุขของสังคม จึงจำเป็นต้องมีระบอบบางอย่างเพื่อคลี่คลายปัญหาความไม่เท่าเทียมดังกล่าว ได้แก่ การขยับฐานะทางสังคม (Social Mobility) คือ การที่คนจากชั้นหนึ่งเลื่อนฐานะขึ้นไปอยู่ในอีกชั้นหนึ่ง เช่น คนจนเลื่อนฐานะไปอยู่ในชั้นกลาง หรือคนชั้นกลางเลื่อนฐานะขึ้นไปอยู่ชั้นสูง เป็นต้น ในความหมายของการขยับฐานะทางสังคม จะแบ่งออกเป็นการเปลี่ยนแปลงระยะสั้น ซึ่งบางครั้งใช้หมายถึงการเปลี่ยนแปลงงานแต่ไม่เปลี่ยนสถานภาพไปจากเดิม เช่น การย้ายที่ทำงานหรือการย้ายที่อยู่อาศัย เป็นต้น และประการสุดท้าย คือ การเปลี่ยนแปลงระยะยาว เป็นการเปลี่ยนสถานภาพและบทบาท เช่น เปลี่ยนจากตำแหน่งหนึ่งไปสู่อีกตำแหน่งหนึ่ง หรือมีสถานภาพดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอาชีพ ชั้นทางสังคม รายได้ หรือการศึกษา เป็นต้น (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2545)

2.4.3.5 กลุ่มเพื่อน (Peer Groups)

การที่กลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีการติดต่อสัมพันธ์กัน เกิดความรู้สึกว่าอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ซึ่งโครงสร้างของกลุ่มจะประกอบด้วย บทบาท (Roles) บรรทัดฐาน (Norms) กลุ่มย่อย (Subgroups) และสถานภาพ (Status) ของบุคคลในกลุ่ม (Queral, 1996) ซึ่งกลุ่มเพื่อนดังกล่าว มีความสำคัญต่อบุคคลและสังคมเป็นอย่างมาก เพราะกลุ่มจะช่วยหล่อหลอม เสริมสร้างบุคลิกภาพ ปลูกฝังค่านิยม บรรทัดฐานที่สำคัญของสังคมเพื่อให้บุคคลเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม เช่น การเสียสละต่อส่วนรวม ความรับผิดชอบต่อสังคม ความซื่อสัตย์ และอื่น ๆ อิทธิพลของกลุ่มเหนือบุคคลจะมีมากน้อยเพียงไร ขึ้นอยู่กับบุคคลมีความรู้สึกผูกพันต่อกลุ่มมากน้อยแค่ไหน (แนวคิดพุทธปรัชญากับการแก้ปัญหาหนี้สิน, สำหรับปัจจัยที่ก่อให้เกิดหนี้สินของเกษตรกรสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ปัจจัยด้าน โครงสร้างทางเศรษฐกิจ หมายถึง ภาวะของการคิดการมีบทบาทของคนในสังคมที่มีผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคน เช่น ความแตกต่างระหว่างคนรวยกับคนจน มาจากความเจริญของเศรษฐกิจ ความเจริญทางเศรษฐกิจทำให้สินค้ามีราคาแพงมากขึ้น การรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรที่มากขึ้น ส่งผลให้ต้องปลูกพืชมากขึ้น เป็นต้น

ปัจจัยด้าน โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจำนวนหนึ่ง ซึ่งมีแบบแผนในการปฏิบัติร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายเดียวกัน โดยมีการปรับเปลี่ยนตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การอพยพเข้าไปทำงานในเมืองทำให้ขาดแรงงานในพื้นที่ การใช้เครื่องจักรแทนคนทำให้คนว่างงาน การไม่เข้าร่วมกองทุนหมู่บ้านหรือเป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตร ทำให้ขาดสิทธิประโยชน์ในการทำการเกษตร เป็นต้น

ปัจจัยด้านนโยบายทางการเมือง หมายถึง การที่หน่วยงานทางภาครัฐบาลเข้ามามีส่วนร่วมกับภาคเกษตรกรรม เช่น การประกันราคาพืชผลทางการเกษตร การได้รับเงินชดเชยจากรัฐบาลน้อยมีผลต่อเงินทุนสำหรับทำการเกษตร การชุมนุมประท้วงทางการเมืองมีผลต่อการประกอบอาชีพของเกษตรกร เป็นต้น

ปัจจัยด้านความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพ หมายถึง การที่เกษตรกรได้รับการศึกษาในวิชาชีพเฉพาะทางด้านเกษตรกรรมซึ่งจะมีผลต่อการประกอบอาชีพเกษตรกรรม การได้รับข้อมูลข่าวสาร และการฝึกอบรมด้านการเกษตรน้อยมีผลต่อการทำเกษตรกรรม เช่น ไม่รู้เทคนิคที่ทำให้ผลผลิตเพิ่มมากขึ้น การขาดความรู้ และประสบการณ์ด้านการเกษตรมีผลต่อการทำเกษตรกรรม

ปัจจัยด้านความสามารถในการปรับตัว หมายถึง การที่เกษตรกรมีความรู้เท่าทันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน และการรอบรู้ข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมของตนเอง เช่น การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำท่วม ภัยแล้ง ส่งผลต่อการทำเกษตรกรรม หรือแม้แต่กระทั่ง การขาดความรู้ทางเทคโนโลยี เช่น รถเกี่ยวข้าว รถไถ่เกเตอร์ มีผลกระทบต่อการเกษตรกรรม เป็นต้น

ปัจจัยด้านความสามารถในการบริหารจัดการ หมายถึง ความสามารถในการที่จะนำพาไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ อีกทั้งยังรวมถึงการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับในการภาคเกษตรกรรมยังรวมถึงการวางแผนล่วงหน้ามีผลต่อการทำ การเกษตร การจัดทำรายรับ-รายจ่าย มีผลต่อการประกอบอาชีพ การมีเงินฝากในธนาคารน้อย มีผลต่อความมั่นคงในชีวิต เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป ปัญหาหนี้สินของประชาชนในประเทศไทย นั้นเกิดจากปัญหาโครงสร้างเศรษฐกิจที่เกิดจากทุนนิยมบวกกับค่านิยมในสังคมที่มุ่งเพื่อบริโภคนิยมใช้จ่ายเกินรายได้ของตนทำให้เกิดปัญหาหนี้สินในระดับครัวเรือนขึ้น การแก้ปัญหานี้สินนั้นมีความพยายามในหลายภาคส่วน แต่ก็ยังเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่สลับซับซ้อน

2.5 ประวัติและข้อมูลทั่วไปธนาคารออมสิน

2.5.1 ประวัติการก่อตั้งธนาคารออมสิน

พระบาทสมเด็จพระรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราวุธพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงสถาปนากิจการออมสินของแผ่นดินขึ้นเป็นครั้งแรกในรัชสมัย ด้วยพระราชประสงค์ให้มีสถานที่สำหรับเก็บรักษาทรัพย์สินของราษฎรที่ออมมาจากความวิริยะอุตสาหะในการประกอบอาชีพ เพื่อเป็นทุนคิดตัวไว้อย่างปลอดภัย ธนาคารออมสิน ถือกำเนิดโดยพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้า เจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 ที่ทรงตระหนักถึงความสำคัญของการเก็บรักษาทรัพย์สินให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย โดยทรงตราพระราชบัญญัติจัดตั้งคลังออมสินขึ้น เมื่อวันที่ 1 เมษายน พุทธศักราช 2456 ด้วยพระราชปณิธานที่จะให้คลังออมสินเป็นที่เก็บรักษาทรัพย์สินอย่างปลอดภัย และฝึกฝนให้ราษฎรรู้จักเก็บออมทรัพย์อย่างถูกวิธี โดยทรงพระราชทานนามแบงก์ว่า “ลีฟอเทีย” ในปี พ.ศ. 2450 เพื่อทรงใช้ศึกษาและสำรวจนิสัยคนไทยในการออมเบื้องต้น พระองค์ทรงเข้าใจในราษฎรของพระองค์และทรงทราบว่าควรใช้กุศโลบายใดอันจะจูงใจคนไทยให้มองเห็นความสำคัญของการออมซึ่งคลังออมสินได้ยื่นหยัดในการทำหน้าที่นี้ตลอดมา โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระมหากษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรีทุกพระองค์ และอีกหนึ่งหน้าประวัติศาสตร์ ที่จารึกไว้ นั่นคือใน พ.ศ. 2489 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพล อดุลยเดช ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะคลังออมสินขึ้นเป็นธนาคารออมสิน โดยทรงตราพระราชบัญญัติธนาคารออมสินขึ้น เพื่อรองรับกับความก้าวหน้าของกิจการคลังออมสิน และเปิดดำเนินการในรูปแบบธนาคารตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 และในปี พ.ศ. 2509 ยังทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ เสด็จพระราชดำเนินมาทรงเปิดพระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 และเปิดอาคารสำนักงานใหญ่ธนาคารออมสิน ถนนพหลโยธิน ซึ่งนับเป็นพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้ อันยังความปลาบปลื้มเป็นล้นพ้นเปรียบเสมือนพลังและแรงใจในการทำงานของชาวธนาคารออมสินในการทำหน้าที่สถาบันการเงินที่ยื่นหยัดเพื่อคนไทยและนำพาประเทศพัฒนาในทุกทางสืบไป

2.5.2 ประวัติ 7 ยุคสำคัญเส้นทางแห่งการออมจากอดีตถึงปัจจุบัน

ยุคที่ 1 กำเนิดธนาคารออมสิน (พ.ศ. 2456-2471)

คลังออมสินแห่งแรก สังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ พ.ศ. 2456 – 2471 เพื่อให้คลังออมสินได้เป็นประโยชน์แก่กุลเพื่อแผ่ไปถึงราษฎร โดยทั่วกัน พระองค์จึงได้ทรงพระกรุณา โปรดเกล้าฯ ให้ดำเนินการจัดตั้ง “คลังออมสิน” ขึ้นในสังกัด กรมพระคลังมหา

สมบัติ กระทรวงพระคลัง มหาสมบัติ และพระราชทานพระบรมราชานุญาตประกาศใช้พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456 ประกาศใช้ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2456 จากการเป็นแผนกในสังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ เพื่อประโยชน์ของราษฎรชาวนาแปรเปลี่ยนคู่วินิจฉัยการระดมเงินออม ภายในประเทศช่วยเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินให้รัฐและส่งเสริมให้ประชาชนสนใจการออมทั้งนี้ 5 ปีสุดท้ายของยุคนี้จำนวนผู้ฝากเงินเพิ่มขึ้นร้อยละ 43 จำนวนเงินฝากเพิ่มขึ้นร้อยละ 27

พ.ศ. 2456 ประกาศใช้พระราชบัญญัติคลังออมสิน วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2456

พ.ศ. 2458 เปิดทำการคลังออมสิน ณ ที่ทำการไปรษณีย์อาคาร กระทรวงคมนาคมและที่เก็บเงินสรรพากรตามอำเภอต่างๆ ในพระนครกระทรวงนครบาลแต่ฐานผู้ฝากเงินยังแคบอยู่

พ.ศ. 2471 เตรียมปรับการจัดการใหม่ด้วยการโอนคลังออมสิน ไปสังกัดกรมไปรษณีย์โทรเลข กระทรวงพาณิชย์และคมนาคมเพื่อให้เข้าถึงราษฎรมากขึ้นระหว่างนั้นก็ส่งข้าราชการจำนวน 7 นายไปศึกษาดูงานคลังออมสิน ณ ประเทศออสเตรเลียนาน 6 เดือน

ยุคที่ 2 ขยายฐานเพื่อการก้าวหน้า (พ.ศ. 2472-2482)

พ.ศ. 2472 เริ่มดำเนินการภายใต้สังกัดกรมไปรษณีย์โทรเลขกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมวันที่ 1 มกราคม 2472 และมีสาขาเพิ่มขึ้นจำนวนผู้ฝากเงิน และยอดฝากจึงเพิ่มขึ้น

พ.ศ. 2475 ปรับปรุงช่องทางฝากเงินเพิ่มขึ้นและรับฝากเงินนอกสถานที่โดย จัดเจ้าหน้าที่ออกไปรับฝากเงินถึงบ้านทุกเดือน และยังจัดเจ้าหน้าที่ออกไปรับฝากเงินจากกรรมกรในวันจ่ายเงินค่าแรงถึงที่ในโรงงาน แม้จะเปลี่ยนแปลงการปกครอง แต่รัฐบาลในสมัยประชาธิปไตยก็ยังคงใช้ประโยชน์จากธนาคารออมสินเช่นที่เคยปฏิบัติมาในอดีต

พ.ศ. 2481 - 2489 รัฐบาลนำ เงินคงคลังออมสินจำนวน 142,480,441 บาทไปใช้เพื่อประโยชน์ของแผ่นดิน

ยุคที่ 3 สงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้การเป็นธนาคารออมสิน (พ.ศ. 2483-2490)

จากยอดเงินฝากและจำนวนผู้ฝากในธนาคารที่เติบโตขึ้น ทำให้คณะรัฐมนตรีนำ โดยนายปรีดี พนมยงค์ นายกรัฐมนตรีขณะนั้นยกฐานะคลังออมสินเป็น ธนาคารออมสิน ถือเป็นองค์กรของรัฐและมีฐานะเป็น นิติบุคคล สังกัดกระทรวงการคลัง ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2490

พ.ศ. 2483 เปิดรับฝากเงินประเภทพันธบัตรเพื่อนำ ไปใช้พัฒนาปรับปรุงประเทศ

พ.ศ. 2485 มีการออกสลากออมสินเพื่อเป็นแรงจูงใจในการออม และมีการ เปลี่ยนจากสลากออมสินสามัญไปสู่แบบพิเศษ จอมพลป. พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรี ระดมเงินออมภายในประเทศมากขึ้นเพื่อบรรเทาผลกระทบจากสงครามและปัญหาเศรษฐกิจกำหนดให้ข้าราชการ

ที่มีเงินเดือน 300 บาทขึ้นไป เปิดบัญชีกับธนาคารใดธนาคารหนึ่งหรือคลังออมสินเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยชาติให้พ้นภัย

ยุคที่ 4 สนับสนุนรัฐกับเศรษฐกิจชาตินิยม (พ.ศ.2491-2500)

สนองตอบนโยบายรัฐเป็นแหล่งเงินกู้สำคัญของหน่วยงานรัฐบาลวิสาหกิจเพื่อพัฒนาประเทศ 2500 เกิดรัฐประหารโดย คณะปฏิวัติ นำ โดย จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ สิ้นสุดนโยบายเศรษฐกิจชาตินิยม (รัฐบาลเป็นผู้มีบทบาททางเศรษฐกิจ)

ยุคที่ 5 ออมสินและเศรษฐกิจเสรีนิยม (พ.ศ. 2501-2535)

แนวทางของธนาคารเปลี่ยนแปลงสู่การลดการให้เงินกู้แก่ส่วนราชการและวิสาหกิจของรัฐ • เน้นการลงทุนด้วยการซื้อพันธบัตรรัฐบาลเป็นหลักเพื่อสนับสนุนการกู้เงินภายในประเทศของรัฐบาลเพื่อนำ ไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ สนับสนุนรัฐบาลในการลงทุนต่างๆ มีบทบาทในการระดมเงินออมจากประชาชนสู่ตลาดทุนของประเทศ พ.ศ. 2518 มีส่วนสำคัญในการร่วมก่อตั้งและพัฒนาตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ยุคที่ 6 ธนาคารเพื่อประชาชน (พ.ศ. 2536-2546)

นอกจากการสนับสนุนการค้า เนินงานของธนาคารออมสินได้กำหนดบทบาทใหม่ภายใต้แนวคิด ธนาคารเพื่อปวงชนเพื่อชุมชนและเพื่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับความคิดในยุคแรกเริ่มที่เน้นการทำงานเพื่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม เน้นพัฒนาชุมชนให้พึ่งตนเองได้ เน้นดูแลสภาพแวดล้อมและทรัพยากรผ่านการให้สินเชื่อและ โครงการต่างๆ และการก่อตั้งธนาคารชุมชน และการให้สินเชื่อเพื่อการพัฒนาภายในท้องถิ่น

ยุคที่ 7 ออมสินยุคใหม่ก้าวอย่างมั่นคงสู่สังคมและเศรษฐกิจฐานราก (2547-ปัจจุบัน)

การส่งเสริมการออมทั้งภาครัฐเอกชนและประชาชนทั่วไปโดยเฉพาะเศรษฐกิจฐานราก เกิดประกาศกฎกระทรวงว่าด้วยการประกอบกิจการอันพึงเป็นงานธนาคารของธนาคารออมสิน พ.ศ. 2547 และพ.ศ. 2548 ทำให้สามารถบริการอย่าง ครบวงจร มากขึ้น เน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อปรับปรุงเทคโนโลยีสารสนเทศและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่จนได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากยอดเยี่ยมประจำปีพ.ศ. 2554 ทั้งนี้ในปี 2556 ธนาคารออมสินได้กำหนดนโยบายและแนวทางดำเนินงานตามกรอบยุทธศาสตร์ ดำ เนินงานปี 2556 - 2560 ของแผนวิสาหกิจให้สอดคล้องกับแนวนโยบายผู้ถือหุ้น ภาครรัฐ หรือ Statement of Direction : SOD ตาม กำหนด ของกระทรวงการคลัง ซึ่งเป็นนโยบายที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากอันเป็นหัวใจหลักสำคัญของสังคม พร้อมส่งเสริมการออมของประชาชน โดยมีการบริหารจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบระเบียบและเพื่อให้เกิดผลสำเร็จสูงสุดจึงมีการกำหนดพันธกิจหลัก โดยไม่ลืมที่จะให้ความสำคัญต่อกลไกสำคัญ เช่น การปฏิบัติตนของพนักงานและค่านิยมขององค์กร

(VIPs) รวมทั้งเข้าสู่ระบบการประเมินผล คุณภาพรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Performance Appraisal : SEPA) อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งกระบวนการดำเนินงานดังกล่าวจะช่วยสร้างประสิทธิภาพในการทำงานและขับเคลื่อนให้องค์กรเดินหน้า โดยมีการกำหนดทิศทางต่างๆ ภายในองค์กรให้สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

2.5.3 ยุทธศาสตร์การดำเนินงานของธนาคารออมสินยุคต่างๆ

1) ยุทธศาสตร์ในปี 2557 – 2561

ธนาคารออมสินกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การดำเนินงานโดยพิจารณาความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 นโยบายรัฐบาลยุทธศาสตร์กระทรวงการคลังและแนวนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐ (SOD) รวมถึงทิศทางการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งสำคัญจากการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์อันประกอบด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและภายใน รวมถึงกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กรตามตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ นำมาซึ่งการกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดเชื่อมโยงและสะท้อนถึงวิสัยทัศน์พันธกิจ รวมถึงเป้าหมายและทิศทางขององค์กรสู่การปฏิบัติโดยแบ่งเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน

1) ปลุกฝัง ส่งเสริมการออม และสร้างวินัยทางการเงินแก่เยาวชน วัยรุ่น วัยเริ่มทำงาน ลูกค้าย่อยและฐานรากให้เห็นถึงประโยชน์ของการออม ผ่านโครงการหรือกิจกรรม เพื่อสร้างจิตสำนึกให้เกิดพฤติกรรมการออมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการออมในวาระสำคัญตลอดจนออกผลิตภัณฑ์เงินฝากและบริการทางการเงินที่ส่งเสริมให้เกิดการออมและสร้างวินัยทางการเงิน

2) ขยายการเปิดธนาคาร โรงเรียน และจัดกิจกรรมส่งเสริมสัมพันธ์ภาพกับ โรงเรียนและนักเรียนอย่างต่อเนื่องโดยรณรงค์ให้มีการออมในโรงเรียน จัดกิจกรรมเพื่อจูงใจให้เยาวชนรักการออม และสร้างโอกาสทางการศึกษาในอนาคต

3) ขยายผลกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมการออมและการทำธุรกรรมผ่านธนาคารไปสู่กลุ่มวัยรุ่นนักศึกษา และวัยเริ่มทำงานเพื่อให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่องทุกช่วงอายุ

4) สนับสนุนกิจกรรมโครงการธนาคาร โรงเรียนเพื่อให้นักเรียนที่เป็นสมาชิก มีจริยธรรม มีความสามารถทางวิชาการดนตรี และกีฬา

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจ สังคมระดับฐานราก และสิ่งแวดล้อมของชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

1) ขยายโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและบริการทางการเงินเพื่อสร้างโอกาสให้คนในชุมชน รวมถึงวิสาหกิจชุมชนเข้าถึงบริการทางการเงินในระบบ รวมถึงแก้ไขปัญหาหนี้สินนอกระบบให้กับประชาชนในระดับฐานรากและชุมชน

2) ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมตามนโยบายรัฐด้านการขยายโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนบริการทางการเงินแก้ไขปัญหาหนี้สินให้กับประชาชนในระดับฐานราก และชุมชน

3) สนับสนุนกระบวนการเรียนรู้เสริมสร้างทักษะการประกอบอาชีพ การบริหารจัดการทางการเงินปลูกฝังวินัยทางการเงิน ส่งเสริมช่องทางทางการขายและการตลาดให้กับกลุ่มฐานรากเพื่อให้พึ่งพาตนเองได้

4) สนับสนุนความเข้มแข็งของสถาบันการเงินชุมชนเพื่อให้สามารถบริหารจัดการบัญชี การจัดการทางการเงิน การจัดการกองทุน สวัสดิการต่างๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกในชุมชน รวมทั้งการเป็นเครือข่ายในการให้บริการของธนาคาร

5) พัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถเสริมสร้างสวัสดิการ ความมั่นคง และคุณภาพในการดำเนินชีวิตของประชาชนฐานรากและชุมชน

6) ร่วมกับภาคีเครือข่ายในการสนับสนุนและพัฒนาความเข้มแข็งอย่างครบวงจรแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มองค์กรชุมชน และกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

7) เป็นองค์กรที่เป็นแบบอย่างในการสร้างคุณค่าแก่สังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้การมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นคณะกรรมการธนาคาร ผู้บริหาร พนักงาน ลูกค้า เยาวชน ประชาชนทั่วไป

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การขยายกลุ่มลูกค้ารายย่อย ผลิตภัณฑ์ บริการทางการเงินและช่องทางบริการให้บริการ

1) มุ่งเน้นการขยายสินเชื่อกลุ่มลูกค้ารายย่อยรายใหม่พร้อมรักษากลุ่มลูกค้าเดิมโดยมีผลตอบแทนเหมาะสมภายใต้ความเสี่ยงที่กำหนดไว้

2) ขยายเงินฝากกลุ่มลูกค้ารายย่อย และเงินฝากต้นทุนต่ำโดยเฉพาะเงินฝากเพื่อเรียกและเงินฝากกระแสรายวัน เพื่อการบริหารควบคุมต้นทุนทางการเงินให้เหมาะสม

3) สร้างการเติบโตของรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการ โดยเฉพาะบริการด้านอิเล็กทรอนิกส์ธุรกรรมเกี่ยวกับด้านเงินฝาก(Transaction Service) ค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับสินเชื่อและธุรกิจประกัน

4) เพิ่มประสิทธิภาพช่องทางบริการให้บริการเครือข่ายสาขาและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพเพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกและเข้าถึงการให้บริการของธนาคารมาก

ยิ่งขึ้น รวมทั้งขยายสาขาในพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ อาทิ พื้นที่ชายแดนไทยกับประเทศสมาชิก AEC แหล่งท่องเที่ยวทางสรรพสินค้าและแหล่งชุมชน

5) คิดค้นวิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการให้ตรงและครอบคลุมความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ พฤติกรรมของลูกค้าหรือระดับช่วงอายุ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น วัยเริ่มทำงาน/เริ่มธุรกิจ และผู้สูงอายุ รวมทั้งรองรับการขยายธุรกรรมทางการเงินจากโอกาสการขยายเศรษฐกิจจาก AEC

6) จัดทำมาตรฐานการให้บริการลูกค้าโดยเฉพาะหน่วยงานสาขาและหน่วยงานที่ต้องสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารที่เป็นเลิศและสร้างความพึงพอใจและความผูกพันให้กับลูกค้า

7) มุ่งเน้นสร้างภาพลักษณ์ของธนาคารที่มั่นคง ทันสมัยและรับผิดชอบต่อสังคมรวมทั้งบูรณาการการสื่อสารการตลาดกับช่องทางให้บริการและการออกผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพตรงกับลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสภาพคล่อง

1) การบริหารสภาพคล่องให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมเสถียรภาพ ภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงด้านสภาพคล่องและเพียงพอต่อการรองรับการขยายธุรกิจของธนาคาร

2) เพิ่มประสิทธิภาพการลงทุนโดยเน้นการลงทุนที่สร้างผลตอบแทนหรือกำไรไม่ต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนตลาดภายใต้กรอบนโยบายการลงทุนของธนาคารและระดับความเสี่ยงที่กำหนด รวมทั้งสอดคล้องกับการเติบโตของสินเชื่อ

3) เพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการด้วยการออกผลิตภัณฑ์และบริการด้านการลงทุนใหม่ๆ พร้อมขยายช่องทางการขายผ่านสาขาของธนาคาร เพื่อเพิ่มทางเลือกในการออมและการลงทุน

4) เพิ่มความร่วมมือทางธุรกิจ /การลงทุนร่วมกับพันธมิตร/คู่ค้าเพื่อสร้างโอกาสในการขยายธุรกิจด้านการลงทุน และอื่นๆ ของธนาคาร

5) พัฒนาปรับปรุงกระบวนการ ระบบงาน โครงสร้างพื้นฐานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเงินลงทุนและสภาพคล่องของธนาคาร

6) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินทรัพย์และหนี้สินมีโครงสร้างของเงินทุนที่สมดุลและเหมาะสมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถขององค์กรในการแข่งขัน

1) รักษาความมั่นคงทางการเงินอย่างยั่งยืนพร้อมเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารเงินกองทุน

2) สร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการบริหารสินทรัพย์

3) บริหารจัดการควบคุมคุณภาพสินทรัพย์ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

4) ปรับปรุงกระบวนการให้บริการและกระบวนการภายในเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพตามแนวทางของระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (SEPA)

5) การสร้างพันธมิตรกับหน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ ภาครัฐและเอกชน โดยใช้ทรัพยากรร่วมกัน หรือสร้างความร่วมมือในการดำเนินงาน (Synergy and Partnership) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสร้างโอกาสในการขยายภารกิจ

6) ยกระดับมาตรฐานการบริหารความเสี่ยงตามแนวทางการปฏิบัติที่ดี หรือสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับและมาตรฐาน Basel II และ III เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเงินกองทุน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร

7) พัฒนาฐานข้อมูลและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศรองรับการขยายธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการแข่งขัน

8) พัฒนาระบบการควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายในแบบเชิงป้องกัน

9) พัฒนาบริหารจัดการทุนมนุษย์ (Human Resources Management) และบริหารจัดการเชิงรุกในการบริหารอัตรากำลังพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร และการพัฒนาองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและการขยายภารกิจ/ธุรกิจของธนาคารในอนาคต โดยเฉพาะการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

10) ส่งเสริมและสร้างความผูกพันของพนักงานอย่างต่อเนื่อง

11) บริหารจัดการความรู้และพัฒนาขีดความสามารถของพนักงานสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้

12) ถ่ายทอดวิสัยทัศน์หลักค่านิยมขององค์กร (Core Value) และธรรมาภิบาลให้พนักงานนำไปปฏิบัติให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร

ทั้งนี้ จากยุทธศาสตร์ดังกล่าวนำมาเชื่อมโยงพัฒนาเป็นห่วงโซ่มูลค่าที่ยึดมั่นในหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดำเนินงานตามวิสัยทัศน์ในการเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเพื่อการออมและเป็นผู้นำในการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก และลูกค้ารายย่อยด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาลเพื่อจะเดินหน้าอย่างมั่นคงเคียงข้างประชาชนตลอดไป ทำให้ทั้ง พันธกิจยุทธศาสตร์ค่านิยมองค์กร สมรรถนะหลักและกระบวนการทางธุรกิจ ถูกสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงิน และโครงการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย รวมถึงเยาวชนและคนในชุมชน ให้ได้รับผลประโยชน์สูงสุดและยั่งยืน

2) ยุทธศาสตร์การดำเนินงานปี 2562 - 2566

คณะกรรมการธนาคาร ผู้บริหาร และหน่วยงานกำกับได้ร่วมให้ข้อเสนอแนะเพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ เป้าหมาย และประมาณการทางการเงินให้มีความคล่องตัว ทันทต่อสภาวะการแข่งขัน โดยธนาคารได้กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานปี 2562 - 2566 ที่เน้นการสร้างสมดุลระหว่างความมั่นคงขององค์กร กับการดำเนินงานที่คำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล มีขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์(Traditional Banking) ภายใต้ House of Strategy ที่มียุทธศาสตร์หลัก 4 ด้าน คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความมั่นคงทางการเงินและขีดความสามารถในการแข่งขัน

วัตถุประสงค์:สามารถบริหารจัดการองค์กรได้มีประสิทธิภาพทั้งด้านช่องทางและบริการบริหารหนี้สิน และสัดส่วนธุรกิจ ภายใต้ความเสี่ยงและต้นทุนที่เหมาะสม สร้างผลตอบแทนทางการเงินที่ดี ทำให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันผ่านการดำเนินการต่าง ๆ เช่น ปรับรูปแบบบริการของสาขา บทบาทของพนักงานกระบวนการและเทคโนโลยีที่นำมาใช้ ฯลฯ

การดำเนินงาน: ธนาคารได้เพิ่มเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้บริการที่สาขา ช่วยให้พนักงานเสนอผลิตภัณฑ์และบริการได้มากขึ้น ลดต้นทุนและเพิ่มรายได้มีการพัฒนาช่องทางบริการให้หลากหลาย ครอบคลุมพื้นที่ชุมชนผ่านสาขา รถ และเรือบริการ พร้อมกับจัดตั้งตัวแทน (Bank Agent) สถาบันการเงินชุมชน และสร้างพันธมิตรใหม่ ทำให้พนักงานยังมีหน้าที่ให้ปฏิบัติ ไม่มีปิดสาขา เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้พนักงานว่าจะไม่ต้องถูกเลิกจ้างจากการถูก Technology Disruption

ยุทธศาสตร์ที่ 2 Social Banking: การมุ่งสู่การเป็นธนาคารเพื่อความยั่งยืน

วัตถุประสงค์: ดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม สร้างประสิทธิภาพเชิงนิเวศ (Eco-efficiency)ให้องค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รับผิดชอบต่อสังคมในทุกการดำเนินงาน จัดการภารกิจด้านสังคมและนโยบายรัฐอย่างมีประสิทธิภาพ ยกระดับการออมและวินัยทางการเงินให้เข้าถึงการรับรู้ของคนทุกกลุ่ม และสร้างโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนของประชาชนอย่างเท่าเทียม

การดำเนินงาน: ยกระดับเศรษฐกิจฐานรากตามกลไก 3 สร้าง คือ สร้างความรู้และอาชีพ สร้างตลาดและรายได้ สร้างโอกาสเข้าถึงแหล่งทุนโดยสนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำมีการพัฒนาอาชีพเพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ สร้างความยั่งยืนสู่สังคมในรูปแบบ Social Branchหรือ “ศูนย์ยกระดับคุณภาพชีวิตเศรษฐกิจฐานรากของธนาคารออมสิน” มีเป้าหมายจัดตั้ง 100 แห่ง ใน 77 จังหวัด ภายในปี 2563

ยุทธศาสตร์ที่ 3 Digital Banking:การพัฒนาและยกระดับสู่การเป็นธนาคารยุคดิจิทัล

วัตถุประสงค์:ยกระดับองค์กรให้ตอบรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคด้วยนวัตกรรมทางการเงินที่ล้ำสมัย ใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และช่องทางบริการ รวมถึงประชาสัมพันธ์ และสร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ (Business Model) บนดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ร่วมมือกับพันธมิตร เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ เข้าด้วยกันจนเกิดระบบนิเวศทางธุรกิจ (Business Ecosystem) เพื่อโลกยุคดิจิทัลอย่างแท้จริง

การดำเนินงาน: ปรับปรุงการจัดการองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล พัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรใหม่ที่ทันสมัย สามารถดำเนินงานกับลูกค้าและบริการลูกค้าได้รวดเร็วสร้างดิจิทัลแพลตฟอร์มใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มผ่านบริการต่าง ๆ ของธนาคาร

ยุทธศาสตร์ที่ 4 Fundamental Capabilities:การเพิ่มศักยภาพโครงสร้างพื้นฐาน

วัตถุประสงค์:ยกระดับการบริหารจัดการองค์กรที่พร้อมต่อการขยายธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ สามารถบริหารจัดการกระบวนการในองค์กรภายใต้มาตรฐานสากล มีประสิทธิภาพสามารถแข่งขัน ได้ภายใต้ความเชื่อมั่นของลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคาร

การดำเนินงาน:พัฒนาศักยภาพผู้นำและบุคลากรให้มีทักษะที่พร้อมต่อทุกการเปลี่ยนแปลง บริหารอัตราค่าจ้างให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์จัดการทุกข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความปลอดภัยในระบบสารสนเทศ (IT) ที่น่าเชื่อถือ ดำเนินงานทุกขั้นตอนอย่างมีจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การสร้างประสบการณ์และความประทับใจที่เกินความคาดหมายของลูกค้า(Customer Experience)

ผลการดำเนินงานโครงการตามนโยบายภาครัฐที่สำคัญ ปี 2562

สินเชื่อภายใต้โครงการแก้ไขปัญหาหนี้นอกระบบ ได้แก่

1) สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน เริ่มตั้งแต่วันที่ 17 ธันวาคม 2561 เพื่อแก้ไขปัญหาหนี้นอกระบบที่เกิดจากการอุปโภคบริโภคยอดอนุมัติสะสม 14,993 ราย เป็นเงิน 698 ล้านบาท

2) สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนสำหรับผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เริ่มตั้งแต่วันที่ 17 ธันวาคม 2561 เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพของผู้ได้รับสิทธิ์สวัสดิการแห่งรัฐ ยอดอนุมัติสะสม 10,154 ราย เป็นเงิน 443 ล้านบาท

3) สินเชื่อเคหะประชารัฐสร้างไทย เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 ยอดอนุมัติสะสม 1,923 ราย เป็นเงิน 3,497 ล้านบาท

4) สินเชื่อเพื่อการประกอบธุรกิจในโครงการสินเชื่อประชารัฐสร้างไทยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562ยอดอนุมัติสะสม 2,694 ราย เป็นเงิน 3,245 ล้านบาท

5) สินเชื่อเอสเอ็มอี สตาร์ทอัพสนับสนุนผู้ประกอบการที่เริ่มต้นกิจการ เริ่มตั้งแต่วันที่ 30 มีนาคม 2559 ยอดอนุมัติสะสมเป็นเงิน 6,746 ล้านบาท 2,393 ราย

6) Venture Capital ลงทุนเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs เริ่มตั้งแต่วันที่ 29 ธันวาคม 2558 ยอดร่วมลงทุนสะสม 20 ราย

การเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญในปี 2562

ในปี 2562 เทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคยังคงเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธนาคารจึงเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สอดคล้องกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ยุคของสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) และการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) เป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันมากขึ้นทุกปี กลุ่มธุรกิจ FinTech (Financial Technology) หรือกลุ่มธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีในการให้บริการทางการเงิน จึงสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น เกิดเป็นเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ ๆ ในแวดวงการเงิน สถาบันการเงินจึงต้องปรับโมเดลธุรกิจให้พร้อมต่อการแข่งขัน พร้อมกับเฝ้าระวังและแก้ปัญหาภัยคุกคามด้านไซเบอร์ (Cyber Threat) โดยต้องให้ความรู้กับพนักงานและสื่อสารถึงลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

1) การเปลี่ยนแปลงของลูกค้า โซเชียลเน็ตเวิร์กและตลาดซื้อขายออนไลน์เติบโตอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์การตลาดออนไลน์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะดึงดูดลูกค้าให้มี Engagement ในช่องทางของตนเองการทำธุรกรรมการเงินผ่าน Mobile Banking เติบโตอย่างก้าวกระโดด นำไปสู่แผนลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของภาครัฐ โดยความสะดวกสบายและปลอดภัยยังถือเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า

2) การเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบและมาตรฐาน ทุกการดำเนินงานของธนาคารมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับมาตรฐานการบัญชี การรายงานทางการเงิน TAS และ TFRS และเกณฑ์การกำกับดูแลสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) ของธนาคารแห่งประเทศไทย รวมถึงนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น นโยบายเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Digital Economy) นโยบาย National e-Payment พัฒนาระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) โดยเฉพาะโครงการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) และการลงทะเบียนเพื่อสวัสดิการแห่งรัฐสำหรับผู้มีรายได้น้อย พระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาระบบสถาบันการเงินเฉพาะกิจ พ.ศ. 25581 การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Development: EEC) ในพื้นที่เขตอุตสาหกรรม 3 จังหวัดภาคตะวันออก (ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา) เพื่อเชื่อมโยงด้านโครงสร้างพื้นฐานและดึงดูดนักลงทุน

