

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

การวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดจำหน่ายสลากออมสินธนาคารออมสิน เขตบึงกาฬ

Analysis of the Lottery Distribution Management Strategies of Bueng Kan District Government Savings Bank

จรรยาภรณ์ ชัยเดช¹ ธเนศ วัฒนกุล² มานิตย์ ผิวขาว³

Janyaporn Chaidet Thanet Wattanakul Manit Phiukhao

Received : January 15, 2024 / Revised : March 22, 2024 / Accepted : March 29, 2024

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินงานของการจัดจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ (2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ และ (3) เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสิน เขตบึงกาฬเพื่อตอบสนองเป้าหมายและ KPI ให้เพิ่มมากขึ้น การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการศึกษาปรากฏการณ์วิทยา โดยการใช้แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (KIs) ผู้วิเคราะห์ จะเป็นผู้ตีความ (Interpretation) สกัดเนื้อหาสาระ (Content Message) จากการสื่อความหมายของผู้ให้ข้อมูลทั้งทางตรงและทางอ้อม จากบันทึกเอกสาร บทความ การพูด การสอบถาม การสัมภาษณ์ การถอดเทป บันทึกเสียง จนเกิดความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) นั่นคือ ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมจากตัวอย่างนั้น เกิดความซ้ำซ้อน (Redundancy) และผู้วิจัยไม่พบแนวคิด รูปแบบหรือข้อค้นพบอื่น ๆ แล้วจึงสรุปผลจากผลการศึกษาพบว่า (1) ลักษณะการดำเนินงานของการจัดจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ คือ สาขามีการนำเสนอผลิตภัณฑ์สลากออมสิน ซึ่งมีรูปแบบผลตอบแทนที่เป็นการลุ้นรางวัลและอัตราดอกเบี้ยโดยจะมีการออกรางวัลทุกเดือน (2) กลยุทธ์การจัดการจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ คือ ผู้จัดการสาขาวางแผนกับผู้ช่วยผู้จัดการ มอบหมายงานให้พนักงานปฏิบัติตามคำสั่งธนาคาร และจำหน่ายตามข้อมูล Sale sheet ที่หน้าเคาเตอร์ธนาคารออมสิน และประชุมตอนเช้าก่อนเริ่มงานเพื่อให้ด้านเงินฝากนำข้อมูลอัตราดอกเบี้ย มาอัปเดตให้พนักงานในสาขาฟังเพื่อตอบลูกค้าได้ถูกต้องชัดเจน (3) กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬเพื่อตอบสนองเป้าหมายและ KPI ให้เพิ่มมากขึ้น คือ เสนอโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่ดีของธนาคารให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มียอดจัดจำหน่ายสลากออมสินให้ได้ตามเป้าหมาย KPI และได้เพิ่มขึ้นในปีต่อไป

ความสำคัญ : การจัดจำหน่าย กลยุทธ์ สลากออมสิน

1 นักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการและกลยุทธ์ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

E-mail : Janyaporn.c@kku.ac.th

2 รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการและกลยุทธ์ ยุทธ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย E-mail : thanet@kku.ac.th

3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการและกลยุทธ์ ยุทธ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย E-mail : manitph@kku.ac.th

ABSTRACT

The objectives of this study are (1) to study the operating characteristics of the Government Savings Bank's lottery distribution, Bueng Kan District, (2) to study the strategy for managing the distribution of Government Savings Bank lottery tickets, Bueng Kan District Government Savings Bank, and (3) to suggest strategies. Increase efficiency in distributing Government Savings Bank lottery tickets. Bueng Kan District to meet more goals and KPIs This research is qualitative research. By means of phenomenological study. By using in-depth semi-structured interviews. By carrying out content analysis (Content Analysis) from key informants (KIs), the analyst will be the one to interpret. (Interpretation) Extract content (Content Message) from the meaning of the information provider, both direct and indirect. From document records, articles, speeches, inquiries, interviews, and audio recording transcripts. Until data saturation occurs, that is, data obtained from the collection of that sample. There was redundancy and the researcher did not find the concept. patterns or other findings and then summarize the results From the results of the study, it was found that (1) the operating characteristics of the Government Savings Bank lottery distribution in Bueng Kan District are that branches offer Government Savings Bank lottery products. which has a return format that is a chance to win prizes and an interest rate, with prizes being drawn every month. (2) The strategy for managing the distribution of Government Savings Bank lottery tickets in Bueng Kan District is that the branch manager plans with the assistant manager. Assign employees to follow bank orders. and sell according to the sales sheet information at the Government Savings Bank counter and have a meeting in the morning before starting work to allow the deposit side to bring information on interest rates. Come update the employees in the branches to answer customers correctly and clearly. (3) Strategy for increasing the efficiency of distributing lottery tickets of the Government Savings Bank, Bueng Kan District. To meet the goals and KPIs even more is to offer various good promotions of the bank to customers regularly. In order to have the total distribution of Government Savings Bank lottery tickets meet the KPI target and increase in the following year.

Keywords : the operational characteristics, strategy, savings lottery

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

บทนำ

ธนาคารออมสินได้เริ่มก่อตั้งในประเทศไทยและดำเนินการโดยพระราชประสงค์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวในรัชกาลที่ 6 ที่ทรงเห็นประโยชน์ถึงการออมทรัพย์ที่ทำให้ประชาชนรู้จักประหยัดอดออมเก็บรักษาทรัพย์ให้ปลอดภัย โดยธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินภายใต้การควบคุมของรัฐบาลมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง ที่ดำเนินธุรกิจภายใต้พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ.2489 เป็นธนาคารเพื่อลูกค้ารายย่อย โดยทำหน้าที่ตัวกลางในการรวบรวม ระดม และจัดสรรเงินทุนจากประชาชน โดยพิจารณาตามศักยภาพของแต่ละบุคคล ให้นำเงิน ไปลงทุนในกิจการ เช่น การลงทุนขยายกิจการ การผลิตสินค้าและบริการ มีการออมเงินในรูปแบบต่าง ๆ ที่สามารถเพิ่มดอกเบี้ยขึ้นมามากด้วย จึงทำให้มีเม็ดเงินเข้ามาหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจให้เติบโตขึ้นได้ ธนาคารออมสิน. 2552. “ธนาคารโรงเรียน.” จุลสารออมสิน.(สิงหาคม)

ในปัจจุบันธนาคารออมสิน มีการให้บริการหลากหลายประเภททั้งด้านเงินฝาก อาทิเช่น บริการรับฝาก-ถอนเงินเผื่อเรียก (ออมทรัพย์) กระแสรายวัน ฝากประจำ สลากออมสินพิเศษ สลากออมสินดิจิทัล (รูปแบบแอปพลิเคชัน) บริการรับโอนเงิน แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ชำระค่าสินค้าและบริการรวมถึงด้านสินเชื่อ อาทิเช่น สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อธุรกิจSMEs สินเชื่อสวัสดิการ สินเชื่อพัฒนาชนบท และสินเชื่อชีวิตสุขสันต์(เป็นสินเชื่อที่ใช้สลากออมสินพิเศษเป็นหลักประกัน) แก่ลูกค้าทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นลูกค้ากลุ่มฐานราก รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สามารถสร้างเงินทุนหมุนเวียนเพื่อช่วยเหลือสังคมในสภาวะต่าง ๆ ที่มีผลกระทบทางเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตและดียิ่งขึ้น (ฝ่ายสื่อสารองค์กรธนาคารออมสิน.จุลสารออมสิน, เล่มที่ 337, ธนาคารออมสิน, 2552)

