



สาเหตุและแนวทางการแก้ไขปัญหาผลการดำเนินงานด้านเงินฝากลดลง
จากสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย ของธนาคาร AAA สาขา 111

**Causes of and Guidelines for Solving Problem on Reduction of Deposit Money Cased by the
Situation Affecting Thai Economy of AAA Bank, 111 Branch**

พิศชาลักษณ์ พิมพ์ศิริ¹ และ วรณรพี บานชื่นวิจิตร²

¹บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, phischaluck@gmail.com

²กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, dr.wanrapee@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาสาเหตุและแนวทางการแก้ไขปัญหาผลการดำเนินงานด้านเงินฝากลดลง จากสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย ของ ธนาคาร AAA สาขา 111 ในช่วงระยะเวลา เมษายน 2563 – กันยายน 2563 ช่วงวิกฤติเศรษฐกิจการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เงินฝากลดลง 15,731.89 ล้านบาท ศึกษาปัญหาโดยเก็บข้อมูลจากการคำนวณจำนวนตัวอย่าง สำหรับการเก็บแบบสอบถาม คือสูตรของอาจารย์ Taro Yamane ขนาดของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากเพื่อตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 400 คน และจากการสัมภาษณ์ลูกค้าเงินฝาก ผู้บริหาร หัวหน้างาน พนักงานและลูกจ้าง จำนวน 24 คน ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ แผนผังก้างปลา วิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis และกำหนดแนวทางแก้ไข โดยใช้ TOWS Matrix เพื่อศึกษาสาเหตุของการลดลงของยอดเงินฝากและหาแนวทางแก้ไขปัญหาการลดลงของยอดเงินฝาก ผลจากการศึกษา ผู้มาใช้บริการด้านเงินฝากต้องการใช้บริการด้านเงินฝากผ่านช่องทางโมบายแบงก์กิ้ง ด้านปัจจัยภายในลูกค้ามีความต้องการใช้บริการเงินฝากที่สะดวกรวดเร็ว และปัจจัยภายนอกคือปัญหาด้านเศรษฐกิจ จากสถานการณ์ Covid - 19 กระทบกับรายได้ลูกค้าลดลง คนในสังคมต้องเว้นระยะห่างหันมาใช้บริการผ่าน A – Mobile มากขึ้น แนวทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม คือ แนวทางเลือกการพัฒนาตลาด เพื่อต่อ ยอดธุรกิจเชิงรุก จากผลิตภัณฑ์เงินฝาก ด้วย Bank Guarantee / Mobile Application เงินฝาก CASA สร้างโอกาสในการค้นหา New Gen เป็นการเปิดตลาดใหม่ จัดโปรโมชันส่งเสริมเงินฝากตามเทศกาล เช่น วันเด็ก ตรุษจีน และกิจกรรมสัปดาห์เงินออม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเงินฝาก

คำสำคัญ: เงินฝากธนาคาร, แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝาก

ABSTRACT

This research is conducted to study causes of and guidelines for solving problem on reduction of deposit money caused by the situation affecting Thai economy of AAA Bank, 111 Branch, during April 2020 – September 2020 that was considered as the economic crisis due to COVID-19 Pandemic leading to reduction of deposit money in the amount of 15,731.89million baht. The problem is studied by collecting data from calculating the sample size for questionnaires through Taro Yamane's method. The sample size of total customers who used money deposit service for responding to questionnaires is 400 samples. Data were also collected by interviewing with 24



customers of money deposit service, executives, supervisors, employees, and workers. Research tools are fishbone diagram used for analyzing data, SWOT Analysis used for analyzing environment, and TOWS Matrix used for determining guidelines for solving the problem in order to study causes of reduction of deposit money and find guidelines for solving problem on reduction of deposit money. The results reveal that customers of money deposit service demand using this service via mobile banking. For internal factors, customers demand convenient and rapid money deposit service. External factors are economic problems caused by COVID-19 pandemic, i.e., decreased income of customers and social distancing making people to use services via A – Mobile increasingly. The appropriate guidelines for solving problem are guidelines on selection of market development for developing proactive business from money deposit products through Bank Guarantee / Mobile CASA Application in order to provide some opportunities to seek for New Gen customers, open new markets, hold some promotions to promote money deposit in various festivals, for example, Children’s Day, Lunar New Year, and hold Saving Money Week activity to respond to demands for customers of money deposit service.

Keywords: deposit money, guidelines for increasing deposit money

1. บทนำ

ธนาคาร AAA สาขา 111 มีภารกิจหลักในการเป็นสถาบันการเงินเพื่อพัฒนาชนบทซึ่งเป็นกลไกสำคัญของรัฐบาล จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปริมาณเงินฝากซึ่งถือเป็นแหล่งเงินทุนขนาดใหญ่ของธนาคารเพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินและสนับสนุนการพัฒนาแก่กลุ่มเป้าหมายในชนบทไทยทั้งที่เป็นเกษตรกร ผู้ประกอบการ กลุ่มบุคคล องค์กรของชุมชน และสหกรณ์ทุกประเภท จากสถานการณ์ที่ส่งกระทบต่อเศรษฐกิจไทย ธนาคาร AAA สาขา 111 มีผลการดำเนินงานด้านเงินฝากลดลงในช่วงระยะเวลา 1 - 2 ไตรมาสที่ผ่านมา (เมษายน 2563 – กันยายน 2563) ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในช่วงเดือนเมษายน 2563 ลดลงถึง 11,910.38 ล้านบาท ถึงแม้ในเดือน มิถุนายน 2563 จะมียอดเงินฝากเพิ่มขึ้น 8,701.65 ล้านบาท แต่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงไตรมาสที่ 2 ส่งผลให้ในระยะเวลาย้อนหลัง 6 เดือน (เมษายน 2563 – กันยายน 2563) ยอดเงินฝากลดลงสะสมสูงถึง 15,731.89 ล้านบาท ดังข้อมูลต่อไปนี้



ตารางที่ 1 ผลการดำเนินงานด้านเงินฝาก ธนาคาร AAA สาขา 111

ธนาคาร AAA สาขา 111
ผลการดำเนินงานด้านเงินฝาก เพิ่มขึ้น - ลดลง
ไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2563