3) ยุทธศาสตร์การดำเนินงาน ปี 2563-2567

ธนาคารออมสินได้กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานของธนาคาร ประจำปี2563-2567 โดยมีการพิจารณาถึงสถานการณ์ภายนอกที่สำคัญ เช่น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology) พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน ภาพการแข่งขันในตลาด เป็นต้น แนวโน้มที่สำคัญในอนาคต เช่น แนวโน้มในอนาคตที่เปลี่ยนแปลงไป (Key Changes) ทั้งด้านลูกค้า (Customer Change) ด้านเทคโนโลยี(Technology Change) ด้านกฎระเบียบของหน่วยงานกำกับ (Regulatory Change) และด้านตลาด(Market Change) แนวทางการพัฒนาระดับประเทศที่สำคัญ เช่น การน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และพิจารณาความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 แผนปฏิรูปประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs) ของสหประชาชาติ นโยบาย Thailand 4.0 แผนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจภาพรวม และแผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจสาขา สถาบันการเงิน เป็นต้น ข้อเสนอแนะของหน่วยงานกำกับด้านนโยบาย อาทิ กระทรวงการคลัง สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความมั่นคงทางการเงินและขีดความสามารถในการแข่งขัน

การพัฒนารูปแบบและกระบวนการให้บริการในสาขาใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการให้บริการ ปรับกระบวนการให้เป็นอัตโนมัติและลดความซ้ำซ้อน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและเพิ่มการเข้าถึงบริการทางการเงิน โดยมีตัวอย่างการดำเนินงานสำคัญ เช่น การปรับบทบาทพนักงานให้เป็นที่ปรึกษาทางการเงินและการขาย (Sales Advisory) การบริการแบบ Delivery Banking เช่น รถยนต์บริการเคลื่อนที่ เรือออมสิน และการออกไปให้บริการด้วย SmartDevice (SUMO) เป็นต้น การบริการแบบ Digital Banking ผ่าน Mobile Application “MyMo” การบริการผ่านสถานที่ให้บริการที่ใกล้ชิดตัว เช่น Banking Agent ต่าง ๆ ขยายช่องทางให้บริการผ่าน Banking Agent เพื่อเพิ่มการให้บริการและลดต้นทุนการดำเนินงานการสร้างพันธมิตรเพื่อสร้างรายได้ เช่น บริการรับต่อพ.ร.บ.รถยนต์บริการรับขึ้นรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลและให้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถ เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 Social Banking การพัฒนาสู่ความยั่งยืน

การปรับบทบาทการดำเนินงานภารกิจเชิงสังคมและการตอบสนองนโยบายรัฐบาล แยกการบริหารจัดการภารกิจเชิงพาณิชย์อย่างชัดเจน เป็นศูนย์พัฒนาสู่ความยั่งยืน Sustainable Banking Center มิติใหม่ของสถาบันการเงินที่จะมีสาขาดูแลด้านสังคม โดยเฉพาะ (Social Development center) โดยมีตัวอย่างการดำเนินงานสำคัญ เช่น การสร้างศูนย์กลางพัฒนาส่งเสริม SMEs (SMEs

Development Center) ให้สามารถสนับสนุนธุรกิจ SMEs อย่างครบวงจร การพัฒนาและต่อยอดการสร้างและยกระดับความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก ผ่านกลไก 3 สร้างสู่ความยั่งยืน 1. สร้างความรู้/สร้างอาชีพ ด้วยการพัฒนาความรู้จนสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ 2. สร้างตลาด/สร้างรายได้ด้วยการสร้างตลาดทั้ง Offline & Online และ 3. สร้างโอกาสเข้าถึงแหล่งเงิน ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามแนวทาง CSV (Creating Shared Value) และประสิทธิภาพเชิงนิเวศ (Eco-Efficiency) มุ่งลดการใช้ทรัพยากรการมุ่งลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์บริการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาและยกระดับสู่การเป็น Digital Banking

การพัฒนานวัตกรรมทางการเงินที่ล้ำสมัยระดับบริการสู่ Digital Bank เต็มรูปแบบ โดยพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงิน(FinTech) หรือร่วมกับพันธมิตรพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์บริการ และช่องทางการให้บริการ โดยมีตัวอย่างการดำเนินงานสำคัญ เช่น การพัฒนา Digital Platforms เพื่อมุ่งหารายได้ใหม่จากผลิตภัณฑ์ใหม่การหา New Business Model ใหม่ๆ เพื่อทดแทนช่องทางหารายได้จาก Traditional Banking ผ่านการสร้าง GSB Digital Ecosystem ที่จะสามารถตอบโจทย์การให้บริการในอนาคตในแบบ Digital is Life ผ่านความร่วมมือทั้งจากพันธมิตรด้านเทคโนโลยีการร่วมทุนกับ Venture Capital หรือ Startup ที่มีศักยภาพการพัฒนาคูคลากรด้าน IT ของธนาคารอันเป็นกำลังสำคัญต่อการขับเคลื่อนธนาคาร ไปสู่การเป็น Lifestyle Banking

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเพิ่มศักยภาพโครงสร้างพื้นฐาน

การเพิ่มศักยภาพธนาคารให้มีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพแบบมีอาชีพและมีธรรมาภิบาลรองรับการเติบโตและให้บริการในรูปแบบ Traditional Banking, Social Banking และ Digital Banking โดยมีตัวอย่างการดำเนินงานที่สำคัญ เช่น การสร้างความพร้อมทั้งในด้านโครงสร้างองค์กรอัตรากำลังกระบวนการบริหารและพัฒนาผู้นำและบุคลากร รองรับการค้าดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล (HR Transformation) การบริหารจัดการข้อมูลเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data Driven Organization) การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานและความมั่นคงปลอดภัยของระบบและข้อมูล (IT Security & Data Privacy) การยกระดับมาตรฐานและบูรณาการการกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายในที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและสอดคล้องกับเกณฑ์การกำกับภายนอก

ทั้งนี้ ในปี 2563 ธนาคารออมสิน ได้แสดงความมุ่งมั่นอย่างชัดเจนในการเป็น ธนาคารเพื่อสังคม หรือ Social Bank อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อให้ธนาคารเข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในสังคม ทำให้ประชาชนที่เป็นลูกค้ายุทธศาสตร์หลักของธนาคารเข้าถึงบริการทางการเงิน ลดภาระ ยกระดับรายได้และความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น เพื่อให้หลุดพ้นจากความ

ยากจน และสร้างสังคมที่เป็นสุข การแสดงความมุ่งมั่นในการเป็น Social Bank ของธนาคารออมสิน ครั้งนี้ถือเป็นการรุกเข้าสู่ธุรกิจเงินอนแบงก์(Non-Bank) หรือ “ผู้ให้บริการการเงิน ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์” ซึ่งสินเชื่อนอนแบงก์ถือเป็นสินเชื่อในระบบที่เป็นที่พึงยามยากของคนระดับฐานรากถึงคนชั้นกลาง ทั้งสินเชื่อบุคคล บัตรกดเงินสด บัตรเครดิต สินเชื่อจำนำ ทะเบียนรถ เป็นต้น

การดำเนินงานที่สำคัญในปี 2563 ได้แก่

1) การประกาศร่วมทุนกับบริษัท เงินสดทันใจ จำกัด ที่ธนาคารจะเข้าไปลงทุนถือหุ้นไม่เกิน 49% ในบริษัท เงินสดทันใจ จำกัด เพื่อร่วมให้บริการสินเชื่อจำนำ ทะเบียนรถยนต์ ที่จะทำ ให้ ดอกเบี้ยสินเชื่อจำนำทะเบียนรถยนต์ลดต่ำลงสู่ระดับ 18% จากปัจจุบันในระบบคิกดอกเบี้ยยได้สูงสุดถึง 24% ซึ่งโครงการนี้จะเปิดดำเนินการได้ในไตรมาสแรก ปี2564

2) การให้เงินกู้เสริมพลัง ฐานรากช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา(COVID-19) ในช่วงที่ผ่านมา10,000บาท และ50,000บาทต่อรายผ่าน MyMo ที่ทำ ธุรกิจกรมได้รวดเร็วว่าการเข้ามาทำรายการที่สาขาของธนาคาร

3) การพัฒนา MyMo เพื่อให้ลูกค้าหรือประชาชนที่ใช้ MyMo สามารถขอกู้เงินและรับชำระหนี้คืนเป็นรายวันได้เช่น วินมอเตอร์ไซค์แม่ค้าในตลาดสดที่มีรายได้เป็นรายวัน โดยสามารถคิก ดอกเบี้ยและลดดอกเบี้ยลดเงินต้นการกู้ให้ลูกหนี้เป็นรายวัน เป็นต้น ซึ่งเป็นการช่วยลูกหนี้ออก ระบบให้กลับมาชำระระบบช่วยเหลือการคิก ดอกเบี้ย ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสินเชื่อ

ดังนั้น การเป็น Social Bank เต็มรูปแบบ ทำให้ธนาคารต้องเป็นทั้งผู้ให้บริการทางการเงิน และมีบทบาทในการพัฒนาทั้งในแง่ของการเป็นแหล่งเงินทุนที่เป็นธรรมให้ผู้มีรายได้น้อย การพัฒนาและยกระดับผู้ประกอบการรายย่อย การส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน และเป็นแหล่งเงินทุนให้ภาครัฐเพื่อการพัฒนาประเทศ รวมถึงการช่วยเหลือสังคมในภาวะวิกฤติต่าง ๆ นอกจากนี้ ธนาคารออมสินในฐานะสถาบันการเงินชั้นนำ ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนได้นำ แนวปฏิบัติ และมาตรฐานสากลต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจสถาบัน การเงินมากำหนดเป็นกรอบนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนของธนาคารออมสิน เช่น เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ(SDGs) หลักการธนาคารที่รับผิดชอบของสำนักงานโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติว่าด้วยข้อริเริ่มทางการเงิน (UNEP FI) และนโยบาย สนับสนุนการธนาคารเพื่อความยั่งยืน(Sustainable Banking) ของธนาคารแห่งประเทศไทย

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2563 คือการมุ่งเป็นธนาคารเพื่อสังคม ธนาคารออมสินมี นโยบายมุ่งสู่การเป็นธนาคารเพื่อสังคม Social Bank อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อสร้างผลเชิงบวกแก่สังคม “Making POSITIVE Impact on Society” ที่มุ่งเน้นดูแลผู้มีรายได้น้อย ผู้ประกอบการรายย่อย และ ชุมชน ผ่านการยกระดับการส่งเสริมการออมการสร้างวินัยทางการเงินการเพิ่มโอกาสการเข้าถึง

บริการทางการเงินพื้นฐานรวมถึงการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยมาพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ และช่องทางการให้บริการ เพื่อส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย ล้ำสมัย ใช้ง่าย และตอบสนองต่อวิถีชีวิตของคนไทยทุกคน อันมีส่วนช่วยลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในสังคม ยกระดับรายได้และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศชาติซึ่งสอดคล้องกับนโยบายรัฐ

ผลการดำเนินงานที่มีใช้การเงิน ปี 2563

1) ส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน ธนาคารโรงเรียน/ธนาคารโรงเรียนเสมือนจริง 1,235 แห่ง สนับสนุนการจัดการแข่งขันวิชาการผ่าน โครงการ TEDET มีนักเรียนเข้าร่วม 245,964 คนให้ความรู้ผ่านกิจกรรม GSB Tutor Camp มีนักเรียนเข้าร่วม 804 คน การส่งเสริมการออมเพื่อเป็นหลักประกันยามเกษียณ

2) ส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนฐานราก พัฒนาความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) และพัฒนาศักยภาพด้านอาชีพ เพิ่มช่องทางตลาดเพื่อสร้างรายได้ประชาชนฐานรากและผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ 125,800 ราย

3) โครงการมหาวิทยาลัยประชาชน 10,153 ราย พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผ่านโครงการ ออมสินยูพัฒนาธุรกิจต้นกลุ่มองค์กรชุมชน/วิสาหกิจชุมชนเข้าร่วม 463 กลุ่ม เปิดให้บริการสถาบันการเงินประชาชน 3 แห่ง โดยให้บริการรับฝาก-ถอนเงินและธุรกรรมทางการเงินให้กับสมาชิกชุมชน รวมถึงเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ

ผลการดำเนินงาน โครงการตามนโยบายรัฐที่สำคัญ ปี 2563

1) โครงการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) สำหรับผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบ จาก (COVID-19)

2) โครงการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) ให้กับสำนักงานสถานธนาคุณุเคราะห์

3) โครงการสินเชื่อเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากไวรัสโคโรนา COVID-19 เช่น โครงการสินเชื่อเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายฉุกเฉินสำหรับผู้มีอาชีพอิสระและผู้มีรายได้ประจำ ที่ได้รับผลกระทบ COVID-19 วงเงินรวม 25,000 ล้านบาท ยอดอนุมัติสะสม จำนวน 1,778,960 ราย เป็นเงิน 19,508 ล้านบาท สินเชื่อเสริมพลังฐานราก เพื่อช่วยเหลือประชาชนผู้ประกอบการอาชีพทุกกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) วงเงินรวม 10,000 ล้านบาท ยอดอนุมัติสะสมจำนวน 62,099 ราย เป็นเงิน 2,648 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์การดำเนินงานปี 2564-2568 แผนวิสาหกิจธนาคารออมสิน ปี 2564 - 2568 จัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบทิศทางการทำงาน เพื่อมุ่งสู่การเป็น ธนาคารเพื่อสังคม (Social Bank) อย่างเต็มรูปแบบ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม ตาม

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ No Poverty & Reduced Inequality ทั้งนี้ได้พิจารณาความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 แผนปฏิรูปประเทศ และนโยบาย Thailand 4.0 แผนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจภาพรวม และแผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจสาขาสถาบันการเงิน ตลอดจนแนวโน้มสถานการณ์ต่างๆ อาทิ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลทางการเงิน (Financial Technology) พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน ภาวะการแข่งขันในตลาด และกฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับร่วมด้วยเพื่อกำหนดความท้าทายและความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ ความสามารถพิเศษขององค์กร ปัจจัยเสี่ยง ภารกิจและรูปแบบการดำเนินธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าอย่างสมดุล โดยมีแผนการพัฒนาและปรับปรุงองค์กรตามแนวทางระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจใหม่ (Core Business Enabler) และหลักการธนาคารที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Principles for Responsible Banking : PRB) เพื่อยกระดับการบริหารจัดการสู่มาตรฐานสากล และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนแก่องค์กรจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งปัจจัยภายนอกและภายใน ความสามารถพิเศษขององค์กรความได้เปรียบและความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ นำมาสู่การกำหนดกรอบทิศทางและยุทธศาสตร์การดำเนินงานระยะ 5 ปี (Strategic Positioning) วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective) แผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) และแนวทางการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ (Corporate Action Plan) ที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ สาขาสถาบันการเงิน ภายใต้แผนการขับเคลื่อนนโยบาย Thailand 4.0 ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แผนปฏิรูปประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals หรือ SDGs ของสหประชาชาติ “No Poverty & Reduced Inequality” เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่การบรรลุเป้าหมายในการลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม ภายใต้บทบาทการเป็นธนาคารเพื่อสังคม (Social Bank)

จากการดำเนินงานอย่างยาวนานกว่า 108 ปีของธนาคารออมสิน ในบทบาทสถาบันการเงินของรัฐที่ให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจร (Universal SFIs) ควบคู่กับบทบาทการพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตผ่านการเป็นผู้นำด้านส่งเสริมการออม การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชาชนรายย่อย รวมถึงการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมในทุกมิติอย่างต่อเนื่อง ธนาคารจึงมุ่งมั่นที่จะต่อ ยอดความสำเร็จจากการดำเนินงานที่ผ่านมาเพื่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวกแก่สังคมที่เป็นรูปธรรมให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ด้วยแนวคิด “Making POSITIVE Impact on Society” ภายใต้การมุ่งเน้นบทบาทการเป็นธนาคารเพื่อสังคม (Social Bank) อย่างเต็มรูปแบบที่คำนึงถึงภารกิจเชิงสังคมในทุกกระบวนการเพื่อการดูแลลูกค้าทุกกลุ่มอย่างสมดุล ทั้งด้านการสร้างโอกาสและสนับสนุนให้

ประชาชนรายย่อยและผู้มีรายได้น้อยเข้าถึงบริการทางการเงินและแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยที่เป็นธรรมในระบบ ควบคู่กับการส่งเสริมการออมและให้ความรู้ทางการเงินแก่เด็กเยาวชนและผู้สูงอายุ การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงเป็นแหล่งเงินทุนแก่ภาครัฐในการพัฒนาประเทศ โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญในการ ลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม

ธนาคารกำหนด House of Strategy ยุทธศาสตร์หลักในการดำเนินงาน 4 ด้าน ได้แก่

- 1) การขับเคลื่อนภารกิจธนาคารเพื่อสังคม (Social Mission Integration)
- 2) การบริหารจัดการคุณภาพสินทรัพย์และต้นทุน (Asset Quality and Cost Control)
- 3) การยกระดับสู่องค์กรดิจิทัล (Digital Transformation)
- 4) การเพิ่มศักยภาพโครงสร้างพื้นฐาน (Fundamental Capabilities)

ยุทธศาสตร์การดำเนินงานของธนาคารออมสิน ปี 2564-2568 มีแนวทางการดำเนินงานที่มุ่งเน้นบทบาทการเป็นธนาคารเพื่อสังคม (Social Bank) เพื่อจุดมุ่งหมายสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความเป็นธรรมในสังคม ผ่านการสร้างความยั่งยืนและดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสมดุล ทั้งมิติ ภายนอกองค์กร (External Sustainability) ในการสร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจฐานราก สังคม และ ชุมชน (Social Value proposition) ควบคู่กับมิติภายในองค์กร (Internal Sustainability) ในการดำเนิน ภารกิจเชิงพาณิชย์เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางการเงินให้แก่องค์กร ได้แก่

- 1) ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนภารกิจธนาคารเพื่อสังคม (Social Mission Integration) และตอบสนองภารกิจเชิงสังคมตามนโยบายรัฐอย่างมีธรรมาภิบาล ผ่านการยกระดับการส่งเสริมการออม การสร้างวินัยทางการเงิน สร้างความเข้มแข็งแก่ประชาชนฐานราก ผู้ประกอบการรายย่อย และองค์กรชุมชนอย่างครบวงจร ด้วยการให้ความรู้ สร้างช่องทางการขายและสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน เพื่อให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งการบริหารจัดการภายในองค์กรที่คำนึงถึงภารกิจเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการ

- 2) การบริหารสินทรัพย์และหนี้สิน ให้มีผลตอบแทนภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ รวมถึงการสร้างรายได้จากช่องทางสาขาและธุรกิจหลัก (Core Business) ผนวกกับการควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่าย ดำเนินงานให้มีความคุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพ (Asset Quality and Cost Control)

- 3) การยกระดับสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) โดยบูรณาการการใช้ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ภายในองค์กรและเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อนำมาพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการ ช่องทางการให้บริการ และกระบวนการปฏิบัติงาน ในการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ และรองรับทิศทางการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

4) การเพิ่มศักยภาพโครงสร้างพื้นฐาน (Fundamental Capabilities) และการบริหาร องค์กร เพื่อเป็นกลไกสนับสนุนที่สำคัญในการผลักดันให้สามารถบรรลุภารกิจและสร้างผลลัพธ์เชิงบวกที่เป็นรูปธรรมแก่สังคมได้อย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การขับเคลื่อนภารกิจธนาคารเพื่อสังคม (Social Mission Integration)

การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นบทบาทการเป็นธนาคารเพื่อสังคม(Social bank) ในการดูแลประชาชนรายย่อย ผู้มีรายได้น้อย องค์กรชุมชน และผู้ประกอบการรายย่อยให้มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมการออม และสร้างวินัยทางการเงิน ขยายโอกาสการเข้าถึงแหล่งทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินในระดับ Microfinance พร้อมการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งอย่างครบวงจร ผนวกกับบูรณาการการบริหารจัดการภายในองค์กรเพื่อขับเคลื่อนภารกิจการเป็น Social bank ที่สร้างผลลัพธ์เชิงบวกที่เป็นรูปธรรมแก่สังคม ได้แก่

- 1.1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อภารกิจการเป็น Social Bank
- 1.2) ยกกระดับความเข้มแข็งแก่ประชาชนและผู้ประกอบการรายย่อยอย่างครบวงจร
- 1.3) สร้างกลไกส่งเสริมการออมและพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน
- 1.4) ปรับระบบประเมินผลและผลตอบแทนจูงใจ สนับสนุนบทบาทการเป็น Social Bank
- 1.5) ดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารคุณภาพสินทรัพย์และต้นทุน (Asset Quality and Cost Control)

การสร้าง ความมั่นคงทางการเงิน ด้วยการบริหารจัดการสินทรัพย์ที่มุ่งเน้นคุณภาพให้มีผลตอบแทนภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ควบคู่กับการบริหารจัดการหนี้ด้วยคุณภาพ และการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายการดำเนินงานให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างรายได้ของสาขาและธุรกิจหลัก (Core Business) ได้แก่

2.1) บริหาร โครงสร้างสินทรัพย์และหนี้สินให้มีผลตอบแทนและความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้

- 2.2) บริหารจัดการหนี้ด้วยคุณภาพ
- 2.3) ควบคุมต้นทุน ค่าใช้จ่าย และการลงทุน
- 2.4) เพิ่มขีดความสามารถในการสร้างรายได้ของสาขาและธุรกิจหลัก (Core Business)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกกระดับสู่องค์กรดิจิทัล (Digital Transformation)

มุ่งสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) ด้วยการพัฒนานวัตกรรมทางการเงินตอบสนองการใช้บริการตลอดช่วงชีวิตของลูกค้า เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์และผสานช่องทางการให้บริการตาม Customer Journey ได้อย่างไร้รอย ควบคู่กับการพัฒนาและยกระดับกระบวนการ

ปฏิบัติงานให้เป็นอัตโนมัติ (Process Automation) ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงบริหารจัดการให้เป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data Driven Organization) เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ ร่วมกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ได้แก่

- 3.1) พัฒนานวัตกรรมทางการเงินผ่านช่องทางดิจิทัล
- 3.2) พัฒนากระบวนการปฏิบัติงานและบริการให้เป็นอัตโนมัติ(Process Automation)
- 3.3) วางรากฐานการใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการ (Data Driven Organization)
- 3.4) ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมในองค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเพิ่มศักยภาพโครงสร้างพื้นฐาน (Fundamental Capabilities)

ยกระดับระบบการบริหารจัดการและเพิ่มศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานให้รองรับการเปลี่ยนแปลงและสนับสนุนภารกิจขององค์กร ด้วยการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ทั้งในด้านของโครงสร้าง การบริหารอัตรากำลัง การพัฒนาทักษะความสามารถของบุคลากร รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน ให้มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัลและสนับสนุนภารกิจเชิงสังคม ควบคู่กับพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานและความมั่นคงปลอดภัยของระบบและข้อมูล (IT Security & Data Privacy) พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานและบูรณาการการกำกับดูแล การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายในและการตรวจสอบภายในที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและสอดคล้องกับเกณฑ์การกำกับภายนอก ได้แก่

- 4.1) ยกระดับขีดความสามารถของทรัพยากรบุคคล
- 4.2) ปรับโครงสร้างองค์กรและการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์
- 4.3) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล
- 4.4) ปรับกระบวนการให้มีประสิทธิภาพ

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจในปี 2564 – 2568

เป้าหมายธุรกิจของธนาคารออมสิน ปี 2564 – 2568 ได้ กำหนดตามกรอบทิศทางการค้าดำเนินงาน (Strategic Positioning) และขอบเขตการค้าดำเนินธุรกิจ (Business Model) ปี 2564 – 2568 ที่คณะกรรมการธนาคารได้ให้ความเห็นชอบ เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2563 คือ

1) สินเชื่อ (ไม่รวมสินเชื่อภาครัฐและสินเชื่อเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพฯ) เติบโตตามการขยายตัวทาง เศรษฐกิจ (GDP) ในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 6.0 มุ่งเน้นขับเคลื่อนภารกิจการลดความเหลื่อมล้ำและขจัด ความยากจนที่สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐ ผ่านแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการที่ มุ่งเน้นการให้สินเชื่อแก่รายย่อย ควบคู่กับการรักษาสภาพคล่องด้วยการดำรงสัดส่วนสินเชื่อต่อเงินฝากไม่ต่ำกว่าร้อยละ 95

2) บริหารจัดการและควบคุมคุณภาพหนี้(ไม่รวมสินเชื่อภาครัฐ) ให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ภายใต้กรอบร้อยละ 4.0-5.0 โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่ได้รับการพักชำระเงินต้นและดอกเบี้ยจากสถานการณ์ COVID-19 กลุ่มครูและบุคลากรทางการศึกษา

3) ดำรงเงินกองทุนขั้นต่ำตามเกณฑ์Basel II (Pillar I) ให้มีระดับที่สูงกว่าเกณฑ์การกำกับดูแล สถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) ของธนาคารแห่งประเทศไทย และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้/Trigger ในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 13.50 ในปี 2568

2.5.4 นโยบายการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการดำเนินธุรกิจ

ธนาคารออมสินตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินงานกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อม จึงได้กำหนดนโยบายแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการดำเนินธุรกิจ(Corporate Social Responsibility in Process) เพื่อให้คณะกรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และพนักงานมุ่งมั่นปฏิบัติตามความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการด้านสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ต้องได้รับผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจของธนาคารน้อยที่สุดหรือไม่ได้รับผลกระทบเลย โดยสร้างผลกระทบเชิงบวกให้สังคม (Making impact on Society) โดยนโยบายแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการดำเนินธุรกิจ(Corporate Social Responsibility in Process) นี้ประมวลจากมาตรฐาน ISO 26000 ที่กำหนดโดยองค์การระหว่างประเทศที่มีกรอบการพัฒนา 7 หลักพฤติกรรม ดังนี้

- 1) ความรับผิดชอบต่อที่สามารถตรวจสอบได้
- 2) ความโปร่งใส
- 3) การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม
- 4) คำนึงถึงผลประโยชน์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 5) เคารพต่อหลักนิติธรรม
- 6) เคารพต่อแนวปฏิบัติสากล
- 7) เคารพต่อสิทธิมนุษยชน

หัวข้อหลักที่ 1 การกำกับดูแลองค์กร

การกำกับดูแลองค์กรของธนาคารมุ่งเน้นที่บทบาทของคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง ในการดูแลองค์กรด้วยความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่เต็มขีดความสามารถและประสิทธิภาพที่เพียงพอ ดูแลให้คณะกรรมการ ผู้บริหารตลอดจนพนักงาน ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความ

รับผิดชอบประมัตระวังและชื่อเสียงสุจริต เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยมีขอบเขตการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1) ดำเนินกิจการภายใต้หลักการคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่ระดับคณะกรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และพนักงาน

2) มีกลไกในการควบคุม กำกับ ตรวจสอบที่มีประสิทธิผล และติดตามดูแลการดำเนินงานของธนาคารอย่างต่อเนื่อง

3) รับผิดชอบต่อและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มของธนาคารอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม

4) สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้เกิดประโยชน์ และนำไปสู่การพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว

5) มีความโปร่งใสในการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้ด้วยการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมการพัฒนาการกำกับดูแลและจรรยาบรรณที่ดีในการประกอบธุรกิจ

6) กระจายโอกาสแก่ประชาชนให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานใดๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย คุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน สังคม และโดยรวมของประเทศ

7) ดำเนินธุรกิจโดยปฏิบัติตามหลักการสิทธิมนุษยชน คือ มนุษย์ทุกคนมีศักดิ์ของความ เป็นมนุษย์เท่าเทียมกันตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยที่ได้รับรองศักดิ์ศรี ความเป็นมนุษย์ สิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาคของบุคคล และกำหนดให้รัฐบาล ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐดำเนินการปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่โดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

หัวข้อหลักที่ 2 สิทธิมนุษยชน

ธนาคารปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน โดยการนำข้อมูลสิทธิตามกฎหมาย และสิทธิอื่นๆ ที่ พนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มได้รับ มาใช้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การ ให้บริการ และการปฏิบัติงานของธนาคาร โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม โดยมีขอบเขตการดำเนินงานสำคัญ ดังนี้

ส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน

1) ส่งเสริมความเสมอภาค เท่าเทียม และเป็นธรรมต่อพนักงาน ด้วยการไม่เลือกปฏิบัติในการสรรหาการว่าจ้าง การพัฒนาทักษะ การเติบโตในสายอาชีพ และการกำหนดสิทธิประโยชน์ รวมถึงไม่ปิดกั้นความหลากหลายทางความคิด วัฒนธรรม ไม่จำกัดเพศ เชื้อชาติ ศาสนา ชั่ววัย สถาบันการศึกษา และพื้นที่ที่ประสงค์จะปฏิบัติงาน

2) ให้ความสำคัญต่อสิทธิสตรี มอบ โอกาสการปฏิบัติหน้าที่อย่างเท่าเทียม รวมถึงปลูกฝังค่านิยมเรื่องความเท่าเทียมทางเพศให้เกิดขึ้นในธนาคารอย่างเป็นทางการ

3) มีการเปิดช่องทางแสดงความคิดเห็น ร้องเรียน หรือร้องทุกข์ จากการปฏิบัติหน้าที่ละเมิดสิทธิมนุษยชนและไม่ได้รับความเป็นธรรมจากธนาคาร

ส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

1) ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน และเป็นไปตามข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานสากล

2) พัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม มีคุณภาพปลอดภัย และเป็นธรรม

3) การให้ความเท่าเทียม โปร่งใส และเป็นธรรม รับผิดชอบต่อลูกค้า ผู้ส่งมอบ พันธมิตร และผู้ให้ความร่วมมือ

4) มีช่องทางสำหรับการแสดงความคิดเห็น ร้องเรียน หรือร้องทุกข์จากการปฏิบัติงานอย่างไม่เป็นธรรมและไม่เคารพสิทธิมนุษยชน

5) การบริหารความเสี่ยงและกำหนดกลไกป้องกันและชดเชย กรณีเกิดเหตุการณ์ละเมิดสิทธิของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคาร

6) สนับสนุนและส่งเสริมผู้ด้อยโอกาสในสังคมให้สามารถเข้าถึงหรือได้รับการบริการทางการเงินโดยไม่เลือกปฏิบัติ

7) หลีกเลี่ยงการร่วมปฏิบัติงานกับลูกค้าผู้ส่งมอบที่มีพฤติกรรมละเมิดสิทธิมนุษยชน โดยระบุเป็นส่วนหนึ่งของหลักเกณฑ์ในการจัดซื้อจัดจ้างและคัดเลือกลูกค้าผู้ส่งมอบและพันธมิตรทางการค้าและแนวทางการจัดซื้อจัดจ้างที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิทธิมนุษยชน

หัวข้อหลักที่ 3 การปฏิบัติด้านแรงงาน

ธนาคารปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกตามกฎหมายแรงงานอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม การคุ้มครองทางสังคมตามสภาพที่เหมาะสม ตั้งแต่การจ้างงาน การบังคับใช้แรงงาน การใช้แรงงานเด็ก ความเท่าเทียมด้านแรงงาน ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม คำนึงถึงสุขภาพ สภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในการทำงาน การปฏิบัติงานด้านสวัสดิการเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตแรงงาน โดยมีขอบเขตการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

ส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

1) มีการกำกับดูแลการจัดซื้อจัดจ้างให้ครอบคลุมถึงมิติการปฏิบัติด้านแรงงาน การคัดเลือกลูกค้า ผู้ส่งมอบ และคู่ความร่วมมือจากการประเมินด้านการใช้แรงงานเด็ก การประเมินด้านการบังคับใช้แรงงานต้องปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด

2) ไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับคู่ค้า ผู้ส่งมอบ และคู่ความร่วมมือที่ล่วงละเมิดสิทธิแรงงาน และ การใช้แรงงานเด็ก

ส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน

1) การไม่เลือกปฏิบัติในการจ้างงาน ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเท่าเทียม เป็นธรรม และมีความรับผิดชอบตามสิทธิที่พนักงานพึงได้รับตามกฎหมายและหลักจริยธรรม มีสวัสดิการพนักงานที่สมเหตุสมผล ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน

2) กำหนดให้มีการบริหารจัดการบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาบุคลากรทุกระดับ ทุกตำแหน่งให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ พัฒนาทักษะความสามารถให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าตอบแทน โอกาสก้าวหน้า สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสม

3) ส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่คำนึงถึงสุขภาพ ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย สถานที่ทำงาน

4) จัดให้มีช่องทางการร้องเรียน หรือข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะจากพนักงาน ในกรณีที่ ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติด้านแรงงาน การปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียม และการนำมาดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตอบสนองให้ทันทั่วถึง

5) ส่งเสริมให้พนักงานหรือกำหนดให้มีหน่วยงานที่เป็นตัวแทนพนักงาน ร่วมเจรจาต่อรองกับผู้บริหารระดับสูงของธนาคาร เพื่อให้ได้รับความคุ้มครองตามสิทธิที่เกี่ยวข้อง

6) ส่งเสริมและเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในกระบวนการปฏิบัติงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกขั้นตอน

หัวข้อหลักที่ 4 สิ่งแวดล้อม

พัฒนากระบวนการประกอบธุรกิจ ให้สามารถลดหรือไม่ส่งกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งทางตรงจากการดำเนินกิจการของธนาคาร และทางอ้อมจากการให้การสนับสนุนทางการเงินกับ ธุรกิจที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ประเทศชาติและประชาชน โดยมีขอบเขตการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1) การป้องกันมลภาวะ วางแผนจัดการและควบคุมการดำเนินงานของธนาคารที่จะก่อให้เกิดมลภาวะ ไม่ว่าจะเป็นมลพิษทางอากาศ ทางน้ำ และมลพิษที่เกิดจากกระบวนการจัดการของเสียของธนาคาร

2) การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน คำนึงถึงการใช้ทรัพยากร พลังงาน น้ำ และอื่นๆ ในธนาคารอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ฟุ่มเฟือย มีความพอประมาณในการใช้ทรัพยากรและใช้งบประมาณ

เพื่อให้เกิดคุณค่ามากที่สุด ส่งเสริมการนำของเสียหรือของเหลือกลับมาใช้ใหม่ หรือจัดซื้อจัดหาของในท้องถิ่นซึ่งทำให้ไม่ต้องสิ้นเปลืองงบประมาณโดยไม่จำเป็น

3) การลดและปรับตัวให้เข้ากับภาวะโลกร้อน การบริหารจัดการเพื่อลดภาวะโลกร้อนที่เกิดจากปฏิกิริยาเรือนกระจก คำนึงถึงการปล่อยมลภาวะ ก๊าซพิษต่างๆ จากกระบวนการดำเนินธุรกิจของธนาคาร เพื่อลดผลกระทบและลดการละเมิดต่อสุขภาพ การดำรงชีวิต ตลอดจนสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้อง

4) การปกป้องสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพและการบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ โดยถือว่าสิ่งแวดล้อมเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่จะให้การสนับสนุนในระยะยาว โดยมีผู้แทนจากชุมชนร่วมพิจารณาเห็นชอบ ประสานงานระหว่างธนาคารกับชุมชนร่วมกันป้องกันแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

5) จัดการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมเรื่องสิ่งแวดล้อมทุกชนิด

6) การสนับสนุนทางการเงินที่น่าประเด็นสิ่งแวดล้อมมาร่วมพิจารณาประกอบการสนับสนุน ยุติการสนับสนุนทางการเงินให้กับธุรกิจหรือโครงการที่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และสุขภาพ

7) การจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การกำหนดให้ลูกค้า ผู้ส่งมอบ และคู่ความร่วมมือทุกรายที่ยื่นขอเสนอราคากับธนาคาร ต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ

หัวข้อหลักที่ 5 การปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม

ธนาคารแสดงความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุตามหลักความคุ้มค่า โปร่งใส มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตรวจสอบได้ โดยการดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในห่วงโซ่อุปทานทั้งลูกค้า ผู้ส่งมอบ และคู่ความร่วมมือ ให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดตามกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ระเบียบ และกฎเกณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีขอบเขตการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1) ให้ความสำคัญกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุที่สุจริต โปร่งใส ต้องกระทำโดยเปิดเผยและเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม และต้องดำเนินการตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกำหนดอย่างเคร่งครัดภายใต้กระบวนการที่มีประสิทธิภาพ

2) ปฏิบัติต่อลูกค้า ผู้ส่งมอบ และคู่ความร่วมมือทุกรายอย่างเท่าเทียม โปร่งใส และคาดหวังให้ลูกค้าผู้ส่งมอบและคู่ความร่วมมือทุกราย เสนองงานอย่างเป็นธรรมด้วย