แต่ท่ามกลางสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและแข่งขันรุนแรงของสถาบันการเงินต่าง ๆ ธนาคารออมสินจึงมีการพัฒนาแบบที่ทันสมัยและสามารถตอบสนองการบริการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ปัจจุบันธนาคารให้ความสำคัญและตระหนักถึงความต้องการของลูกค้าในกลุ่มด้านเงินฝาก (สลากออมสิน) และเพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเชิงบ่งชี้ภาพ โดยมีการวางแผนการทำงานรวมถึงการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน เพื่อเป็นเทคนิคการให้บริการลูกค้าและเพิ่มช่องทางที่หลากหลายให้ลูกค้าเข้าถึงบริการได้อย่างรวดเร็ว สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ไปสู่ลูกค้าได้มากขึ้น จากข้อมูลรายงานประจำปี จะเห็นได้ว่า ณ เดือนธันวาคม 2565 ที่ผ่านมาธนาคารมียอดเงินฝากสลากออมสินพิเศษ จำนวน 20,000 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนสลากออมสินพิเศษ 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 70 สลากดิจิทัล 2 ปี เป็นร้อยละ 21 และสลากดิจิทัล 1 ปี เป็นร้อยละ 9 รวมถึง การพัฒนาระบบของผลิตภัณฑ์ เพื่อความก้าวหน้าที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในบริการ และธนาคารออมสินได้นำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ และทำให้ธนาคารสามารถแข่งขันกับธนาคารอื่นประกอบกับภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้ว ปัจจุบันธนาคารออมสินได้มีการบริหารจัดการและดำเนินงาน โดยการออกสลากดิจิทัล 1 ปี หน่วยละ 20 บาท สลากดิจิทัล 2 ปี หน่วยละ 100 บาท และสลากออมสินพิเศษ 2 ปี หน่วยละ 100 บาท อีกทั้งยังใช้กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเชิงบ่งชี้ภาพ เพื่อตอบสนองเป้าหมายและ KPI ให้เพิ่มมากขึ้น คือ เสนอโปรโมชันต่าง ๆ ที่ดีของธนาคารให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มียอดจัดจำหน่ายสลากออมสินให้ได้ตามเป้าหมาย KPI และให้ได้เพิ่มขึ้นในปีต่อไป

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินงานของการจัดจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ
3. เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ เพื่อตอบสนองเป้าหมายและ KPI ให้เพิ่มมากขึ้น

ขอบเขตในการศึกษา

ธนาคารออมสินทั้ง 5 สาขา ได้แก่ สาขาบึงกาฬ สาขาพรเจริญ สาขาเซฟิสิกส์ สาขาปากคาด และสาขาเซกา

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ การบริหารจัดการอย่างเป็นระบบจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารได้ผ่านกระบวนการคิด วิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ประกอบด้วย การตรวจสอบสภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอก การจัดทำกลยุทธ์แผนกลยุทธ์หรือแผนระยะยาว การปฏิบัติตามกลยุทธ์และการประเมินผล และการควบคุมดูแล เพื่อวางแผนทางการดำเนินงานให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ และก่อให้เกิดความได้เปรียบ จากคู่แข่งทางธุรกิจ (จินตนา บุญบงการ และณัฐพรพันธ์ เชนนันท์, 2549) โดยการนำเครื่องมือทางกลยุทธ์ มาวิเคราะห์องค์กร เพื่อประเมินถึงจุดแข็ง จุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อม ภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่องค์กรที่นิยมใช้กัน คือ การวิเคราะห์ SWOT Analysis หลังจากที่มีผลการประเมินก็จะ นำมาข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์ที่เรียกว่า TOWS Matrix ตามรายละเอียด ดังนี้

1) SWOT Analysis คือ เครื่องมือที่นิยมนำมาวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง ภายในขององค์กรและโอกาสอุปสรรค ภายนอกองค์กร โดยมีตัวอย่างมาจาก ดังนี้

Strengths (S) จุดแข็ง จากภายในองค์กร ที่ทำให้เกิดผลดี

Weaknesses (W) จุดอ่อน จากภายในองค์กร ที่ทำให้เกิดผลเสีย

Opportunities (O) โอกาส จากภายนอกองค์กร ที่ทำให้เกิดผลดี

Threats (T) อุปสรรค จากภายนอกองค์กร ที่ทำให้เกิดผลเสีย

2) TOWS Matrix คือ เครื่องมือวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคภายนอก เปรียบเทียบกับจุดแข็งจุดอ่อนภายในเพื่อ ใช้สร้างกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ โดย TOWS Matrix โดยมีตัวอย่างมาจากดังนี้

Threats (T) อุปสรรค จากภายนอกองค์กร ที่ทำให้เกิดผลเสีย

Opportunities (O) โอกาส จากภายนอกองค์กร ที่ทำให้เกิดผลดี

Weaknesses (W) จุดอ่อน จากภายในองค์กร ที่ทำให้เกิดผลเสีย

Strengths (S) จุดแข็ง จากภายในองค์กร ที่ทำให้เกิดผลดี

ทั้งนี้ปัญหาหลักของการวิเคราะห์ SWOT Analysis คือจะรู้แค่สภาพแวดล้อมรอบตัวองค์กรแต่เครื่องมือ SWOT Analysis ไม่สามารถตอบใจที่ว่า “ควรจะทำอะไร” ได้ โดยเฉพาะในบริบทการทำธุรกิจที่ปัจจัยอย่างคู่แข่งและผู้บริโภค เปลี่ยนแปลงได้บ่อยและคาดการณ์ได้ยากจึงมีการนำเครื่องมือ TOWS Matrix มาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือจากต่อยอด กระบวนการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ภายในขององค์กร ที่ได้มาจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

แล้วนำมาทำการจับคู่เข้าด้วยกัน เพื่อให้หาความสัมพันธ์กันในการสร้างกลยุทธ์ (Strategy) ที่เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น เพื่อนำมาใช้ในการองค์กร โดย TOWS Matrix ถูกคิดค้นโดยศาสตราจารย์ชาวอเมริกัน Heinz Weirich ในปี 1982 โดย TOWS Matrix ตัวอักษรของคำว่า TOWS มาจากการกลับด้านตัวอักษรของ SWOT จากหลังไปหน้ากลยุทธ์การวิเคราะห์ TOWS Matrix ถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยจะเป็นการประกอบ จุดแข็งจุดอ่อนเข้ากับโอกาสอุปสรรคทำให้ได้กลยุทธ์