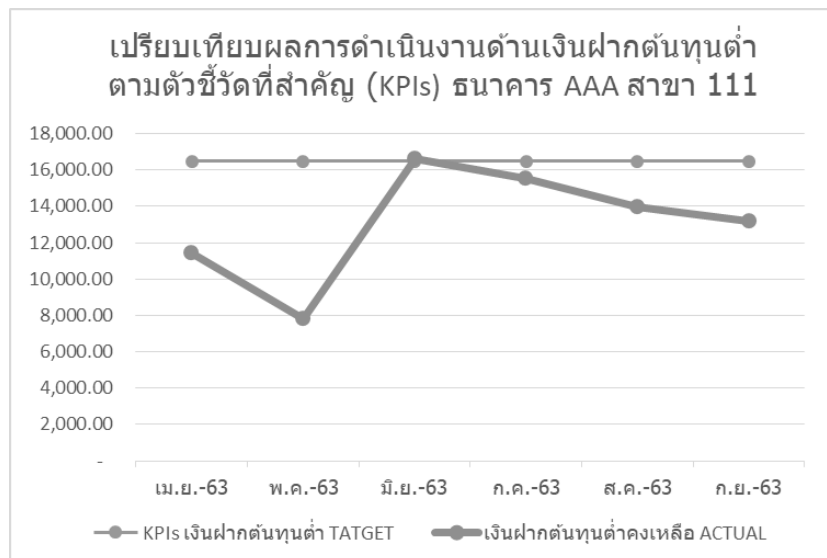
หน่วย : ล้านบาท

เดือน พ.ศ. 2563	เงินฝากต้นทุนต่ำ	เงินฝากต้นทุนสูง	จำนวนเงินฝากคงเหลือ	จำนวนเงินฝากเพิ่มขึ้น - ลดลง
สิ้นปี ยอดยกมา	18,502.52	53,559.81	72,062.33	
เม.ย.-63	11,422.47	48,729.48	60,151.95	- 11,910.38
พ.ค.-63	7,799.22	48,727.58	56,526.80	- 3,625.15
มี.ย.-63	16,618.90	48,609.55	65,228.45	8,701.65
ก.ค.-63	15,542.64	41,866.53	57,409.17	- 7,819.28
ส.ค.-63	13,946.12	42,878.25	56,824.37	- 584.80
ก.ย.-63	13,152.24	43,178.20	56,330.44	- 493.93
รวมเงินฝากเพิ่มขึ้น - ลดลง				- 15,731.89

หมายเหตุ ปีบัญชี พ.ศ. 2563 ของธนาคาร AAA เริ่ม 1 เมษายน 2563 - 31 มีนาคม 2564

ที่มา : ระบบสารสนเทศด้านการบัญชีเพื่อการบริหาร ธนาคาร AAA สาขา 111 พ.ศ. 2563

ปีบัญชี 2563 ธนาคาร AAA สาขา 111 ได้รับเป้าหมายการเงินตามตัวชี้วัดที่สำคัญ KPIs ด้านเงินฝากต้นทุนต่ำ จำนวน 16,484.20 ล้านบาท ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากสถานการณ์ที่ส่งกระทบต่อเศรษฐกิจไทย ยอดเงินฝากต้นทุนต่ำ ธนาคาร AAA สาขา 111 ในช่วงในช่วง 2 ไตรมาสแรก เดือน เมษายน – กันยายน 2563 มีจำนวนเงินฝากต้นทุนต่ำคงเหลือ 13,152.24 บาท ทำให้เกิดผลกระทบด้านการดำเนินงานด้านเงินฝาก ธนาคาร AAA สาขา 111 ยังไม่เป็นเป้าหมาย KPIs



ภาพที่ 1 เปรียบเทียบผลการดำเนินงานเงินฝาก KPIs เม.ย. – ก.ย. 2563

ที่มา : ระบบสารสนเทศด้านการบัญชีเพื่อการบริหาร ธนาคาร AAA สาขา 111 พ.ศ. 2563



แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2560) ได้กล่าวว่า ความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค คือพื้นฐานของแนวคิดการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ที่นับว่ามีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ในด้านของการพัฒนา และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทำความเข้าใจถึงสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการหรือการตอบสนอง

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ (วชิรวัชร งามละม่อม, 2558) ได้อธิบายว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์เป็นความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโส โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ในหน่วยงานหรือในองค์กรต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยพนักงานหรือบุคลากรในระดับต่างๆ ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกที่แตกต่างกันมีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือภูมิหลังของบุคคลนั่นเอง

แนวคิดทฤษฎีแผนผังก้างปลา (Cause and Effect Diagram) ของ ศาสตราจารย์คาโอริ อิชิกาวา (นราวิชญ์ มงคลรัชดาภรณ์, 2559) ได้กล่าวไว้ว่า แผนผังก้างปลา คือ แผนผังสาเหตุและผลเป็นแผนผังที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหา กับสาเหตุทั้งหมดที่เป็นไปได้ที่อาจก่อให้เกิดปัญหานั้น สิ่งที่สำคัญคือ กำหนดปัญหาที่เกิดขึ้นที่หัวปลา กำหนดกลุ่มปัจจัยที่จะทำให้เกิดปัญหานั้น โดยหาสาเหตุของปัญหา และจัดลำดับความสำคัญของสาเหตุ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออมเงินและอัตราดอกเบี้ย (ดารากรณ์ โคสิริวิวัฒน์, 2558) กล่าวว่า การออมเงิน คือ ภาวะที่บุคคลสละการบริโภคหรือการใช้จ่ายในปัจจุบันเพื่อนำไปบริโภคหรือใช้จ่ายในอนาคต ซึ่งก็คือส่วนต่างระหว่างรายได้กับรายจ่ายในการบริโภคปัจจุบันนั่นเอง (เพลินพิศ สัตย์สงวน, 2554) อธิบายทฤษฎีอัตราดอกเบี้ยไว้ว่า อัตราดอกเบี้ยถือเป็นตัวแปรที่สำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจการเงิน ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังภาคการผลิตการที่มีปริมาณเงินมากอัตราดอกเบี้ยจะลดลง

แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT, TOWS Matrix (ชุตตา แอล, ฟิลกูด เทกโนโลยี, 2563) ได้กล่าวถึง SWOT Analysis โดย อัลเบิร์ต ฮัมฟรี (Albert Humphrey) ผู้คิดค้นทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือวิเคราะห์ความสามารถและศักยภาพขององค์กร เพื่อการทำความเข้าใจตนเอง โดย SWOT ย่อมาจาก Strengths Weaknesses Opportunities และ Threats แบ่งเป็นการประเมินจากปัจจัยภายใน ซึ่งก็คือ จุดแข็งของธุรกิจ (Strengths) จุดอ่อนของธุรกิจ (Weaknesses) และการประเมินจากปัจจัยภายนอกก็คือ โอกาสของธุรกิจ (Opportunities) ความเสี่ยงและอุปสรรคของธุรกิจ (Threats) เพื่อการวางแผนเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจและพัฒนาองค์กรได้ครบวงจรอย่างแท้จริง (อาทิตย์ หงส์ชินธากุล, 2562) กล่าวถึง การจัดการกลยุทธ์ TOWS Matrix ถูกคิดค้นโดยศาสตราจารย์ชาวอเมริกัน Heinz Weirich คือ กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในขององค์กร (SWOT Analysis) มาทำการจับคู่เข้าด้วยกัน โดยที่สามารถแบ่งรูปแบบการจับคู่กลยุทธ์ของ TOWS ออกเป็น กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์เชิงรับ (ST) และกลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ชนิดสิริ อินทร์เสน, 2563) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากต้นทุนต่ำธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา ผลการศึกษาสรุปได้ว่า พบว่าผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิงร้อยละ 51.70 มีอาชีพเกษตรกรร้อยละ 37.00 รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,001 - 20,000 ร้อยละ 43.80 (บุษบง โพธิสมภาร, 2562)



ได้ศึกษา แนวทางการแก้ไขปัญหาอัตราดอกเบี้ยที่ลดลงปริมาณเงินฝากของธนาคารออมสิน โดยนำส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มาศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปริมาณเงินฝากลดลงเนื่องจากมีการครบกำหนดระยะเวลาในการฝากเงินของเงินฝากประจำ ไม่มีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ ดอกเบี้ยเงินฝากต่ำ บริการตู้เอทีเอ็มและตู้ปรับสมุดไม่เพียงพอ(ขนิษฐา งามสมชน, 2562) ได้ศึกษา แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขาบางเขน ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา วิเคราะห์ด้วยแผนผังก้างปลา SWOT Analysis และหากกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix ผลการศึกษา สรุปได้ว่า สาเหตุยอดเงินฝากรวมของธนาคารออมสิน สาขาบางเขนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย มาจากปัจจัยการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ ประเมินทางเลือกให้การแก้ไขปัญหาโดยเลือกกลยุทธ์การเติบโตแบบพัฒนาการตลาดเนื่องจากมีความเป็นไปได้และผลตอบแทนที่จะได้รับในระยะยาว (ปวีณา พันธุ์น้อย, 2562) ได้กล่าวถึง แนวทางการเพิ่มยอดผลิตภัณฑ์เงินฝากออมทรัพย์ไม่ใช้สมุด (A-Savings) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอนุชาริก จังหวัดอุบลราชธานี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาอนุชาริก ผลการศึกษาสรุปได้ว่า สาเหตุที่ทำให้มีผู้สนใจสมัครใช้บริการน้อย มีหลายด้านคือพนักงานมีน้อย ขาดการประชาสัมพันธ์ มีช่องทางการให้บริการที่จำกัด ผลิตภัณฑ์เงินฝากไม่มีจุดเด่นที่น่าสนใจไม่แตกต่างจากบัญชีออมทรัพย์ธรรมดา ไม่มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อมพื้นที่บริการไม่เพียงพอ

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ทราบถึงสาเหตุของยอดเงินฝากที่ลดลง
2. ได้แนวทางในการแก้ไขปัญหาผลการดำเนินงานด้านเงินฝากที่ลดลง

3. การดำเนินการวิจัย

การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ จากข้อมูลผู้มาติดต่อใช้บริการฝากเงินและถอนเงิน ที่เก็บรวบรวมมาจากรายงานผลการดำเนินประจำเดือน ธนาคาร AAA สาขา 111 และสาขาย่อยในสังกัด ตั้งแต่ เมษายน 2563 สิ้นสุดเดือนกันยายน 2563



ตารางที่ 2 สัดส่วนจำนวนราย ในการตอบแบบสอบถามทั้งสาขาหลักและสาขาย่อย

ธนาคาร AAA สาขา 111

จำนวนผู้ใช้บริการฝากเงิน - ถอนเงิน

ตั้งแต่ วันที่ 1 เมษายน 2563 - 30 กันยายน 2563

เดือน	สาขาหลัก	สาขาย่อย 1	สาขาย่อย 2	สาขาย่อย 3	จำนวนราย
รวมทั้งสิ้น	19,428	6,919	4,581	4,520	35,448
ร้อยละ	55.00	20.00	13.00	12.00	100.00
ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	220	80	52	48	400

หมายเหตุ เดือน เมษายน - พฤษภาคม 2563 สาขาย่อย 2 ปิดสาขาชั่วคราว ในช่วงสถานการณ์ Covid-19

ที่มา : รายงานผลการดำเนินงานผู้ใช้บริการสำนักงานกิจการนครหลวง ธนาคาร AAA สาขา 111

