



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

การใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหาร สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

Information Use for Marketing and Distribution by the Government Lottery Office's Executives

สร้อยชนา จุลศิริวัฒนกุล (Soysana Junsiriwatanakun)¹ นันทิพย์ วิภาวิน (Namtip Wipawin)²จุฑารัตน์ ศราวมะวงศ์ (Jutharat Sarawanawong)³ วรชัย คุรุจิต (Warat Karuchit)⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหารด้านการตลาดและจัดจำหน่าย สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล (2) เปรียบเทียบการใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหารด้านการตลาดและจัดจำหน่าย สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล จำแนกตามอายุงาน และรูปแบบของสลาก (3) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหารด้านการตลาดและจัดจำหน่าย สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ประชากรที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้บริหารที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบด้านการตลาดและจัดจำหน่ายของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ที่รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ 2 รูปแบบคือ สลากกินแบ่งรัฐบาล (สลากใบ) และสลากออนไลน์ และผู้บริหารที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบด้านการสื่อสารการตลาด รวมทั้งสิ้น 23 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า (1) การใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหารที่มีความสำคัญคือ ด้านการวิจัยตลาด ได้แก่ ผลการสำรวจทัศนคติและความคิดเห็น ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของประชาชนด้าน ราคา ความต้องการปริมาณสลาก การจัดสรรสลาก ด้านการวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น การออกสลากออนไลน์ หรือการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ การสำรวจตลาดสลากในต่างประเทศ ด้านการสื่อสารการตลาดโดยเริ่มพัฒนาแอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานได้ผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านการจัดจำหน่าย การหาระบบของการจัดสรรที่ตอบสนองกับตัวแทนจำหน่าย และคู่ค้า การพยากรณ์การจำหน่ายสลากรูปแบบใหม่ ได้มาจากการวิจัยผลิตภัณฑ์สลากในต่างประเทศ และวิธีการจำหน่ายแบบใหม่จะใช้ช่องทางการจำหน่ายผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ (2) เปรียบเทียบการใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหารในแต่ละอายุงานจะใช้สารสนเทศไม่แตกต่างกัน สลากใบผู้บริหารส่วนใหญ่ใช้ฐานข้อมูลจากระบบการตลาดและการจัดจำหน่าย และระบบจำหน่าย และสลากออนไลน์ผู้บริหารส่วนใหญ่ใช้สารสนเทศจากการสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์และศึกษาค้นคว้างานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ (3) ปัญหา และอุปสรรคในการใช้สารสนเทศ ได้แก่ ด้านข้อมูล ด้านแหล่งข้อมูล ด้านบุคลากร และด้านช่องทางการส่งข้อมูลให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย

คำสำคัญ การใช้สารสนเทศ การตลาดและจัดจำหน่าย สลากกินแบ่งรัฐบาล สลากออนไลน์

¹ นักศึกษาปริญญาโท แขนงวิชาสารสนเทศศาสตร์ สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช e-mail: soysana.ju@stou.ac.th

² รองศาสตราจารย์ ประจำแขนงวิชาสารสนเทศศาสตร์ สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช e-mail: namtip.wip@stou.ac.th

³ รองศาสตราจารย์ ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ e-mail: jutharat@gmail.com

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ e-mail: warat.k@nida.ac.th



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

Abstract

The objectives of this qualitative research are (1) to study an information use for marketing and distribution by the Government Lottery Office's marketing and distribution executives, (2) to compare an information use for marketing and distribution by the Government Lottery Office's marketing and distribution executives, classified by working years of experiences and type of lottery tickets, and (3) to study problems and obstacles of information use for marketing and distribution by the Government Lottery Office's marketing and distribution executives. The population in the study are the executives responsible for marketing and distribution in the Government Lottery Office and the executives in Public Relations Division in Office of the Director, who responsible for marketing communications. The number in total is 23 people. The research instrument used is an in-depth interview in which information was analyzed by content analysis. The research has found that (1) the importance of information use for marketing and distribution by the executives is for market research, involving attitude and opinion survey result, customer's satisfaction and recommendation on price, demand on the number of lottery tickets, ticket allocation. On planning and developing government lottery, their information use involves online lottery launch or new lottery products, international market survey. For marketing communications, they use on mobile application development and, regarding lottery distribution, they use for finding allocation system that meets lottery agents or partners' needs. To forecast new types of lottery distributions, they use information from foreign market research studies. And the new lottery distribution will use distribution channel on mobile application. The result also shows that (2) there is not significant differences in information use by marketing and distribution executives who have different years of experiences. In addition, the result classified by type of lottery tickets shows that, for government lottery, the executives use information for marketing and distribution from SAP and JAVA database while using information from domestic and international websites and researches to search for online lottery. (3) Problems and obstacles found in information use involves the information, the information sources, the information users, the channel to send out information to targeted customers.

Keywords: Information use, Marketing and distribution, Government lottery, Online lottery



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

บทนำ

การตลาดเป็นกิจกรรมในทางธุรกิจที่มีผลให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจ ในขณะเดียวกันก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ โดยมีส่วนประสมการตลาดเป็นเครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการ

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีหน้าที่ในการออกรางวัลและจำหน่ายสลากให้กับประชาชน จากงานวิจัยพบว่าการดำเนินงานยังมีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และราคา และการจัดสรรสลาก ซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและจัดจำหน่าย (รัตพงษ์ สอนสุภาพ และศรีพันธ์ ธิติลักษณ์, 2554) สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการแบ่งอำนาจหน้าที่ตามโครงสร้างการแบ่งส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและจัดจำหน่าย ได้แก่ สำนักงานการตลาดและจัดจำหน่าย และสำนักธุรกิจเกม สำนักการตลาดและจัดจำหน่ายมีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาด คัดเลือกตัวแทนจำหน่าย จัดสรรและจัดคละสลากอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ควบคุมตัวแทนจำหน่าย จัดส่งและจำหน่ายสลากให้กับตัวแทนจำหน่าย องค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค วิเคราะห์ต้นทุนทางการตลาด ตรวจสอบและติดตามการจำหน่ายสลาก ให้บริการข้อมูลข่าวสาร รับข้อร้องเรียนร้องทุกข์ของตัวแทนจำหน่ายสลาก และบริการงานลูกค้าสัมพันธ์ (สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, 2552, น.18)

