

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง “รูปแบบกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Intergrated Research) ระหว่างการวิจัยเอกสาร (Documentary Analysis) จากเว็บไซต์และเอกสารรายงานประจำปีของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย 3 ธนาคาร วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) กับผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยเชี่ยวชาญด้านกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย และวิธีการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) กับพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยรับรู้กิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยรับรู้กิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

ผลการวิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสารและที่ผู้วิจัยรวบรวมจากเว็บไซต์เอกสารจากธนาคาร ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และข้อมูลจากแบบสอบถามนำมาเรียบเรียงและนำเสนอผลงานวิจัย โดยผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ตอบ โจทย์การวิจัยดังนี้

ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยมีรูปแบบการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ในรูปแบบใด

ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยแต่ละประเภท ทั้งเอกชน รัฐบาลและที่ระดมทุนกับต่างประเทศ มีการจัดรูปแบบกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

พนักงานและผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมและรับรู้กิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยแต่ละแห่งอย่างไร

ข้อมูลของธนาคารที่ทำการศึกษา

ปัจจุบันทั่วประเทศมีธนาคารขนาดใหญ่อยู่หลายธนาคาร ในหลายธนาคารเป็นธนาคารเอกชน ธนาคารของรัฐบาล และธนาคารที่ร่วมทุนกับต่างประเทศ ประกอบลักษณะกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมรวมถึงงบประมาณในการสนับสนุนกิจกรรมเป็นจำนวนมหาศาลผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยโดยจำแนกดังนี้ ธนาคารเอกชน ธนาคารรัฐบาล และธนาคารที่ร่วมทุนกับต่างประเทศ ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด มหาชน, ธนาคาร

ออมสิน และธนาคารซีไอเอ็มบี(ไทย) โดยผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้ นโยบาย, วิสัยทัศน์และพันธกิจ, การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

4.1 ธนาคารไทยพาณิชย์

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารพาณิชย์ชั้นนำของประเทศที่ให้บริการทางการเงินแบบครบวงจร ก่อตั้งขึ้นโดยพระบรมราชานุญาตในปี พ.ศ. 2449 โดยเป็นธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งแรกของไทย ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2556 ธนาคารมีมูลค่าตลาดรวม (Market Capitalization) สูงเป็นอันดับที่ 1 ในกลุ่มสถาบันการเงิน 488 พันล้านบาท มีเครือข่ายสาขาและจุดให้บริการมากที่สุดในประเทศไทย สาขารวมทั้งสิ้น 1,173 สาขา ศูนย์แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ 108 แห่ง เครื่องเอทีเอ็ม 9,142 เครื่อง นอกจากนี้ธนาคารยังมีเครือข่ายสาขาต่างประเทศ ธนาคารในเครือ ธนาคารร่วมทุน และสำนักผู้แทนกระจายอยู่ในภูมิภาคสำคัญของเอเชีย ได้แก่ ฮองกง สิงคโปร์ ลาว กัมพูชา เวียดนาม เมียนมาร์และสาธารณรัฐประชาชนจีนเพื่อให้ บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่ ลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และลูกค้าบุคคลด้วยขนาดสินทรัพย์ 2,534 พันล้านบาท

ธนาคารมีบริการทางการเงินครบวงจรให้แก่ลูกค้าทุกประเภททั้งที่เป็น บริษัทขนาดใหญ่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และลูกค้ารายย่อย โดยบริการทางการเงินครอบคลุมการรับฝากเงินการให้กู้ยืมประเภทต่างๆ การรับซื้อลด การรับรองอาวัล คำประกัน เงินโอน บริการด้านปริวรรตเงินตรา บริการประกัน บริการด้านการค้าต่างประเทศ บริการ Cash Management บริการด้านธุรกิจหลักทรัพย์บริการรับฝากทรัพย์สิน บัตรเครดิตและบัตรเงินสดอื่นๆ โดยธนาคารมีจุดมุ่งหมายในการเป็นธนาคารที่ให้บริการครบวงจรที่ดีที่สุดของประเทศ

วิสัยทัศน์และพันธกิจ

วิสัยทัศน์และพันธกิจของธนาคารไทยพาณิชย์ กำหนดไว้ว่า เราจะเป็นธนาคารที่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และสังคมเลือก และยังเป็นธนาคารที่ให้บริการครบวงจรที่ดีที่สุดของประเทศ

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารไทยพาณิชย์ มีการดำเนินงานกิจกรรมต่อเนื่องในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา โดยการดำเนินกิจกรรมนั้นสามารถจำแนกความรับผิดชอบต่อสังคมเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ความรับผิดชอบต่อสังคม (ผู้มีส่วนได้เสียภายในธนาคาร)

ธนาคารให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรของธนาคารทั้งการพัฒนาตัวบุคคลและการสร้างความเป็นมืออาชีพ ในปี 2553 ธนาคารได้จัดตั้งคณะกรรมการ People Development ขึ้นเพื่อ

ออกแบบและทบทวนนโยบายและกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรบุคคลพนักงานเปรียบได้ตั้ง หัวใจของธนาคาร ดังนั้นธนาคารจึงพิจารณาให้ผลตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ แก่พนักงานมากขึ้นเกินกว่าตามมาตรฐานทางกฎหมายอีกทั้งยังเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีในการทำงานให้กับพนักงาน การจัดฝึกอบรมและการพัฒนาต่างๆจะทำให้พนักงานสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจเพื่อการตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าซึ่งเพิ่มมากขึ้นอยู่ตลอดเวลาการดำเนินการต่างๆ เหล่านี้ ทำให้ธนาคารสามารถรักษาชื่อเสียงความเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือและเหมาะสมที่จะร่วมปฏิบัติงานด้วย โดยแบ่งเป็น 11 ด้านดังนี้

1.1 ความเท่าเทียมกันในธนาคาร

พนักงานเปรียบเสมือนเป็นผู้แทนของธนาคาร โดยตัวอย่างที่ชัดเจนคือการยึดมั่นของธนาคารในการสร้างความเท่าเทียมกันของโอกาสซึ่งเห็นได้จากที่ผ่านมามีกรรมการผู้จัดการใหญ่เป็นผู้หญิง 2 คน ณ เดือนธันวาคม 2556 ธนาคารมีพนักงานทั้งหมดจำนวน 22,222 คน ซึ่งเพิ่มขึ้น 5.85 % จากปีที่ผ่านมา โดยสองในสามของพนักงานทั้งหมดเป็นผู้หญิง สัดส่วนดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความจริงที่ว่า ในกลุ่มธุรกิจการเงินนั้นประกอบด้วยผู้หญิงในระดับผู้บริหารระดับสูงของธนาคารอยู่ที่ 1 ต่อ 1.43 และในระดับคณะกรรมการธนาคารมีกรรมการผู้หญิงจำนวน 4 จากคณะกรรมการทั้งหมด 16 คน

ในด้านความหลากหลายของช่วงอายุในช่วงสองปีที่ผ่านมา พนักงานที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเพิ่มขึ้นจาก 396 คนในปี 2555 เป็น 428 คนในปี 2556 นอกจากนี้ธนาคารได้รับพนักงานที่มีความบกพร่องทางร่างกายเข้าปฏิบัติงานเป็นจำนวน 5 คน ซึ่งแสดงถึงการเปิดโอกาสและสนับสนุนการสร้างอาชีพให้กับผู้พิการ

