



แนวทางการเพิ่มยอดขายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียม (FBI) ของธนาคารเพื่อการเกษตร
และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเลื้ออานาจ
Guideline for Increasing Fee Base Income (FBI) of Bank for Agriculture and Agricultural
Cooperatives (BAAC), Lue Amnat Branch

ปัทมา เจือสุข¹

¹บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย,

js.pattama@outlook.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียม (FBI) และ เพื่อศึกษาหาแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียม (FBI) ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเลื้ออานาจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าของ ธ.ก.ส. สาขาเลื้ออานาจ จำนวน 385 คน ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 385 คน ลูกค้าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 140 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ลูกค้าต้องการให้เพิ่มช่องทางด่วนในการรับบริการ และมีลูกค้าบางรายต้องการยกเลิกประกันอัคคีภัยและประกันชีวิต ส่งผลให้รายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียมมีแนวโน้มลดลง แนวทางการแก้ปัญหาคือเพิ่มช่องทางในการใช้บริการแก่ลูกค้า โดยการให้การแนะนำในการใช้งานแอปพลิเคชันของทางธนาคารในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ลดการรอรับบริการที่หน้าเคาน์เตอร์ และให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประกันที่ลูกค้าได้ทำไว้กับทางธนาคารจงใจให้ลูกค้าตระหนักถึงความสำคัญของกรมธรรม์ประกันภัยที่ลูกค้ามีอยู่เพื่อเป็นการรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้

คำสำคัญ: รายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียม (FBI), ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเลื้ออานาจ

ABSTRACT

The objective of this research is to study the factors affecting the increase fee base income (FBI), to study ways to improve strategies to increase fee base income (FBI) of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC), Lue Amnat Branch. The sample group in this research was 385 bank customers, were selected by sampling using the questionnaire. The statistic used in the analysis is percentage, mean and standard deviation. The data analysis from the respondents 385 people, most of the customers aged 41-50 years, with 140 people, most of them are farmers. The customer wants to add express service channels to receive the service. And some customers want to cancel fire and life insurance as a result, increase fee base income to decrease. The solution



to the problem is to increase the channels of service to customers. By providing advice on how to use the bank's applications for various financial transactions reduce waiting for service at the counter, and provide knowledge and understanding about the insurance that customers have made with the bank, motivating customers to realize the importance of insurance policies that customers have in order to maintain their existing customer base.

Keywords: fee base income, Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) Lue Amnat branch

1. บทนำ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้จัดตั้งขึ้นตาม พระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือ ทางด้านการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

เนื่องจากปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดของสถาบันการเงิน (Bank) และไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non Bank) มีแนวโน้มสูงขึ้นมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ หรือสร้างบริการในธุรกิจการเงิน (Fin Tech) ซึ่งให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลงกว่า ดังนั้น ธนาคารจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการกำหนดกลยุทธ์ หรือแนวทางการดำเนินงานส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างรายได้ FBI เพื่อกระตุ้นการขับเคลื่อนกลยุทธ์การสร้างรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียม ผลกระทบที่เกิดขึ้น ได้แก่

1. ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง
2. ผลการดำเนินงานด้านรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียมของสาขา ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด
3. สาขาที่มีต้นทุนในการดำเนินงานสูง เนื่องจากรายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของสาขา

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียม (FBI) ของ ธ.ก.ส. สาขาถืออำนาจ
2. เพื่อศึกษาหาแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์และการให้บริการเพื่อเพิ่มรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียม (FBI) ธ.ก.ส. สาขาถืออำนาจ

3. การดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “การเพิ่มยอดรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียม (FBI) ของ ธ.ก.ส. สาขาถืออำนาจ” ผู้ศึกษาได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านต่าง ๆ ของลูกค้า โดยการใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการที่ ธ.ก.ส. สาขาถืออำนาจ จำนวน 385 คน ซึ่งในการทำแบบสอบถามจะเป็นการสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่มาใช้บริการ ในการตอบแบบสอบถามลูกค้าจะเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง แล้วผู้ศึกษาจะนำแบบสอบถามนั้นมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ พร้อมดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์และแปรผลข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย



ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ทฤษฎี SWOT Analysis ร่วมกับ TOWS Matrix ในการปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียม (FBI) ของ ธ.ก.ส. สาขาถืออำนาจ

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการ ธ.ก.ส. สาขาถืออำนาจ ในระหว่าง วันที่ 11 มกราคม – 10 กุมภาพันธ์ 2564 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

สูตรการคำนวณ

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

โดย

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาจากประชากรทั้งหมดให้แทน $P = 0.5$

e = ค่าความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ระดับ 0.05

Z = คะแนนมาตรฐานจากการคำนวณระดับความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่น 95 % คะแนนมาตรฐาน = 1.96

