



แนวทางการเพิ่มยอดเงินรับฝากให้เพียงพอต่อเงินให้สินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตร
และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาอำนาจเจริญ

Guidelines for Increasing the Deposit Amount Sufficient for Loans of Bank for Agriculture and
Agricultural Cooperatives (BAAC), Amnat Charoen Branch

สุทธิรักษ์ แสงสว่าง¹

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กลุ่มวิชาการเงิน
คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Email: rukky_petty@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากให้เพียงพอต่อเงินให้สินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาอำนาจเจริญ เนื่องจากสาขามียอดเงินฝากต่ำกว่าเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด ซึ่งมีผลต่อรายได้และกำไรสุทธิของธนาคาร เพราะถ้าเงินรับฝากน้อยกว่าเงินให้สินเชื่อ ธนาคารต้องกู้เงินจากที่อื่น เพื่อปล่อยเงินกู้ให้กับลูกค้า ทำให้ธนาคารมีต้นทุนในการจ่ายสินเชื่อเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อกำไรของธนาคาร โดยทำให้กำไรสุทธิของธนาคารลดลง ผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษา โดยการใช้เครื่องมือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญ จำนวน 400 ราย และการสัมภาษณ์ลูกค้า จำนวน 20 ราย มีวัตถุประสงค์เพื่อหาสาเหตุของปัญหาและเพื่อหาแนวทางแก้ไขในการเพิ่มยอดเงินฝากให้เพียงพอต่อเงินให้สินเชื่อ ผลของการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่ฝากเงินกับ ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญเพราะว่า ธนาคารมีผลิตภัณฑ์เงินฝากที่เหมาะสมตรงกับความต้องการของลูกค้าและมีความปลอดภัยในการใช้บริการ ลูกค้าสามารถรับรู้ผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารได้หลากหลายช่องทาง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เงินฝาก พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เงินฝาก ผู้ศึกษาเลือกแนวทางแก้ปัญหาคือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยการจัดทำสัปดาห์ส่งเสริมเงินออม เพราะสามารถดำเนินการได้จริงตลอดทั้งปีภายใต้งบประมาณที่เหมาะสม เห็นผลในระยะยาว และคาดว่าจะทำให้ยอดเงินฝากเพิ่มขึ้นได้ตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด

คำสำคัญ : การเพิ่มยอดเงินฝาก, เงินให้สินเชื่อ, ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เงินฝาก

ABSTRACT

A study on guidelines for Increasing Deposit Amount Sufficient for loans of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC), Amnat Charoen Branch. Because the branch has lower deposit than the target set by the bank which affects the bank's income and net profit because if the deposit is less than the loan banks have to borrow money from other places. To release loans to customers this caused the bank to increase the cost of paying loans. Affect the profit of the bank by reducing the bank's net profit the students therefore studied by using the questionnaire tool, the sample group was 400 customers who come to use the service at BAAC, Amnat Charoen



Branch, and interview with 20 customers, aiming to find the cause of the problem and to find a solution to increase the deposit to be sufficient for loans. The results of the study showed that most of the customers who deposited money with BAAC Amnat Charoen Branch because the bank offers deposit products that are suitable for customers' needs and are safe to use. Customers can get to know the bank's deposit products in a variety of ways. Factors affecting the choice of deposit products found that Products, Prices, Place and Promotion. Affects the decision to choose a deposit product, the student chose a solution to the problem. Marketing promotion activities by organizing a week to promote savings because it can actually operate throughout the year under an appropriate budget. See results in the long term and expected to increase the amount of deposits to meet the goals set by the bank.