นอกจากนี้ ธนาคารยังสนับสนุนในด้านความเสมอภาคทางเพศในการทำงาน โดยการส่งเสริมความเท่าเทียมของรายได้ระหว่างพนักงานเพศหญิงและเพศชาย ณ เดือนธันวาคม 2556 อัตราส่วนระหว่างค่าตอบแทนเฉลี่ยของพนักงานเพศชายต่อเพศหญิงอยู่ที่ 1.04 ต่อ 1 ในกลุ่มพนักงานบริหารระดับสูง 1.2 ต่อ 1 ในกลุ่มพนักงานบริหารและ 1.1 ต่อ 1 ในกลุ่มพนักงานทั่วไป

1.2 การศึกษาสำหรับพนักงาน

ธนาคารให้การสนับสนุนโอกาสเรื่องการเรียนการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น ทั้งในมหาวิทยาลัยในประเทศและต่างประเทศ พนักงานสามารถสมัครขอรับทุนการศึกษาเพื่อเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยชั้นนำในประเทศไทย ตัวอย่างเช่น สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล และสถาบันการศึกษาชั้นนำในต่างประเทศ เช่น Massachusetts Institute of Technology (MIT), University of Pennsylvania,

และ University of California, Berkeley เป็นต้น ในปี 2556 ธนาคารให้ทุนการศึกษาแก่นักพนักงานทั้งหมด 16.3 ล้านบาท

1.3 การสัมมนาพนักงานหลักสูตรผู้บริหารระดับสูง

ธนาคารได้จัดอบรมในหลักสูตรสำหรับผู้บริหารของธนาคาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ Management and Leadership Development Program โดยมีความร่วมมือกับสถาบันต่างๆ เช่น สถาบันวิทยาลัยการตลาดทุนสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทยฯในการจัดอบรม

1.4 การสร้างเครือข่ายพนักงานจิตอาสา

ธนาคารให้ความสำคัญกับบุคลากรทั้งในด้านทักษะทั่วไปและความเป็นมืออาชีพ นอกจากนี้ ธนาคารยังส่งเสริมและชี้แนะ ตามหลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านการให้พนักงานเป็นอาสาสมัครเพื่อช่วยสังคม ธนาคารส่งเสริมการสร้างเครือข่าย พนักงานจิตอาสาอย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาบุคลากรโดยการสร้างค่านิยมในการแบ่งปันและใส่ใจผู้อื่น ธนาคารจัดกิจกรรมอาสาสมัครหลากหลายประเภทภายใต้ 2 โครงการหลัก คือ โครงการ “แบ่งปัน 1 วัน ใน 1 ปี” และโครงการ “SCB ชวนกันทำดี” ซึ่งทั้งสองโครงการนี้เป็นการเปิดโอกาสในการทำความดีและทำประโยชน์ต่อสาธารณะ

ธนาคารมีแนวคิดในการนำศักยภาพของพนักงานมาต่อยอดเพื่อกิจกรรมทางสังคมทุกหน่วยงานของธนาคารสามารถจัดทำแผนงานกิจกรรมเพื่อสังคมรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานประจำปีได้กล่าวคือ การนำศักยภาพของหน่วยงานมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ SCB ชวนกันทำดี ตัวอย่างเช่น กลุ่มเทคโนโลยีและปฏิบัติการและกลุ่มการเงินได้นำศักยภาพทางด้าน IT และภาษาอังกฤษมาจัดการเรียนการสอนให้กับนักเรียนด้อยโอกาสชั้นประถมศึกษาของ โรงเรียนวัดศาลเจ็ดช่อง จังหวัดอ่างทอง ตลอดระยะเวลา 7 ปีที่ผ่านมา กลุ่มทรัพยากรบุคคลสนับสนุนมูลนิธิเพื่อเด็กจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาทักษะทางด้านศิลปะและกีฬาให้กับเยาวชน จากการผนวกกิจกรรมเพื่อสังคมเข้าได้กับหน่วยงานของธนาคารเช่นนี้ สะท้อนให้เห็นถึงนโยบายในการพัฒนาบุคลากรของธนาคารได้เป็นอย่างดี

1.5 สวัสดิการและผลประโยชน์พนักงาน

จากการที่ธนาคารจัดสวัสดิการที่เหมาะสมให้พนักงานซึ่งมากกว่าเกณฑ์ตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อเป็นการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ทำให้พนักงานมีความพึงพอใจ และธนาคารสามารถรักษาพนักงานให้ยังคงปฏิบัติงานกับธนาคารได้อย่างต่อเนื่อง

พนักงานทุกคนได้รับการคุ้มครองจากการประกันชีวิต การประกันสุขภาพ และการประกันอุบัติเหตุจากธนาคาร ธนาคารมีคลินิกที่อาคารสำนักใหญ่ เพื่อให้บริการรักษาเบื้องต้นสำหรับพนักงาน

ธนาคารให้การสนับสนุนอื่น ๆ สำหรับพนักงานที่เกษียณอายุ เช่น ค่ารักษาพยาบาล รวมไปถึงได้มีการสนับสนุนการรวมกลุ่มของอดีตพนักงานธนาคารเพื่อสร้างความสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมร่วมกันของผู้ที่เกษียณอายุจากธนาคารไปแล้ว นอกจากนี้ พนักงานที่เกษียณอายุสามารถสร้างประโยชน์ให้กับธนาคารต่อได้ผ่าน “โครงการ Purple Diamond Program” โดยการเป็นวิทยากรหรือให้คำปรึกษาตามความจำเป็นในแต่ละโอกาส

ผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ธนาคารให้กับพนักงาน เช่น เงินกู้สวัสดิการ แก่พนักงานซึ่งมีดอกเบี้ยต่ำกว่าอัตราที่กำหนดในตลาดทั่วไป โดยในปี 2556 พนักงานกว่า 65% ได้ใช้สิทธิในการกู้เงินสวัสดิการดังกล่าว

ธนาคารให้ความสำคัญในการรักษาพนักงานที่กำลังเริ่มสร้างครอบครัว โดยพนักงานสามารถลาคลอดได้ 90 วัน โดยที่ยังได้รับเงินเดือนามปกติจากธนาคาร (และหลังจากลาคลอดครบ 45 วันแล้วพนักงานจะได้รับเงินชดเชยการหยุดงานเพื่อคลอดบุตรจากกองทุนประกันสังคม) ในปี 2556 มีพนักงาน ใช้สิทธิลาคลอดจำนวน 556 คน โดยมีพนักงาน 30 คนที่ไม่ได้กลับมาทำงานกับธนาคารหลังจากสิ้นสุดระยะเวลาในการลา

นอกจากนี้ ธนาคารมีการมอบทุนการศึกษาให้กับบุตรหลานพนักงานจำนวน 657 ทุน และได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อจัดการสอนภาษาอังกฤษให้กับบุตรของพนักงาน โดยบุตรของพนักงานกว่า 600 คนได้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวในปีที่ผ่านมา

1.6 การส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี การหยุดงานและการลาออกจากงาน

ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ธนาคารทำการสำรวจสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้น ในด้านสวัสดิการพนักงาน สุขภาพ และความปลอดภัยของพนักงาน ทั้งคณะกรรมการด้านสวัสดิการและคณะกรรมการด้านความปลอดภัยสุขภาพ และสภาพแวดล้อมในการทำงานประกอบด้วยตัวแทนจากธนาคารแะพนักงานในสัดส่วนที่เท่าเทียมกัน โดยคณะกรรมการครั้งหนึ่งได้รับการคัดเลือกจากพนักงาน คณะกรรมการมีวาระ 2 ปี ในการติดตามรวบรวมความคิดเห็นของพนักงานและเสนอแนะแนวทาง เพื่อปรับปรุงสวัสดิการ สุขอนามัย ความปลอดภัยของพนักงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงาน นอกจากนี้ บริหารงานอาคารยังได้ทำการทดสอบคุณภาพอากาศและความพอเพียงของแสงสว่างของทั้งอาคารอยู่เป็นประจำ ธนาคารยังตรวจสอบความพอเพียงของห้องน้ำและการเข้าถึงน้ำสะอาดเป็นประจำเช่นเดียวกัน ในปี 2556 ธนาคารได้ปรับเปลี่ยนหลอดไฟไปใช้หลอด LED เพื่อสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีขึ้นและประหยัดพลังงานมากขึ้น ธนาคารยังได้ปรับปรุงบริเวณพื้นที่ทำงานและบริเวณโถงเพื่อสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดีขึ้น

ธนาคารให้ความสำคัญกับสุขอนามัยและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน โดยรับรองว่าจะไม่มีพนักงานคนใดทำงานอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่ปลอดภัย ตัวอย่างเช่น พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ธนาคารมอบหมายให้ขับขี้อักรยานยนต์จะได้รับการคุ้มครองเพิ่มเติมจากประกันอุบัติเหตุ ในปี 2556 ไม่มีเหตุการณ์ที่ส่งผลต่อชีวิตเกิดขึ้นในธนาคาร

ยิ่งไปกว่านั้น ธนาคารได้จัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา เช่น ศูนย์ออกกำลังกาย สนามฟุตบอล เพื่อให้พนักงานได้ใช้บริการ ซึ่งเป็นการสนับสนุนความต้องการของพนักงานที่เพิ่มขึ้นในเรื่องเกี่ยวกับการดูแลเอาใจใส่ต่อสุขภาพ ในปี 2556 การขาดงานของพนักงานอยู่ในระดับคงที่ที่ 2.6 วันต่อพนักงานหนึ่งคน ในขณะที่เดียวกัน อัตราการลาออกของพนักงานปรับตัวดีขึ้น โดยลดลงจาก 14.6% มาอยู่ที่ 13.7% ในปี 2556 การปรับปรุงสวัสดิการของธนาคารให้กับพนักงาน เพื่อพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและกระตุ้นการทำงานนั้น ช่วยทำให้พนักงานปฏิบัติงานร่วมกับธนาคารในระยะเวลาที่มากขึ้นโดยพนักงานที่ทำงานกับธนาคารมากกว่า 20 ปี เพิ่มขึ้นจาก 3,653 คน ในปี 2555 มาอยู่ที่ 4,143 คนในปี 2556

1.7 ความผูกพันของพนักงาน

ธนาคารมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงาน และเพื่อให้สามารถเข้าถึงพนักงานกว่า 22,000 คน ทั่วประเทศได้ ธนาคารอาศัยช่องทางผ่านระบบ Intranet อีเมล SMS รวมถึงการประชุมกับพนักงาน ธนาคารให้ความสำคัญกับช่องทางการสื่อสารระหว่างธนาคารกับพนักงานให้สามารถสื่อสารได้สองทางและพัฒนาระบบให้อยู่บนบรรทัดฐานของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน พนักงานสามารถให้ข้อเสนอแนะนำคำติชมผ่านทาง HR Call Center, Web board และผ่านทาง Purple People Talk ซึ่งเป็นช่องทางการส่งข้อเสนอแนะเป็นเสียงหรืออีเมลโดยไม่มีกรเปิดเผยข้อมูลหรือระบุผู้ส่ง นอกจากนี้ พนักงานยังสามารถแจ้งเบาะแสของการทุจริต การละเมิดสิทธิมนุษยชนและอื่นๆที่เป็นความลับได้ผ่านทางช่องทางของผู้แจ้งเบาะแส (Whistle Blower) โดยในปี 2556 เรื่องร้องเรียนต่างๆที่ส่งมาผ่านทาง Purple People Talk และระบบการแจ้งเบาะแสได้รับการตรวจสอบแก้ไขเป็นที่เรียบร้อยทั้งหมดแล้วจากผลการสำรวจล่าสุดในด้านความผูกพันของพนักงานซึ่งจัดทำโดยบริษัทที่ปรึกษาด้านทรัพยากรบุคคลชั้นนำพบว่า ในเดือนมีนาคม 2556 ระดับความผูกพันในพนักงานของธนาคารที่อยู่ 89% และในเดือนกันยายน 2556 อยู่ที่ 91% ซึ่งมีคะแนนอยู่ในระดับที่ 90 จาก 100 อันดับของผลการสำรวจทั่วโลก

1.8 ผลการปฏิบัติงานและผลตอบแทนพนักงาน

ธนาคารมีความมุ่งมั่นและให้ความสำคัญในเรื่องของการพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง การให้ผลตอบแทนและการดูแลให้พนักงานได้รับความสะดวกสบายก่อให้เกิดความผูกพันระหว่างพนักงานกับธนาคารนำมาซึ่งผลการดำเนินงานที่ดีของธนาคาร ในปี 2556 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับ

พนักงานต่อคนเพิ่มขึ้นจากปี 2555 จาก 0.8 ล้านบาท เป็น 0.86 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ในปี 2556 ผลตอบแทนจากการลงทุน ในพนักงานปรับเพิ่มขึ้นจากปี 2555 จาก 4.54 เท่า เป็น 4.85 เท่า

1.9 แผนพัฒนาเพื่อทดแทน

ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถพร้อมที่จะปฏิบัติงานให้กับธนาคารได้อย่างต่อเนื่อง คณะกรรมการธนาคารมอบหมายให้คณะกรรมการสรรหาค่าตอบแทนและบรรษัทภิบาล เป็นผู้รับผิดชอบเรื่องความต่อเนื่องในการบริหารงานที่เหมาะสมและการพิจารณาแผนพัฒนาเพื่อทดแทนตำแหน่งงาน

1.10 แผนพัฒนาเพื่อทดแทนตำแหน่งงานของประชาชน กรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่

คณะกรรมการธนาคารและคณะกรรมการสรรหาค่าตอบแทน และบรรษัทภิบาล จะเป็นผู้พิจารณาแผนพัฒนาเพื่อทดแทนตำแหน่งงานสำหรับตำแหน่งประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ โดยการหารือในการประชุมคณะกรรมการธนาคารและการประชุมอื่น ๆ เพื่อสรรหาผู้นำที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมในการบริหารงานธนาคารให้มั่นคงและก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง

1.11 แผนพัฒนาเพื่อทดแทนตำแหน่งงานของผู้บริหารระดับสูงและตำแหน่งงานหลักที่สำคัญ

คณะกรรมการสรรหาค่าตอบแทน และบรรษัทภิบาลพิจารณาเห็นชอบวิธีการสรรหาและแผนพัฒนาเพื่อทดแทนตำแหน่งงาน สำหรับผู้บริหารระดับสูง และตำแหน่งหลักที่สำคัญตามการนำเสนอของฝ่ายบริหาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมความพร้อมด้านกำลังคนทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ เพื่อสร้างความต่อเนื่องในการบริหารงานที่เหมาะสมในการดำรงตำแหน่งงานหลัก ที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของธนาคาร

2 ความรับผิดชอบต่อสังคม (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกธนาคาร)

คณะกรรมการกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งเป็นคณะกรรมการระดับกรรมการธนาคารได้กำหนดเป้าหมายและให้ความสำคัญในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารด้วยความตั้งใจจริงของการมีส่วนร่วม ต่อสังคมในการที่จะช่วยวางรากฐานของชุมชนและสังคมให้มีความเข้มแข็ง ธนาคารเชื่อมั่นว่าแนวทางที่สำคัญที่สุดที่จะบรรลุเป้าหมาย คือ การพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้ การส่งเสริมแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านเครือข่ายจิตอาสา รวมไปถึงการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมแนวทางทั้งหมดนี้จะเป็นการสนับสนุนให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง เป็นการสร้างโอกาสที่จะบรรลุไปถึงวัตถุประสงค์ต่อการเป็นผู้นำวามเปลี่ยนแปลงทางสังคม

ประเด็นหลักที่มีผลต่อการประสานกันในสังคมคือการสร้างคุณลักษณะที่พึงประสงค์ให้เกิดขึ้นในเยาวชน ดังนั้นแนวทางการพัฒนาเยาวชนที่ธนาคารมุ่งเน้นคือเรื่องของการปลูกจิตสำนึกสาธารณะของเยาวชนคนรุ่นใหม่ พร้อมกันนั้น ธนาคารได้สนับสนุนให้พนักงาน คู่ค้าของธนาคาร ลูกค้าและสมาชิกในชุมชนดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกันซึ่งจากความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายๆ ฝ่ายของธนาคาร ก่อให้มีสิ่งดีงามเกิดขึ้นเป็นอย่างมากในสังคมอันเป็นผลจากการรวมพลังและต่อยอดจุดแข็งต่างๆ ร่วมกัน

เป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม 3 ด้านหลัก

1. การพัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้
2. การสร้างเครือข่ายจิตอาสา
3. การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม

ธนาคารมุ่งมั่นในการสร้างสิ่งดี ๆ ให้กับสังคมโดยมีพนักงาน ลูกค้า และภาคีเครือข่ายในการจัดกิจกรรมด้านการศึกษา การพัฒนาเยาวชน การสร้างเครือข่ายจิตอาสา และการส่งเสริมและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม ธนาคารจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่งจากกำไรสุทธิเพื่อใช้ในงานกิจกรรมเพื่อสังคม ในปี 2556 งบประมาณกิจกรรมเพื่อสังคม 44% นำไปใช้ในโครงการพัฒนาเยาวชน 32% ใช้ในกิจกรรมเครือข่ายจิตอาสา และอีก 24% ใช้ไปในโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม

ธนาคารมีมูลนิธิสยามกัมมาจล ทำหน้าที่ขับเคลื่อนงานพัฒนาเยาวชน และส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง สร้างเครือข่ายและพัฒนาเยาวชนไปสู่การเป็นผู้นำความเปลี่ยนแปลงทางสังคม ด้วยการสนับสนุนงบประมาณและการทำงานร่วมกันในโครงการต่างๆ มีการกำหนดรูปแบบการดำเนินงานที่ชัดเจนและจัดลำดับความสำคัญของแต่ละโครงการตามความจำเป็นเร่งด่วน โดยพิจารณาจากโครงการที่พร้อมจะเป็นต้นแบบความสำเร็จ และขยายผลได้ อีกทั้งสามารถเป็นแบบอย่างให้ได้กับโครงการพัฒนาเยาวชนอื่นๆ ได้ในอนาคต

เพื่อให้มูลนิธิฯ สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธนาคารเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณให้ในแต่ละปี โดยมูลนิธิฯ มีเป้าหมายคือการสร้างค่านิยม ส่งเสริมเครือข่ายจิตอาสา และสนับสนุนเครือข่ายแกนนำเยาวชน รวมไปถึงการเสริมสร้างทักษะและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของเยาวชนไทยเพื่อการพัฒนาประเทศในระยะยาว และเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าวมูลนิธิฯ ได้มีการดำเนินงานทั้งด้านการสนับสนุนองค์กรภาคีเครือข่ายในปัจจุบันไปพร้อมกับการสร้างความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายในปัจจุบันไปพร้อมกับการสร้างความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายใหม่อยู่เสมอ ปัจจุบันมูลนิธิฯ มีความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการพัฒนาองค์ความรู้ในหลายๆ

ด้าน ทั้งด้านการจัดการองค์ความรู้ การจัดการฐานข้อมูล กระบวนการทำงาน การจัดการทรัพยากรบุคคล ระบบบริหารการจัดการ โครงการและองค์กร และการสร้างภาคีเครือข่าย เป็นต้น

ตารางที่ 4.1 สถิติการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรจัดขึ้น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	75	75.0	75.0	75.0
ไม่ใช่	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.2 สถิติการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรจัดขึ้นจากทาง อีเมลล์, วารสาร, เสียงตามสาย, ข้อความ, โលนั่ ฯลฯ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	80	80.0	80.0	80.0
ไม่ใช่	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.3 สถิติเข้าร่วมการประชุมเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	65	65.0	65.0	65.0
ไม่ใช่	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.4 สถิติการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดง
ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	85	85.0	85.0	85.0
ไม่ใช่	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.5 สถิติที่มีการจัดการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์กรได้รับรู้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	84	84.0	84.0	84.0
ไม่ใช่	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.6 สถิติกิจกรรมการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์กรที่จัดขึ้นมาจากการแสดงความคิดเห็น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	82	82.0	82.0	82.0
ไม่ใช่	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.7 สถิติการจัดการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ที่จัดขึ้นเข้าร่วมอย่างสมัครใจ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	82	82.0	82.0	82.0
ไม่ใช่	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.8 สถิติการจัดการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีการเชิญ
เข้าร่วม

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	78	78.0	78.0	78.0
ไม่ใช่	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.9 สถิติองค์กรเข้าใจเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อ
สังคมขององค์กร

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	90	90.0	90.0	90.0
ไม่ใช่	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.10 สถิติการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมยังไม่มีส่วนร่วม
อย่างเพียงพอ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	86	86.0	86.0	86.0
ไม่ใช่	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

จากการใช้โปรแกรมคำนวณทางสถิติพบว่า พนักงานและผู้ใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ การแจกแบบสอบถามจำนวนพนักงาน 100 คน และจำนวนผู้ใช้บริการ 100 คน เป็นจำนวน 200 คน คิดเป็น 100% การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรจัดขึ้น มีการเข้าร่วม 75% และไม่ได้เข้าร่วม 25%, การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรจัดขึ้นจากทาง อีเมลล์, วารสาร, เสียงตามสาย, ข้อความ, ไลน์ ฯลฯ การได้รับข่าวสารนั้น 80% และ ไม่ได้รับข่าวสาร 20%, การเข้าร่วมการประชุมเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีการเข้าร่วม 65% และไม่ได้เข้าร่วม 35%, การเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีส่วนร่วม 85% และไม่ได้มีส่วนร่วม 15%, การจัดการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้รับรู้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง มีส่วนร่วม 84% และไม่มีส่วนร่วม 16%, กิจกรรมการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่จัดขึ้นมาจากการแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วม 82% และไม่มีส่วนร่วม 18% ,กิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่จัดขึ้นเข้าร่วมอย่างสมัครใจ มีส่วนร่วม 82% และไม่มีส่วนร่วม 18%, การจัดการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีการเชิญเข้าร่วม มีส่วนร่วม 78% และไม่มีส่วนร่วม 22 % , องค์กรเข้าใจเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เข้าใจในกิจกรรม 90% และไม่เข้าใจ 10% และการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมยังไม่มีส่วนร่วมอย่างเพียงพอ เห็นด้วย 86%และไม่เห็นด้วย 14%