โดยคำนวณจำนวนตัวอย่าง (sample size) สำหรับการเก็บแบบสอบถามของงานวิจัย คือสูตรของอาจารย์ Taro Yamane ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการที่เหมาะสม คือ 396 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามออนไลน์ไม่สมบูรณ์อีก 4 คน รวมแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามกับผู้มาใช้บริการด้านเงินฝากทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน QR Code ระยะเวลาประมาณ 1 เดือน ในเดือนกุมภาพันธ์ 2564 เป็นการสุ่มตัวในด้านผู้ใช้บริการเงินฝากอย่างโดยอิสระ โดยออกแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่วิเคราะห์มาจาก เครื่องมือแผนผังก้างปลา (Cause and Effect Diagram) หาสาเหตุและผลเป็นแผนผังที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหา กับสาเหตุทั้งหมดที่เป็นไปได้ที่อาจก่อให้เกิดปัญหานั้น

การสัมภาษณ์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้จัดการสาขา 1 คน ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา 2 คน หัวหน้าการเงิน 4 คน พนักงานฝ่ายปฏิบัติการด้านเงินฝาก 7 คน ลูกจ้าง 2 คน และลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝากกับ ธนาคาร AAA สาขา 111 จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น 24 คนในช่วงระยะเวลา เดือน กุมภาพันธ์ 2564 โดยการสัมภาษณ์เป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดตามวัตถุประสงค์ของผู้ศึกษาคือ เพื่อศึกษาสาเหตุของการลดลงของยอดเงินฝาก และหาแนวทางแก้ไขปัญหาลดลงของยอดเงินฝากกับธนาคาร AAA สาขา 111

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้รับจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด นำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ด้วยวิธีทางสถิติ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบเชิงพรรณนา โดยวิเคราะห์จาก ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา ระดับรายได้เฉลี่ย การวิเคราะห์ข้อมูล (Analyzing the information) เป็นขั้นที่นำเอาสิ่งที่ค้นพบจากข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามทั้งหมด วิเคราะห์และตีความหมายโดยอาศัยเทคนิคทางสถิติ เช่น การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการออมเงิน นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการเงิน และปัจจัยเกี่ยวกับวิกฤติเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ในสถานการณ์ระบาด ของ Covid-19 และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ทดสอบสมมติฐานของการศึกษาครั้งนี้ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยนำเสนอในรูปแบบ ของค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

การวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้รับที่รับจากการสัมภาษณ์ ประกอบกับข้อมูลทุติยภูมิที่ได้รับจากการค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ มาจัดลำดับความสำคัญและคุณลักษณะ พร้อมมาเปรียบเทียบข้อมูลทางเอกสารงานวิจัย



ที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะทราบถึงลักษณะที่คล้ายคลึงกันและความแตกต่างของข้อมูล นำข้อมูลมาวิเคราะห์และนำไปสู่การเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกัน ทั้งในเชิงเหตุและผลซึ่งการวิเคราะห์ในลักษณะเชิงพรรณานำไปสู่ผลในการศึกษาและสรุปผลของการศึกษาเพื่อหาแนวทางการแก้ปัญหาในการศึกษาครั้งนี้

4. ผลการวิจัย

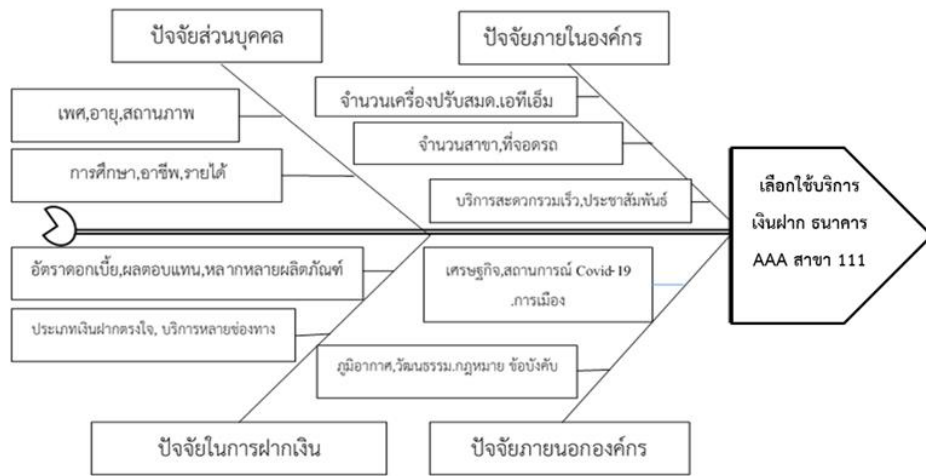
ผลการศึกษาจากแบบสอบถาม บัณฑิตด้านส่วนบุคคลลูกค้าด้านเงินฝากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.50 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 48.50 กลุ่มผู้มาใช้บริการด้านเงินฝากมากที่สุดคือกลุ่มการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.30 กลุ่มอาชีพส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการด้านเงินฝากคือพนักงานเอกชน/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 33.00 มีรายได้ 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.30 เลือกฝากเงินกับ ธนาคาร AAA สาขา 111 เนื่องจากพึงพอใจการบริการที่ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.70 ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บริการด้านเงินฝากผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ โฆษณาเบงคั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.30 บัณฑิตด้านภายในองค์กร ลูกค้ามีความต้องการใช้บริการเงินฝากให้คะแนนในเรื่องของการบริการที่สะดวกรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ เป็นอันดับแรก ได้คะแนนเฉลี่ย 4.18 อยู่ในระดับความต้องการ มาก บัณฑิตในการฝากเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนมากที่สุดในเรื่องของประเภทเงินฝากที่ตรงใจ ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 อยู่ในระดับความต้องการใช้บริการเงินฝาก มาก และบัณฑิตภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อเงินฝาก ด้านเศรษฐกิจ จากสถานการณ์ Covid - 19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับที่ส่งผลกระทบต่อเงินฝาก มากที่สุด

ผลการสัมภาษณ์ลูกค้าเงินฝาก เน้นความพึงพอใจในการให้คำแนะนำที่เข้าใจง่าย ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทาง การแนะนำและสื่อออนไลน์ ทราบประโยชน์ถึงการออมเงินสำหรับไว้ใช้ในอนาคต ส่วนธุรกรรมทางออนไลน์มีความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าปลอดภัยเชื่อถือได้ และสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย การแพร่ระบาดของ Covid - 19 ส่งผลกระทบต่อเงินออมเป็นอย่างมากเนื่องจากกระทบรายได้ ทำให้เงินออมลดลง

