

มาตรการส่งเสริมคุณธรรมและความโปร่งใสภายในหน่วยงาน ประจำปี 2568

ธนาคารดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ตรงไปตรงมา มีความรับผิดชอบต่อสังคม บนความโปร่งใส ปฏิบัติตามกฎหมาย และกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ด้วยหลักการในการต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ การรับหรือให้สินบน และการคอร์รัปชันถือเป็นเรื่องผิดกฎหมาย ธนาคารไม่สามารถยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (Zero Tolerance) เพื่อให้องค์กรเติบโตได้อย่างยั่งยืน ธนาคารกำหนดนโยบายไม่ทนต่อการทุจริตทุกรูปแบบ (Zero Tolerance) ผ่านการดำเนินโครงการ “กรุงเทพคุณธรรม” เพื่อเป็นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีในหมู่พนักงาน ในการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน ข้อกฎหมาย ตลอดจนแนวปฏิบัติที่บังคับใช้กับธุรกรรมต่าง ๆ ตามข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง

ธนาคารได้วิเคราะห์ตามประเด็นที่กำหนดโดยคำนึงถึงบริบทและการปฏิบัติงาน ซึ่งธนาคารกรุงเทพในปัจจุบันยังคงเติบโตและพร้อมเดินเคียงข้างสังคมไทย โดยได้ปรับวิสัยทัศน์ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับสถานะการแข่งขัน โดยเปลี่ยนจาก "ธนาคารแสนสะดวก" หรือ "The Convenience Bank" ที่ถือเป็นมาตรฐานบริการของธนาคารในปัจจุบัน สู่แนวคิด "Growing Together for Sustainability" หรือ "กรุงเทพเคียงข้างไทย สู่ความยั่งยืน" อันเป็นความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและสร้างการบริการที่มีคุณค่า เพื่อสนับสนุนการเติบโตและความมั่งคั่งแก่ลูกค้า สร้างคุณภาพที่ดีขึ้นแก่สังคม ตลอดจนสร้างผลตอบแทนที่ดีอย่างยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น โดยธนาคารกำหนดมาตรการหรือแผนในการปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานของธนาคาร เพื่อยกระดับคุณธรรมและความโปร่งใสของธนาคาร ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 กระบวนการปฏิบัติงานที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ

มาตรการ/วิธีการ นำผลวิเคราะห์ไปสู่การปฏิบัติ	ขั้นตอน/วิธีปฏิบัติ	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
ธนาคารดำเนินการอย่าง โปร่งใสภายใต้หลักการกำกับ ดูแลกิจการที่ดี หลักจรรยา บรรณทางธุรกิจ และประมวล จริยธรรม	- มีการกำหนดนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณธุรกิจธนาคาร ประมวลจริยธรรม โดยมีการทบทวนเป็นประจำทุกปีหรือมีการ เปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญ - สื่อสารและสร้างความตระหนักรู้ให้กับบุคลากรของธนาคาร ดังนี้ - สื่อสารนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณธุรกิจธนาคาร ประมวลจริยธรรม - ให้ความรู้/ข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสารของธนาคาร อย่าง สม่ำเสมอ เช่น - สื่อสารการบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน ผ่านช่องทาง กรุงเทพคุณธรรม จำนวน 12 EP - สื่อสารประมวลจริยธรรมประจำปี 2568 ผ่านช่องทาง กรุงเทพคุณธรรม จำนวน 8 EP - สื่อสารให้ความรู้/ข่าวสาร เรื่อง จรรยาบรรณธุรกิจ ธนาคาร (Code of Conduct) แบบ infographic ผ่าน ช่องทาง CLMG POST จำนวน 12 EP. - จัดทำหลักสูตรอบรมให้กับบุคลากรของธนาคาร เช่น - หลักสูตรพนักงานเข้าใหม่ เรื่องข้อพึงปฏิบัติและลงนาม รับทราบข้อพึงปฏิบัติตามนโยบายแนวทางการกำกับ ดูแลกิจการที่ดี - หลักสูตรเรื่อง จรรยาบรรณธุรกิจธนาคาร (Code of Conduct) ในรูปแบบ E-Learning ที่ให้บุคลากรของ ธนาคารเข้าร่วมและทดสอบเป็นประจำทุกปี	ม.ค.-ธ.ค. 2568	สายงานทรัพยากรบุคคลและ บรรษัทภิบาล สายงานบริหารความเสี่ยง Legal Compliance & Financial Crime

