

การรับรู้และความคิดเห็นของลูกค้าในจังหวัดอุตรดิตถ์ที่มีต่อกิจกรรม
ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารออมสิน

Perceptions and Opinions of Customers in Uttaradit Province Towards Social and
Environmental Responsibility Activities of Government Savings Bank

เตชินภัทร์ แหยมคง* และก้องภู นิมานันท์*

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้และความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารออมสิน ตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้และความคิดเห็นของลูกค้า ครอบคลุม 3 มิติ ได้แก่ ออมเศรษฐกิจ ออมสังคม และออมสิ่งแวดล้อม โดยศึกษาการรับรู้และความคิดเห็นของลูกค้าเฉพาะกิจกรรมภายนอกองค์กร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย จากทั้ง 10 สาขาในพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์ นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม ของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น โดยจำแนกตามอายุ และแหล่งที่อยู่อาศัย การวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรวมกลุ่ม (Independent Test) โดยวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และแหล่งที่อยู่อาศัย ทั้งนี้ มีการใช้การวิเคราะห์ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ไม่เท่ากันในแต่ละโครงการ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 213 คน มีอายุ 30 – 39 ปี มีสถานภาพสมรสมากที่สุด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ประกอบอาชีพค้าขาย /ธุรกิจส่วนตัว มีแหล่งอาศัยอยู่อำเภอเมือง มีการรับรู้และค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้โครงการธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสินมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือโครงการออมสินสร้างบ้านปลา รักษาทะเลไทย

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ พบว่า ลูกค้าที่มีการศึกษาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันในโครงการธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันในโครงการพัฒนาความเข้มแข็งกลุ่มองค์กรการเงินชุมชน ลูกค้าที่มีแหล่งที่อยู่อาศัยต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันในโครงการกีฬาธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในโครงการธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน และโครงการเยาวชนสัมพันธ์รักษาสันติภาพและสิ่งแวดล้อม ลูกค้าที่มีแหล่งที่อยู่อาศัยต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในโครงการโครงการยกระดับองค์กรการเงินชุมชนเป็นธนาคารชุมชน

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

The independent study aimed to study perceptions and opinions of the customers towards social and environmental responsibility activities of Government Savings Bank according to the framework and theory of perceptions and opinions of customers which include three aspects: savings economy, savings society, and savings environment. This study examined the perceptions and opinions of customers towards the outside organization activities of Government Savings Bank. The questionnaire was used to collect data from the sampling group of 400 customers from ten branches of the bank in Uttaradit province. The data acquired from the questionnaire was analyzed by descriptive statistics including frequency, percentage, and mean. The data collected was also analyzed by inferential statistics consisting of the One-Way ANOVA of the difference between the groups of average perception level and average opinion level classified by age and their residences and the analysis of the group comparison by analyzing the difference between the groups of average perception level and average opinion level classified by age educational levels and their residence. However, the different methods of analysis have been used depending on the number of samples with different perception in each project.

The study found that the majority of the respondents were 213 females aged 30-39 years old, with marital status and a bachelor's degree the most. They were a merchant or had their own business and lived in Mueng District. The respondents knew GSB School-Bank Project the most and it had the highest average perception level towards this project. As for GSB-Building Fish Home, Protecting the Sea Project, it had the highest level of opinions.

The analysis of the difference between the groups of the average perception level found that customers with different educational levels had different average levels of perception towards the School-Bank Project. In addition, customers with different ages had different average perception levels towards the Strength Development of Community Financial Institutes Project. Furthermore, customers with different residences had different average perception levels towards the School Sports Project of Government Savings Bank. The analysis of the difference between the groups of the average opinion level showed that customers with different ages had different average levels of opinion towards the School-Bank Project and the Youth Loving Nature and Environment Project. With regard to customers with different residences, they had different average opinion levels towards the Upgrading Community Financial Institutions to Community Banks Project.