4.2 ธนาคารออมสิน

ชีวิตเดินหน้าด้วยการออม เมื่อรู้จักออมเราจะมีต้นทุนที่ดีในการใช้ชีวิต พร้อมทั้งจะเรียนรู้ และลงมือทำสิ่งใหม่ๆ การออม คือพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยให้ทุกคนก้าวไปอย่างมั่นใจ ทั้งยังต่อยอดความสุขไปสู่ลูกหลานและครอบครัว ธนาคารออมสินจึงมุ่งเน้นปลูกฝังการออมสู่หัวใจคน

ไทยโดยไม่ลืมที่จะตอบแทนประโยชน์คืนสู่สังคมชุมชนพร้อมดูแลสิ่งแวดล้อมให้เติบโตแข็งแรง เพื่อให้คนไทยและประเทศไทยเดินหน้าเคียงข้างกัน...อย่างมั่นคงและยั่งยืนพระบาทสมเด็จพระรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราวุธ พระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงสถาปนากิจการออมสินของแผ่นดินขึ้นเป็นครั้งแรกในรัชสมัยด้วยพระราชประสงค์ให้มีสถานที่สำหรับเก็บรักษาทรัพย์สินของราษฎรที่ออมมาจากความวิริยะอุตสาหะในการประกอบอาชีพ เพื่อเป็นทุนติดตัวไว้อย่างปลอดภัยเนื่องด้วยการรักษาทรัพย์สินในสมัยนั้นเป็นสิ่งยาก อีกทั้ง มีโจรผู้ร้าย โดยเฉพาะภัยที่เกิดจากการใช้จ่ายสุรุ่ยสุร่ายของเจ้าของทรัพย์สินเพราะเล่นการพนัน จึงทรงพระกรุณาพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้ จัดตั้งคลังออมสินเพื่อเก็บรักษาเงินของราษฎรที่นำ มาฝาก ตลอดทั้งดำ เนินการให้ทรัพย์สินเพิ่มพูนขึ้น อันเป็นผลประโยชน์ที่พึง ได้รับตามสิทธิคลังออมสินเมื่อครั้งแรกก่อตั้งนั้นมีฐานะเป็นแผนก สังกัด อยู่ในกระทรวงพระคลังมหาสมบัติ ซึ่งก็คือกระทรวงการคลัง

ในปัจจุบัน พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้พระเจ้าพี่ยาเธอ กรมพระจันทบุรีนฤนาถ เสนาบดีกระทรวงพระคลังมหาสมบัติจ่ายเงินคงพระคลังมหาสมบัติจำนวนหนึ่งแสนบาท ให้เป็นทุนประเดิมของคลัง ออมสิน เริ่มตราพระราชบัญญัติ เมื่อวันที่ 26 มีนาคม พุทธศักราช 2455 ประกาศใช้เป็น ‘พระราชบัญญัติคลังออมสิน พุทธศักราช 2456’ อย่างสมบูรณ์เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2456 ทำ การรับฝากเงินของราษฎรตั้งแต่นั้นมานับเป็นพระมหากรุณาธิคุณอย่างใหญ่หลวง ที่ทรงวางรากฐานการธนาคารเพื่อปวงชนได้รู้จักการออมทรัพย์อันเป็นประโยชน์แก่แผ่นดินอย่างยั่งยืนมาตราบทุกวันนี้

จากเงินทุนพระราชทานหนึ่งแสนบาท เมื่อพุทธศักราช 2456 วันเวลาได้ผ่านมารอบ 101 ปี ในวันที่ 1 เมษายน พุทธศักราช 2557 ธนาคารออมสินวันนี้ได้ดำ เนินการตามแนวพระราชปณิธานอย่างมั่นคงในการส่งเสริมสวัสดิภาพทางทรัพย์สินให้แก่ประชาชน อำ นวยประโยชน์และความสะดวกทางการเงินให้กับประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ปลุกฝังนิสัยประหยัดมัธยัสถ์และส่งเสริมการออมให้กับประชาชนทุกสาขาอาชีพเพื่อทำ ให้ชุมชน สังคม และประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองและปรับตัวตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

วิสัยทัศน์ที่ชัดเจน คู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในแต่ละปีธนาคารออมสินมุ่งมั่นที่จะเดินไปข้างหน้าด้วยความเชื่อที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับประชาชนอย่างแท้จริงรวมทั้งยึดมั่นในหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยให้ความสำคัญกับการออมซึ่งเป็นรากฐานสำคัญ ดำเนินงานตามวิสัยทัศน์ (Vision) ในการเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเพื่อการออม และเป็นผู้นำ ในการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก และลูกค้ารายย่อย ด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาล’ เพื่อจะ

เดินหน้าอย่างมั่นคง เคียงคู่กับประชาชนตลอดไป พัฒนาอย่างยั่งยืน...อย่างไร ‘ชุมชนและฐานราก’ คือ หัวใจสำคัญของปี 2556

ในปี 2556 ที่ผ่านมา ธนาคารออมสินได้กำหนดนโยบายและแนวทางดำเนินงานตามกรอบยุทธศาสตร์ดำเนินงานปี 2556 - 2560 ของแผนวิสาหกิจให้สอดคล้องกับแนวนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐหรือStatement of Direction : SOD ตามกำหนดของกระทรวงการคลัง ซึ่งเป็นนโยบายที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากอันเป็นหัวใจหลักสำคัญของสังคมพร้อมส่งเสริมการออมของประชาชน โดยมีการบริหารจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบระเบียบและเพื่อให้เกิดผลสำเร็จสูงสุดจึงมีการกำหนดพันธกิจหลัก โดยไม่ลืมที่จะให้ความสำคัญต่อกลไกสำคัญ เช่น การปฏิบัติตนของพนักงานและค่านิยมขององค์กร (VIPs) รวมทั้งเข้าสู่ระบบการประเมินผล คุณภาพรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Performance Appraisal : SEPA) อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งกระบวนการดำเนินงานดังกล่าวจะช่วยสร้างประสิทธิภาพในการทำงานและขับเคลื่อนให้องค์กรเดินหน้า โดยมีการกำหนดทิศทางต่างๆ ภายในองค์กรดังนี้

พันธกิจ เป็นสถาบันเพื่อการออมเป็นสถาบันเพื่อการลงทุนและการพัฒนาเป็นสถาบันเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจ ฐานรากเป็นสถาบันที่รับผิดชอบต่อสังคมค่านิยมCore Value : VIPSV Vision Focus มุ่งมั่นในวิสัยทัศน์

I Integrity ยึดมั่นในคุณธรรม

P Professionalism เชี่ยวชาญงานบริการ

S Social Responsibility รับผิดชอบต่อสังคม

ยุทธศาสตร์

1. ส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน

2. เสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจ สังคมระดับฐานราก และสิ่งแวดล้อมของชุมชน

ตาม ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

3. การขยายกลุ่มลูกค้ารายย่อย

4. เพิ่มประสิทธิภาพในการลงทุน

5. เพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถขององค์กรในการแข่งขันภายใต้หลัก

ธรรมาภิบาลสมรรถนะหลัก คือ

5.1 บริการด้วยหัวใจ (Service Mind)

5.2 ใฝ่ใจ ใฝ่รู้ (Passion to Learn)

5.3 มุ่งผลลัพธ์ (Result Oriented)

5.4 ยึดมั่นในคุณธรรม (Integrity)

5.5 บูรณาการทีม (Teamwork)