ประเด็นที่ 2 การให้บริการและระบบ E-Service

มาตรการ/วิธีการ นำผลวิเคราะห์ไปสู่การปฏิบัติ	ขั้นตอน/วิธีปฏิบัติ	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
การปรับปรุงการให้บริการด้าน ผลิตภัณฑ์ธนาคาร	มีการผลักดันให้มีการใช้ E-solution เป็นเครื่องมือในการขายทุกผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในการให้ข้อมูลไม่ถูกต้อง ไม่ครบถ้วนในการขายผลิตภัณฑ์ โดยปัจจุบันระบบงาน E-solution อยู่ระหว่างการพัฒนา ระบบให้สามารถใช้กับทุกผลิตภัณฑ์ของธนาคาร	ม.ค. - ธ.ค. 2568	สายงานกลยุทธ์และผลิตภัณฑ์ รายย่อย
การปรับปรุงด้านการให้บริการ ธนาคาร	- พัฒนาเครื่องมือที่มีความทันสมัย เพื่อยกระดับการให้บริการให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว - มีช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ลูกค้า แต่ละกลุ่ม เช่น ช่องทางสาขา, Digital และ Self-Service - Upskill & Reskill พัฒนานักการตลาดของธนาคาร เพิ่มและพัฒนาทักษะใหม่ ๆ เพื่อยกระดับบุคลากรในองค์กรให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง	ม.ค. 2567 - ธ.ค. 2568	สายงานเครือข่ายธุรกิจขนาด เล็กและรายย่อย

ประเด็นที่ 3 ช่องทางและรูปแบบการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภาครัฐ

มาตรการ/วิธีการ นำผลวิเคราะห์ไปสู่การปฏิบัติ	ขั้นตอน/วิธีปฏิบัติ	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
ส่งเสริมให้แต่ละหน่วยงานมีการจัดทำข้อมูลขึ้นเผยแพร่บน Intranet Website/ ONE Krungthai Application อย่างทั่วถึง เพื่อการเข้าใจในข้อมูลที่ถูกต้อง มีความโปร่งใส และเข้าถึงได้ง่าย	-แต่ละหน่วยงานสามารถติดต่อประสานงานมายังทีม Webmaster เพื่อจัดทำข้อมูลขึ้นเผยแพร่ได้บน Intranet Website/ ONE Krungthai Application โดยกำหนดเจ้าหน้าที่จัดทำข้อมูลของหน่วยงาน ซึ่งข้อมูลของหน่วยงานนั้นๆ จะต้องการผ่านพิจารณาจากหัวหน้าหน่วยงานเรียบร้อยแล้ว เพื่อมุ่งหวังให้เกิดความถูกต้อง เชื่อถือได้ พนักงานสามารถนำไปศึกษาและปฏิบัติงานได้ถูกต้อง อีกทั้งสนับสนุนให้เกิดการบริการลูกค้าอย่างถูกต้องเป็นธรรม - ทีม Webmaster สนับสนุน/ให้คำปรึกษา ในการจัดทำข้อมูลขึ้นเผยแพร่บน Intranet Website/ ONE Krungthai Application เพื่อให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทั้งนี้ เพื่อให้หน่วยงานที่จัดทำข้อมูลขึ้นเผยแพร่บน Intranet Website/ ONE Krungthai Application ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการมอบหมายงานในการจัดทำข้อมูล และได้มอบหมายงานที่เป็นปัจจุบันตามบทบาทหน้าที่ ทางทีม Webmaster จะมีการทบทวนสิทธิในการใช้งานระบบดังกล่าวทุก 6 เดือนกับผู้บริหารหน่วยงานที่จัดทำข้อมูล	ม.ค. 2567- ธ.ค. 2568	Media and Social Marketing สายงานสื่อสารและภาพ ลักษณ์องค์กร
เสริมสร้างการรับรู้ของสาธารณชนเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการส่งเสริมคุณธรรม และความโปร่งใส ผ่านข่าวประชาสัมพันธ์ บทความ และ Advertorial	จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ บทความ และ Advertorial ที่มีการสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของธนาคารที่ให้ความสำคัญกับคุณธรรม และความโปร่งใส	ม.ค.-ธ.ค. 2568	PR Marketing สายงานสื่อสาร และภาพลักษณ์องค์กร
มาตรการสร้างการรับรู้และส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร คุณธรรม	- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ประกาศเจตนารมณ์ในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ทนต่อการทุจริตทุกรูปแบบ เพิ่มคุณค่าด้วยคุณธรรม ความโปร่งใส ผ่านนโยบาย No Gift Policy เผยแพร่ภายในธนาคารทุกช่องทาง อาทิ eMail, Intranet, TV Digital Signage รวมถึงการเผยแพร่ไปยังลูกค้าประชาชนผ่านสื่อมวลชน เว็บไซต์ และ Social Media	ธ.ค.2567- ม.ค.2568	PR Marketing (PR Internal) สายงานสื่อสาร และภาพ ลักษณ์องค์กร

