

**แผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดการใช้บริการสินเชื่อในระบบของเกษตรกรลูกค้า
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ**
**STRATEGIC PLANNING FOR INCREASE SYSTEMATIC LOANS OF THE
MEMBERS, BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES,
PHUKHIEO BRANCH, CHAIYAPHUM**

เพ็ญนภัส จันทรมณี¹

นียะดา ห่อนาค²

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของเกษตรกร ในเขตพื้นที่อำเภอภูเขียว เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์และจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าเกษตรกรและเพิ่มยอดสินเชื่อของ ธ.ก.ส. ซึ่งจะเป็นแนวทางในการช่วยเหลือเกษตรกรด้านการเงิน และยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จำนวน 385 ราย ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 50 – 59 ปี มีรายได้ต่อปี 150,001 – 200,000 บาท หลังหักค่าใช้จ่ายเหลือเพียง 1 – 50,000 บาท ส่วนใหญ่กู้เงินไปใช้ในการทำเกษตรกรรม ได้รับวงเงินกู้จำนวน 50,001 – 100,000 บาท ใช้ไหนดที่ดินค้ำประกัน ใช้เวลาประมาณ 2 – 3 วัน จึงได้รับเงินกู้ โดยสามารถชำระได้ทันตามกำหนด เหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการสินเชื่อกับ ธ.ก.ส. คือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ เกษตรกรมีการใช้บริการกู้ยืมเงินนอกระบบด้วย โดยเหตุผลคือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อมีความรวดเร็วกว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารมีความมั่นคงทางการเงิน น่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก จากข้อมูลสามารถจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้ 4 โครงการคือ โครงการแก้ไขหนี้สินนอกระบบของเกษตรกรและบุคคลในครัวเรือน โครงการพัฒนาคุณภาพบุคลากรสู่การบริการที่เป็นเลิศ โครงการมอบรักสู่สังคม และโครงการเงินด่วน กู้ปุ๊บรับปั๊บ

คำสำคัญ: เกษตรกร สินเชื่อ หนี้นอกระบบ ธ.ก.ส.

Abstract

The purpose of this independent study were to study the agriculturist's behaviors and factors on choosing the loan service in Phukhieo District, Chaiyaphum for strategic planning to increase systematic loans of the members for financial aid and living quality. The samples were 385 members of BAAC, Phukhieo Branch using the questionnaires and statistics for data analysis. The findings were most of members were 50 – 59 years-old man-farmers with 150,000 – 200,000 bath : year income, but total 1-50,000 bath after expense payment, 50,000 – 100,000 bath loan for agriculture guaranteed by loan-owning certificate spending 2 – 3 days and they could pay back in time with the reasonable period. They also did faster non-systematic loans. The stability, the trust and the popularity of the bank product was the main factor of Marketing Mix to choose. they also did faster non-systematic loans. The stability, the trust and the popularity of the bank product was the main factor of Marketing Mix to choose. Therefore, we plan 4 projects: Unlock the Non-systematic Loans of the Members and Their Family, Best Service, Corporate Social Responsibility and A-cash.

Keywords: Agriculturist, Loan, Non-systematic loan, BAAC

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ / มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40002 Email: penny_fu3@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ / ภาควิชาชีววิทยา / คณะวิทยาศาสตร์ / มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

อาชีพ “เกษตรกร” แม้ว่าจะถูกยกย่องเชิดชูว่าเป็น “กระดูกสันหลังของชาติ” ซึ่งถือว่าเป็นอาชีพที่มีความสำคัญต่อประเทศ ด้วยเพราะมีหน้าที่สำคัญในการผลิตอาหารให้กับประชากรทั้งหมด แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ของประเทศก็ยังมีฐานะยากจน และยังต้องประสบกับภาวะหนี้สินมาตลอดทุกยุคทุกสมัย เนื่องจากต้นทุนการผลิตสูงขึ้น อีกทั้งยังต้องเผชิญกับภัยธรรมชาติ และการกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง หากปีใดสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้เป็นจำนวนมาก มีผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมๆ กัน เกษตรกรก็ต้องประสบปัญหาสินค้าล้นตลาด จึงทำให้เกิดการขาดทุน เมื่อไม่มีต้นทุนในการผลิตสำหรับฤดูกาลถัดไป เกษตรกรจึงจำเป็นต้องหาทางออกด้วยการกู้ยืมเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ มาใช้ การกู้ยืมเงินนอกระบบ เป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ที่ต้องการใช้เงิน แม้อาจจะทำให้ตกอยู่ในภาวะจำยอมในการรับภาระการจ่ายอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าที่กฎหมายกำหนด [3]