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาให้เข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น ทำให้ประชาชนมีทางเลือกในการเสี่ยงโชคที่มีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ทั้งรูปแบบของการเสี่ยงโชค และช่องทางการจำหน่าย หากสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลยังคงมีผลิตภัณฑ์เพียงสลากแบบใบเพียงชนิดเดียวเหมือนปัจจุบัน โดยไม่เพิ่มผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ หรือไม่พัฒนาช่องทางการจำหน่ายใหม่ หรือไม่นำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า จะมีผลทำให้ในอนาคตอาจสูญเสียความนิยมต่อผลิตภัณฑ์และจะทำให้รัฐสูญเสียรายได้ที่นำมาพัฒนาสังคมและประเทศชาติ เพื่อให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลยังคงดำเนินธุรกิจอย่างมั่นคงต่อไป (สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, 2559, น.26) ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558, น.3-8) พบว่ากลุ่มผู้ซื้อสลากส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยรุ่นถึงวัยกลางคน มีการติดตามความก้าวหน้าของโลกและพร้อมเปิดรับความรู้ใหม่ ๆ ทั้งนี้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนเป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบใหม่และเพื่อรองรับพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปดังกล่าว สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจึงจัดตั้ง สำนักธุรกิจเกม โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเกมหรือผลิตภัณฑ์ ศึกษาวิเคราะห์วางแผนกลยุทธ์แผนธุรกิจ ควบคุมดูแลการวางระบบและบริหารงานด้านการเงินลูกค้า การดำเนินงานด้านบริหารการตลาดและบริหารการจำหน่าย ประเมินผลสถานะตลาด ส่งเสริมการตลาด งานด้านสื่อสารการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ (สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, 2552, น.7)

การบริหารจัดการองค์กรทุกกระบวนการจะต้องมีสารสนเทศที่จำเป็น เพื่อเป็นปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน และการตัดสินใจของผู้บริหารโดยเฉพาะงานด้านการตลาดและจัดจำหน่ายซึ่งเป็นภารกิจหลักของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล และเกี่ยวข้องกับประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมาก สารสนเทศที่ถูกต้องมีความสมบูรณ์ รวดเร็ว ทันเวลา และมีความประหยัสนำทรัพยากรที่เหมาะสมมาใช้งานได้อย่างคุ้มค่าเป็นสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2551, น.212) ดังนั้นสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ มีเนื้อหาตอบสนองความต้องการของผู้บริหาร ส่งผลให้เกิดการบริหารงานมี



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

ประสิทธิภาพ เล็งเห็นโอกาสใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง สร้างความพึงพอใจในการให้บริการนำไปสู่ความได้เปรียบและส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้น และองค์กรมีโอกาสประสบความสำเร็จ การใช้สารสนเทศในองค์กรเป็นการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสนับสนุนหน้าที่และการทำงานขององค์กรเนื่องจากความต้องการข้อมูลที่แม่นยำและทันสมัย (น้ำทิพย์ ภาวสิน, 2552, น.112)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา การใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่าย เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานต่างๆ พัฒนาระบบและฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อใช้สนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร โดยการนำสารสนเทศมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดและจัดจำหน่าย ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริการรูปแบบใหม่ การสื่อสารการตลาด เพื่อยกระดับการดำเนินงานตามมาตรฐานสากล สอดคล้องกับสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลง ที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ มีความทันสมัย และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหารด้านการตลาดและจัดจำหน่ายสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
2. เพื่อเปรียบเทียบการใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหารด้านการตลาดและจัดจำหน่ายสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล จำแนกตามอายุงาน และรูปแบบของสลาก
3. เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคในการใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหารด้านการตลาดและจัดจำหน่าย สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสอบถามแนวทางการปฏิบัติ ประชากรที่ทำการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้บริหารที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบด้านการตลาดและจัดจำหน่ายของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ที่รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ 2 รูปแบบคือ สลากกินแบ่งรัฐบาล (สลากใบ) และสลากออนไลน์ และผู้บริหารที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบด้านการสื่อสารการตลาด รวมทั้งสิ้น 23 คน โดยการสัมภาษณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วยข้อคำถามสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) ข้อมูลทั่วไป (2) การใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหาร (3) ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหาร และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไป ผู้บริหารที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบด้านการตลาดและจัดจำหน่าย สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล และผู้บริหารที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบด้านการสื่อสารการตลาด ได้แก่ ระดับรองผู้อำนวยการ จำนวน 3 คน ระดับหัวหน้าสำนัก จำนวน 3 คน ระดับหัวหน้ากอง จำนวน 5 คน และระดับหัวหน้างาน จำนวน 12 คน รวมทั้งสิ้น 23 คน
2. การใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหาร
 - 2.1 ด้านการวิจัยตลาด



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

ผู้บริหารได้นำข้อมูลสารสนเทศในแต่ละประเภท เพื่อใช้ในการวิจัยตลาด ได้แก่ ราคาตลาดกินแบ่งรัฐบาลในแต่ละงวด ยอดจำหน่ายในแต่ละวันและรายงานสรุปในแต่ละงวด บัญชีจัดสรรตลาดในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและในแต่ละจังหวัด ข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้อง เพื่อประเมินตามความต้องการของตลาด การจัดสรรตลาดให้กับตัวแทนจำหน่าย หรือโควตาให้มีความยืดหยุ่นตามฤดูกาลของความต้องการของตลาด โดยจะเก็บข้อมูลการซื้อขาย - จอกลงหน้าแต่ละงวดที่ผ่านมา นำข้อมูลการซื้อขาย - จอกลงหน้าของปีที่ผ่านมานำมาวิเคราะห์หาความต้องการของตลาด รายงานผลการสำรวจทัศนคติและความคิดเห็น ความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะของประชาชนด้าน ราคา ความต้องการปริมาณตลาด การจัดสรรตลาด วิธีการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ และบริการในปัจจุบัน และความคาดหวังในอนาคตที่มีต่อสำนักงานตลาดกินแบ่งรัฐบาลจากประชาชนทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ตัวแทนจำหน่าย คู่ค้า การวิเคราะห์ข้อมูลรายได้เกี่ยวกับปริมาณการซื้อขายในแต่ละงวด การเติบโตของมูลค่าและส่วนแบ่งทางการตลาด ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อตลาดที่ขยาย หรือหดตัวในแต่ละช่วงเวลา กลยุทธ์ของสำนักงานตลาดกินแบ่งรัฐบาลในการผลิต การจำหน่าย และการออกวางวัด การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การพัฒนาองค์กร บุคลากร ผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความทันสมัย

รูปแบบสารสนเทศเป็นรายงานผลการวิจัย ผลการสำรวจ เอกสาร บทความทางวิชาการ ขอบเขตของงาน และการกำหนดรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ TOR (Term of Reference) รายงานสรุปผลการดำเนินงาน สถิติหนังสือเวียน มติคณะกรรมการตลาดกินแบ่งรัฐบาล ข้อมูลแสดงผลจากคอมพิวเตอร์ในระบบอินเทอร์เน็ต

แหล่งสารสนเทศ ได้แก่ ข้อมูลจากระบบการตลาดและการจัดจำหน่าย ระบบจำหน่าย ฐานข้อมูลของงานทะเบียนผู้ค้าตลาด ฐานข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ตที่ชื่อว่า “Hello” และระบบอินเทอร์เน็ตสำนักงานตลาดกินแบ่งรัฐบาล