มาตรการ/วิธีการ นำผลวิเคราะห์ไปสู่การปฏิบัติ	ขั้นตอน/วิธีปฏิบัติ	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
มาตรการสร้างการรับรู้และ เข้าใจในหลักการให้บริการ อย่างเป็นธรรม (Market Conduct)	- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ แสดงถึงกรณีศึกษาที่เป็นเหตุให้เกิดข้อร้องเรียนด้าน Market Conduct เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และเน้นย้ำให้พนักงานทราบถึง แนวทางการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง โดยเผยแพร่ภายในธนาคารผ่านทาง ONE App และ e-Mail ทุกสัปดาห์	ม.ค.-ธ.ค. 2568	PR Marketing (PR Internal) สายงานสื่อสาร และภาพลักษณ์องค์กร
มาตรการสร้างการรับรู้และ เข้าใจแนวทางการปฏิบัติงาน ตามกรอบพ.ร.บ.คุ้มครอง ข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้กับพนักงานถึงแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้อง ตาม กรอบกฎหมาย PDPA โดยเผยแพร่ผ่านทาง ONE App. และ eMail ทุกสัปดาห์ - จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสื่อสารนโยบายของผู้บริหารระดับสูง และผู้บริหาร หน่วยงาน (BC) เน้นย้ำให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญกับการดูแล คุ้มครอง ข้อมูลส่วนบุคคล โดยเผยแพร่ผ่านทาง ONE App.และ Intranet ทุกเดือน	ม.ค.-ธ.ค. 2568	PR Marketing (PR Internal) สายงานสื่อสาร และภาพลักษณ์องค์กร
มาตรการสร้างการรับรู้และ เข้าใจหลักการให้สินเชื่ออย่าง รับผิดชอบและเป็นธรรม (Responsible Lending)	- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้กับพนักงานถึงแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้อง เป็น ไปตามหลักการ RL ที่ธปท.กำหนด โดยเผยแพร่ผ่านทาง eMail และ ONE App.ทุก สัปดาห์	ม.ค.-ธ.ค. 2568	PR Marketing (PR Internal) สายงานสื่อสาร และภาพลักษณ์องค์กร
มาตรการสร้างการรับรู้และการ มีส่วนร่วมต่อต้านการทุจริต	- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เปิดโปง กลโกง "มิจ" สร้างการรับรู้กับพนักงาน ให้รู้เท่าทัน กลโกง การทุจริตของมิฉาชีพที่เกิดขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานตื่นตัว รู้เท่า ทัน ป้องกันตนเองจากภัยคุกคามด้านอาชญากรรมทางการเงิน โดยเผยแพร่ผ่านทาง eMail และ ONE App.ทุกสัปดาห์	ม.ค.-ธ.ค. 2568	PR Marketing (PR Internal) สายงานสื่อสาร และภาพลักษณ์องค์กร
มาตรการปรับปรุงคุณภาพการ สื่อสารประชาสัมพันธ์หลัก เกณฑ์สำคัญต่าง ๆ	- จัดทำแบบสำรวจวัดผลการรับรู้และเข้าใจในหลักเกณฑ์สำคัญต่าง ๆ ประกอบด้วย Market Conduct, Responsible Lending, PDPA, Anti-Fraud โดยวัดผล พนักงานทั้งองค์กร ปีละ 2 ครั้ง เพื่อนำผลสำรวจมาปรับปรุงการสื่อสาร เน้นย้ำใน ประเด็นสำคัญที่พนักงานขาดความเข้าใจ ซึ่งจะนำไปสู่การให้บริการลูกค้าอย่างถูก ต้อง โปร่งใส และเป็นธรรม	ครั้งที่ 1 : พฤษภาคม 2568 ครั้งที่ 2 : พฤศจิกายน 2568	PR Marketing (PR Internal) สายงานสื่อสาร และภาพลักษณ์องค์กร