3) คณะกรรมการ ผู้บริหารระดับสูง ปลัดพนักงาน ที่รับผิดชอบการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้ยื่นข้อเสนอหรือคู่สัญญาไม่ว่าทางใดทั้งสิ้น

4) ให้มีช่องทางในการรับเรื่องอุทธรณ์/ ร้องเรียนเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของธนาคาร และมีกระบวนการในการตอบสนองข้ออุทธรณ์/ร้องเรียน รวมทั้งเผยแพร่และสื่อสารให้พนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้ทราบถึงช่องทางดังกล่าว

หัวข้อหลักที่ 6 ประเด็นด้านผู้บริโภค

การดำเนินกิจการของธนาคารจะไม่มุ่งสนองความต้องการของผู้บริโภคเพียงด้านเดียว แต่จะถูกออกแบบให้มุ่งแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกัน โดยกระบวนการดำเนินงานของธนาคารเป็นไปเพื่อมอบประโยชน์ให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่า ทั้งรัฐบาล หน่วยงานกำกับดูแล ผู้ส่งมอบ คู่ค้า คู่ความร่วมมือ ชุมชนและพนักงาน โดยมีขอบเขตการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1) ให้มีความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าและสังคม โดยมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมและการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างวางใจมากขึ้น สามารถเข้าถึงการบริการทางการเงินได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ ด้วยความมั่นคงปลอดภัย

2) ให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม โดยมุ่งหวังให้ลูกค้าได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่ครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจน ไม่บิดเบือนทั้งในเรื่องเงื่อนไข สิทธิประโยชน์ รวมถึงข้อควรระวังต่างๆก่อนตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

3) ให้มีความสำคัญกับการรับฟังเสียงลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อหาความต้องการและความคาดหวังที่สำคัญและความกังวลของสาธารณะ ตลอดจนการบริหารจัดการและการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนและข้อคิดเห็นของผู้บริโภค

4) การสนับสนุนทางการเงินให้แก่กิจการที่มุ่งเน้นการบริโภคที่ยั่งยืน กิจการที่ให้ความสำคัญเป็นธรรมด้านการเข้าถึงสินค้าที่จำเป็นแก่ผู้บริโภคทุกระดับ กิจการที่ไม่สร้างเชิงลบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

หัวข้อหลักที่ 7 การมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน

ธนาคารให้ความสำคัญกับการพัฒนาและการส่งเสริมให้ชุมชนสำคัญของธนาคารเกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีขอบเขตการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้

1) กำกับดูแลกิจการของธนาคารให้เป็นกิจการที่ดีของชุมชน ไม่ให้สร้างปัญหา ลดและ/หรือหยุดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนและสังคมจากการดำเนินงานของธนาคาร ช่วยเหลือเกื้อกูลผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการประกอบกิจการที่เป็นธรรมต่อทุกฝ่าย

2) ส่งเสริมการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนให้สามารถเติบโตไปด้วยกันด้วยการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่การปฏิบัติจนเป็นวิถีชีวิต เพื่อก่อให้เกิดผลดีต่อชุมชนและการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขไว้วางใจต่อกัน ทั้งที่เป็นชุมชนและสังคมที่ตั้งอยู่ติดกันหรือใกล้เคียงสถานประกอบการรวมถึงชุมชนและสังคมที่ตั้งอยู่ไกลออกไป

3) ปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เพราะการเรียกร้องจากสังคม

4) พนักงาน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และชุมชนต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนทั้งในท้องถิ่นและสังคมในวงกว้างทุกชั้นตอน ตั้งแต่การวางแผนจนถึงการปฏิบัติในทุกชั้นตอน เพื่อให้เกิดพันธสัญญาที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน

5) สนับสนุนทุนทางสังคม ที่รวมถึงทุนที่เป็นตัวเงินและทุนทุกประเภทอื่นๆ เช่น ทุนมนุษย์ ทุนความรู้ ทุนสิ่งแวดล้อม และความสัมพันธ์ในการทำงานเชิงเครือข่ายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องที่เน้นผลลัพธ์ทางสังคม ที่หมายถึงประโยชน์สุขต่อคนในชุมชนและสังคมที่ดีขึ้น

6) ส่งเสริมการพัฒนาชุมชนด้วยนวัตกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณี และศักยภาพของชุมชนผสมผสานกับหลักวิชาการ มาตรฐานการเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Lewis, Goodman, and Fandt (2007) ได้ทำการศึกษา ยุทธศาสตร์การบริหารของภาวะผู้นำในวันข้างหน้า พบว่า การดำเนินธุรกิจต้องเผชิญกับอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ ที่ได้แผ่ขยายไปยังส่วนต่างๆ ทุกภูมิภาคของโลก จากกระแสการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากระบบเศรษฐกิจโลก และแรงผลักดันจากการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทำให้กลายเป็นประเด็นที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งและส่งผลกระทบต่อการแข่งขันกันทำธุรกิจเพื่อความอยู่รอดขององค์กร ดังนั้นยุทธศาสตร์ในการบริหารงานจะต้องปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดผลกำไร เพื่อความอยู่รอดของกิจการ

Vongsuksiri (2007) ได้ทำการศึกษา แรงกดดันตลาดโลกและความรับผิดชอบต่อสังคม : ศึกษากรณีผู้ผลิตไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเครื่องมือสำคัญในการดึงความร่วมมือของภาคเอกชน ให้ทำธุรกิจโดยคำนึงถึงความอยู่รอดเคียงคู่ไปกับสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการรักษาและปกป้องสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศชาติ วัตถุประสงค์หลักของ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คือการค้นหาแรงผลักดันความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในประเทศไทย ผ่านการค้นคว้าวิจัยกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงมุมมองและเหตุผลของผู้ประกอบการในการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและปฏิบัติตามนโยบายสิ่งแวดล้อมของบริษัท เพื่อค้นคว้าว่าอะไรคือแรงกระตุ้นให้บริษัทในประเทศไทยมีความรับผิดชอบต่อสังคมและอุปสรรคที่พบในการปฏิบัติ กลุ่มศึกษาประกอบด้วยห้าโรงงานจำพวกใหญ่ที่มีอัตราการส่งออกไปต่ำกว่าเจ็ดสิบเปอร์เซ็นต์ สามโรงงานนั้นมีการปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมและมีการรักษาสีงแวดล้อมที่โดดเด่น อีกสองโรงงานนั้นไม่เป็นที่ทราบชัดว่ามีการปฏิบัติหรือไม่ งานวิจัยได้แบ่งแรงกระตุ้นหลักจากสี่แหล่ง คือรัฐบาล ประชาสังคม ผู้ซื้อ และ ผู้ผลิต จากการค้นคว้าได้พบว่าสี่แหล่งนี้มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในระดับที่แตกต่างกัน ในระดับสากลกฎหมายและมาตรการที่เข้มงวดของรัฐบังคับให้บริษัททำการประกอบอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดและแรงผลักดันทางสังคมจากผู้บริโภคเรียกร้องให้ผลิต “ผลิตภัณฑ์สีเขียว” ซึ่งเป็นสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในระดับภูมิภาคและประเทศรัฐบาลมีการบังคับใช้กฎหมายที่ค่อนข้างอ่อนแอไม่เพียงพอต่อการผลักดัน นอกจากนี้ยังปรากฏว่าผู้บริโภคในไทยนั้นมีความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ทำให้ไม่รู้ถึงความสามารถของตนเองในการป้องกันสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังจำเป็นต้องมีกำลังในการซื้อเพื่อจะสร้างแรงผลักดันทางสังคมที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามด้วยเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยการส่งออก ทำให้ผู้ผลิตและบริษัทไม่สามารถหลีกเลี่ยงมาตรการของประเทศนำเข้าและข้อบังคับต่างๆของบริษัทผู้ซื้อต่างชาติ อีกทั้งในภาวะของการแข่งขันที่คับขันและสูงขึ้น ผู้ผลิตจึงต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและผู้ซื้อ เพราะฉะนั้นการวิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่า แรงกดดันของตลาดโลกเป็นแรงผลักดันหลักของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในประเทศไทย และในบางกรณีการขาดความช่วยเหลือจากรัฐบาลในประเทศ ปรากฏว่าภาวะทางการเงินของบริษัทเป็นอุปสรรคสำคัญในการที่จะปฏิบัติตามความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

Shinning (2552) ได้ทำการศึกษา การประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย อินเทอร์เน็ตชั้นเนต กรณีเขื่อนฮัตจีบนแม่น้ำสาละวิน ประเทศพม่า โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับชาวบ้าน, การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลหลัก และการวิจัยค้นคว้าจากฐานข้อมูลทุติยภูมิ พื้นที่การวิจัย คือ พื้นที่ชุมชนที่อาศัยอยู่ริมฝั่งแม่น้ำสาละวินบนฝั่งไทยที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบ ได้แก่ บ้านแม่สามแลบ, บ้านท่าดาฝั่ง และบ้านสบเมย จ.แม่ฮ่องสอน นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. อินเทอร์เน็ตชั้นเนต มีองค์ประกอบสามส่วน: การมีส่วนร่วมของสาธารณะและการเปิดเผยข้อมูล, ความรับผิดชอบต่อสังคม, และ ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เมื่อกกล่าวถึง “การมีส่วนร่วมของสาธารณะและการ

เปิดเผยข้อมูล” ข้อค้นพบแสดงให้เห็นว่า กฟผ. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ไม่ได้เปิดเผยข้อมูลโครงการอย่างครบถ้วนตามระยะเวลาที่เหมาะสม ในลักษณะที่ข้อมูลนั้นถูกต้อง เพียงพอ และโปร่งใส ยกตัวอย่างเช่น รายงานการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (EIA) ในฝั่งพม่า ทำแล้วเสร็จในปี 2551 แต่ยังไม่ถูกเปิดเผยต่อสาธารณะ นอกจากนี้ กฟผ. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ยังไม่ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมสามฝ่าย เพียงแต่สนับสนุนอย่างเล็กน้อยให้ชุมชนต่างๆ และสาธารณะในวงกว้าง เข้าร่วมกิจกรรมของ กฟผ. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ในกรณี “ความรับผิดชอบต่อสังคม” กฟผ. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ยังล้มเหลวที่จะสร้างความเข้าใจและความเชื่อถือในระหว่างกันร่วมกับชุมชนต่างๆ ในด้าน “ความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม” ในขณะที่ กฟผ. ได้จัดทำรายงานการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม รายงานดังกล่าวกลับไม่ได้ครอบคลุมขอบเขตไปตลอดถึงพื้นที่ที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบทั้งในประเทศพม่าและประเทศไทย ภาคประชาสังคมไทยได้เรียกร้องให้ กฟผ. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จัดทำรายงานการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมฉบับใหม่ ที่ครอบคลุมโดยตลอดขอบเขตของพื้นที่ผลกระทบ ถึงแม้ว่าคณะอนุกรรมการของรัฐบาลได้ดำเนินการเรียกร้องให้ กฟผ. เพียงแค่รับผิดชอบในการทำรายงานการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ที่ไม่ได้มาตรฐานที่สมบูรณ์ในการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายไทย ความคลุมเครือด้านกฎหมายทำให้ กฟผ. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล กล่าวอ้างว่า ได้ดำเนินการตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ในขณะที่ความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เป็นความสนใจโดยสูงสุด งานวิจัยชิ้นนี้ได้แย้งว่า กฟผ. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ไม่ได้ปฏิบัติตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในกรณีเช่นฮัตจี ด้วยเหตุผลหลายประการ ซึ่งรวมถึง เหตุผลที่มีความคลุมเครือของกฎหมายต่างๆ สำหรับโครงการพัฒนาข้ามพรมแดน และความล้มเหลวของ กฟผ. ที่ไม่ได้รับความเชื่อถือและความร่วมมือจากชุมชนต่างๆ ในท้องถิ่น ในทางกลับกัน ชุมชนต่างๆ คัดค้านเช่นฮัตจี เนื่องจากชุมชนให้คุณค่าของวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อม ความกังวลของพวกเขาเกี่ยวข้องกับสถานะบุคคลที่ไม่มีสัญชาติไทย, บทบาทขององค์กรพัฒนาเอกชนที่มีอิทธิพลในชุมชนต่างๆ, และความเชื่ออันหนักแน่นของชุมชนที่ว่า การที่รัฐบาลประเทศพม่าสนับสนุนเชื่อเป็นการขจัดกวาดล้างชนเผ่ากลุ่มต่างๆ ออกจากพื้นที่ด้วยเช่นกัน

Hassan and Latiff (2009) ได้ทำการศึกษา ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินและธุรกิจอิสลาม: การเพิ่มคุณค่าการกุศล มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาจรรยาบรรณธุรกิจอิสลามในความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของสถาบันการเงินอิสลาม โดยทำการศึกษา สถาบันการเงินอิสลามและธุรกิจอิสลาม พบว่า จากแนวทางการรวมธุรกิจของ IFIs (ธุรกิจหลักทรัพย์) และมูลนิธิ awqaf พบว่า การกุศลจะช่วยเพิ่มการไหลเวียนของทรัพยากรขององค์กรในภาคสังคม ถือว่าเป็นการบรรลุมอบบาทของ CSR และเพิ่มคุณค่าธุรกิจการกุศล แต่กระนั้นควรสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่

แสวงหาผลกำไรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของพวกเขา คือทำให้ต้นทุนมากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ในทางกลับกันองค์กรการกุศลอิสลามสามารถได้รับประโยชน์โดยใช้โครงสร้างพื้นฐานเชิงพาณิชย์ ขององค์กรธุรกิจและเพื่อให้การสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในภาคสังคม ไม่ให้มีความขัดแย้งโดยธรรมชาติระหว่างการปรับปรุงบริบทการแข่งขันของธุรกิจและทำให้รับรู้ถึงความมุ่งมั่นจริงใจกับสังคมที่ดีขึ้น

Aribi and Gao (2010) ได้ทำการศึกษา การเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร: การเปรียบเทียบระหว่างสถาบันการเงินอิสลามและสถาบันการเงินทั่วไป พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับและขอบเขตของการเปิดเผยข้อมูลระหว่าง IFI และ CFIs ส่วนใหญ่เกิดจากการเปิดเผยโดย IFI ของรูปแบบและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับศาสนารวมถึงรายงานคณะกรรมการกำกับของ Shari'a, "Zakah" และการบริจาคเพื่อการกุศล และสินเชื่อดอกเบี้ยฟรี

Giannarakis and Theotokas (2011) ได้ทำการศึกษา ผลกระทบของวิกฤตการณ์ทางการเงินในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า จากวิกฤตการณ์ทางการเงินปี 2008, 2009 และ 2010 ที่เกิดกับ 112 บริษัท ระดับโลก ทำให้ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้าน CSR เพิ่มขึ้นก่อนและระหว่างวิกฤตการณ์ทางการเงินยกเว้น ปี 2009-2010 ทั้ง 112 บริษัท ต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพ CSR ของพวกเขาเพื่อฟื้นความไว้วางใจที่หายไปในธุรกิจ

กฤษฎา สัตยานุรักษ์ (2553) ได้ทำการศึกษา กลยุทธ์การบริหารจัดการสหกรณ์กองทุนสวนยาง จำกัดกรณีศึกษาสหกรณ์กองทุนสวนยาง จำกัด ตำบลท่าโพธิ์อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การบริหารจัดการในอดีตถึงปัจจุบันของสหกรณ์กองทุนสวนยาง จำกัดและหาแนวทางการจัดการทำกลยุทธ์การบริหารจัดการที่เหมาะสมของสหกรณ์ โดยทำการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ผลการสรุปได้ดังนี้จากการศึกษาสถานการณ์การบริหารจัดการอดีตถึงปัจจุบันของสหกรณ์กองทุนสวนยาง จำกัด ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ยุคคือ ยุคกำเนิดสหกรณ์ ยุคการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ และยุคการถดถอย โดยครอบคลุมองค์ประกอบ 4 ด้านด้วยกัน คือการบริหารจัดการด้านองค์กรการบริหารจัดการด้านการเงิน และบัญชีการบริหารจัดการ ด้านการผลิต และการบริหารจัดการด้านการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ในยุคกำเนิดสหกรณ์กองทุนสวนยาง จำกัด เริ่มก่อตั้งในปี 2536 โดยสมาชิกในชุมชนร่วมแรงร่วมใจร่วมมือร่วมลงทุนเพื่อแก้ไขปัญหาคนในชุมชนที่ประกอบอาชีพสวนยางพารา โดยมีการจัดตั้งในรูปแบบสหกรณ์ในปี 2539 มีการบริหารจัดการด้านองค์กรอย่างเป็นทางการตามโครงสร้างที่กำหนด ด้านการเงินและบัญชีดำเนินการโดยคณะกรรมการกันเอง ด้านการผลิตมีโรงอบ/รมยาง โดยดำเนินการผลิตยางแผ่นรมควันชั้นสามเป็นผลิตภัณฑ์หลัก ส่วนการบริหารจัดการด้านการตลาดเป็นเพียงการเสนอขายในร้านค้าใกล้เคียงสหกรณ์ ในยุคการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ

พบว่าการขยายตัวด้านการผลิตผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปหลากหลายตลาดมีการตรวจเช็คราคารับซื้อและการทำสัญญาประกันการรับซื้อล่วงหน้า โดยอาศัยเครือข่ายทางด้านธุรกิจ ส่วนยุคแห่งการทดลองพบว่าได้รับผลกระทบจากการทุจริตของประธานกรรมการบางกลุ่มจนทำให้ประสบปัญหาการดำเนินธุรกิจขาดทุนตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมาและส่งผลให้การประเมินผลสหกรณ์ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานจากกรมตรวจสอบบัญชีสหกรณ์

Goss and Roberts (2011) ได้ทำการศึกษา ผลกระทบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อต้นทุนของสินเชื่อธนาคาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) และหนี้ธนาคาร กลุ่มอย่างคือ บริษัท สินเชื่อในอเมริกา 3996 บริษัท พบว่า บริษัทผู้ให้สินเชื่อมีความกังวลต่อ CSR ในกรณีที่ไม่มีความปลอดภัย โดยบริษัทผู้ให้สินเชื่อจะจัดทำเอกสารต่อการลงทุนด้าน CSR อย่างรอบคอบ โดยผู้กู้ที่มีคุณภาพต่ำที่จะเผชิญกับการกระจายสินเชื่อที่สูงขึ้น และระยะเวลาครบกำหนดที่สั้นกว่า แต่ผู้ให้กู้ไม่สนใจต่อการลงทุนด้าน CSR จะเป็นผู้กู้ที่มีคุณภาพสูง

Behr and Heid (2011) ได้ทำการศึกษา ความสำเร็จของการควบรวมกิจการธนาคารกลับมาอีกครั้ง โดยประเมินตามกลยุทธ์การบริหารการจับคู่ พบว่า การควบรวมกิจการให้ธนาคารมีความสามารถในการทำกำไรยังเป็นปัญหา อยู่ เนื่องจากการควบรวมกิจการของธนาคารเยอรมันตั้งแต่ปี 2538-2543 พบว่ามีความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพด้านต้นทุนของธนาคารต่ำกว่าปกติ และพบว่าปัญหาของการควบรวมกิจการธนาคารคือการมีอคติคัดค้านอย่างรุนแรงเกี่ยวกับเรื่องก่อนหน้าของธนาคาร

วังสรา เนติมา นิจันพันศรี (2554) ได้ทำการศึกษา การสร้างแบบวัดสำหรับการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทธุรกิจในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างแบบวัดสำหรับการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทธุรกิจในประเทศไทย โดยมีขั้นตอนการวิจัย 2 ขั้นตอน คือ 1) การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของแบบวัด โดยสร้างแบบวัดจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี และนำไปตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) การตรวจสอบความถูกต้องเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Reliability) โดยใช้การวิเคราะห์ประสิทธิอัลฟาของคอนบาร์ช และ 2) การตรวจสอบความเหมาะสมในการใช้งานจริงของแบบวัด โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทธุรกิจประเภท 8 ประเภทธุรกิจ ประเภทธุรกิจละ 1 บริษัท การวิจัยครั้งนี้ได้พัฒนาแบบวัดสำหรับการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทธุรกิจในประเทศไทย โดยมีข้อความที่ใช้ในแบบวัดทั้งหมด 47 ข้อความ ประกอบด้วย 1) ด้าน

สังกม 13 ข้อความ ซึ่งผลการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) ได้ 0.82 และผลการตรวจสอบความถูกต้องเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ได้ 0.63 2) ด้านสิ่งแวดล้อม 12 ข้อความ ผลการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) ได้ 0.79 และผลการตรวจสอบความถูกต้องเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ได้ 0.80 3) ด้านการบริหารจัดการหรือเศรษฐกิจ 22 ข้อความ ผลการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) ได้ 0.82 และผลการตรวจสอบความถูกต้องเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ได้ 0.79 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Reliability) พบว่าแบบวัดทั้งหมดมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาช 0.96 สำหรับการตรวจสอบความเหมาะสมในการใช้งานของแบบวัด พบว่า ในภาพรวมแบบวัดมีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้จริง ทั้งนี้การนำไปใช้จริงสามารถปรับให้สอดคล้องกับประเภทธุรกิจ ขนาด และนโยบายด้านซีเอสอาร์ของบริษัททิพย์สุกลเดช (2555) ได้ทำการศึกษา แนวทางการพัฒนาการประเมินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการประเมินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงิน ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการประเมินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงิน ปัจจุบันยังไม่มีธนาคาร หรือหน่วยงานสถาบันการเงินใดที่ทำการศึกษา และการเผยแพร่เอกสารที่เป็นทางการเกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างจริงจัง เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการประเมินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงิน นำไปใช้พิจารณาโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงินว่าจะหยุดดำเนินการหรือจะปรับปรุงโครงการในทิศทางใด การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Research) โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) ผู้บริหารโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงิน ผู้บริหารโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภายนอก และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรใน 2 ประเด็น คือ นโยบายการบริหารโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม และการประเมินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประเมินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงิน ประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ด้านกระบวนการภายใน และด้านข้อมูลที่วัดได้จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเชิงคุณภาพ ไปสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อยืนยันว่าปัจจัยเหล่านั้นมีความสำคัญต่อการประเมินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารและพนักงานของสถาบันการเงินจำนวน 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประเมินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในระดับมากที่สุด คือ

ปัจจัยด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการเรียนรู้และพัฒนา ปัจจัยด้านกระบวนการภายใน และปัจจัยด้านข้อมูลที่วัดได้ ตามลำดับ แล้วจึงสรุปหาแนวทางการพัฒนาการประเมินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงิน ได้เป็น “SLIM Model” ที่จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการประเมินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันการเงิน ตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ “SLIM Model” ประกอบด้วย S: Stakeholder คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย, L: Learning and Development คือ การเรียนรู้และพัฒนา, I: Internal Process คือ กระบวนการภายใน และ M: Measurable คือ ข้อมูลที่วัดได้ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับธุรกิจธนาคาร หรือองค์กรต่างๆ ที่มีนโยบายการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม โดยนำมาใช้เป็นแนวทางในการประเมินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของตน

Ledenyov and Ledenyov (2012) ได้ทำการศึกษา กลยุทธ์การบริหารของธนาคารกลางใหม่ในการจัดการความไม่แน่นอนทางการเงิน : การวิเคราะห์เชิง Econophysical ของระบบการเงิน พลวัตไม่เชิงเส้น พบว่า ในปัจจุบันนวัตกรรมในด้านการเงินได้นำมาใช้วิเคราะห์ความท้าทายทางธุรกิจและกฎระเบียบส่วนใหญ่ที่ต้องเผชิญกับอุตสาหกรรมการเงินเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในตลาดทุนทั่วโลก ใช้วิธีการคิดแบบบูรณาการเพื่อกำหนดกลยุทธ์ของธนาคารกลางใหม่และเสนอว่ากลยุทธ์ใหม่จะต้องมุ่งเน้นไปที่การจัดการอย่างต่อเนื่องของเงินและความไม่แน่นอนทางการเงิน โดยใช้ฐานความรู้ในสาขาวิทยาศาสตร์ เสนอทฤษฎีใหม่ของเศรษฐศาสตร์ซึ่งเรียกว่า Nonlinear Dynamic Stochastic General Equilibrium (NDSGE) ซึ่งนำไปสู่การบัญชีความไม่เชิงเส้นปรากฏในระหว่างการทำงานร่วมกันระหว่างวงจรธุรกิจ

Julian and Dankwa (2013) ได้ทำการศึกษา ความพร้อมของทรัพยากรทางการเงินและค่าใช้จ่ายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในเศรษฐกิจย่อยของรัฐชาราวา วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมของทรัพยากรทางการเงินกับค่าใช้จ่ายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ในประเทศกานา โดยทำการศึกษา ข้อมูลระยะยาวจาก สถาบันระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศกำลังพัฒนามีแนวโน้มที่จะส่งผลให้เกิดความแตกต่างด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างความพร้อมใช้งานของทรัพยากรทางการเงินและค่าใช้จ่ายความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) สำหรับ บริษัท ในประเทศกานาซึ่งเป็นประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ของแอฟริกาชาราวา และพบว่าผลตอบแทนจากการขายผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นและความสามารถในการทำกำไรสุทธิมีความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับค่าใช้จ่ายความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่ลดลง

Ratnovski (2013) ได้ทำการศึกษา สภาพคล่องและความโปร่งใสในยุทธศาสตร์การบริหารความเสี่ยงของธนาคาร พบว่า ธนาคารอาจไม่สามารถรีไฟแนนซ์หนี้สินระยะสั้นในกรณีที่ถูกหนี้มีความกังวลเกี่ยวกับการชำระหนี้ ในการจัดการความเสี่ยงนี้ธนาคารจะต้องสามารถสะสมสินทรัพย์สภาพคล่องหรือสร้างความโปร่งใสให้กับประชาชน โดยไม่ให้เกิดความรุนแรงเกิดขึ้น แต่เนื่องจากการยกระดับธนาคารที่ไม่มีการควบคุมสภาพคล่องและความโปร่งใสไม่เพียงพอไม่สามารถตรวจสอบได้ อีกทั้งการตอบสนองด้านกฎระเบียบมีข้อจำกัด จนทำให้ธนาคารมีความเสี่ยงในการรีไฟแนนซ์ เพื่อให้มีผลบังคับใช้ข้อกำหนดด้านสภาพคล่องควรได้รับการเสริมโดยมาตรการที่เพิ่มแรงจูงใจธนาคารเพื่อนำมาใช้อย่างโปร่งใส

จารุวรรณ เบ็ญมล (2556) ได้ทำการศึกษา กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกองทุนเงิน ใหู้ยืม เพื่อการศึกษาในอนาคต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและนำเสนอว่า ควรนำกลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มาใช้ในการบริหารจัดการกยศ. ในอนาคต กยศ. ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาให้นักเรียนนักศึกษาที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้น้อย ปัจจุบันใหู้ยืมแก่นักเรียน นักศึกษาไปแล้วกว่า 3.7 ล้านราย และใช้งบประมาณแผ่นดินไปกว่า 3 แสนล้านบาท แต่นับว่ายังไม่บรรลุวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) และสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาและ CSR เป็นหน่วยวิเคราะห์ เพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แบบอุปนัย (Analytic Induction) จากผลศึกษา กยศ. ควรนำแนวคิด CSR มาใช้ในการบริหารจัดการมากกว่าเดิม และควรอยู่ในกระบวนการทำงานหลักขององค์กร เป็น CSR in-process โดยปรับปรุงข้อกำหนด ข้อบังคับ หรือกฎหมาย และควรมีกฎชุดด้าน CSR ที่เป็นที่ยอมรับเป็นเครื่องมือ อาทิ นโยบายการกำกับดูแลองค์กรอย่างโปร่งใสตรวจสอบได้ (Good governance) มาตรฐาน ISO 26000 การกำหนดให้ CSR เป็นยุทธศาสตร์หลักของ กยศ. เชื่อได้ว่าจะก่อให้เกิดผลดีต่อ นักเรียน นักศึกษา และสังคมโดยรวม ทำให้ กยศ. ประสบความสำเร็จในการสร้างความเท่าเทียมทางการศึกษา และขับเคลื่อนสังคม ไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ได้อย่างแท้จริง

วรศักดิ์ หิโตปกรณ (2557) ได้ทำการศึกษา กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเป้าประสงค์ กลยุทธ์ และกลวิธีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม ปัจจัยที่กำหนดการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งครอบคลุมปัจจัยภายในและภายนอกของบริษัท และเพื่อพัฒนาแนวคิดการสร้างกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้บริหารระดับสูงและระดับกลางของบริษัทกลั่นน้ำมัน จำนวน 7 ท่าน (2) กลุ่มผู้นำชุมชนที่ได้รับผลกระทบ คือ ผู้นำชุมชนและนักการเมืองท้องถิ่น จำนวน 5 คน และ (3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง

คือ กลุ่มผู้นาองค์กรไม่แสวงหากำไรและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 6 ท่าน ข้อมูลที่ได้รับจากทุกกลุ่มนำมาวิเคราะห์ด้วยกัน ด้วยการจัดระเบียบข้อมูล แยกเป็นหมวดหมู่ของประเด็นและความสัมพันธ์ของข้อมูลเป็นข้อสรุปชั่วคราว ข้อสรุปย่อย บทสรุปย่อย และบทสรุปเป็นกลยุทธ์ จากนั้นได้นำกลยุทธ์ดังกล่าวมาให้ผู้บริหารระดับสูงและระดับกลางของบริษัทถ่มน้ำมัน จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบถึงความมากมาย การใช้จริงของกลยุทธ์ดังกล่าวอีกครั้ง สุดท้ายได้สังเคราะห์ที่เป็นคุณค่าของข้อค้นพบเสนอเป็นนวัตกรรมของการวิจัยต่อไป ผลการวิจัย พบว่าเป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมี 4 ด้าน คือ (1) เป้าประสงค์ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่มีต่อพนักงาน (2) เป้าประสงค์ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่มีต่อธุรกิจถ่มน้ำมันและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (3) เป้าประสงค์ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่มีต่อชุมชนรอบ โรงถ่มน้ำมัน และ (4) เป้าประสงค์ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่มีต่อชุมชนห่างไกล โรงถ่มน้ำมัน ผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินกลยุทธ์พบว่ามี 4 ด้าน คือ (1) จุดแข็ง ผู้บริหารระดับสูงมีประสบการณ์ความสัมพันธ์กับชุมชน เป็นแบบอย่างที่ดีและมีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมชัดเจน พนักงานมีความรู้สูงพร้อมเรียนรู้และปฏิบัติ มีการเงินแข็งแกร่งพร้อมพัฒนาเทคโนโลยีและชุมชน มีวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและมีนวัตกรรมและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (2) จุดอ่อน การประเมินผลโครงการสนับสนุนชุมชนไม่ชัดเจน ไม่ให้การประชาสัมพันธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมเท่าที่ควร พนักงานขาดทักษะการพัฒนาความเข้มแข็งชุมชน และ (3) โอกาส มีเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคมและองค์กรไม่แสวงหากำไร เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนข้อมูล กระแสโลกร้อนกระตุ้นให้มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชื่อมโยงกัน ค่านิยมทางสังคมและทางศาสนาส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และภาครัฐส่งเสริมโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยมาตรการภาษี และ (4) อุปสรรค ประชาชนขาดความรู้และทักษะความรับผิดชอบต่อสังคม ภาครัฐจัดงบประมาณให้ท้องถิ่นไม่เพียงพอ ประชาชนขาดจิตอาสาและขาดทักษะในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และผู้นำชุมชนขาดความรู้และทักษะด้านความเข้มแข็งของชุมชน แนวคิดใหม่ของการพัฒนากลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทถ่มน้ำมันปีโตรเลียม ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ออกมาเป็นกลยุทธ์คานงัดความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่มี 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คือ กลุ่มกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมแท้ มี 3 กลยุทธ์ย่อย ได้แก่ (1) กลยุทธ์พัฒนาจิตอาสาและทักษะ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่บริษัทต้องดำเนินการเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงสามารถดำเนินการอีก 2 กลยุทธ์ต่อไปได้ (2) กลยุทธ์พัฒนาธุรกิจหลัก (โซ่คุณค่า) และโซ่อุปทาน เพื่อลดมลภาวะ โดยพัฒนาโซ่คุณค่าของธุรกิจหลักไปพร้อมๆ กับการพัฒนาธุรกิจต้นน้ำและปลายน้ำของโซ่อุปทาน และ (3) กลยุทธ์พัฒนาความสัมพันธ์และความเข้มแข็งชุมชน โดยเข้าถึงชุมชนให้ได้

ก่อนแล้วจึงพัฒนาความเข้มแข็งชุมชน และส่วนที่ 2 คือ กลุ่มกลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งเป็นกลยุทธ์เสริมแรง ทุนแรงหรือกลยุทธ์ที่ขับเคลื่อนกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมแท้ มี 3 กลยุทธ์ย่อย คือ (1) กลยุทธ์สื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม (2) กลยุทธ์นวัตกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และ (3) กลยุทธ์พันธมิตรความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทชั้นนำมีปิโตรเลียมสามารถนำกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 2 ส่วนนี้ ไปดำเนินการในการปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

Wenxia and Liu (2015) ได้ทำการศึกษา ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและต้นทุนของหุ้นกู้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ของบริษัท ที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนของการออกพันธบัตรใหม่ พบว่าผลการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีขึ้นมีความเกี่ยวข้องกับการจัดอันดับเครดิตที่ดีขึ้น หลังจากควบคุมการจัดอันดับเครดิตแล้ว แสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพของ CSR ที่ดีขึ้นนั้นเกี่ยวข้องกับส่วนต่างอัตราผลตอบแทนที่ลดลง อีกทั้งยังพบว่า การดำเนินงานที่มั่นคงโดยทั่วไปมีมิติความรับผิดชอบต่อสังคมเจ็ดประการนั้นสอดคล้องกับข้อค้นพบหลักของผลการวิจัยว่า บริษัท ที่มีผลการดำเนินงานด้าน CSR ที่ดีกว่าสามารถออกพันธบัตรได้ในราคาที่ต่ำกว่าและจุดแข็งและข้อกังวลด้าน CSR นั้นได้รับการพิจารณาจากผู้ถือหุ้นกู้ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและพันธบัตรอัตราผลตอบแทนเด่นชัดมากขึ้นในการลงทุน

อภิรดา ชินประทีป (2558) ได้ทำการศึกษา การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และผลการดำเนินงาน ทางด้านการเงิน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) กับผลดำเนินงาน ทางด้านการเงิน (Financial Performance) ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ได้มาจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่ม บริษัทในดัชนี SET 50 Index ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในงานนี้ได้จำแนก การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ออกเป็น 7 ด้าน คือ 1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี 2) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม 3) การเคารพสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม 4) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 5) ชุมชนและสังคม 6) สิ่งแวดล้อม และ 7) ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลและการเข้าถึงข้อมูล โดยการใช้ข้อมูลอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นในปี พ.ศ. 2554 ของบริษัทต่าง ๆ ที่นำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ทำให้พบว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านชุมชนและสังคมสินทรัพย์ของบริษัทขยายของบริษัท อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ และประเภทของอุตสาหกรรมชนิดต่าง ๆ กัน มีผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ศิริรัตน์ พรหมดวงตา (2558) ได้ทำการศึกษา รูปแบบกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบ ต่อสังคมของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับรูปแบบ กิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารพาณิชย์ในเมืองไทยได้แก่ 1)รูปแบบของ กิจกรรม 2)เปรียบเทียบการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารแต่ละ ประเภท 3)การมีส่วนร่วมและรับรู้ของพนักงานและผู้ให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า 1)รูปแบบของ กิจกรรม ลักษณะกิจกรรมแต่ละกิจกรรมไม่ว่าจะเป็น กิจกรรมด้านการศึกษา กิจกรรมด้านสังคม กิจกรรมด้านสาธารณสุข กิจกรรมด้านศิลป วัฒนธรรม กิจกรรมด้านการปลูก และกิจกรรมด้าน ศาสนาและวัฒนธรรม 2)เปรียบเทียบการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธนาคารแต่ละประเภท ผลการวิจัยพบว่า ธนาคารพาณิชย์ ในประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบการจัด กิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยแต่ละประเภททั้ง เอกชน รัฐบาล และที่ระดมทุนกับต่างประเทศนั้น ทุกประเภทของธนาคารมีกิจกรรมเพื่อแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน 3) การมีส่วนร่วมและรับรู้ของพนักงานและผู้ให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ธนาคารแต่ละธนาคารมีการสื่อสารหลากหลายช่องทางเพื่อให้เข้าถึงพนักงานและ ผู้ให้บริการ และมีส่วนร่วมกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น