ระบบสารสนเทศยังไม่มีนำมาใช้ในการจัดเก็บเพื่อการวิจัยตลาด ปัจจุบันใช้วิธีนำข้อมูลการจำหน่ายแต่ละงวดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมาวิเคราะห์

2.2 ด้านการวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลาดกินแบ่งรัฐบาล

ผู้บริหารได้วางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลาดกินแบ่งรัฐบาล เช่น การออกตลาดออนไลน์ หรือการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ถึงแม้ว่านโยบายยังไม่มีความชัดเจน เนื่องจากผิดพระราชบัญญัติตลาดกินแบ่งรัฐบาล พ.ศ. 2517 แต่ปัจจุบันได้มีการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมให้สามารถดำเนินการได้ โดยสรุปในเรื่องการวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องของนโยบาย มีคณะกรรมการตลาดกินแบ่งรัฐบาลเป็นผู้รับผิดชอบ ยังมีได้ส่งการลงมาให้ศึกษา จึงไม่ได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการวางแผนงานและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ใช้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับ ผลการดำเนินงาน รายงานประจำปี รายงานผลการวิจัยรูปแบบผลิตภัณฑ์ ตลาดออนไลน์ รายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความคิดเห็นข้อเสนอแนะของประชาชน และรายงานผลการวิจัยการสำรวจตลาดตลาดกินแบ่งในประเทศเกี่ยวกับชนิด รูปแบบตลาดที่ได้รับความนิยม ช่องทางทางการตลาด การวางแผนเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการ และพัฒนาบุคลากร ความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดรูปแบบใหม่ ลักษณะและความต้องการของลูกค้าต่อตลาดรูปแบบใหม่ โดยศึกษาจากรูปแบบตลาดในประเทศพบว่า ตลาดที่มีรางวัลสะสมมูลค่าสูงมากในระดับร้อยล้านพันล้านได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

รูปแบบสารสนเทศ รายงานผลการวิจัย ผลการสำรวจ เอกสาร บทความทางวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตลาดกิน แบ่ง รูปแบบตลาดในประเทศจากข้อมูลขององค์กรสื่อทั่วโลก

แหล่งสารสนเทศที่สำคัญมาจากสำนักพัฒนาธุรกิจ รายงานผลการสำรวจทัศนคติและความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งจะมีโจทย์ในการวิจัยว่าจะพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างไร การดำเนินงาน กระบวนการต่างๆ ควรจะพัฒนาอะไรบ้าง



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

และอย่างไร โดยสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากสมาคมลือเตอร์โลก และระบบอินเทอร์เน็ตระบบสารสนเทศในการวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังไม่มี มีเพียงการดำเนินงานของสำนักพัฒนาธุรกิจด้านการวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.3 ด้านการสื่อสารการตลาด

ผู้บริหารมีการนำเสนอเนื้อหาสารสนเทศเกี่ยวกับการดำเนินการต่าง ๆ ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลตามหลักธรรมาภิบาล ในการจำหน่ายสลากด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยเริ่มตั้งแต่การกำหนดยอดจำหน่าย จัดทำบัญชีจัดสรรสลาก คัดเลือกตัวแทนจำหน่าย การจัดส่งสลาก การจำหน่ายสลาก การออกรางวัล และการจ่ายเงินรางวัล รวมถึงข้อมูลการบริหารจัดการทั่วไป เช่น การจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม CSR (Corporate Social Responsibility) การจัดงานเสวนาเพื่อการประชาสัมพันธ์ การจัดทำโครงการการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เช่น อย่างหลงเชื่อชาวอันเป็นเท็จ การหลอกลวงเกี่ยวกับการออกรางวัล การให้ข้อมูลแก่ชาวอันเป็นเท็จ บิดเบือนที่โจมตีสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยการใช้สื่อในหลาย ๆ ประเภทเพื่อติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการใช้สื่อเพื่อทำการสื่อสารทั้งภายนอกและภายในองค์กร เช่น สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น เช่น โปสเตอร์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชน ผู้มาติดต่อกับสำนักงาน สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนได้รับทราบกระบวนการออกรางวัลที่มีความโปร่งใสตรวจสอบได้ และทราบถึงผลการออกรางวัล ข้อมูลสารสนเทศที่ต้องการและจำเป็นต่อความรู้ความเข้าใจในการสื่อสารการตลาดคือ ข้อมูลด้านการโฆษณาและแนวโน้มการใช้สื่อโฆษณาในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการสื่อสารการตลาดกับลูกค้าในอนาคต เพื่อสร้างช่องทางการรับรู้และเข้าถึงผู้บริโภคในรูปแบบใหม่ด้วยการใช้สื่อโฆษณา และได้เริ่มพัฒนาแอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือเพื่อติดต่อและมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในการสร้างภาพลักษณ์ การส่งเสริมการขาย ช่องทางการจัดจำหน่าย การร้องเรียนเรื่องราวและการไม่ได้รับความเป็นธรรมเกี่ยวกับการดำเนินงานและการซื้อสลาก การแจ้งผลการออกรางวัล การติดต่อสอบถามของลูกค้าในเรื่องต่าง ๆ

รูปแบบสารสนเทศได้จากรายงานสรุปผลการดำเนินงาน สถิติ ผลการสำรวจทัศนคติและความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับแผนงานการดำเนินการส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นยอดจำหน่ายและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

แหล่งสารสนเทศมาจากข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ต วิธีการเข้าถึงโดยทำการค้นหาผลลัพธ์ของการสื่อสารที่เผยแพร่ออกไป เช่น การใช้เสิร์ชเอนจินจากกูเกิลค้นหาผลลัพธ์จากการสื่อสารต่าง ๆ ว่ามีผลตอบรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างไร

ระบบสารสนเทศด้านการสื่อสารการตลาดยังไม่มีนำมาใช้ แต่มีการจัดเก็บข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์โดยบันทึกข้อมูลไว้ในโดเมน M ซึ่งอยู่ในเซิร์ฟเวอร์รวมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล และกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงเฉพาะพนักงานในสังกัดกองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้อำนวยการเพื่อนำข้อมูลมาใช้งานร่วมกันแต่โดเมน M ยังไม่มีความสามารถในการสืบค้นข้อมูล ควรพัฒนาระบบบริหารจัดการเอกสาร (Document Management System) ที่สนับสนุนการสืบค้นแทนการใช้โดเมน M และผู้สร้างเอกสารต้องตระหนักในการให้ข้อมูล Metadata เพื่อประกอบการสืบค้น

2.4 ด้านการจำหน่าย พยากรณ์การจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลแบบใหม่ และวิธีการจำหน่ายแบบใหม่

ประเภทของสารสนเทศเกี่ยวกับการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ส่วนกลางและส่วนภูมิภาคในต่างจังหวัด เพื่อดูข้อมูลเกี่ยวกับการยกเลิกตัวแทนจำหน่ายในแต่ละประเภท ได้แก่ บุคคลทั่วไป คนพิการ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