มาตรการ/วิธีการ นำผลวิเคราะห์ไปสู่การปฏิบัติ	ขั้นตอน/วิธีปฏิบัติ	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
1.จัดทำ VDO Clip ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และพนักงาน ที่ได้รับคำชมเชยสูงสุด ประจำแต่ละไตรมาส โดยได้พูดคุยถึงนโยบาย วิธีการจัดการปัญหาของแต่ละหน่วยงาน เป็นการสร้าง Engagement ระหว่างพนักงาน และลูกค้า พร้อมทั้งสร้างขวัญ และกำลังใจในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมภาพลักษณ์ และการเป็นแบบอย่างที่ดี ด้านการบริหารงาน และการบริการ 2. จัดทำ Poster ในรูปแบบการตูน ถ่ายเรื่องราวข้อคิดจากเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ สะท้อนให้เห็นถึงวิธีการปฏิบัติงานที่ไม่ถูกต้อง เพื่อสะท้อนให้พนักงานได้เรียนรู้เป็นประสบการณ์ในการปฏิบัติงานที่ต้องต่อไป	1 ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง แอปฯ One Krungthai , Broadcast Email และ Digital Signage 2. ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Broadcast Email	ม.ค.-ธ.ค. 2568	ทีม Customer Insights (งานรับเรื่องร้องเรียนลูกค้า) สายงานสื่อสาร และภาพลักษณ์องค์กร