บททวนวรรณกรรม

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แนวทางดำเนินงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยรวบรวมและสรุปประเด็นที่ใช้ การศึกษาความสอดคล้องของงานวิจัยกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ โดยงานวิจัยที่ได้ศึกษาเรื่องเกี่ยวกับสลากออมสินพิเศษ แนวทางในการปฏิบัติงานและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ธนาคาร ต่อไปนี้

กิตติยา ปันกลาง (2558) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้า ธนาคารออมสิน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติที่การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์โดยการทดสอบสถิติไค-สแควร์ ผลการศึกษาพบว่า

- 1) ลูกค้าตัดสินใจซื้อสลากออมสินเพื่อการออมทรัพย์
- 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับมาก โดยด้านกระบวนการให้บริการด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา
- 3) เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05
- 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้า โดยด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมากที่สุด ส่วนด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมน้อยที่สุด

เหมจิรา บุญชู (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือของ ธนาคารออมสิน เขตปทุมธานี 2” กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่สมัครใช้บริการทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (MyMo) ของธนาคารออมสิน เขตปทุมธานี 2 จำนวน 393 คนส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 62.60 อายุระหว่าง 25-34 ปีจำนวน 267คน คิดเป็น ร้อยละ 67.90 ระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 36.10 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 ส่วนใหญ่มีอาชีพหลักเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัท จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 46.60 จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ปัจจัย การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ และปัจจัยการรับรู้ถึงความสะดวก สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารออมสิน เขตปทุมธานี 2 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย พบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ปัจจัยการรับรู้ถึงความ น่าเชื่อถือ และปัจจัยการรับรู้ถึงความสะดวก มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารออมสินเขตปทุมธานี 2 สูงมากและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารออมสินเขตปทุมธานี 2 คือปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ ปัจจัยการรับรู้ถึงความสะดวก ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งานและปัจจัยการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

นิยามศัพท์

1. **ธนาคาร** หมายถึง ธนาคารออมสินสาขาบึงกาฬ ธนาคารออมสินสาขาพรเจริญ ธนาคารออมสินสาขาเซกา ธนาคารออมสินสาขาโซ่พิสัย ธนาคารออมสินสาขาปากคาด

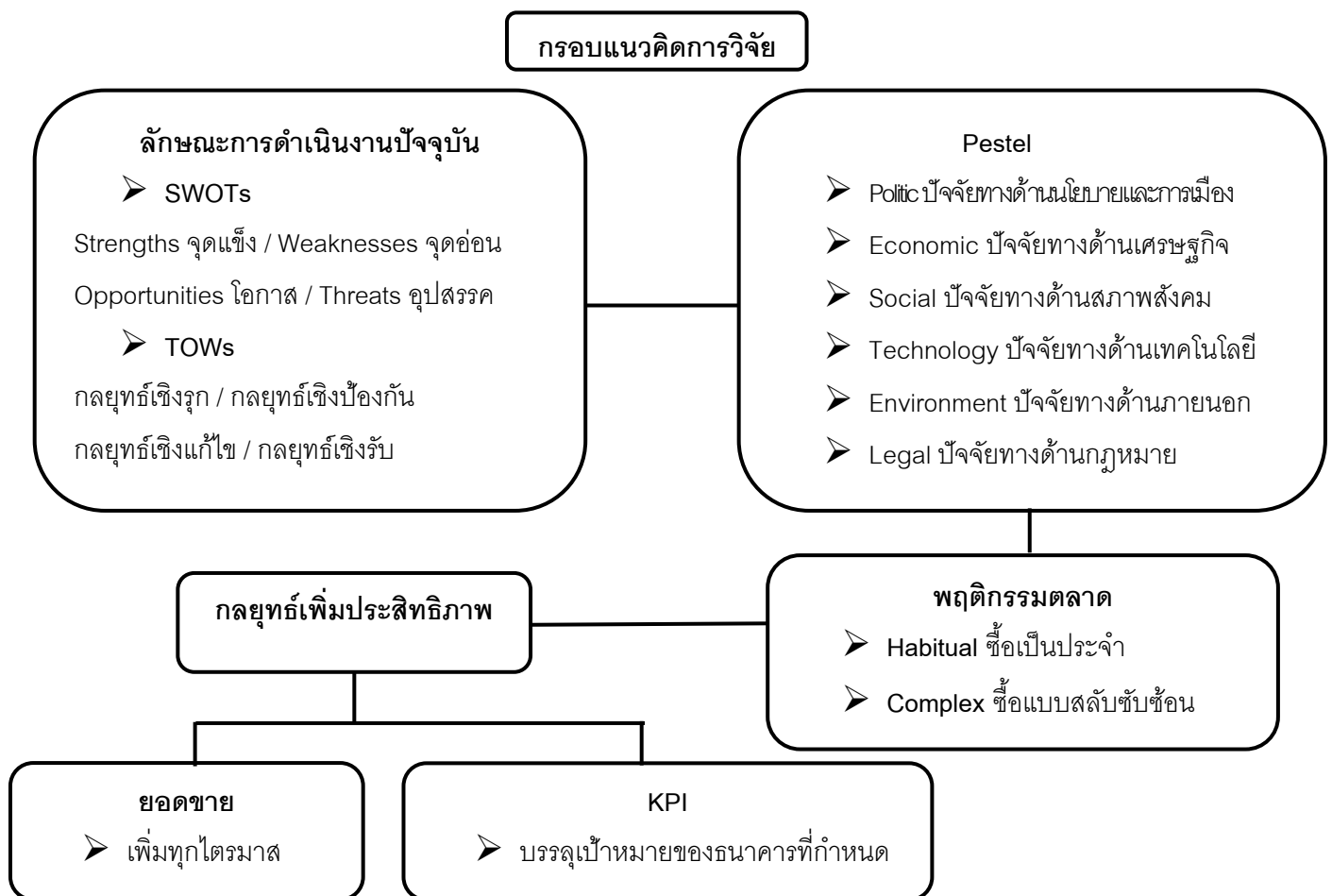
2. **สลากออมสินพิเศษ 2 ปี (ใบสลาก)** หมายถึง ผลิตรหัสเงินฝากของธนาคารในรูปแบบสลากที่มีการลุ้นรางวัล ในแต่ละเดือน โดย 1 เดือนออกรางวัล 2 ครั้ง ทุกวันที่ 1 และวันที่ 16 ของทุกเดือน หน่วยละ 100 บาท

3. **สลากดิจิทัล 2 ปี** หมายถึง ผลิตรหัสเงินฝากของธนาคารในรูปแบบดิจิทัลที่สามารถซื้อ-ขายได้ ผ่านทางแอปพลิเคชัน MYMO ของธนาคารออมสิน ที่มีการลุ้นรางวัลในแต่ละเดือน โดย 1 เดือนออกรางวัล 2 ครั้ง ทุกวันที่ 1 และวันที่ 16 ของทุกเดือน หน่วยละ 100 บาท