สมาคม มูลนิธิ หรือองค์กรการกุศลต่าง ๆ และแต่ละประเภทมีการยกเลิกตัวแทนจำหน่ายเท่าใด การหาระบบของการจัดสรรที่ตอบสนองกับตัวแทนจำหน่าย และคู่ค้า เช่น ในระบบซื้อ - จดล่วงหน้า การส่งสลากทางไปรษณีย์ การวิเคราะห์ปริมาณสลาก การลงสำรวจและเก็บข้อมูลในแต่ละพื้นที่ แต่ละภาค ว่ามีจำนวนเท่าใด โดยนำข้อมูล 2 ส่วนนี้ มาพิจารณาในภาพรวม คือ

1. ระบบโควตา (ตัวแทนจำหน่าย) ซึ่งแบ่งเป็นส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคแยกเป็นจังหวัด

2. โครงการซื้อ - จดล่วงหน้าสลากกินแบ่งรัฐบาล (ผ่านธนาคารกรุงไทย) ซึ่งผู้ซื้อไปรับสลากที่ไปรษณีย์ และนำมาวิเคราะห์ผลว่าไปรษณีย์แต่ละจังหวัด ในแต่ละงวดได้รับสลากเท่าใด และนำข้อมูล 2 ส่วนนี้มารวมกันเพื่อพิจารณาปริมาณการกระจายของสลากที่เหมาะสม

การนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการจัดเก็บและเรียกใช้ข้อมูลด้านการจำหน่าย พยากรณ์การจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลแบบใหม่ และวิธีการจำหน่ายแบบใหม่ โดยนำข้อมูลย้อนหลัง 2 ปี มาวิเคราะห์ เพื่อจะปรับจำนวนสลากให้ยืดหยุ่นเพียงพอกับความต้องการจริง ซึ่งข้อมูลที่ได้ยังไม่มีค่านอน และขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมอื่น ๆ เช่น น้ำท่วมและฝนตก การกำหนดวันจำหน่ายสลาก 3 วัน เพื่อป้องกันการนำสลากไปรวมชุด สำหรับโครงการซื้อ - จดล่วงหน้ามีการกำหนดซื้อ - จด ทุกงวดในวันที่ 4 - 6 และวันที่ 19 - 21 ทุกเดือน ปัจจุบันการจัดส่งสลากทางพัสดุจากบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีลูกค้าไม่มารับสลากต้องรอการรายงานเป็นบันทึกแจ้งกลับ ทำให้เกิดความล่าช้าในการแก้ปัญหา จึงเห็นสมควรให้พัฒนาการตรวจสอบการรับสลากแบบออนไลน์ และควรพัฒนาในเรื่องของการชำระเงิน การซื้อสลากโดยการหักบัญชี แต่การดำเนินการในปัจจุบันยังต้องซื้อสลากเงินสดโดยฝากเงินสดเข้าบัญชีในธนาคาร ควรปรับระบบให้ลูกค้าชำระผ่านตู้ฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ร้านสะดวกซื้อ ปัจจุบันได้ทำระบบตรวจสอบการจัดส่งสลากให้กับคนพิการผ่านตู้ไปรษณีย์ และไปรษณีย์ด่วน (EMS) ส่วนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการจำหน่ายสลากเกินราคา การเอาเปรียบลูกค้าของผู้แทนจำหน่ายได้สร้างช่องทางโทรศัพท์สายด่วน (Call Center) เพื่อแจ้งข้อมูลการร้องทุกข์

การพยากรณ์การจำหน่ายสลากรูปแบบใหม่ ได้มาจากงานวิจัยผลิตภัณฑ์สลากในต่างประเทศ เพื่อนำมาคาดการณ์เกี่ยวกับ รูปแบบสลากและเงินรางวัลที่ได้รับความนิยม ปริมาณที่เหมาะสมในการพิมพ์สลากแต่ละงวด วงรอบหรือกำหนดระยะเวลาในการจำหน่าย แผนการโฆษณา การประเมินสถานะของตลาดและความต้องการของลูกค้า การวิเคราะห์ผลกระทบและแนวทางการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับการดำเนินงานและการจำหน่ายสลากแบบเดิม วิธีการจำหน่ายแบบใหม่จะใช้ช่องทางการจำหน่ายผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เช่น การซื้อสลากอิเล็กทรอนิกส์ การชำระเงินทางโมบายล์ แอปพลิเคชัน การแจ้งผลการออกรางวัล การโอนเงินให้กับลูกค้าที่ถูกรางวัล การให้ข้อมูลข่าวสารและรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ

รูปแบบสารสนเทศ เช่น รายงานสรุปการจัดสรรสลากแต่ละงวดในการจำหน่ายซึ่งเป็นวิธีการปฏิบัติแต่เดิม แต่ผู้บริหารต้องการรายงานสรุปผลของข้อมูลแบบอินโฟกราฟิกซึ่งจะช่วยให้เข้าใจง่าย และช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้น แต่ยังไม่มียุคการที่สามารถจัดทำรายงานแบบอินโฟกราฟิก ข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์ของลูกค้าจากศูนย์โทรศัพท์สายด่วน ข้อมูลสรุปผลการจับกุมและดำเนินคดีตัวแทนจำหน่ายที่กระทำความผิดเกี่ยวกับการจำหน่ายสลากในแต่ละจังหวัด แต่ละพื้นที่ ข้อมูลรูปแบบสลากและรางวัลที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศ ข้อมูลการนำแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือมาบริหารจัดการเกี่ยวกับสลากในต่างประเทศ

แหล่งสารสนเทศ ข้อมูลสารสนเทศได้มาจากระบบการตลาดและการจัดจำหน่าย ระบบจำหน่ายมติคณะกรรมการสลากกินแบ่งรัฐบาล ฐานข้อมูลของสำนักพัฒนาธุรกิจในระบบอินเทอร์เน็ต กูเกิล อินเทอร์เน็ต ระบบ e-Service



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

(ระบบที่ให้บริการข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับตัวแทนจำหน่าย) เว็บไซต์หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อตรวจสอบข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคล

วิธีการเข้าถึง โดยการสืบค้นจากฐานข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และฐานข้อมูลออนไลน์ เช่น สำนักพัฒนาธุรกิจ ระบบการตลาดและการจัดจำหน่าย ระบบจำหน่าย โดยใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน สืบค้นจากฐานข้อมูลออนไลน์ การสอบถามทางโทรศัพท์ การศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ การทำหนังสือราชการภายนอกขออนุญาตตรวจสอบข้อมูลบุคคลและทะเบียนราษฎร การสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้บริหาร หัวหน้า และการประชุมปรึกษาหารือ