Keywords: deposit increase, Loans, factors affecting the choice of deposit products

1. บทนำ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้านหรือชุมชน และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญภายใต้ความดูแลของ สำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดอำนาจเจริญ จำเป็นจะต้องดำเนินงานตามนโยบายสินเชื่อของธนาคาร และจัดหาแหล่งเงินทุนให้พอเพียงต่อการจ่ายสินเชื่อที่เพิ่มขึ้นทุกปี เพราะถ้าเงินรับฝากน้อยกว่าเงินให้สินเชื่อสาขาจะต้องกู้เงินจากที่อื่นเพื่อมาปล่อยสินเชื่อให้กับลูกค้า ส่งผลกระทบทำให้รายได้และกำไรสุทธิของธนาคารลดลง เนื่องจากค่าใช้จ่ายในส่วนของต้นทุนเงินให้กู้ยืมเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งในปีที่ผ่านมาปริมาณเงินให้สินเชื่อของสาขาเพิ่มขึ้นทุกปี ในขณะที่ปริมาณเงินรับฝากมียอดลดลงอย่างต่อเนื่อง

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 และสถานะเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบัน การประกาศปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทย มีผลทำให้อัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินปรับลดลงทั้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ เมื่ออัตราดอกเบี้ยเงินฝากลดลงลูกค้าส่วนใหญ่จึงไม่นิยมนำเงินมาฝากที่ธนาคาร รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในภาคธุรกิจเดียวกัน จึงเป็นสาเหตุของปัญหาที่ทำให้ผลประกอบการของธนาคารไม่เป็นที่น่าพอใจตามที่กำหนด ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการเพิ่มปริมาณเงินฝากให้เพียงพอต่อเงินให้สินเชื่อของธนาคาร โดยอาศัยกรอบแนวคิดปัจจัยคัดสรรส่วนผสมทางการตลาด เพื่อกระตุ้นการฝากเงินของลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นและรักษฐานเงินฝากของธนาคารให้มีความมั่นคงควบคู่กับการส่งเสริมการออมเงินของลูกค้า และเพื่อเป้าหมายสูงสุดคือเพิ่มยอดเงินฝากให้เป็นที่น่าพอใจตามที่ธนาคารกำหนด

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุที่ทำให้เงินรับฝากไม่เพียงพอต่อเงินให้สินเชื่อ
2. เพื่อศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาลูกค้าให้เงินรับฝากเพียงพอต่อเงินให้สินเชื่อ



3. การดำเนินการวิจัย

ผู้ศึกษาออกแบบการศึกษา โดยการใช้แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ ซึ่งประกอบด้วย ลูกค้าเงินฝากทั่วไป ลูกค้าที่เป็นเกษตรกร บุคคล กลุ่มบุคคล กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ที่เป็นร้านค้าขนาดใหญ่ในเขตตัวจังหวัดอำนาจเจริญ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นสหกรณ์การเกษตรและสหกรณ์นอกภาคการเกษตร และกลุ่มลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการ อย่างเช่น อบต. อบจ. โรงพยาบาล จำนวน 400 คน และการสัมภาษณ์ลูกค้าเงินฝากที่มาใช้บริการที่ ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญ จำนวน 20 คน การสุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ โดยการใช้แบบสอบถามให้กับลูกค้ากลุ่มตัวอย่างและให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง แล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ความครบถ้วน ในเนื้อหาที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดรวมถึงการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ลูกค้า ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลต่อไป

กลุ่มตัวอย่าง

เลือกกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่มาใช้บริการที่ ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญ ซึ่งประกอบด้วย ลูกค้าเงินฝากทั่วไป ลูกค้าที่เป็นเกษตรกร บุคคล กลุ่มบุคคล กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ที่เป็นร้านค้าขนาดใหญ่ในเขตตัวจังหวัดอำนาจเจริญ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นสหกรณ์การเกษตรและสหกรณ์นอกภาคการเกษตร กลุ่มลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการ อย่างเช่น อบต. อบจ. โรงพยาบาล ซึ่งมีทั้งหมดจำนวน 31,676 บัญชี (รายงานสรุปเงินฝากคงเหลือรวมทุกกลุ่มประเภทเงินฝาก ณ วันที่ 7 มกราคม 2564) โดยใช้สูตรการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Method) ของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

