แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากต้นทุนต่ำธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา

Approach Increase Low-Cost Saving Deposit Of Bank For Agriculture And Agricultural Cooperatives, SEKA Branch

ชนิตสิรี อินทร์เสน[1*]และ ธฤตพน อู่สวัสดิ์[2]

Chanitsiree Insen[1*]and Thitapon Ousawat[2]

[1]นักศึกษาปริญญาโท, หลักสูตรกลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กรุงเทพฯ

[1]Master Degrees student, Program in Finance Faculty of Business Administration The University of the Thai Chamber of commerce Bangkok

[2]ดร.,อาจารย์กลุ่มวิชาการเงิน, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กรุงเทพฯ

[2]Lecture Ph.D., Program in Finance Faculty of Business Administration The University of the Thai Chamber of commerce Bangkok

[*]**Corresponding author, E-mail:** chonlyt@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าวิชาศึกษาอิสระในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสาเหตุที่ทำให้ยอดเงินฝากไม่เป็นไปตามเป้าหมายและวิเคราะห์หาแนวทางแก้ไขปัญหาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาเซกา อำเภอเซกา จังหวัดบึงกาฬ ซึ่งมียอดเงินฝากต้นทุนต่ำตั้งแต่ปี2561 จนถึง 2562 มียอดเงินฝากต่ำกว่าเป้าหมาย 52.45 ล้านบาท ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลด้วยการใช้เครื่องมือ จากแบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างความพึงพอใจในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา อำเภอเซกา จังหวัดบึงกาฬ ในด้านประชากรศาสตร์ และส่วนประสมทางการตลาด 7PS จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 400 คนและพนักงาน 10 คน พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรและลูกจ้าง ระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งลูกค้าบางกลุ่มยังขาดความเข้าใจในด้านแนวทางการให้บริการ และต้องการได้รับความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ธนาคารควรเพิ่มจุดบริการนอกสถานที่และจุดบริการอิเล็กทรอนิกส์ และพนักงานช่วยเหลือในด้านการให้คำแนะนำเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้บริการต่างๆ โดยผู้ศึกษาได้นำมาเป็นแนวทางในการแก้ไขแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากต้นทุนต่ำของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา ทั้งสิ้น 4 โครงการ 1) จัดทำเรื่องขอติดตั้งตู้ฝากเงินสดอัตโนมัติ (CDM) 2) จัดทำแผนออกจุดบริการแต่ละพื้นที่เสนอผู้บริหารเป็นรายเดือน 3) จัดทำช่องทางด่วนสำหรับลูกค้ารายใหญ่ 4) จัดทำโครงการปรับปรุงอาคารสถานที่ หลังจากดำเนินตามโครงการคาดว่าจะระดมเงินฝากได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

คำสำคัญ: เงินฝากต้นทุนต่ำ, ความพึงพอใจ, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

Abstract

The objective of this independent research is to study the causes of the target unachievement of deposit amounts and to analyze the solutions for the problems of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC), Seka Branch, Seka District, Bueng Kan Province, with the low-cost deposits from 2018 to 2019 below the target of 52.45 million baht. The research tool was an online questionnaire used for studying the satisfaction of the samples who used the deposit service of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Seka Branch, Seka District, Bueng Kan Province, in terms of demography and marketing mix 7 PS. The samples were 4 0 0 customers and 1 0 employees. It was found that most customers are farmers and employees with a bachelor's degree. Some customers still lack the understanding of the available service providing and they want the convenience and speed of service. The BAAC should add offsite service points and electronic service points as well as staffs who help provide basic advice about the use of various services. The researcher therefore analyzed the study results to find solutions to increase the low-cost deposits of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC), Seka Branch, under total 4 projects as follows: 1) Preparation for the automatic cash deposit machine (CDM) installation request, 2) Preparation for service point plan in each area for executive approval on a monthly basis, 3) Preparation for expressway channel for major customers, and 4) Preparation for building and facility renovation project. After implementing the projects, it is expected to raise deposits as targeted.