ระบบสารสนเทศทางการตลาด บุคลากรได้นำระบบสารสนเทศมาใช้ในการจัดเก็บและเรียกใช้ข้อมูล ระบบสามารถสืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้ทุกงวด เป็นข้อมูลดิบที่สามารถนำมาวิเคราะห์คร่าว ๆ ในแต่ละจังหวัดแต่ละพื้นที่ถ้าต้องการทราบว่าตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจังหวัดใด (ระบบการจัดการฐานข้อมูลของธนาคารกรุงไทย) แต่ปัจจุบันยังไม่ได้ดำเนินการ เพราะยังไม่มีข้อสรุป การจัดจำหน่ายสลากออนไลน์ในปัจจุบันยังไม่มีนโยบายที่ชัดเจน ทำให้ยังไม่มีบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญที่รับผิดชอบและดำเนินการจัดการข้อมูลด้านการจำหน่าย การพยากรณ์การจำหน่ายไม่มีระบบสารสนเทศในการพยากรณ์การจำหน่ายทั้งแบบเดิม (สลากใบ) และแบบใหม่ (สลากออนไลน์)

2.5 เปรียบเทียบการใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหารด้านการตลาดและจัดจำหน่ายสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล จำแนกตามอายุงาน และจำแนกตามรูปแบบของสลาก

จำแนกตามอายุงาน ผู้บริหารด้านการตลาดและจัดจำหน่ายในแต่ละอายุงานจะใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในปัจจุบันเครื่องมือและอุปกรณ์สารสนเทศ ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้โดยง่าย ไม่มีความยุ่งยากซับซ้อน โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน และนำไปใช้ในการสืบค้นแหล่งข้อมูลสารสนเทศที่หลากหลาย โดยค้นคว้าทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ระบบสารสนเทศภายในของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล และแหล่งข้อมูลภายนอกองค์กรผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพิ่มความคล่องตัว เพิ่มประสิทธิภาพ และช่วยลดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

จำแนกตามรูปแบบของสลาก สลากกินแบ่งรัฐบาล (สลากใบ) ผู้บริหารส่วนใหญ่ใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายจะใช้ฐานข้อมูลจากระบบการตลาดและการจัดจำหน่าย และระบบจำหน่าย ข้อมูลจากโปรแกรมเอกซ์เซลสรุปยอดการจำหน่ายสลากเพื่อประเมินผลการจัดจำหน่ายและการจำหน่ายสลากเดิม (สลากใบ) ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การจัดส่งสลากให้กับตัวแทนจำหน่าย ระบบการตลาดและการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ระบบและช่องทางการชำระเงินเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับตัวแทนจำหน่าย การติดต่อสื่อสารกับตัวแทนจำหน่าย การป้องกันการกระทำความผิดในการจัดจำหน่าย ได้แก่ การรวมสลากเป็นชุด การปลอมแปลงสลาก การจำหน่ายสลากเกินราคา การติดตามยอดการชำระเงินของตัวแทนจำหน่ายผ่านระบบธนาคาร การกระจายและการจัดส่งสลากให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่ทั่วประเทศอย่างเป็นธรรม การลงโทษ การตัดสิทธิ์และการยกเลิกโควตาตัวแทนจำหน่ายที่กระทำความผิด การติดตามการจำหน่ายสลากเกินราคา ในอนาคตจะมีการปรับปรุงระบบฐานข้อมูลสารสนเทศทั้งระบบให้เป็นแบบเรียลไทม์ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ทราบถึงปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที

สลากออนไลน์ ผู้บริหารส่วนใหญ่ใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายจะใช้ฐานข้อมูลจากการสืบค้นและค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ WLA : World Lottery Association, เว็บไซต์ APLA : Asia Pacific Lottery Association,



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

www.glo.or.th (เว็บไซต์สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล) และระบบอินเทอร์เน็ต กระบวนการพัฒนาและการดำเนินงานเกี่ยวกับการค้าสลาก รายงานผลการสำรวจทัศนคติความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของประชาชน และรายงานการวิจัยผลการสำรวจตลาดต่างประเทศและผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการจำหน่ายสลาก ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ในการวิจัยตลาด การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากกินแบ่งรัฐบาล การสื่อสารการตลาด การจำหน่าย พยากรณ์การจำหน่าย สลากกินแบ่งรัฐบาลแบบใหม่ และวิธีการจำหน่ายแบบใหม่ มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการตลาดและจัดจำหน่ายสลากออนไลน์ เพื่อประเมินความเป็นไปได้เกี่ยวกับรูปแบบสลากออนไลน์และเงินรางวัลที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การจัดหาผู้แทนจำหน่าย เครื่องจัดจำหน่ายสลากออนไลน์อัตโนมัติที่เหมาะสม ระบบการตลาดและจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ ระบบและช่องทางการชำระเงินเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้แทนจำหน่ายและลูกค้า การติดต่อสื่อสารกับผู้แทนจำหน่าย การกระตุ้นและการจูงใจลูกค้าให้หันมาซื้อสลากออนไลน์

3. ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหาร

ผลการวิจัยพบว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่าย ได้แก่ ด้านข้อมูล ด้านแหล่งข้อมูล ด้านบุคลากร และด้านช่องทางการส่งข้อมูลให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ด้านข้อมูล

(1) ความไม่ถูกต้องและความไม่ทันสมัยของข้อมูล เช่น การตัดโควตาสลากของตัวแทนจำหน่ายผิด ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่มาก เพราะสำนักงานไม่มีระบบสารสนเทศที่เชื่อมโยงข้อมูลทำให้ข้อมูลคลาดเคลื่อน ควรมีการสรุปผ่านระบบสารสนเทศ ณ ขณะนั้นซึ่งจะน่าเชื่อถือกว่า และพบปัญหาบัญชีธนาคารของตัวแทนจำหน่ายไม่ถูกต้อง ต้องมีการตรวจสอบ

(2) การรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานภายในเกิดความล่าช้าในการรวบรวมข้อมูล ต้องรอสรุปการรายงานเป็นกระดาษแล้วส่งผ่านตามสายงาน เช่น การต่อสัญญา การรายงานการรับสลากจากจังหวัด เป็นต้น

(3) การไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เนื่องจากลูกค้ามีความหลากหลายทำให้การตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านข้อมูลข่าวสารทำได้ไม่ครอบคลุม จำเป็นต้องมีกระบวนการจัดทำ การสื่อสารกับลูกค้าผ่านโซเชียลมีเดียหรือระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะสามารถช่วยแก้ปัญหาได้

(4) การไม่ได้รับข้อมูล ปัญหาจะเกิดขึ้นกับลูกค้าที่มีความรู้ต่ำ ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ คนตาบอด หูหนวกที่ไม่ได้รับข้อมูลอย่างถูกต้อง สะดวก รวดเร็ว ซึ่งผู้ติดตามจะคอยช่วยเหลือแก้ปัญหาให้ แต่หน่วยงานได้มีการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ตลอดเวลา ลูกค้าที่มีความรู้จะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ไม่มีปัญหา

3.2 ด้านแหล่งข้อมูล

(1) ไม่มีแหล่งข้อมูลที่จะให้รายละเอียดเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่าย เช่น ประวัติการมอบอำนาจ ประวัติการรับสลาก และข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งสารสนเทศของหน่วยงานอื่น ๆ ได้ แหล่งสารสนเทศไม่รวมศูนย์

