

การเพิ่มประสิทธิภาพในการแนะนำการซื้อสลากออมสินดิจิทัลด้วยแอปพลิเคชัน MyMo

Efficiency improvement on decision to buy Digital salak on Mymo application

Service

นางสาวจรรววรรณ สีขาว

Miss Jaruwan Sikhao

อาจารย์ ธนาภิญญา อັตตฤทธิ , อาจารย์ ดวงพร ขุนอาจสูงเนิน

Teacher Thanapin Attarit , Duangporn Khunardsungnern

744 ถ.สุรนารายณ์ ต.ในเมือง จ.นครราชสีมา 30000

744 Suranarai Road, Mueang district, Nakhon Ratchasima Province 30000 (info@muti.ac.th)

บทคัดย่อ : การดำเนินการศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปฏิบัติการภายใต้โครงการสหกิจศึกษา ซึ่งผู้ศึกษาได้มาช่วยปฏิบัติงานด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขาพิมาย และพบว่าปัจจุบันมีลูกค้าที่มีความต้องการซื้อสลากออมสินที่ได้ผลตอบแทนสูงแต่ความกลัว ไม่เข้าใจเทคโนโลยี ทำให้ไม่กล้าใช้งาน รวมไปถึงคนบางส่วนยังไม่ยอมเปิดใจเรียนรู้การใช้งานบนดิจิทัลโซลูชันต่างๆ ที่อยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะทำการศึกษาปัญหาในการเพิ่มประสิทธิภาพในการแนะนำการซื้อสลากออมสินดิจิทัลด้วย Application MyMo โดยใช้แนวคิดการแนะนำการซื้อสลากออมสินดิจิทัลด้วย Application MyMo ด้วยแผ่นพับประชาสัมพันธ์แนะนำวิธีการซื้อสลากออมสินดิจิทัล ผู้ศึกษาจึงเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาในการจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์แนะนำการซื้อสลากออมสินดิจิทัลด้วย Application MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาพิมาย ลักษณะเป็นแผ่นพับที่มีเนื้อหาเข้าใจง่ายสามารถทำตามได้ด้วยตัวเอง มีข้อมูลการสมัคร Application เอกสารในการสมัคร ขั้นตอนวิธีการซื้อสลากดิจิทัล ข้อเปรียบเทียบระหว่างสลากออมสินพิเศษกับสลากดิจิทัล สลากดิจิทัลแบบ 1 ปี กับ 3 ปีต่างกันอย่างไร ในกระดาษเพียงแผ่นเดียว เพื่อเป็นการประหยัดทรัพยากรและง่ายต่อการเผยแพร่อีกทั้งเป็นการจูงใจลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาพิมาย

Abstract : This study is a practical study under the cooperative education program. In which the students came to help with the deposit performance of the Government Savings Bank, Phimai Branch and found that at present, there are customers who want to buy GSB lottery with high returns but fear Don't understand technology Makes not dare to use Including some people still not open-minded to learn about using digital solutions That is on the online platform Therefore, the students are interested in studying the problems of increasing the efficiency in introducing the purchase of digital salak on MyMo application, using the concept to recommend the GSB digital salak on MyMo application. The study therefore proposed a solution to the problem of creating public relations brochures, introducing the purchase of digital GSB lottery with the MyMo application of the Government Savings Bank, Phimai Branch. There is application information. Application documents for application. Steps for buying digital lotteries Comparison between special GSB lottery and digital lottery What is the difference between 1 and 3 year digital lottery? In just one sheet In order to save resources and be easier to publicize, as well as attracting customers of the Government Savings Bank, Phimai Branch

คำสำคัญ: สลากดิจิทัล, แผ่นพับประชาสัมพันธ์

Keywords: digital salak , Brochure

1 บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ยุคที่เทคโนโลยีหลอมรวมเข้ากับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมทุกประเภท ทุกภาคส่วน รวมไปถึงสถาบันการเงินที่ต้องเร่งขับเคลื่อนวางแผนพัฒนาองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว เพื่อตอบสนองและรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ จึงต้องมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้เพื่อให้องค์กรนั้นสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงการใช้ประโยชน์ในการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายให้กับองค์กร เพื่อเป็นการยกระดับ และส่งเสริมประสิทธิภาพให้กับองค์กร ธนาคารออมสินจึงตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวและเล็งเห็นถึงความสำคัญของการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้จึงมีการกำหนดทิศทางงานที่มุ่งสู่การเป็น Digital Banking ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาสถาบัน

การเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ทำให้ผู้บริหารกำหนดแผนการดำเนินงานของธนาคารออมสินปี 2560 โดยเน้นพัฒนาด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริการ และการตลาดที่ตอบสนองและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี พฤติกรรม และการแข่งขันในยุคดิจิทัล (Product and Marketing) รวมถึงการพัฒนาด้าน Mobile Banking ให้มีประสิทธิภาพที่ดีต่อใจพ้อย์ และอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ ที่มีโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตอยู่ตลอดเวลา กลายเป็นอุปกรณ์พกพาติดตัวเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิต ส่งผลให้อัตราการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking เติบโตมากขึ้นทุกปี หนึ่งในผลิตภัณฑ์ของธนาคารออมสินที่ส่งเสริมการออม ซึ่งเป็นภารกิจสำคัญและหัวใจหลักของธนาคาร นั้นคือ

“สลากดิจิทัล” สลากดิจิทัลพัฒนามาจากสลากออมสินแบบปกติที่รู้จักกันดีว่า “สลากพิเศษ 3 ปี” เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากรูปแบบหนึ่งของธนาคารออมสินที่ให้บริการติดต่อกันมามากกว่า 60 ปี มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย และมีจำนวนการทำธุรกรรมการเงินที่สาขาเป็นจำนวนมาก จากแผนการดำเนินงานของธนาคารฯ Digital Salak on MyMo เป็นบริการที่ตอบโจทย์ในการพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และการบริการให้กับผู้บริโภคอย่างชัดเจน Digital Salak on MyMo หรือ สลากดิจิทัล ทางเลือกใหม่ในการให้บริการด้านเงินฝาก และยิ่งเหมาะกับผู้ที่ต้องการเสี่ยงโชค โดยไม่สูญเงินต้นและยังมีสิทธิ์ลุ้นรางวัลทุกเดือน รวมทั้งยังสามารถเก็บเงินเพื่อออมทรัพย์ได้ในเวลาเดียวกัน โดยผู้ใช้บริการ MyMo สามารถทำรายการฝาก ถอนสลากออมสินผ่านช่องทางบริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารได้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าด้วยช่องทางบริการใหม่ที่ต่างจากช่องทางที่ธนาคารได้ให้บริการอยู่ ไม่ว่าจะเป็น เคาน์เตอร์ธนาคาร, บริการออมสิน Internet Banking และ เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) เนื่องจาก

Digital Salak on MyMo จะไม่มีใบสลาก แต่ลูกค้าสามารถตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ของสลากได้จาก MyMo และเมื่อสลากครบอายุ ระบบงานจะทำการโอนเงินต้น ดอกเบี้ย เงินรางวัล เข้าบัญชีที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์ไว้โดยอัตโนมัติ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าไม่เสียโอกาสในการได้รับผลตอบแทนจากการฝากเงินดังกล่าว และบริการ Digital Salak on MyMo จะช่วยส่งเสริมให้ให้บริการ Mobile Banking ของธนาคารมีความโดดเด่นและแตกต่างจากบริการ Mobile Banking ของธนาคารอื่น ส่งผลให้ธนาคารก้าวไปสู่การเป็นธนาคารออมสิน ยุคใหม่ GSB New Century ด้วยภาพลักษณ์ที่ทันสมัย แนวคิดหลักในการพัฒนาบริการ Digital Salak on MyMo (สลากดิจิทัล) คือการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) ด้วยการตอบโจทย์ความต้องการ และพฤติกรรมของลูกค้ายุคใหม่ที่ต้องการความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมสลาก ได้ทุกที่ทุกเวลา ด้วยช่องทางบริการทางการเงินที่ทันสมัยปลอดภัยบน Mobile Banking ได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องไปติดต่อทำรายการที่สาขา แต่ด้วยความที่สลากดิจิทัลค่อนข้างที่จะแปลกใหม่จึงทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก

ด้วยปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะเสนอแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการแนะนำการซื้อสลากออมสินดิจิทัลด้วยแอปพลิเคชัน MyMo ในสาขาพินิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการให้บริการลูกค้าและการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

2.วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 2.1 เพื่อจัดทำคู่มือเป็นแผนพับในการแนะนำการซื้อสลากดิจิทัลให้กับลูกค้าธนาคารออมสินสาขาพินิจ
- 2.2 เพื่อแนะนำผู้ที่สนใจต้องการซื้อสลากออมสินดิจิทัล
- 2.3 เพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติสำหรับผู้สนใจซื้อสลากออมสินดิจิทัลให้สามารถศึกษาได้ด้วยตนเองอย่างถูกต้องตามขั้นตอน