5.6 เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์(Product Knowledge)

การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

1. การดำเนินการผ่านระบบการนำองค์กร

การรับมอบนโยบายดำเนินงาน ปี 2556 จากนายกิตติรัตน์ ณ ระนอง รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง-การประชุมเชิงปฏิบัติการคณะกรรมการธนาคารออมสินและผู้บริหารระดับสูง ณ โรงแรมฮิลตัน พัทยา จ.ชลบุรี

การประชุมเพื่อถ่ายทอดนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน ปี 2557 - 2561 โดยมีผู้บริหารตั้งแต่ระดับผู้อำนวยการฝ่ายหรือเทียบเท่าขึ้นไปเข้าร่วมการประชุม ณ หอประชุมเพชรรัตน์ ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่

ธนาคารออมสินร่วมจัดตั้งสภาสถาบันการเงินของรัฐกับสถาบันการเงินของรัฐอีก 8 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้า แห่งประเทศไทย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม บริษัทตลาดรองสินเชื่อที่อยู่อาศัย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาสถาบันการเงินของรัฐให้เติบโตอย่างต่อเนื่องยั่งยืน มีเสถียรภาพ อีกทั้งเพื่อสนับสนุนให้องค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสถาบันการเงินของรัฐมีการสร้างมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีระบบ การบริหารจัดการที่โปร่งใส ยุติธรรม รวมทั้งมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคม

2. จัดทำหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ระเบียบธนาคารออมสิน ฉบับที่ 527 ว่าด้วยนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยมีการปรับปรุงเนื้อหาให้เป็นที่ไปตามจรรยาบรรณ ธนาคารออมสินเพื่อส่งเสริมให้ธนาคารออมสินเป็นธนาคารที่มีประสิทธิภาพ ในการดำเนินธุรกิจ มีการกำกับดูแล กิจการและการบริหารจัดการที่เป็นเลิศมีคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ มีความโปร่งใส และตรวจสอบได้

ระเบียบธนาคารออมสิน ฉบับที่ 528 ว่าด้วยนโยบายป้องกันและปราบปรามการทุจริต เพื่อให้นโยบายของธนาคารออมสินเหมาะสมกับสถานการณ์ ทันสมัย และสอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์การดำเนินงานของธนาคารออมสิน และยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต

จรรยาบรรณ ธนาคารออมสินเพื่อใช้เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติของ คณะกรรมการผู้บริหารและพนักงาน ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มของธนาคาร

กฎบัตรคณะกรรมการชุดย่อยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คณะกรรมการมีความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ ขอบเขตอำนาจหน้าที่และบทบาทของคณะกรรมการและกำหนดให้มีการสอบทานข้อมูลอย่างน้อยปีละครั้ง

3. กระบวนการส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดี

สร้างการรับรู้ โดยการจัดพิมพ์ประมวลจริยธรรมธนาคารออมสิน จรรยาบรรณธนาคารออมสิน และจัดส่งให้กรรมการ ผู้บริหารพนักงาน และลูกจ้างทุกคน เพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติงาน

สร้างความรู้ความเข้าใจ โดยการจัดอบรมเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการอบรม ธรรมเนียมบริหารจิตเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

รณรงค์ให้ยึดถือปฏิบัติ โดยการให้รางวัลจริยธรรมและจรรยาบรรณดีเด่น ธนาคารออมสินประจำปี 2555 แก่ผู้บริหาร พนักงาน หรือลูกจ้าง ที่มีจิตสำนึกและทัศนคติที่ดี มีความรับผิดชอบ ต่อตนเอง ต่องาน และต่อสังคม

สร้างการมีส่วนร่วม โดยการจัดกิจกรรมวันกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ภายใต้แนวคิดหลัก Value Creation ซึ่งหมายถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวโดยมูลค่านั้นต้องเป็นการเพิ่มความสามารถในทุกด้านเพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม

4. การประชาสัมพันธ์

วารสารธรรมาภิบาล เพื่อประชาสัมพันธ์หลักการกำกับกิจการที่ดี การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ จริยธรรม และจรรยาบรรณพนักงาน และการจัดกิจกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยเผยแพร่เป็นราย 2 เดือน และจัดส่งให้ทุกหน่วยงานอย่างทั่วถึง

โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ เพื่อประชาสัมพันธ์หลักการกำกับกิจการที่ดีให้ผู้บริหารและพนักงานรับรู้อย่างทั่วถึงทั้งองค์กร ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

การประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต

ถาม - ตอบ (Q&A) เกี่ยวกับระบบการป้องกันการฟอกเงิน (Anti Money Laundering System: AMLS)

ซักซ้อมวิธีปฏิบัติงานเกี่ยวกับการตรวจสอบรายชื่อลูกค้ากับรายชื่อบุคคลที่ถูกกำหนด (AMLO List) ของสำนักงานปง.

ประชาสัมพันธ์วิธีปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติตามกฎหมายฟอกเงินและกฎหมายก่อการร้าย

แนวทางการตรวจสอบรายชื่อบุคคลที่ถูกกำหนด (Amlo List)

วิธีปฏิบัติในการบันทึกข้อมูล KYC และคำ นวณระดับความเสี่ยงลูกค้าในระบบงาน ป้องกันการฟอกเงิน (AMLS)

วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการบันทึกข้อมูลเอกสารแสดงตนของลูกค้าในระบบงาน CBS เพื่อ การตรวจสอบรายชื่อลูกค้ากับรายชื่อบุคคลที่ถูกกำหนด (AMLO LIST)

ซักซ้อมความเข้าใจวิธีปฏิบัติงานเกี่ยวกับการบันทึกข้อมูลการรายงานธุรกรรมที่มีเหตุ อันควรสงสัย (แบบปง.1-03) ในระบบงานป้องกันการฟอกเงิน (AMLS) การติดตามและ ประเมินผลธนาคารออมสินได้ทำการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำ หลักการกำกับดูแลกิจการ ที่ดีไปใช้ในการปฏิบัติงานประจำปี 2556 ซึ่งผลการสำรวจความคิดเห็นของพนักงานในภาพรวมอยู่ ที่ร้อยละ 78.8 โดยจำแนกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 75.6 %

ด้านที่ 1 ความรู้ความเข้าใจในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 80.8 %

ด้านที่ 2 ทักษะติดต่อแนวทางการส่งเสริมหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 82.6%

ด้านที่ 3 การนำ หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในการปฏิบัติงานผลิตภัณฑ์และ บริการทางการเงินเพื่อสังคมธนาคารออมสินมุ่งเน้นการคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย รวมทั้ง บริการที่ครบวงจรเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกระดับ โดยเฉพาะกลุ่มฐานรากและลูกค้ารายย่อย สามารถเข้าถึงการออมและธุรกรรมทางการเงินได้อย่างง่ายดาย พร้อมติดตามดูแลลูกค้าสินเชื่อและ การดำเนินธุรกิจของลูกค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาหนี้ด้อยคุณภาพ และส่งเสริม กระบวนการลงทุนและบริหารสภาพคล่อง เพื่อสร้างความมั่นคงสู่ธนาคาร และคืนประโยชน์สู่ ชุมชนและสังคมในที่สุด