เมื่อแทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \text{ คน}$$

ในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างต้องไม่น้อยกว่า 384.16 คน ดังนั้นผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้การทำแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านต่าง ๆ ของลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาถืออำนาจ กำหนดเนื้อหาไว้ 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นการตอบคำถามแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาติดต่อทำธุรกรรมทางการเงินที่ ธ.ก.ส. สาขาถืออำนาจ โดยตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของธุรกรรมที่มาติดต่อขอรับบริการระยะเวลาลูกค้าติดต่อทำธุรกรรม ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ที่ใช้บริการ และช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของ ธ.ก.ส. สาขาถืออำนาจ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ ธ.ก.ส. สาขาถืออำนาจ ประกอบด้วย ด้านแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการ ด้านคุณภาพในการให้บริการ ด้านการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล



โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด และมีเกณฑ์ การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคอร์ (Likert)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ/ปรับปรุงเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้บริการของช.ก.ส.สาขาสี่อำนาจ เป็นคำถามปลายเปิด

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาติดต่อทำธุรกรรมทางการเงิน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการ ด้านคุณภาพในการให้บริการ ด้านการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้มาตรวัดแบบระดับความสำคัญ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ใช้การวิเคราะห์ในเชิงบรรยาย พรรณนาวิเคราะห์และสรุปประเด็น

วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้ทฤษฎี SWOT Analysis ร่วมกับ TOWS Matrix เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ในการเพื่อเพิ่มรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียม (FBI)

4. ผลการวิจัย

จากการสุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาติดต่อขอรับบริการที่ ช.ก.ส. สาขาสี่อำนาจ จำนวน 385 คน ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 36 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 51 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 45 โดยส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 72 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 84 พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าประเภทของธุรกรรมที่ลูกค้ามาติดต่อขอรับบริการที่ ช.ก.ส. สาขาสี่อำนาจ มากที่สุดคือ ผ่าก - ถอนเงิน และชำระหนี้/ชำระค่าสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 32 ช่วงระยะเวลาที่ลูกค้ามักมาใช้บริการที่ ช.ก.ส. สาขาสี่อำนาจ มากที่สุดคือ ช่วงกลางเดือน คิดเป็นร้อยละ 28 ช่วงเวลาที่ลูกค้ามักมาใช้บริการที่ ช.ก.ส. สาขาสี่อำนาจ มากที่สุดคือ ช่วง 10.01-12.00น. คิดเป็นร้อยละ 33 ความถี่ที่ลูกค้ามาใช้บริการต่อเดือนคือ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45 ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของ ช.ก.ส. สาขาสี่อำนาจ คือ พนักงาน คิดเป็น ร้อยละ 25 ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่ ช.ก.ส. สาขาสี่อำนาจ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการ พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในส่วนของสถานที่ ของ ช.ก.ส.สาขาสี่อำนาจ มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน ค่าธรรมเนียมในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับและมีผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภทในการเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ทำให้ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในส่วนของการได้รับการบริการที่มีมาตรฐานอย่างดีโดยสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด และในส่วนอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ทำให้ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญ



โดยรวมอยู่ในระดับมาก จากข้อมูลที่ได้รับรวบรวมได้จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ลูกค้ำที่มาติดต่อทำธุรกรรมมีข้อเสนอแนะสำหรับการให้บริการ 2 ประเด็น ได้แก่ การเพิ่มช่องทางด่วนสำหรับการรับชำระค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และลูกค้ำมีความต้องการยกเลิกค่าธรรมเนียมประกันชีวิต ประกันอสังหาริมทรัพย์ที่ทำไว้กับทางธนาคาร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ทฤษฎี SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strengths)

- S1 สถานที่ ของ ธ.ก.ส.สาขาถืออำนาจ มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน
- S2 ค่าธรรมเนียมในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น
- S3 ผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภทในการเลือกใช้บริการ
- S4 พนักงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ
- S5 มีช่องทางในการให้บริการที่หลากหลาย

จุดอ่อน (Weaknesses)

- W1 การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงลูกค้ำยังไม่รู้ว่าธนาคารมีบริการอะไรบ้าง
- W2 พนักงานยังใช้ประโยชน์จากระบบสารสนเทศของธนาคารไม่เต็มที่
- W3 พนักงานมีไม่เพียงพอต่อลูกค้ำที่มาใช้บริการ

โอกาส (Opportunities)