3.แนวคิดและทฤษฎี

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลโดยทบทวนแนวคิดทฤษฎี วรรณกรรม ตำรา วารสาร เอกสาร และบทความ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษา ได้แก่

1.แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมทางการเงิน เทคโนโลยีบล็อกเชน (blockchain)

บล็อกเชนช่วยหลายกำแพงทำให้การโอนรับส่งเงินโดย เจ้าของเงินถึงกันโดยตรงและบันทึกข้อมูลของกันและกันด้วยตัวเอง โดยไม่ต้องผ่านตัวกลางใดๆ

ประเภทของบล็อกเชน ผู้ใช้สามารถนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลายไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายขนาดเล็กหรือใหญ่ซึ่งแต่ละประเภทจะเหมาะสมกับการใช้งานต่างกัน โดยจะพิจารณาจากประเภทของบล็อกเชนทั้ง 3 ประเภทดังนี้ 1.Public Blockchain เป็นบล็อกเชนที่ใช้งานจริงกับผู้คนทั่วโลก 2.Private Blockchain เป็นบล็อกเชนที่ใช้งานภายในองค์กร 3.Consortium Blockchain เป็นบล็อกเชนที่ใช้งานเฉพาะผู้ได้รับอนุญาตใช้งานภายในองค์กรเครือข่ายเท่านั้น

บิตคอยน์: Bitcoin บิตคอยน์ หรือ เงินเสมือนจริงในโลกดิจิทัล เป็นระบบกาแลกเปลี่ยนที่นักเศรษฐศาสตร์และนักเทคโนโลยีสารสนเทศต่างให้ความสนใจการจัดการระบบของบิตคอยน์และบล็อกเชน เกิดจากการนำสถาปัตยกรรมแบบ Peer-to-Peer มาประยุกต์ใช้งานโดยคอมพิวเตอร์ภายในสถาปัตยกรรมจะใช้ซอฟต์แวร์ชนิดเดียวกันมีการเชื่อมต่อกันและจัดการธุรกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นทุกเครื่องสามารถจัดการและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน อย่างเช่นเมื่อเราต้องการโอนข้อมูลให้ใครคนใดคนหนึ่งภายในบิตคอยน์คอมพิวเตอร์ทุกเครื่องที่เชื่อมต่อบนเครือข่ายจะมีข้อมูลของเราที่ทำการโอนเงินไปยังผู้อื่นบนระบบและข้อมูลนี้จะถูกบันทึกและจัดเก็บเหมือนกันหมดทุกเครื่องซึ่งมีลักษณะการทำงานคล้ายการเล่น Bit Torrent การใช้งานบิตคอยน์ผู้ใช้ต้องติดตั้งซอฟต์แวร์บิตคอยน์และทำการเชื่อมต่อซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้องกับบัญชีแยกประเภทแบบเปิด (Open/Public Ledger) ของบิตคอยน์ทั่วโลกและทำการสำรองข้อมูลที่เครื่องผู้ใช้รายการบัญชีแยกประเภท(Ledger) ทุกธุรกรรมและการแลกเปลี่ยนต่างๆที่เกิดในบิตคอยน์จะถูกบันทึกที่โหนดและจะมีการขอคัดลอก รายการบัญชีแยกประเภทจากโหนดมาเก็บไว้ที่เครื่องผู้ใช้เมื่อมีโหนดใหม่เกิดขึ้นจะมีการขอคัดลอกข้อมูลใหม่และถูกคัดลอกไว้ที่โหนดเก่าของทุกโหนดโดยธุรกรรมบนบิตคอยน์มีการจัดการเก็บข้อมูลของทุกคนบนระบบเป็นลักษณะสาธารณะและกระจายข้อมูลให้ทุกคนรับรู้ทั้งหมดหรือที่เรียกว่าระบบบัญชีสาธารณะแบบกระจาย(Public Distributed Ledger)

2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) หรือFinancial Technology คือการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัล มาประยุกต์ใช้กับบริการทางการเงินในรูปแบบต่างๆ ทั้งการชำระเงิน การลงทุน การระดมทุนหรือด้านประกันภัย เพื่อให้สามารถตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งการนำเอา Technology ของ Fin Tech ผ่านระบบ online มาใช้จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างรวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา (Anywhere Anytime) และมีค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมที่ลดลง คำว่า FinTech ในปัจจุบันส่วนใหญ่ถูกนำมาใช้ในการเรียกบริษัท กลุ่มธุรกิจ หรือกลุ่มผู้ประกอบการที่คิดค้นนวัตกรรมทางการเงินในรูปแบบใหม่ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคไม่ต้องยึดติดกับการทำธุรกรรมที่จำกัดอยู่เพียง เงินสด เช็ค บัตรเครดิตบัตรเดบิต หรือการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเท่านั้น โดยที่ผู้บริโภคสามารถทำธุรกรรมผ่านคอมพิวเตอร์และ Smart Phone ส่วนตัวได้ด้วยตัวเอง โดยไม่ต้องผ่านตัวกลางทางการเงินอย่างระบบธนาคาร