กัลยา หงษ์พรม และสุวัฒน์ เงินงั่ว (2558) ได้ทำการศึกษา ยุทธศาสตร์การบริหารการ จัดการความขัดแย้งของผู้บริหาร มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษายุทธศาสตร์การบริหารการจัดการ ความขัดแย้งของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 (2) เพื่อเปรียบเทียบยุทธศาสตร์การบริหารจัดการความขัดแย้งของผู้บริหาร สังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 โดยจำแนกตามเพศ ประสบการณ์ในการดำรงตำแหน่ง และขนาดโรงเรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 จำนวน 270 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่า t-test และทดสอบค่า F-test ผลการวิจัย สรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษา ใช้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ ความขัดแย้ง ในภาพรวม อยู่ใน ระดับการปฏิบัติ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริหารใช้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ ความขัดแย้ง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ยุทธศาสตร์การเอาชนะ ยุทธศาสตร์การเจรจา ต่อรอง ยุทธศาสตร์การร่วมมือ ยุทธศาสตร์การหลีกเลี่ยง ยุทธศาสตร์การยอมให้ ยุทธศาสตร์การ เผอิญหน้า และยุทธศาสตร์การประนีประนอม

Cornett, Erhemjamts and Tehranian (2016) ได้ทำการศึกษา ความโลภหรือการกระทำที่ผิด: การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและผลการดำเนินงานทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ของสหรัฐในวิกฤตการเงิน พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ของธนาคารและผลการดำเนินงานทางการเงินในบริบทของวิกฤตการเงินที่ผ่านมา และพบว่าธนาคารโดยทั่วไปดูเหมือนว่าจะได้รับรางวัลสำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมเนื่องจากผลการดำเนินงานทางการเงินนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความเกี่ยวข้องกับคะแนน CSR อีกทั้งยังพบว่าธนาคารที่ใหญ่ที่สุดดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในระดับที่สูงกว่าธนาคารขนาดเล็ก นอกจากนี้ธนาคารที่ใหญ่ที่สุดเห็นจุดแข็งของ CSR ที่เพิ่มขึ้นและความกังวลเกี่ยวกับ CSR ที่ลดลงอย่างมากหลังจากปี 2009

นวลพรรณ ลำซ่า (2559) ได้ทำการศึกษา ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทประกันภัยในสังคมประชาธิปไตย พบว่า การประกอบธุรกิจประกันภัยต้องให้ความสำคัญกับการนำแนวทางการรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) มาปรับใช้ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ ในสังคมประชาธิปไตยที่มุ่งเสริมสร้างความแข็งแกร่งและการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย บทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทประกันภัยในการปกครองระบอบประชาธิปไตย ต้องพิจารณาปัจจัยพื้นฐาน 3 ด้าน กล่าวคือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อม ผ่านกระบวนการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ภายใต้การมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยยึดหลักความเสมอภาค เสรีภาพ และหลักนิติธรรม (การปกครองโดยกฎหมาย) การนำแนวคิดในการดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักความรับผิดชอบต่อสังคมในระบอบการปกครองประชาธิปไตย จึงต้องสะท้อนผ่านกระบวนการทำงาน CSR in Process ซึ่งเป็นกระบวนการภายในทุกขั้นตอน รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่แสดงออกถึงการตอบสนองต่อสังคมในรูปแบบกิจกรรมสร้างสรรค์หรือการให้ความช่วยเหลือต่อชุมชนและสังคมในรูปแบบจิตอาสาต่างๆ หรือเรียกว่า CSR after Process อนึ่ง ความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคเอกชนจะประสบผลสำเร็จได้ หากภาครัฐให้ความร่วมมือ ด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ให้เป็นรูปธรรม ด้วยการกำหนดมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมให้ได้ระดับเท่าเทียมกับสถาบันการเงินอื่น ตลอดจนมีระบบการติดตาม และสร้างค่านิยมให้เกิดการยอมรับภาคธุรกิจอย่างจริงจัง

ประพจน์ กิตติขจร และ ชาญธรรม สุขพานิช (2559) ได้ทำการศึกษา ภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการแนวบรรษัทภิบาลสมัยใหม่ กรณีศึกษาธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2557 มีวัตถุประสงค์งานวิจัยเพื่อศึกษา 1. ศึกษาภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ ในการนำยุทธศาสตร์การบริหารจัดการแนวบรรษัทภิบาลสมัยใหม่ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) 2. นำเสนอรูปแบบภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ ในการบริหารจัดการแนวบรรษัทภิบาลสมัยใหม่

กรณีศึกษา ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สำหรับระเบียบวิธีสำคัญ จำนวน 31 คน เป็นผู้บริหารระดับสูงและสำคัญจากทุกภาคส่วน ภาครัฐภาคการเมือง นักวิชาการ และภาคประชาสังคม และโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำภาคนำด้านการเงินและการธนาคาร ในด้านวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพทำการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อผู้ให้ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามต่อผู้มีส่วนได้เสียในโลกของการเงินจำนวน 358 คน ผลการวิจัยเชิงปริมาณ สรุปว่าภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ ในการนำยุทธศาสตร์ การบริหารจัดการแนวบรรษัทภิบาล ต้องเป็นมีความโดดเด่นด้านองค์ความรู้เชิงเทคนิค ใช้ฐานข้อมูลจนเป็นองค์กรอัจฉริยะ ส่วนผลการวิจัยเชิงคุณภาพ สรุปว่า ภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ ต้องมีความสามารถกระตุ้นให้ผู้ตามเกิดความผูกพันและมุ่งมั่นที่จะทำงานให้บรรลุถึงวิสัยทัศน์บริหารกิจการธนาคารและรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นภาวะผู้นำที่จะนำยุทธศาสตร์ ต้องปรับองค์การให้เป็นองค์กรแห่งสารสนเทศและความรู้ และต้องมองหาสิ่งอื่นที่นอกเหนือจากการมุ่งผลกำไร มากกว่าที่จะมุ่งแสวงหากำไร และต้องมีความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม รูปแบบของภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ ในการบริหารจัดการแนวบรรษัทภิบาลสมัยใหม่ สรุปได้ว่า “เครื่องจักรการเงินที่มุ่งแสวงหากำไรสูงสุด” ไปสู่การเป็นองค์กรที่มีความแข็งแกร่ง มุ่งมั่นที่จะให้บริการทางการเงินด้วยความรวดเร็ว และพร้อมที่จะใช้สติปัญญาในการให้ ความรู้ทางการเงินเพื่อปกป้องประชาชนจากวิกฤตต่างๆ ซึ่งเป็นประจักษ์ชัด“องค์กรเทพพยาครุฑผู้คิดปีกแห่งองค์ความรู้ทางการเงิน”

Bhandari and Javakhadze (2017) ได้ทำการศึกษา ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และประสิทธิภาพการจัดสรรเงินทุน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากิจกรรมเพื่อสังคมบิดเบือนความไวของการลงทุน พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) และประสิทธิภาพการจัดสรรทุนระดับ บริษัท แสดงว่า CSR บิดเบือนความไวของการลงทุน นอกจากนี้ยังพบว่า การทำเอกสารที่เกี่ยวกับ CSR ส่งผลกระทบต่อความอ่อนไหวของการเงินภายนอก และทำให้มีผลต่อการลงทุนเพิ่มขึ้นต่อกระแสเงินสด

วรศักดิ์ หิโตปกรณ (2560) ได้ทำการศึกษา กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ถิ่นน้ำมันปิโตรเลียม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเป้าประสงค์ กลยุทธ์ และกลวิธีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทถิ่นน้ำมันปิโตรเลียม ปัจจัยที่กำหนดการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งครอบคลุมปัจจัยภายในและภายนอกของบริษัท และเพื่อพัฒนาแนวคิดการสร้างกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้บริหารระดับสูงและระดับกลางของบริษัทถิ่นน้ำมัน จำนวน 7 ท่าน (2) กลุ่มผู้นำชุมชนที่ได้รับผลกระทบ คือ ผู้นำชุมชนและนักการเมืองท้องถิ่น จำนวน 5 คน และ (3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง คือ กลุ่มผู้นำองค์กรไม่แสวงหากำไรและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 6

ท่าน ข้อมูลที่ได้รับจากทุกกลุ่มนำมาวิเคราะห์ด้วยกัน ด้วยการจัดระเบียบข้อมูล แยกเป็นหมวดหมู่ของประเด็นและความสัมพันธ์ของข้อมูลเป็นข้อสรุปชั่วคราว ข้อสรุปย่อย บทสรุปย่อย และบทสรุปเป็นกลยุทธ์ จากนั้นได้นำกลยุทธ์ดังกล่าวมาให้ผู้บริหารระดับสูงและระดับกลางของบริษัทกลั่นน้ำมัน จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบถึงความมากน้อย การใช้จริงของกลยุทธ์ดังกล่าวอีกครั้ง สุดท้ายได้สังเคราะห์ที่เป็นคุณค่าของข้อค้นพบเสนอเป็นนวัตกรรมของการวิจัยต่อไป ผลการวิจัย พบว่าเป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมี 4 ด้าน คือ (1) เป้าประสงค์ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่มีต่อพนักงาน (2) เป้าประสงค์ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่มีต่อธุรกิจกลั่นน้ำมันและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (3) เป้าประสงค์ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่มีต่อชุมชนรอบ โรงกลั่น และ (4) เป้าประสงค์ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่มีต่อชุมชนห่างไกล โรงกลั่น ผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินกลยุทธ์พบว่ามี 4 ด้าน คือ (1) จุดแข็ง ผู้บริหารระดับสูงมีประสบการณ์ความสัมพันธ์กับชุมชน เป็นแบบอย่างที่ดีและมีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมชัดเจน พนักงานมีความรู้สูงพร้อมเรียนรู้และปฏิบัติ มีการเงินแข็งแกร่งพร้อมพัฒนาเทคโนโลยีและชุมชน มีวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและมีนวัตกรรมและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (2) จุดอ่อน การประเมินผลโครงการสนับสนุนชุมชนไม่ชัดเจน ไม่ให้การประชาสัมพันธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมเท่าที่ควร พนักงานขาดทักษะการพัฒนาความเข้มแข็งชุมชน และ (3) โอกาส มีเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคมและองค์กรไม่แสวงหากำไร เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนข้อมูล กระแสโลกรื้อนกระตุ้นให้มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชื่อมโยงกัน ค่านิยมทางสังคมและทางศาสนาส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และภาครัฐส่งเสริมโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยมาตรการภาษี และ (4) อุปสรรค ประชาชนขาดความรู้และทักษะความรับผิดชอบต่อสังคม ภาครัฐจัดงบประมาณให้ท้องถิ่นไม่เพียงพอ ประชาชนขาดจิตอาสาและขาดทักษะในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และผู้นำชุมชนขาดความรู้และทักษะด้านความเข้มแข็งของชุมชน แนวคิดใหม่ของการพัฒนากลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ออกมาเป็นกลยุทธ์คานงัดความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่มี 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คือ กลุ่มกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมแท้ มี 3 กลยุทธ์ย่อย ได้แก่ (1) กลยุทธ์พัฒนาจิตอาสาและทักษะ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่บริษัทต้องดำเนินการเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงสามารถดำเนินการอีก 2 กลยุทธ์ต่อไปได้ (2) กลยุทธ์พัฒนาธุรกิจหลัก (โซ่คุณค่า) และโซ่อุปทาน เพื่อลดมลภาวะ โดยพัฒนาโซ่คุณค่าของธุรกิจหลักไปพร้อมๆ กับการพัฒนาธุรกิจต้นน้ำและปลายน้ำของโซ่อุปทาน และ (3) กลยุทธ์พัฒนาความสัมพันธ์และความเข้มแข็งชุมชน โดยเข้าถึงชุมชนให้ได้ก่อนแล้วจึงพัฒนาความเข้มแข็งชุมชน และส่วนที่ 2 คือ กลุ่มกลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพและ

ประสิทธิผล ซึ่งเป็นกลยุทธ์เสริมแรง ทุนแรงหรือกลยุทธ์ที่ขับเคลื่อนกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมแท้ มี 3 กลยุทธ์ย่อย คือ (1) กลยุทธ์สื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม (2) กลยุทธ์นวัตกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และ (3) กลยุทธ์พันธมิตรความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทก้นน้ำมันปิโตรเลียมสามารถนำกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 2 ส่วนนี้ ไปดำเนินการในการปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

สุวรรณิ แยมพราย (2562) ได้ทำการศึกษา การประเมินผลนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ: กรณีศึกษาเขตลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงสภาพการดำเนินงาน ปัญหา ผลการดำเนินนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ในเขตลาดกระบัง เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการพัฒนา วางแผน ปรับปรุงและกำหนดนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐอย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพต่อไป การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ในเขตลาดกระบัง โดยการประเมินนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาของนโยบาย ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนในเขตลาดกระบังมีความเห็นต่อนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก ส่วนคุณสมบัติส่วนบุคคลของประชาชนในเขตลาดกระบังที่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐนั้นพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความเห็นต่อนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกันมีความเห็นต่อนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านเนื้อหาและด้านกระบวนการแตกต่างกัน ขณะที่มีความเห็นต่อนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านผลลัพธ์ ไม่แตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกันมีความเห็นต่อนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐทุกด้านแตกต่างกัน รายได้ที่แตกต่างกันมีความเห็นต่อนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านเนื้อหาและด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน ขณะที่มีความเห็นต่อนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านผลลัพธ์แตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความเห็นต่อนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านเนื้อหาและด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน ขณะที่มีความเห็นต่อนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านผลลัพธ์แตกต่างกัน ส่วนด้านประเภทของการใช้บัตร ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ณัฐพิชชา นาคผจญ (2563) ได้ทำการศึกษา แนวทางการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินธุรกิจความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 2) วิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 3) ศึกษาปัจจัยองค์กรและปัจจัยการดำเนินงานที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ

4) นำเสนอแนวทางในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารที่ทำงานในธุรกิจโรงแรมที่ได้รับอนุญาตในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 265 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ และวิเคราะห์เนื้อหาจากข้อมูลความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 18 คน ผลการวิจัย พบว่า สภาพปัญหาการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เกิดจากการขาดงบประมาณในการดำเนินงาน บุคลากรขาดความเข้าใจในการดำเนินงาน ความรับผิดชอบต่อสังคมและขาดการสนับสนุนงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจากรัฐบาลที่เพียงพออีกทั้งจากการสัมภาษณ์พบว่าปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านสังคม และด้านวัฒนธรรม ยังส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่ธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่ให้ความสนใจเพื่อให้ธุรกิจโรงแรมได้มีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม และส่งเสริมการพัฒนาสังคมมากขึ้น ปัจจัยการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านวัตถุประสงค์เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ตามด้วยด้านหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการทำความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านแผนในการดำเนินงาน และด้านตรวจติดตามประเมินผลการดำเนินงานและปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ตามด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการกุศลและความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันตามปัจจัยองค์กร ด้านการดำเนินงาน CSR ด้านทุนจดทะเบียน และด้านสัดส่วนการลงทุนหรือถือหุ้นจากต่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง ปัจจัยด้านการดำเนินงานมีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถร่วมกันอธิบายความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ร้อยละ 72.7 (Adjusted R² = .722) โดยด้านวัตถุประสงค์เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการทำความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านแผนในการดำเนินงาน และด้านตรวจติดตามผลการดำเนินงาน มีอิทธิพลทางบวกที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แนวทางดำเนินการที่เหมาะสม ประกอบด้วย แนวทางการบริหารจัดการงบประมาณในการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม แนวทางการสร้างความรู้ ความเข้าใจ การดำเนินงาน

ความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับบุคลากรในธุรกิจ โรงแรม แนวทางการสนับสนุนงานด้านความ
รับผิดชอบต่อสังคมจากหน่วยงานรัฐ และแนวทางการพัฒนาความพร้อม และความโปร่งใสในการ
ดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ โรงแรม



บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อยกระดับด้านคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ และสังคม” ในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งด้านเนื้อหา วิชาการ และประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษา นโยบายการเป็นธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน 2) เพื่อศึกษาการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้รับบริการในนโยบายการเป็นธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน 3) เพื่อสร้างนิยามความหมายใหม่ของธนาคารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมและตัวแบบธนาคารในการผลักดันเชิงนโยบายต่อแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากหลายแหล่ง ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก เอกสารราชการและเอกสารที่เกี่ยวข้องรวมทั้งการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการนำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติโดยใช้การสนทนากลุ่มผู้วิจัยใช้ระเบียบการวิจัยที่ใช้ในการศึกษาโดยครอบคลุมเนื้อหาสำคัญ ดังต่อไปนี้

- 3.1 แนวทางการศึกษาวิจัย
- 3.2 พื้นที่การวิจัย
- 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แนวทางการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อยกระดับด้านคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ และสังคม” ในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งด้านเนื้อหา วิชาการ และประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึก

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviewing)และการใช้เอกสาร (Documents) ผู้วิจัยได้ ทำการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องจาก ตำรา วิทยานิพนธ์หรือคหุฎินิพนธ์ บทความทางวิชาการ เว็บไซต์ รายงานประจำปีของธนาคารออมสิน และเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและ ต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับนโยบายความรับผิดชอบของสังคมของธนาคารออมสิน

3.2 พื้นที่การวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ในเขตพื้นที่ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่และ สาขา ม.เกษตรและสาขาโชคชัย 4

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก(Key informants) จำนวน 3 กลุ่ม ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแบ่งออกเป็นบุคคล 5 กลุ่ม ได้แก่

- 1) กลุ่มผู้บริหาร กล่าวคือผู้อำนวยการฝ่ายอาวุโส ผู้บริหาร การกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 1 คน
- 2) กลุ่มนักวิชาการ (ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเศรษฐศาสตร์) จำนวน 1 คน
- 3) กลุ่มนักวิชาการ (องค์การภาคนอกภาครัฐ) จำนวน 1 คน
- 4) กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 3 คน
- 5) กลุ่มประชาชนผู้ให้บริการ จำนวน 5 คน

3.4 เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์หลัก (Key-Informants) จำแนกตามกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับโครงสร้างของกิจกรรมที่ใช้เป็นกรอบในการศึกษา ใช้การ สังกัดพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ การบันทึกในกระดาษและบันทึกเทป และในส่วนของการศึกษา ด้านเอกสาร ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อยกระดับด้านคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ

แลสังคม ใช้การสืบค้นผ่าน เอกสาร สื่อ สื่อสิ่งพิมพ์ และการสืบค้นผ่านเว็บไซต์ที่ปรากฏเป็นข้อมูล
สาธารณะ

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการโดยนัดหมายกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-
Informants) เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการนัดสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล สัมภาษณ์ทีละคน
หรือเป็นกลุ่ม และขอให้ผู้ให้ข้อมูลหลักแนะนำผู้ให้ข้อมูลหลักต่อ หรือ เป็นการอ้างอิงต่อเนื่องปาก
ต่อปาก (Snowball Sampling Technique) เพื่อให้ได้จำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญขั้นต่ำครบบตาม
วัตถุประสงค์ ในแต่ละกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย ของการวิจัย สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษา
ด้านเอกสาร ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการปรับตัวของธนาคารออมสิน
ธนาคารเพื่อยกระดับด้านคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจแลสังคม และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง จากเอกสาร สื่อ สื่อ
สิ่งพิมพ์ และการสืบค้นผ่านเว็บไซต์ที่ปรากฏเป็นข้อมูลสาธารณะ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์
ข้อมูล และทำการสังเคราะห์ข้อมูลในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจำนวน 2 ชุดในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบกัน
กล่าวคือ ชุดข้อมูลแรก ได้มาจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ทุกกลุ่ม โดยใช้เทคนิคการ
วิเคราะห์ และทำการสังเคราะห์ข้อมูล ผ่านเทคนิคการถอดความบทสัมภาษณ์ที่ผู้ให้ข้อมูลหลัก
ต้องการสื่อสาร หรือต้องการให้ความหมายในประเด็นที่ศึกษาจากการตอบการสัมภาษณ์ การใช้
คำพูด และการสื่อสาร จากการตอบข้อสัมภาษณ์ตามกรอบการศึกษาทั้งในประเด็นหลักและประเด็น
รอง โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ทำการบันทึกมาทำการถอดรหัสคำ ความหมาย ตลอดจนการ
ตีความหมายแฝงและความหมายโดยนัย เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และสังเคราะห์สรุปเป็นคำตอบ
ของการศึกษา สำหรับ ชุดข้อมูลที่สอง ได้มาจากการสืบค้นการศึกษาด้านเอกสาร ซึ่งนำมาเป็น
ข้อมูลในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสอบทานความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความสอดคล้องของ
คำตอบที่ได้จากข้อเท็จจริงที่ปรากฏ จากนั้นนำเอาข้อมูลทั้ง 2 ส่วนมาทำการวิเคราะห์ และ
สังเคราะห์ข้อมูลรวมกัน เพื่อตอบคำถามการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

บทที่ 4

การพัฒนาเชิงนโยบายการเป็นธนาคารเพื่อสังคม

ในบทนี้จะเป็นผลการศึกษา ประกอบด้วย การวิเคราะห์บทบาทธนาคารเพื่อสังคมในต่างประเทศและในประเทศไทย การวิเคราะห์บทบาทธนาคารเพื่อสังคมกรณีธนาคารออมสิน (Profession DNA) การวิเคราะห์บทบาทธนาคารออมสินเปรียบเทียบกับกรามินแบงก์ การวิเคราะห์ตัวแบบธนาคารที่ยั่งยืน (GABV Model) และการนิยามความหมาย และตัวแบบธนาคารเพื่อสังคมนโยบาย การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานธนาคารเพื่อสังคม

4.1 การวิเคราะห์การพัฒนาการเป็นธนาคารเพื่อสังคมในต่างประเทศและในประเทศไทย

4.1.1 การศึกษาการดำเนินงานด้านธนาคารเพื่อสังคมในประเทศไทย

ในประเทศไทยนั้นมีธนาคารเฉพาะกิจ หรือสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (Specialized Financial Institutions : SFIs) หมายถึง สถาบันการเงินของรัฐที่มีกฎหมายเฉพาะจัดตั้งขึ้น เพื่อดำเนินการตามนโยบายของรัฐในการพัฒนาส่งเสริมเศรษฐกิจ และสนับสนุนการลงทุนต่าง ๆ โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลังซึ่งได้มอบหมายให้ ธปท. ทำหน้าที่ตรวจสอบผลการดำเนินงานและความเสี่ยง และรายงานผลการตรวจสอบไปยังรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง SFIs แบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่

1) สถาบันการเงินเฉพาะกิจที่ทำหน้าที่เป็นธนาคารที่ให้บริการทางการเงินทั้งด้านเงินฝาก และให้สินเชื่อ ซึ่งปัจจุบันมี 4 แห่ง คือ

1.1) ธนาคารออมสิน (Government Savings Bank) เป็นรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456 มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นธนาคารสำหรับประชาชน โดยมุ่งให้บริการรับฝากเงินแก่ผู้ฝากเงินรายย่อย ส่งเสริมการออมทรัพย์อย่างกว้างขวางในกลุ่มนักเรียนและประชาชนโดยทั่วไป

1.2) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร (Bank for Agriculture and Agricultural Co-operatives) มีชื่อว่า ธกส. เป็นรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่ม

เกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

1.3) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (Government Housing Bank) เป็นรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์ พ.ศ. 2496 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สินเชื่อเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยทั้งระยะสั้น (สำหรับผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาโครงการที่ดินและที่อยู่อาศัย) และระยะยาว (สำหรับประชาชน) เพื่อการปลูกสร้าง ซื้อ หรือจัดหาที่อยู่อาศัย

1.4) ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย (Islamic Bank of Thailand) เป็นรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2545 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีช่องทางการเงินที่ถูกต้องตามแนวทางศาสนาอิสลาม และมีชื่อที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่า ไอแบงก์ (iBank)

2) สถาบันการเงินเฉพาะกิจที่ทำธุรกิจตามขอบเขตที่กำหนด เช่น ให้สินเชื่อหรือรับประกันสินเชื่อให้แก่ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม แต่ไม่รับเงินฝากจากประชาชนทั่วไป ซึ่งปัจจุบันมี 4 แห่งคือ

2.1) ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (Export-Import Bank of Thailand) มีชื่อที่รู้จักกันในวงกว้างว่าเอกซิมแบงก์ (EXIM Bank) เป็นรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2536 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการส่งออก การนำเข้า การลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.2) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand) มีชื่อที่เรียกกันโดยทั่วไปว่าเอสเอ็มอีแบงก์ (SME Bank) เป็นรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2545 ภายใต้อำนาจกำกับดูแลของกระทรวงการคลังและกระทรวงอุตสาหกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนา ส่งเสริม ช่วยเหลือ และสนับสนุนการจัดตั้ง การดำเนินงาน การขยายหรือการปรับปรุงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการให้สินเชื่อค้ำประกัน ร่วมลงทุน ให้คำปรึกษา แนะนำ หรือให้บริการที่จำเป็น

2.3) บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (Thai Credit Guarantee Corporation) เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม พ.ศ. 2534 มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดย่อมให้มีโอกาสได้รับสินเชื่อจากสถาบันการเงินมากขึ้น

2.4) บริษัทตลาดรองสินเชื่อที่อยู่อาศัย (Secondary Mortgage Corporation) เป็นรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชกำหนดบริษัทตลาดรองสินเชื่อที่อยู่อาศัย พ.ศ. 2540 มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตลาดรองสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยนำหลักการแปลงสินทรัพย์เป็นหลักทรัพย์

(Securitization) มาใช้เพื่อระดมทุนสำหรับการขยายสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้เพียงพอ รวมทั้งช่วยแก้ปัญหาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของประเทศ

ทั้งนี้ธนาคารเฉพาะกิจดังกล่าวยังถือว่าดำเนินงานเพื่อสังคมค่อนข้างน้อยเนื่องด้วยเหตุผลทางธุรกิจของการปล่อยสินเชื่อลูกค้าธุรกิจอย่างรับผิดชอบในไทย สฤณี อาชวานันทกุล (2558) ได้ทำการวิจัยในเรื่องการดำเนินธุรกิจที่มียั่งยืน พบว่า ธนาคารพาณิชย์ไทยโดยรวมยังไม่เข้าใจแนวคิดหรือวิถีปฏิบัติของการปล่อยสินเชื่อ “ที่รับผิดชอบ” สำหรับลูกค้าธุรกิจ โดยปัจจุบันยังไม่มีธนาคารแห่งใดใช้มาตรฐานสากลด้านการปล่อยสินเชื่อที่รับผิดชอบ อาทิ ชุดหลักอีเคเวเตอร์ หรือบูรณาการการประเมินความเสี่ยงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกระบวนการกลั่นกรองสินเชื่อด้วยตนเอง ธนาคารเน้นเพียงการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และประกาศต่างๆ จากธนาคารแห่งประเทศไทยในฐานะผู้กำกับดูแลเท่านั้น

ธนาคารพาณิชย์ไทยโดยรวมยังให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมซีเอสอาร์ ที่ไม่เกี่ยวอันใดกับการดำเนินธุรกิจหลักของธนาคาร มองความเสี่ยงด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ (เรียกรวมๆ ว่า Environmental, Social, Governance หรือ ประเด็น ESG) ว่าเป็น ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย (Compliance Risk) ของลูกค้าธุรกิจ ความเชื่อเช่นนี้ตั้งอยู่บนสมมุติฐานว่า ความเสี่ยงด้าน ESG ของลูกค้าถูกจัดการหรือจำกัดอย่างเพียงพอแล้วด้วยกฎหมายและกฎเกณฑ์ต่างๆ ของรัฐ สมมุติฐานข้างต้นขัดแย้งกับสภาพความเป็นจริงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันธนาคารไทยหลายแห่งกำลังขยายกิจการเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา ซึ่งล้วนแต่มีสถาบันประชาธิปไตยและกลไกคุ้มครองประชาชนน้อยกว่าไทย เปิดช่องให้เกิดความเสี่ยงด้าน ESG สำคัญๆ หลายด้านที่อยู่นอกเหนือจากกรอบกฎหมายและกฎเกณฑ์ ส่งผลให้ธนาคารไทยมีแนวโน้มที่จะมองไม่เห็นความเสี่ยงเหล่านี้ตาม ไปด้วย Srivastava (2007) เสนอว่าธนาคารควรพิจารณาประเด็นผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในการพิจารณาสินเชื่อโครงการใหญ่ เนื่องจาก 1) การจัดการความเสี่ยงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และในการปล่อยสินเชื่อจะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินของธนาคารเอง ด้วยการลดสัดส่วนหนี้เสียลง และ 2) การจัดการความเสี่ยงดังกล่าวจะสร้างโอกาสใหม่ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่สร้างประโยชน์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งหมดนี้จะช่วยให้ธนาคารสามารถแข่งขันได้ดีขึ้น และธุรกิจธนาคารโดยรวมก็กำลังเคลื่อนตัวออกจาก การธนาคารแนวอนุรักษ์นิยม ซึ่งตั้งอยู่บนความกลัวความเสี่ยง ไปยัง การธนาคารที่ยั่งยืน ซึ่งตั้งอยู่บนการเติบโตจากการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ งานวิจัยจำนวนไม่น้อยยังชี้ว่า การบูรณาการประเด็นความยั่งยืนเข้าไปในระบบการจัดการของธนาคารจะสร้างประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม ด้วยการขยายพรมแดนของ ตลาด ใน

สายตาราชการ ช่วยให้เห็นฐานลูกค้าใหม่และโอกาสทางธุรกิจใหม่ ในทางที่จะเพิ่มชื่อเสียงและความไว้วางใจที่สังคมมีต่อธนาคารได้มากที่สุด

ปัจจุบันประเทศไทยมีกลไกเชิงสถาบันที่คุ้มครองผู้บริโภคหลายหน่วยงานด้วยกัน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ภายใต้สำนักนายกรัฐมนตรีมีหน้าที่หลักในการคุ้มครองผู้บริโภค สำหรับผู้บริโภคทางการเงิน สคบ. ก็ได้ออกประกาศเกี่ยวกับบัตรเครดิต ธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์และรถมอเตอร์ไซค์ ธุรกิจผ่อนเครื่องใช้ไฟฟ้า และธุรกิจสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค สคบ. ประสานงานกับหน่วยงานกำกับดูแลสถาบันการเงินอื่นๆ ในการประชาสัมพันธ์และคลี่คลายข้อพิพาท และมีการสุ่มตรวจเพื่อให้มั่นใจว่าสถาบันการเงินจะทำตามกฎระเบียบว่าด้วยสัญญาสินเชื่อ และรับสอบสวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาหลอกลวงตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลธนาคารพาณิชย์โดยตรง ได้ออกประกาศหลายฉบับเพื่อปรับปรุงกลไกคุ้มครองผู้บริโภครายย่อย ยกตัวอย่างเช่น ในปี พ.ศ. 2555 ธปท. ได้ออกประกาศเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์หลักทรัพย์และประกันชีวิต กำหนดให้ธนาคารเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทอย่างชัดเจน เหมาะสมและเพียงพอ ประกาศดังกล่าวเกิดขึ้นภายหลังจากที่ผู้บริโภคทางการเงินจำนวนมากร้องเรียนว่าถูก บังคับ ให้ซื้อผลิตภัณฑ์หลายประเภทในคราวเดียว เช่น ถูกบังคับให้ทำประกันชีวิตควบคู่ไปกับการขอสินเชื่อ ถึงแม้จะมีกฎหมายและประกาศเหล่านี้ก็ตาม โดยรวมกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคทางการเงินในไทยยังด้อยกว่ามาตรฐานสากลในบางมิติ เช่น เมื่อเปรียบเทียบกับธรรมเนียมปฏิบัติอันเป็นเลิศด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและความรู้เรื่องทางการเงินของธนาคารโลก (World Bank Good Practices for Consumer Protection and Financial Literacy) พบว่า ธนาคารพาณิชย์ไทยยังไม่คำนวณราคาจริงที่ลูกค้าต้องจ่ายเฉลี่ยรายปี (Annual Percentage Rate: APR) ไม่มีการมอบระยะเวลาที่ลูกค้ารายย่อยสามารถเปลี่ยนใจยกเลิกบริการทางการเงินได้โดยไม่ต้องเสียค่าปรับใดๆ (Cooling-off Period) และใบสมัครสินเชื่อ ยังไม่มีมาตรฐานที่ทุกธนาคารใช้ร่วมกัน ช่องว่างเหล่านี้ส่งผลให้การเปิดเผยเงื่อนไขการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทยยังมีความลึกลับแตกต่างค่อนข้างมาก ในปี พ.ศ. 2555 ธปท. เปิดให้บริการศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน (ศคง., สายด่วน 1213) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของการคุ้มครองผู้บริโภคทางการเงินอย่างเป็นระบบ สำหรับผู้บริโภคที่ใช้บริการของธนาคารพาณิชย์และบริษัทสินเชื่อส่วนบุคคลที่อยู่ใต้กำกับของ ธปท. อย่างไรก็ดี ธนาคารเฉพาะกิจของรัฐยังอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง ซึ่งเปิดศูนย์รับแจ้งการเงินนอกระบบ (ศกน., สายด่วน 1359) ในสำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง เพื่อรับเรื่องร้องเรียนของประชาชนเกี่ยวกับนอกระบบและการให้บริการของธนาคารเฉพาะกิจ สถิติการร้องเรียนมายัง ศคง. พบว่า ประเด็นที่มีผู้ร้องเรียนสูงสุดคือบัตรเครดิต ตามมาด้วยสินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อพาณิชย์ และสินเชื่อเช่าซื้อ ในปี พ.ศ. 2556 เรื่อง

ร้องเรียนที่ ศก. รับกว่าร้อยละ 53 เกี่ยวกับสินเชื่อ โดยประเด็นที่มีผู้ร้องเรียนสูงสุด ได้แก่ การร้องขอความช่วยเหลือเรื่องการปรับโครงสร้างหนี้ ตามมาด้วยข้อสงสัยเกี่ยวกับการคำนวณดอกเบี้ยสินเชื่อ และข้อร้องเรียนว่าสถาบันการเงินคิดค่าธรรมเนียมและค่าปรับฐานผ่อนจ่ายช้าสูงอย่างไม่เป็นธรรม (บางแห่งคิดค่าปรับ 200-450 บาทฐานจ่ายช้าโดยไม่ขอยอดค้างชำระ และต่อให้ชำระช้าไปเพียงวันเดียว) สถิติเรื่องร้องเรียนของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค องค์กรพัฒนาเอกชนซึ่งรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคทางการเงินเช่นกัน ฉายภาพความเปราะบางของผู้บริโภคในมุมที่แตกต่างจากรายงานประจำปีของ ศก. นั่นคือ ปัญหาการมีหนี้สินเกินตัว กรณีร้องเรียนเรื่องการผ่อนจ่ายช้า การถูกติดตามหนี้อย่างข่มขู่คุกคาม การถูกฟ้องดำเนินคดีจากการผิดนัดชำระหนี้ การปรับโครงสร้างหนี้ และการถูกหักบัญชีไปชำระหนี้ รวมกันคิดเป็นร้อยละ 75 ของข้อร้องเรียนทั้งหมดเกี่ยวกับบริการทางการเงินที่มูลนิธิฯ รับเรื่องในปี 2556 กรณีเหล่านี้ล้วนสะท้อนปัญหาหนี้เกินตัวของผู้บริโภค สถิติข้อร้องเรียนของผู้บริโภคทางการเงินข้างต้นสอดคล้องกับสถานการณ์รวมของประเทศ ตลอดหลายปีที่ผ่านมา หนี้ครัวเรือนในไทยปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยแต่ละระดับร้อยละ 82 ของผลผลิตมวลรวมในประเทศ (จีดีพี) ณ ปลายปี พ.ศ. 2556 ส่งผลให้ไทยติดกลุ่มประเทศที่มีสัดส่วนหนี้ครัวเรือนสูงสุดในเอเชีย ใกล้เคียงกับมาเลเซีย ได้หวัน และเกาหลีใต้ ประเทศซึ่งล้วนแล้วแต่มีระดับรายได้ต่อหัวสูงกว่าไทย ในแถลงการณ์เดือนเมษายน 2557 พิทช์เรตติ้ง บริษัทจัดอันดับความน่าเชื่อถือชั้นนำ ระบุว่า ความเสี่ยงเชิงระบบจะปรับตัวสูงขึ้นถ้าหากการเติบโตของหนี้ครัวเรือนยังไม่ชะลอตัวลง ความเสี่ยงเหล่านี้อาจกลายเป็นบ่อเกิดของปัญหาคุณภาพสินทรัพย์มากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะถ้าหากเศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงมากกว่าที่คาดการณ์ท่ามกลางความปั่นป่วนทางการเมือง จนทำให้อัตราว่างงานและเงินเพื่อปรับตัวสูงขึ้นมาก ในกรณีนั้น ความเสี่ยงด้านภาระผูกพันของประเทศอาจปรับตัวสูงขึ้นตามไปด้วย ถ้าหากรัฐต้องยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือภาคธนาคาร หากเกิดกรณีที่ภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจบั่นทอนความสามารถในการชำระหนี้ของครัวเรือน สถิติการร้องเรียนของผู้บริโภคทางการเงิน ประกอบกับสถานการณ์ด้านหนี้ครัวเรือนดังสรุปข้างต้น สะท้อนว่าธนาคารพาณิชย์ไทยน่าจะสามารรถเก็บเกี่ยวประโยชน์ทางธุรกิจได้จากการปรับปรุงวิธีการปล่อยสินเชื่อแก่ลูกค้ารายย่อย โดยเฉพาะ 1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าออมเงินและลดภาระหนี้ และ 2) การผนวกผสมผสานการให้การศึกษาหรือความรู้เรื่องทางการเงิน (Financial Literacy) เข้าไปในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