หลักการของมูลนิธิออมสินเพื่อสังคม ธนาคารออมสินกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในรอบปี 2552 ธนาคารออมสินยืนยันถึงเจตนารมณ์ที่แน่วแน่ของธนาคารออมสินที่ยึดมั่น ดำเนินงาน ตามพันธกิจที่มีต่อลูกค้า ชุมชน และสังคมอย่างจริงจัง ดังจะเห็นได้จากการได้รับรางวัล การจัดการองค์กรดีเด่น รางวัลการดำเนินงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมดีเด่น และรางวัลบริการ ดีเด่นจากสำนักงานคณะกรรมการ นโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง ทั้งนี้ธนาคารได้ วางกรอบการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนไว้ดังนี้ “ธนาคารออมสินมีความมุ่งมั่นในการ ทำงานทั้งในฐานะธนาคารเพื่อประชาชนทุกระดับ การเป็นสถาบันที่ดูแลสังคม ชุมชน เยาวชน พนักงานและสิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคซึ่งถือได้ว่า เป็น พันธกิจหลักที่สำคัญของธนาคารออมสินโดยตลอดระยะเวลาอันยาวนานกว่า 90 ปี ธนาคารออมสิน ได้มี การดำเนินงานที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ด้วยการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและชุมชนภายใต้กิจกรรมและ โครงการสำคัญต่างๆ

ร่วมไปกับการสร้าง ความสมดุลในการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance: CG) และการ มุ่งเน้นเป็นสถาบัน ทางการเงินที่มั่นคง (Secure Financial Institution: SFI) เพื่อเป็นรากฐานที่สำคัญ ในการเชื่อมโยง สังคมที่ยั่งยืนในอนาคตต่อไป”

ตารางที่ 4.11 สถิติการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรจัดขึ้น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	76	76.0	76.0	76.0
ไม่ใช่	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.12 สถิติการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กร จัดขึ้นจากทาง อีเมลล์, วารสาร, เสียงตามสาย, ข้อความ, ไลน์ ฯลฯ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	60	60.0	60.0	60.0
ไม่ใช่	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.13 สถิติเข้าร่วมการประชุมเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	60	60.0	60.0	60.0
ไม่ใช่	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.14 สถิติการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความ
รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	58	58.0	58.0	58.0
ไม่ใช่	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.15 สถิติการจัดการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ที่ได้รับรู้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	80	80.0	80.0	80.0
ไม่ใช่	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.16 สถิติกิจกรรมการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ที่จัดขึ้นมาจากการแสดงความคิดเห็น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	54	54.0	54.0	54.0
ไม่ใช่	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.17 สถิติกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่
จัดขึ้นเข้าร่วมอย่างสมัครใจ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	90	90.0	90.0	90.0
ไม่ใช่	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.18 สถิติก่อนการจัดการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีการ
เชิญเข้าร่วม

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	60	60.0	60.0	60.0
ไม่ใช่	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.19 สถิติองค์กรเข้าใจเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
ขององค์กร

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	60	60.0	60.0	60.0
ไม่ใช่	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.20 สถิติการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมยังไม่มีส่วนร่วม
อย่างเพียงพอ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	58	58.0	58.0	58.0
ไม่ใช่	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

จากการใช้โปรแกรมคำนวณทางสถิติพบว่า พนักงานและผู้ให้บริการของธนาคารออมสิน การแจกแบบสอบถามจำนวนพนักงาน 100 คน และจำนวนผู้ให้บริการ 100 คน เป็นจำนวน 200 คน คิดเป็น 100% การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรจัดขึ้น มีการเข้าร่วม 76% และไม่ได้เข้าร่วม 24%, การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรจัดขึ้นจากทาง อีเมลล์, วารสาร, เสียงตามสาย, ข้อความ, ไลน์ ฯลฯ การได้รับข่าวสารนั้น 60% และ ไม่ได้รับข่าวสาร 40%, การเข้าร่วมการประชุมเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีการเข้าร่วม 60% และไม่ได้เข้าร่วม 40%, การเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีส่วนร่วม 58% และไม่ได้มีส่วนร่วม 42%, การจัดการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้รับรู้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง มีส่วนร่วม 80% และไม่มีส่วนร่วม 20%, กิจกรรมการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่จัดขึ้นมาจากการแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วม 54% และไม่มีส่วนร่วม 46%, กิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่จัดขึ้นเข้าร่วมอย่างสมัครใจ มีส่วนร่วม 90% และไม่มีส่วนร่วม 10%, การจัดการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีการเชิญเข้าร่วม มีส่วนร่วม 60% และไม่มีส่วนร่วม 40%, องค์กรเข้าใจเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เข้าใจในกิจกรรม 60% และไม่เข้าใจ 40% และการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมยังไม่มีส่วนร่วมอย่างเพียงพอ เห็นด้วย 58%และไม่เห็นด้วย 42%

4.3 ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย

ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) เดิมชื่อ ธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 โดยมีกองทุนเพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาระบบสถาบันการเงินเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุดของธนาคารมาโดยตลอด จากนั้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 กลุ่มซีไอเอ็มบี

โดย CIMB Bank Berhad ได้เข้าเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุดในไทยธนาคาร และได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อจากธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) เป็น ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) หรือ "CIMB Thai Bank Public Company Limited" ในภาษาอังกฤษ เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2552 ซึ่งชื่อใหม่ของธนาคารนี้นับเป็นการสะท้อนถึงการส่งผ่าน ไทยธนาคาร เข้าสู่การเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มซีไอเอ็มบี กลุ่มธนาคารครบวงจรอันดับ 5 ของอาเซียนอย่างเป็นทางการ ด้วยศักยภาพของความเป็นธนาคารเครือข่ายชั้นนำในภูมิภาคอาเซียน และรองรับต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย - สาขาเวียงจันทน์ จึงได้เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2557 ภายใต้เป้าหมายที่จะเป็น Gateway to ASEAN สำหรับลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างประเทศ เพื่อให้ได้รับบริการทางการเงินและการลงทุนอย่างครบวงจร สร้างโอกาสในการขยายธุรกิจสู่ระดับอาเซียนที่ไร้พรมแดนสู่ลูกค้าลาว ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ด้านการค้าต่างประเทศ สินเชื่อ และการโอนเงินต่างประเทศ รวมถึงเป็นประตูเชื่อมต่อประเทศเพื่อนบ้านของเรา เข้ากับฐานที่แข็งแกร่งของกลุ่มซีไอเอ็มบีในระดับอาเซียนและเอเชียแปซิฟิก โดยธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย- สาขาเวียงจันทน์ ตั้งอยู่บนถนนลานช้าง (Lane Xang Avenue) ศูนย์กลางทางธุรกิจของนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทั้งนี้ กลุ่มซีไอเอ็มบี ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของธนาคาร มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ และเป็นบริษัทจดทะเบียนที่ให้บริการทางการเงินที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศมาเลเซีย และหนึ่งในกลุ่มธนาคารครบวงจรชั้นนำของอาเซียน ให้บริการและนำเสนอผลิตภัณฑ์การเงินที่ครอบคลุมถึงบริการ การธนาคารเพื่อลูกค้ารายย่อยและลูกค้าธุรกิจ บริการด้านวาณิชยกรรม ธนาคารอิสลาม การบริหารจัดการสินทรัพย์ การบริหารความมั่งคั่งส่วนบุคคล บริการประกันภัย โดยมีเครือข่าย 9 ใน 10 ประเทศอาเซียน (มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ไทย กัมพูชา บรูไน เวียดนาม เมียนมาร์ และลาว) นอกเหนือจากอาเซียน กลุ่มซีไอเอ็มบี ยังมีเครือข่ายใน จีน ฮองกง บาห์เรน อินเดีย ศรีลังกา ใต้หวัน เกาหลี สหรัฐอเมริกา และอังกฤษ