4. **สลากดิจิทัล 1 ปี** หมายถึง ผลิตรหัสเงินฝากของธนาคารในรูปแบบดิจิทัลที่สามารถซื้อ-ขายได้ ผ่านทางแอปพลิเคชัน MYMO ของธนาคารออมสิน ที่มีการลุ้นรางวัลในแต่ละเดือน โดย 1 เดือนออกรางวัล 2 ครั้ง ทุกวันที่ 1 และวันที่ 16 ของทุกเดือน หน่วยละ 20 บาท

5. **ระบบ Core Banking System (CBS)** หมายถึง ระบบปฏิบัติการหลักของธนาคาร ทำหน้าที่เก็บข้อมูลของธุรกิจธนาคาร โดยทำหน้าที่จัดการข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการบริการด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ บริการโอน

6. **ระบบแอปพลิเคชันของธนาคารออมสิน Mymo by gsb** หมายถึง การทำธุรกรรมการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง ในรูปแบบ Mobile Banking ที่สามารถโหลดได้ทาง Playstore หรือ Appstore สามารถใช้งานได้เลย



ที่มา : จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎี ศึกษารวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

ข้อมูลและแหล่งที่มาของข้อมูล

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)** ซึ่งเป็นข้อมูลด้านบุคลากรที่ให้ข้อมูลที่ยังไม่มีการเก็บข้อมูลมาก่อนทั้ง 5 สาขา ในธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์การทำงาน โดยได้จากการสัมภาษณ์ การจดบันทึกและแบบสอบถามไปยังสาขาโดยผ่านทาง E-mail ของธนาคาร

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ใช้ ไม่ได้รวบรวมเองแต่เป็นข้อมูลจากการเก็บรวบรวมไว้แล้ว รวมทั้งผลงานวิจัย สิ่งพิมพ์ วารสาร และข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยเปรียบเทียบและใช้เทคนิคการวิจัยแบบสำรวจ (Survey method) เพื่อรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากพนักงานธนาคารออมสิน ซึ่งมีจำนวน 20 คน จากทั้งหมด 5 สาขา สาขาละ 4 คน โดยมีตำแหน่งผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ พนักงานปฏิบัติการ ในธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ โดยใช้แนวทางสัมภาษณ์ที่จัดทำอย่างเป็นทางการ เพื่อตอบตามเนื้อหาที่กำหนดไว้ โดยจัดส่งให้แต่ละสาขาเป็นผู้กรอกเอง และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Dept Interview) ซึ่งได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยนักวิจัยต้องเลือกใช้เครื่องมือหรือสร้างเครื่องมือขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลแบบมีโครงสร้าง กึ่งโครงสร้าง และไม่มีโครงสร้างแต่ละประเภทมีคุณสมบัติและคุณลักษณะแตกต่างกัน อาจเหมาะสำหรับปัญหาการวิจัยอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น ผู้วิจัยจึงพิจารณาเลือกใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured) กล่าวคือ เป็นการสัมภาษณ์ที่ใช้ประเด็น คำถามที่สนใจแบบ มีกรอบกว้าง ๆ หรือเป็นการใช้คำถามลักษณะปลายเปิดในการซักถาม โดยอาจมีการกำหนดแนวทางคำถามไว้เป็นแนวทางของการสัมภาษณ์ไว้บ้าง ซึ่งเหมาะกับตัวผู้วิจัยเองที่มีประสบการณ์ไม่มากนัก

ทั้งนี้ในการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะใช้คำถามที่เตรียมไว้ในการสัมภาษณ์ กับผู้ให้สัมภาษณ์แบบเดียวกันทุกคน โดยมีการจดบันทึกการสัมภาษณ์ การทำแบบสอบถามและถ่ายภาพประกอบไว้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารต่าง ๆ ที่ได้ในลำดับถัดไป และก่อนเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะนำแนวทางการสัมภาษณ์มาทำการทดสอบด้วยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Indexes of Item-Objective Congruence : IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ซึ่ง Indexs of Item Objective Congruence : IOC คือ ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามหรือแบบสัมภาษณ์ กล่าวคือเป็นค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (สุรพงษ์ คงสัตย์และธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2551) ปกติแล้วจะให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปในการตรวจสอบ โดยให้เกณฑ์ในการให้คะแนนตรวจสอบพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

- ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้อง วัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
- ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้อง วัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
- ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้อง วัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร โดยใช้สูตรการหาค่า IOC คือ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N หมายถึง จำนวนของผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์ 1. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้

2. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้จัดการสาขา จำนวน 5 คน ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา จำนวน 5 คน พนักงานธุรกิจสาขา จำนวน 5 คน ลูกจ้างปฏิบัติการ จำนวน 5 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บและรวบรวมข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดกระบวนการหรือแนวทางในการรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์พนักงานและลูกจ้างของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ ที่ปฏิบัติหน้าที่หน้าเคาเตอร์และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่ด้านเงินฝาก โดยกระบวนการดังกล่าวเป็นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแนวทางของกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังต่อไปนี้

1. เมื่อผู้วิจัยได้สร้างแนวทางการสัมภาษณ์ และทดสอบแนวทางการสัมภาษณ์เสร็จเรียบร้อยแล้วจะนำแนวทางการสัมภาษณ์ดังกล่าว ไปสอบถามพนักงานและลูกจ้างของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ ที่ปฏิบัติหน้าที่หน้าเคาเตอร์และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่ด้านเงินฝาก และทำการซักถามตามแนวทางที่เตรียมการไว้

2. เมื่อสัมภาษณ์พนักงานและลูกจ้างของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ ที่ปฏิบัติหน้าที่หน้าเคาเตอร์และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่ด้านเงินฝาก เสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยของแนวทางการสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์แบบไปวิเคราะห์หาข้อมูลทางขั้นตอนเชิงคุณภาพต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพส่วนใหญ่มีลักษณะที่ไม่ได้เป็นตัวเลข ไม่ใช่สถิติ ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจึงมีขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลที่มีลักษณะหรือมีรูปแบบแตกต่างกัน ส่วนใหญ่เป็นข้อความแบบบรรยายไม่มีสูตรสำเร็จตายตัวขึ้นอยู่กับประเด็นหรือ ปัญหาที่จะวิเคราะห์ และการเลือกวิธีการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