Keywords: low-cost deposits, satisfaction, Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC)

บทนำ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ในการกำกับดูแลของกระทรวงการคลังซึ่งเป็นสถาบันการเงินที่ดำเนินธุรกิจเฉกเช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์ที่มีหน้าที่บทบาทในการอำนวยสินเชื่อ บริการรับฝากเงินชำระสินค้าและบริการแก่ประชาชน เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร ในปัจจุบันด้วยสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นและการชะลอตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศ ธนาคารจึงให้ความสำคัญในด้านการบริหารจัดการด้านการเงินของธนาคารให้มีความมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งสัดส่วนทางการเงินและการปล่อยกู้นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเหมาะสม การศึกษาครั้งนี้

เป็นการศึกษาด้านเงินฝากที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและลดต้นทุนในการดำเนินงานของธนาคาร

ธ.ก.ส.มีผลิตภัณฑ์ด้านการเงินหลายผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นเงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ สลากออมทรัพย์ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเงินฝากต้นทุนต่ำ ซึ่งเงินฝากต้นทุนต่ำ Current and Saving Account : CASA หมายถึง เงินฝากกระแสรายวันและเงินฝากออมทรัพย์ คือเงินฝากที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าเงินฝากประจำ 3 เดือน ตามประกาศอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร และไม่รวมเงินฝากออมทรัพย์ที่ขออัตราดอกเบี้ยพิเศษ โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เป็นนิติบุคคล

จากข้อมูลเงินฝากย้อนหลังตั้งแต่ปี 2559 -2562 ของ ธ.ก.ส.สาขาเซกา มียอดเงินฝากเพิ่มขึ้นสูงที่สุดในเดือนมีนาคมของทุกๆปี จากนั้นจะมีอัตราลดลงตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 1 (เม.ย.-ก.ค.) ถึงไตรมาสที่ 2 (ส.ค.-พ.ย.) จากนั้นจะเพิ่มขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 3 (ธ.ค.-มี.ค.)

หากสัดส่วนเงินฝากต้นทุนต่ำสูง หรือ เพิ่มมากขึ้น จะแสดงให้เห็นว่าธนาคารมีต้นทุนเงินทุนที่ถูกกว่า และส่งผลให้ธ.ก.ส.สาขาเซกา มีค่าใช้จ่ายต่อรายได้ลดลง เพราะปัจจุบันสาขามีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยที่สำนักงานใหญ่ชดเชยเงินกู้ให้กับสาขาอยู่ที่ ร้อยละ 2 % หากเปรียบเทียบต้นทุนที่ได้จากเงินฝากต้นทุนต่ำจะมีค่าใช้จ่ายประมาณ ร้อยละ 0.75-1% หากลดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ลงได้จะทำให้ ธ.ก.ส.สาขาเซกามีรายได้ FBI เพิ่มมากขึ้น และยังดำเนินงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้และยังแสดงถึงความมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อหาแนวทางเพิ่มยอดเงินฝากต้นทุนต่ำของ ธ.ก.ส.สาขาเซกา ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้
2. เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางแก้ไขปัญหาที่ทำให้ยอดเงินฝากต้นทุนต่ำมีสัดส่วนต่ำกว่าเป้าหมาย

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

กาญจนา อรุณสอนศรี (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่สามารถสังเกตได้จากการแสดงออกที่ค่อนข้างซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ

สง่า ภู่ณรงค์ (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

สุเทพ พาณิชพันธ์ (2541) ได้สรุปว่า สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจมีด้วยกัน 4 ประการ คือ สรุป ความพึงพอใจคือความรู้สึกยินดี พอใจ เมื่อได้รับการตอบสนองทางด้านวัตถุหรือจิตใจตามที่บุคคลนั้นต้องการ ความพึงพอใจไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้แต่สังเกตเห็นได้จากลักษณะการแสดงออกทางพฤติกรรมที่ซับซ้อน ในทางตรงกันข้าม หากบุคคลไม่ได้รับการตอบสนองทางด้านวัตถุหรือด้านจิตใจตามที่บุคคลนั้นต้องการจะส่งผลให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจเช่นกัน