ผลกระทบของ FinTech กับสถาบันการเงิน มีการลดจำนวนสาขาลงโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ ที่มีจำนวนสาขาลดลงค่อนข้างชัดเจนจากพฤติกรรมของคนกรุงเทพฯ ได้หันไปทำธุรกรรมผ่าน Internet และ Smart Phone มากขึ้น เนื่องจากความสะดวกและรวดเร็ว รวมทั้งเข้าถึงง่าย ไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องการรอคิว รวมถึง ลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปธนาคาร

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2545) ให้ความหมาย “ การประชาสัมพันธ์ ” คือ การปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความ

เข้าใจอันถูกต้องตรงกันในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว

เสรี วงษ์มณฑา (2546) ได้กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์” คือ การกระทำทั้งสิ้น ทั้งหลาย ทั้งปวง ที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้า ในการที่จะสร้างความเข้าใจกับ สาธารณชนที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือกันเป็นอย่างดี

อาจารย์สะอาด ตันสุภผล อ่างในวิรัช ลภีรัตนกุล ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ในอันที่จะสร้างหรือพึงให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ผลดี สมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย (สะอาด ตันสุภผล 2553) “ การประชาสัมพันธ์ ” ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า “การประชาสัมพันธ์” หมายถึง “การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรและกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้องในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ บรรลุเป้าหมาย”

4.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ปิติพร เนตรวัชร, ดร.พิศมร กิเลนทอง (2560) พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการสลากดิจิทัล ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด โดยมีอายุ ระหว่าง 37 -51 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน โดยมีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท จากการศึกษาทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพทางการสมรส และ รายได้ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมในการใช้บริการสลากดิจิทัล ธนาคารออมสิน และ พฤติกรรมการใช้บริการสลากดิจิทัล

ปาณิศา เตียวตระกูล (2559) ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ MyMo By GSB Mobile Banking ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้วิธีการการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth) โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ใช้คำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Non-structured interview) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์หาค่าประกอบของความสามารถ ในการตอบสนองความต้องการ เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการตอบสนองความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ของลูกค้า และเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ MyMo By GSB Mobile Banking

นางสาวกิตติยา ปั่นกลาง (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการออมสินพิเศษของ ลูกค้า 2) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่เลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของกับสาขาธนาคารออมสินในสังกัดธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความสัมพันธ์โดยการทดสอบสถิติไคสแควร์

4. วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวัดผล คือ แบบสอบถามออนไลน์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารออมสิน สาขาพิมายและลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาพิมาย จำนวน 20 คน การเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลมีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check -List)

จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ สถานผู้ใช้งาน เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในแผนพับประชาสัมพันธ์แนะนำการซื้อสลากออมสินดิจิทัลด้วย Application MyMo จำนวน 4 ข้อ ดังนี้

- ด้านความน่าสนใจ
- ด้านเข้าใจง่าย รวดเร็วในการทำความเข้าใจ
- ด้านสะดวกในการศึกษาข้อมูลของสลากดิจิทัล
- ด้านได้รับข้อมูลตรงตามความต้องการ

ส่วนที่ 3 เป็นคำติชมและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้กำหนดระดับการปฏิบัติให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาเลือกตอบ 1 คำตอบจากตัวเลือก 5 ระดับ คือ ระดับ 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด , ระดับ 4 หมายถึง ระดับมาก , ระดับ 3 หมายถึง ระดับปานกลาง ระดับ 2 หมายถึง ระดับน้อย , ระดับ 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