ผลการสัมภาษณ์หัวหน้างาน พนักงาน ลูกจ้าง มีการแนะนำการให้บริการลูกค้า พนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ กระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ครบถ้วนถูกต้องแม่นยำ ตามกฎเกณฑ์ทางกฎหมายข้อบังคับ การออกบริการนอกสถานที่ยังไม่สม่ำเสมอพนักงานลดอัตรากำลังลงการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงเพียงพอ สถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย การแพร่ระบาดของ Covid - 19 ส่งผลต่อการให้บริการเงินฝากแก่ลูกค้าอย่างมาก ลูกค้ามาใช้บริการที่สาขาลดลง และหันมาใช้บริการธุรกรรมผ่าน A - Mobile มากขึ้น

การสัมภาษณ์ ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา สรุปว่า มีการให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เงินฝากกับพนักงานในสังกัดอย่างถูกต้องและครบถ้วนมีการติดต่อแนะนำหน่วยงานราชการ แนะนำสถานที่ในการให้บริการนอกสถานที่ เช่น ออกบูธประชาสัมพันธ์ด้านเงินฝากในกิจกรรมต่าง ๆ ติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานด้านเงินฝากทุก ๆ ไตรมาสว่าเป็นไปตามเป้าหมาย และสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานที่ทำผลงานได้ตามเป้าหมาย มีความสำคัญอย่างยิ่ง

วิเคราะห์ปัญหาจากเครื่องมือแผนผังก้างปลา (Cause and Effect Diagram) หาสาเหตุและผลเป็นแผนผังที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหา กับสาเหตุทั้งหมดที่เป็นไปได้ที่อาจก่อให้เกิดปัญหา



ภาพที่ 2 แผนผังก้างปลาแสดงสาเหตุของการเลือกใช้บริการเงินฝาก ธนาคาร AAA สาขา 111

การวิเคราะห์ TOWS Matrix หาจุดแข็ง (Strengths) ของ ธนาคาร AAA สาขา 111 คือ การทำธุรกรรม Bank Guarantee อนุมัติเร็ว ค่าธรรมเนียมต่ำ ส่วนจุดอ่อน (Weaknesses) คือ การกระจุกตัวของพอร์ต เงินฝากมีต้นทุนเงินสูง ธนาคาร AAA สาขา 111 มีโอกาส (Opportunities) ที่ดีในการได้รับนโยบายจากรัฐบาลสนับสนุนการลงทุนภาคเอกชน เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจหลังจากเกิดสถานการณ์ COVID-19 พฤติกรรมของเปลี่ยนแปลงเป็นออนไลน์มากขึ้น เขตพื้นที่ที่ ธนาคาร AAA สาขา 111 ดูแลรับผิดชอบ ในเขต กทม.เป็นศูนย์กลางทางการเงิน การค้า การศึกษา และส่วนงานราชการ รวมถึงสหกรณ์นอกภาค รับนโยบายสนับสนุนสินเชื่อฉุกเฉิน COVID-19 อุปสรรค (Threats) ที่มี คือ สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมมีสูง ต้องการเร่งเบิกจ่ายเงินภาครัฐตามนโยบายเนื่องจากต้องการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ฟื้นตัว ชุมชนในพื้นที่ที่ ธนาคาร AAA สาขา 111 รับผิดชอบรวมด้วยยาก/ความสัมพันธ์ต่ำ กลยุทธ์ที่ใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือ SO กลยุทธ์เชิงรุก แนวทางการพัฒนาตลาด การต่อยอดธุรกิจการตลาดเชิงรุก จากผลิตภัณฑ์เงินฝาก จากการสำรวจแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์ ความต้องการใช้บริการเงินฝาก ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ บริการทางการเงินหลายช่องทาง อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ พัฒนาการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายและครบวงจร ธนาคาร A - Mobile พัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรมล้ำสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการที่สะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน และความปลอดภัย เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน พัฒนาคุณภาพการให้บริการของงานบริการธุรกรรมที่สาขาธนาคารให้เกิดประสิทธิภาพและความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้า ผู้ใช้บริการเงินฝาก จากสาเหตุต่าง ๆ ได้กำหนดแนวทางแก้ไขปัญหา 3 ทางเลือก

แนวทางเลือกที่ 1 คือ แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์เงินฝากการกำหนดระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาประมาณ 1 ปี และงบประมาณ 8 ล้านบาท

- ขยายบัญชีเงินฝากรายย่อย ผ่านระบบออนไลน์ และ ธนาคาร A - Mobile ถอนทุน ใช้สลากทวีสิน (ต้นทุนสูง) ให้กู้ ๓.35 และใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันในการทำ Bank Guarantee (เพิ่มรายได้ดอกเบี้ยและFBI เพิ่มอัตราสินเชื่อเฉลี่ยต่อพนักงานและลด NPL)



- กระจายพอร์ต ผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากของสาขาเพิ่ม CASA จากเงินฝากทวีโชค ด้านสินเชื่อเพิ่มจำนวนรายใหญ่ให้มากขึ้นเพื่อลดการแกว่งตัวของพอร์ตเงินกู้และเงินฝาก Up-Selling, Cross-Selling บูรณาการโครงการจากสินเชื่อ SMEs การสร้างมูลค่าเพิ่มจาก Project Based และ Mobile Application

ตารางที่ 3 แผนปฏิบัติแนวทางเลือกที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เงินฝาก

ลำดับ	การดำเนินการ	เม.ย – มิ.ย.	ก.ค. – ก.ย.	ต.ค. – ธ.ค.	ม.ค. – มี.ค.
1.	วางแผน วิเคราะห์กำหนดเป้าหมายพัฒนาผลิตภัณฑ์เงินฝาก	↔			
2.	ปฏิบัติการรับฝากผลิตภัณฑ์เงินฝาก	←	→	→	→
3.	การประเมินผลตรวจสอบ		←	→	→
4.	การดำเนินงานแก้ไขปรับปรุงผลิตภัณฑ์เงินฝาก			←	→