ปัญหาเรื่องหนี้นอกระบบนับเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ให้ความสำคัญโดยให้ธนาคารของรัฐเข้ามาร่วมแก้ปัญหา โดยมีธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นแกนหลัก และจัดทำโครงการแก้ไขหนี้นอกระบบของเกษตรกรและบุคคลในครัวเรือน [5]

จากการศึกษาในเบื้องต้นพบว่า เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.สาขาภูเขียว นอกจากจะมีหนี้สินในระบบกับ ธ.ก.ส.แล้ว ยังมีหนี้สินนอกระบบอีกด้วย ซึ่งพบว่าประมาณร้อยละ 40 ของลูกค้าที่มีการกู้ยืมเงินนอกระบบ ดังนั้นเพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรด้านการเงิน และยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร จึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของเกษตรกร โดยจะนำข้อมูลที่รวบรวมได้มากำหนดกลยุทธ์ที่จะทำให้เกษตรกรหันมาใช้บริการสินเชื่อในระบบมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการเพิ่มจำนวนลูกค้า และยอดการให้บริการสินเชื่อของธนาคาร ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคารเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ และนำไปกำหนดกลยุทธ์ จัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าเกษตรกร และเพิ่มยอดสินเชื่อของ ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว และเพื่อเป็นแนวทางในการช่วยเหลือเกษตรกรด้านการเงิน และยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร

วิธีดำเนินงาน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทำโดย วิธีการสำรวจ (Survey Method) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งคำนวณค่าความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาได้เท่ากับ 0.9418 แจกแบบสอบถามตามสะดวก (Convenience Sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนาในการอธิบายผลเบื้องต้น โดยค่าสถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ความถี่ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน [2] ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือ เกษตรกรที่มาใช้บริการสินเชื่อของ ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน

$$\text{โดยกำหนดให้ } n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{10,058}{1 + 10,058(0.05)^2} = 384.70$$

- n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- N แทน ขนาดของประชากร 10,058 คน
- e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้
ต้องการความเชื่อถือ 95% นัยสำคัญในทางสถิติ 0.05

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างของประชากรที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลครั้งนี้ คือ 385 ชุด

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 72.73 มีอายุ 50 – 59 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.37 การศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 42.60 ประเภทกิจกรรมที่ทำ คือ ทำไร่ คิดเป็นร้อยละ 45.71 มีรายได้เฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 150,001 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.68 และมีรายได้หลังจากหักภาระค่าใช้จ่ายแล้วอยู่ที่ 1 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.88

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อ

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษาได้สรุปประเด็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ [4] ดังนี้ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ส่วนใหญ่กู้เงินเพื่อนำไปใช้ในการทำเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 76.10 วงเงินที่ได้รับอนุมัติจาก ธ.ก.ส. ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับอนุมัติวงเงินกู้จากธนาคารเป็นจำนวน 50,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.43 ระยะเวลาในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ พบว่า การพิจารณาอนุมัติสินเชื่อของธนาคารใช้เวลาประมาณ 2 – 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 43.64 หลักทรัพย์ในการค้ำประกันเงินกู้ของธนาคาร พบว่า ส่วนใหญ่ใช้โฉนดที่ดินในการค้ำประกัน คิดเป็นร้อยละ 76.14 ความสามารถในการชำระหนี้เงินกู้ พบว่า ส่วนใหญ่สามารถชำระเงินกู้ได้ทันตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด คิดเป็นร้อยละ 99.48 เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกับ ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่ คือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระซึ่งตรงกับช่วงที่เก็บเกี่ยว และขายผลผลิตของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 55.32 แหล่งที่ใช้บริการสินเชื่อ ซึ่งนอกจาก ธ.ก.ส.แล้วเกษตรกรยังใช้บริการกู้ยืมเงินนอกระบบ คิดเป็นร้อยละ 21.38 เหตุผลที่ยังตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อในระบบส่วนใหญ่ คือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อซึ่งมีความรวดเร็วกว่า คิดเป็น ร้อยละ 50.39 เมื่อหลังจากหมดภาระหนี้สินกับ ธ.ก.ส.แล้ว ลูกค้าส่วนใหญ่มีความประสงค์ที่จะใช้บริการสินเชื่อกับ ธ.ก.ส.ต่อ คิดเป็นร้อยละ 98.18