บทนำ

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีความซับซ้อน และมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงตามสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ทุกองค์กรมีการปรับตัวและเกิดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง การดำเนินธุรกิจนั้น ต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับหลายภาคส่วน หากธุรกิจสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดี เกิดการมีส่วนร่วมที่ดีต่อกัน จนก่อให้เกิดความผูกพัน ความจงรักภักดี และได้รับการยอมรับจากทุกฝ่าย จะส่งผลให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน

ธนาคารออมสิน เป็นสถาบันการเงินของรัฐที่เติบโตและมีความมั่นคงยาวนานกว่า 106 ปี มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อ ประชาชนและประเทศชาติ ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามมติการสร้างความยั่งยืนของธนาคาร อย่างต่อเนื่อง (ฝ่ายพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม ธนาคารออมสิน, 2561) ที่ผ่านมามีการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างต่อเนื่อง มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ แนวคิดการจัดกิจกรรม เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยทุกปี อาจมองได้ว่าภาพของการจัดกิจกรรม นั้นเหมือนเป็นโครงการที่ไม่ต่อเนื่องส่งผลต่อการจดจำ ดังนั้น การศึกษาในพื้นที่นี้ จะทำให้ทราบได้ว่าการดำเนินการโครงการต่างๆ เหล่านั้นเกิดการรับรู้และความเห็นด้วยของลูกค้าแท้จริงหรือไม่ ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษา เรื่องการรับรู้และความ คิดเห็นของลูกค้าในจังหวัดอุดรดิตถ์ ที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารออมสิน เพื่อนำผล การศึกษาที่ได้มาใช้ประโยชน์ เป็นแนวทางเพื่อปรับปรุงและพัฒนา ดำเนินกิจกรรม CSR ภายนอกองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการทางความคิด (Cognitive Process) ที่บุคคลใช้ในการเลือก (Selects) จัดระเบียบ (Organizes) และให้ความหมาย (Give Meaning) สิ่งเร้าที่เป็นสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพราะบุคคลจะใช้กระบวนการทาง ความคิด (Cognitive Process) ของตัวเองในการรับรู้สิ่งเร้า (สุธรรม รัตนโชติ, 2552) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ 2 ประเภท ได้แก่ 1) อิทธิพลที่มาจากภายนอก ได้แก่ การกระทำซ้ำๆ (Repetition) ความเข้มและขนาดของสิ่งเร้า (Intensively and Size) การเคลื่อนไหว (Movement) สิ่งที่ตรงกันข้าม (Contrast) และ 2) อิทธิพลที่มาจากภายใน ได้แก่ ความสนใจ การคาดหวัง (Expectancy) แรงจูงใจ (Motive) อารมณ์ ความคิด จินตนาการ และความรู้สึกต่างๆ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น

กุนทลี รีนรมย์ (2551) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “ความคิดเห็น เป็นสิ่งที่อยู่ภายในความนึกคิดของมนุษย์ ความคิดเห็น จะต้องบังเกิด ขึ้นกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ว่าจะเป็นวัตถุสิ่งของสิ่งที่จะต้องได้และจับต้องไม่ได้” ความคิดเห็นประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ (กุนทลี รีนรมย์, 2551) ดังนี้ 1) องค์ประกอบด้านสติปัญญา (Cognitive Component) 2) องค์ประกอบด้านอารมณ์ หรือความรู้สึก (Affective Component) และ 3) องค์ประกอบด้านความโน้มเอียงของพฤติกรรม (Behavioral Component)

3. ทฤษฎีของความรับผิดชอบต่อสังคม

CSR หรือ Corporate Social Responsibility คือ แนวคิดขององค์การในการดำเนินที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงดูแลชุมชนและสังคมโดยรอบ นอกจากนี้ CSR ในหลายองค์การอาจเป็นการตั้งเงื่อนไขให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ร่วมกันดูแลรับผิดชอบต่อสังคมด้วย (จิรประภา อัครบวร และประยूर อัครบวร, 2552) สามารถจำแนกได้ 6 ประเภทชนิดกิจกรรม

ได้แก่ การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม การบริจาคเพื่อการกุศล การอาสาช่วยเหลือชุมชน และการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