นอกจากนี้ สถิติ อาชวานันทกุล (2558) พบว่าปัจจุบันคนไทยมีอัตราการเข้าถึงบริการทางการเงินในระบบค่อนข้างสูง แต่เข้าถึงบริการเงินฝากมากกว่าสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญ ผลการสุ่มสำรวจพฤติกรรมทางการเงินของคนไทย 6,000 คนทั่วประเทศโดย FinScope ซึ่งจัดทำเป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย “Development of a Strategic Framework for Financial Inclusion” โดยธนาคาร

พัฒนาเอเชีย (Asian Development Bank: ADB) สำหรับกระทรวงการคลังเมื่อปี 2556 ระบุว่า ประชากรไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปร้อยละ 77 มีบัญชีเงินฝากกับธนาคาร และอีกร้อยละ 21 ใช้บริการทางการเงินรูปแบบอื่น เท่ากับว่าประชากรวัยผู้ใหญ่กว่าร้อยละ 98 ใช้บริการทางการเงินในระบบรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ผลการสำรวจที่คล้ายคลึงกันของธนาคารโลก (Global Findex) พบว่า ประเทศไทยมีอัตราการให้บริการทางการเงินสูงสุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ข้อมูลภาพรวมลักษณะนี้มักจะปิดบังความหลากหลายเมื่อมองลึกลงในระดับภาคหรือระดับจังหวัดของประเทศ และกลบเกลื่อนสถานการณ์ของผู้มีรายได้น้อย ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัยโดย ADB พบว่า มีครัวเรือนรายได้น้อยเพียงร้อยละ 38 ที่เคยใช้บริการทางการเงินอย่างน้อยหนึ่งประเภท ครัวเรือนรายได้น้อยร้อยละ 16 ไม่เคยใช้บริการทางการเงินใดๆ เลย ในขณะที่ครัวเรือนรายได้ปานกลางและรายได้สูงราวร้อยละ 80 ใช้บริการทางการเงินสามประเภทหรือมากกว่า นอกจากนี้งานวิจัยยังพบว่า ครัวเรือนรายได้น้อยเกือบครึ่งไม่เคยกู้เงิน และร้อยละ 28 เข้าไม่ถึงแม้แต่บริการเงินฝากของธนาคาร เทียบกับร้อยละ 6 ในกรณีครัวเรือนรายได้ปานกลางและรายได้สูง (ADB, 2011) โดยรวม ธนาคารพาณิชย์ไทยยังไม่เจาะตลาดผู้มีรายได้น้อย ทั้งในตัวเมืองและชนบท ปล่อยให้ตลาดดังกล่าวเป็นพื้นที่ของธนาคารเฉพาะกิจของรัฐ อย่างเช่นธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) และธนาคารออมสิน เมื่อมองภาพกว้างขึ้นจะพบว่า ธนาคารพาณิชย์ไม่เพียงไม่สนใจตลาดผู้มีรายได้น้อยเท่านั้น แต่ยังประกอบธุรกิจชนิดเป็น ผู้ตาม การพัฒนาเศรษฐกิจในไทย มิได้เป็น ผู้นำการพัฒนาดังที่ผู้บริหารบางรายกล่าวอ้าง เมื่อเปรียบเทียบยอดสินเชื่อต่อหัวกับยอดผลผลิตมวลรวมรายจังหวัด (จีพีพี) ต่อหัว ยิ่งจีพีพีมีระดับต่ำ ยอดสินเชื่อคงค้างในจังหวัดนั้นๆ ยิ่งอยู่ในระดับต่ำตามไปด้วย โดยข้อมูลของกรุงเทพมหานครเป็นค่าผิดปกติอย่างชัดเจน ยอดสินเชื่อต่อหัวอยู่ที่ 1.04 ล้านบาท โดยประมาณ หรือ 2.1 เท่าของรายได้ต่อหัว ซึ่งอยู่ที่ 485,672 บาทต่อคนต่อปีในปี พ.ศ. 2554 ผลการสำรวจ FinScope มีข้อค้นพบที่น่าสนใจที่สามารถใช้เป็นจุดตั้งต้นของการวิเคราะห์ธรรมชาติของการกู้ยืมเงิน และพฤติกรรมทางการเงินของผู้บริโภคไทย อาทิ

- 1) ครัวเรือนร้อยละ 44 มีหนี้ ในจำนวนนี้ร้อยละ 38 เชื่อว่าพวกเขา มีหนี้มากเกินไป
- 2) เงินกู้ร้อยละ 12 ของหนี้ทั้งหมดถูกกู้ยืมเพื่อ “หมุนหนี้” นั่นคือ นำไปชำระหนี้อื่น
- 3) ครัวเรือนยากจนมีภาระหนี้มากที่สุด ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทต่อเดือนมีภาระหนี้เกือบ 3 เท่าของรายได้ทั้งปี และในจำนวนนี้เกือบทั้งหมดเป็นหนี้เพื่อการอุปโภคบริโภค
- 4) เกษตรกรเป็นกลุ่มที่มีหนี้สูงสุดในไทย (ร้อยละ 62 ของเกษตรกรทั้งหมดรายงานว่า เป็นหนี้) ตามมาด้วยข้าราชการ (ร้อยละ 59)
- 5) แรงงานนอกระบบ อาทิ แรงงานในโรงงานและผู้ประกอบอาชีพแม่บ้าน ส่วนใหญ่สามารถกู้ยืมได้คราวละไม่มากจากแหล่งเงินกู้นอกระบบเป็นหลัก

6) ระดับการออมในไทยค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับมาตรฐานสากล – เพียงร้อยละ 5.3 ของจีดีพีในปี 2554 เทียบกับหนี้ครัวเรือนร้อยละ 77.7 ของจีดีพีในปีเดียวกัน ครัวเรือนไทยร้อยละ 45 หรือ 9.09 ล้านครัวเรือน ระบุว่าไม่สามารถออมเงินได้อย่างเป็นกิจลักษณะ

7) บัญชีร้อยละ 64 ระบุว่าสามารถออมได้น้อยกว่า 2,000 บาทต่อเดือน

จากข้อมูลการดำเนินธุรกิจของธนาคารเฉพาะในประเทศไทยข้างต้น จะเห็นว่า ธนาคารในประเทศไทยนั้นมุ่งเน้นดำเนินธุรกิจที่สร้างผลกำไรมากกว่าการมุ่งเน้นรับผิดชอบต่อสังคม ธนาคารเน้นเพียงการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และประกาศต่างๆ จากธนาคารแห่งประเทศไทยในฐานะผู้กำกับดูแลเท่านั้น การดำเนินงานยังเป็นเพื่อสังคมในเพียงรูปแบบ CSR ยังไม่มีการตีโจทย์จากหลัก “ความรับผิดชอบต่อสังคม” แล้วนำรูปธรรมไปกำหนดเป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์นั้นยังมีน้อยมาก อย่างไรก็ตาม แม้ในปัจจุบันสถาบันการเงินในไทยได้ดำเนินการภายใต้แนวคิดการธนาคารเพื่อความยั่งยืน ไปบ้างแล้ว แต่ด้วยศักยภาพและความพร้อมของสถาบันการเงินสังคมภายนอกจึงมีความคาดหวังให้สถาบันการเงินดำเนินการในเรื่องนี้มากขึ้น ธนาคารแห่งประเทศไทย (2562) ในฐานะผู้กำกับดูแลสถาบันการเงิน สามารถมีบทบาทส่งเสริมผลักดันให้สถาบันการเงินในไทยมีความตระหนักและดำเนินการในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่องมากขึ้น จึงได้กำหนดเป็นหนึ่งในทิศทางในแผนยุทธศาสตร์ 3 ปี (พ.ศ. 2560 - 2562) ของ ธปท. โดยเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2561 ที่ผ่านมา ธปท. ได้จัดงาน Bangkok Sustainable Banking Forum 2018 เพื่อส่งเสริมให้กรรมการและผู้บริหารระดับสูงของสถาบันการเงินได้ตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ของการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดการธนาคารเพื่อความยั่งยืน เพื่อนำไปผลักดันอย่างต่อเนื่องให้เกิดเป็นนโยบายหรือแนวปฏิบัติที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม และปลูกฝังในการดำเนินงานและวัฒนธรรมองค์กรของสถาบันการเงิน หรือที่เรียกกันแบบง่าย ๆ ว่า Tone from the Top ทั้งนี้ ระดับการดำเนินงานของสถาบันการเงินอาจวัดได้จากระดับการนำแนวคิดดังกล่าวมาปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานภายในองค์กรและการส่งผ่านการดำเนินการดังกล่าวไปยังภายนอก ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ให้แก่ลูกค้าและความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลักดันการดำเนินการในเรื่องนี้อย่างจริงจัง

4.1.2 การศึกษาการดำเนินงานด้านธนาคารเพื่อสังคมในต่างประเทศ

แนวคิดเรื่องการธนาคารเพื่อความยั่งยืนเริ่มเห็นเป็นรูปธรรมในปี 2007 โดย International Finance Corporation (IFC) ซึ่งเป็นองค์กรลูกของ World Bank ได้ให้คำนิยาม “การธนาคารเพื่อความยั่งยืน” ว่าต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 มิติ ได้แก่ (1) ความมั่นคงทางการเงินของสถาบันการเงินและลูกค้า (2) โครงการ ต้องมีความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ (3) ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม และ

(4) ความยั่งยืนของสังคม กล่าวคือ ภายใต้นโยบายนี้ ธนาคารสามารถดำเนินการให้มีผลประกอบการที่ได้อย่างยั่งยืน มีการเติบโตทางเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดูแลความเท่าเทียมกันทางสังคม และมีธรรมาภิบาลที่ดีไปพร้อม ๆ กันได้ นอกจากนี้คำนิยามที่เป็นมาตรฐานในระดับสากล ยังมีการผลักดันผ่านกลไกตลาดทุน โดยการจัดอันดับบริษัทที่ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความยั่งยืน (Sustainability) ในแต่ละภาคธุรกิจ รวมถึงภาคการธนาคารด้วย เช่น Dow Jones Sustainable Index (DJSI) ซึ่งเป็นดัชนีหลักทรัพย์สินในการจัดอันดับบริษัทที่สามารถนำแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินการและก่อให้เกิดเป็น โครงการ หรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้ นอกจากนี้ DJSI ยังได้มีการจัดอันดับประเทศที่มีความยั่งยืนทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลอีกด้วย ซึ่งช่วยผลักดันให้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ตระหนักถึงความสำคัญและดำเนินการต่าง ๆ ในเรื่องนี้ ทั้งนี้ ในหลายประเทศได้มีการดำเนินการในเรื่องนี้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น ประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งองค์กร Oxford Committee for Famine Relief (OXFAM) มีการริเริ่มการออกแนวปฏิบัติ Fair Finance Guide ที่กำหนดให้สถาบันการเงินให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชน นอกจากนี้ ประเทศในภูมิภาคอาเซียนหลายประเทศได้มีการดำเนินการในเรื่องนี้ไปแล้ว เช่น ประเทศสิงคโปร์ สมาคมธนาคารในสิงคโปร์ (The Association of Banks in Singapore: ABS) ได้ออก ABS Guidelines on Responsible Financing เพื่อกำหนดแนวทางการให้บริการทางการเงินอย่างรับผิดชอบร่วมกันระหว่างสถาบันการเงินและอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศแรกในอาเซียนที่ออกตราสารหนี้สีเขียว (Sovereign Green Bond) และนำออกขายทั่วโลก เพื่อระดมทุนสำหรับโครงการของรัฐบาลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ในต่างประเทศนั้นมีธนาคารมากมายที่มีแนวคิดและการทำงานเพื่อการเป็นธนาคารที่ยั่งยืนอันสืบเนื่องมาจากวิกฤติการเงินรอบล่าสุดในสหรัฐอเมริกาซึ่งลุกลามเป็นวิกฤตเศรษฐกิจระดับโลกแห่งโลกทุนนิยมเสรีที่ล้มเหลวซึ่งได้กลายเป็นวิกฤตสินเชื่อด้วยคุณภาพ (Sub – Prime Mortgage Crisis) และขยายตัวลุกลามเป็นวิกฤตการณ์ทางการเงิน (Financial Crisis) อันส่งผลกระทบต่ออย่างใหญ่หลวงต่อไปยังภาคธุรกิจ อุตสาหกรรม การบริการจนมีความเป็นไปได้ว่าเศรษฐกิจของโลกอาจจะเข้าสู่ภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ (Economic Recession) ในที่สุด วิกฤตครั้งนี้จุดชนวนการยกวางและออกกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ มากมาย จุดมุ่งหมายหลักคือพยายามป้องกันไม่ให้เกิดวิกฤตรุนแรงเช่นนี้อีกในอนาคต ดังนั้น กฎเกณฑ์เหล่านี้จึงเน้นการจำกัดหรือจำกัดโทษ ของภาคการเงินต่อเศรษฐกิจจริง ในขณะเดียวกัน ทั่วโลกก็มีสถาบันการเงินจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ที่มุ่งใช้การเงินสร้าง ประโยชน์ ให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ธนาคารบางแห่งตีโจทย์จากหลัก “ความรับผิดชอบต่อสังคม” แล้วนำรูปธรรมไปกำหนดเป็นส่วนหนึ่งของแผนกล

ยุทธ์ บางแห่งประกาศตัวเป็น ธนาคารสีเขียว ปล่อยกู้ให้แต่ธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือ ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมเชิงรุก บางแห่งไปไกลกว่านั้นด้วยการผนึกหลักความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของ วัฒนธรรมองค์กร สะท้อนผ่านการทำงานของบุคลากรทุกระดับ โดยปัจจุบันเริ่มเป็นที่รู้จักรวมๆ ว่า “การธนาคารที่ยั่งยืน” (sustainable banking) ซึ่งพัฒนาเคียงคู่ไปกับความรู้ที่เพิ่มพูนขึ้นเรื่อยๆ เมื่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมของธุรกิจเริ่มปรากฏชัด ซึ่งเป็นการดำเนินนโยบายและการดำเนินงานที่สอดคล้องตามแนวทาง SDG ที่เป็นนโยบายหลักของ UN ซึ่งมุ่งเน้นไปที่ Sustainable ทั้งนี้ ธนาคารที่ยั่งยืนจะไม่ให้การสนับสนุนแก่กิจการที่ไม่ยั่งยืน เช่น โรงไฟฟ้าที่ใช้พลังงานฟอสซิล จะสนับสนุนแต่กิจการที่ยั่งยืนเท่านั้น เช่น เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พลังงานหมุนเวียน กิจการที่ฟื้นฟูชุมชน นอกจากนี้ ธนาคารที่ยั่งยืนบางแห่งยังให้การสนับสนุนกิจการเพื่อสังคมหลากหลายรูปแบบและพันธกิจ อาทิ บรรเทาปัญหาความยากจน ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ช่วยเหลือผู้พิการ ฯลฯ

ผู้นำวงการนี้มี อาทิ ธนาคารทีริโอดอส (ฮอลแลนด์), ธนาคารนิวีซอร์ส (สหรัฐอเมริกา), ธนาคารบราก (BRAC – บังกลาเทศ), บังโค โซล (บราซิล), แวนซิติ (แคนาดา), แซคแบงก์ (มองโกเลีย), ธนาคารคัลจูรา (นอร์เวย์) และ แบงก์เมกู (ออสเตรเลีย)

ในปี 2009 ธนาคารที่ยั่งยืน 16 แห่งจากทุกทวีปทั่วโลก รวมทั้งธนาคารที่เอื้อชื่อไปข้างต้น มารวมตัวกันก่อตั้ง “แนวร่วมโลกการธนาคารเน้นคุณค่า” (Global Alliance for Banking on Values: GABV) เพื่อร่วมกันหาวิธีแก้ปัญหาระดับโลก และส่งเสริมทางเลือกอื่นนอกจากระบบการเงินปัจจุบัน ซึ่งพวกเขามองว่าก่อโทษมากกว่าประโยชน์



รูปที่ 4.1 โลโก้ของธนาคารต่างๆในต่างประเทศที่ดำเนินงานธุรกิจเพื่อสังคม
ที่มา: สฤณี อาชวานันทกุล, 2558

สมาชิกของ Global Alliance for Banking on Values สมาชิกในเครือข่าย GABV จะต้องมีความสมบัติสามข้อ ได้แก่ 1) เป็นธนาคารอิสระที่ได้รับใบอนุญาตจากทางการ เน้นให้บริการแก่ประชาชน (Retail) 2) มีสินทรัพย์ไม่ต่ำกว่า 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และที่สำคัญที่สุดคือ 3) ดำเนินธุรกิจแบบเอื้อสังคม ยึดไตรกำกับสุทธิ (People, Planet, Profit) เป็นหลัก ไม่ใช่กำไรสูงสุด ปัจจุบันธนาคารที่ยังยืนในเครือข่าย GABV ทั้งหมดมีสินทรัพย์รวมกันกว่า 26,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ให้บริการแก่ประชาชนกว่า 10 ล้านคนใน 20 ประเทศทั่วโลก ประกาศว่าภายในสิ้นปี 2013 จะช่วยเหลือสมาชิกและสถาบันการเงินที่ยั่งยืนอื่นๆ ระดมทุนกว่า 250 ล้านดอลลาร์ เพื่อหนุนการปล่อยกู้ให้กับชุมชนและประชาชนที่เข้าถึงการเงินในระบบ รวมถึงกิจการและโครงการสีเขียว (เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม)

หลักการการเงินและการธนาคารที่ยั่งยืน ในมุมมองของ GABV แนวร่วม GABV ประกาศว่าการธนาคารที่ยั่งยืนจะต้องยึดหลักการพื้นฐานดังต่อไปนี้

หลักการ 1 ยึดไตรค่าไรสุทธิ (Triple Bottom Line) เป็นหัวใจของโมเดลธุรกิจการดำเนินงาน ธุรกิจของธนาคารที่ยั่งยืนเน้นดูแลผู้คน สิ่งแวดล้อม และความเจริญทางเศรษฐกิจไปพร้อมกัน ธนาคารที่ยั่งยืนออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตระหนักว่าจำเป็นต้องสร้างกำไรพอสมควร แต่กำไรไม่ใช่เป้าหมายเพียงหนึ่งเดียว กล่าวอย่างเฉพาะเจาะจงคือ ธนาคารที่ยั่งยืนปฏิบัติตามหลักไตรค่าไรสุทธิ (People, Planet, Profit) เป็นสภาวะ นั่นคือ ไม่เพียงแต่พยายามไม่ก่อความเสียหาย แต่ใช้การเงินเชิงรุกในการสร้างประโยชน์แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม

หลักการ 2 ยึดโยงกับชุมชน รับผิดชอบต่อสังคมจริง ส่งเสริมสนับสนุน โมเดลธุรกิจใหม่ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและเศรษฐกิจจริงในวงกว้างธนาคารที่ยั่งยืนรับใช้ชุมชนที่พวกเขาทำงานด้วย ตอบสนองความต้องการทุนในพื้นที่ด้วยการสนับสนุนกิจการที่ยั่งยืน

หลักการ 3 ถนอมความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เข้าใจในธรรมชาติและความเสี่ยงของกิจกรรมทางธุรกิจที่ลูกค้าทำ ธนาคารที่ยั่งยืนสร้างสายสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า พยายามทำความเข้าใจในกิจกรรมทางธุรกิจ และช่วยเหลือให้ลูกค้าสามารถประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนกว่าเดิม วิเคราะห์ความเสี่ยงตั้งแต่ระดับพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ไม่ใช่ใช้เครื่องมือบริหารความเสี่ยงทางอ้อมแทนที่การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน

หลักการ 4 มีวิสัยทัศน์ระยะยาว อยู่ได้ด้วยตัวเอง และยืดหยุ่นต่อแรงกระแทกจากภายนอก ธนาคารที่ยั่งยืนมีวิสัยทัศน์ระยะยาว มั่นใจว่าพวกเขาจะสามารถดำเนินกิจการได้อย่างยืดหยุ่นเมื่อเผชิญกับแรงกระแทกจากภายนอก ขณะเดียวกันก็ตระหนักว่าไม่มีธนาคารใดหรือลูกค้ารายใดปลอดภัยจากแรงกระแทกดังกล่าวบริบูรณ์

หลักการ 5 ธรรมชาติที่โปร่งใสและครอบคลุม ธนาคารที่ยั่งยืนปฏิบัติตามมาตรฐานขั้นสูงที่โปร่งใสและครอบคลุมด้านธรรมาภิบาลและการรายงานผลการดำเนินงาน ในบริบทนี้ ความครอบคลุม หมายถึงการถนอมความสัมพันธ์อย่างแข็งแกร่งกับผู้มีส่วนได้เสียของธนาคารทุกภาคส่วน (เช่น ชุมชน ประชาชน พนักงาน คู่ค้า สิ่งแวดล้อม ฯลฯ) ไม่เพียงแค่เฉพาะกับผู้ถือหุ้นหรือฝ่ายจัดการเท่านั้น

หลักการ 6 หลักการทั้ง 5 ข้อข้างต้นถูกบูรณาการในวัฒนธรรมองค์กร ธนาคารที่ยั่งยืนพยายามนำหลักการทั้งหมดข้างต้นไปบูรณาการในวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรทุกระดับใช้หลักการเหล่านี้เป็นปกติในการตัดสินใจ ธนาคารที่ยั่งยืนตระหนักว่ากระบวนการบูรณาการหลักการเหล่านี้ต้องใช้ความพยายามอย่างยิ่งยวด ดังนั้นจึงเน้นนโยบายทรัพยากรบุคคลที่สะท้อนคุณค่าดังกล่าว (รวมถึงใช้แรงจูงใจและระบบการประเมินผลงานพนักงานที่มีนวัตกรรม เช่น ไม่ผูกโบนัสเข้ากับปริมาณสินเชื่อที่ปล่อยได้ แต่ผูกเข้ากับกิจการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ธนาคารให้การสนับสนุน) พัฒนาระบบการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย เพื่อสนับสนุนโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน นอกจากนี้ ธนาคารที่ยั่งยืนยังใช้กรอบการรายงานผลที่ชัดเจน เพื่อแสดงผลตอบแทนทั้งด้านการเงิน และด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมซึ่งอยู่นอกเหนือตัวเลขทางการเงิน

ตัวอย่างสมาชิกของ GABV ที่ดำเนินธุรกิจตามหลัก “ธนาคารที่ยั่งยืน” ข้างต้นมาช้านาน (คือธนาคาร แซคแบงก์ (XacBank) แห่งมองโกเลีย ลูกหลานเจงกิสข่านที่กำลังพยายามล่องกระแสโลกาภิวัตน์ ประเทศที่ราบสูงซึ่งมีประชากรอยู่อาศัยเพียง 1.77 คนเฉลี่ยต่อหนึ่งตารางกิโลเมตร และยังมีคนจนเกินร้อยละ 30 ของประชากรทั้งประเทศ จุดกำเนิดและเส้นทางธุรกิจของแซคแบงก์ผิดแผกแตกต่างจากธนาคารพาณิชย์ทั่วไป ในปี 1997 เมื่อวิกฤติการเงินเอเชียลุกลามจากไทยไปไกลถึงมองโกเลีย สำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (ยูเอ็นดีพี) จับมือกับองค์กรเพื่อการพัฒนา ระหว่างประเทศของสหรัฐ (ยูเอสเออี) และแหล่งทุนอื่นๆ ร่วมกับองค์กรพัฒนาเอกชน (เอ็นจีโอ) ท้องถิ่น 6 แห่งในมองโกเลีย นำโดยสมาพันธ์สตรีมองโกเลีย (Mongolian Women’s Federation) และโอเพ่น โซไซตี้ ฟอรัม (Open Society Forum) ร่วมก่อตั้งโครงการ MicroStart เพื่อใช้เงินหนุนการพัฒนาชนบทมองโกเลีย ปีต่อมายกระดับเป็นกองทุน X.A.C. เพื่อการพัฒนา ระหว่างปี 1998 ถึง 2001 XAC ควบรวมกับสถาบันการเงินอีกแห่ง เปลี่ยนชื่อเป็น แซคแบงก์ (XacBank) ดำเนินธุรกิจการเงินเต็มรูปแบบ ปล่อยกู้สินเชื่อขนาดเล็ก (ไมโครเครดิต) กว่า 18,000 สัญญา ยอดสินเชื่อรวม 4.2 ล้านดอลลาร์ มีลูกค้าประจำมากกว่า 4,000 ราย ยอดสินเชื่อเฉลี่ยประมาณ 141 เหรียญสหรัฐ (ประมาณ 4,200 บาท) ต่อราย ส่วนใหญ่เพื่อการทำปศุสัตว์ตามวิถีชนเผ่าเร่ร่อนของมองโกเลีย แซคแบงก์ถึงจุดคุ้มทุนเพียง 9 เดือนหลังเปิดให้บริการ ได้รับการกล่าวขานสืบมาว่าเป็นโครงการพัฒนาที่ประสบความสำเร็จสูงสุดโครงการหนึ่งในมองโกเลีย แต่ที่น่าทึ่งกว่านั้นคือการปรับเปลี่ยนองค์กรจากสถาบันไม่แสวงกำไรเป็นธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบ เริ่มตั้งแต่ปี 2001 เมื่อรัฐสภามองโกเลียออกกฎหมายส่งเสริมการจ้างงาน เพื่อกระตุ้นการสร้างงานในกลุ่มผู้เปราะบาง แซคแบงก์เริ่มขยายเพดานสินเชื่อให้กับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อม (เอสเอ็มอี) และคนไม่จนแต่เฉียดจน และกลายเป็นสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารแห่งแรก ที่ได้รับอนุมัติจากทางการให้ดำเนินธุรกิจธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบ ต่อมาแซคแบงก์ก็กลายเป็นธนาคารพาณิชย์ใหญ่อันดับสามในมองโกเลีย ณ สิ้นปี

2011 สาขา 85 แห่งให้บริการแก่ลูกค้ากว่า 300,000 คน โดยไม่เคยทอดทิ้งพลเมืองผู้มีรายได้น้อยและผู้ประกอบการขนาดจิ๋วซึ่งเป็นเป้าหมายหลักในพันธกิจตั้งแต่ต้น – ลูกค้าประมาณร้อยละ 24 ได้สินเชื่อขนาดเล็กกว่า 300 เหรียญสหรัฐ (9,000 บาท) ต่อราย อีกร้อยละ 70 ได้สินเชื่อไม่ถึงร้อยละ 2,500 เหรียญ (75,000 บาท) ต่อราย ลูกค้ากว่าร้อยละ 52 อาศัยอยู่ในชนบท เกือบร้อยละ 60 เป็นผู้หญิง ในจำนวนนี้มีเพียงร้อยละ 1.7 ที่มีหลักประกันให้ธนาคาร แต่ลูกค้ากว่าร้อยละ 55 สามารถชำระคืนเงินกู้ก่อนกำหนด ปัจจุบันมองโกเลียเป็นตลาดที่สถาบันไมโครไฟแนนซ์กว่า 177 แห่งแข่งขันกันแย่งกันจนใกล้ถึงจุดอิ่มตัว สถาบันจำนวนมากจึงต้องขยับไปแย่งตลาดสินเชื่อเอสเอ็มอีกันแทน การที่แซกแบงก์เข้าตลาดนี้มาตั้งแต่เนิ่น ๆ จึงแสดงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารเป็นอย่างดี

ความสำเร็จของแซกแบงก์มาจากการยึดมั่นในหลัก ธนาคารที่ยั่งยืน ในขณะที่เดียวกันก็ไม่หยุดพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางการเงิน เช่น ขยายบริการสินเชื่อไมโครเครดิตไปยังคนจนเมือง ริเริ่มออมทรัพย์ระยะยาวสำหรับเด็ก ออมรันทักษะการจัดการเงินให้กับนักเรียนชั้นมัธยมทั่วประเทศ ใช้ระบบแฟรนไชส์กับกลุ่มออมทรัพย์ตามชุมชนเพื่อขยายบริการในชนบทห่างไกล ริเริ่มการให้บริการธนาคารผ่านมือถือ Mobile Banking ฯลฯ ในปี 2009 แซกแบงก์เริ่มปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจสีเขียว เน้น โครงการและผลิตภัณฑ์ที่ประหยัดพลังงาน โดยธนาคารจะนำมูลค่าพลังงานที่ประหยัดได้ไปเชื่อมกับตลาดคาร์บอนเครดิต นำเงินไปขยายสินเชื่อต่อ นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้ลูกค้าเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนต่อธนาคาร ตามเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของ Global Reporting Initiative (GRI) โดยให้ส่วนลดดอกเบี้ยเงินกู้แก่ลูกค้าที่ทำตามเกณฑ์ได้เกินร้อยละ 50 ของตัวชี้วัดทั้งหมด – เป็นวิธีสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าปรับเปลี่ยนองค์กร เข้าสู่วิถีแห่งความยั่งยืนไปพร้อมกันกับธนาคาร.

ตัวอย่างนวัตกรรมและบริการที่ยั่งยืนของแซกแบงก์ คือ 1) บัญชีออมทรัพย์ระยะยาว ควบ การอบรมทักษะการจัดการเงิน ตัวอย่างเช่น Future Millionaire บัญชีออมทรัพย์ระยะยาวสำหรับเด็ก ปัจจุบันมียอดเงินฝากกว่า 80,000 บัญชี เงินออมรวมกันกว่า 24 ล้านเหรียญสหรัฐ แซกแบงก์ตระหนักว่าคำพิงการให้บริการออมทรัพย์สำหรับเยาวชนอาจไม่เป็นประโยชน์เท่าที่ควร ถ้าหากเยาวชนขาดวินัยในการออมและจัดการเงินไม่เป็น นอกจากนี้ลูกค้าของธนาคารกว่า 1 ใน 3 ยังเป็นเยาวชนอายุ 18-35 ปี ถ้าจัดการเงินไม่เป็นก็จะส่งผลให้ชีวิตนี้ไม่ได้ด้วย ด้วยเหตุนี้ ตั้งแต่ปี 2008 เป็นต้นมา ธนาคารจึงจัดอบรมทักษะการจัดการเงิน (Financial Literacy) ให้กับเด็กวัย 14-18 ปี ในโรงเรียนมัธยมกว่า 130 แห่งทั่วประเทศ และกำลังจะขยายไปยังระดับประถมต่อไป

สินเชื่อกลุ่มเพื่อการพัฒนาสตรี การโยกย้ายถิ่นฐานของผู้ชายเข้าไปทำงานในเมืองใหญ่ ทำให้ภรรยา มักจะตกเป็นหัวหน้าครอบครัวแทนในชนบทห่างไกล แซกแบงก์ลงนามในปฏิญญาของเครือข่ายการธนาคารสำหรับสตรีโลก (Women's World Banking) เครือข่ายไมโครเครดิตชั้นนำ

ว่าจะ “เพิ่มพลังให้กับสตรีผู้มีรายได้น้อย ในฐานะผู้ประกอบการ ผู้นำ และพันธมิตรสร้างการเปลี่ยนแปลง” ด้วยการให้สินเชื่อกลุ่มกับสตรียากจนในชนบทตั้งแต่ปี 2007 (ปัจจุบันลูกค้าเกือบร้อยละ 60 ของธนาคารเป็นผู้หญิง)

พันธมิตรที่ชาญฉลาด แชนกเบงก์สงวนจุดแข็งจากจุดกำเนิดในฐานะ โครงการพัฒนาความร่วมมือระหว่างองค์กรพัฒนาระดับโลก รัฐบาล และเอ็นจีโอรระดับชาติ และนำจุดแข็งนี้มาต่อยอดธุรกิจและการพัฒนาอย่างไม่อยู่นิ่ง ยกตัวอย่างเช่น ด้วยการก่อตั้ง ศูนย์ไมโครเครดิต ขึ้นมารวมศูนย์ความเชี่ยวชาญจากองค์กรพันธมิตร เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับไมโครเครดิตระดับโลก ศูนย์นี้เป็นเจ้าของรายการทีวีแบบเรียลิตี้ ชื่อ Life Is Always Beautiful ซึ่งธนาคารใช้เป็นกลไกหนึ่งในการปล่อยกู้ให้กับคนจนที่จนที่สุด และช่วยพัฒนาทักษะในการก่อตั้งกิจการขนาดเล็ก

ธนาคารผ่านมือถือ ริเริ่มในปี 2009 เรียกว่าระบบ AMAR เพื่อให้บริการธนาคารแก่ลูกค้าคนจนในชนบท ร่วมกับบริษัท โทรคมนาคมรายใหญ่ในประเทศ บริการนี้เป็นกลไกสำคัญในการเข้าถึงบริการธนาคาร เพราะมองโกเลียเป็นประเทศที่ราบสูงที่ประชากรจำนวนมากมีวิถีแบบชนเผ่าเร่ร่อน อยู่กันกระจุกกระจายในดินแดนห่างไกล ผู้บริหารประเมินว่าเมื่อถึงปลายปี 2012 ธนาคารจะสามารถเข้าถึงประชากรกว่าครึ่งหนึ่งของประเทศได้ด้วยบริการนี้นอกจากจะให้บริการธนาคารทั่วไป เช่น ผัก ถอน และ โอนเงินแล้ว บริการ AMAR ผ่านมือถือของแชนกเบงก์ยังส่งมอบบริการด้านการตลาดและความช่วยเหลือทางเทคนิคสำหรับลูกค้าเกษตรกรอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในปี 2009 ธนาคารก่อตั้งฝ่าย Eco-Product ขึ้นมาปล่อยสินเชื่อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นธนาคารแห่งแรกในมองโกเลียที่ปล่อยสินเชื่อเพื่อการประหยัดพลังงาน ฝ่ายนี้ทำงานอย่างใกล้ชิดกับพันธมิตรสถาบันการเงินอื่น อาทิ MicroEnergy Credits (MEC) นำคาร์บอนที่ลดได้จากการประหยัดพลังงานไปขายคาร์บอนเครดิต นำเงินมาขยายโครงการต่อ ปัจจุบันปล่อยสินเชื่อไปแล้วกว่า 4,000 โครงการ ตั้งแต่เตาประหยัดพลังงาน ระบบพลังงานแสงอาทิตย์ในบ้าน ผ่านวณนวนบุผนังบ้าน ฯลฯ

แรงจูงใจให้ยั่งยืน แชนกเบงก์สนับสนุนให้ลูกค้าเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนต่อธนาคาร ตามเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของ Global Reporting Initiative โดยลูกค้าที่เป็นลูกค้าเกิน 180 วัน และทำตามเกณฑ์ได้เกินร้อยละ 50 ของตัวชี้วัดทั้งหมด จะได้รับส่วนลดดอกเบี้ยเงินกู้จากธนาคาร

4.2 การวิเคราะห์การพัฒนากิจการเป็นธนาคารเพื่อสังคม กรณีธนาคารออมสิน (Profession DNA GSB)

จากข้อมูลนโยบายและยุทธศาสตร์จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์การวิเคราะห์บทบาทธนาคารเพื่อสังคม กรณีธนาคารออมสิน โดยการวิเคราะห์นี้จะเป็นแนวทางที่เรียกว่า Profession DNA คือ วิเคราะห์ถึงไปถึงแนวคิดในระดับ DNA ของธนาคารออมสินและการดำเนินงานแบบมีอาชีพ (ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยให้เป็น Input หรือปัจจัยนำเข้า) ซึ่ง Profession DNA GSB ดังกล่าว จะส่งผลไปถึงการวิเคราะห์ผลที่ได้หรือผลตอบแทนจากการลงทุน (ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยให้อยู่ในการวิเคราะห์ Process และ Output) ทั้งนี้การวิเคราะห์ Profession DNA GSB จะส่งผลต่อ Return of Investment และจะส่งผลต่อการวิเคราะห์ Value Added ซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ได้จากการดำเนินงานธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน ซึ่งผู้วิจัยใช้ได้กำหนดตัวชี้วัดขึ้นมา (KPI) สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ มูลค่าเพิ่มที่เป็นรูปธรรม คือ ผลประโยชน์สำคัญธนาคารออมสินได้สร้างให้แก่สังคม อาทิ ความสามารถในการเพิ่มจำนวนผู้เข้าสู่ระบบ เป็นต้น ซึ่งผลประโยชน์สามารถพิจารณาได้จาก 1) ผลผลิต ผลลัพธ์ หรือผลลัพธ์ที่สามารถแปลงเป็นหน่วยเงิน หรือ 2) สัดส่วนระหว่าง ผลผลิต ผลลัพธ์ หรือผลลัพธ์ที่สามารถแปลงเป็นหน่วยเงิน เทียบกับเงินประมาณที่ใช้ในการดำเนินงาน นั่นคือ จำนวนลูกค้ารายย่อยที่เพิ่มอย่างมีนัยสำคัญในการเข้าสู่ระบบการเงิน ดังภาพ