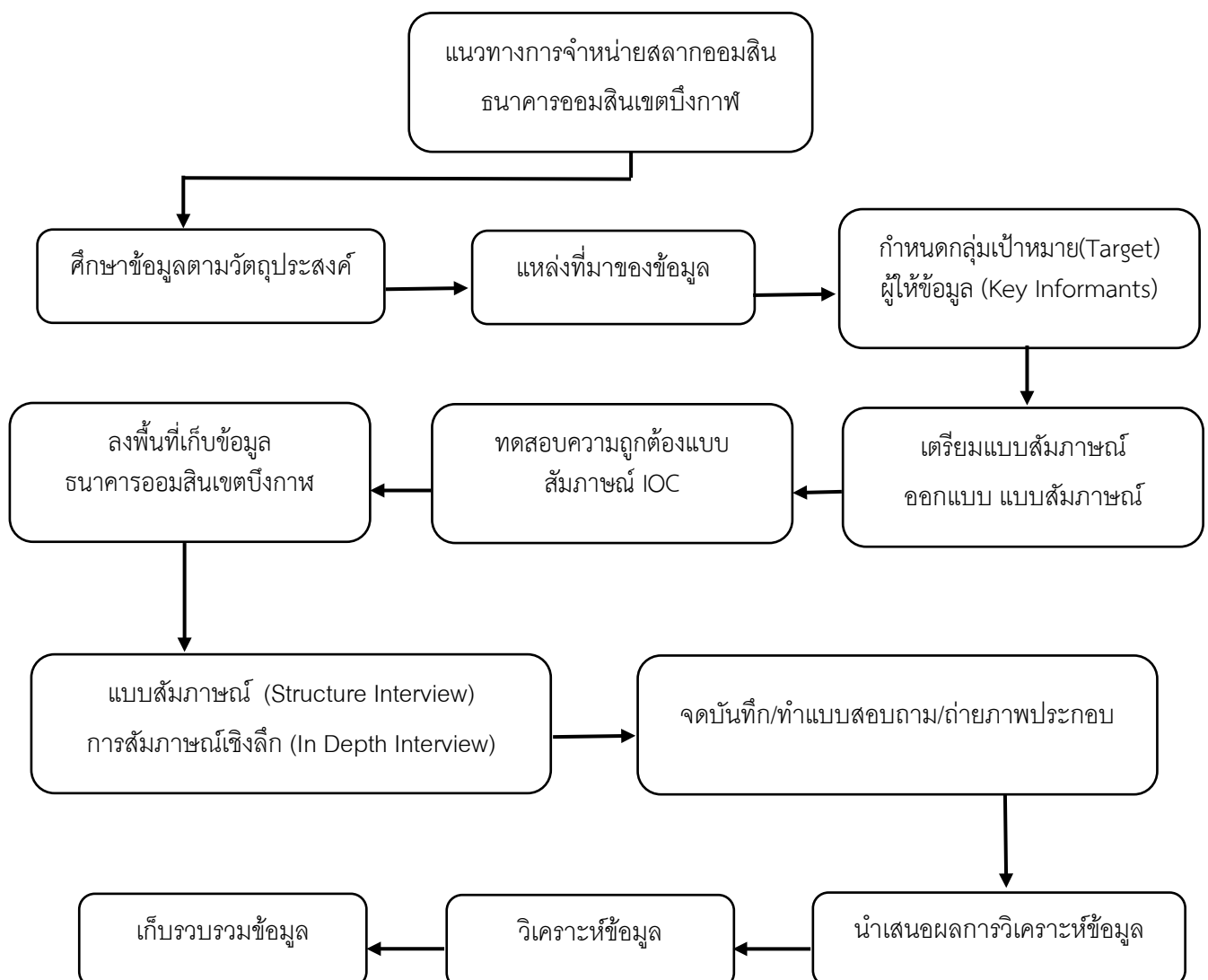
โดยในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หรือรู้จักกันดีว่าเป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิเคราะห์จะเป็นผู้ตีความ (Interpretation) สกัดเนื้อหาสาระ (Content Message) จากการสื่อความหมายของผู้ให้ข้อมูลทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นการจดบันทึก เอกสาร บทความ การพูด การสอบถาม การสัมภาษณ์ การถอดเทปบันทึกเสียง และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและป้องกันความผิดพลาด จะต้องมีการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูล ซึ่งในการวิจัยเชิงคุณภาพนิยมใช้ “การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)” คือ การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulate) เป็นการพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งที่มาต่าง ๆ โดยพิจารณาแหล่งเวลา และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน ถ้าข้อมูลต่างเวลากัน

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

จะเหมือนกันหรือไม่ ถ้าข้อมูลต่างสถานที่จะเหมือนกันหรือไม่ และถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ (บุษกร เขียวจินดา กานต์ 2561, เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา)

หลังจากได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ครบถ้วนแล้วจึงนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ ดังนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยการถอดเทปบันทึกเสียงคำสัมภาษณ์มาวิเคราะห์มาเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของแต่ละบุคคลและจัดลำดับความสำคัญและคุณลักษณะของข้อมูล และนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่จัดลำดับความสำคัญแล้ว นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางเอกสารที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะทราบถึงลักษณะที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกัน ของข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันอย่างเป็นระบบ และนำไปสู่การเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกัน แสดงความสำคัญของข้อมูลได้ชัดเจนขึ้นเพื่อสะดวกในการวิเคราะห์และเขียนรายงานข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

จากที่กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยได้สรุปวิธีการดำเนินการออกมาเป็น Flow Chart แสดงให้เห็นถึงลำดับขั้นตอนวิธีการดำเนินการวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัยต่อไป ดังภาพนี้



ที่มา : จากการศึกษารวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

ผลการวิจัย

1. ลักษณะการดำเนินงานของการจัดจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ สรุปได้ว่า จากข้อมูลในการศึกษาดำเนินงาน ในการสัมภาษณ์ ทั้งผู้บริหารและพนักงาน พบว่า มีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงาน อาทิ ปัจจัยภายในธนาคารด้านระบบสาขา ปัจจัยภายนอกธนาคารด้านคู่แข่ง อุปสรรคในการดำเนินงานของการจำหน่ายสลาก โดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ เช่น

1) SWOT Analysis คือ เครื่องมือที่นิยมนำมาวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง ภายในขององค์กรและโอกาสอุปสรรค ภายนอกองค์กร โดยมีตัวย่อมาจาก ดังนี้

Strengths (S) จุดแข็ง คือ สลากออมสินที่เป็นของธนาคารรัฐ สลากได้ลุ้นรางวัลทุกเดือน

Weaknesses (W) จุดอ่อน คือ อัตราดอกเบี้ยไม่สูง

Opportunities (O) โอกาส คือ ทำให้ธนาคารมีเงินทุนที่เพิ่มขึ้นเพื่อเป็นแหล่งเงินทุน

Threats (T) อุปสรรค คือ คู่แข่งจากธนาคารอื่นที่มีอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่า

2) Pestel politic ปัจจัยทางนโยบายและการเมืองคือปัญหาคอร์รัปชันที่มีในประเทศมีมากจนภาษีของประชาชนไม่ได้ถูกนำไปส่งเสริมในด้านสาธารณูปโภคอื่น ๆ

Economic ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ คือ ภาวะเงินเฟ้อ ภาวะเงินฝืดและอัตราดอกเบี้ย

Social ปัจจัยทางด้านสภาพสังคม คือ การจับจ่ายใช้สอย

Technology ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี คือ การเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชัน

2. กลยุทธ์การจัดการจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ การวางแผนการทำงานเชิงรุกในการจัดจำหน่ายสลากออมสิน จะมีรอบเป้าหมายการดำเนินงานมาทุกเดือน โดยในแต่ละเดือนจะมีเป้าหมายมาให้เพื่อมาคัดกลุ่มลูกค้าก่อนในแต่ละเดือน ทั้ง 5 สาขาในสังกัดเขตบึงกาฬจะนำข้อมูลมาจัดกลุ่มลูกค้าโดยแยกกลุ่มลูกค้าเป็นหน่วยงานลูกค้ารายใหญ่ที่มีเงินฝากประจำกับธนาคาร ลูกค้าเงินฝากที่สนใจเดินเข้ามาติดต่อสอบถามกับทางสาขา โดยแยกเป็นรายสาขา และแยกประเภทสลากออมสิน เงินฝากประจำ จัดลำดับความสำคัญ จะเลือกเข้าไปประชาสัมพันธ์กลุ่มลูกค้าประเภทไหนก่อน โดยแบ่งงานแต่ละกลุ่มให้พนักงานที่ได้รับมอบหมายติดตาม ตามช่วงแต่ละสัปดาห์ ดังนี้

- สัปดาห์ 1 โทรติดต่อประชาสัมพันธ์ หน่วยงาน และลูกค้าเงินฝากประจำเพื่อแจ้ง Promotion อัตราดอกเบี้ยให้ลูกค้าทราบ

- สัปดาห์ 2 ออกเชิงรุกโดยพบลูกค้าตามหน่วยงาน ร้านค้าที่ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์

- สัปดาห์ 3 ติดตามผลลัพธ์ที่มีการประชาสัมพันธ์ และเก็บข้อมูลต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางในการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย

- สัปดาห์ 4 ประเมินและสรุปผลการดำเนินงานสรุปโดยภาพรวมการพบลูกค้าของสาขาทั้ง 5 สาขา นั้น พนักงานสาขาจะออกพบลูกค้าติดตามเชิงรุกร่วมกับทางเขตบึงกาฬ ในส่วนสาขาจะมีความชำนาญในพื้นที่ เรื่องระเบียบคำสั่งวิธีแก้ไข และอำนาจการตัดสินใจในบางครั้ง ต้องมีการออกพบลูกค้าในวันหยุดทำการธนาคาร เช่น กรณีที่ลูกค้าไม่สะดวกเข้ามาธนาคารในเวลาทำการ จำเป็นต้องออกไปอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า จึงทำให้ธนาคารออมสินเขตบึงกาฬสามารถทำยอดการจัดจำหน่ายสลากออมสินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสิน เขตบึงกาฬ เพื่อตอบสนองเป้าหมายและ KPI ให้เพิ่มมากขึ้น โดยภาพรวมธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ ได้มีการวางแผนโดยใช้กลยุทธ์

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

การสร้างควมพึงใจให้กับลูกค้า และกลยุทธ์ในการเสนอโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่ดีของธนาคารให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจูงใจให้ลูกค้าสนใจในสลากออมสิน ทั้งรูปแบบของสลากรางวัลต่าง ๆ เพื่อให้มียอดจัดจำหน่ายสลากออมสินในแต่ละปีให้ได้ตามเป้าหมาย KPI อีกทั้งยังเพิ่มปริมาณลูกค้าและยอดจำหน่ายสลากให้เพิ่มขึ้นมากขึ้นในปีต่อ ๆ ไป

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การตลาดสลากออมสินธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ลักษณะการดำเนินงานของการจัดจำหน่ายสลากออมสิน เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดจำหน่ายสลากออมสินและเพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ เพื่อตอบสนองเป้าหมายและ KPI ให้เพิ่มมากขึ้นนั้น ควรใช้เครื่องมือต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินงาน

ซึ่งผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปของลักษณะการดำเนินงาน พบว่ามีหลายปัจจัยในการดำเนินงานเพื่อให้มียอดจำหน่ายสลากได้ตามเป้าหมาย จากข้อมูลดังกล่าวธนาคารควรมีการทำงานเชิงรุกในลักษณะการดำเนินงานของการจัดจำหน่ายสลากออมสินเขตบึงกาฬอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มีประสิทธิภาพ มีความใส่ใจในการบริการลูกค้า โดยมีการติดตามผลการดำเนินงานตรวจสอบรางวัลให้ลูกค้า และคอยเสนอผลิตภัณฑ์โปรโมชั่นดี ๆ ให้กับทางลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และการวางแผนกลยุทธ์หลังการจัดจำหน่าย ทำให้ทราบถึงผลตอบรับต่าง ๆ จากลูกค้าไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการดำเนินงาน ในเรื่องการได้รับคำชมเชยจากการให้บริการ อีกทั้งยังให้ทราบถึงแนวโน้มของเหตุการณ์ในแต่ละวันว่าการวางแผนมีประสิทธิภาพมากแค่ไหน เพื่อที่จะได้นำมาปรับกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการจัดจำหน่าย

การวางแผนการทำงานการจัดจำหน่ายสลากออมสิน จะมีเป้าหมายเป็นแต่ละไตรมาส หรือในแต่ละช่วงในการระดมแรงผลงานในรูปแบบเชิงรุก เนื่องจากรอบเป้าหมายการดำเนินงานมาทุกเดือน โดยในแต่ละเดือนจะมีเป้าหมายมาให้เพื่อมาคัดกลุ่มลูกค้าก่อนในแต่ละเดือน ทั้งสาขาทั้ง 5 สาขา ในสังกัดเขตบึงกาฬจะนำข้อมูลมาจัดกลุ่มลูกค้า และสำรวจลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมายเพื่อจะได้ข้อมูลเพื่อนำมาวางแผนและใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ของธนาคาร ในการจำหน่ายสลากให้ได้ผลการดำเนินงานที่ดี ซึ่งถ้าลักษณะการดำเนินงานของการจัดจำหน่ายสลากออมสินที่ดีมีประสิทธิภาพก็จะส่งผลดีต่อธนาคาร คือธนาคารมีสภาพคล่องทางการเงินสูงเนื่องจากผลตอบแทนที่ได้รับธนาคารสามารถนำผลตอบแทนไปลงทุนด้านต่าง ๆ เพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจให้มีความเจริญ

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นพนักงานธนาคารออมสินในเขตจังหวัดบึงกาฬ เป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในสาขา ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งที่ปฏิบัติงาน ประสบการณ์ทำงานด้านเงินฝาก ซึ่งจากการอธิบายเบื้องต้นสามารถสรุปได้ดังนี้

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

ตารางที่ แสดงถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งที่ปฏิบัติงาน ประสบการณ์ทำงานด้านเงินฝาก

ภาพรวม N = 20		จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
	ชาย	1	5.00
	หญิง	19	95.00
	รวม	20	100.00
อายุ			
	21 – 30 ปี	5	25.00
	31 – 40 ปี	5	25.00
	41 – 50 ปี	7	35.00
	51 – 60 ปี	3	15.00
	รวม	20	100.00
การศึกษา			
	มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	0	0.00
	อนุปริญญา	0	0.00
	ปริญญาตรี	17	85.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	3	15.00
	รวม	20	100.00
ตำแหน่ง			
	ผู้จัดการสาขา	5	25.00
	ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา	5	25.00
	พนักงานธุรกิจสาขาด้านเงินฝาก	5	25.00
	ลูกจ้างปฏิบัติการ	5	25.00
	รวม	20	100.00
ประสบการณ์ทำงาน			
	น้อยกว่า 3 ปี	3	15.00
	3 – 5 ปี	2	10.00
	5 – 10 ปี	4	20.00
	10 – 15 ปี	9	45.00
	15 ปีขึ้นไป	2	10.00
	รวม	20	100.00