โดย n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
 N = จำนวนประชากร 31,676 ราย
 e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น 5% = 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าสูตร} \quad n &= \frac{31,676}{1+31,676(0.05)^2} \\ &= \frac{31,676}{79.19} \end{aligned}$$

$$n = 400 \text{ ราย}$$



ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ กลุ่มประชากรที่เป็นผู้ที่ใช้บริการเงินฝากกับ ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญ โดยเก็บตัวอย่างในระหว่างเดือน มกราคม - กุมภาพันธ์ 2564 จากการแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการในวันทำการของสาขาคือช่วง วันจันทร์ - วันศุกร์ เวลาระหว่าง 8.30 - 16.30 น. โดยให้พนักงานการเงินที่บริการลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ เป็นคนแจกแบบสอบถาม ส่วนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ลูกค้าเงินฝากที่มาใช้บริการที่ ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญจำนวน 20 คน ด้วยตัวเอง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 อย่างคือ

1. การใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือ ซึ่งแบบสอบถามมีคำถามทั้งแบบคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิดให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการฝากเงินที่ ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญจำนวน 400 คน โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเงินฝากผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประเภทเงินฝาก ระยะเวลาที่ลูกค้าฝากเงินกับ ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญ ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ที่ใช้บริการ และช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารด้านเงินฝาก

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการด้านเงินฝาก โดยแบ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพล เป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ รวมถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการพนักงาน และคุณภาพในการให้บริการ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอำนาจเจริญ

2. การใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Structured interviews) ในการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างซึ่งมีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า เป็นคำถามที่กำหนดไว้แน่นอน โดยผู้ทำการวิจัยได้ทำการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์อย่างกว้างในการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนจะตอบคำถามชุดเดียวกันและ ผู้สัมภาษณ์จะจดบันทึกคำตอบลงในแบบสัมภาษณ์นั้น โดยการสัมภาษณ์ลูกค้าเงินฝากที่มาใช้บริการที่ ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญจำนวน 20 คน แบบสัมภาษณ์จะประกอบไปด้วย 3 ส่วน แบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อ-สกุล เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่เป็นคำถามตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มยอดเงินรับฝาก

ส่วนที่ 3 เป็นปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ให้สัมภาษณ์



การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าเอกสาร ผู้ศึกษาใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ในเชิงบรรยายและพรรณนา โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาจัดระเบียบ วิเคราะห์ส่วนประกอบ โดยสรุปข้อมูลในเรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดเงินรับฝาก ความเป็นไปได้ ผลกระทบ ข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ เพื่อสรุปและประเมินผล ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเงินฝากผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการด้านเงินฝาก ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้มาตรวัดแบบระดับความสำคัญ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ใช้การวิเคราะห์ในเชิงบรรยาย และพรรณนาวิเคราะห์ และสรุปประเด็น นำเสนอในรูปแบบของการพัฒนาข้อมูลปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของผู้ฝากเงินที่มารับบริการฝากเงิน

4. ผลการวิจัย

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่ามีลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยแบ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 58 และเพศชายร้อยละ 42 ตามลำดับ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30.25 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 40.75 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 56.75 โดยมีอาชีพส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรกรรม อยู่ทีร้อยละ 36.50 มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าเดือนละ 15,000 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 69.25 ประเภทบัญชีเงินฝากออมทรัพย์เป็นบัญชีเงินฝากที่ลูกค้าฝากไว้กับ ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เงินฝากตัวอื่น และมีบัญชีเงินฝากประเภทอื่นๆ ร่วมด้วย และพบว่าช่วงเวลาที่ลูกค้ามักมาใช้บริการมากที่สุดคือ แล้วแต่ความสะดวกไม่ได้กำหนดระยะเวลาตายตัวที่แน่นอน เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร จึงสามารถมาติดต่อธนาคารได้ตลอดเวลา โดยคิดเป็นร้อยละ 32 ช่วงเวลาในแต่ละวันที่ลูกค้ามาใช้บริการมากที่สุดคือช่วงเวลา 14.01 น. – 15.30 น. โดยคิดเป็นร้อยละ 30 ความถี่ที่ลูกค้ามาใช้บริการต่อเดือนมากที่สุดคือ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 84 ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารของลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยคิดเป็นร้อยละ 70 เหตุผลที่ลูกค้ามาใช้บริการฝากเงินที่ ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญเพราะมีของขวัญของชำร่วยให้กับลูกค้า และมีผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยคิดเป็นร้อยละ 100

จากผลการสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาพบว่า สาเหตุที่ทำให้ลูกค้าไม่ออมเงินกับธนาคาร เนื่องจาก ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทั่วถึง ลูกค้าบางกลุ่มยังไม่เข้าใจในผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารว่ามีอะไรบ้าง การบริการลูกค้าที่มาใช้บริการ ลูกค้ามองว่าจำนวนพนักงานมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า สืบเนื่องมาจาก ธ.ก.ส. เป็นธนาคารของรัฐและรองรับนโยบายต่างๆ ของรัฐบาล ทำให้บางวันลูกค้าที่มาใช้บริการมีปริมาณมาก ลูกค้าบางกลุ่มจะเป็นลูกค้าเงินฝากเฉพาะ บางกลุ่มจะเป็นลูกค้าที่มาติดต่อทำธุรกรรมตามโครงการนโยบายรัฐ รับเงินช่วยเหลือโครงการต่างๆของรัฐบาล เช่น โครงการบัตรสวัสดิการภาครัฐ โครงการแก้ไขปัญหาหนี้ในระบบ เป็นต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ทฤษฎี SWOT Analysis



จุดแข็ง (Strengths)

- S1 มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย
- S2 เป็นธนาคารของรัฐมีชื่อเสียงยาวนาน มีความน่าเชื่อถือและไม่อยู่ภายใต้ พ.ร.บ. คุ้มครองเงินฝาก ลูกค้าได้รับความคุ้มครองเต็มจำนวนเงินที่ฝาก
- S3 พนักงานมีความคุ้นเคยกับลูกค้า บริการลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
- S4 ลูกค้ามีความผูกพันกับธนาคารสูง และใช้บริการอย่างต่อเนื่อง
- S5 วัฒนธรรมองค์กรที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
- S6 สำนักงานตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ลูกค้าสามารถมาใช้บริการได้ง่าย

จุดอ่อน (Weaknesses)

- W1 สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอต่อปริมาณลูกค้าที่มาทำธุรกรรม
- W2 ผลิตภัณฑ์ของธนาคารมีหลากหลายมาก ทำให้พนักงานไม่มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เท่าที่ควร
- W3 พนักงานยังใช้ประโยชน์จากระบบสารสนเทศของธนาคารไม่เต็มที่
- W4 พนักงานมีจำกัดไม่เพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ

โอกาส (Opportunities)

- O1 สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย เนื่องจากพนักงานมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสารผลิตภัณฑ์ธนาคารให้ลูกค้าได้รับรู้
- O2 มีช่องทางคว้านในการให้บริการรับฝากเงิน และยังมีตู้ CDM และ ATM เพื่อให้บริการลูกค้า โดยลูกค้าสามารถฝาก ถอนที่ตู้ได้โดยไม่ต้องรอคิว
- O3 ธนาคารมีการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน หน่วยงานราชการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างๆ ทำให้สามารถสื่อสารผลิตภัณฑ์แก่บุคคลภายนอกได้มากขึ้น
- O4 รองรับเงินอุดหนุนนโยบายรัฐต่างๆ ทั้งเงินถิ่นภาษี เงินเดือน อสม. เงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ทำให้สามารถเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการขยายฐานลูกค้า

อุปสรรค (Threats)