รูปที่ 4.2 กรอบการวิเคราะห์การดำเนินงานธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน

ที่มา : ผู้วิจัย, 2566

ทั้งนี้ ธนาคารออมสินมีนโยบายมุ่งสู่การเป็นธนาคารเพื่อสังคม Social Bank อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อสร้างผลเชิงบวกแก่สังคม Making POSITIVE Impact on Society ที่มุ่งเน้นดูแลผู้มีรายได้น้อย ผู้ประกอบการรายย่อย และชุมชน ผ่านการยกระดับการส่งเสริมการออมการสร้างวินัยทางการเงินการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการทางการเงินพื้นฐานรวมถึงการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยมาพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ และช่องทางการให้บริการ เพื่อส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย ล้ำสมัย ใช้ง่าย และตอบสนองต่อวิถีชีวิตของคนไทยทุกคน อันมีส่วนช่วยลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในสังคม ยกระดับรายได้และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศชาติซึ่งสอดคล้องกับนโยบายรัฐ ดังการดำเนินงานคือ

1) ส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน ธนาคาร โรงเรียน/ธนาคาร โรงเรียนเสมือนจริง 1,235 แห่ง สนับสนุนการจัดการแข่งขันวิชาการผ่าน โครงการ TEDET มีนักเรียนเข้าร่วม 245,964 คนให้ความรู้ผ่านกิจกรรม GSB Tutor Camp มีนักเรียนเข้าร่วม 804 คน การส่งเสริมการออมเพื่อเป็นหลักประกันยามเกษียณ

2) ส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนฐานราก พัฒนาความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) และพัฒนาศักยภาพด้านอาชีพ เพิ่มช่องทางตลาดเพื่อสร้างรายได้ประชาชนฐานรากและผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ 125,800 ราย โครงการมหาวิทยาลัยประชาชน 10,153 ราย พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผ่าน โครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่นกลุ่มองค์กรชุมชน/วิสาหกิจชุมชนเข้าร่วม 463 กลุ่ม เปิดให้บริการสถาบันการเงินประชาชน 3 แห่ง โดยให้บริการรับฝาก-ถอนเงินและธุรกรรมทางการเงินให้กับสมาชิกชุมชนรวมถึงเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ การดำเนินงานโครงการตามนโยบายรัฐที่สำคัญ เช่น

- 1) โครงการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) สำหรับผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจาก (COVID-19)
- 2) โครงการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) ให้กับสำนักงานสถานชานาเคราะห์
- 3) โครงการสินเชื่อเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากไวรัสโคโรนา COVID-19 เช่น โครงการสินเชื่อเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายฉุกเฉินสำหรับผู้มีอาชีพอิสระและผู้มีรายได้ประจำ ที่ได้รับผลกระทบ COVID-19 วงเงินรวม 25,000 ล้านบาท ยอดอนุมัติสะสม จำนวน 1,778,960 ราย เป็นเงิน 19,508 ล้านบาท สินเชื่อเสริมพลังฐานราก เพื่อช่วยเหลือประชาชนผู้ประกอบการทุกกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) วงเงินรวม 10,000 ล้านบาท ยอดอนุมัติสะสมจำนวน 62,099 ราย เป็นเงิน 2,648 ล้านบาท

4.2.1 การวิเคราะห์นโยบาย/การดำเนินงานธนาคารออมสิน

จากข้อมูลนโยบายและการดำเนินงานของธนาคารออมสินตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ได้ว่าแท้จริงแล้วธนาคารออมสินมีเนื้อแท้ในการเป็นธนาคารเพื่อสังคมอย่างไร ด้วยการวิเคราะห์ลึกลงไปในเนื้อแท้ของนโยบายและการดำเนินงาน ผู้วิจัยเรียกการศึกษาในครั้งนี้ว่าเป็นการวิเคราะห์ลึกลงไปในระดับ DNA นั่นเอง (Profession DNA GSB)

จากการศึกษา พบว่า ยุทธศาสตร์การดำเนินงานของธนาคารออมสินในช่วงอดีตที่ผ่านมาจนถึงปี 2562 นั้น เน้นการเชื่อมโยงพัฒนาเป็นห่วงโซ่คุณค่า ที่ยึดมั่นในหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดำเนินงานตามวิสัยทัศน์ในการเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเพื่อการออมและเป็นผู้ดำเนินการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก และลูกค้ารายย่อยด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาลเพื่อจะเดินหน้าอย่างมั่นคงเคียงข้างประชาชนตลอดไป ทำให้ทั้ง พันธกิจ ยุทธศาสตร์ค่านิยมองค์กร สมรรถนะหลักและกระบวนการทางธุรกิจ ถูกสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงิน และโครงการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย รวมถึงเยาวชนและคนในชุมชน ให้ได้รับผลประโยชน์สูงสุดและยั่งยืน

ทั้งนี้ คณะกรรมการธนาคาร ผู้บริหาร และหน่วยงานกำกับได้ร่วมให้ข้อเสนอแนะเพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ เป้าหมาย และประมาณการทางการเงินให้มีความคล่องตัว ทันต่อสภาวะการแข่งขัน โดยธนาคารได้กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานปี 2562 - 2566 ที่เน้นการสร้างสมดุลระหว่างความมั่นคงขององค์กร กับการดำเนินงานที่คำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล มีขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ (Traditional Banking) ภายใต้ House of Strategy ภายใต้ยุทธศาสตร์หลัก 4 ด้าน คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความมั่นคงทางการเงินและขีดความสามารถในการแข่งขัน การดำเนินงานคือ ธนาคารได้เพิ่มเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้บริการที่สาขา ช่วยให้พนักงานเสนอผลิตภัณฑ์และบริการได้มากขึ้น ลดต้นทุนและเพิ่มรายได้มีการพัฒนาช่องทางบริการให้หลากหลาย ครอบคลุมพื้นที่ชุมชนผ่านสาขา รถ และเรือบริการ พร้อมกับจัดตั้งตัวแทน (Bank Agent) สถาบันการเงินชุมชน และสร้างพันธมิตรใหม่ ทำให้พนักงานยังมีหน้าที่ให้ปฏิบัติ ไม่มีการปิดสาขา เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้พนักงานว่าจะไม่ต้องถูกเลิกจ้างจากการถูก Technology Disruption

ยุทธศาสตร์ที่ 2 Social Banking การมุ่งสู่การเป็นธนาคารเพื่อความยั่งยืน การดำเนินงานคือยกระดับเศรษฐกิจฐานรากตามกลไก 3 สร้าง คือ สร้างความรู้และอาชีพ สร้างตลาดและรายได้ สร้างโอกาสเข้าถึงแหล่งทุนโดยสนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำมีการพัฒนาอาชีพเพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ได้ สร้างความยั่งยืนสู่สังคมในรูปแบบ Social Branch หรือ ศูนย์ยกระดับคุณภาพชีวิตเศรษฐกิจฐานรากของธนาคารออมสิน มีเป้าหมายจัดตั้ง 100 แห่ง ใน 77 จังหวัด ภายในปี 2563

ยุทธศาสตร์ที่ 3 Digital Banking: การพัฒนาและยกระดับสู่การเป็นธนาคารยุคดิจิทัล การดำเนินงานคือ ปรับปรุงการจัดการองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล พัฒนาทักษะบุคลากรเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรใหม่ที่ทันสมัย สามารถดำเนินงานกับลูกค้าและบริการลูกค้าได้รวดเร็วสร้างดิจิทัลแพลตฟอร์มใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มผ่านบริการต่าง ๆ ของธนาคาร

ยุทธศาสตร์ที่ 4 Fundamental Capabilities การเพิ่มศักยภาพ โครงสร้างพื้นฐาน การดำเนินงาน คือพัฒนาศักยภาพผู้นำและบุคลากรให้มีทักษะที่พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง บริหารอัตรากำลังให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์จัดการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความปลอดภัยในระบบสารสนเทศ (IT) ที่น่าเชื่อถือ ดำเนินงานทุกขั้นตอนอย่างมีจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การสร้างประสบการณ์และความประทับใจที่เกินความคาดหมายของลูกค้า (Customer Experience)

จากแนวนโยบายดังกล่าวเมื่อนำมาสู่การปฏิบัติของผู้บริหารและบุคลากรของธนาคารออมสิน ก็มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันในการดำเนินงานภายใต้แนวคิดธนาคารเพื่อสังคมและการสร้างเศรษฐกิจฐานราก ดังบทสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้คือ

“ออมสินเป็นธนาคารเพื่อสังคมเพื่อช่วยเหลือคนในมิติต่างๆ ความหมายของธนาคารเพื่อสังคมคือ การทำธุรกิจปกติแต่เอากำไรที่เพิ่มขึ้นจากการลดต้นทุนมาสนับสนุนภารกิจทางสังคม แต่ด้วยใหญ่โตของธนาคารออมสินการที่เราลดต้นทุนเยอะกำไรเราก็เหลือกำไรในการเอาไปตอบแทนเพื่อสังคมได้ เราทำธุรกิจเพื่อฐานราก เช่น พ่อค้าแม่ค้ารายเล็กๆ เรามีบทบาทช่วยเหลือสังคมชัดเจนในช่วงโควิด การมาของโควิดทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำมากขึ้น โดยเฉพาะด้านเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการเงิน คนเดือดร้อนมากขึ้น คนฐานรากเดือดร้อนมากขึ้น สำหรับผมนี่เป็นโอกาสในการปรับตัวธุรกิจที่เป็นการทำธุรกิจเพื่อสังคมมากขึ้น เป้าหมายของเราที่ต้องการผลลัพธ์ชัดเจนในการช่วยเหลือคนที่จับต้องได้ ที่เรากฎมูมิใจคือ การดึงคนเข้าสู่ระบบได้ 2.7 ล้านคนที่เราปล่อยสินเชื่อให้และต่อไปคนกลุ่มนี้จะมีประวัติทางเครดิตและจะช่วยให้เค้าไปกู้เงินสถาบันอื่นๆ ได้ (วิทย์ รัตนกร, การสื่อสารส่วนบุคคล , 20 สิงหาคม 2565)

จากบทสัมภาษณ์จะเห็นว่า ธนาคารออมสิน ได้แสดงความมุ่งมั่นอย่างชัดเจนในการเป็นธนาคารเพื่อสังคม หรือ Social Bank อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อให้ธนาคารเข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในสังคม ทำให้ประชาชนที่เป็นลูกค้ากลุ่มหลักของธนาคาร เข้าถึงบริการทางการเงิน ลดภาระ งบประมาณรายได้และความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น เพื่อให้หลุดพ้นจากความยากจน และสร้างสังคมที่เป็นสุข การแสดงความมุ่งมั่นในการเป็น Social Bank ของธนาคารออมสิน ครั้งนี้ถือเป็นการรุกเข้าสู่ธุรกิจนอกแบงก์(Non-Bank) หรือ ผู้ให้บริการการเงิน ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ซึ่งสินเชื่อนอกแบงก์ถือเป็นสินเชื่อในระบบที่เป็นที่พึงปรารถนาของคนระดับฐานรากถึงคนชั้นกลาง ทั้งสินเชื่อบุคคล บัตรกดเงินสด บัตรเครดิต สินเชื่อจำนำ ทะเบียนรถ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีบทสัมภาษณ์ของผู้บริหารธนาคาร และบุคคลที่เกี่ยวข้อง ดังนี้คือ

“การเป็นธนาคารเพื่อสังคมนั้น ธนาคารก็วางสถานะตัวเองมาแบบนี้มายาวนาน เป็นการเอารายได้จากจากรัฐกิจมาช่วยเหลือสังคมเพราะธนาคารต้องรับนโยบายจากรัฐบาล และทำเพื่อสังคมมาตั้งแต่ก่อตั้งแล้ว ตอนที่เห็นชัดคือมีการดำเนินงานด้าน CSR และโครงการต่างๆที่สนับสนุนด้านการศึกษา ส่งเสริมการศึกษา อาชีพต่างๆ หรือแม้กระทั่งกองทุนหมู่บ้าน ปัญหาและอุปสรรคที่พบคือ การต้องทำตามนโยบายรัฐที่ต้องทำแบบเร่งด่วน เช่น การลงทะเบียนคนจนที่เร่งด่วนก็ยังพบปัญหาตามมามากมาย ” (อุสุมา ปิงมอย ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์ การตลาด และพัฒนาลูกค้าบุคลากรภาครัฐ ธนาคารออมสิน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 สิงหาคม 2565)

“การเป็นธนาคารเพื่อสังคมนั้นเป็นการปรับตัวภายใต้นโยบายของรัฐที่ต้องมีการดำเนินงานเพื่อตอบแทนสังคม เป็นการทำขึ้นโดยไม่ได้หวังผลประโยชน์ด้านกำไรเป็นหลัก การดำเนินงานเพื่อสังคมของธนาคารออมสินที่เด่นชัดคือ สินเชื่อเพื่อสังคม สินเชื่อเพื่อชุมชน เป็นการช่วยเหลือคนรายได้น้อยให้สามารถเข้าถึงแหล่งทุน เป็นการสร้างอาชีพและมีเงินทุนได้ รวมไปถึงการสร้างชุมชนเข้มแข็งได้ ปัญหาและอุปสรรค คือ ยังไม่มีโมเดลที่เห็นชัดๆ ว่าช่วยเหลือชุมชนได้อย่างยั่งยืน แต่ที่เราดำเนินการมาเป็นการต่อยอด บางครั้งการเปลี่ยนผู้บริหารและนโยบายก็เปลี่ยนทำให้การดำเนินงานไม่ต่อเนื่อง แต่ธนาคารออมสินก็ยังดำเนินงานเพื่อสังคมได้อย่างไม่เต็มตัวนักเพราะยังต้องดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรแต่อย่างไรก็ตามธนาคารออมสินก็ยังมีการทำโครงการเพื่อสังคมได้มากกว่าธนาคารอื่นๆ (นายสรุชัย ตันติกรกุล ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาดอนนเพชรบุรี ภาค 2 ธนาคารออมสิน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 สิงหาคม 2565)

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกแนวนโยบายของผู้บริหาร ยังมีความเห็นความพนักงานธนาคารออมสินในระดับปฏิบัติการ ที่ได้ดำเนินการส่วนหน้างานและเป็นผู้ที่ปฏิบัติงานสัมผัสกับประชาชน พบว่า เจ้าหน้าที่ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันในเรื่องการงานรับกับนโยบายของธนาคารและนโยบายของผู้บริหารในการมุ่งสู่ธนาคารเพื่อสังคม ได้ให้ความเห็นว่า

“นโยบายของธนาคารออมสิน เป็นการแสดงความห่วงใยให้แก่ประชาชนให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการประกอบอาชีพ เป็นการตอบแทนสังคมในรูปแบบของการทำธุรกิจและนำผลกำไรไปแบ่งปันเพื่อสังคม” (นายคมนากร คำลอย นิติกร 5, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 สิงหาคม 2565)

“ธนาคารออมสินเป็นหน่วยธุรกิจหนึ่งที่ช่วยการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการออกนโยบายและระบบการปฏิบัติการหรือโครงการที่ช่วยเหลือประชาชนให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน เช่น โครงการอบรมเพื่อพัฒนาอาชีพ และสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ประกอบการ เป็นต้น” (นางสาวชิตชนก ต่ายธานี พนักงานธุรกิจสาขา 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 สิงหาคม 2565)

จากผลการสัมภาษณ์ดังกล่าว สามารถสะท้อนมาถึงการปฏิบัติการที่เป็นผลการการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2563 ที่สะท้อนถึงแนวคิดการเป็นธนาคารเพื่อสังคมอย่างชัดเจนในการเป็นธนาคารเพื่อสังคม หรือ Social Bank อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อให้ธนาคารเข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในสังคม ทำให้ประชาชนที่เป็นลูกค้ายกกลุ่มหลักของธนาคาร เข้าถึงบริการทางการเงิน ลดภาระ ยกระดับรายได้และความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น เพื่อให้หลุดพ้นจากความยากจน ได้แก่

1) การประกาศร่วมทุนกับบริษัท เงินสดทันใจ จำกัด ที่ธนาคารจะเข้าไปลงทุนถือหุ้นไม่เกิน 49% ในบริษัท เงินสดทันใจ จำกัด เพื่อร่วมให้บริการสินเชื่อจำนำ ทะเบียนรถยนต์ ที่จะทำ ให้ดอกเบี้ยสินเชื่อบัญชีจำนำทะเบียนรถยนต์ลดต่ำลงสู่ระดับ 18% จากปัจจุบันในระบบคิดดอกเบี้ยได้สูงสุดถึง 24% ซึ่งโครงการนี้จะเปิดดำเนินการได้ในไตรมาสแรก ปี2564

2) การให้เงินกู้เสริมพลัง ฐานรากช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา(COVID-19) ในช่วงที่ผ่านมา10,000บาท และ50,000บาทต่อรายผ่าน MyMo ที่ทำ ธุรกิจกรมได้รวดเร็วกว่าการเข้ามาทำรายการที่สาขาของธนาคาร

3) การพัฒนา MyMo เพื่อให้ลูกค้าหรือประชาชนที่ใช้ MyMo สามารถขอกู้เงินและรับชำระหนี้คืนเป็นรายวันได้เช่น วินมอเตอร์ไซค์แม่ค้าในตลาดสดที่มีรายได้เป็นรายวัน โดยสามารถคิดดอกเบี้ยและลดดอกเบี้ยลดเงินต้นการกู้ให้ลูกค้าเป็นรายวัน เป็นต้น ซึ่งเป็นการช่วยลูกค้าที่นอกระบบให้กลับมาเข้าระบบช่วยลดภาระดอกเบี้ย ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสินเชื่อ

ดังนั้น จะเห็นว่าการวางตำแหน่ง(Position) ทางด้านแนวคิดของธนาคารออมสินเป็นการวางสถานะของธนาคารเป็นธนาคารเพื่อสังคมอย่างแท้จริง การวิเคราะห์ Profession DNA ของธนาคารออมสิน พบว่า การเป็น Social Bank เต็มรูปแบบ การวางสถานะนี้ทำให้ธนาคารต้องเป็นทั้งผู้ให้บริการทางการเงิน และมีบทบาทในการพัฒนาทั้งในแง่ของการเป็นแหล่งเงินทุนที่เป็นธรรม ให้ผู้มีรายได้น้อย การพัฒนาและยกระดับผู้ประกอบการรายย่อย การส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน และเป็นแหล่งเงินทุนให้ภาครัฐเพื่อการพัฒนาประเทศ รวมถึงการช่วยเหลือสังคมในภาวะวิกฤติต่าง ๆ นอกจากนี้ ธนาคารออมสินในฐานะสถาบันการเงินชั้นนำ ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนได้นำ แนวปฏิบัติและมาตรฐานสากลต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจสถาบันการเงินมากำหนดเป็นกรอบนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนของธนาคารออมสิน เช่น เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ(SDGs) หลักการธนาคารที่รับผิดชอบของสำนักงานโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติว่าด้วยข้อริเริ่มทางการเงิน (UNEP FI) และนโยบายสนับสนุนการธนาคารเพื่อความยั่งยืน(Sustainable Banking) ของธนาคารแห่งประเทศไทย

ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ Profession DNA นี้ผู้วิจัยสามารถนำไปวิเคราะห์ถึงนิยามและความหมายของธนาคารเพื่อสังคมในหัวข้อถัดไป

4.2.2 การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน

การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน เป็นการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ (Economic Value Added: EVA) เป็นการวัดมูลค่าที่แท้จริงที่ผู้บริหารในองค์กรสามารถเพิ่มให้แก่ธุรกิจ โดยการอาศัยแนวคิดของกำไรทางเศรษฐศาสตร์ หรือกำไรส่วนที่เหลือ (Residual Income) ที่สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลกำไรจากการดำเนินงานและต้นทุน ส่วนทั้งที่เป็นส่วนของเจ้าหนี้และส่วนของเจ้าของ และเป็นการขยายขอบเขตจากแนวคิดเดิมที่คำนึงถึงเฉพาะกำไรสุทธิทางบัญชีที่นำเฉพาะต้นทุนของเจ้าหนี้ (ดอกเบี้ยจ่าย) มาพิจารณาแต่เพียงอย่างเดียว โดยการนำงบดุลของธนาคารในปี 2564 มาพิจารณาตามงบการเงินปี 2564 ที่สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินได้ตรวจสอบแล้ว ธนาคารออมสินมีทรัพย์สินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 จำนวน 3,045,015 ล้านบาท เป็นอันดับที่ 5 ของระบบธนาคารไทย และมีกำไรสุทธิ 25,260 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ	ปี 2564 (หน่วย: ล้านบาท)
รายได้ดอกเบี้ยสุทธิ	60,039
รายได้ค่าธรรมเนียมและบริการสุทธิ	3,110
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินการอื่น	8,368
หนี้สูญ หนี้สงสัยจะสูญ และขาดทุนจากการด้อยค่า	28,642
กำไรสุทธิ	25,260
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์สุทธิเฉลี่ย(ROA)	0.87%
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ย(ROE)	12.34%
สินทรัพย์รวม	2,663,828
หนี้สินรวม	2,461,939
พนักงาน	16,558 คน

ที่มา : ธนาคารออมสิน, 2564

ผลการดำเนินงาน ณ ไตรมาส 4 ปี 2564 กำไรสุทธิ จำนวน 25,260 ล้านบาท สูงกว่าปีก่อน จากรายได้จากการทำงานอื่น (กำไรสุทธิจากเงินลงทุนของหุ้นสามัญสูงกว่าปีก่อน และปีก่อนมีขาดทุนจากการด้อยค่าตราสารทุนเพื่อขาย) และรายได้ดอกเบี้ยสุทธิ (ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยและเงินรางวัลต่ำกว่าปีก่อน จากการออกผลิตภัณฑ์เงินฝากต้นทุนต่ำที่สอดคล้องกับอัตราดอกเบี้ยในตลาด) สูงกว่าปีก่อน ประกอบกับหนี้สูญและค่าใช้จ่ายดำเนินงานอื่น (ค่าโฆษณาค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีและค่าตอบแทนแก่บุคคลภายนอก) ต่ำกว่าปีก่อน ขณะที่ มีการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญสูงกว่าปีก่อน (ตั้งเงินสำรองทั่วไป (General Provision) เพื่อรองรับความเสี่ยงด้านเครดิต รวมทั้งกันสำรองเพิ่มเติม สำหรับลูกหนี้ SMEs และรายย่อยที่เข้ามาตราการพักชำระเงินต้นและดอกเบี้ย) และมีรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการสุทธิต่ำกว่าปีก่อน ทั้งนี้ หากนับรวมกำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่น จะมีกำไรเบ็ดเสร็จรวม จำนวน 31,521 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเนื่องจากมีกำไรจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย (TAS 19) สำหรับโครงการผลประโยชน์ของพนักงาน และเงินลงทุนเพื่อขาย มีมูลค่าตลาดสูงกว่าปีก่อน

เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2563 จำนวน 155,868 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.39 โดยมีสินเชื่อคงเหลือ (รวมสินเชื่อแก่สถาบันการเงินและสหกรณ์) จำนวน 2,270,281 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี

2563 จำนวน 111,040 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.14 เงินลงทุนสุทธิ จำนวน 476,580 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2563 จำนวน 35,229 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.98 (จากการปรับพอร์ตและบริหารผลตอบแทนจากการลงทุน) เงินฝาก (รวมเงินรับฝากจากสถาบันการเงินและสหกรณ์) จำนวน 2,496,434 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2563 จำนวน 81,494 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.37 (จากเงินฝากเพื่อเรียก เงินฝากประจำ และสลากออมสิน) ทั้งนี้ หากนับรวมตราสารหนี้ที่ออก (หุ้นกู้) จะมีเงินฝากและตราสารหนี้ที่ออกคงเหลือ (รวมเงินรับฝากจากสถาบันการเงินและสหกรณ์) จำนวน 2,576,934 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2563 จำนวน 81,494 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.27

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ ณ ไตรมาส 4 ปี 2564 ธนาคารมีอัตราหนี้ค้างชำระเกิน 3 เดือน (NPLs) ของสินเชื่อบริการ ร้อยละ 2.49 ROA ร้อยละ 0.87 NIM ร้อยละ 2.14 และเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงทั้งสิ้น ร้อยละ 16.06 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ ธปท. ที่กำหนดไว้ร้อยละ 8.5

ผลการดำเนินงานตามบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานของธนาคารออมสินกับกระทรวงการคลังปี 2564 ด้านการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ Social Bank ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย จำนวน 7 ตัวชี้วัด ด้านผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย จำนวน 9 ตัวชี้วัด และไม่บรรลุเป้าหมายจำนวน 2 ตัวชี้วัด ด้านการประเมิน Core Business Enablers ธนาคารทบทวนและจัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงาน Core Business Enablers เพื่อขับเคลื่อนตามเกณฑ์ประเมิน โดย คณะทำงานวิเคราะห์ Gap จากผลการดำเนินงานปี 63 จัดทำแผนปิด Gap เพื่อยกระดับคะแนนและนำเสนอ ต่อ อธส. เมื่อวันที่ 21-22 ก.ค. 64 และ 4 ส.ค. 64 จัดทำข้อมูลผลการดำเนินงานและเอกสารประกอบเพื่อบันทึกในระบบ SE-AM ของ สคร. ภายในระยะเวลาที่กำหนด (วันที่ 31 ม.ค. 63) โดยคาดการณ์ว่าจะยกระดับคะแนนประเมินเพิ่มขึ้นจากปีก่อนทุกด้าน

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 อันดับความน่าเชื่อถือของธนาคารที่จากสิ้นปี 2563 ที่ระดับ AAA ซึ่งจัดโดยสถาบันจัดอันดับเครดิต ทริสเรตติ้ง (TRIS Rating) โดยอันดับเครดิตสะท้อนถึงสถานภาพในทางกฎหมายของธนาคารที่เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับรัฐบาลไทยในระดับสูงสุด และมีบทบาทหน้าที่สำคัญมากที่สุดต่อการดำเนินนโยบายของรัฐ นอกจากนี้ อันดับเครดิตยังสะท้อนถึงการได้รับการกำกับจากรัฐบาลที่ครอบคลุมภาระผูกพันทางการเงินทั้งหมดของธนาคารตามพระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ. 2489 กำหนดไว้ว่า ข้อผูกพันต่างๆของธนาคารออมสินในส่วนของการชำระคืนเงินต้น เงินกู้ยืม ตลอดจนดอกเบี้ยเงินฝาก และการจ่ายชำระหนี้อื่นๆนั้น จะได้รับการกำกับโดยรัฐบาลทั้งสิ้น มีรายละเอียดคือ

ตารางที่ 4.2 อันดับความน่าเชื่อถือของธนาคารออมสิน

สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือ	31 ธันวาคม 2564	31 ธันวาคม 2563
TRIS rating		
อันดับเครดิตองค์กร	AAA	AAA
แนวโน้มอันดับเครดิต/เครดิตฟินีจ	Stable	Stable

ที่มา : ธนาคารออมสิน, 2564

ธนาคารได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ด้าน ตามกรอบทิศทางการทำงานและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ การดำเนินงานของธนาคารออมสิน ปี 2564–2568 ภายใต้การมุ่งเน้นบทบาทการเป็นธนาคารเพื่อสังคม (Social Bank) อย่างเต็มรูปแบบ โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความเป็นธรรมในสังคม โดยได้รับอนุมัติงบประมาณ เพื่อดำเนินงานตามภารกิจหลัก สนับสนุนยุทธศาสตร์และนโยบายธนาคาร ประจำปี 2564 เป็นเงิน 34,956 ล้านบาท ประกอบด้วย รายจ่ายดำเนินงาน เป็นเงิน 33,086 ล้านบาท รายจ่ายลงทุน เป็นเงิน 1,450 ล้านบาท และงบสำรองจ่าย ระหว่างปี เป็นเงิน 420 ล้านบาท

4.2.3 การวิเคราะห์มูลค่าเพิ่ม(Value Added)

ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มทางสังคม หมายถึง ผลประโยชน์สำคัญ ธนาคารออมสิน ได้สร้างให้แก่สังคม อาทิ ความสามารถในการเพิ่มจำนวนผู้เข้าสู่ระบบ เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเป็นตัวชี้วัด(KPI) ที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งสามารถพิจารณาได้จาก

- 1) ผลผลิต ผลลัพธ์ หรือผลลัพธ์ที่สามารถแปลงเป็นหน่วยเงิน หรือ
- 2) สัดส่วนระหว่าง ผลผลิต ผลลัพธ์ หรือผลลัพธ์ที่สามารถแปลงเป็นหน่วยเงิน เทียบกับ

เงินประมาณที่ใช้ในการดำเนินงาน

จะเห็นว่าจำนวนของผู้ที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อ รายย่อย / SMEs ที่สามารถเข้าถึง แหล่งเงินทุนได้ตามแผนงาน และนโยบายของผู้บริหารมากถึง 2,068,739 ราย คิดเป็นเงิน 69,546 ล้านบาท หากนำมาพิจารณาผลผลิต ผลลัพธ์ หรือผลลัพธ์ที่สามารถแปลงเป็นหน่วยเงิน หรือ สัดส่วนระหว่าง ผลผลิต ผลลัพธ์ หรือผลลัพธ์ที่สามารถแปลงเป็นหน่วยเงิน เทียบกับเงินประมาณที่ใช้ในการดำเนินงาน จะพบว่า จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นและเทียบต่อผลลัพธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม นี้แสดงถึงการประสบความสำเร็จในการทำให้รายย่อยได้เข้าถึงแหล่งเงินทุนมากขึ้น ซึ่งปัญหาที่พบจากรายย่อยที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ในประเด็นที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน พิจารณา คือ ไม่

สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน การขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน ขาดความรู้และความเข้าใจในเงื่อนไขของการให้กู้จากสถาบันการเงิน การทำระบบบัญชีไม่ชัดเจน ไม่ครบถ้วน ไม่เป็นปัจจุบัน มีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการขอกู้ไม่ชัดเจน นั่นคือข้อจำกัดของธนาคารทั่วไป แต่จากการดำเนินงานของธนาคารออมสินสามารถดึงลูกค้ารายย่อย พ่อค้าแม่ขายเข้ามาในระบบได้กว่า 2 ล้านคน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า การวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มของธนาคารที่ได้จากการดำเนินกิจเพื่อสังคม ก็คือ การเพิ่มฐานลูกค้ารายย่อยเพิ่มขึ้นได้สำเร็จอย่างมีนัยสำคัญและฐานลูกค้ากลุ่มนี้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่สามารถเอาไปประกอบอาชีพและสามารถสร้างเครดิตให้ตนเองในการนำไปประกอบการกู้ยืมเงินในสถาบันการเงินอื่นๆได้

ทั้งนี้ จากการสุ่มสัมภาษณ์เชิงลึกประชาชนผู้มาใช้บริการในสาขาต่างๆ ของธนาคารออมสิน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่พึงพอใจกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารและพึงพอใจคุณภาพการบริการ รายละเอียดคือ

“มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสินมาอย่างยาวนานเพราะไว้ใจในคุณภาพและการบริหารงานของธนาคาร บวกกับขายของ(เครื่องดื่มรถเข็น)อยู่ใกล้สาขานี้ ที่ผ่านมาก็ได้ขอกู้เงิน โครงการช่วยโควิดมา 10,000 บาท ทำง่ายมากขอกู้สินเชื่อบนแอป Mymo ตอนแรกก็ทำไม่เป็นอาศัยว่าอยู่ใกล้สาขาก็ไปขอให้พนักงานช่วยแนะนำก็ได้รับคำแนะนำอย่างดี เงินดังกล่าวไม่มากแต่ช่วยคนเล็กคนน้อยได้เงินมาลงทุนหมุนเวียนได้มาก ตอนนี้ผ่อนส่งเป็นรายเดือนละ 600 บาท ก็เป็นโครงการที่ช่วยเหลือประชาชนได้มากมายเลยครับ” (ประชาชนผู้มาใช้บริการสาขาบางเขน คนที่1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 สิงหาคม 2565)

“มาขอกู้เงิน โครงการช่วยเหลือโควิด 50,000 บาท ก็ไม่ยุ่งยากอะไรมีพนักงานคอยแนะนำขั้นตอนต่างๆ เอกสารต่างๆก็เตรียมมาให้พร้อม เป็นโครงการที่ช่วยเหลือคนค้าขายธุรกิจเล็กๆได้มาก เพราะช่วงนี้มีผลกระทบมากเงินทุนหมุนเวียนไม่พอ ขายของได้น้อยแต่รายจ่ายไม่ลดลงเลย ค่าเช่าบ้าน ค่าเทอมก็มาพร้อมกัน พอกู้เงินจากธนาคารได้ก็พอช่วยได้หายใจหน่อย ดีใจมากที่ธนาคารเห็นความสำคัญของประชาชนให้กู้มาทำมาหากินได้” (ประชาชนผู้มาใช้บริการสาขามินบุรี คนที่2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 สิงหาคม 2565)

“มาขอกู้เงินสินเชื่อกับธนาคารออมสิน ขึ้นอยู่กับธนาคารอื่นแล้วไม่ผ่านแต่พอเห็นโครงการของธนาคารออมสินที่ช่วยเหลือประชาชนก็จึงลองมากู้ เพราะเราเป็นพ่อค้าแม่ค้ารายได้ไม่แน่นอน สเตทเมนต์ที่ธนาคารต้องการเราก็ไม่มี เครดิตก็ไม่มี แต่ถ้ากู้ผ่านก็จะเอาเงิน

“ไปลงทุนทำมาหากินได้ ช่วยให้ลืมตาอ้าปากได้” (ประชาชนผู้มาใช้บริการสาขาโชคชัย 4 คน ที่3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 สิงหาคม 2565)

จากความเห็นของประชาชนจะเห็นถึงมูลค่าเพิ่มในทางสังคมว่า ทำให้ประชาชนพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของธนาคารและสามารถช่วยประชาชนให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างแท้จริง ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของฉัฐพล อารีรัชย์(2562) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ประชาชนพึงพอใจต่อธนาคารออมสินด้านต่างๆ คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อ สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อเงิน โยบายของรัฐ หลากหลายให้เลือกใช้ 2) ด้านราคา ถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการ ชำระค่าสินค้าและบริการมีความเหมาะสม 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ มีสาขาให้บริการจำนวนมาก สะดวกในการติดต่อ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ มีรายการ ส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ เช่น แจกของที่ระลึกแก่ลูกค้าที่สมัครบัตรเดบิต และมีการแจกของที่ ระลึกในเทศกาลต่างๆ ของธนาคาร 5) ด้านพนักงานบริการ ถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ พนักงานอำนวยการให้คำปรึกษา และช่วยแก้ไขปัญหาได้อย่างดี 6) ด้านกระบวนการ ถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ขั้นตอนในการเข้าใช้บริการมีความสะดวก ใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน

ทั้งนี้จากผลการสำรวจของธนาคารออมสินในเรื่องสรุปผลการประเมินความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าธนาคารออมสิน ในปี 2564 พบว่า การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าและพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายให้ได้อย่างครบถ้วนในทุกมิติ คือ สิ่งที่ธนาคารมุ่งมั่นและให้ความสำคัญมาโดยตลอด ดังนั้น ธนาคารจึงมีการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และ ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออมสินและธนาคารคู่เทียบทั้งในด้านช่องทางบริการหลัก 3 ช่องทาง และผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินต่างๆ เป็นประจำทุกปี โดย Third Party ที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับเป็นผู้ดำเนินการสำรวจ กลุ่มเป้าหมายหลักในการประเมินความพึงพอใจครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทั้ง 3 กลุ่มของธนาคาร ได้แก่ กลุ่มลูกค้าบุคคล กลุ่มลูกค้าฐานรากและสนับสนุนนโยบายรัฐ และกลุ่มลูกค้าธุรกิจและหน่วยงานรัฐ ธนาคารได้กำหนดกรอบแนวคิดในการประเมินที่เชื่อมโยงหลักการต่างๆ ระหว่างปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและความผูกพันอย่างเป็นระบบ และมุ่งเน้นการศึกษาประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารของลูกค้าภายใต้กรอบแนวคิด Customer Journey และ Human-centered Service Design ให้ครอบคลุมในทุกขั้นตอนการใช้บริการและ Touchpoint ต่างๆ ของธนาคาร ทั้งในกลุ่มผลิตภัณฑ์เงิน

ฝาก สินเชื่อ และการทำธุรกรรมทั่วไป ทั้งนี้ ขั้นตอนการใช้บริการธนาคารของลูกค้าที่ธนาคารประเมินจะเริ่มตั้งแต่การรับข้อมูลประชาสัมพันธ์ การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม การสมัครใช้บริการผลิตภัณฑ์ การใช้บริการและทำธุรกรรม ตลอดจนบริการหลังการขายและกิจกรรม CRM กับลูกค้า