ประเด็นที่ 4 กระบวนการกำกับดูแลการใช้ทรัพย์สินของราชการ

มาตรการ/วิธีการ นำผลวิเคราะห์ไปสู่การปฏิบัติ	ขั้นตอน/วิธีปฏิบัติ	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
ธนาคารจัดทำคู่มือการบริหารจัดการทรัพย์สินของธนาคารตามที่ น.(ว)(อกส.) 773/2567 วันที่ 12 กรกฎาคม 2567	ฝ่ายอาคารและจัดการทรัพย์สินได้ดำเนินการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงานตามคู่มือและแบบฟอร์มการบริหารจัดการทรัพย์สินเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามระเบียบปฏิบัติงานของธนาคารและทำให้การบริหารจัดการสินทรัพย์ให้เกิดความคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธนาคาร โดยกำหนดตามระเบียบปฏิบัติงาน บข. 666/2567 หมวด 5 Financial เรื่องการปฏิบัติเกี่ยวกับบัญชีสินทรัพย์และค่าเสื่อมราคา กำหนดค่านิยามดังนี้ - หน่วยงานเจ้าของสินทรัพย์ หมายถึงหน่วยงานที่มีการใช้ทรัพย์สิน โดยตรงต้องดำเนินการตรวจนับทรัพย์สินตามแผนการตรวจประจำปี เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในระบบ - หน่วยงานบันทึกทรัพย์สิน เป็นผู้บันทึกทรัพย์สินและควบคุมให้หน่วยงานต่าง ๆ ดำเนินการตรวจนับทรัพย์สินประจำปีและนำส่งข้อมูลมาให้กับหน่วยงานบัญชีในระบบบัญชี - หน่วยงานบริหารจัดการทรัพย์สิน เป็นผู้กำกับดูแลและการซ่อมแซม บำรุงพัสดุ ครุภัณฑ์ และเครื่องมือเครื่องใช้สำนักงานทุกชนิด รวมทั้ง กำกับดูแลด้านการก่อสร้าง ปรับปรุง ต่อเติม ซ่อมแซม และบำรุงรักษาอาคารสถานที่ พร้อมอุปกรณ์ ตลอดจนบริหารจัดการควบคุมและดูแลการใช้ทรัพย์สินให้เกิดประโยชน์สูงสุด	ม.ค.-ธ.ค. 2568	ฝ่ายอาคารและจัดการทรัพย์สิน สายงานปฏิบัติการ

ประเด็นที่ 5 กระบวนการสร้างความโปร่งใสในการใช้ประมาณและการจัดซื้อจัดจ้าง

มาตรการ/วิธีการ นำผลวิเคราะห์ไปสู่การปฏิบัติ	ขั้นตอน/วิธีปฏิบัติ	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
พัฒนากระบวนการประเมินความเสี่ยงคู่สัญญา ตามมาตรฐานการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน (ISO 20400: 2017)	วางแนวทางการพัฒนากระบวนการประเมินความเสี่ยงคู่สัญญา และ KPI ของหน่วยงาน เพื่อสร้างความโปร่งใสในการใช้ประมาณและการจัดซื้อจัดจ้าง	ม.ค.-ธ.ค. 2568	กลุ่มบริหารอาคาร และจัดซื้อจัดจ้าง สายงานปฏิบัติการ

ประเด็นที่ 6 กระบวนการควบคุม ตรวจสอบการใช้อำนาจและการบริหารงานบุคคล

มาตรการ/วิธีการ นำผลวิเคราะห์ไปสู่การปฏิบัติ	ขั้นตอน/วิธีปฏิบัติ	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
ธนาคารมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ สุจริต มีธรรมาภิบาล ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ตรงไปตรงมา หลักการต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ การรับหรือการให้สินบน และการคอร์รัปชัน ถือเป็นเรื่องผิดกฎหมาย ธนาคารไม่สามารถยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (Zero tolerance) ซึ่งมีหลักการกำหนดไว้ในจรรยาบรรณธุรกิจธนาคาร (Code of Conduct)	- ธนาคารจัดให้มีการตรวจสอบและประเมินมาตรการควบคุมภายในที่เหมาะสมในการต่อต้านการรับหรือให้สินบนและ คอร์รัปชัน - ธนาคารจัดให้มีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายฯ ฉบับนี้ตามความเหมาะสม หรืออย่างน้อยทุกปี หากมีการ เปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ที่มีนัยสำคัญ เช่น มีการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย หรือมาตรฐานการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้อง - คำสั่งที่ ธ. 1915/2567 นโยบายต่อต้านการรับ-ให้สินบนและคอร์รัปชัน (Anti-Bribery and Corruption Policy) ได้กำหนดค่านิยามทุจริตต่อหน้าที่ การปฏิบัติหรือละเว้นการปฏิบัติใดๆ ในตำแหน่งหรือหน้าที่ หรือปฏิบัติหรือละเว้นการปฏิบัติใดๆ ในพฤติการณ์ที่อาจทำให้ผู้อื่นเชื่อว่ามีตำแหน่งหรือหน้าที่ทั้งที่ตนมิได้มีตำแหน่งหรือหน้าที่นั้น หรือใช้อำนาจในตำแหน่งหรือหน้าที่ ทั้งนี้ เพื่อแสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยชอบสำหรับตนเองหรือผู้อื่น หรือกระทำการอันเป็นความผิดต่อตำแหน่งหน้าที่ราชการหรือความผิด ต่อตำแหน่งหน้าที่ในการยุติธรรมตามประมวลกฎหมายอาญา หรือตามกฎหมาย อื่นๆ	ม.ค.-ธ.ค. 2568	Legal Compliance & Financial Crime

