

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันแนวโน้มการแข่งขันในธุรกิจธนาคารค่อนข้างสูง โดยแต่ละธนาคารมักจะมุ่งเน้นในการสร้างภาพลักษณ์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงการให้บริการของธนาคาร โดยเน้นถึงการเข้าถึงลูกค้าให้ได้มากที่สุดรวมถึงยังสามารถที่จะให้บริการอย่างรวดเร็วพร้อมไปกับผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างตรงตามความต้องการ ทั้งนี้ธนาคารแต่ละธนาคารได้จัดกิจกรรมและจัดทำสื่อโฆษณาเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของธนาคาร กับกลุ่มลูกค้าและสาธารณชน โดยเน้นที่องค์กรและผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ธนาคารนำเสนอต่อลูกค้าเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีตลอดจนความน่าเชื่อถือและมั่นใจในผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความสำคัญอย่างมากต่อการบริหารงานและการดำเนินงานของกิจการต่างๆ ก่อให้เกิดการยอมรับและได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เป็นการสร้างเสริมฐานะของกิจการได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญอย่างยิ่งคือภาพลักษณ์จะมีความสำคัญต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริโภคตลอดจนสามารถลดปัญหาความกังวลต่างๆ ในการตัดสินใจซื้อได้ กิจการซึ่งต้องอาศัยชื่อเสียงด้านความน่าเชื่อถือเป็นฐานสำคัญในการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย ดังเช่นธุรกิจด้านการเงินและการธนาคาร (ธนาคารออมสิน, จุลสาร, 2548)

ธนาคารต้องมีการสร้างความไว้วางใจ ความพึงพอใจ ความเชื่อใจ เพื่อให้เกิดความเชื่อถือและศรัทธาขึ้นในใจของประชาชนทุกคนที่เข้ามาใช้บริการ จึงมีความจำเป็นต้องนำเสนอองค์การต่อสาธารณชนอย่างกว้างขวาง ด้วยการนำเสนอรูปแบบการให้บริการที่ดี มีประสิทธิภาพคล่องแคล่วรวดเร็วและไว้วางใจได้ จำเป็นต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับในสายตาของประชาชน โดยอาศัยกระบวนการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของธนาคารออกไปสู่ประชาชนให้ประชาชนเกิดภาพลักษณ์เชิงบวกขึ้นในใจจนถึงขั้นมั่นใจที่จะเข้าไปใช้บริการทางการเงินของธนาคารมากยิ่งขึ้น

ธนาคารออมสินกำเนิดขึ้นโดยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 ได้ทรงริเริ่มนำกิจการด้านการออมสินมาใช้เป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2450 โดยได้ทดลองตั้งธนาคารรับฝากเงินขึ้นเรียกว่า "แบงก์ลิฟอเทีย" ณ พระตำหนักสวนจิตรลดา (ในบริเวณวังปารุสก์วัน) สำหรับให้มหาดเล็กและข้าราชการบริพารของพระองค์ได้เรียนรู้วิธีการดำเนินงานของธนาคารและส่งเสริมนิสัยรักการออม ในปี พ.ศ. 2456 ได้ทรงโปรดให้ตราพระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456 ขึ้นและประกาศใช้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2456 เป็นต้นมา เรียกว่า "คลังออมสิน" สังกัดกระทรวงพระคลังมหาสมบัติ ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำริจะขยายกิจการคลังออมสินให้กว้างขวางขึ้นจึงโอนกิจการคลังออมสินจากกระทรวงพระคลังมหาสมบัติไปสังกัดกรมไปรษณีย์โทรเลข กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม (ปัจจุบันคือกระทรวงพาณิชย์) มีฐานะเป็นแผนกคลังออมสินในกองบัญชี เมื่อปี พ.ศ. 2472 ทำให้ชาวบ้านสามารถฝากและถอนเงิน ณ ที่ทำการไปรษณีย์ได้เหมือนบริการออมสินของกรมไปรษณีย์ประเทศญี่ปุ่นและ กรมไปรษณีย์ประเทศเยอรมนี กระทั่งปี พ.ศ. 2489 รัฐบาลในสมัยหลวงประดิษฐ์มนูธรรม (นายปรีดี พนมยงค์) ได้สนับสนุนให้คลังออมสินเปลี่ยนฐานะเป็น "ธนาคารออมสิน" มีผลบังคับใช้เมื่อ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2490 ปัจจุบันธนาคารออมสินมีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ในรูปของสถาบันการเงินที่มีรัฐบาลเป็นประกัน อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง มีสาขาประมาณ 900 กว่า สาขาทั่วประเทศ มีอายุครบ 99 ปี เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2555 แต่เมื่อเหตุการณ์และโลกได้มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ธนาคารออมสินจึงต้องปรับเพื่อก้าวให้ทันไม่ว่าจะเป็นเรื่องการทำธุรกิจหรือธุรกรรมใหม่ๆ เพื่อให้บริการแก่ประชาชนได้อย่างครบวงจร โดยต้องคำนึงถึงลูกค้าเป็นสำคัญว่ามีความต้องการทางด้านใดบ้างโดยในช่วงประมาณ 2 ปีที่ผ่านมาได้มีการปรับเปลี่ยนหลายอย่างเช่น การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร การให้บริการและการพัฒนาบุคลากรในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องจากการมีพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้การให้บริการแก่ลูกค้าประชาชนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งเหล่านี้ถือเป็นการสร้างฐานรากที่สำคัญให้แก่ธนาคารในการยกระดับและพัฒนาบุคลากร (ธนาคารออมสิน, จุลสาร. 2548)