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อในระบบของ ธ.ก.ส.สาขาเขียว จังหวัดชัยภูมิ

จากการสำรวจความคิดเห็นของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.สาขาเขียว สามารถสรุปประเด็นสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อในระบบของ ธ.ก.ส.สาขาเขียว ได้ดังนี้ [1] คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ลูกค้ามีความเห็นว่าการที่ธนาคารมีความมั่นคงทางการเงิน น่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักนั้น มีความสำคัญสำหรับการตัดสินใจมาใช้บริการของลูกค้า ในระดับมากที่สุด ด้านราคา ลูกค้าเห็นว่า การที่ ธ.ก.ส.มีการกำหนดเงินงวดได้ตามความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า โดยไม่เร่งรัด กดดันลูกค้าจนเกินไป มีความสำคัญในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธ.ก.ส.สาขาเขียว ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน บริเวณโดยรอบเป็นแหล่งขายปุ๋ย

และอุปกรณ์ทางการเกษตรซึ่งเป็นปัจจัยในการผลิตของลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ธ.ก.ส.มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อภาพลักษณ์ และให้ความเชื่อถือต่อธนาคาร มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ด้านบุคลากร ลูกค้าเห็นว่า พนักงานของ ธ.ก.ส.มีความรู้ และประสบการณ์ ทำให้สามารถบริการเกษตรกรได้อย่างตรงใจ มีความสำคัญในระดับมาก ด้านกระบวนการ ขั้นตอนระเบียบเงื่อนไขที่ไม่ยุ่งยาก และมีความยืดหยุ่นทำให้เกษตรกรมีความสะดวกที่มาใช้บริการ มีความสำคัญในระดับมาก ด้านลักษณะทางกายภาพ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยของธนาคารทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคาร มีความสำคัญในระดับมาก (ตารางที่ 1)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ทั้งที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ดังนี้

จุดแข็ง (Strength) ธ.ก.ส. เป็นธนาคารในการดูแลของรัฐบาล มีความมั่นคง มีแหล่งเงินทุนที่มั่นคง ลูกค้าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามายาวนาน เสมือนเป็นคนในครอบครัว มีการให้สินเชื่อรวมกลุ่ม มีหัวหน้ากลุ่มลูกค้าเป็นตัวแทนในการติดต่อกับธนาคาร มีการจัดการเรียนรู้ และพัฒนาลูกค้าอยู่เสมอ มีฐานลูกค้าเกษตรกรที่มีความจงรักภักดี

จุดอ่อน (Weakness) การให้บริการสินเชื่อใช้อัตราค่ากลางและต้นทุนในการดำเนินการสูง เน้นการสนับสนุนทางการเกษตรด้านเดียว ยังไม่ตอบสนองการบริการในด้านอื่น พนักงานขาดประสบการณ์ในการวิเคราะห์สินเชื่อนอกภาคการเกษตร การตลาด และภาษาต่างประเทศ และ ธ.ก.ส. ยังมีภาพลักษณ์ในเรื่องการบริการที่ล่าช้า การพิจารณาและอนุมัติสินเชื่อใช้เวลานาน

โอกาส (Opportunities) แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ และนโยบายของรัฐบาลให้ความสำคัญกับภาคการเกษตร การเปิด AEC เกษตรกรต้องการขยายตลาด ธ.ก.ส. จึงจะช่วยเป็นแหล่งเงินทุน โครงสร้างประชากรอยู่ในวัยผู้สูงอายุมากขึ้นเป็นโอกาสให้ ธ.ก.ส. ขยายสินเชื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นการเพิ่มช่องทางบริการ และเพิ่มประสิทธิภาพงานได้ดีขึ้น

อุปสรรค (Threats) การแข่งขันทางของสถาบันการเงินเพิ่มมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ของแต่ละแห่งก็มีความคล้ายคลึงกัน ความสามารถในการชำระหนี้ลดลง เนื่องจากหนี้สินเพิ่มขึ้นขณะที่ราคาสินค้าเกษตรลดลง ผู้ให้บริการสินเชื่ออื่นมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วกว่า นโยบายรัฐมีเข้ามามากขึ้น อาจทำให้บริการลูกค้าไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร

การกำหนดกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix

กลยุทธ์เชิงรุก (SO) โครงการแก้ไขหนี้ในระบบของเกษตรกร และบุคคลในครัวเรือน เพื่อดึงผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อในระบบไปแล้ว มาเป็นลูกค้าสินเชื่อในระบบกับ ธ.ก.ส.