4. ธนาคารออมสินกับความรับผิดชอบต่อสังคม

กิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามยุทธศาสตร์ ด้านการพัฒนาสู่ความยั่งยืน ครอบคลุม 3 มิติ ดังนี้

1) ด้านอ้อมเศรษฐกิจ ดำเนินโครงการ/กิจกรรมต่างๆ มากมาย เพื่อให้สังคมไทยเติบโตทางเศรษฐกิจ และเป็นรากฐานที่สำคัญของการพัฒนาประเทศ 2) ด้านอ้อมสังคม ดำเนินโครงการ/กิจกรรมต่างๆ ตามแนวทางการพัฒนาสังคมเพื่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน สร้างสรรค์สังคมที่ดี และ 3) ด้านอ้อมสิ่งแวดล้อม ดำเนินโครงการ/กิจกรรมต่างๆ ตามแนวทางการพัฒนาสังคมธนาคารให้ความสำคัญถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และร่วมสร้างสำนึกให้ชุมชนตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นกำลังสำคัญของโลก

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. **ขอบเขตเนื้อหา** เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ระดับการรับรู้และระดับความคิดเห็นของลูกค้าของธนาคารออมสิน ในจังหวัดอุดรดิตถ์ ที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร

2. **ขอบเขตประชากรและการสุ่มตัวอย่าง** ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารออมสินทั้ง 10 สาขาในจังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยเปิดตารางเพื่อเลือกขนาดตัวอย่าง (กุนทลี รื่นรัมย์, 2551) กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก โดยแบ่งเก็บข้อมูลตามขนาดสาขา ดังนี้ สาขาขนาดเล็ก (S) มีทั้งหมด 3 สาขาฯ ละ 30 คน สาขาขนาดกลาง (M) มีทั้งหมด 5 สาขาฯ ละ 42 คน สาขาขนาดใหญ่ (L) มีทั้งหมด 2 สาขาฯ ละ 50 คน

3. **วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล** เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และแหล่งที่อยู่อาศัย เป็นคำถามลักษณะเลือกตอบ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้าในจังหวัดอุดรดิตถ์ ที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารออมสิน ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ของลูกค้าในจังหวัดอุดรดิตถ์ ที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารออมสิน เฉพาะในส่วนของผู้ที่รู้จักกิจกรรมมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย โดยใช้มาตรวัดแบบ Rating แบ่ง ระดับการรับรู้เป็น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของของลูกค้าในจังหวัดอุดรดิตถ์ ที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารออมสิน เฉพาะในส่วนของผู้ที่รู้จักกิจกรรมมาทำการคำนวณวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale แบ่ง ระดับความคิดเห็น เป็น เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ในส่วนที่ 3 และ 4 จะนำมาวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น จำแนกตามอายุ และแหล่งที่อยู่อาศัย และการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรวมกลุ่ม (Independent Test) โดยวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และแหล่งที่อยู่อาศัย อาศัย ทั้งนี้ มีการใช้การวิเคราะห์ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ไม่เท่ากันในแต่ละโครงการ ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะของลูกค้าในจังหวัดอุดรดิตถ์

ผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 – 39 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีอาชีพค้าขาย /ธุรกิจส่วนตัว มีแหล่งอาศัยอยู่ อำเภอเมือง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ ในโครงการหรือกิจกรรมของธนาคารออมสิน

ตารางที่ 1 แสดงการรับรู้ของลูกค้านางจังหวัดอุตรดิตถ์ที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารออมสิน

โครงการหรือกิจกรรม	ด้าน	แบ่งตามความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กร 6 ชนิดกิจกรรม	การรับรู้	
			จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีผู้ตอบแบบสอบถามตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไป				
ธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน	ออมเศรษฐกิจ	การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม	293	73.25
กีฬา ธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน	ออมสังคม	การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม	234	58.50
ดนตรี ธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน	ออมสังคม	การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม	217	54.25
ยกระดับองค์กรการเงินชุมชนเป็นธนาคารชุมชน	ออมเศรษฐกิจ	การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม	216	54.00
มีผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่าร้อยละ 50				
พัฒนาความเข้มแข็งกลุ่มองค์กรการเงินชุมชน	ออมเศรษฐกิจ	การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม	193	48.25
ออมสินจากร้อยสู่เงินล้าน	ออมเศรษฐกิจ	การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม	154	38.50