ธนาคารออมสินได้ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ธนาคารออมสิน จากภาพลักษณ์เดิมที่มีอยู่นานกว่า 90 ปี ซึ่งแม้ว่าก่อนหน้านี้จะมีการปรับเปลี่ยนบ้างแต่เป็นการปรับเปลี่ยนในภาพของพื้นฐานเดิมๆ แต่ในการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ธนาคารครั้งนี้ถือเป็นประวัติศาสตร์หน้าใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านของ สี สิ่งพิมพ์ สำนักงานสาขา รวมไปถึงอัธยาศัยไมตรีในการให้บริการที่มีแก่ประชาชน การปรับภาพลักษณ์ใหม่ของธนาคารออมสินเกิดขึ้นตามการปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการมากขึ้นและโครงสร้างทางธุรกิจของธนาคารใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมาย และแนวทางดำเนินงานของธนาคาร 4 แนวทาง คือ แนวคิดที่หนึ่ง การเป็นสถาบัน

แห่งการออมสืบสานวัฒนธรรมการออมให้อยู่คู่กับสังคมไทยเพื่อสร้างรากฐานของชีวิตในอนาคตที่มั่นคงให้กับตนเอง ครอบครัวและขยายผลสู่สังคม แนวคิดที่สอง สถาบันแห่งเศรษฐกิจฐานรากสนับสนุนเศรษฐกิจระดับฐานรากเพื่อสร้างรากฐานที่มั่นคงให้ชุมชนและพัฒนาขีดความสามารถของประชาชนคนไทยให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น แนวคิดที่สาม สถาบันแห่งการลงทุน โดยตอบสนองนโยบายรัฐบาล สนับสนุนการลงทุนเพื่อพัฒนาและสร้างรากฐานที่มั่นคงให้แก่ประเทศและแนวคิดที่สี่ สถาบันแห่งวิชาการและความรอบรู้ การขยายธุรกิจและการให้บริการแก่ประชาชนทุกระดับแบบครบวงจรด้วยการสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้ก้าวทันต่อโลกปัจจุบัน เพื่อให้ธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินที่มีความโดดเด่น ทันสมัย มั่นคงและมีความเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กรและเมื่อไม่นานมานี้ธนาคารออมสินได้ทำการเปลี่ยนรูปลักษณ์ของธนาคารในรูปแบบโฉมใหม่สู่ความทันสมัยครบวงจร โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงานและการบริการ ใน ทุกด้านอย่างเป็นพลวัตร ธนาคารจึงได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์เพื่อรักษากฎเกณฑ์มากกว่า 40 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้านเตรียมการเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องต่อความต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพและทุกช่วงวัย โดยภาพลักษณ์ใหม่จะเข้าไปอยู่ในทุกภาคส่วนของธนาคารออมสินตั้งแต่ ตราสัญลักษณ์ (Logo) เครื่องแบบพนักงาน การออกแบบตกแต่งสาขา เครื่องกดเงินอัตโนมัติ (ATM) เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ (ADM) เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ อุปกรณ์และเอกสารของธนาคารทั้งหมด เช่น สมุดเงินฝาก บัตรเดบิต และแบบฟอร์มเอกสารติดต่อกับทางธนาคาร (ธนาคารออมสิน, จุลสาร. 2548)