- O1 สามารถเข้าถึงลูกค้ำได้ง่าย เนื่องจากพนักงานมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ำ เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสารผลิตภัณฑ์และบริการธนาคารให้ลูกค้ำได้รับรู้
- O2 มีตู้ CDM และ ATM เพื่อให้บริการลูกค้ำ โดยลูกค้ำสามารถใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการได้ที่ตู้ CDM และ ATM
- O3 ธนาคารมีการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน หน่วยงานราชการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ ทำให้สามารถสื่อสารผลิตภัณฑ์และบริการแก่บุคคลภายนอกได้มากขึ้น
- O4 มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน A-Mobile เพื่อให้ลูกค้ำมีความสะดวกในการทำธุรกรรมต่าง ๆ

อุปสรรค (Threats)

- T1 ลูกค้ำส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร ผู้สูงอายุ ยังขาดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของธนาคาร
- T2 ลูกค้ำบางกลุ่มยังไม่มีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีทำให้ไม่สามารถเข้าถึงบริการของธนาคารได้อย่างสมบูรณ์



สรุปผลการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์

ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง(S)	จุดอ่อน(W)
ปัจจัยภายนอก	<p>S1 สถานที่ ของ ธ.ก.ส.สาขาถืออำนาจ มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน</p> <p>S2 ค่าธรรมเนียมในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น</p> <p>S3 ผลិតภัณฑ์หลากหลายประเภทในการเลือกใช้บริการ</p> <p>S4 พนักงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ</p> <p>S5 มีช่องทางในการให้บริการที่หลากหลาย</p>	<p>W1 การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงลูกค้า ยังไม่รู้ว่าธนาคารมีบริการอะไรบ้าง</p> <p>W2 พนักงานยังใช้ประโยชน์จากระบบสารสนเทศของธนาคารไม่เต็มที่</p> <p>W3 พนักงานมีไม่เพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ</p>
<p>โอกาส (O)</p> <p>O1 สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย เนื่องจากพนักงานมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสารผลิตภัณฑ์และบริการธนาคารให้ลูกค้าได้รับรู้</p> <p>O2 มีตู้ CDM และ ATM เพื่อให้บริการลูกค้า โดยลูกค้าสามารถใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการได้ที่ตู้ CDM และ ATM</p> <p>O3 ธนาคารมีการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนหน่วยงานราชการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ ทำให้สามารถสื่อสารผลิตภัณฑ์และบริการแก่บุคคลภายนอกได้มากขึ้น</p> <p>O4 มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน A-Mobile เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกในการทำธุรกรรมต่าง ๆ</p>	<p>กลยุทธ์เชิงรุก (SO)</p> <p>-ธ.ก.ส.สาขาถืออำนาจ มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน มีตู้ CDM และ ATM เพื่อให้บริการลูกค้า โดยลูกค้าสามารถใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการได้ที่ตู้ CDM และ ATM</p> <p>- พนักงานแนะนำช่องทางในการใช้แอปพลิเคชัน A-Mobile เพื่อความสะดวกในการทำธุรกรรมของทางธนาคาร</p>	<p>กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)</p> <p>-พนักงานมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสารผลิตภัณฑ์และบริการธนาคารให้ลูกค้าได้รับรู้</p> <p>-ลูกค้ามีทางเลือกในการทำธุรกรรมต่าง ๆ โดยไม่ต้องรอรับบริการหน้าเคาน์เตอร์ เช่น ตู้ CDM และ ATM หรือแอปพลิเคชัน A-Mobile</p>
<p>อุปสรรค (T)</p> <p>T1 ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร ผู้สูงอายุ ยังขาดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของธนาคาร</p> <p>T2 ลูกค้าบางกลุ่มยังไม่มีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีทำให้ไม่สามารถเข้าถึงบริการของธนาคาร ได้อย่างสมบูรณ์</p>	<p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)</p> <p>-พัฒนาศักยภาพของพนักงานเพื่อให้เกิดความชำนาญในการให้บริการและสามารถนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการให้บริการลูกค้าอย่างทั่วถึง</p>	<p>กลยุทธ์เชิงรับ (WT)</p> <p>-พัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคาร และสามารถแนะนำลูกค้าสนใจในผลิตภัณฑ์ของธนาคาร</p>



5. การอภิปรายผล

ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ซึ่งมีผลกระทบต่อการเพิ่มรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียมนิยม (FBI) ของ ธ.ก.ส. สาขาถืออำนาจ ที่ผู้ทำการศึกษาแบ่งเป็น 3 ด้านดังนี้

1) ด้านแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการ การที่ธนาคารมีสถานที่ตั้งที่เหมาะสม บรรยากาศดี มีที่จอดรถและสิ่งอำนวยความสะดวก มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกใช้บริการที่หลากหลาย ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการที่เหมาะสม จะส่งผลให้ลูกค้ามีแรงจูงใจในการตัดสินใจที่จะมาใช้บริการที่ ธ.ก.ส. สาขา ถืออำนาจ นอกจากการแจกของชำร่วยแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จูงใจลูกค้าให้มาติดต่อขอรับบริการ