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ ในโครงการหรือกิจกรรมของธนาคารออมสิน

ตารางที่ 2 แสดงระดับการรับรู้ของลูกค้ำในจังหวัดอุดรดิษฐ์ที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารออมสิน

โครงการหรือกิจกรรม	ด้าน	แบ่งตามความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร 6 ชนิดกิจกรรม	ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้	แปลผล
ธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน	ออม เศรษฐกิจ	การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม	3.65	มีการรับรู้ในระดับมาก
ออมสินจากร้อยสุเงินล้าน	ออม เศรษฐกิจ	การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม	3.64	มีการรับรู้ในระดับมาก
ยกระดับองค์กรการเงินชุมชนเป็นธนาคารชุมชน	ออม เศรษฐกิจ	การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม	3.29	มีการรับรู้ในระดับปานกลาง
กีฬาธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน	ออมสังคม	การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม	3.10	มีการรับรู้ในระดับปานกลาง
ออมสินสร้างบ้านปลา รักษาทะเลไทย	ออม สิ่งแวดล้อม	การอาสาช่วยเหลือชุมชน	2.85	มีการรับรู้ในระดับปานกลาง
พัฒนาความเข้มแข็งกลุ่มองค์กรการเงินชุมชน	ออม เศรษฐกิจ	การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม	2.81	มีการรับรู้ในระดับปานกลาง
ดนตรีธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน	ออมสังคม	การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม	2.81	มีการรับรู้ในระดับปานกลาง
ส่งเสริมการศึกษาเยาวชนทางด้านวิชาการ	ออมสังคม	การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม	2.79	มีการรับรู้ในระดับปานกลาง
ธนาคารภูมิปัญญา	ออมสังคม	การอาสาช่วยเหลือชุมชน	2.75	มีการรับรู้ในระดับปานกลาง
เยาวชนสัมพันธ์รักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ออม สิ่งแวดล้อม	การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม	2.47	มีการรับรู้ในระดับน้อย

เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ พบว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันในโครงการธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน โดยใช้วิธี Independent Test ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันในโครงการพัฒนาความเข้มแข็งกลุ่มองค์กรการเงินชุมชน โดยใช้วิธี One-Way ANOVA ลูกค้ำที่มีแหล่งที่อยู่อาศัยต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันในโครงการกีฬาธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน โดยใช้วิธี One-Way ANOVA ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ในโครงการหรือกิจกรรมของธนาคารออมสิน

ตารางที่ 3 แสดงระดับความคิดเห็นของลูกค้ำในจังหวัดอุตรดิตถ์ที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารออมสิน

โครงการหรือกิจกรรม	ด้าน	แบ่งตามความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร 6 ชนิด กิจกรรม	ค่าเฉลี่ยระดับ ความคิดเห็น	แปลผล
ออมสินสร้างบ้านปลา รักษาทะเล ไทย	ออม สิ่งแวดล้อม	การอาสาช่วยเหลือชุมชน	4.08	มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย
ธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน	ออม เศรษฐกิจ	การส่งเสริมการรับรู้ประเด็น ปัญหาทางสังคม	3.98	มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย
ยกระดับองค์กรการเงินชุมชนเป็น ธนาคารชุมชน	ออม เศรษฐกิจ	การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหา สังคม	3.83	มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย
ออมสินจากร้อยสู่เงินล้าน	ออม เศรษฐกิจ	การส่งเสริมการรับรู้ประเด็น ปัญหาทางสังคม	3.80	มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย
พัฒนาความเข้มแข็งกลุ่มองค์กร การเงินชุมชน	ออม เศรษฐกิจ	การประกอบธุรกิจอย่าง รับผิดชอบต่อสังคม	3.73	มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย
เยาวชนสัมพันธ์รักษัธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม	ออม สิ่งแวดล้อม	การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหา สังคม	3.63	มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย
ธนาคารภูมิปัญญา	ออมสังคม	การอาสาช่วยเหลือชุมชน	3.62	มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย
ส่งเสริมการศึกษาเยาวชนทาง ด้านวิชาการ	ออมสังคม	การส่งเสริมการรับรู้ประเด็น ปัญหาทางสังคม	3.54	มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย
กีฬาธนาคารโรงเรียน ธนาคาร ออมสิน	ออมสังคม	การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหา สังคม	3.47	มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย
ดนตรีธนาคารโรงเรียน ธนาคาร ออมสิน	ออมสังคม	การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหา สังคม	3.32	มีความคิดเห็นในระดับ ไม่แน่ใจ

เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น พบว่าลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกันต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในโครงการธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน และโครงการเยาวชนสัมพันธ์รักษัธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม โดยใช้วิธี One-Way ANOVA ลูกค้ำที่มีแหล่งที่อยู่อาศัยต่างกันค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในโครงการยกระดับองค์กรการเงินชุมชนเป็นธนาคารชุมชน โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อยากให้เปิดโอกาสให้โรงเรียนที่ไม่ได้เป็นสมาชิกธนาคารโรงเรียนได้ร่วมกิจกรรมกับธนาคารออมสิน (ความถี่ = 15) อยากให้จัดแข่งกีฬาหลายประเภทกว่านี้ เพื่อเปิดโอกาสให้เด็ก ๆ (ความถี่ = 12) อยากให้เปิดรับสมาชิกโครงการธนาคารโรงเรียนเพิ่มอีก (ความถี่ = 9) อยากให้ธนาคารออมสินมีการประชาสัมพันธ์มากขึ้นกว่าเดิม (ความถี่ = 8) อยากให้ธนาคารออมสินจัดอบรมสถาบันการเงินชุมชนทุก ๆ ปี (ความถี่ = 7) และอยากให้มีกิจกรรมดีๆ ในพื้นที่จังหวัดอุดรติดต่อบ่อยๆ (ความถี่ = 4)

2.อภิปรายผลการศึกษา

ในส่วนของระดับการรับรู้ของลูกค้าในจังหวัดอุดรติดต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารออมสิน ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของ ณัฐมน หริ่มเทศ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้และความคิดเห็นในพื้นที่การไฟฟ้าจตุรรวมงาน อำเภอสุวรรณคโลก จังหวัดสุโขทัยที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดยสามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อโครงการธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสินในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐมน หริ่มเทศ (2561) มีผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ด้าน Economy โครงการเพื่อเศรษฐกิจของชุมชน ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อโครงการกีฬาธนาคารโรงเรียนธนาคารออมสินในระดับปานกลาง สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐมน หริ่มเทศ (2561) ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ด้าน Economy โครงการชุมชนปลอดภัย ใช้ไฟ PEA ในระดับปาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อโครงการ ออมสินสร้างบ้านปลารักษาทะเลไทย ในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐมน หริ่มเทศ (2561) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ด้าน Ecology โครงการ PEA พื้นฟูทะเลไทย ในระดับมาก ในส่วนของระดับความคิดเห็นของลูกค้าในจังหวัดอุดรติดต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารออมสิน ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของ ณัฐมน หริ่มเทศ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้และความคิดเห็นในพื้นที่การไฟฟ้าจตุรรวมงาน อำเภอสุวรรณคโลก จังหวัดสุโขทัยที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และการศึกษาของ อันธิกา ศรีวิลัย (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายต่อกิจกรรมด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยสามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อโครงการออมสินจากร้อยสู่เงินล้าน ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อันธิกา ศรีวิลัย (2558) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อโครงการกรุงไทยยุวณิชา ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐมน หริ่มเทศ (2561) ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้าน Economy โครงการเพื่อเศรษฐกิจของชุมชน ในระดับเห็นด้วย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อโครงการกีฬาธนาคารโรงเรียนธนาคารออมสิน ในระดับเห็นด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อันธิกา ศรีวิลัย (2558) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อโครงการ KTB เยาวชนคนรักบอล ระดับเห็นด้วยมากที่สุด แต่สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐมน หริ่มเทศ (2561) ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้าน Economy โครงการชุมชนปลอดภัย ใช้ไฟ PEA ในระดับเห็นด้วย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อโครงการเยาวชนสัมพันธ์รักษัธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในระดับเห็นด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อันธิกา ศรีวิลัย (2558) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อโครงการกรุงไทย หัวใจสีเขียว ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด แต่สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐมน หริ่มเทศ (2561) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้าน Ecology โครงการ PEA พื้นฟูทะเลไทย ในระดับมาก