กลุ่มซีไอเอ็มบี ดำเนินธุรกิจผ่าน 3 แบรินด์หลัก ได้แก่ CIMB Bank, CIMB Investment Bank และ CIMB Islamic โดย CIMB Bank เป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจด้านธนาคารพาณิชย์ของกลุ่ม ขณะที่ CIMB Islamic ดำเนินธุรกิจด้านการเงินและการธนาคารอิสลามในระดับโลก ซึ่งทั้ง CIMB Bank และ CIMB Islamic ให้บริการธุรกิจรายย่อย (Retail Banking) บนระบบธนาคาร 2 ระบบควบคู่กัน นอกจากนี้ กลุ่มซีไอเอ็มบี เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ 97.9% ในธนาคาร ซีไอเอ็มบี ในอาเซียนอินโดนีเซีย และ 93.7% ในธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย

กลุ่มซีไอเอ็มบี เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภายใต้ชื่อ CIMB Group Holdings Berhad ด้วยมูลค่าตลาดรวม (Market Capitalisation) ณ วันที่ 31

ธันวาคม 2558 กว่า 38.7 พันล้านริงกิต มีพนักงานรวมมากกว่า 40,000 คน ประจำอยู่ใน 17 ประเทศ และมีจำนวนเครือข่ายสาขาเพื่อลูกค้ารายย่อยทั่วอาเซียนประมาณ 1,000 สาขา

โครงการและกิจกรรมด้าน CSR ของธนาคาร CIMB ธนาคารดำเนินโครงการและกิจกรรมด้าน CSR อย่างต่อเนื่องมากกว่า 30 โครงการ ครอบคลุมทั้งด้านการศึกษา สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์พลังงาน การพัฒนาชุมชนและสังคม ภายใต้แนวคิดหลักที่มุ่งให้ความสำคัญต่อการประสานความร่วมมือระหว่างลูกค้า พันธมิตร สื่อมวลชน และพนักงานเพื่อร่วมกันตอบแทนคืนกลับสู่สังคมไทย

ตารางที่ 4.21 สถิติการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรจัดขึ้น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	75	75.0	75.0	75.0
ไม่ใช่	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.22 สถิติการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรจัดขึ้นจากทาง อีเมลล์, วารสาร, เสียงตามสาย, ข้อความ, ไลน์ ฯลฯ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	61	61.0	61.0	61.0
ไม่ใช่	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.23 สถิติการเข้าร่วมการประชุมเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	61	61.0	61.0	61.0
ไม่ใช่	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.24 สถิติการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความ
รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	58	58.0	58.0	58.0
ไม่ใช่	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.25 สถิติการจัดการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ที่ได้รับรู้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	75	75.0	75.0	75.0
ไม่ใช่	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.26 สถิติกิจกรรมการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ที่จัดขึ้นมาจากการแสดงความคิดเห็น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	53	53.0	53.0	53.0
ไม่ใช่	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.27 สถิติกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่จัดขึ้นเข้าร่วมอย่างสมัครใจ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	89	89.0	89.0	89.0
ไม่ใช่	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.28 สถิติก่อนการจัดการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีการเชิญเข้าร่วม

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	61	61.0	61.0	61.0
ไม่ใช่	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.29 สถิติองค์กรเข้าใจเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	61	61.0	61.0	61.0
ไม่ใช่	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.30 การจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไม่มีส่วนร่วมอย่างเพียงพอ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช่	58	58.0	58.0	58.0
ไม่ใช่	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

จากการใช้โปรแกรมคำนวณทางสถิติพบว่า พนักงานและผู้ให้บริการของธนาคารซีไอเอ็มบี (ไทย) การแจกแบบสอบถามจำนวนพนักงาน 100 คน และจำนวนผู้ให้บริการ 100 คน เป็นจำนวน 200 คน คิดเป็น 100% การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรจัดขึ้น มีการเข้าร่วม 75% และไม่ได้เข้าร่วม 25%, การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรจัดขึ้นจากทาง อีเมลล์, วารสาร, เสียงตามสาย, ข้อความ, ไลน์ ฯลฯ การได้รับข่าวสารนั้น 61% และ ไม่ได้รับข่าวสาร 39%, การเข้าร่วมการประชุมเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีการเข้าร่วม 61% และไม่ได้เข้าร่วม 39%, การเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีส่วนร่วม 58% และไม่ได้มีส่วนร่วม 42%, การจัดการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้รับรู้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง มีส่วนร่วม 75% และไม่มีส่วนร่วม 25%, กิจกรรมการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่จัดขึ้นมาจากการแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วม 53% และไม่มีส่วนร่วม 47%, กิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่จัดขึ้นเข้าร่วมอย่างสมัครใจ มีส่วนร่วม 89% และไม่มีส่วนร่วม 11%, การจัดการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีการเชิญเข้าร่วม มีส่วนร่วม 61% และไม่มีส่วนร่วม 39%, องค์กรเข้าใจเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เข้าใจในกิจกรรม 61% และไม่เข้าใจ 39% และการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมยังไม่มีส่วนร่วมอย่างเพียงพอ เห็นด้วย 58%และไม่เห็นด้วย 42%

ตารางที่ 4.31 ตารางสรุปการเปรียบเทียบรูปแบบกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ
ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

รูปแบบกิจกรรมเพื่อแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคม	ธนาคาร		
	ไทยพาณิชย์	ออมสิน	ซีไอเอ็มบี(ไทย)
มอบทุนการศึกษา	✓	✓	✓
สร้างห้องสมุดเพื่อน้อง	✓	✓	✗
ปลูกป่า	✓	✓	✓
ทำบุญทอดกฐิน	✓	✓	✗
บริจาคเลือด	✓	✓	✓
แจกเมล็ดพันธุ์พืช	✓	✓	✗
ถวายพระพร วันพ่อและวันแม่แห่งชาติ	✓	✓	✓
ครอบครัวเดียวกัน	✓	✓	✓

จากตารางสรุปว่า กิจกรรมที่เหมือนกันทั้ง 3 ธนาคาร มีดังนี้ กิจกรรมมอบทุนการศึกษา
กิจกรรมปลูกป่า กิจกรรมบริจาคเลือด กิจกรรมถวายพระพรวันพ่อและวันแม่แห่งชาติ และกิจกรรม
ครอบครัวเดียวกัน

และกิจกรรมที่มีความแตกต่างกันคือ กิจกรรมสร้างห้องสมุดเพื่อน้อง ซึ่งธนาคารไทย
พาณิชย์และธนาคารออมสินได้จัดกิจกรรมนี้ แต่ธนาคารซีไอเอ็มบี (ไทย) ไม่ได้จัดกิจกรรมนี้
กิจกรรมทำบุญทอดกฐิน ธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารออมสินจัดกิจกรรมนี้ขึ้น แต่ธนาคารซี
ไอเอ็มบี (ไทย) ไม่ได้จัดกิจกรรม และกิจกรรมแจกเมล็ดพันธุ์พืช ธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคาร
ออมสินจัดกิจกรรมนี้ขึ้น แต่ธนาคารซีไอเอ็มบี (ไทย) ไม่ได้จัดกิจกรรม

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมเป็นเวลานาน ทั้งนี้รูปแบบ
กิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของทั้ง 3 อาจจะได้ปรับเปลี่ยนไปตามยุคและ
วัฒนธรรมขององค์กร