กลยุทธ์เชิงปรับ (WO) โครงการพัฒนาคุณภาพบุคลากรสู่การบริการที่เป็นเลิศ (Best Service) เพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่นได้

กลยุทธ์เชิงรับ (ST) โครงการมอบริการสู่สังคม (CSR) เป็นการสร้างและนำเอาความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนมาประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นที่รู้จัก เพื่อสร้างความได้เปรียบจากสถาบันการเงินอื่น

กลยุทธ์เชิงเปลี่ยน (WT) โครงการเงินด่วนกู้ปั๊ปป๊ะรับปั๊ปป๊ะ (A-Cash) เป็นการเปลี่ยนภาพลักษณ์การให้บริการและการอนุมัติเงินกู้ที่ล่าช้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกรวดเร็วขึ้นเช่นเดียวกับคู่แข่งรายอื่น

โครงการแก้ไขหนี้สินนอกระบบของเกษตรกร และบุคคลในครัวเรือน

ผลการสำรวจพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อในระบบของเกษตรกรคือ การที่ธนาคารมีความมั่นคงทางการเงิน น่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และมีลูกค้าบางส่วนมีหนี้สินนอกระบบร่วมด้วย ประกอบกับรัฐบาลให้ความสำคัญกับปัญหาหนี้สินนอกระบบโดยให้ธนาคารของรัฐเข้ามาร่วมแก้ปัญหา จึงได้จัดทำโครงการแก้ไขหนี้สินนอกระบบของเกษตรกรและบุคคลในครัวเรือนขึ้น ซึ่งจะเป็นการดึงเอาหนี้สินนอกระบบมาเป็นหนี้ในระบบของ ธ.ก.ส. วัตถุประสงค์ของโครงการคือ ช่วยเหลือและแก้ไขความเดือดร้อนของเกษตรกรและบุคคลในครัวเรือนที่มีหนี้สินนอกระบบให้เข้ามาเป็นหนี้ในระบบ ซึ่งจะช่วยลดภาระหนี้สิน ไม่ให้เป็นภาระหนักแก่เกษตรกรและบุคคลในครัวเรือน ให้เกษตรกรได้มีโอกาสฟื้นฟู และพัฒนาอาชีพให้เข้มแข็ง จนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

โครงการพัฒนาคุณภาพบุคลากรสู่การบริการที่เป็นเลิศ (Best Service)

จากผลการสำรวจพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมากที่สุดคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ความสามารถและประสิทธิภาพในการให้บริการ ดังนั้นพนักงาน ธ.ก.ส. จึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาขีดความสามารถของพนักงานในทุก ๆ ด้าน วัตถุประสงค์ของโครงการคือ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของพนักงานในทุก ๆ ด้าน เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในเรื่องการบริการให้กับธนาคาร และเพื่อเป็นการลดข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้นจากการให้บริการ

โครงการมอบริการสู่สังคม (CSR)

บุคลากรและองค์กร ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามายาวนานใกล้ชิดสนิทสนมกับลูกค้าเสมือนเป็นคนในครอบครัวถือ มีการประชุมกลุ่มลูกค้า ออกให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ แก่ลูกค้าเป็นประจำ ดังนั้น ธ.ก.ส. สาขาภูเขียวจึงควรมีการช่วยเหลือชุมชนตามความสามารถของธนาคาร และความต้องการของคนในชุมชน เช่น มอบทุนการศึกษา สร้างฝายชะลอและกักน้ำ เป็นต้น เพื่อเป็นการช่วยเหลือสังคมในด้านต่าง ๆ ให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคนในชุมชน และส่วนราชการต่างๆ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักอีกด้วย

โครงการเงินด่วนกู้ปุ๊บรับปั๊บ (A-Cash)