ที่มา : จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่ปฏิบัติงานด้านการจัดจำหน่ายสลากออมสิน ธนาคารออมสินเซตบึงกาฬ จำนวน 20 คน สามารถสรุปได้ดังนี้

เพศ โดยเพศหญิง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 95.00 เป็นเพศชาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 เป็นสัดส่วนที่มีผู้หญิงมากกว่า

อายุ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาช่วงอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และสุดท้ายช่วงอายุ 51 – 60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่อายุระหว่าง 41 – 50 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่มีประสบการณ์ในการทำงานในธนาคารมาระยะหนึ่งแล้ว จนมีทักษะในการจัดจำหน่ายสลากออมสิน และมีเทคนิคการพูดคุยเจรจาโน้มน้าวกับลูกค้าได้ดี

ระดับการศึกษา ผลจากการศึกษาพบว่า จบระดับปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่อ จบการศึกษา ในระดับปริญญาตรี เนื่องจากเป็นการศึกษาขั้นต่ำที่ธนาคารออมสินกำหนดในการรับสมัครพนักงานในปัจจุบัน (แต่ก่อนหน้านี้นี้รับระดับ ปวส. ด้วย)

ปฏิบัติงานตำแหน่ง ผลการศึกษาพบว่า ปฏิบัติงานตำแหน่งผู้จัดการสาขา จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ปฏิบัติงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการสาขา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ปฏิบัติงานตำแหน่งพนักงานธุรกิจสาขาด้านเงินฝาก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และปฏิบัติงานตำแหน่งลูกจ้างปฏิบัติการ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ประสบการณ์ทำงานด้านเงินฝาก ผลการศึกษาส่วนใหญ่อ มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 มีประสบการณ์ทำงาน 5 – 10 ปี จำนวน 4 คน มีประสบการณ์ทำงาน น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ประสบการณ์ทำงาน 3 – 5 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ ประสบการณ์ทำงาน 15 ปี ขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดจำหน่ายสลากออมสินเซตบึงกาฬกลยุทธ์การจัดจำหน่ายสลากออมสินเซตบึงกาฬ ในธนาคารออมสินทั้ง 5 สาขา คือมีการวางแผนช่องทางการจัดจำหน่ายทาง Application Mymo เว็บไซต์ธนาคารออมสิน www.gsb.or.th และหน้าเคาเตอร์ธนาคารออมสินทุกสาขา

ก่อนการจัดจำหน่ายสลากออมสิน

จากข้อมูลในการศึกษาดำเนินงาน ในการสัมภาษณ์ ทั้ง 20 ราย เกี่ยวกับสาเหตุอุปสรรคในการดำเนินงาน พบว่ามีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงาน วิธีเตรียมการก่อนการจัดจำหน่ายสลากออมสิน ธนาคารออมสินเซตบึงกาฬ คือ ผู้จัดการสาขา วางแผนกับผู้ช่วยผู้จัดการ มอบหมายงานให้พนักงานปฏิบัติตามคำสั่งธนาคาร และจำหน่ายตามข้อมูล Sale sheet ที่หน้าเคาเตอร์ธนาคารออมสิน และประชุมตอนเช้าก่อนเริ่มงานเพื่อให้ด้านเงินฝากนำข้อมูลอัตราดอกเบี้ยมาอัปเดตให้พนักงานในสาขาฟังเพื่อตอบลูกค้าได้ถูกต้องชัดเจน และให้ทุกคนมีเป้าหมายในการจำหน่ายแต่ละวัน เพื่อจะได้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของพนักงานทุกคน ซึ่งในการมีการเตรียมการก่อนการจัดจำหน่ายสลากออมสินนั้น ก็เป็นการตรวจสอบอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ของธนาคาร ว่ามีความพร้อมในการปฏิบัติงาน แสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการปฏิบัติงานที่ดี และมีประสิทธิภาพ

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

ธนาคารออมสินในสังกัดเขตบึงกาฬ มีการวางแผนกลยุทธ์หลังการจัดจำหน่ายสลากออมสินอย่างไร

จากข้อมูลในการศึกษาดำเนินงาน ในการสัมภาษณ์ ทั้ง 20 ราย เกี่ยวกับสาเหตุอุปสรรคในการดำเนินงาน พบว่ามีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานแสดงให้เห็นถึงว่าธนาคารออมสินในเขตบึงกาฬ มีความใส่ใจในการบริการลูกค้า โดยมีการติดตามผลการดำเนินงานตรวจสอบรางวัลให้ลูกค้า และคอยเสนอผลิตภัณฑ์โปรโมชันดี ๆ ให้กับทางลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และการวางแผนกลยุทธ์หลังการจัดจำหน่าย ทำให้ทราบถึงผลตอบรับต่างๆ จากลูกค้าไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการดำเนินงาน ในเรื่องการได้รับคำชมเชยจากการให้บริการ อีกทั้งยังให้ทราบถึงแนวโน้มของเหตุการณ์ในแต่ละวันว่า การวางแผนมีประสิทธิภาพมากแค่ไหน เพื่อที่จะได้นำมาปรับกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการจัดจำหน่าย

จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ข้อมูลในส่วนการวางแผน ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ คือ ข้อมูลจากสาขาทั้ง 5 สาขา ในสังกัดเขตบึงกาฬ ผลการสัมภาษณ์ทั้ง 20 ราย ในด้านการวางแผนกลยุทธ์และการจัดจำหน่ายสลากออมสิน ธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดให้ข้อมูลไปในทิศทางเดียวกันจนเกิดความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) และความซ้ำซ้อน (Redundancy) ของข้อมูล ผู้วิจัยจึงสามารถวิเคราะห์การวางแผนกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายสลากออมสินของธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ

การวางแผนการทำงานการจัดจำหน่ายสลากออมสิน จะมีเป้าหมายเป็นแต่ละไตรมาส หรือในแต่ละช่วงในการระดมแรงงานในรูปแบบเชิงรุก เนื่องจากรอบเป้าหมายการดำเนินงานมาทุกเดือน โดยในแต่ละเดือนจะมีเป้าหมายมาเพื่อให้มาคัดกลุ่มลูกค้าก่อนในแต่ละเดือน ทั้ง 5 สาขา ในสังกัดเขตบึงกาฬ จะนำข้อมูลมาจัดกลุ่มลูกค้าและสำรวจลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมายเพื่อจะได้ข้อมูลเพื่อนำมาวางแผนและใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ของธนาคาร ในการจำหน่ายสลากให้ได้ผลการดำเนินงานที่ดี