แนวทางเลือกที่ 2 แนวทางด้านการสื่อสารและการสร้างภาพลักษณ์องค์กร การกำหนดระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาประมาณ 1 ปี และดำเนินการอย่างต่อเนื่องระยะยาวเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร งบประมาณ 5 ล้านบาท

- สร้างภาพลักษณ์ใหม่ ปรับปรุงตกแต่งอาคารสถานที่ พัฒนาคุณภาพการให้บริการให้เป็นมาตรฐานและเสริมสร้างภาพลักษณ์ ปรับปรุงเคาเตอร์บริการใหม่ โดยทำตาม Role Models ภาพลักษณ์ วัฒนธรรมองค์กร จรรยาบรรณ ปรับปรุงกระบวนการทำงาน จัด ลด ยก สร้าง และเพิ่มความยืดหยุ่น ธนาคาร AAA สาขา 111 เพิ่มการอำนวยความสะดวก ช่วงรอยต่อการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี โดยเพิ่มจุดบริการเคาเตอร์เพื่อเป็นที่ปรึกษาการใช้เทคโนโลยีในการทำธุรกรรมทางการเงิน

- สร้างขีดความสามารถด้วยแรงจูงใจ จัดการระบบประเมินผลการปฏิบัติงานให้มีความชัดเจน ให้มีแรงจูงใจที่เหมาะสมเป็นธรรม ธนาคาร AAA สาขา 111 จัดอบรมพนักงานทุกท่านในด้านการให้บริการ ผ่านการเรียนรู้ทางระบบออนไลน์เช่น AAA e-learning หลักสูตร วัฒนธรรมบริการ (AAA Smart Service) พร้อมทั้งสอบประเมินและวัดผล สร้างกระบวนการสื่อสาร 2 ทาง การมีส่วนร่วมระบบติดตามผลงาน สร้างเครือข่ายและความผูกพันในแบรนด์

- กำหนดนโยบายขององค์กรให้เน้นการสร้างภาพลักษณ์ ธนาคาร AAA สาขา 111 จัดประชาสัมพันธ์เดินตลาดแจกโปรซัวร์ และจัดกรรมส่งเสริมทางการตลาด เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ใกล้ชิดธนาคารมากขึ้น รวมถึงจัดสรรงบประมาณด้านการสร้างภาพลักษณ์องค์กร เช่นการจัดเปลี่ยนป้ายไวน์วโฆษณาประชาสัมพันธ์ใหม่ทั้งหมดทั้งสาขาหลักและสาขาย่อยให้มีความสวยงามทันสมัย

ตารางที่ 4 แผนปฏิบัติแนวทางเลือกที่ 2 ด้านการสื่อสารและการสร้างภาพลักษณ์องค์กร

ลำดับ	การดำเนินการ	เม.ย – มิ.ย.	ก.ค. – ก.ย.	ต.ค. – ธ.ค.	ม.ค. – มี.ค.
1	วางแผนปรับปรุงการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร	↔			
2	ปฏิบัติการปรับปรุงภาพลักษณ์องค์กร	←	→	→	→
3	ตรวจสอบประเมินผล		←	→	
4	ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์องค์กร			←	→



แนวทางเลือกที่ 3 คือ แนวทางการพัฒนาตลาดการกำหนดระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาประมาณ 1 ปี และงบประมาณ 1.5 ล้านบาท

แผนปฏิบัติ การจัดโปรโมชันกิจกรรมส่งเสริมเงินฝากตามเทศกาล เช่น วันเด็ก ตรุษจีน และกิจกรรมสัปดาห์เงินออมมีดังนี้

- จัดกิจกรรม วันเด็ก โดยการฝากเงินเข้าบัญชีออมทรัพย์หรือเปิดบัญชีใหม่ 500 บาท รับกระปุกข้างเรื่องแสง 1 กระปุก ได้สูงสุด คนละ 2 กระปุก จัดกิจกรรมในเดือน มกราคม กระปุกข้างเรื่องแสงรับจัดสรรจากสำนักงานใหญ่

- จัดกิจกรรมช่วงวันตรุษจีน โดยการฝากเงินหรือเปิดบัญชีใหม่จำนวนเงิน 20,000 บาท รับกระปุกสิงโตรับทรัพย์ 1 กระปุก จัดกรรมส่งเสริมเงินออมในช่วง เดือน กุมภาพันธ์

- จัดกิจกรรมส่งเสริมเงินออมลูกค้ารายใหญ่ และสัปดาห์เงินออม เช่น ส่วนราชการ ที่มีเงินฝากเพิ่มขึ้น ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ได้รับของสมนาคุณ เป็นเครื่องฟอกอากาศ หม้อทอดไร้น้ำมันเพื่อสุขภาพ กระเป๋าดูหนัง 24 นิ้ว กระจ่างผลไม้ตามฤดูกาลจากเกษตรกร ระยะเวลาดำเนินกิจกรรมตลอดทั้งปี ใช้เงินจากงบประมาณจัดสรรค่าใช้จ่ายส่งเสริมเงินออมของสาขา

- แจกของสมนาคุณ เช่น หน้ากากอนามัย กระเป๋าผ้า สำหรับลูกค้าผู้ฝากเงินรายย่อยที่มียอดเงินฝากเพิ่มขึ้น 2,000 บาทขึ้นไป และผู้ที่สมัคร A Mobile รวมทั้งโหลดเพิ่มเพื่อน Line AAA. Family เพื่อแจ้งเตือนเงินเข้าออกบัญชีฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย ระยะเวลาดำเนินกิจกรรมตลอดทั้งปี ใช้เงินจากงบประมาณจัดสรรค่าใช้จ่ายส่งเสริมเงินออมของสาขา

ตารางที่ 5 แผนปฏิบัติแนวทางเลือกที่ 3 การพัฒนาตลาด

ลำดับ	การดำเนินการ	เม.ย – มิ.ย.	ก.ค. – ก.ย.	ต.ค. – ธ.ค.	ม.ค. – มี.ค.
1	วางแผนการพัฒนาด้านการตลาดด้านเงินฝาก				
2	ปฏิบัติการตามแผนพัฒนาตลาด	←→	←→	←→	←→
3	ตรวจสอบประเมินผลการดำเนินงาน			←→	←→
4	ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงการพัฒนาการตลาด			←→	←→

โดยแนวทางแก้ไขปัญหาการลดลงของยอดเงินฝากกับธนาคาร AAA สาขา 111 ที่เหมาะสม พิจารณาประเมินทางเลือกจากงบประมาณที่ ธนาคาร AAA สาขา 111 ได้รับการจัดสรร ปีบัญชี 2563 ในเรื่องของการส่งเสริมเงินออม จำนวน 1.85 ล้านบาท สามารถนำมาพัฒนาแนวทางทางการตลาดซึ่งเป็นแนวทางเลือกที่ 3 สามารถกระตุ้นยอดเงินฝากให้เพิ่มมากขึ้น กลยุทธ์การพัฒนาตลาด การต่อ ยอดธุรกิจการตลาดเชิงรุก จากผลิตภัณฑ์เงินฝาก



5. การอภิปรายผล

จากผลการศึกษา สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลผู้ใช้บริการ ธนาคาร AAA สาขา 111 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ระหว่าง 31- 40 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน/รับจ้าง มีรายได้เฉลี่ย 15,001 -30,000 ปัจจัยภาคีในองค์กรที่ส่งผลต่อความต้องการใช้บริการเงินฝาก จำนวนสาขาธนาคารและที่จอดรถ มีอยู่ในระดับความต้องการ มาก ความต้องการความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ อยู่ในระดับความต้องการ มากเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ชนิตศิริ อินทร์เสน, 2563) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากต้นทุนต่ำ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา ผลการศึกษาสรุปได้ว่า พบว่าผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิงร้อยละ 51.70 รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,001 - 20,000 ร้อยละ 43.80 ส่วนสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ มีหลายสาเหตุ โดยสถานที่จอดรถที่เพียงพอเป็นสาเหตุหลักให้ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด และลูกค้าต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการปัจจัยภายในองค์กร

ปัจจัยภายในองค์กรส่งผลต่อความต้องการในเรื่องของจำนวนเครื่องปรับสมดุล และจำนวนเครื่องเอทีเอ็มจำนวนมาก อยู่ในระดับความต้องการ มาก ความต้องการผลิตภัณฑ์เงินฝากที่หลากหลาย อยู่ในระดับความต้องการ มาก รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการฝากเงินในเรื่องของดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราผลตอบแทนที่สูง อยู่ในระดับความต้องการ มาก เช่นกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (บุญบง โภธิสมภาร, 2562) ได้ศึกษา แนวทางการแก้ไขปัญหา อัตราการเติบโตที่ลดลงปริมาณเงินฝากของธนาคารออมสิน โดยนำเสนอส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มาศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ไม่มีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ ดอกเบี้ยเงินฝากต่ำ บริการตู้เอทีเอ็ม และตู้ปรับสมดุลไม่เพียงพอ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อเงินฝากของ ธนาคาร AAA สาขา 111 คือ อัตราดอกเบี้ยและผลตอบแทนที่สูง อยู่ในระดับความต้องการมาก เป็นปัจจัยภายในที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการใช้บริการเงินฝาก ธนาคาร AAA สาขา 111 สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออมเงินและอัตราดอกเบี้ย (ดารากรณ์ โคลิวิวัฒน์, 2558) กล่าวไว้ว่าการออมเงิน คือ ภาวะที่บุคคลสละการบริโภคหรือการใช้จ่ายในปัจจุบันเพื่อนำไปบริโภคหรือใช้จ่ายในอนาคต ซึ่งก็คือส่วนต่างระหว่างรายได้กับรายจ่ายในการบริโภคปัจจุบันนั่นเอง ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อเงินฝาก มากที่สุดจากการสำรวจแบบสอบถาม คือปัญหาด้านเศรษฐกิจ จากสถานการณ์แพร่ระบาดของ Covid -19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยทำให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากลดลงอย่างรุนแรง สอดคล้องกับทฤษฎีอัตราดอกเบี้ย (เพลินพิศ สัตย์สงวน, 2554) อธิบายไว้ว่า อัตราดอกเบี้ยถือเป็นตัวแปรที่สำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจการเงิน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อยังภาคการผลิต การที่มีปริมาณเงินมากอัตราดอกเบี้ยจะลดลง อัตราดอกเบี้ยจะเพิ่มสูงขึ้นส่งผลต่อต้นทุนการทำธุรกิจ เศรษฐกิจก็จะชะลอตัวลง ทุกประเทศจึงต้องพยายามปรับให้อัตราดอกเบี้ยอยู่ในภาวะเหมาะสม อัตราดอกเบี้ยคือค่าตอบแทนในการแลกเปลี่ยนระหว่างสินค้าในปัจจุบันกับอนาคต ซึ่งการที่มีค่าของเวลามาเกี่ยวข้อง จึงอาจทำให้แต่ละคนมีความพอใจที่แตกต่างกันได้ อัตราดอกเบี้ยจึงถูกกำหนดโดยอุปทานของเงินให้กู้ (supply of loanable fund) กับอุปสงค์ของเงินขอกู้ (demand for loanable fund) อุปทานของเงินให้กู้มีแหล่งที่มาสองแหล่งด้วยกัน ได้แก่เงินออม (saving: S) และ การเพิ่มขึ้นของปริมาณเงิน (money supply)

ผลจากการสัมภาษณ์ ของลูกค้าเงินฝาก ธนาคาร AAA สาขา 111 รวมถึงผู้บริหาร หัวหน้างาน พนักงาน ลูกจ้าง สรุปได้ว่า ความต้องการการให้บริการเงินฝาก มีหลายด้าน คือ ไม่มีการออกบริการนอกสถานที่เนื่องจากมีพนักงานมีน้อย การประชาสัมพันธ์ขาดคำแนะนำผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ยังไม่เพียงพอเนื่องจากกระบวนการทำงานมีหลายขั้นตอนทำให้บริการล่าช้า มีช่องทางการให้บริการที่จำกัด ผลิตภัณฑ์เงินฝากไม่มีจุดเด่นที่น่าสนใจ ไม่มีความรู้



ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อมพื้นที่บริการไม่เพียงพอ สอดคล้องกับการศึกษาของ (ปวีณา พันธุ์น้อย, 2562) ได้กล่าวถึง แนวทางการเพิ่มยอดผลิตภัณฑ์เงินฝากออมทรัพย์ไม่ใช้สมุด (A-Savings) ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร สาขาบุนนาค จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาสรุปได้ว่า สาเหตุที่ทำให้มีผู้สนใจสมัครใช้บริการน้อย มีหลายด้านคือพนักงานมีน้อย ขาดการประชาสัมพันธ์ มีช่องทางการให้บริการที่จำกัด ผลิตภัณฑ์เงินฝากไม่มีจุดเด่นที่น่าสนใจไม่แตกต่างจากบัญชีออมทรัพย์ธรรมดา ไม่มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อมพื้นที่บริการไม่เพียงพอ

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา สาเหตุของการลดลงของยอดเงินฝาก ผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ด้านเศรษฐกิจ จากสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา Covid – 19 อยู่ในระดับที่ส่งผลกระทบต่อเงินฝาก มากที่สุด จากสาเหตุของปัญหาที่ค้นพบ ได้กำหนดแนวทางแก้ไขปัญหา 3 ทางเลือก ทางเลือกที่ 1 คือ แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์เงินฝาก ทางเลือกที่ 2 แนวทางด้านการสื่อสารและการสร้างภาพลักษณ์องค์กร และทางเลือกที่ 3 คือ แนวทางการพัฒนาตลาด โดยแนวทางแก้ไขปัญหาลดลงของยอดเงินฝากกับธนาคาร AAA สาขา 111 ที่เหมาะสม ประเมินทางเลือกจากงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร ปีบัญชี 2563 ในเรื่องของการส่งเสริมเงินออม จำนวน 1.85 ล้านบาท สามารถนำมาพัฒนาแนวทางทางการตลาดซึ่งเป็นทางเลือกที่ 3 ได้ รวมทั้งได้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นและสามารถกระตุ้นยอดเงินฝากให้เพิ่มมากขึ้น กลยุทธ์การตลาด การต่อ ยอดธุรกิจการตลาดเชิงรุก จากผลิตภัณฑ์เงินฝาก ด้วย Bank Guarantee / Mobile Application เงินฝาก CASA สร้างโอกาสในการค้นหา New Gen เป็นการเปิดตลาดใหม่ สนับสนุนสินเชื่อ SMEs ผู้ประกอบการ และลูกค้ารายใหญ่ พัฒนาการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายและครบวงจร เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในด้านเงินฝาก เช่น กิจกรรมส่งเสริมเงินออมตามเทศกาล วันเด็ก ตรุษจีน กิจกรรมสัปดาห์เงินออม การออมเขียนเขียนลูกค้าส่วนราชการและลูกค้ารายใหญ่ การแจกของสัมมนาคุณกับลูกค้ารายย่อยเพื่อกระตุ้นยอดเงินฝาก

ข้อเสนอแนะ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญห ธนาคาร AAA ควรใช้แผนฉุกเฉินเพื่อขับเคลื่อน Cost/Income ดังนี้ ลดค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ได้แก่ ค่าส่งเสริมเงินออมรับรองเงินฝาก ลดค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายส่งเสริมเงินออมรับรองทวีสินและใช้จ่ายเชิงบูรณาการ ลดค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายส่งเสริมเงินออมรับรองส่วนงานภาครัฐ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการความพึงพอใจ นอกเหนือจากลูกค้าเงินฝาก ควรทำการศึกษาเก็บข้อมูลในด้านอื่นเพิ่มเติม เช่น ด้านสินเชื่อภาคเกษตร สินเชื่อนอกภาคเกษตร ควรมีการศึกษาเพิ่มหลังจากผ่านพ้นสถานการณ์ การแพร่ระบาด Covid -19 เพื่อวิเคราะห์สาเหตุและแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจาก เศรษฐกิจ สังคม พฤติกรรมของผู้บริโภคอาจเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิง



เอกสารอ้างอิง

- ชนิษฐา งามสมชน. (2562). แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาบางเขน. สืบค้นจาก <http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/>
- ชนิดสิริ อินทร์เสน. (2563). แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากต้นทุนต่ำธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา. สืบค้นจาก <http://www.hu.ac.th/conference/proceedings2020>
- ชุตตา แอล, ฟิลกูด เทคโนโลยี. (2563). ทฤษฎี SWOT Analysis. สืบค้นจาก <https://fillgoods.co/Online-biz/shop-orders-swot-analysis-reflect-Business-sme/>
- คาราภรณ์ โคลิรีวิวัฒน์. (2558). การศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบการออมของข้าราชการกองทัพอากาศ. สืบค้นจาก <http://econ.eco.ku.ac.th/2016/is/IS%205670.pdf>
- นราวิชญ์ มงคลรัชดามย์. (2559). การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลัง. สืบค้นจาก <https://searchlib.utcc.ac.th/library/onlinethesis/300586.pdf>
- นุษบง โพธิสมภาร. (2562). แนวทางการศึกษาการเติบโตที่ลดลงของปริมาณเงินฝากธนาคารออมสิน. สืบค้นจาก <https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/rgrc/article/download/1525/1167>
- ปวีณา พันธุ์น้อย. (2562). แนวทางการเพิ่มยอดผลิตภัณฑ์เงินฝากออมทรัพย์ไม่ใช้สมุด (A – Saving). สืบค้นจาก <http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/>
- เพลินพิศ สัตนย์สงวน. (2554). การเงินและการธนาคารตลาดการเงิน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์. สืบค้นจาก <http://learningofpublic.blogspot.com>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- อาพิศย์ หงส์ชินธากุล. (2562). TOWS Matrix กับการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร. สืบค้นจาก <https://www.tereb.in.th/erp/tows-matrix/>