(2) แหล่งในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศที่ต้องการน้อยข้อมูลที่ได้ไม่เพียงพอ และไม่สามารถเข้าถึงแหล่งสารสนเทศได้

(3) ไม่ได้รับสิทธิในการเข้าใช้สืบค้นข้อมูล

3.3 ด้านบุคลากร

(1) ความสามารถหรือทักษะของผู้ใช้งานยังไม่เพียงพอ ผู้ใช้งานบางท่านยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลจากระบบสารสนเทศ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

(2) ความไม่พร้อมของผู้ใช้งานที่จะเรียนรู้ เนื่องจากติดภารกิจและงานมาก

(3) ระบบ e-Service (ระบบที่ให้บริการข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับตัวแทนจำหน่าย) ไม่สามารถสืบค้น เข้าถึง และจัดการข้อมูลของตัวแทนจำหน่ายได้ จะได้ข้อมูลจากกองวิจัยและวางแผนการตลาด และงานทะเบียนผู้ค้าสลากส่งมาให้เท่านั้น ส่วนระบบจำหน่ายไม่สามารถเข้าสืบค้นจัดการข้อมูลเชิงลึกได้ กองวิจัยและวางแผนการตลาดสามารถสืบค้น และจัดการข้อมูลได้ทั้งหมดและผู้ใช้อาจจะไม่มีความเข้าใจในการเข้าถึงก็เป็นได้

(4) บุคลากรที่มีความรู้หรือทักษะหรือมีความเชี่ยวชาญผู้ควบคุมระบบมีน้อย บุคลากรส่วนใหญ่มีความรู้แค่พื้นฐานในเรื่องการใช้งานทั่วไป แต่ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกหรือแก้ปัญหาได้

3.4 ด้านช่องทางในการส่งข้อมูลให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย

มีปัญหาด้านช่องทางในการส่งข้อมูลให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย เพราะลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ คนพิการ ตาบอด หูหนวก เข้าไม่ถึงข้อมูลข่าวสาร ไม่ถนัดใช้อุปกรณ์สื่อสาร ไม่มีความสามารถในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ต้องใช้โทรศัพท์เพื่อสื่อสารในการสอบถามข้อมูลการได้รับสลากกับผู้จำหน่าย ถึงแม้หน่วยงานจะทำการประกาศในหน้าเว็บไซต์

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายของผู้บริหาร สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ผู้วิจัยเลือกศึกษากับกลุ่มผู้บริหารในระดับรองผู้อำนวยการ หัวหน้าสำนัก หัวหน้ากอง และหัวหน้างาน จาก การวิจัยครั้งนี้มีประเด็นสำคัญที่จะนำมาอภิปรายได้แก่ การใช้สารสนเทศของผู้บริหารเพื่อการตลาดและจัดจำหน่าย เปรียบเทียบการใช้สารสนเทศของผู้บริหารเพื่อการตลาดและจัดจำหน่าย และปัญหาและอุปสรรคในการใช้สารสนเทศของผู้บริหารเพื่อการตลาดและจัดจำหน่าย มีดังนี้

1. การใช้สารสนเทศของผู้บริหารเพื่อการตลาดและจัดจำหน่าย ประกอบด้วย การวิจัยตลาด การวางแผนและ พัฒนาผลิตภัณฑ์สลากกินแบ่งรัฐบาล การสื่อสารการตลาด และการจำหน่าย พยากรณ์การจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลแบบ ใหม่ และวิธีการจำหน่ายแบบใหม่

1.1 การวิจัยตลาด

ผู้บริหารได้นำเอาข้อมูลสารสนเทศในแต่ละประเภท เพื่อใช้ในการวิจัยตลาด ได้แก่ ราคาสลากกินแบ่งรัฐบาลในแต่ละงวด แต่ละวันมียอดจำหน่ายเท่าใด ปัญหาการจัดสรรสลากในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและในแต่ละจังหวัด ข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้อง สำนวนราคาสลาก รายงานการวิจัยผลการสำรวจทัศนคติและความคิดเห็น ความพึงพอใจ เช่น ความต้องการ ปริมาณสลาก การจัดสรรสลาก การออกไปเก็บข้อมูลภาคสนามในการสอบถามทัศนคติและความคิดเห็นจากประชาชนทั้งผู้ซื้อและไม่ซื้อ ตัวแทนจำหน่าย ข้อมูลในฐานะข้อมูลระบบการตลาดและการจัดจำหน่าย และระบบจำหน่าย ข้อมูลการจำหน่ายแต่ละงวดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมาวิเคราะห์ เช่น ข้อมูลการซื้อ – จดล่วงหน้าสลากงวดปัจจุบันเป็นข้อมูลการจำหน่าย 42 ครั้ง มาประมวลผลในการทำงาน รายงานการจำหน่ายรายงวด รายงานราคาสลากรายงวด แต่ละช่วงเวลา ตามเทศกาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยขององค์กรสลากกินแบ่งรัฐบาลนิวซีแลนด์ (Lotto New Zealand, 2016, p.4) กล่าวว่า องค์กรตรวจสอบถึงการ ผลักดันให้เกิดความต้องการซื้อต่อการจำหน่าย กติกาที่ดึงดูดใจมีส่วนสำคัญที่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกดีในการเสี่ยงโชคและตัดสินใจซื้อสลาก การจัดการทางการเงินที่มีความมั่นคง การจัดการความเสี่ยง การจัดการด้านความปลอดภัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของโนวามีเดีย/โพสท์โค้ดลอตเตอรี่ (Novamedia/Postcode Lotteries, 2015, p.4) กล่าวว่า องค์กรได้ทำการ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

สื่อสารการตลาดผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านสื่อดิจิทัลและโทรทัศน์ การเพิ่มรางวัลเพื่อจูงใจลูกค้าและจัดให้มีการออกรางวัลมากขึ้น การสร้างภาพลักษณ์โดยการนำเงินบริจาคให้กับองค์กรการกุศลเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ตราสินค้า

1.2 การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากกินแบ่งรัฐบาล

ผู้บริหารได้วางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น การออกสลากออนไลน์ หรือการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ถึงแม้ว่านโยบายยังไม่มีผลชัดเจน เนื่องจากผิดพระราชบัญญัติสลากกินแบ่งรัฐบาล พ.ศ.2517 แต่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมให้สามารถดำเนินการได้ การวางแผนงานและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ใช้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน รายงานประจำปี รายงานการวิจัยรูปแบบผลิตภัณฑ์ สลากออนไลน์ รายงานการวิจัยผลการสำรวจทัศนคติ ความคิดเห็นข้อเสนอแนะของประชาชน และรายงานการวิจัยผลการสำรวจตลาดสลากในต่างประเทศ โดยสรุปในเรื่องการวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องของนโยบาย มีคณะกรรมการสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเอกเทศ แสงลับ (2559: บทคัดย่อ) พบว่า ผู้บริหารสารสนเทศระดับสูง นอกจากความสามารถในการบริหารจัดการและเทคโนโลยีแล้ว ผู้บริหารสารสนเทศระดับสูงยังต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญในการสร้างความร่วมมือเพื่อกำหนดกลยุทธ์พัฒนาระบบ เพื่อแก้ไขปัญหาในองค์กร และมีความเข้าใจโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรเพื่อสนับสนุนวิสัยทัศน์ และกลยุทธ์เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้องค์กร