5. ผลที่ได้จากการทำการศึกษา

เมื่อได้นำแผนพับประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นทดลองใช้ในสาขา ตั้งแต่วันที่ 5 สิงหาคม 2562 ถึงวันที่ 11 ตุลาคม 2562 พบว่าเดือนสิงหาคม มีจำนวนผู้ใช้บริการการซื้อสลากดิจิทัลเพิ่มขึ้นจากเดือนกรกฎาคม 13 ราย เดือนกันยายนเพิ่มขึ้นอีก 16 ราย ซึ่งยอดผู้ใช้บริการการซื้อสลากดิจิทัลเพิ่มขึ้นอาจเกิดจากหลายปัจจัยเกื้อหนุนแต่ส่วนหนึ่งเกิดจากแผนพับประชาสัมพันธ์การแนะนำการซื้อสลากดิจิทัลด้วย Application MyMo โดยได้รับการยืนยันจากพี่ๆ พนักงานและลูกค้าที่มาใช้บริการที่สาขาว่าแผนพับประชาสัมพันธ์แบบใหม่ มีความเข้าใจง่าย ลดการตอบคำถาม และลูกค้าสามารถศึกษาด้วยตนเองได้มากขึ้น

ตารางที่ 1 ตารางแสดงจำนวนผู้ซื้อสลากออมสินดิจิทัลผ่าน Application MyMo ที่เพิ่มขึ้น

เดือน	จำนวนผู้ใช้บริการ (เฉลี่ยต่อเดือน)	จำนวนที่เพิ่มขึ้น
กรกฎาคม	156	-
สิงหาคม	169	13%
กันยายน	185	16%
ตุลาคม	190	5%

6.ประโยชน์ที่ได้จากการฝึกสหกิจ

- ด้านนักศึกษาฝึกงาน

1. ได้เรียนรู้และปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริง
2. มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ตรงต่อเวลา
3. ได้เรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่นการทำงานเป็นทีม

- ด้านพนักงานและสถานประกอบการ

1. สาขาพิมาย ได้แผนพับประชาสัมพันธ์ การแนะนำการซื้อสลากออมสินด้วย Application MyMo ที่เข้าใจง่าย ลูกค้าสามารถศึกษาด้วยตัวเองได้
2. ช่วยให้พนักงานเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาพิมาย แนะนำการซื้อสลากออมสินดิจิทัลด้วย Application MyMo ให้ลูกค้าได้ง่ายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] กิรากร อภิสรากรกุล. (2550).เนื้อหาหนังสือประชาสัมพันธ์.สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการยอมรับ.
- [2] ธนาการอมสิน.(2558).ประวัติ ความเป็นมา และวิวัฒนาการธนาคารอมสิน.
- [3] ธนาการอมสิน.(2558).พระบรมฉายาลักษณ์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว.
- [4] ธนาการอมสิน.(2558).สลากออมสิน.
- [5] ธนาการอมสิน.(2558).สลากดิจิทัล.
- [6] พงษ์จันทร์ ไกรสิทธิ์. (2559).การประชาสัมพันธ์.หลักการและแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์.
- [7] ไพฑูรย์ การนต์ธัญลักษณ์.(2557).การพัฒนาเว็บเพจประชาสัมพันธ์.
- [8] ภัทรกิตต์ เนตินิยม.(2558).ภาพรวมนวัตกรรมทางการเงิน.
- [9] วัชรกร ร่วมรักษ์ 2559. FINTECH กับบทบาทสถาบันการเงินในยุค Digital.
- [10] วิรัช ลภีรัตนกุล.(2553). การประชาสัมพันธ์.
- [11] อนุพงศ์ อวิรุทธา. (2559).แนวคิดการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล.

กิตติกรรมประกาศ

การที่ข้าพเจ้าได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการธนาคารอมสิน สาขาพิมาย ตั้งแต่วันที่ 24 มิถุนายน 2562 ถึงวันที่ 11 ตุลาคม 2562 ส่งผลให้ข้าพเจ้าได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีคุณค่ามากมาย สำหรับรายงานสหกิจฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและการสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

- | | | |
|--------------------|---------------|---------------------------|
| 1. นายกำวาล | เจตนากลาง | (ผู้จัดการสาขา) |
| 2. น.ส.ศิริพร | จริยะพันธ์ | (ผู้นิเทศในสถานประกอบการ) |
| 3. น.ส.นภัสรา | นามนนท์ | (ผู้นิเทศในสถานประกอบการ) |
| 4. น.ส.อรัญญา | ปาสายอ | (ผู้นิเทศในสถานประกอบการ) |
| 5. อาจารย์ดวงพร | ขุนอาจสูงเนิน | (อาจารย์นิเทศ) |
| 6. อาจารย์ธนาภิญญา | อัครฤทธิ | (อาจารย์นิเทศ) |

นอกจากนี้ยังมีบุคคลท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ ซึ่งบุคคลเหล่านั้นได้กรุณาให้คำแนะนำในการจัดทำรายงานฉบับนี้ จึงขอขอบคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล คำแนะนำ และวิธีของการปฏิบัติงาน รวมถึงเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์