ในการบริการจากภาพลักษณ์เก่า ผู้ใช้บริการจะนึกถึงธนาคารออมสินว่าเป็นธนาคารที่ให้บริการรับฝาก-ถอนเงินและบริการด้านสินเชื่อเท่านั้นยังไม่มีหลากหลาย การปรับภาพลักษณ์ในครั้งนี้ได้มีการปรับให้ธนาคารออมสินเป็นธนาคารที่มีบริการที่หลากหลายและครบวงจรในเรื่องของธุรกรรมทางการเงิน ได้แก่ บริการรับฝาก - ถอนเงินภายใต้แนวคิดที่ต้องการสานสร้างวัฒนธรรมการออมให้คงอยู่กับสังคมไทย บริการสินเชื่อเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ประชาชนระดับฐานราก บริการด้านการเงินเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เช่น การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการชำระเงินออนไลน์บริการทางการเงินผ่านตู้ ATM บัตรออมสินวิซ่าเดบิตและการโอนเงินต่างๆ รวมถึงการบริการตามหลักศาสนาอิสลามสำหรับประชาชนชาวมุสลิม หน่วยบริการรถเคลื่อนที่โดยการปล่อยคาราวานเคลื่อนที่เพื่อรับฝาก – ถอนเงินทั่วประเทศ บริการเรือเคลื่อนที่ธนาคารออมสินเพื่อบริการประชาชนที่อาศัยอยู่ตามชายฝั่งแม่น้ำและธนาคารโรงเรียนเป็นธนาคารจำลองที่ดำเนินการโดยนักเรียนในโรงเรียนมีครู อาจารย์และพนักงานออมสินเป็นที่ปรึกษา ด้านบุคลากรจากภาพลักษณ์เดิมผู้ให้บริการจะนึกถึงพนักงานที่ทำงานล่าช้าไม่มี

ความกระตือรือร้นหน้าตาไม่ยิ้มแย้มแจ่มใสในการให้บริการและไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอ การปรับภาพลักษณ์ใหม่ด้านบุคลากรนั้น ทางธนาคารออมสินจะมีการคัดเลือกบุคคลที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านมาดำเนินงานมีการฝึกอบรมทักษะความรู้ด้านภาษาอังกฤษ การใช้เทคโนโลยี ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงิน และระบบการจัดการงานต่างๆ ด้านรูปแบบพนักงานใหม่ สามารถสะท้อนได้ถึงความสะดวกสบายที่จะให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนด้วยความเป็นกันเอง เน้น ความทันสมัย กระฉับกระเฉง สร้างความภูมิใจเมื่อสวมใส่ สามารถประยุกต์ใช้ได้หลายสไตล์อย่าง ไม่จำเจ รวมทั้งยังสามารถใส่ได้นานโดยไม่ล้าสมัยอีกด้วย ด้านเทคโนโลยี จากภาพลักษณ์เก่า ผู้ใช้บริการเห็นว่า เทคโนโลยีล้าสมัย ไม่มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีให้ทันกับโลกปัจจุบัน การปรับภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีทางธนาคารมีการพัฒนาเทคโนโลยีและอุปกรณ์การดำเนินงาน ให้มีความทันสมัย ที่สามารถสนับสนุนการบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว และรองรับความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น

ธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ได้เปิด ดำเนินการให้บริการแก่ลูกค้าเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2554 ผู้ใช้บริการยังยึดติดว่าธนาคารออมสินเป็น ธนาคารของรัฐเมื่อเปรียบเทียบกับบริการของธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ในด้านการให้บริการ บุคลากร เทคโนโลยี ซึ่งปัจจุบันธนาคารมีการแข่งขันสูง ธนาคารพาณิชย์เหล่านั้นก็มีการปรับ โครงสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรเช่นกัน แม้ธนาคารออมสินจะมีอัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่ใกล้เคียง กับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ อีกทั้งเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จะเห็น ได้ว่าธนาคารออมสินมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์ทั่วไป

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน สาขา สามแยกสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนำไปดำเนินการเพื่อเป็นแนวทางใน การปรับปรุงและพัฒนาภาพลักษณ์ในทุกด้านของธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย อำเภอ สันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินสาขาสามแยกสันทราย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะและความคิดเห็นในการปรับปรุงภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ได้แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาภาพลักษณ์ในทุกด้านของธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
2. ได้ข้อมูลให้งานฝ่ายประชาสัมพันธ์เพื่อหาแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ของ ธนาคาร ออมสิน สาขาสามแยกสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดมุมมองภาพลักษณ์ ในเชิงบวก
3. ได้ประโยชน์ทางด้านการศึกษาและการบริหารธุรกิจของธนาคารออมสินสาขา สามแยกสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