วิธีการวัดความพึงพอใจ

สาโรช ไสยสมบัติ (2534 : 39) กล่าวถึง การวัดความพึงพอใจต่อการบริกาว่า ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้นจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นในการวัดความพึงพอใจต่อการบริการอาจจะกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่งโดยการขอร้องหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดค่าตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระโดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะของการให้บริการ สถานที่ให้บริการ ระยะเวลาในการให้บริการ พนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งในการที่ได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิค และความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริงการวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากอีกวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรม ทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการและหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยา ท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจัง และมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

สรุป การวัดความพึงพอใจในการใช้บริการนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ซึ่งขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ความสะดวก และจุดมุ่งหมายในการวัดการบริการ

ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการ จะประกอบด้วย 7Ps ดังนี้

1. Product: P1 (ผลิตภัณฑ์)
2. Price: P2 (ราคา)
3. Place: P3 (ช่องทางการจัดจำหน่าย)
4. Promotion: P4 (การส่งเสริมการตลาด)
5. People: P5 (พนักงาน)
6. Process: P6 (กระบวนการให้บริการ)

7. Physical Evidence: P7 (สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ)

สรุป แนวคิด 7Ps ส่วนประสมทางการตลาดเป็นแนวคิดที่ช่วยส่งเสริมการทำงานด้านการให้บริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นซึ่งต่อยอดมาจาก 4PS ซึ่งเป็นตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ทฤษฎีเหล่านี้องค์กรต่างๆได้นำมาประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์หรือการบริการ สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้หรือไม่ ด้านราคา ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ที่ตัดสินใจซื้อหรือรับบริการคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปหรือไม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การเลือกทำเลที่ตั้งหรือจุดให้บริการสะดวกต่อการมารับบริการหรือไม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดการสื่อสาร โฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายมีช่องทางใดบ้าง ด้านบุคคลมีการจัดอบรมให้ความรู้พนักงานอย่างสม่ำเสมอหรือไม่ ด้านบุคคลมีการปฏิสัมพันธ์และสร้างมิตรไมตรีต่อลูกค้าหรือไม่ ด้านกระบวนการให้บริการมีความรวดเร็วและตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละประเภท ด้านกายภาพมีภาพลักษณ์ที่แตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพหรือไม่ ส่วนประสมการตลาดเหล่านี้มีส่วนช่วยในการตัดสินใจที่จะซื้อหรือรับการบริการจากองค์กรทั้งสิ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฬารัตน์ เต๊ะแห (2555) ได้ศึกษาทฤษฎีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันทบุรี จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาหาดใหญ่ ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ เพื่อศึกษาความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์สามารถสรุปได้ว่าลูกค้าต้องการให้ธนาคารสงเคราะห์บริการด้านการชำระสาธารณูปโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาด้านการขยายเวลาในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 46 และน้อยที่สุดด้านการโอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 6 เนื่องจากลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาหาดใหญ่ ส่วนใหญ่ต้องการมาใช้บริการธนาคารด้านการจ่ายชำระเงินกู้ และลูกค้าต้องการให้ธนาคารสงเคราะห์ช่วยเหลือด้านยื่นระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาด้านเปิดโอกาสให้ผู้มีรายได้น้อยได้กู้ คิดเป็นร้อยละ 48 และน้อยที่สุดด้านเพิ่มดอกเบี้ยเงินฝากสูง คิดเป็นร้อยละ 2 เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการที่ธนาคารสงเคราะห์ต้องการการกู้เงินเพื่อซื้อบ้าน ดังนั้นต้องการให้ธนาคารยื่นระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ และเปิดโอกาสให้ผู้มีรายได้น้อยได้กู้เงินเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า

ปุญญาภา นาคสินธุ์ (2559) ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน 392 ตัวอย่าง ใช้สถิติ Independent sample t-test และ One-way analysis of variance ในการทดสอบสมมุติฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วยปัจจัย ต่าง ๆ 7 ด้าน