1.3 การสื่อสารการตลาด

ผู้บริหารมีการนำเสนอเนื้อหาสารสนเทศเกี่ยวกับการดำเนินการต่าง ๆ ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลตามหลักธรรมาภิบาล ในการจำหน่ายสลากด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยเริ่มตั้งแต่ การกำหนดยอดจำหน่าย จัดทำบัญชีจัดสรรสลาก การคัดเลือกตัวแทนจำหน่าย การจัดส่งสลาก การจำหน่าย การออกรางวัล และการจ่ายเงินรางวัล รวมถึงข้อมูลการบริหารจัดการทั่วไป การจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม CSR (Corporate Social Responsibility) และการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยการใช้สื่อในหลาย ๆ ประเภทเพื่อติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เช่น สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น เช่น โปสเตอร์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนผู้มาติดต่อกับสำนักงาน สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนได้รับทราบกระบวนการออกรางวัลที่มีความโปร่งใสตรวจสอบได้ และทราบถึงผลการออกรางวัล การสื่อสารการตลาดกับลูกค้าในอนาคต เพื่อสร้างช่องทางการรับรู้และเข้าถึงผู้บริโภคในรูปแบบใหม่ด้วยการใช้สื่อโฆษณา และได้เริ่มพัฒนาแอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานได้ผ่านโทรศัพท์มือถือเพื่อติดต่อและมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในการสร้างภาพลักษณ์ การส่งเสริมการขาย ช่องทางการจัดจำหน่าย และการร้องเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอภิชาติ พิพัฒน์ (2558: บทคัดย่อ) พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศได้ถูกนำมาเป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการโฆษณา

1.4 การจำหน่าย พยากรณ์การจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลแบบใหม่ และวิธีการจำหน่ายแบบใหม่

ประเภทของสารสนเทศเกี่ยวกับบัญชีจัดสรรสลากกินแบ่งรัฐบาล แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคในต่างจังหวัด เพื่อการจัดสรรสลากที่ตอบสนองกับตัวแทนจำหน่าย เช่น ในระบบซื้อ - จองล่วงหน้าสลาก การส่งสลากทางไปรษณีย์ การวิเคราะห์ปริมาณสลากแต่ละงวด การลงสำรวจและเก็บข้อมูลในแต่ละพื้นที่ แต่ละภาค ว่ามีจำนวนเท่าใด โดยนำข้อมูล 2 ส่วนนี้ มาพิจารณาในภาพรวม คือ (1) ระบบโควตา (ตัวแทนจำหน่าย) ซึ่งแบ่งเป็นส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคแยกเป็นจังหวัด (2) โครงการซื้อ - จองล่วงหน้าสลากกินแบ่งรัฐบาล (ผ่านธนาคารกรุงไทย) และนำข้อมูล 2 ส่วนนี้มารวมกันเพื่อพิจารณาปริมาณการกระจายของสลากที่เหมาะสม แหล่งข้อมูลสารสนเทศได้มาจากระบบการตลาดและการจัด



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

จำหน่าย ระบบจำหน่าย การแก้ปัญหาความล่าช้าจากการจัดส่งสลากทางไปรษณีย์กรณีลูกค้าไม่มารับสลากจากการส่งพัสดุ โดยการพัฒนาและเชื่อมต่อการส่งข้อมูลออนไลน์ การชำระเงินควรปรับระบบให้ลูกค้าชำระเงินผ่านตู้ฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) และร้านสะดวกซื้อ ส่วนข้อร้องเรียนได้สร้างช่องทางโทรศัพท์สายด่วน (Call Center) การพยากรณ์การจำหน่ายสลาก รูปแบบใหม่ ได้มาจากการวิจัยผลิตภัณฑ์สลากในต่างประเทศ ส่วนวิธีการจำหน่ายแบบใหม่จะใช้ช่องทางการจำหน่ายผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยขององค์กรสลากกินแบ่งรัฐบาลนิวซีแลนด์ (Lotto New Zealand, 2016, p.5) กล่าวว่า องค์กรได้ลงทุนในการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลใหม่รวมถึงการจำหน่ายลอตเตอรี่ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งการเสนอขายผ่านแอปพลิเคชันช่วยเพิ่มและเข้าถึงตลาดใหม่ ๆ เพื่อเชื่อมต่อกับตลาดที่มีความหลากหลายมากขึ้น ร่วมกับการพัฒนารูปแบบการเสี่ยงโชคที่ลูกค้าต้องการ

2. เปรียบเทียบการใช้สารสนเทศของผู้บริหารเพื่อการตลาดและจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุงาน และจำแนกตามรูปแบบของสลาก

2.1 จำแนกตามอายุงาน

ผู้บริหารในแต่ละอายุงานจะใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน เนื่องจากใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน ในการสืบค้นแหล่งข้อมูลสารสนเทศที่หลากหลาย โดยค้นคว้าทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และแหล่งข้อมูลภายนอกองค์กรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยทำการสืบค้นข้อมูลเสร็จ เอนจินจากกูเกิลมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมบัติ พันธุ์โพธิ์คำ (2558: บทคัดย่อ) พบว่า ผู้บริหารควรมีความรู้ ความเข้าใจและทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารด้วยเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook, Google, You Tube ในระดับดีมาก

2.2 จำแนกตามรูปแบบของสลาก

ผลการวิจัยพบว่า สลากใบ ผู้บริหารใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายจะใช้ฐานข้อมูลจากระบบ การตลาดและการจัดจำหน่าย และระบบจำหน่าย ข้อมูลจากโปรแกรมเอกซ์เซลในการบริหารจัดการและประเมินผลการจำหน่ายสลาก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า สลากออนไลน์ ผู้บริหารส่วนใหญ่ใช้ฐานข้อมูลจากการสืบค้นและ ค้นคว้าข้อมูลทั้งในประเทศและต่างประเทศ เกี่ยวกับรายงานการวิจัยกระบวนการพัฒนาและการดำเนินงานเกี่ยวกับการค้า สลาก รายงานการวิจัยการสำรวจตลาดต่างประเทศและผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการจำหน่ายสลาก ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การวิจัยตลาด การวางแผน การสื่อสารการตลาด การจำหน่าย พยากรณ์การจำหน่าย สลากกิน แบ่งรัฐบาลแบบใหม่ และวิธีการจำหน่ายแบบใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ประจำปี 2560-2564 (2559, น.81) กล่าวว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมียุทธศาสตร์ในการปรับปรุง/พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการ ส่งมอบคุณค่า และความพึงพอใจให้กับลูกค้า

3. ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สารสนเทศของผู้บริหารเพื่อการตลาดและจัดจำหน่าย มีดังนี้

3.1 ด้านข้อมูล

ความไม่ถูกต้องและความไม่ทันสมัย การได้รับข้อมูลสารสนเทศไม่ตรงกับความต้องการ และไม่ได้รับความร่วมมือในด้านการให้ข้อมูล การรื้อรับข้อมูลจากหน่วยงานภายในและภายนอกเกิดความล่าช้า การเสียเวลาเพื่อรอสรุปรายงาน ข้อมูล ความคลาดเคลื่อนของข้อมูลข่าวสารที่ลูกค้าได้รับและไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ปัญหาและอุปสรรคในการ สื่อสารกับลูกค้าที่มีความรู้ต่ำ ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ คนตาบอด หูหนวก



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

3.2 ด้านแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ต้องการมีการกระจายไม่รวมศูนย์เป็นแหล่งข้อมูลกลาง ข้อมูลมีน้อย ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งสารสนเทศได้และไม่ได้รับสิทธิ์ในการเข้าใช้สืบค้นข้อมูล ต้องมีระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพที่สามารถยืดหยุ่นสอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ทันสมัย

3.3 ด้านบุคลากร

ความสามารถหรือทักษะของผู้ใช้งานยังไม่เพียงพอ ผู้ใช้งานบางท่านยังไม่เข้าใจและไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลจากระบบสารสนเทศ ความไม่พร้อมของผู้ใช้งานที่จะเรียนรู้ เนื่องจากติดภารกิจและงานมาก บุคลากรที่มีความรู้หรือทักษะหรือมีความเชี่ยวชาญผู้ควบคุมระบบมีน้อย

3.4 ด้านช่องทางการส่งข้อมูลให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ คนพิการ ตาบอด หูหนวก เข้าไม่ถึงข้อมูลข่าวสาร ไม่ถนัดใช้อุปกรณ์สื่อสาร ไม่มีความสามารถในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ต้องใช้โทรศัพท์เพื่อสื่อสาร

ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สารสนเทศของผู้บริหารเพื่อการตลาดและจัดจำหน่ายในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านข้อมูล ด้านแหล่งข้อมูล ด้านบุคลากร และด้านช่องทางการส่งข้อมูลให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาณิสรา ศรีทริธ (2558: บทคัดย่อ) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากตัวผู้ใช้ เนื่องจากขาดความรู้และทักษะในการใช้สารสนเทศที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน และการเข้าถึงสารสนเทศผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของสมบัติ พันธโพธิ์คา (2558: บทคัดย่อ) พบว่า การพัฒนาศักยภาพผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ ผู้บริหารควรมีความรู้ความเข้าใจและทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ประจำปี 2560-2564 (2559, น.81) กล่าวว่า กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและส่งเสริมคุณค่าให้กับลูกค้า เพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า และพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ จะต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการดำเนินการ การปรับปรุงกระบวนการ พัฒนาบุคลากรและจัดการความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

1.1 ควรดำเนินการจัดทำคลังสารสนเทศ หรือคลังปัญญาของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อรวบรวมจัดเก็บเอกสาร สิ่งพิมพ์ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ ที่เป็นผลงานของบุคลากรและของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการส่งเสริมองค์ความรู้ที่กระจายกระจายให้อยู่ในฐานข้อมูลเดียวกัน เป็นภูมิปัญญาขององค์กรในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ศึกษาค้นคว้า นำมาใช้ในการแก้ปัญหาและพัฒนาองค์กร รวมทั้งเพื่อเป็นการสงวนรักษาทรัพยากรสารสนเทศในคลังไว้ในระยะยาว

1.2 ควรกำหนดแนวปฏิบัติการลงรายการข้อมูลของเอกสาร เพื่อให้รองรับการสืบค้นและประมวลผลในมิติต่าง ๆ

1.3 ควรจัดหาบุคลากรที่มีความรู้หรือทักษะหรือมีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะด้านการวิจัยตลาด การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพยากรณ์การจำหน่าย เพื่อมาดำเนินการเกี่ยวกับการตลาดและจัดจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7

The 7th STOU National Research Conference

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการพัฒนาฐานข้อมูลออนไลน์ของตัวแทนจำหน่ายและคู่ค้าสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อแจ้งสถานะต่าง ๆ แบบเรียลไทม์ตลอด 24 ชั่วโมง

2.2 ควรศึกษาการพัฒนาระบบการแจ้งเตือนการจัดส่งสลากทางโทรศัพท์ทางสายเรียกเข้าแบบอัตโนมัติเพื่อให้เข้าถึงได้โดยง่ายและสะดวกสำหรับผู้ทุพพลภาพ

เอกสารอ้างอิง

- น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2552). การใช้สารสนเทศในองค์กร. ใน *เอกสารชุดฝึกอบรม การจัดการสารสนเทศในองค์กร (Managing Information in an Organization)* (หน่วยที่10). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปาณิสรา ศรีธีระ. (2558). *การใช้สารสนเทศของนักออกแบบผลิตภัณฑ์เกมออนไลน์ บริษัทโกลเด้นซอฟต์แวร์ 2006 (ประเทศ) จำกัด* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- รัตนพงษ์ สอนสุภาพ และศรีพันธ์ ธิติลักษณ์. (2554). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ สลากกินแบ่งรัฐบาล : โครงสร้างอำนาจและผลประโยชน์ของใคร*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).
- ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2558). *บทสรุปผู้บริหาร ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล*. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมบัติ พันธุ์โพธิ์คา. (2558). *การพัฒนาศักยภาพผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารศูนย์เครือข่ายพัฒนาคุณภาพการบริหารการศึกษาอำเภออย่างตลาด 2 สำนักงานเขตพื้นที่การประถมศึกษาภาคีสกลนคร เขต 2* (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2558). *แผนดำเนินงาน ประจำปี 2559*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล.
- สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2559). *แผนวิสาหกิจ ประจำปี 2560-2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล.
- สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2552). *ระเบียบสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ว่าด้วยการแบ่งส่วนงานของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล 2552*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล.
- อภิชา พินิจ. (2558). *เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- เอกเทศ แสงลับ. (2559). *คุณลักษณะของผู้บริหารสารสนเทศระดับสูงในสถาบันอุดมศึกษา. วารสารการอาชีวและเทคนิคศึกษา*, 6(11), 52.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2551). *วิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ (ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- Novamedia/Postcode Lotteries. (2015). Annual Report 2015, Great Britain: People's Postcode Lottery, Sweden: Swedish Postcode Lottery, The Netherlands: Dutch Postcode Lottery, BankGiro Lottery FriendsLottery.
- Lotto New Zealand. (2016). Annual Report 2015/16: The business of Lotto New Zealand.