- T1 ยังไม่ตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันมากขึ้น
- T2 การแข่งขันของกลุ่มธนาคารที่มีความรุนแรงขึ้น
- T3 ลูกค้าบางกลุ่มยังไม่มีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีทำให้ไม่สามารถเข้าถึงบริการของธนาคารได้อย่างสมบูรณ์
- T4 สภาพแวดล้อมการลงทุนมีการปรับเปลี่ยนไป นอกจากการฝากเงินที่ธนาคารเพื่อรับดอกเบี้ยแล้ว ลูกค้ายังนิยมลงทุนกับตราสารทางการเงินอย่างอื่นด้วย เช่น กองทุนเปิด ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต และการเก็งกำไรจากทองคำ
- T5 ลูกค้าประสบปัญหาทางธรรมชาติ ภัยแล้ง ปัญหาจากโรคระบาดโควิด -19 ทำให้ลูกค้าได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก รายได้จากการประกอบอาชีพลดลง ทำให้มีเงินออมน้อยลงด้วย



ตารางที่ 1 ตาราง TOWS Matrix

<p style="text-align: center;">ปัจจัยภายใน</p> <p>ปัจจัยภายนอก</p>	<p style="text-align: center;">จุดแข็ง (S)</p> <p>S1 มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย</p> <p>S2 เป็นธนาคารของรัฐมีชื่อเสียงยาวนาน มีความน่าเชื่อถือและไม่อยู่ภายใต้ พรบ.คุ้มครองเงินฝาก ลูกค้าได้รับความคุ้มครองเต็มจำนวนเงินที่ฝาก</p> <p>S3 พนักงานมีความคุ้นเคยกับลูกค้า บริการลูกค้าด้วยธรรมาภิบาล ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้</p> <p>S4 ลูกค้ามีความผูกพันกับธนาคารสูง และใช้บริการอย่างต่อเนื่อง</p> <p>S5 วัฒนธรรมองค์กรที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี</p> <p>S6 สำนักงานตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ลูกค้าสามารถมาใช้บริการได้ง่าย</p>	<p style="text-align: center;">จุดอ่อน (W)</p> <p>W1 สถานที่จอดรถกลับแคบไม่เพียงพอต่อปริมาณลูกค้าที่มาทำธุรกรรม</p> <p>W2 ผลิตภัณฑ์ของธนาคารมีหลากหลายมาก ทำให้พนักงานไม่มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เท่าที่ควร</p> <p>W3 พนักงานยังใช้ประโยชน์จากระบบสารสนเทศของธนาคารไม่เต็มที่</p> <p>W4 พนักงานมีจำกัดไม่เพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ</p>
<p style="text-align: center;">โอกาส (O)</p> <p>O1 สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย เนื่องจากพนักงานมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสารผลิตภัณฑ์ธนาคารให้ลูกค้าได้รับรู้</p> <p>O2 มีช่องทางด่วนในการให้บริการรับฝากเงิน และยังมีตู้ CDM และ ATM เพื่อให้บริการลูกค้า โดยลูกค้าสามารถฝากถอนที่ตู้ได้โดยไม่ต้องรอกิว</p> <p>O3 ธนาคารมีการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน หน่วยงานราชการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างๆ ทำให้สามารถสื่อสารผลิตภัณฑ์แก่บุคคลภายนอกได้มากขึ้น</p> <p>O4 รองรับเงินอุดหนุนนโยบายรัฐต่างๆ ทั้งเงินคืนภาษีเงินเดือน อสม. เงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ทำให้สามารถเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการขายฐานลูกค้า</p>	<p style="text-align: center;">กลยุทธ์เชิงรุก (SO)</p> <p>SO1 การขับเคลื่อนกลยุทธ์เชิงรุก (S1,S2,S3,S4, O 1-4)</p>	<p style="text-align: center;">กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)</p> <p>WO1 กลยุทธ์ยกระดับขีดความสามารถพนักงานเพื่อการเติบโตของธุรกิจ (W 1-4 O1-4)</p>
<p style="text-align: center;">อุปสรรค (T)</p> <p>T1 ยังไม่ตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันมากขึ้น</p> <p>T2 การแข่งขันของกลุ่มธนาคารที่มีความรุนแรงขึ้น</p> <p>T3 ลูกค้าบางกลุ่มยังไม่มีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีทำให้ไม่สามารถเข้าถึงบริการของธนาคารได้อย่างสมบูรณ์</p> <p>T4 สภาพแวดล้อมการลงทุนมีการปรับเปลี่ยนไป นอกจากการฝากเงินที่ธนาคารเพื่อรับดอกเบี้ยแล้ว ลูกค้ายังนิยมลงทุนกับตราสารทางการเงินอย่างอื่นด้วย เช่น กองทุนเปิด ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต และการเก็งกำไรจากทองคำ</p> <p>T5 ลูกค้าประสบปัญหาทางธรรมชาติ ภัยแล้ง ปัญหาจากโรคระบาด โควิด -19 ทำให้ลูกค้าได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก รายได้จากการประกอบอาชีพลดลง ทำให้มีเงินออมน้อยลงด้วย</p>	<p style="text-align: center;">กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)</p> <p>ST1 กลยุทธ์พัฒนาระบบการติดตามผล การดำเนินงาน (S1,S2,S3,S4,S5,S6 T1-4)</p>	<p style="text-align: center;">กลยุทธ์เชิงรับ (WT)</p>