จากการสำรวจพบว่า เกษตรกรบางส่วนมีการใช้บริการหนี้สินนอกระบบ โดยเหตุผลที่สำคัญที่สุด คือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อซึ่งมีความรวดเร็วกว่า เหตุนี้จึงเลือกการให้สินเชื่อเงินด่วน (A-Cash) ซึ่งเป็นประเภทเงินกู้ประเภทหนึ่งของธนาคาร มาใช้เพื่อจัดการกับจุดอ่อนของ ธ.ก.ส. ที่อนุมัติล่าช้า และอุปสรรคจากสถาบันการเงินอื่นที่อนุมัติรวดเร็วกว่า เพราะสินเชื่อเงินด่วนลูกค้าสามารถรับเงินได้ภายในวัน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้า ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้เงินเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายฉุกเฉิน ลูกค้าไม่ต้องไปก่อหนี้สินภายนอกที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง และไม่เป็นธรรม

สรุป

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 50 – 59 ปี การศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ทำไร่ รายได้เฉลี่ยต่อปี 150,001 – 200,000 บาท หลังจากหักภาระค่าใช้จ่ายแล้วเหลือ 1 – 50,000 บาท วัตถุประสงค์ของการกู้เงินคือ นำไปใช้ในการทำเกษตรกรรม วงเงินที่ได้รับ

อนุมัติ 50,001 – 100,000 บาท ใช้เวลาอนุมัติ 2 – 3 วัน หลักทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกันคือ โฉนดที่ดิน ส่วนใหญ่เกษตรกรสามารถชำระเงินกู้ได้ทัน เหตุผลสำคัญเลือกใช้บริการสินเชื่อกับ ธ.ก.ส. คือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ ซึ่งนอกจาก ธ.ก.ส. แล้วเกษตรกรยังมีการใช้บริการกู้ยืมเงินนอกระบบร่วมด้วย โดยเหตุผลคือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วกว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่มากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่ธนาคารมีความมั่นคงทางการเงิน น่าเชื่อถือ จากข้อมูลที่รวบรวมได้สามารถกำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้ 4 โครงการ คือ โครงการแก้ไขหนี้นอกระบบของเกษตรกรและบุคคลในครัวเรือน โครงการพัฒนาคุณภาพบุคลากรสู่การบริการที่เป็นเลิศ โครงการมอบรางวัลผู้ส่งเสริม และโครงการเงินด่วนกู้ยืมรับปี

ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษาแนวทางและเทคนิคต่าง ๆ จากสถาบันการเงินอื่น เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติ และปรับใช้กับองค์กร ธ.ก.ส. ควรศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยของผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อกับตัวอย่างกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่ลูกค้าธ.ก.ส. เพื่อที่จะได้ทราบพฤติกรรม และปัจจัยของผู้บริโภคที่แตกต่างกันออกไปตามกลุ่มอ้างอิงของผู้บริโภคอื่น ๆ และกลุ่มตัวอย่างบางครั้งไม่เข้าใจคำถามต้องคอยขยายความให้เข้าใจ ดังนั้นถ้ามีการศึกษากลุ่มตัวอย่างในลักษณะนี้อีกควรเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้อะไรตรงตามความต้องการมากกว่า

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ เนื่องจากได้รับความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์นิยะดา ท่อนาค อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์อัมพน ท่อนาค และคณาจารย์ทุกท่านที่อนุเคราะห์ให้คำปรึกษา คำแนะนำที่มีคุณค่า และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา ตลอดจนเกษตรกร และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูเขียว ที่เป็นแรงบันดาลใจให้เกิดการศึกษาในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] ฉัตยาพร เสมอใจ. (2545). **การตลาดธุรกิจบริการ**. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- [2] นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2548). **ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [3] ฝ่ายพัฒนาลูกค้าและชนบทธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2557). **สรรพปัญญาแก่ หนี้แก้จน**. กรุงเทพฯ: ไม่ปรากฏสำนักพิมพ์.
- [4] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: Diamond In Business World.
- [5] ASTV ผู้จัดการออนไลน์. (2557). **พิสูจน์แล้วหนี้นอกระบบไม่มีวันตาย**. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2558, จาก <http://www.manager.co.th/>

ตารางที่ 1 สรุปปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อในระบบของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.สาขาภูเขียว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า ธ.ก.ส.สาขาภูเขียว	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ธนาคารมีความมั่นคงทางการเงิน น่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียง	4.23	มากที่สุด
ด้านราคา จำนวนเงินงวดตรงตามความสามารถในการชำระหนี้	3.55	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.91	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี	3.52	มาก
ด้านบุคลากร พนักงานมีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการให้บริการ	3.77	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ ระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ยืดหยุ่น	3.93	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ มีอุปกรณ์ และเครื่องมือที่ทันสมัย น่าเชื่อถือ	3.69	มาก