สมมุติฐาน

ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างไป ตามเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้รวมต่อเดือน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาตัวแปร ดังนี้

1. ตัวแปรต้น คือ ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกได้ดังนี้
 - 1.1 เพศ
 - 1.2 อายุ
 - 1.3 อาชีพ
 - 1.4 สถานภาพ
 - 1.5 ระดับการศึกษา
 - 1.6 ระดับรายได้รวมต่อเดือน
2. ตัวแปรตาม คือ ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกได้ดังนี้
 - 2.1 ผู้บริหาร
 - 2.2 พนักงาน

2.3 สินค้า

2.4 การดำเนินธุรกิจ

2.5 กิจกรรมสังคม

2.6 เครื่องมือเครื่องใช้

ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1,551 ราย (ฝ่ายการเก็บข้อมูล Branch Total หรือยอดรวมการรับฝาก-ถอน ประจำเดือน ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ : 30 ธันวาคม 2555)

ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เวลาที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลคือเดือนเมษายน 2556

ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลคือ ธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยขอเวลาผู้ใช้บริการของธนาคารแล้วให้ตอบในเวลาสั้นถือว่าได้ผลเช่นเดียวกัน
2. ผู้ใช้บริการทุกท่านที่ทำแบบสอบถามแต่ละฉบับ มีความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการตอบ และการตรวจให้คะแนนในแต่ละวิธีที่ถูกกำหนดให้แล้วเป็นอย่างดีจากผู้วิจัย

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ธนาคารออมสิน หมายถึง ธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน หมายถึง ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินที่เกิดขึ้นในใจของผู้ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

1. ผู้บริหาร หมายถึง ผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาสามแยกสันทราย มีหน้าที่บริหารจัดการในเรื่องการปฏิบัติงานของพนักงานสาขาสามแยกสันทราย กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานตามตำแหน่งหน้าที่ของแต่ละบุคคลตามข้อกำหนด ระเบียบคำสั่งของธนาคารออมสินเพื่อให้ถูกต้องและรวดเร็ว เป็นที่พึงพอใจต่อผู้ใช้บริการ

2. พนักงาน หมายถึง พนักงานและลูกจ้างประจำ ที่มีคำสั่งบรรจุแต่งตั้งหรืออนุมัติจ้างให้ปฏิบัติงานให้กับธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

3. สินค้า หมายถึง ผลผลิตของธนาคาร ประกอบด้วย เงินฝาก เงินกู้และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินประเภทต่างๆ ของธนาคาร ความทันสมัยรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการเข้ากับสถานการณ์สภาวะเศรษฐกิจและสังคมในยุคปัจจุบัน มีการพัฒนาและปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

4. การดำเนินธุรกิจ หมายถึง ธนาคารตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าผู้ใช้บริการและสร้างความตระหนักให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการได้คำนึงถึงเรื่องสังคมและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน สินเชื่อเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน เป็นต้น ช่วงเวลาที่เหมาะสมเพียงพอต่อการใช้บริการตลอดจนระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของลูกค้าผู้ใช้บริการของธนาคาร

5. กิจกรรมสังคม หมายถึง การส่งเสริมให้พนักงานร่วมกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ตลอดจนเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจและสังคมระดับชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยการช่วยเหลือชุมชนสนับสนุนโครงการเชิงสังคมในด้านต่างๆ

6. เครื่องมือเครื่องใช้ หมายถึง อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ที่ทันสมัยเพียงพอพร้อมให้บริการ ประกอบด้วย ตู้ ATM ถอนเงิน เครื่อง ADM รับฝากเงิน เครื่องปรับสมุด อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้คอมพิวเตอร์ทันสมัยมีความง่ายและสะดวกในการใช้งาน

ข้อมูลพื้นฐานผู้ใช้บริการของธนาคารออมสิน หมายถึง ผู้ใช้บริการทั่วไปที่เข้ามาติดต่อทำธุรกรรมทางการเงินหรือใช้บริการกับทางธนาคารออมสิน สาขาสามแยกสันทราย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษาและระดับรายได้รวมต่อเดือน