คือ ด้านผลิตภัณฑ์ธนาคารและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่/ การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ธนาคารและบริการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

วริษา ประดับชัยมงคล (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอันประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) กับ การเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผลการวิจัยพบว่า มี2 กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคารซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงานและกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก และการส่งเสริมการตลาด

ส่วนผลการวิจัยด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคารหรือไม่ โดยพบว่า เพศ อายุและรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคารที่แตกต่างกัน ขณะที่อาชีพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคาร

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์

กลุ่มตัวอย่าง

- เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจในการรับบริการกลุ่มลูกค้าทั่วไปและกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการจากธนาคาร ธ.ก.ส.สาขาเซกา จังหวัดบึงกาฬ จำนวน 400 คน แบบสอบถามเป็น แบบสอบถามออนไลน์

- เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหาร 5 คน พนักงาน 5 คน และลูกค้าที่มาใช้บริการ 10 คน

เครื่องมือที่ใช้

การรวบรวมข้อมูลเชิงปฐมภูมิจากการตอบแบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านเงินฝากธ.ก.ส.โดยแบบสอบถามจะเป็นลักษณะปลายปิดมีตัวเลือกหลายคำตอบ การแปลความหมายใช้เป็นแบบร้อยละ ข้อมูลปัจจัยด้านส่วน

ประสมทางการตลาดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านเงินฝากของ ธ.ก.ส โดยแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ

ในการแปลความโดยใช้ลำดับขั้นการประมาณค่า ดังนี้คือ

5 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด ช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00

4 หมายถึง อยู่ในระดับมาก ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50

3 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50

2 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50

1 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50

และสมมติฐานได้ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยตอบแบบสอบถามผ่าน Google Forms แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเชิงสถิติโดยวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) และวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยการหาค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน

ผลการวิจัย

ด้านประชากรศาสตร์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การการเกษตรนั้นเป็นเป็นเพศหญิงมากกว่า เพศชาย โดยมีเพศชาย 193 คน ร้อยละ 48.3% เป็นเพศหญิง 207 คน ร้อยละ 51.70 % มีช่วงอายุ 26-35 ปี จำนวน 115 คน ร้อยละ 28.7 % กลุ่มอาชีพที่ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การการเกษตรมากที่สุด เป็นอาชีพ เกษตรกร จำนวน 148 คน ร้อยละ 37.0 % คน มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย ที่มาใช้บริการที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมากที่สุดคือกลุ่มรายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 175 คน ร้อยละ 43.80 %

ด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps สามารถสรุปได้ดังนี้

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในด้านช่องทางช่องทางการจัดจำหน่ายปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Psที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกแก่การติดต่อและใช้บริการมีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น เครื่องฝากเงิน ,ถอนเงิน ,เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ และให้บริการผ่านอินเตอร์เน็ตมี Call center ให้บริการยามฉุกเฉิน เช่นการอายัดบัตรเอทีเอ็ม บัตรเครดิต

เป็นต้น โดยรวมแล้วมีความสำคัญในระดับ มาก โดยมีทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกแก่การติดต่อและใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และสถานที่จอดรถมีเพียงพอนั้น มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากแบบผลการศึกษาข้อมูล survey online ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือมีสถานที่จอดรถเพียงพอ = 3.53 ระดับปัจจัยมาก

อภิปรายผลและสรุปผล

สรุปผลจากจากศึกษาค้นคว้าที่กล่าวมาพบว่า สาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารนั้นมีหลายสาเหตุ แต่ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านสถานที่จอดรถเพียงพอนั้นเป็นสาเหตุที่ลูกค้าให้ความสำคัญ และมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเป็นอันดับแรกของลูกค้า เนื่องจากพื้นที่ในเขตอำเภอเซกามีความห่างไกลจากตัวอำเภอมาก และบริเวณที่ตั้งสาขานั้นอยู่ในบริเวณชุมชนแออัด การเดินทางมาแต่ละครั้งจะต้องใช้เวลานาน สิ่งที่ลูกค้าต้องการเป็นลำดับแรกคือความสะดวกและรวดเร็วในการรับบริการ จากผลการศึกษาที่กล่าวมาผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จัดพื้นที่จุดบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่เน้นให้ลูกค้าทำธุรกรรมพื้นฐานด้วยตนเอง เพื่อความสะดวกกับลูกค้าที่ไม่มีเวลารอคิวนาน