2) ด้านคุณภาพในการให้บริการ การที่ได้รับการบริการที่มีมาตรฐานอย่างดีโดยสม่ำเสมอ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ ธ.ก.ส. สาขาถืออำนาจ รองลงมาคือความพร้อมและความเต็มใจให้บริการของพนักงาน

3) ด้านการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล ลูกค้ามีความสนใจที่จะเลือกใช้ช่องทางการรับบริการผ่านแอปพลิเคชัน แต่ลูกค้ายังไม่มี ความชำนาญในการใช้เทคโนโลยี จึงทำให้ลูกค้าใช้ประโยชน์จากช่องทางการบริการช่องทางนี้ได้ไม่สมบูรณ์

มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยปดินทร์ ศรีนาม (2563) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มยอดขายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียมนิยมของ ธ.ก.ส. สาขาร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียมนิยมของ ธ.ก.ส. สาขาร้อยเอ็ด เนื่องจากปัจจัยด้านบุคลากร ด้านลูกค้า และด้านการส่งเสริมการตลาด

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. โดยส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพเกษตรกร และส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท สาเหตุที่ทำให้ผลการดำเนินงานรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียมนิยม (FBI) ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด เนื่องจากพนักงานมีไม่เพียงพอต่อลูกค้าที่มาติดต่อขอรับบริการ ทำให้พนักงานมีการให้บริการอย่างเร่งรีบส่งผลให้พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม่ครบถ้วนทำให้ลูกค้าขาดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของธนาคารรวมถึงไม่รู้ถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการที่มาใช้บริการที่ธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการยังไม่มียังมีช่องบริการด่วนสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการเกี่ยวกับการชำระค่าสินค้าและบริการที่ก่อให้เกิดรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียมนิยมเนื่องจากจำนวนพนักงานจำกัด และลูกค้ามีความต้องการการบริการที่รวดเร็ว ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการผ่านผู้ประกอบการอื่น ส่งผลให้รายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียมนิยมมีแนวโน้มลดลง

ข้อเสนอแนะสำหรับ ธ.ก.ส. สาขาถืออำนาจ คือควรมีการปรับรูปแบบการให้บริการลูกค้า โดยพนักงานควรมีการนำเสนอทางเลือกในการทำธุรกรรมของธนาคารผ่านการใช้งานแอปพลิเคชัน เพราะการที่ลูกค้าชำระค่าสินค้าและบริการผ่านแอปพลิเคชันของทางธนาคารจะส่งผลธนาคารได้รับรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียมนิยมจากการทำธุรกรรมของลูกค้า อีกทั้งยังเป็นการรักษฐานลูกค้าเดิมให้คงอยู่ ด้านการส่งเสริมการขาย ควรมีการจัดกิจกรรม



ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของธนาคารให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป เช่น จัดกิจกรรมจ่ายดีมีโชค สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการมอบของชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งพนักงานที่ให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook, Line และผ่านเครือข่ายลูกค้า เช่น หัวหน้ากลุ่ม ผู้นำชุมชน ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในหมู่บ้าน ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย ส่วนลูกค้ารายเดิมที่จัดทำประกันภัยและประกันชีวิตผ่านธนาคารสาขาต้องทำให้ลูกค้ารับรู้สิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการทำประกันโดยทำเป็นจดหมายแจ้งสิทธิประโยชน์ให้ลูกค้ารับรู้ เปรียบเทียบทุนประกันและเบี้ยประกันที่ลูกค้าจ่าย ให้ลูกค้ารับรู้ถึงความคุ้มค่าของกรมธรรม์ และในปีต่ออายุกรมธรรม์ มีการมอบของชำร่วยให้แก่ลูกค้า ด้านการบริการ ควรให้มีการจัดอบรมพัฒนากรรมการบริการ เพื่อให้เกิดการบริการที่ดี โดยใช้หลักบริการด้วยใจ มีการจัดทำแบบประเมินการใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ อยากมาใช้บริการและมีการบอกต่อ อันเป็นที่มาแห่งการเพิ่มรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียมของธนาคาร

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

เนื่องจากงานศึกษารั้งนี้มีการเก็บข้อมูลจากการสอบถามลูกค้าในจำนวน 385 คน ในช่วงเวลาที่จำกัด อาจทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนจากสถานการณ์ที่ลูกค้ามาใช้บริการกับทางธนาคารในการศึกษารั้งต่อไปควรมีระยะเวลาในการทำแบบสอบถามให้เหมาะสมกับจำนวนแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

ชัยดิษฐ์ ศรีนาม (2563). ศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียมของ ธ.ก.ส.สาขา

ร้อยเอ็ด. บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2563). รู้จัก ธ.ก.ส.. สืบค้นจาก <https://www.baac.or.th>