จากนั้นธนาคารออมสินทั้ง 5 สาขา ในสังกัดธนาคารออมสินเขตบึงกาฬ จะทำการแยกกลุ่มลูกค้าเป็น หน่วยงานลูกค้ารายใหญ่ที่มีเงินฝากประจำกับธนาคาร ลูกค้าเงินฝากสนใจเดินเข้ามาติดต่อสอบถามกับทางสาขา โดยแยกเป็นรายสาขา แยกประเภทสลากออมสิน เงินฝากประจำ จัดลำดับความสำคัญ จะเลือกเข้าไปประชาสัมพันธ์กลุ่มลูกค้าประเภทไหนก่อน การแบ่งงานจะให้แต่ละกลุ่มให้พนักงานที่ได้รับมอบหมายติดตาม ตามช่วงแต่ละสัปดาห์ ดังนี้

- สัปดาห์ 1 โทรติดต่อประชาสัมพันธ์ หน่วยงาน และลูกค้าเงินฝากประจำเพื่อแจ้ง Promotion อัตราดอกเบี้ยให้ลูกค้าทราบ

- สัปดาห์ 2 ออกพบลูกค้าตามร้านค้าต่าง ๆ ทั้งในพื้นที่และต่างพื้นที่ ที่ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และใช้เครื่องมือต่าง ๆ อาทิ เช่น Sale Sheet ต่าง ๆ ของธนาคาร

- สัปดาห์ 3 ติดตามผลการประชาสัมพันธ์ และเก็บข้อมูลต่าง ๆ พร้อมทำรายงานข้อมูลให้หัวหน้าหน่วยงาน เพื่อหาแนวทางในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายตาม KPI ของธนาคาร

- สัปดาห์ 4 ประเมินและสรุปผลการดำเนินงานเพื่อดูความสำเร็จของงานสรุปโดยภาพรวมการพบลูกค้าของสาขาทั้ง 5 สาขา นั้น พนักงานสาขาจะออกพบลูกค้าติดตามเชิงรุก

ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

ธนาคารออมสินควรจัดปริมาณเป้าหมายสลากให้เหมาะสมต่อจำนวนพนักงาน และแบ่งหน้าที่ให้ชัดเจนในการดูแลรับผิดชอบ เนื่องจากธนาคารออมสินมีสถานะเป็นธนาคารเฉพาะกิจที่ต้องดำเนินการภายใต้กำกับของรัฐบาล ทำให้พนักงานรับผิดชอบหลายหน้า จึงอาจส่งผลให้ได้ผลลัพธ์ไม่เต็มประสิทธิภาพ และควรให้มีการเข้าการอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ประกอบกับการวางแผนในการเพิ่มกลยุทธ์ในการจำหน่ายสลากออมสิน อีกทั้งก่อนการจัดจำหน่าย

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

สลากออมสิน ควรมีการกำชับให้พนักงานมีการเตรียมความพร้อม และมีการทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อจะได้เป็นแผนระยะยาวในการทำงานให้พนักงานรุ่นใหม่ปฏิบัติงานได้ถูกต้องตามระเบียบคำสั่งธนาคาร

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา ปั่นกลาง. (2558). ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เชมจิรา บุญชู. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือธนาคารออมสิน เขตปทุมธานี 2, วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จินตนา บุญบังการ และณัฐพรพันธ์ เขจรันนทน์. (2546). การจัดการเชิงกลยุทธ์ (strategic management) . วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- ชิตวรรณ ดวงพัตร และฐิติววรรณ ศรีเจริญ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส.สาขาภาพสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. ใน Rangsit Graduate Research Conference: RGRC (Vol. 16, pp. 905-917).
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจณกิจ (2558, หน้า 164, อ้างถึงในณัฐรา ช่างชูโต, 2554) .หัวใจของการสื่อสารผ่านเครือข่ายทางสังคมคือการตอบโต้ซึ่งกันและกัน. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ณัฐ งามวัฒนา. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสินใน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ: บัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- ธนาคารออมสิน. (2552). “ธนาคารโรงเรียน.” จุลสารออมสิน.(สิงหาคม). โรงเรียนวัดธรรมจริยาภิรมย์. 2552. “ประวัติความเป็นมา.”
- สมพงษ์ เสริมณีย์, ไสภัทร นาสวัสดิ์ และนธกฤต วันตะเมล์. (2565). แนวทางการพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมคุณค่าตราสินค้า การท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดจันทบุรี. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร, 5(3), 1–10.
- นธกฤต วันตะเมล์ (2557). การตลาดออนไลน์ เป็นเครื่องมือ สื่อสารการตลาดที่มีความสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ปราณี กาญจน และวิสุทธิ. (2015) การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภานุพงศ์ เสกทวีลาภ. (2557). การยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นขั้นตอน (process) ที่เกิดขึ้นทางจิตใจภายในที่บุคคลเริ่มจากได้ยินในเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในการใช้แอปพลิเคชัน เวียบัส (Viabus) ของประชาชนในเขตจังหวัดปทุมธานี, วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มะลิวัลย์ ศุภาหาร. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของทีม: กรณีศึกษาเครือข่ายลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ของ บจม.ธนาคารกสิกรไทย.วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยสยาม.
- วิไลพร ทัดเทียม. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมในรูปแบบสลากออมสินพิเศษ:กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน.วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2553). เครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณี เฟสบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน, สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 13, 2553 จาก <http://vcharkarn.com/varticle/40698/>.
- สุกฤตา สังข์แก้ว. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

- สุธี ขวัญเงิน. (2559). **ความแตกต่างของการจัดการ(Management)และการบริหาร(Administration)**. วितยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- สิริพร เจริญผ่อง. (2552). **ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพของการทำงานพนักงานธนาคารออมสินภาค 10**. วितยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สิริวดี ชูเชิด (2556 อ้างถึงใน ปัทมาพร ท่อชู, 2558). **ประสิทธิภาพการทำงาน**. สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สิริสา จักรบุญมา. (2557). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทำงานของพนักงานฝ่ายบำรุงรักษาในรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง**. วितยานิพนธ์ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชาจิตวิทยา คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Hart, Nwibere and Inyang. (2015). **การยอมรับการใช้เทคโนโลยีและความไว้วางใจ**. วितยานิพนธ์ สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- IM2. (2557). **Viral Marketing การตลาดแบบปากต่อปาก**. วितยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยศรีประทุม.
- Junadi. (2015). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน Mymo**. วितยานิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี สารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- Neuendorf and Valdiseri. (2016). **การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness)**. วितยานิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี สารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- Peterson & Plowman (1989 อ้างถึงใน อุทิสน์ วีระศักดิ์การุณย์ 2556). **แนวคิดเกี่ยวกับการวัดประสิทธิภาพของการทำงาน**. วितยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Vroom and Deci (1997 อ้างถึงใน นลพรรณ บุญฤทธิ์, 2558). **การปฏิบัติงานของบุคคลที่จะก่อให้เกิดผลดีมีประสิทธิภาพ**. วितยานิพนธ์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.