2. จับมือกับพันธมิตรทางธุรกิจเช่น 7-11 หรือ Bank Agent เพื่อเพิ่มช่องทางการบริการให้กับลูกค้าที่ต้องการทำธุรกรรมการเงินในทุกช่วงเวลาที่ลูกค้าต้องการ และลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางในการมาติดต่อที่ธนาคาร โครงการนำร่องที่ธ.ก.ส.ได้ทำก่อนหน้าจะเป็นโครงการฝากสลากออมทรัพย์

3. ออกจุดบริการนอกสถานที่เพื่อให้ลูกค้าในเขตที่ห่างไกลจากตัวอำเภอ หรือลูกค้าผู้ประกอบการร้านค้า ตลาดแผงลอย ที่ไม่สามารถเดินทางมาทำธุรกรรมเองได้

4. เพิ่มช่องบริการพิเศษ สำหรับธุรกรรมลูกค้ารายใหญ่เพื่อรักษาฐานลูกค้าเงินฝากไว้

5. เช่าพื้นที่จอดรถเพิ่ม

ข้อดีและข้อเสียแต่ละแนวทางเลือก (Pro & Con)

ข้อดี

- การเพิ่มอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย จะช่วยเสริมให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมพื้นฐานต่างๆ ด้วยตนเองได้ และไม่ต้องรอคิวนาน

- การเพิ่มจุดบริการนอกสถานที่นั้นจะช่วยอำนวยความสะดวกกับลูกค้า ที่ไม่สามารถเดินทางมาทำธุรกรรมด้วยตนเองได้ เช่นร้านค้า ร้านสะดวกซื้อต่าง ที่ไม่สามารถปลีกตัวออกมาทำธุรกรรมเองได้ และยังช่วยลดการรอคิวใช้บริการที่เคาน์เตอร์ธนาคารด้วย

- บริการช่องทางด่วนหรือห้องรับรองแขกลูกค้ารายใหญ่ จะทำให้การบริการมีความรวดเร็วมากขึ้นเนื่องจากลูกค้าบางรายมีกิจธุระจำเป็นที่ไม่สามารถจะรอรับการใช้บริการผ่านช่องบริการปกติได้ หากเรามีช่องทางรับรองจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้

- มุมพักผ่อนสำหรับลูกค้า จะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายในช่วงเวลาที่รอคิวการใช้บริการ

- การจับมือกับพันธมิตรคู่ค่าเช่น 7-11 หรือ Bank agent จะช่วยเพิ่มช่องทางการให้บริการกับลูกค้าได้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ข้อเสีย

- การเพิ่มอุปกรณ์เช่นตู้ปรับสมุด ตู้ฝากเงินสด (CDM) มีไม่เพียงพอให้บริการกับทุกสาขา และการพัฒนาเทคโนโลยีในด้านต่างๆ มีต้นทุนในการพัฒนาสูง

- ไม่สามารถเพิ่มสถานที่ในการจอดรถหรือ เช่าพื้นที่จอดรถได้เนื่องจากพื้นที่สาขาเซกาอยู่ในชุมชนแออัดไม่มีพื้นที่ว่างเปล่าสำหรับเช่าหรือซื้อเพิ่ม

- การสาขาให้มีภาพลักษณ์ที่สวยงามทันสมัย อาจมีค่าใช้จ่ายที่สูง และเป็นต้นทุนที่สาขาต้องออกเองจะส่งผลให้สาขามีการดำเนินงานขาดทุนเนื่องจากลงทุนในด้านอาคารสถานที่