ทั้งนี้คะแนนความพึงพอใจในภาพรวมของธนาคารเท่ากับ 4.43 ปี, 2562 เท่ากับ 4.39, ปี 2563 4.41, ปี 2564 เท่ากับ 4.43 จากคะแนนเต็ม 5 และธนาคารยังได้มีการประเมินประสบการณ์และความพึงพอใจของลูกค้าแยกตามช่องทางธุรกรรม 3 ช่องทาง ได้แก่ สาขา ตู้อัตโนมัติ และ Mobile Banking ซึ่งถือเป็นช่องทางหลักที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับธนาคาร โดยในภาพรวมแล้ว ประสบการณ์การใช้บริการของ 3 ช่องทางหลักอยู่ในเกณฑ์ดีมาก โดยเฉพาะการพัฒนา MyMo 2.0 ที่ตอบโจทย์ลูกค้าทั้งในด้าน User Interface และ User Experience ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการศึกษาจะเห็นว่านโยบายของธนาคารออมสิน การปฏิบัติในระดับปฏิบัติการ และผลการตอบรับของประชาชน มีทิศทางเดียวกันคือ การมุ่งสู่การเป็นธนาคารเพื่อสังคม และประชาชนก็เห็นด้วยและให้การตอบรับเป็นอย่างดี

4.3 การวิเคราะห์การเป็นธนาคารเพื่อสังคมธนาคารออมสิน เปรียบเทียบกับกรามินแบงก์

ธุรกิจเพื่อสังคม ตามนิยามของมูฮัมหมัด ยูนุส ที่แบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังที่กล่าวมา โดยประเภทแรก เป็นธุรกิจที่ไม่สูญเสียเงินต้น-ไม่ปันผลกำไร (Non-Loss, Non-Dividend) โดยมุ่งที่จะแก้ปัญหาสังคมเป็นสำคัญ มีการถือหุ้นโดยผู้ลงทุนหรือบุคคลทั่วไป และนำกำไรทั้งหมดที่ได้กลับมาพัฒนาและขยายธุรกิจต่อ ดังในตัวอย่างข้างต้น ซึ่งยูนุสเรียกว่า ธุรกิจเพื่อสังคม ประเภทที่ 1 หรือ Type I Social Business เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นในธุรกิจเพื่อสังคม ประเภทที่ 1 นี้ สามารถได้รับเงินลงทุนคืน เฉพาะเงินต้นเท่านั้น ไม่มีการให้ดอกเบี้ย หรือชดเชยค่าเงินเพื่อใดๆ คือ Non-Loss และจะไม่ได้รับปันผลใดๆ จากกำไรที่เกิดขึ้นจากธุรกิจ โดยกำไรทั้งหมดจะคงไว้ในกิจการเพื่อใช้แก้ปัญหาสังคม คือ Non-Dividend ธุรกิจเพื่อสังคม ประเภทที่ 2 หรือ Type II Social Business เป็นธุรกิจที่แสวงหากำไรและสามารถปันผลได้ แต่อยู่บนเงื่อนไขว่าเจ้าของธุรกิจหรือผู้ถือหุ้นของกิจการจะต้องเป็นผู้ยากไร้หรือผู้ด้อยโอกาส เพราะการปันผลกำไรนั้น ถือเป็นการจัดความยากจนเป็นการแก้ไขปัญหาสังคม สมตามจุดมุ่งหมายของธุรกิจเพื่อสังคมในตัวเอง ธุรกิจเพื่อสังคม ตามนิยามของมูฮัมหมัด ยูนุส ที่แบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังที่กล่าวมา โดยประเภทแรก เป็นธุรกิจที่ไม่สูญเสียเงินต้น-ไม่ปันผลกำไร (Non-Loss, Non-Dividend) โดยมุ่งที่จะแก้ปัญหาสังคมเป็นสำคัญ มีการถือหุ้นโดยผู้ลงทุนหรือบุคคลทั่วไป และนำกำไรทั้งหมดที่ได้ กลับมาพัฒนาและขยายธุรกิจต่อ ดังในตัวอย่างข้างต้น ซึ่งยูนุสเรียกว่า ธุรกิจเพื่อสังคม ประเภทที่ 1 หรือ Type I Social Business เจ้าของ

หรือผู้ถือหุ้นในธุรกิจเพื่อสังคม ประเภทที่ 1 นี้ สามารถได้รับเงินลงทุนคืน เฉพาะเงินต้นเท่านั้น ไม่มีการให้ดอกเบี้ย หรือชดเชยค่าเงินเพื่อใดๆ คือ Non-Loss และจะไม่ได้รับปันผลใดๆ จากกำไรที่เกิดขึ้นจากธุรกิจ โดยกำไรทั้งหมดจะคงไว้ในกิจการเพื่อใช้แก้ปัญหาสังคม คือ Non-Dividend ธุรกิจเพื่อสังคม ประเภทที่ 2 หรือ Type II social business เป็นธุรกิจที่แสวงหากำไรและสามารถปันผลได้ แต่อยู่บนเงื่อนไขว่าเจ้าของธุรกิจหรือผู้ถือหุ้นของกิจการจะต้องเป็นผู้ยากไร้หรือผู้ด้อยโอกาส เพราะการปันผลกำไรนั้น ถือเป็น การจัดความยากจน เป็นการแก้ไขปัญหาสังคม สมตามจุดมุ่งหมายของธุรกิจเพื่อสังคมในตัวเอง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำหลักการดังกล่าวมาดำเนินการเปรียบเทียบกับแนวนโยบายและผลการดำเนินงานของธนาคารออมสิน เพื่อหาคำตอบว่าสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าวในการเป็นธนาคารเพื่อสังคม ประเภทที่ 2 หรือ Type II Social Business หรือไม่ โดยนำหลักหรือนโยบายพันธสัญญา 16 ข้อมาเป็นสารตั้งต้น พิจารณาได้ดังนี้คือ

1) ผู้กู้ต้องอยู่ในระเบียบวินัยกล้าหาญทำงานหนักและมีความสามัคคีกัน ยุทธศาสตร์ที่ใกล้เคียงที่สุด คือ แผนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรายย่อย หลักการข้อนี้เป็นกรกล่าวถึงระเบียบวินัยในการกู้เงินและความสามารถในการชำระหนี้ ดังนั้น แม้จะไม่ตรงกับแนวคิดของธนาคารออมสินนัก แต่บริบทและเนื้อหามีส่วนคล้ายกัน นั่นคือ การพัฒนาศักยภาพของคน

2) ผู้กู้ต้องนำความมั่นคงมาสู่ครอบครัวยุทธศาสตร์ที่ใกล้เคียงที่สุด คือ แผนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรายย่อย และแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อ รายย่อยเพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุน หลักการข้อนี้ สอดคล้องกับความมั่นคงทางการเงิน ที่ผู้กู้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการประกอบอาชีพและการพัฒนาอาชีพ และในที่สุดก็นำมาสู่ความมั่นคงของครอบครัว

3) ผู้กู้ต้องซ่อมแซมบ้านให้น่าอยู่ไม่อาศัยในบ้านที่เสื่อมโทรมผู้พักยุทธศาสตร์ที่ใกล้เคียงที่สุด คือ แผนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรายย่อยและแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อ รายย่อยเพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุน หลักการข้อนี้ สอดคล้องกับความมั่นคงทางการเงิน ที่ผู้กู้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการประกอบอาชีพและการพัฒนาอาชีพ และในที่สุดก็นำมาสู่ความมั่นคงของครอบครัว และหากมีเงินอันดับแรกก็จะนำมาซ่อมแซมบ้านของตนเอง

4) ผู้กู้ต้องปลูกผักไว้กินภายในรั้วบ้าน หลักการข้อนี้ในประเทศไทยไม่มีความจำเป็นเพราะคนไทยตระหนักและมักดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 อยู่แล้ว

5) ผู้กู้ต้องปลูกพืชตามฤดูกาล หลักการข้อนี้ในประเทศไทยไม่มีความจำเป็นเพราะคนไทยตระหนักและมักดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 อยู่แล้วเช่นกัน

6) ผู้กู้ต้องจำกัดปริมาณสมาชิกในครอบครัวหลักการข้อนี้ไม่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย เพราะงานด้านสุขภาพและสาธารณสุขของไทยก้าวหน้ากว่าศรีลังกา

7) ผู้ก่อตั้งให้การศึกษาแก่ลูกหลาน ยุทธศาสตร์ที่ใกล้เคียงที่สุดคือ แผนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรายย่อย และแผนเตรียมความพร้อมองค์กรชุมชนเป็นสถาบันการเงินประชาชน หลักการข้อนี้ สอดคล้องกับนโยบายธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสินมากที่สุด คือ เป็นการพัฒนาศักยภาพของคน ไม่ว่าจะเป็น ธนาคารออมสินมีโครงการให้ทุนสนับสนุนการศึกษา แผนการให้ความรู้ทางการเงินและวินัยการออมให้แก่เด็ก/เยาวชน/ประชาชนทั่วไป/ผู้สูงอายุ เป็นต้น

8) ผู้ก่อตั้งรักษาสิ่งแวดล้อมให้สะอาดยุทธศาสตร์ที่ใกล้เคียงที่สุดคือ แผนความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม หลักการข้อนี้สอดคล้องกับการปฏิบัติงานของธนาคาร ในเรื่องการสนับสนุนการสร้างศูนย์การเรียนรู้ ดชด. บ้านเทอคี(หัวขลิบ) และอาคาร โรงอาหารและห้องน้ำศูนย์การเรียนรู้ คือ ฟันฟูทรัพยากรสัตว์น้ำชายฝั่งเพื่อความเข้มแข็งของชุมชนประมงพื้นบ้านช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางธรรมชาติ 5 จังหวัดของภาคใต้ และสนับสนุนอุปกรณ์ทางการแพทย์และน้ำดื่ม เพื่อช่วยเหลือ เป็นต้น

9) ผู้ก่อตั้งใช้ตัวหลุม หลักการข้อนี้ไม่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย เพราะงานด้านสุขภาพและสาธารณสุขของไทยก้าวหน้ากว่าศรีลังกา

10) ผู้ก่อตั้งดื่มน้ำก่อนดื่ม หลักการข้อนี้ไม่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทยเช่นกัน เพราะงานด้านสุขภาพและสาธารณสุขของไทยก้าวหน้ากว่าศรีลังกา

11) ผู้ก่อตั้งไม่ให้ลูกหลานแต่งงานตั้งแต่ยังเล็ก

12) ผู้ก่อตั้งให้ความช่วยเหลือกับผู้อื่นเสมอยุทธศาสตร์ที่ใกล้เคียงที่สุดคือ แผนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรายย่อย

13) ผู้ก่อตั้งช่วยกันรักษาภูมิลักษณ์ ยุทธศาสตร์ที่ใกล้เคียงที่สุดคือ แผนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรายย่อย

14) ผู้ก่อตั้งให้ความร่วมมือกับสังคม ยุทธศาสตร์ที่ใกล้เคียงที่สุดคือ แผนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรายย่อย และแผนความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม

15) ผู้ก่อตั้งมีเงินมากขึ้นต้องรู้จักลงทุนมากขึ้น ยุทธศาสตร์ที่ใกล้เคียงที่สุดคือ แผนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรายย่อยและแผนเตรียมความพร้อมองค์กรชุมชนเป็นสถาบันการเงินประชาชน หลักการข้อนี้สอดคล้องก็คือการพัฒนาศักยภาพของลูกค้า การให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์การเงินและการลงทุน

16) ผู้ก่อตั้งไม่ลงโทษคนอื่นโดยไม่ยุติธรรม หลักการข้อนี้ไม่สอดคล้องโดยตรง แต่หากพิจารณาหัวใจของข้อนี้คือการทำงานในลักษณะชุมชนเข้มแข็งที่มีการเอื้อเพื่อเอื้อแก่กัน ในชุมชนซึ่งก็เป็นหลักการในการพัฒนาชุมชนของธนาคารออมสิน

จากการวิเคราะห์พันธะสัญญา 16 ข้อดังกล่าวที่สอดคล้องกับนโยบายของธนาคารออมสิน จะเห็นว่ามีส่วนใหญ่ไม่ตรงและไม่สอดคล้องกันนัก เพียงแต่มีส่วนคล้ายกัน หลักการของกรามิน แบนค์นั้นส่วนใหญ่ยังเป็นนามธรรม จะเห็นว่า บางข้อไม่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย แต่ หลักการโดยรวมนั้นก็ยังมีส่วนคล้ายกับธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสินได้บ้าง ทั้งนี้ ธนาคาร ออมสินค่อนข้างพัฒนานโยบายและแผนยุทธศาสตร์ได้ออกมาเป็นรูปธรรมและจับต้องได้มากกว่า สามารถประเมินได้ในทางเศรษฐศาสตร์และในทางธุรกิจได้อย่างมีนัยสำคัญ แต่อย่างไรก็ตาม ตัว แบบกรามินแบงก์ก็ถือเป็นแนวทางที่ดีในการดำเนินการธนาคารเพื่อสังคมที่ยั่งยืนได้

จากบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ ในเรื่องของกรามินแบงก์กับธนาคารออมสิน ดังนี้คือ

“ยูนิส หรือ กรามินแบงก์ไม่ได้ทำ CSR ดังในบทความที่เขียนให้ธนาคาร โลก แต่ เป็นธนาคารเพื่อคนจนที่ให้ความสำคัญกับการสร้างขบวนการทางสังคม (Social Movement) มากกว่าการเป็นสถาบันทางการเงินที่หวังผลกำไรเพียงอย่างเดียวแต่ยังมุ่งเน้นสร้าง กระบวนการพัฒนาเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชน โดยใช้กลยุทธ์ด้านการเงินเป็น เครื่องมือในการแก้ปัญหาสังคมและยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างแท้จริง จากการสร้างสรรค์ และก่อตั้งกิจการเพื่อสังคมเพื่อพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน (สุนทร คุณชัยมัง, การสื่อสารส่วน บุคคล, 20 สิงหาคม 2565)

ดังนั้น จะเห็นว่า ถึงแม้กรามินแบงก์จะเป็นต้นแบบของธนาคารเพื่อสังคม แต่ในงานวิจัยนี้ จะเป็น Anti-thesis คือ ไม่เห็นด้วยกับแนวทางธนาคารเพื่อสังคมดั้งเดิมคือ กรามินแบงก์ ซึ่งผู้วิจัยคิด ว่า นโยบายของธนาคารออมสินนั้นที่ได้จากจากการวิเคราะห์ Profession DNA (ปรากฏในหัวข้อ 6.2) ในการเป็น Social Bank เต็มรูปแบบ มีการพัฒนาก้าวหน้าขึ้นกว่ากรามินแบงก์และมีการวาง หลักเกณฑ์ที่ตอบโจทย์การทำธุรกิจได้ด้วย เช่น การมีข้อกำหนดไม่พิจารณาสินเชื่อให้ธุรกิจที่ไม่ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การให้คนรายย่อยเข้าถึงแหล่งเงินทุนและสามารถนำมาเป็นเครดิตให้ราย ย่อยได้ในอนาคต เป็นต้น การวางสถานะนี้ทำให้ธนาคารต้องเป็นทั้งผู้ให้บริการทางการเงิน และมี บทบาทในการพัฒนาทั้งในแง่ของการเป็นแหล่งเงินทุนที่เป็นธรรมให้ผู้มีรายได้น้อย การพัฒนาและ ยกกระดับผู้ประกอบการรายย่อย ในการก้าวสู่การเป็นธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสินเป็นการ ดำเนินงานแบบ Development Bank คือ ธนาคารที่ทำธุรกิจเพื่อกำไรแต่ในขณะเดียวกันก็มีการ พัฒนาสังคมและตอบแทนสังคม ซึ่งจากหัวข้อการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มที่ผ่านมาก็พบว่ามีการ ดำเนินงานที่ปรากฏเป็นรูปธรรมอย่างมีนัยสำคัญคือ การเพิ่มฐานลูกค้ารายย่อยเพิ่มขึ้นได้สำเร็จอย่าง

มีนัยสำคัญและฐานลูกค้ากลุ่มนี้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่สามารถเอาไปประกอบอาชีพและสามารถสร้างเครดิตให้ตนเองในการนำไปประกอบการกู้ยืมเงินในสถาบันการเงินอื่นๆ ได้

4.4 อภิปรายผล

ในหัวข้อนี้จะเป็นการวิเคราะห์สถาบันการเงินมีบทบาทสำคัญในการสร้างความยั่งยืนผ่านการทำหน้าที่จัดสรรทรัพยากรทางการเงินจากผู้ออมเงินไปยังผู้กู้ที่ต้องการใช้เงินทุน โดยคำนึงถึงการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจและสังคม และดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และอยู่ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี (ESG)

ทั้งนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2562) ได้กำหนดมีกระบวนการพิจารณาสินเชื่อแก่ธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดความเสี่ยงต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการปล่อยสินเชื่อ และผลกระทบต่อชื่อเสียงของธนาคาร นอกจากนี้ ยังควรให้ความสำคัญกับการปล่อยสินเชื่อให้กับโครงการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน เช่น สินเชื่อพลังงานสะอาด ซึ่งเป็นการขยายโอกาสทางธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น ให้บริการทางการเงิน โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภคในระยะยาว เช่น การนำเสนอผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าเพื่อลดปัญหาการก่อหนี้สินล้นพ้นตัว การส่งเสริมเข้าถึงบริการทางการเงินของลูกค้าโดยเฉพาะลูกค้าฐานราก หรือผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นห่างไกล ประกอบกับการให้ความรู้ทางการเงิน เพื่อส่งเสริมวินัยทางการเงินที่ดี และให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้ตรงกับความต้องการและความสามารถของลูกค้า รวมทั้งการส่งเสริมการดำเนินการภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดีทั้งภายในองค์กรของสถาบันการเงินเองและการดำเนินธุรกิจกับบุคคลภายนอกอย่างโปร่งใส รวมทั้งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริตหรือคอร์รัปชัน การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยลดความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และผลกระทบต่อชื่อเสียงของสถาบันการเงิน

ทั้งนี้จากการศึกษาในหัวข้อ 6.1 ในเรื่องของงานธนาคารที่ยั่งยืนในต่างประเทศ หลักการการเงินและการธนาคารที่ยั่งยืน ในมุมมองของ GABV แนวร่วม GABV ประกาศว่าการธนาคารที่ยั่งยืนจะต้องยึดหลักการพื้นฐานดังต่อไปนี้

หลักการ 1 ยึดไตรค่าไรสุทธิ (Triple Bottom Line) เป็นหัวใจของโมเดลธุรกิจการดำเนินธุรกิจของธนาคารที่ยั่งยืนเน้นดูแลผู้คน สิ่งแวดล้อม และความเจริญทางเศรษฐกิจไปพร้อมกัน ธนาคารที่ยั่งยืนออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตระหนักว่าจำเป็นจะต้องสร้างกำไรพอสมควร แต่กำไรไม่ใช่เป้าหมาย

เพียงหนึ่งเดียว กล่าวอย่างเฉพาะเจาะจงคือ ธนาคารที่ยั่งยืนปฏิบัติตามหลักไตรกำไรสุทธิ (People, Planet, Profit) เป็นสภาวะ นั่นคือ ไม่เพียงแต่พยายามไม่ก่อความเสียหาย แต่ใช้การเงินเชิงรุกในการสร้างประโยชน์แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม หลักการ 2. ยึดโยงกับชุมชน รับใช้เศรษฐกิจจริง ส่งเสริมสนับสนุนโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและเศรษฐกิจจริงในวงกว้าง ธนาคารที่ยั่งยืนรับใช้ชุมชนที่พวกเขาทำงานด้วย ตอบสนองความต้องการทุนในพื้นที่ด้วยการสนับสนุนกิจการที่ยั่งยืน หลักการ 3. ถนอมความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เข้าใจในธรรมชาติและความเสี่ยงของกิจกรรมทางธุรกิจที่ลูกค้าทำ ธนาคารที่ยั่งยืนสร้างสายสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า พยายามทำความเข้าใจในกิจกรรมทางธุรกิจ และช่วยเหลือให้ลูกค้าสามารถประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนกว่าเดิม วิเคราะห์ความเสี่ยงตั้งแต่ระดับพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ไม่ใช่ใช้เครื่องมือบริหารความเสี่ยงทางอ้อมแทนที่การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน หลักการ 4. มีวิสัยทัศน์ระยะยาว อยู่ได้ด้วยตัวเอง และยืดหยุ่นต่อแรงกระแทกจากภายนอก ธนาคารที่ยั่งยืนมีวิสัยทัศน์ระยะยาว มั่นใจว่าพวกเขาจะสามารถดำเนินกิจการได้อย่างยืดหยุ่นเมื่อเผชิญกับแรงกระแทกจากภายนอก ขณะเดียวกันก็ตระหนักว่าไม่มีธนาคารใดหรือลูกค้ารายใดปลอดภัยจากแรงกระแทกดังกล่าวบริบูรณ์ หลักการ 5. ธรรมชาติที่โปร่งใสและครอบคลุม ธนาคารที่ยั่งยืนปฏิบัติตามมาตรฐานขั้นสูงที่โปร่งใสและครอบคลุมด้านธรรมาภิบาลและการรายงานผลการดำเนินงาน ในบริบทนี้ “ความครอบคลุม” หมายถึงการถนอมความสัมพันธ์อย่างแท้จริงกับผู้มีส่วนได้เสียของธนาคารทุกภาคส่วน (เช่น ชุมชน ประชาชน พนักงาน คู่ค้า ถึงแวดล้อม ฯลฯ) ไม่เพียงแต่เฉพาะกับผู้ถือหุ้นหรือฝ่ายจัดการเท่านั้น

หลักการ 6 หลักการทั้ง 5 ข้างต้นถูกบูรณาการในวัฒนธรรมองค์กร ธนาคารที่ยั่งยืนพยายามนำหลักการทั้งหมดข้างต้นไปบูรณาการในวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรทุกระดับใช้หลักการเหล่านี้เป็นปกติในการตัดสินใจ ธนาคารที่ยั่งยืนตระหนักว่ากระบวนการบูรณาการหลักการเหล่านี้ต้องใช้ความพยายามอย่างยิ่งยวด ดังนั้นจึงเน้นนโยบายทรัพยากรบุคคลที่สะท้อนคุณค่าดังกล่าว (รวมถึงใช้แรงจูงใจและระบบการประเมินผลงานพนักงานที่มีนวัตกรรม เช่น ไม่ผูกโบนัสเข้ากับปริมาณสินเชื่อที่ปล่อยได้ แต่ผูกเข้ากับกิจการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ธนาคารให้การสนับสนุน) พัฒนาระบบการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย เพื่อสนับสนุนโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน นอกจากนี้ ธนาคารที่ยั่งยืนยังใช้กรอบการรายงานผลที่ชัดเจน เพื่อแสดงผลตอบแทนทั้งด้านการเงิน และด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมซึ่งอยู่นอกเหนือตัวเลขทางการเงิน

ดังนั้น ในตัวแบบ GABV นี้ผู้วิจัยจึงได้นำมาวิเคราะห์ถึงลำดับขั้นของนโยบายธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน โดยใช้ตัวแบบการวิเคราะห์ของ Katrin Kaeufer (2010) ได้กำหนดระดับการดำเนินงานของสถาบันการเงินในเรื่องการธนาคารเพื่อความยั่งยืนไว้ ดังนี้

ระดับที่ 1 Defensive Banking สถาบันการเงินยังไม่มีความตระหนักถึงความสำคัญของการธนาคารเพื่อความยั่งยืน เนื่องจากอาจจะทำให้เกิดผลกระทบต่อผลประโยชน์ของสถาบันการเงิน

ระดับที่ 2 Preventative Banking สถาบันการเงินเริ่มมีการนำเอาหลักการด้านการธนาคารเพื่อความยั่งยืนมาปรับใช้กับกระบวนการภายในของสถาบันการเงิน เช่น มีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม มีการประเมินความเสี่ยงด้านเครดิตที่คำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ระดับที่ 3 Offensive Banking สถาบันการเงินใช้กลยุทธ์เชิงรุกในการทำการตลาดและหาลูกค้าใหม่ ๆ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น มีการจัดตั้งกองทุนสำหรับลงทุนเพื่อสิ่งแวดล้อม

ระดับที่ 4 Sustainable Bankin: สถาบันการเงินมีหลักการในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่ยั่งยืนในระยะยาวสูงสุด ไม่ใช่เพื่อให้ได้ผลตอบแทนทางการเงินในระยะสั้นสูงสุด โดยผู้ถือหุ้นของสถาบันการเงินต่างมีแนวคิดไปในทิศทางเดียวกัน

ระดับที่ 5 Intentional (Purpose-driven) Ecosystem Innovation สถาบันการเงินมีจุดมุ่งหมายที่จะแก้ไขปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง โดยการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบนิเวศ

ทั้งนี้ในงานวิจัยของ สฤณี อาชวานันทกุล (2558) ได้วิเคราะห์ไว้ว่า ระดับ 1 กิจกรรมทางธุรกิจที่ไร้โฟกัส รวมถึงกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ นานา ที่ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจหลัก สถาบันการเงินระดับนี้คงเรียกว่า “ยั่งยืน” ไม่ได้ ตราบใดที่ยังไม่มองความยั่งยืนว่าเป็นส่วนสำคัญของธุรกิจ ก็แปลว่ายังไม่ได้แสดงถึงความเข้าใจหรือเจตจำนงที่จะเป็นธนาคารที่ยั่งยืน ผู้เขียนมองว่าธนาคารไทยส่วนใหญ่อยู่ในระดับนี้ ตัวอย่างที่ชัดเจนเช่น ธนาคารจำนวนมากทำโครงการปลูกป่า ในฐานะส่วนหนึ่งของ กิจกรรมซีเอสอาร์ (ซึ่งในเมืองไทยยังเข้าใจผิดอย่างแพร่หลายว่าไม่ใช่ธุรกิจหลัก) ในขณะที่ปล่อยสินเชื่อกับกิจการที่ยั่งยืนต่อไป อาทิ ธุรกิจจุดเจาะน้ำมัน ธุรกิจอาหารที่ด้อยคุณค่าทางโภชนาการ ฯลฯ ระดับ 2: มีโครงการหรือกิจกรรมทางธุรกิจด้านความยั่งยืน แต่ยังไม่ทำอย่างกระจัดกระจาย และคิดเป็นส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมดของธนาคาร ธนาคารระดับนี้หลายแห่งอาจเข้าใจแล้วว่า กิจการที่ยั่งยืน และการธนาคารที่ยั่งยืน คืออะไร และพยายามปรับเปลี่ยน โมเดลธุรกิจไปสู่จุดนั้น เพียงแต่ยังอยู่ในระยะเริ่มต้นเท่านั้น เช่น ปล่อยสินเชื่อกับกิจการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นเรื่อยๆ ขณะเดียวกันก็พยายามลดสินเชื่อกับปล่อยสินเชื่อกับกิจการที่ก่อความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม ระดับ 3: ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจด้านความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ เป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหัวใจของการทำธุรกิจ ออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ มาเพื่อบรรลุเป้าหมายด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมดังกล่าว

จาก GABV Model ดังกล่าว จะเห็นว่า ธนาคารออมสินนั้น ทำได้อยู่แค่เพียงระดับที่ 3 โดยสามารถแบ่งการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.3 GABV Model กับกิจกรรมที่สอดคล้องกับธนาคารออมสิน

ระดับที่	กิจกรรม	ความสอดคล้องกับธนาคารออมสิน
1	Unfocused Corporate Activities: สถาบันการเงินสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ไม่ได้เชื่อมโยงกับธุรกิจหลักของสถาบันการเงิน	เป็น กิจกรรม CSR ของธนาคาร เช่น สนับสนุนธนาคาร โรงเรียนส่งเสริมการออม และนักเรียนที่มีวินัยการออมดีเด่น - ดำเนินการจัดกิจกรรม “ออมสิน 108 ปี ออมนี้เพื่อน้อง” มอบทุนอาหารกลางวัน 108 โรงเรียน
2	Isolated Business Projects or Business Practices: สถาบันการเงินมีการพัฒนาโครงการหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้คำนึงถึงประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สาธารณชนมีมุมมองต่อสถาบันการเงินที่ดีขึ้น	ในสังกัด สพฐ. 108 โรงเรียน - สร้างศูนย์การเรียนรู้ ดชค. บ้านเทือก (ห้วยตินา) และอาคารโรงอาหารและห้องน้ำศูนย์การเรียนรู้ เป็นต้น
3	Systemic Business Practices: สถาบันการเงินได้ผนวกแนวคิดเกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้ามาในทุกกิจกรรมและกระบวนการทำงานและผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของสถาบันการเงิน โดยมีโครงสร้างองค์กรที่สนับสนุนการดำเนินการในเรื่องนี้	ธนาคารปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกตามกฎหมายแรงงานอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม การปฏิบัติงานด้านสวัสดิการเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตแรงงาน รวมไปถึง พัฒนาระบบการประกอบธุรกิจให้สามารถลดหรือไม่ส่งกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม

ที่มา: ผู้วิจัย, 2566

แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าตาม GABV Model ธนาคารออมสินยังทำได้แค่ในระดั 3 ก็ตาม แต่ก็ถือว่า เป็นการดำเนินธุรกิจที่มากกว่า CSR และมีความต้องการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่มากที่สุดในประเทศไทย

ทั้งนี้หากวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้การวิเคราะห์การจับคู่กลยุทธ์ หรือ TOWS Matrix ออกมาเป็นกลยุทธ์ 4 รูปแบบ ตามสถานการณ์ต่างๆ

1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO) เป็นสถานการณ์ที่องค์กรพึงปรารถนามากที่สุด ผู้บริหารขององค์กรควรมีการกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive - Strategy) เพื่อการนำเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาช่วยเสริมสร้างและปรับใช้กับสถานการณ์ต่างๆ

2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายและแย่ที่สุด เนื่องจากองค์กรเผชิญอยู่กับปัญหาและอุปสรรคภายนอก ดังนั้น ทางเลือกที่ดีที่สุด คือ กลยุทธ์การตั้งรับ (Defensive Strategy) เพื่อเป็นการลดปัญหาและอุปสรรค ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนวิธีการป้องกันเพื่อเป็นการระงับปัญหาอุปสรรคเหล่านั้นให้เกิดความเสียหายน้อยที่สุด

3) กลยุทธ์เชิงรับ (ST) เป็นสถานการณ์ที่มีความได้เปรียบขององค์กร แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่ ดังนั้น ทางออกคือกลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-Oriented Strategy) เพื่อจัดการและแก้ไขจุดอ่อนภายในต่างๆ

4) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT) เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน มีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้น สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัวหรือการขยายขอบข่ายขององค์กร (Diversification Strategy) เพื่อการนำใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวให้กับองค์กร

จากนั้นนำมาวิเคราะห์ ได้ผลดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) ของธนาคารออมสิน ที่มีผลกับสถานการณ์ปัจจุบันต่อการสมัครใช้บริการผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

1) มีนโยบายที่ชัดเจนในการมุ่งสู่ธนาคารเพื่อสังคม และออกผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือรายย่อย

2) มีจำนวนตู้ ATM และ แอป Mymo เพียงพอแก่ความต้องการ ตั้งอยู่ที่ใกล้ที่พักอาศัย สถานที่ทำงาน และในศูนย์การค้าหรือ ตลาดสะดวกครอบคลุมทุกภาค ทั่วประเทศ

3) ธนาคารมีชื่อเสียงที่และภาพลักษณ์ความมั่นคงและความน่าเชื่อถือเนื่องจากมีรัฐบาลเป็นประกัน

จุดอ่อน (Weakness) ของธนาคารออมสิน ที่มีผลกับสถานการณ์ปัจจุบันต่อการสมัครใช้บริการผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

1) ความร่วมมือประสานงานภายในองค์กรยังไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ การจัดอบรมให้ข้อมูลพนักงานยังไม่เพียงพอ

2) ระบบการทำงาน และขั้นตอนการสมัครใช้บริการผลิตภัณฑ์ของธนาคารมีการใช้เอกสารที่ค่อนข้างมากไม่เหมาะกับลูกค้าที่มีช่วงเวลาเร่งรีบ

3) การบรรจุลูกจ้างใหม่เข้าทำงานยังขาด ความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านทักษะการขายและการให้บริการ เนื่องจากไม่มีการอบรมลูกจ้างใหม่ก่อนการปฏิบัติงานจริง

โอกาส (Opportunities) ที่เกิดขึ้นของธนาคารออมสิน ที่มีผลกับสถานการณ์ปัจจุบันต่อการสมัครใช้บริการผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

1) สภาพเศรษฐกิจชะลอตัวจากสถานการณ์โควิด แต่กำลังการซื้อของลูกค้ายังมีอยู่ จากฐานลูกค้ารายใหญ่และรายย่อยที่มีจำนวนมาก โดยเฉพาะรายย่อยที่เข้ามาถึง 2 ล้านกว่าราย

2) เป็นสถาบันการเงินที่รองรับนโยบายรัฐ ทำให้มีโอกาสในการขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค (Threats) ที่เกิดขึ้นของธนาคารออมสิน ที่มีผลกับสถานการณ์ปัจจุบันต่อการสมัครใช้บริการผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

1) มีการแข่งขันสูงกับสถาบันการเงินอื่น ในหลายๆ ด้านเช่น ขั้นตอนวิธีการปฏิบัติงานของธนาคารออมสิน การใช้เอกสารค่อนข้างมาก ใช้เวลาในการสมัครนาน

2) สภาพยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว กับยุคดิจิทัล ลูกค้านิยมใช้บริการธนาคารที่ให้บริการรวดเร็วและสะดวก

3) ความไม่ต่อเนื่องของนโยบายรัฐ ทำให้มีผลกระทบต่อการทำงานตามแผนยุทธศาสตร์

จะเห็นว่า ธนาคารสามารถเลือกกลยุทธ์ได้หลากหลาย โดยอาศัยจุดอ่อนและจุดแข็ง ทั้งนี้ หากพิจารณาเฉพาะปัญหาและอุปสรรค จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพนักงานระดับปฏิบัติการ พบว่า ปัญหาที่พบส่วนใหญ่เป็นปัญหาระดับนโยบายและการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามแผนยุทธศาสตร์ โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ทำให้ระดับปฏิบัติการค่อนข้างมีปัญหาความล่าช้า เพราะด้านนโยบายมีเพิ่มออกผลิตภัณฑ์ต่างๆ มากมายรวมทั้งการดำเนินงานเร่งด่วนตามนโยบายของรัฐบาล เช่น โครงการสินเชื่อรายย่อย เป็นต้น ทำให้ฝ่ายปฏิบัติการที่มีจำนวนและเครื่องมือจำกัดทำงานไม่ทันกับนโยบายที่เร่งด่วนส่งผลให้เกิดความล่าช้าขึ้น ดังผลการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

“ลูกค้าเข้ามาใช้บริการขอสินเชื่อจำนวนมากในช่วงที่ออกผลิตภัณฑ์ช่วงโควิด ก็ทำให้ป่วนเลยเหมือนกัน แต่เราก็เข้าในนโยบายเร่งด่วน พยายามแก้ปัญหาและให้บริการประชาชนเต็มที่”(นางสาวกาญจนา ภูตานนท์ พนักงานธุรกิจสาขา 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 สิงหาคม 2565)

“มีลูกค้ามาต่อว่าที่สาขาเหมือนกันว่าขั้นตอนยุ่งยาก ให้ผู้ไม่จริง โดยเฉพาะการสมัครทางแอป mymo ที่ต้องใช้เจ้าหน้าที่ช่วยอธิบาย แต่เราก็พยายามให้บริการที่ดีที่สุด” (นางสาวชัชชนก ต่ายธานี พนักงานธุรกิจสาขา 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 สิงหาคม 2565)

จากข้อมูลจะเห็นว่า พนักงานเห็นด้วยกับแนวทางนโยบายของธนาคารและพยายามปรับตัวเพื่อบริการประชาชนให้สมกับการตั้งเป้าการเป็นธนาคารเพื่อสังคมอย่างแท้จริง

ดังนั้น การวิเคราะห์บทบาทธนาคารเพื่อสังคมในต่างประเทศและในประเทศไทย และการวิเคราะห์บทบาทธนาคารเพื่อสังคมกรณีธนาคารออมสิน (Profession DNA) การวิเคราะห์บทบาทธนาคารออมสินเปรียบเทียบกับกรามีนแบงก์ การวิเคราะห์ตัวแบบธนาคารที่ยั่งยืน (GABV Model) และการนิยามความหมาย และตัวแบบธนาคารเพื่อสังคม ไปจนถึงการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค การดำเนินงานธนาคารเพื่อสังคม จะพบว่า จากตัวแบบธนาคารกรามีน และ GABV model รวมไปถึงนโยบาย Sustainable ของธนาคารโลก และนโยบายธนาคารที่ยั่งยืนของธนาคารแห่งประเทศไทย จะเห็นว่า ธนาคารออมสินมีการปรับตัวเพื่อสนองตอบนโยบายรัฐและปรับตัวเพื่อการทำธุรกิจที่ยั่งยืน ดังนั้นนโยบายของวิทย์ รัตนกร ผู้อำนวยการธนาคาร ที่กล่าวว่า

“ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางการเงิน โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจเอสเอ็มอีและประชาชนระดับฐานราก เป็นหนึ่งในปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคม ที่ธนาคารออมสินภายใต้แกนนำของ” ตั้งเป้าหมายที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไข” (วิทย์ รัตนกร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 สิงหาคม 2565)

วิกฤตสถานการณ์โควิดได้ทำให้กลายเป็นโอกาสที่ทำให้ธนาคารสามารถปรับองค์กรได้ และบรรลุวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนขึ้น เพราะวิกฤตโควิดทำให้ทุกคนเดือดร้อน เอสเอ็มอีก็เดือดร้อน ผู้คนก็เดือดร้อน โดยเฉพาะคนฐานรากที่เดือดร้อนมาก ธนาคารได้เข้าไปช่วยคนในมิติต่างๆ ได้มากขึ้น เพราะการมาของโควิดทำให้ปัญหาความเหลื่อมล้ำรุนแรงขึ้น จึงได้ดึงคนเข้าระบบด้วยต้นทุนที่เป็นธรรมมากขึ้น พร้อมกับสร้างประวัติทางเครดิตใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจเอสเอ็มอีและกลุ่มคนฐานราก ขณะเดียวกัน ปัญหาหนี้สินที่เกิดขึ้นทั้งหมด ทำให้ลักษณะการประกอบธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป เพราะธนาคารในรูปแบบเดิมจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป เพราะมีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาตอบโจทย์ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า ฉะนั้น ถ้าทำธุรกิจที่เหมือนเดิม ก็จะแก้ปัญหามิได้

ฉะนั้น สิ่งที่ธนาคารทำจะเน้นที่ผลลัพธ์ ด้วยความใหญ่โตของธนาคาร ซึ่งมีสาขาถึง 1,050 สาขา มีสินทรัพย์กว่า 3 ล้านล้านบาท มีเงินให้สินเชื่อ 2.2 ล้านล้านบาท เมื่อสามารถลดต้นทุนได้มาก ก็มีโอกาสเพิ่มขึ้น ก็นำมาจุนเจือภารกิจเชิงสังคม ทำให้สามารถช่วยสังคมได้มาก เป้าหมายหลัก คือ พ่อค้าแม่ค้า เอสเอ็มอีฐานราก คนที่ได้รับผลกระทบจากโควิดเต็มๆ การดึงรากหญ้าเข้าระบบการเงินลดเหลื่อมล้ำ ทั้งนี้ ปัญหาที่ว่านี้ เป็นครึ่งหนึ่งของธุรกิจอยู่ในภาคบริการของประเทศและ 60%-70% อยู่ในธุรกิจบริการและค้าขาย ซึ่งการที่สูญเสียนักท่องเที่ยว 40 ล้านคน และการที่คนไทยไม่สามารถเดินทางหรือใช้บริการได้ ภาคบริการก็ได้รับผลกระทบ คนเหล่านี้ ก็จะตกงาน และกลับถิ่นฐาน ไม่มีรายได้ ค่าครองชีพ จะเห็นว่า ผลกระทบสูงมาก ทั้งนี้ธนาคารได้ออกโครงการเข้าไปช่วยเอสเอ็มอี และประชาชนฐานราก 45 โครงการ มีคนเข้ามาใช้กว่า 13 ล้านราย ถือว่าเป็นภารกิจของรัฐบาลที่มอบหมาย การตั้งเป้าสร้างเครดิตการเงินใหม่ให้คนจน คือ การดึงคนเข้าระบบ สามารถดึงคนฐานรากเข้าระบบสินเชื่อได้ถึงกว่า 5.7 ล้านราย ในจำนวนนี้เป็นกลุ่มที่ไม่มีประวัติทางการเงินถึง 2.7 ล้านราย ถ้าในอีก 1-2 ปีข้างหน้า เขายังสามารถชำระหนี้ได้ตามปกติ อาจจะมี 1-2 ล้านคน ที่จะถูกดึงเข้าสู่ระบบทันที หมายความว่า เขาก็จะสามารถไปขอกู้จากสถาบันการเงินอื่นได้ เพราะเขามีประวัติการเงินที่ดีแล้ว ปัจจุบันธนาคารออมสินมีโมบายแอปพลิเคชันที่ชื่อว่า MyMo มีคนเข้ามาใช้บริการแล้ว 12 ล้านคน ได้เข้ามาใช้ผลิตภัณฑ์การเงินที่หลากหลาย เช่น การปล่อยสินเชื่อทำได้ 1.6 ล้านคน โดยไม่ต้องเข้าสาขา และปรับโครงสร้างหนี้ได้ประมาณ 6 แสนคน อย่างไรก็ตาม เป้าหมายที่ต้องการจากการเป็นธนาคารเพื่อสังคม คือ การเข้าไปช่วยแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างของประเทศ ปัญหาความยากจน บรรเทาปัญหาความเหลื่อมล้ำ แต่ต้องเป็นความร่วมมือกับทุกภาคส่วนและใช้เวลา

สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรติ บันดาลสิน(2559) ได้ศึกษาลูกค้ำมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินในเขตพระนคร อยู่ในระดับดี ซึ่งลูกค้ำส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ผ่านสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ และลูกค้ำมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารต่อสังคม โดยมองว่าเป็นประโยชน์ต่อสังคมและส่วนรวม และกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ลูกค้ำต้องการให้ธนาคารจัดขึ้น คือ กิจกรรมอาสาด้านการช่วยเหลือชุมชน การส่งเสริมการออม การให้ความรู้ การปลูกจิตสำนึกให้แก่เยาวชนและการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้แก่ชุมชน

ดังนั้น จะเห็นว่าการวางตำแหน่ง(Position) ทางด้านแนวคิดของธนาคารออมสินเป็นการวางสถานะของธนาคารเป็นธนาคารเพื่อสังคมอย่างแท้จริง ในฐานะธนาคารเฉพาะกิจ ซึ่งการเคราะห์ Profession DNA ของธนาคารออมสิน พบว่า การเป็น Social Bank เต็มรูปแบบ การวางสถานะนี้ทำให้ธนาคารต้องเป็นทั้งผู้ให้บริการทางการเงิน และมีบทบาทในการพัฒนาทั้งในแง่ของ

การเป็นแหล่งเงินทุนที่เป็นธรรมให้ผู้มีรายได้น้อย การพัฒนาและยกระดับผู้ประกอบการรายย่อย การส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน และเป็นแหล่งเงินทุนให้ภาครัฐเพื่อการพัฒนาประเทศ รวมถึงการช่วยเหลือสังคมในภาวะวิกฤติต่าง ๆ นอกจากนี้ ธนาคารออมสินในฐานะสถาบันการเงินชั้นนำ ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนได้นำ แนวปฏิบัติและมาตรฐานสากลต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจสถาบันการเงินมากำหนดเป็นกรอบนโยบาย การพัฒนาความยั่งยืนของธนาคารออมสิน



บทที่ 7

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ธนาคารเพื่อสังคม เป็นการศึกษาเพื่อทราบว่าธนาคารออมสินที่มีนโยบายเป็นธนาคารเพื่อสังคมได้ประสบความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิตในทางเศรษฐกิจและสังคม ลดความเหลื่อมล้ำได้หรือไม่ องค์ประกอบและวิธีการเป็นอย่างไร? ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษา นโยบายการเป็นธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน 2) เพื่อศึกษาการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้รับบริการในนโยบายการเป็นธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน 3) เพื่อสร้างนิยามความหมายใหม่ของของธนาคารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมและตัวแบบธนาคารในการผลักดันเชิงนโยบายต่อแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

วิธีการศึกษาจะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยการทบทวนเอกสาร แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) 5 กลุ่ม ได้แก่ (1)กลุ่มผู้บริหาร กล่าวคือผู้อำนวยการฝ่ายอาวุโส ผู้บริหาร การกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม (2)กลุ่มนักวิชาการ (ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเศรษฐศาสตร์) (3)กลุ่มนักวิชาการ (องค์การภาคนอกภาครัฐ) (4)กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (5) กลุ่มประชาชนผู้ให้บริการ จากนั้นจึงนำประเด็นหลัก (Major Themes) มาพิจารณาแบ่งแยกออกเป็น ประเด็นย่อย (Sub-Themes) และหัวข้อย่อย (Categories) อันเป็นกระบวนการวิเคราะห์ โดยการเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ภาพรวมไปสู่การวิเคราะห์ประเด็นย่อยของกระบวนการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ

7.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ว่าด้วย นโยบายการเป็นธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน พบว่า ในประเทศไทยนั้นมีธนาคารเฉพาะกิจ หรือสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (Specialized Financial Institutions : SFIs) หมายถึง สถาบันการเงินของรัฐที่มีกฎหมายเฉพาะจัดตั้งขึ้น เพื่อดำเนินการตามนโยบายของรัฐในการพัฒนาส่งเสริมเศรษฐกิจ และสนับสนุนการลงทุนต่าง ๆ โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลังซึ่งได้มอบหมายให้ ธปท. ทำหน้าที่ตรวจสอบ

ผลการดำเนินงานและความเสี่ยง ประกอบด้วย 1) สถาบันการเงินเฉพาะกิจที่ทำหน้าที่เป็นธนาคารที่ให้บริการทางการเงินทั้งด้านเงินฝากและให้สินเชื่อ ซึ่งปัจจุบันมี 4 แห่ง คือ 1) ธนาคารออมสิน (Government Savings Bank) 2) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร (Bank for Agriculture and Agricultural Co-operatives) มีชื่อว่า ธกส. 3) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (Government Housing Bank) 4) ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย (Islamic Bank of Thailand) และมีชื่อที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่า ไอแบงก์ (iBank) 2) สถาบันการเงินเฉพาะกิจที่ทำธุรกิจตามขอบเขตที่กำหนด เช่น ให้สินเชื่อหรือรับประกันสินเชื่อให้แก่ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม แต่ไม่รับเงินฝากจากประชาชนทั่วไป ซึ่งปัจจุบันมี 4 แห่งคือ 1) ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (Export-Import Bank of Thailand) 2) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand) มีชื่อที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า เอสเอ็มอีแบงก์ (SME Bank) 3) บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (Thai Credit Guarantee Corporation) 4) บริษัทตลาดรองสินเชื่อที่อยู่อาศัย (Secondary Mortgage Corporation) ทั้งนี้ สฤณี อาชวานันทกุล (2558) ได้ทำการวิจัยในเรื่องการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนว่า ธนาคารพาณิชย์ไทยโดยรวมยังไม่เข้าใจแนวคิดหรือวิถีปฏิบัติของการปล่อยสินเชื่อ “ที่รับผิดชอบ” สำหรับลูกค้าธุรกิจ โดยปัจจุบันยังไม่มีธนาคารแห่งใดใช้มาตรฐานสากลด้านการปล่อยสินเชื่อที่รับผิดชอบต่อ อาทิ ชุดหลักอีเคเวเตอร์ หรือบูรณาการการประเมินความเสี่ยงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกระบวนการกลั่นกรองสินเชื่อด้วยตนเอง ธนาคารเน้นเพียงการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และประกาศต่างๆ จากธนาคารแห่งประเทศไทยในฐานะผู้กำกับดูแลเท่านั้น ธนาคารพาณิชย์ไทยโดยรวมยังให้ความสำคัญกับการทำ “กิจกรรมซีเอสอาร์” ที่ไม่เกี่ยวอันใดกับการดำเนินธุรกิจหลักของธนาคาร ทั้งนี้ในต่างประเทศกลับพบว่า มีการดำเนินธุรกิจด้วยยั่งยืนมากมายนานแล้ว คือ การรวมตัวของ GABV หรือธนาคารที่ยั่งยืน 16 แห่งจากทุกทวีปทั่วโลก มารวมตัวกันก่อตั้ง แนวร่วมโลกการธนาคารเน้นคุณค่า (Global Alliance for Banking on Values: GABV) เพื่อร่วมกันหาวิธีแก้ปัญหาในระดับโลก และส่งเสริมทางเลือกอื่นนอกจากระบบการเงินปัจจุบัน ซึ่งพวกเขามองว่าก่อโทษมากกว่าประโยชน์

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ว่าด้วยศึกษาเพื่อศึกษาการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้รับบริการในนโยบายการเป็นธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์การวิเคราะห์ห้บทบาทธนาคารเพื่อสังคม กรณีธนาคารออมสิน โดยการวิเคราะห์นี้จะ เป็นแนวทางที่เรียกว่า Profession DNA คือ วิเคราะห์ลึกไปถึงแนวคิดในระดับ DNA ของธนาคารออมสินและการดำเนินงานแบบมืออาชีพ (ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยให้เป็น Input หรือปัจจัยนำเข้า) ซึ่ง Profession DNA GSB ดังกล่าว จะส่งผลไปถึงการวิเคราะห์ผลที่ได้หรือผลตอบแทนจาก

การลงทุน (ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยให้อยู่ในการวิเคราะห์ Process และ Output) ทั้งนี้การวิเคราะห์ Profession DNA GSB จะส่งผลต่อ Return of Investment และจะส่งผลต่อการวิเคราะห์ Value Added ซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ได้จากการดำเนินงานธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน ซึ่งผู้วิจัยใช้ได้กำหนดตัวชี้วัดขึ้นมา (KPI) สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ มูลค่าเพิ่มที่เป็นรูปธรรม คือ ผลประโยชน์สำคัญธนาคารออมสินได้สร้างให้แก่สังคม อาทิ ความสามารถในการเพิ่มจำนวนผู้เข้าสู่ระบบ เป็นต้น ซึ่งผลประโยชน์สามารถพิจารณาได้จาก 1) ผลผลิต ผลลัพธ์ หรือผลลัพธ์ที่สามารถแปลงเป็นหน่วยเงิน หรือ 2) สัดส่วนระหว่าง ผลผลิต ผลลัพธ์ หรือผลลัพธ์ที่สามารถแปลงเป็นหน่วยเงิน เทียบกับเงินประมาณที่ใช้ในการดำเนินงาน นั่นคือ จำนวนลูกค้ารายย่อยที่เพิ่มอย่างมีนัยสำคัญในการเข้าสู่ระบบการเงิน พบว่า Profession DNA GSB นั้น คือการมีนโยบายที่แน่นอนในการช่วยเหลือคนจนและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม เป็นการช่วยเหลือคนฐานรากและสนองต่อ นโยบายของรัฐบาล กล่าวคือ ยุทธศาสตร์การดำเนินงานปี 2562 - 2566 ที่เน้นการสร้างสมดุลระหว่างความมั่นคงขององค์กร กับการดำเนินงานที่คำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล มีขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์(Traditional Banking) ภายใต House of Strategy ภายใต ยุทธศาสตร์หลัก 4 ด้าน จากแนวนโยบายดังกล่าวเมื่อนำมาสู่การปฏิบัติของผู้บริหารและบุคลากรของธนาคารออมสิน ก็มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันในการดำเนินงานภายใต้แนวคิดธนาคารเพื่อสังคมและการสร้างเศรษฐกิจฐานราก ได้แสดงความมุ่งมั่นอย่างชัดเจนในการเป็น “ธนาคารเพื่อสังคม” หรือ Social Bank อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อให้ธนาคารเข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในสังคม ทำให้ประชาชนที่เป็นลูกค้ากลุ่มหลักของธนาคารเข้าถึงบริการทางการเงิน ลดภาระ ยกระดับรายได้และความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น เพื่อให้หลุดพ้นจากความยากจน และสร้างสังคมที่เป็นสุข การแสดงความมุ่งมั่นในการเป็น Social Bank ของธนาคารออมสินครั้งนี้ถือเป็นการรุกเข้าสู่ธุรกิจเงินนอกแบงก์(Non-Bank) หรือ “ผู้ให้บริการการเงิน ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์” ซึ่งสินเชื่อนอนแบงก์ถือเป็นสินเชื่อในระบบที่เป็นที่พึงยามยากของคนระดับฐานรากถึงคนชั้นกลาง ทั้งสินเชื่อบุคคล บัตรกดเงินสด บัตรเครดิต สินเชื่อจำนำ ทะเบียนรถ เป็นต้น

ทั้งนี้หากพิจารณาด้านผลตอบแทนจากการลงทุน จะเห็นว่า อันดับความน่าเชื่อถือของธนาคารที่จากสิ้นปี 2563 ที่ระดับ “AAA” ซึ่งจัดโดยสถาบันจัดอันดับเครดิต ทริสเรตติ้ง (TRIS Rating) โดยอันดับเครดิตสะท้อนถึงสภาพในทางกฎหมายของธนาคารที่เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับรัฐบาลไทยในระดับสูงสุด และมีบทบาทหน้าที่สำคัญมากที่สุดต่อการดำเนินนโยบายของรัฐ นอกจากนี้ อันดับเครดิตยังสะท้อนถึงการได้รับการค้ำประกันจากรัฐบาลที่ครอบคลุมภาระผูกพันทางการเงินทั้งหมดของธนาคารตามพระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ. 2489 กำหนดไว้ว่า ข้อผูกพันต่างๆของธนาคารออมสินในส่วนของการชำระคืนเงินต้น เงินกู้ยืม

ตลอดจนดอกเบี้ยเงินฝาก และการจ่ายชำระหนี้อื่นๆนั้น จะได้รับการค้ำประกันโดยรัฐบาลทั้งสิ้น มีธนาคารได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ด้าน ตามกรอบทิศทางกำเนินงานและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ การดำเนินงานของธนาคารออมสิน ปี 2564–2568 ภายใต้การมุ่งเน้นบทบาทการเป็นธนาคารเพื่อสังคม (Social Bank) อย่างเต็มรูปแบบ โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความเป็นธรรมในสังคม โดยได้รับอนุมัติงบประมาณ เพื่อดำเนินงานตามภารกิจหลัก สนับสนุนยุทธศาสตร์และนโยบายธนาคาร ประจำปี 2564 เป็นเงิน 34,956 ล้านบาท ประกอบด้วย รายจ่ายดำเนินงาน เป็นเงิน 33,086 ล้านบาท รายจ่ายลงทุน เป็นเงิน 1,450 ล้านบาท และงบสำรองจ่าย ระหว่างปี เป็นเงิน 420 ล้านบาท แต่ผลการดำเนินงานในปี 2554 สามารถเพิ่มฐานลูกค้ารายย่อย ได้ถึง 2,068,739 ราย ซึ่งถือเป็นฐานลูกค้าใหม่ที่ใหญ่มาก

หากวิเคราะห์ทางด้านมูลค่าเพิ่มทางสังคม จะเห็นว่าจำนวนของผู้ที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อรายย่อย / SMEs ที่สามารถเข้าถึง แหล่งเงินทุน ได้ตามแผนงาน และนโยบายของผู้บริหารมากถึง 2,068,739 ราย คิดเป็นเงิน 69,546 ล้านบาท หากนำมาพิจารณาผลผลิต ผลลัพธ์ หรือผลลัพธ์ที่สามารถแปลงเป็นหน่วยเงิน หรือ สัดส่วนระหว่าง ผลผลิต ผลลัพธ์ หรือผลลัพธ์ที่สามารถแปลงเป็นหน่วยเงิน เทียบกับเงินประมาณที่ใช้ในการดำเนินงาน จะพบว่า จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นและเทียบกับผลลัพธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม นี้แสดงถึงการประสบความสำเร็จในการทำให้รายย่อยได้เข้าถึงแหล่งเงินทุนมากขึ้น ซึ่งปัญหาที่พบจากรายย่อยที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ในประเด็นที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน พิจารณา คือ ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน การขาด หลักทรัพย์ค้ำประกัน ขาดความรู้และความเข้าใจในเงื่อนไขของการให้กู้จากสถาบันการเงิน การทำระบบบัญชีไม่ชัดเจน ไม่ครบถ้วน ไม่เป็นปัจจุบัน มีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการขอู้ไม่ชัดเจน นั่นคือข้อจำกัดของธนาคารทั่วไป แต่จากการดำเนินงานของธนาคารออมสินสามารถดึงลูกค้ารายย่อย พ่อค้าแม่ขายเข้ามาในระบบได้กว่า 2 ล้านคน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มของธนาคารที่ได้จากการดำเนินกิจการเพื่อสังคม ก็คือ การเพิ่มฐานลูกค้ารายย่อยเพิ่มขึ้นได้สำเร็จอย่างมีนัยสำคัญและฐานลูกค้ากลุ่มนี้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่สามารถเอาไปประกอบอาชีพและสามารถสร้างเครดิตให้ตนเองในการนำไปประกอบการกู้ยืมเงินในสถาบันการเงินอื่นๆได้ ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า การวางตำแหน่ง(Position) ทางด้านแนวคิดของธนาคารออมสินเป็นการวางสถานะของธนาคารเป็นธนาคารเพื่อสังคมอย่างแท้จริง การวิเคราะห์ Profession DNA ของธนาคารออมสินพบว่า การเป็น Social Bank เต็มรูปแบบ การวางสถานะนี้ทำให้ธนาคารต้องเป็นทั้งผู้ให้บริการทางการเงิน และมีบทบาทในการพัฒนาทั้งในแง่ของการเป็นแหล่งเงินทุนที่เป็นธรรมให้ผู้มีรายได้น้อย การพัฒนาและยกระดับผู้ประกอบการรายย่อย การส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน และเป็นแหล่งเงินทุนให้ภาครัฐเพื่อการพัฒนาประเทศ รวมถึงการช่วยเหลือสังคมในภาวะวิกฤติต่าง

ๆ นอกจากนี้ ธนาคารออมสินในฐานะสถาบันการเงินชั้นนำ ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนได้นำ แนวปฏิบัติและมาตรฐานสากลต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจ สถาบันการเงินมากำหนดเป็นกรอบนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนของธนาคารออมสิน เช่น เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ(SDGs) หลักการธนาคารที่รับผิดชอบของสำนักงานโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติว่าด้วยข้อริเริ่มทางการเงิน (UNEP FI) และนโยบายสนับสนุนการธนาคารเพื่อความยั่งยืน(Sustainable Banking) ของธนาคารแห่งประเทศไทย

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 สร้างนิยามความหมายใหม่ของธนาคารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมและตัวแบบธนาคาร ในการผลักดันเชิงนโยบายต่อแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก พบว่า จากผลวิเคราะห์ TOWS Matrix จะเห็นว่า ธนาคารสามารถเลือกกลยุทธ์ได้หลากหลาย โดยอาศัยจุดอ่อนและจุดแข็ง ทั้งนี้ หากพิจารณาเฉพาะปัญหาและอุปสรรค จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพนักงานระดับปฏิบัติการ พบว่า ปัญหาที่พบส่วนใหญ่เป็นปัญหาระดับนโยบายและการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามแผนยุทธศาสตร์ โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ทำให้ระดับปฏิบัติการค่อนข้างมีปัญหาความล่าช้า เพราะด้านนโยบายมีเพิ่มออกผลิตภัณฑ์ต่างๆ มากมายรวมทั้งการดำเนินงานเร่งด่วนตามนโยบายของรัฐบาล เช่น โครงการสินเชื่อรายย่อย เป็นต้น ทำให้ฝ่ายปฏิบัติการที่มีจำนวนและเครื่องมือจำกัด ทำงานไม่ทันกับนโยบายที่เร่งด่วนส่งผลให้เกิดความล่าช้าขึ้น ในส่วนของ ว่าด้วยนิยามความหมายและตัวแบบธนาคารเพื่อสังคม พบว่า จากการวิเคราะห์พันธะสัญญา 16 ข้อของกรามินแบงก์ดังกล่าว ที่สอดคล้องกับนโยบายของธนาคารออมสิน จะเห็นว่ามีส่วนใหญ่ไม่ตรงและไม่สอดคล้องกันนัก เพียงแต่มีส่วนคล้ายกัน หลักการของกรามินแบงก์นั้นส่วนใหญ่ยังเป็นนามธรรม ผู้วิจัยเห็นว่า บางข้อไม่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย แต่หลักการโดยรวมนั้นก็ยังมีส่วนคล้ายกับธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน ได้บ้าง ทั้งนี้ ธนาคารออมสินค่อนข้างพัฒนานโยบายและแผนยุทธศาสตร์ได้ออกมาเป็นรูปธรรมและจับต้องได้มากกว่า สามารถประเมินได้ในทางเศรษฐศาสตร์และในทางธุรกิจได้อย่างมีนัยสำคัญ แต่อย่างไรก็ตาม ตัวแบบกรามินแบงก์ก็ถือเป็นแนวทางที่ดีในการดำเนินการธนาคารเพื่อสังคมที่ยั่งยืนได้

7.2 องค์ความรู้ที่สำคัญจากงานวิจัย

ถึงแม้กรามินแบงก์จะเป็นต้นแบบของธนาคารเพื่อสังคม แต่ในงานวิจัยนี้จะเป็น Anti-Thesis คือ ไม่เห็นด้วยกับแนวทางธนาคารเพื่อสังคมดั้งเดิมคือ กรามินแบงก์ ซึ่งผู้วิจัยคิดว่านโยบายของธนาคารออมสินนั้นที่ได้จากจากการวิเคราะห์ Profession DNA ในการเป็น Social Bank

เต็มรูปแบบ มีการพัฒนาก้าวหน้าขึ้นกว่ากรามินแบงก์และมีการวางหลักเกณฑ์ที่ตอบโจทย์การทำธุรกิจได้ด้วย เช่น การมีข้อกำหนดไม่พิจารณาสินเชื่อให้ธุรกิจที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การให้คนรายย่อยเข้าถึงแหล่งเงินทุนและสามารถนำมาเป็นเครดิตให้รายย่อยได้ในอนาคต เป็นต้น การวางสถานะนี้ทำให้ธนาคารต้องเป็นทั้งผู้ให้บริการทางการเงิน และมีบทบาทในการพัฒนาทั้งในแง่ของการเป็นแหล่งเงินทุนที่เป็นธรรมให้ผู้มีรายได้น้อย การพัฒนาและยกระดับผู้ประกอบการรายย่อยในการก้าวสู่การเป็นธนาคารเพื่อสังคมของธนาคารออมสินเป็นการดำเนินงานแบบ Development Bank คือ ธนาคารที่ทำธุรกิจเพื่อกำไรแต่ในขณะเดียวกันก็มีการพัฒนาสังคมและตอบแทนสังคม ซึ่งจากหัวข้อการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มที่ผ่านมาก็พบว่ามีการพัฒนาสังคมและตอบแทนสังคมซึ่งมีนัยสำคัญคือ การเพิ่มฐานลูกค้ารายย่อยเพิ่มขึ้น ได้สำเร็จอย่างมีนัยสำคัญและฐานลูกค้ากลุ่มนี้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่สามารถเอาไปประกอบอาชีพและสามารถสร้างเครดิตให้ตนเองในการนำไปประกอบการกู้ยืมเงินในสถาบันการเงินอื่นๆได้

7.3 ข้อค้นพบจากงานวิจัย

จากการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์แล้วจึงนำมาสู่การตอบคำถามวิจัยว่าด้วยธนาคารออมสินที่มีนโยบายเป็นธนาคารเพื่อสังคมได้ประสบความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิตในทางเศรษฐกิจและสังคม ลดความเหลื่อมล้ำได้หรือไม่ องค์กรประกอบและวิธีการเป็นอย่างไร ดังนั้น คำนิยามที่ได้จากการศึกษาชิ้นนี้ คือ ธนาคารเพื่อสังคม ที่ธนาคารออมสินดำเนินการ หมายถึง เป็นการดำเนินงานแบบ Development Bank คือ ธนาคารที่ทำธุรกิจเพื่อกำไรแต่ในขณะเดียวกันก็มีการพัฒนาสังคมและตอบแทนสังคม และทำให้ธนาคารเป็นทั้งผู้ให้บริการทางการเงิน และมีบทบาทในการพัฒนาทั้งในแง่ของการเป็นแหล่งเงินทุนที่เป็นธรรมให้ผู้มีรายได้น้อยและเป็นแนวทางหนึ่งของการประกอบธุรกิจแต่แนวทางและนโยบายมุ่งเน้นการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมและเป็นการช่วยพัฒนาระบบเศรษฐกิจแบบฐานราก และองค์กรประกอบและวิธีการคือ เป็นการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมในการทำให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ผ่านการออกผลิตภัณฑ์ต่างๆของธนาคาร

7.4 ข้อเสนอแนะ

7.4.1 ข้อเสนอแนะทางด้านเนื้อหาในการศึกษาครั้งต่อไป

มีงานวิจัยมากมายที่เป็นการศึกษาด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินสาขาต่างๆทั่วประเทศ จากการสืบค้นน่าจะมีมากกว่า 20 เรื่องที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการบริการ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ การสำรวจความพึงพอใจนี้ผู้วิจัยนำมาอ้างอิงในงานวิจัยเล่มนี้น้อยมาก เนื่องจากผลการศึกษาเพียงแค่ว่าพอใจการบริการของพนักงาน ความสะอาดของสถานที่ ความรวดเร็วการบริการ เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าไม่ได้เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเล่มนี้มากนัก แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาสำรวจความพึงพอใจในเหล่านี้น่าจะมีประโยชน์ในการวิจัยครั้งต่อไป หากมีผู้สนใจนำข้อมูลการสำรวจของสาขาต่างๆมารวมกัน แล้วศึกษาในระบบของ Meta-analysis แนวคิดคล้ายๆกับการวิจัยในระบบสาธารณสุข เช่น การทดสอบการบริการแบบหนึ่งแต่เก็บข้อมูลวิจัยในหลายพื้นที่และหลายแห่ง เมื่อนำข้อมูลจำนวนมากเหล่านั้นมา Run Model หรือพิจารณาจะทำให้ทราบถึงทิศทางหรือแนวทางในการบริหารในภาพใหญ่ระดับประเทศได้ ในเรื่องข้อมูลการสำรวจความพึงพอใจของการบริการของสาขาธนาคารออมสินก็เช่นเดียวกัน หากนำข้อมูลมา Run Model ก็อาจจะทำให้ทราบภาพรวมใหญ่ของการบริการของธนาคารในระดับประเทศและอาจส่งผลต่อการนำเสนอนโยบายของธนาคารได้ในอนาคต

7.4.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

แนวทางการดำเนินงานของธนาคารออมสินที่มุ่งสู่ธนาคารเพื่อสังคม และเป็นการดำเนินงานแบบ Development Bank คือ การประกอบธุรกิจในขณะที่เดียวกันก็ดำเนินงานเพื่อช่วยเหลือสังคม ด้วยการเปิดผลิตภัณฑ์ของธนาคารและโครงการต่างๆ ให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ แนวทางนี้ในฐานะที่เป็นธนาคารเฉพาะกิจสามารถนำผลการประกอบการและตัวอย่างการดำเนินงานของธนาคารออมสินที่เป็นแนวทางในการลดความเหลื่อมล้ำในสังคม มาเป็นตัวแบบและโมเดลให้กับธุรกิจอื่นๆ ในการประกอบการและตอบแทนสังคมได้ไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ การพัฒนาทางด้านนโยบายก็สามารถนำแนวทาง Development Bank มาใช้ประกอบคำอธิบายในการทำธุรกิจการเงินการธนาคารตามแนวทาง BCG ของรัฐบาลได้ หรืออาจจะมีการพัฒนาตัวแบบและการดำเนินงานของธนาคารตาม GABV Model ให้มีการดำเนินงานที่สูงกว่าการประเมินในระดับที่ 3 คือการพัฒนาให้มีการดำเนินงานธนาคารที่ยั่งยืนให้สูงถึงระดับที่ 4 และ 5 นั่นคือ มีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและการลดภาวะโลกร้อนในการประกอบธุรกิจไปพร้อมกันด้วย

บรรณานุกรม

- จารุวรรณ เป็งมถ. (2556). *กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาในอนาคต* (Master's thesis). สืบค้นจาก เครื่องข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS).
- พิชญาน์ รัตภาพ. (2564). *ความเหลื่อมล้ำ: ตัวจุดที่จะทำให้เศรษฐกิจไทยโตช้าลง*. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- พัฒนิน กติพราภรณ์. (2531). *ชีวิตที่มีคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.
- ฐิติมา ชูเชิด . (2 5 6 4). *Social banking ธนาคารออนไลน์ ใ ก ล ึ ่ ๆ ตั ว*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_02Nov2020.aspx.
- ณรงค์ศักดิ์ ตะละภัก. (2535). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพชีวิต*. กรุงเทพฯ: จันทราบุ๊ค.
- ธนาคารออมสิน. (2565). *รายงานประจำปี 2564*. กรุงเทพฯ: ธนาคารออมสิน.
- ธีรพร ทองชะ โขค. (2556). *ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (Master's thesis). สืบค้นจาก เครื่องข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS).
- นัฐพิชชา นาคผจญ. (2563). *การศึกษาปัจจัยองค์กรที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล* (Master's thesis). สืบค้นจาก เครื่องข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS).
- สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา. (2562). *รายงานความยากจนและปัญหาหนี้สิน*. กรุงเทพฯ : เอเชีย ดิจิตอลการพิมพ์.
- สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *รายงานวิเคราะห์สถานการณ์ความยากจนในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/poverty-and-inequality-2020/>
- นิพนธ์ พังพงศกร. (2551). *คุณภาพชีวิตคนไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันการวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย.
- ประพนธ์ กิตติขจร และ รัชฎษธรณ์ สุขพานิช (2559). *ภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการแนวบรรษัทภิบาลสมัยใหม่ กรณีศึกษา ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2557. วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 7(1), 18-20.*
- วรศักดิ์ หิโตปกรณ์. (2557). *กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม* (Master's thesis). สืบค้นจาก เครื่องข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS).

บรรณานุกรม(ต่อ)

- ภัทรพร โพธิวรรณ .(2558). *การพัฒนาธุรกิจโรงแรมผู้องค์กรแห่งการเรียนรู้ภายใต้หลักการความรับผิดชอบต่อสังคม* (Master's thesis). สืบค้นจาก เครื่องข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS).
- ศิริรัตน์ พรหมดวงตา. (2558). *รูปแบบกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม* (Master's thesis). สืบค้นจาก เครื่องข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS).
- สุวัฒน์ มหัตนรินทร์กุล และ วิระวรรณ ตันติพิวัฒนสกุล (2540). *เปรียบเทียบแบบวัดคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลก ชุด 100 ตัวชี้วัด และ 26 ตัวชี้วัด*. เชียงใหม่: โรงพยาบาลสวนปรุง.
- สุเทพ พูลวงษ์. (2550). *คุณภาพชีวิตของกำลังพลศูนย์ฝึกทางยุทธวิธีกองทัพบกจังหวัดลพบุรี* (Master's thesis). สืบค้นจาก เครื่องข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS).
- สุวรรณณี เข้มพราย. (2562). *การประเมินผลนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ: กรณีศึกษาเขตลาดกระบัง* (Master's thesis). สืบค้นจาก เครื่องข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS).
- สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน. (2554). *รายงานการวิจัย สถานะความรับผิดชอบต่อสังคมของประเทศไทยที่มีผลกระทบต่อภาครัฐและเอกชน*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสำนักทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์และสถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน.
- อภิรดา ชินประทีป. (2558). *การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและผลการดำเนินงานทางการเงิน* (Master's thesis). สืบค้นจาก เครื่องข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS).
- Aribi, ZA., & Gao, S. (2010). *Corporate social responsibility disclosure: A comparison between Islamic and conventional financial institutions*. Retrieve from <https://ideas.repec.org/a/eme/jfrapp/v8y2010i2p72-91.html>.
- Bass, M., & Avolio, J. (1994). *Improving Organization Effectiveness Through Transformational Leadership*. Thousand Oaks: Sage.
- Bennis, W. & Nanus, B. (1985). *Leaders : The strategies for taking change*. New York : Nj.
- Best, J.W. (1981). *Research in Education*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Calman, S. (1989). *Life in nature*. Glasgow: Medicine press.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.

บรรณานุกรม(ต่อ)

- Hassan, A., & Latiff, H. (2009). Corporate social responsibility of Islamic financial institutions and businesses: Optimizing charity value. *Humanomics*, 25(3), 177-188.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Education and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Koontz, H. & Weihrich, H. (1988). *Management*. New York: McGraw –Hill.
- Trewatha, R.L., & Newport, G.M. (1982). *Management*. Plano Texas: Business Publication.
- WHOQOL Group. (1996). *WHO QOL-BREF Introduction, Administration, Scoring and Generic Version of Assessment*. Geneva: WHO.
- Zhan, L. (1992). Quality of life: Conceptual and measurement issues. *Journal of Advance Nursing*, (17)7, 795-800.



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	กชกร อนุสรณ์พานิช
วัน เดือน ปีเกิด	25 มิถุนายน 2533
สถานที่เกิด	จังหวัดเพชรบุรี ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปริญญานิติศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์, 2559 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง, 2562
ที่อยู่ปัจจุบัน	36/2 ซอย 68/1 ถนนเพชรเกษม อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110
สถานที่ทำงาน	บริษัท มีที มีเงิน จำกัด 63/2 บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ชั้น 2 พระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
ตำแหน่งปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์และการตลาด