2.ข้อเสนอแนะ จากการศึกษาข้างต้น ผู้ศึกษาขอเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) จากการรับรู้ ในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยกิจกรรมด้าน ออมสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ต่ำที่สุด ธนาคารออมสินควรที่จะมีการจัดการสื่อสารเชิงยุทธ์ โดยใช้กลยุทธ์การให้

ข่าวสารและสื่อมวลชนสัมพันธ์พัฒนาการร่วมมือกับเครือข่ายสื่อมวลชน เพื่อนำเสนอและจัดการข้อมูลด้านข่าวสารโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง 2) จากการศึกษาการรับรู้แต่ละกิจกรรม พบว่าโครงการธนาคารภูมิปัญญา มีการรับรู้ในระดับที่น้อยมาก ธนาคารออมสิน ควรมีการประชาสัมพันธ์แนะนำข้อมูล และวัตถุประสงค์โครงการต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มการรับรู้ ร่วมกับการใช้กลยุทธ์แบบผลักผ่านช่องทางต่างๆ ของธนาคารที่มีอยู่แล้ว เช่น การประชาสัมพันธ์โครงการในรูปแบบ Popup หรือ Banner บนบริการ Mobile Banking : MyMo เป็นต้น 3) จากการศึกษาระดับการรับรู้แต่ละกิจกรรม พบว่าโครงการเยาวชนสัมพันธ์รักธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีระดับการรับรู้ในระดับที่น้อย ธนาคารออมสินควรพัฒนารูปแบบของการจัดโครงการด้านสิ่งแวดล้อมให้มีความชัดเจนครอบคลุมและสอดคล้องกับแต่ละพื้นที่ เช่น กำหนดนโยบายความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับป่าไม้ในพื้นที่ภาคเหนือ กำหนดนโยบายความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับชายฝั่งและท้องทะเลในพื้นที่ภาคใต้ เป็นต้น

4) จากการศึกษาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ โครงการธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ มากกว่าผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ธนาคารออมสินควรให้ความสำคัญในการให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการเพิ่มมากขึ้น โดยเนื้อหาความรู้ที่นำเสนอควรจะเข้าใจง่ายเป็นประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมายดังกล่าว 5) จากการศึกษาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ ด้านออมเศรษฐกิจ ในโครงการพัฒนาความเข้มแข็งกลุ่มองค์กรการเงินชุมชน เมื่อจำแนกตามอายุ มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีระดับการรับรู้ มากกว่าผู้ที่มีอายุ 15-29 ปี และ ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี ธนาคารออมสินควรใช้กลยุทธ์เสริมสร้างการมีส่วนร่วม โดยการเสริมสร้างความรู้ เช่น เชิญร่วมรับฟังการบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาความเข้มแข็งในชุมชน ร่วมกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสาร เพื่อเพิ่มการรับรู้ 6) จากการศึกษาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ โครงการกีฬาธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน เมื่อจำแนกตามแหล่งที่อยู่อาศัย มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่อาศัยอยู่ อ.น้ำปาด อ.ปากท่า อ.บ้านโคก อ.ท่าปลา อ.ทองแสนขัน มีระดับการรับรู้ มากกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ อ.เมือง และมากกว่าผู้ที่อาศัยอยู่ อ.พิชัย อ.ลับแล อ.ตรอน ธนาคารออมสินควรใช้กลยุทธ์สื่อสาร โดยการพัฒนาการสื่อสาร เพื่อให้มีการรับรู้ที่มากขึ้น เช่น ส่งเสริมให้พนักงานธนาคารออมสินมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นให้กับประชาชน เป็นต้น 7) จากการศึกษาระดับความคิดเห็น ในภาพรวม ทั้ง 3 ด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยทั้งหมด อาจสะท้อนให้เห็นว่าการกำหนดแนวคิดและวัตถุประสงค์ เพื่อให้ประชาชนเกิดความสนใจ เกิดการรับรู้และมีความคิดเห็นที่ดีในโครงการต่างๆ มากขึ้น ธนาคารออมสินควรปรับปรุงการทำการกิจกรรมให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง 8) จากการศึกษา ระดับความคิดเห็นแต่ละกิจกรรม พบว่าโครงการดนตรี ธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน มีระดับความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ อาจมีสาเหตุมาจากวิธีดำเนินโครงการและรูปแบบโครงการ ยังไม่ชัดเจนและครอบคลุม ธนาคารออมสิน ควรใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ได้แสดงความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงรูปแบบและวิธีการดำเนินการโครงการให้เหมาะสมและครอบคลุมยิ่งขึ้น 9) จากการศึกษาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น โครงการธนาคารโรงเรียน ธนาคารออมสิน เมื่อจำแนกตามอายุ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีอายุ 15-29 ปี มีระดับความคิดเห็น มากกว่า ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ธนาคารออมสินควรใช้กลยุทธ์การสื่อสารโดยการพัฒนาการสื่อสารให้มีความน่าเชื่อถือ เช่น ใช้ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ที่มีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นผู้ให้ความรู้ เพื่อเพิ่มความสนใจ ความน่าเชื่อถือ 10) จากการศึกษาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น โครงการยกระดับองค์กรการเงินชุมชนเป็นธนาคารชุมชน เมื่อจำแนกตามแหล่งที่อยู่อาศัย มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่อาศัยอยู่ อ.น้ำปาด อ.ปากท่า อ.บ้านโคก อ.ท่าปลา อ.ทองแสนขัน มีระดับความคิดเห็น มากกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ อ.ลับแล อ.พิชัย อ.ตรอน ธนาคารออมสินควรใช้กลยุทธ์เสริมสร้างการมีส่วนร่วม โดยการเสริมสร้างความรู้ที่ถูกต้อง ดำเนินการจัดอบรม ทำคู่มือให้ความรู้

และจัดอบรมผู้นำชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายผู้นำการมีส่วนร่วมในการยกระดับองค์การชุมชนมากขึ้น 11) จากการศึกษาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น ในโครงการเยาวชนสัมพันธ์รักษาระบบสังคมและสิ่งแวดล้อม เมื่อจำแนกตามอายุ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่ต่างกัน โดยผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็น มากกว่า ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี ธนาคารออมสินควรพัฒนาการสื่อสารโครงการ ผ่านช่องทางต่างๆ ให้มากขึ้น ร่วมกับการพัฒนารูปแบบการดำเนินโครงการ เช่น เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปได้ร่วมเสนอแนวคิดการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและกระตุ้นความสนใจสร้างการรับรู้ในโครงการต่างๆ ทำให้มีทัศนคติที่ดีมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กฤษณ์ รื่นรมย์. (2551). *การวิจัยการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิระประภา อัครบวร, และประยูร อัครบวร. (2552). *ซีเอสอาร์คืออะไร*. สืบค้นจาก http://www.thaicssr.com/2006/03/blog-post_20.html
- ณัฐมน หริ่มเทศ. (2561). *การรับรู้และความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าในพื้นที่การไฟฟ้าจุฬารวมงาน อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดสุโขทัยที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ธนาคารออมสิน ฝ่ายพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม. (2561). *รายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน ประจำปี 2560 พิมพ์พฤศจิกายน 2561*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ปริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สุธรรม รัตนโชติ. (2552). *พฤติกรรมองค์กรและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: ทิออป.
- อันธิกา ศรีวิลัย. (2558). *การรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).