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่กล่าวมาผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จัดทำเรื่องขอติดตั้งตู้ฝากเงินสดอัตโนมัติ (CDM) หากสาขามีตู้รับฝากเงินเพิ่มจะช่วยเพิ่มยอดเงินฝากของสาขาให้เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากลูกค้าบางกลุ่มสะดวกที่จะใช้บริการที่ตู้ฝากเงินมากกว่าใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์และยังเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้รวดเร็วมากยิ่งขึ้นและไม่เสียส่วนแบ่งทางการตลาดด้านเงินฝากให้กับธนาคารคู่แข่งอีกด้วย

2. จัดทำแผนออกจุดบริการแต่ละพื้นที่เสนอผู้บริหารเป็นรายเดือน เพื่อการวางแผนในการออกพื้นที่หรือหากมีเหตุฉุกเฉิน ทางสาขาจะได้มีการปรับเปลี่ยนแผนตามความเหมาะสม

3. จัดทำช่องทางด่วนสำหรับลูกค้ารายใหญ่

4. จัดทำโครงการปรับปรุงอาคารสถานที่ เนื่องจากอาคารเดิมก่อสร้างมานานกว่า 10 ปีแล้วจึงต้องมีการปรับปรุงให้มีความทันสมัย และสวยงาม เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคาร ในกรณีที่สาขาเสนอฝ่าย สนจ.บึงกาฬเพื่ออนุมัติโครงการผ่าน และส่งแผนไปยังฝ่ายปรับปรุงอาคารสถานที่ต่อไป

กรณีที่ไม่สามารถทำตามแผนที่เสนอต่อผู้บริหารไว้ได้ทางสาขาต้องหาแนวทางเพิ่มยอดเงินฝากจากช่องทางอื่นเช่น

1. จัดทำแผนโครงการซื้อของชำร่วยสำหรับลูกค้าเพื่อจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ เนื่องจากคู่แข่งแต่ละธนาคารมีอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจึงทำให้ต้องจัดซื้อของชำร่วยเพื่อจูงใจลูกค้าให้มาใช้บริการ ฝากเงินเพิ่มขึ้น

2. โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางวิทยุ สื่อออนไลน์ต่างๆ และมีผู้คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้บริการต่างๆของธนาคารเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา อรุณสอนศรี. (2529). ทฤษฎีความพึงพอใจ. สืบค้นจาก https://www.gotoknow.org/posts/492000

ปุณยภาพัชร อาจหาญ (2555). ทฤษฎีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันทบุรี. สืบค้นจาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files//53930109/title.pdf

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. สภาวะเศรษฐกิจไทย. สืบค้นจาก https://www.prachachat.net/finance/news-369752

ปุญญาภา นาคสินธุ์. (2559). พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยบูรพา

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2562). ชื่อเรื่อง. สืบค้นจาก https://www.baac.or.th/th/content-about.php?content_group_sub=0001

ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์.

สง่า ภู่ณรงค์. (2540). ทฤษฎีความพึงพอใจ. สืบค้นจาก https://www.gotoknow.org/posts/492000

สุเทพ พาณิชพันธ์. (2541). ทฤษฎีความพึงพอใจ. สืบค้นจาก https://www.gotoknow.org/posts/492000

สรชัย พิศาลบุตร. (2549). การวัดความพึงพอใจ. สืบค้นจาก https://www.gotoknow.org/posts/492000

สาโรชน์ และสาโรช ไสยสมบัติ. (2534). ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดร้อยเอ็ด. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. สาขาการบริหารการศึกษา มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขต มหาสารคาม

อุทัย พรณณสุดใจ. (2545). ทฤษฎีความพึงพอใจ. สืบค้นจาก https://www.gotoknow.org/posts/492000

Kotler, Phillip. (1997). Marketing Managemant : Analysis, Planning, Implimentation and Control. (9th ed.) Englewood Cliffs. New Jersey : Prentice-Hall,Inc.

_____. (2000). Marketing Managemant : Analysis, Planning, Implimentation and Control. 10th ed. Englewood Cliffs. New Jersey ; Prentice-Hall,Inc.

_____. (2003). Marketing Management. Eleventh Edition. New Jersey : Pearson Education, Inc.