5. การอภิปรายผล

ผลการศึกษารายนี้พบว่า แนวทางการเพิ่มยอดเงินรับฝากให้เพียงพอต่อเงินให้สินเชื่อของ ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญ มีทัศนคติเชิงบวกต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของลูกค้า และมีความสอดคล้องกับทฤษฎีดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงมีความปลอดภัยในการใช้บริการ สอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ที่ว่าความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ

2) ด้านราคา ผลิตภัณฑ์เงินฝากของ ธ.ก.ส. ไม่ถูกหักภาษี ณ ที่จ่าย รวมไปถึงการได้รับของขวัญของชำร่วยต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของลูกค้า สอดคล้องกับทฤษฎีสวนผสมทางการตลาด ด้านราคา ซึ่งหมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่าง คุณค่าและบริการกับราคาของบริการ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้าต้องการความสะดวกสบายของอาคารสาขา และความสะดวกสบายของที่จอดรถ การบริการของพนักงานให้เพียงพอต่อปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการ สอดคล้องกับทฤษฎีสวนผสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า และช่องทางในการนำเสนอบริการ

4) ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการและด้านความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ พนักงานมีการกล่าวต้อนรับและใช้วาจาสุภาพในการให้บริการ มีระบบคิวเพื่อรอรับการบริการ และการบริการของพนักงานที่มีมาตรฐาน บริการที่เท่าเทียมกัน มีการประเมินหลังการใช้บริการของลูกค้า สอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ เพราะการบริการเป็นการปฏิบัติรับใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าหรือคนที่มาขอรับบริการ บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้หรือแสดงความเป็นเจ้าของได้ แต่สามารถที่จะถูกรับรู้ในเชิงความพึงพอใจและสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้

5) ด้านการส่งเสริมการตลาด การมีป้ายเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคาร สอดคล้องกับทฤษฎีสวนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ

6) ด้านลักษณะทางกายภาพ การที่ธนาคารมีบรรยากาศที่ดี อากาศถ่ายเทได้สะดวก อาคารสถานที่สะอาดเรียบร้อย เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการมีความทันสมัย สอดคล้องกับทฤษฎีสวนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ซึ่งเป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของบุศรากร วงษ์มงคล (2557) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาฝั่งจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านเงินฝากของลูกค้าคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดและพบว่าลูกค้าที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยการใช้บริการแตกต่างกันด้วย



2) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์วิจัย ธ.ก.ส. (2558) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาพบว่าผู้รับบริการให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพการให้บริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ การบริการของพนักงาน พนักงานมีอัธยาศัยดี อ่อนน้อม สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ด้านกระบวนการคือขั้นตอนการเปิดบัญชีใหม่มีความรวดเร็ว และด้านลักษณะทางกายภาพ คือมีที่นั่งรอสำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอ

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ผู้ทำการวิจัยพบว่า ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอำนาจเจริญ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพเกษตรกร ลูกค้าส่วนใหญ่มีศักยภาพในการฝากลดลง เนื่องจากประสบปัญหาจากเศรษฐกิจ และโรคระบาด ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ลูกค้า แต่ก็ยังมีลูกค้าบางกลุ่มที่มีศักยภาพในการออม และสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าไม่ออมเงินกับธนาคาร ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญ เนื่องจาก ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทั่วถึง ลูกค้าบางกลุ่มยังไม่เข้าใจในผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารว่ามีอะไรบ้าง การบริการลูกค้าที่มาใช้บริการ ลูกค้ามองว่าจำนวนพนักงานมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า สืบเนื่องมาจาก ธ.ก.ส. เป็นธนาคารของรัฐและรองรับนโยบายต่างๆ ของรัฐบาล ทำให้บางวันลูกค้าที่มาใช้บริการมีปริมาณมาก ส่วนลูกค้าบางกลุ่มที่มีศักยภาพในการออมแต่ไม่ออมสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าไม่ออมเงินกับธนาคาร ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญ เนื่องจาก ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทั่วถึง ลูกค้ามองว่าจำนวนพนักงานมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า สืบเนื่องมาจาก ธ.ก.ส. เป็นธนาคารของรัฐและรองรับนโยบายต่างๆ ของรัฐบาล ทำให้บางวันลูกค้าที่มาใช้บริการมีปริมาณมาก

ผู้ทำการวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะคือ ธ.ก.ส. สาขาอำนาจเจริญ ควรดำเนินการวางแผนสำหรับการรับลูกค้าในแต่ละวัน โดยมีบริการตู้ ATM และ CDM เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการฝากถอน สำหรับทำรายการได้ที่ตู้อัตโนมัติ โดยไม่ต้องมาติดต่อที่สำนักงาน เป็นการลดจำนวนลูกค้าที่มาคิดต่อที่สำนักงาน ลดการแออัดลง รวมถึงด้านอาคารสถานที่ที่ยังไม่เอื้ออำนวยต่อการมาใช้บริการของลูกค้า สาขาควรมีการตั้งงบประมาณเพื่อใช้สำหรับการปรับปรุงอาคารสำนักงาน รวมไปถึงที่จอดรถของลูกค้า ให้ลูกค้าได้รับความสะดวกมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝาก ควรมีการจัดกิจกรรมสัปดาห์ส่งเสริมเงินฝาก เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของธนาคารให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป ประชาสัมพันธ์ช่องทางการทำธุรกรรมอื่นๆ โดยไม่ต้องมาติดต่อที่สาขา พร้อมทั้งให้คำแนะนำแก่ลูกค้าที่มาติดต่อด้านช่องทางประชาสัมพันธ์ติดต่อสอบถาม ธนาคารควรมีช่องทางต่างๆ ให้เลือกมากมาย เช่น สื่อสังคมออนไลน์ Call Center, Facebook, Line Official ส่วนลูกค้าบางกลุ่มที่เป็นผู้สูงอายุ และยังไม่เข้าถึงเทคโนโลยี ทางธนาคารควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงภายในหมู่บ้าน ประชาสัมพันธ์ผ่านผู้นำชุมชน รวมไปถึงการบริการนอกสถานที่สำหรับลูกค้าที่ไม่สะดวกในการมาติดต่อทำธุรกรรมที่ธนาคาร ทั้งลูกค้าที่เป็นบุคคลธรรมดา และหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจต่างๆ

ดังนั้นจึงได้ข้อสรุปว่า ธนาคารควรจัดกิจกรรมส่งเสริมเงินออม กิจกรรมรับฝากเงินนอกสถานที่ กิจกรรมพัฒนาบุคลากร รวมไปถึงกิจกรรมปรับปรุงภาพลักษณ์สาขา เพื่อเป็นการเพิ่มยอดเงินฝากของสาขา



เอกสารอ้างอิง

- บุศรากร วงษ์มั่งคด. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้านานการออมสิน สาขาฟางจังหวัด
เชียงใหม่. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์วิจัย ธ.ก.ส. (2558). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตรในเขตจังหวัดสกลนคร. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- ศิริวรรณ เจริญรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : พัฒนาศึกษา.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics : an introductory analysis*. New York: Harper and Row.