ประเด็นที่ 7 กลไกและมาตรการในการแก้ไขและป้องกันการทุจริตภายในหน่วยงาน

มาตรการ/วิธีการ นำผลวิเคราะห์ไปสู่การปฏิบัติ	ขั้นตอน/วิธีปฏิบัติ	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
สร้างวัฒนธรรม “การต่อต้านคอร์รัปชันและไม่ทนต่อการทุจริตทุกรูปแบบ (Zero Tolerance) ผ่านการดำเนินโครงการ “กรุงเทพคุณธรรม”	1. กำหนดแนวทางการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันภายในองค์กร ตามหลักการ Three Line Of defenses (First, Second, Third lines of defenses) โดยมีมาตรการที่สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ 1) ระดับผู้ปฏิบัติงาน ธนาคารมุ่งเน้นการสร้างตระหนักรู้ในบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานและผู้บริหารแต่ละระดับ โดยการสื่อสารอย่างบูรณาการผ่านช่องทางต่างๆ ภายใต้โครงการ “Retail Market Conduct Communication” ทั้งในรูปแบบหนังสือกำชับการปฏิบัติงาน การทำสื่ออินโฟกราฟฟิกผ่านทางอีเมล และแอปพลิเคชัน One Krungthai รวมถึง Weekly Huddle ของสาขา โดยประเด็นการสื่อสารจะมุ่งเน้นการสื่อสารนโยบายด้านการไม่ทนต่อการทุจริต และด้านอื่นๆ ของธนาคาร การสื่อสาร Lesson Learn จากเหตุการณ์ทุจริตที่เคยเกิดขึ้น โทษทางวินัยและโทษทางอาญาของผู้กระทำการทุจริตและผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการทุจริต และประเด็นด้านกระบวนการควบคุม/สอบทานการปฏิบัติงานภายในหน่วยงาน 2) ระดับนโยบาย/กระบวนการ/ระเบียบปฏิบัติงาน ธนาคารได้ทบทวนนโยบายและระเบียบปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับมาตรการที่มีการกำหนดโดยกฎหมาย และ/หรือกฎหมาย สภาพเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยีทางการเงินที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อกำหนดแนวทางการแก้ไขที่เหมาะสมกับสภาพการปฏิบัติงานจริงของธนาคาร 3) ระดับระบบงาน ธนาคารได้มีการพัฒนาปรับปรุงระบบงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีการพัฒนาและทำความเข้าใจในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ระบบมีความปลอดภัยจากความเสี่ยงต่อการทุจริต อาทิ การเปลี่ยนรหัสผ่านเข้าสู่ระบบงานในทุก 15 วัน หรือการใช้ OTP แทนการใช้รหัส - นอกจากนี้ ธนาคารได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการแก้ปัญหาและวางแผนบริหารความเสี่ยงตามกลไกของระบบป้องกันการทุจริตของธนาคาร เช่น การใช้เทคโนโลยี Robotic Process Automation (RPA) ในการสอบทานธุรกรรมของสาขา เพื่อตรวจจับการทำธุรกรรมน่าสงสัย - ธนาคารได้รับการรับรองการต่อต้านเป็นองค์กรสมาชิกของแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Collective Action Against Corruption: CAC) ต่อเนื่องเป็นสมัยที่ 3	ม.ค.-ธ.ค. 2568	สายงานทรัพยากรบุคคลและบรรษัทภิบาล