

กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค
ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ

MARKETING STRATEGIES TO INCREASE TAWEECHOKE SAVING
OF THE BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL
CO-OPERATIVES PHUKHIAO BRANCH CHAIYAPHUM PROVINCE

พุทธชาติ เพ็ญเขียว¹
รักพงษ์ เพชรคำ²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจของลูกค้าในการฝากเงินออมทรัพย์ทวีโชค ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ และ 2. เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ฝากเงินส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร ผู้ฝากเงินส่วนใหญ่ ชอบการฝากเงินแบบมีลุ้นรางวัล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการฝากเงิน ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีความมั่นคงและปลอดภัย ด้านราคา ได้แก่ ราคาต่อหน่วยต่ำและมีโอกาสได้รับสิทธิ์ลุ้นโชคสูงด้านช่องทางการจำหน่าย ได้แก่ มีช่องบริการลูกค้าเงินฝากเพียงพอ ด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ความถี่ในการลุ้นรางวัล ด้านพนักงาน ได้แก่ มีความสามารถในการอธิบาย และให้คำแนะนำและคำปรึกษาเกี่ยวกับเรื่องเงินฝาก ด้านกระบวนการ ได้แก่ บริการรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ มีการประเมินการให้บริการเพื่อการปรับปรุงคุณภาพให้บริการอย่างต่อเนื่อง จากการศึกษาได้จัดทำกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 4 โครงการ ดังนี้ 1. โครงการ Smart Service 2. โครงการยิ่งออม ยิ่งได้ลุ้น 3. โครงการสร้างนักการธนาคารมืออาชีพ 4. โครงการสร้างการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้งบประมาณทั้งสิ้น 165,000 บาท (หนึ่งแสนหกหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด การตัดสินใจ

Abstract

Marketing strategy studies to increase the Taweechoke Savings Account of Bank for Agriculture And Agricultural Co - operatives, Phu Khiao Branch, Chaiyaphum Province were aimed to 1. To study the behavior and factors affecting decision making of customers to deposit on the Taweechoke Savings Account of Bank for Agriculture And Agricultural Co-operatives Phu Khiao Branch, Chaiyaphum Province. 2. To develop the Marketing Strategies to increase the Taweechoke Savings Account of Bank for Agriculture And Agricultural Co-operatives, Phu Khiao Branch, Chaiyaphum Province using questionnaires for 400 customer. The results showed that depositors are mainly farmers. Most depositors prefer depositing for a possibility to win sweepstakes. For the marketing mix, product stability and security. In terms of price, low unit price and draw price winning possibility. Sufficient deposit services. Marketing promotion accounting is also include to the frequency of chance to win prizes. Service staff knowledge service speed, accuracy and precision. Physical and environmental satisfactions. Based on the results of this study, marketing strategy was developed includes 1. Smart Service Project. 2. More saving and more chances of winning. 3. The Professional Bankers Development Project. 4. Effective Communication Project. Using a total budget of 165,000 Baht Net (One hundred sixty five thousand baht Net).

Keywords: Marketing Strategies, Decision Making

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
โทรศัพท์ 086-2280453 E-mail : puttabaac555@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ในการดำเนินงานเกี่ยวกับธุรกิจธนาคารต้องให้บริการทางการเงินครบทุกด้าน ทั้งด้านการรับฝากเงิน ให้สินเชื่อ การเป็นตัวกลางการชำระเงิน และบริการอื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการให้บริการทางการเงิน ซึ่งธนาคารมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการกำกับดูแลเงินกองทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและเพียงพอที่จะรองรับแผนการขยายธุรกิจของธนาคารได้ เงินฝากถือว่าเป็นเรื่องสำคัญเป็นอย่างมากในการบริหารเงินกองทุน เนื่องจากเป็นต้นทุนเงินที่ต่ำ ซึ่งในธุรกิจธนาคารนับว่าเป็นธุรกิจที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งจากธนาคารพาณิชย์ภายในประเทศจำนวน 14 แห่ง ธนาคารเฉพาะกิจจำนวน 5 แห่ง และสถาบันการเงินจากต่างประเทศ จำนวน 14 แห่ง ที่เข้ามาดำเนินการในประเทศ

แนวโน้มปี 2558 ต้องเผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการใช้บริการทางการเงินที่มากขึ้น ธนาคารต่างๆ จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการหาวิธีการและแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพและครองส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายของธุรกิจนั้นคือ กำไร กิจกรรมด้านการตลาดจึงเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการสร้างความสัมพันธ์และปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เช่น เพิ่มผลิตภัณฑ์เงินฝากที่หลากหลาย บริการที่สะดวกรวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีในการให้บริการที่ครบวงจร มีระบบความปลอดภัยที่เชื่อถือได้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้ธุรกิจธนาคารมีความเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูเขียว เป็นสาขาหนึ่งของ ธ.ก.ส. ในสังกัดสำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดชัยภูมิ ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ดำเนินธุรกิจตามวัตถุประสงค์ของธนาคารคือ ระดมเงินทุนจากแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำคือเงินฝาก และขยายสินเชื่อเพื่อให้เกิดกำไรขยายธุรกิจ โดยสาขาภูเขียวต้องดำเนินเงินกองทุนให้เหมาะสมในสัดส่วนเงินฝากต่อเงินกู้ 1 ต่อ 1 หรือเงินฝากเท่ากับเงินให้สินเชื่อที่จ่ายไป ซึ่งหากมีเงินฝากต่ำกว่าเงินสินเชื่อสาขาภูเขียวจำเป็นต้องจ่ายชดเชยเงินโอนให้กับ ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ในอัตราร้อยละ 3 ซึ่งเมื่อคุณผลการดำเนินงานที่ผ่านมา สาขา ภูเขียวมีค่าใช้จ่ายชดเชยเงินโอน ในปีบัญชี 2555 เป็นเงิน 26 ล้านบาท ปีบัญชี 2556 มีค่าใช้จ่ายเงินโอน 24.6 ล้านบาท และในปีบัญชี 2557 จำนวน 10 เดือน มีค่าใช้จ่ายเงินค่าชดเชยเงินโอนเป็นเงิน 22.4 ล้านบาท ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและเมื่อเข้าสู่รายละเอียดโครงสร้างขยายเงินฝาก ณ ปีบัญชี 2555 พบว่ามีเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชคซึ่งเป็นเงินฝากต้นทุนต่ำของธนาคารจำนวน 191 ล้านบาท ปีบัญชี 2556 มีเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค 159 ล้านบาทและในปีบัญชี 2557 มีเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค 184 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินฝาก ร้อยละ 18.57 ร้อยละ 14.60 และร้อยละ 17.64 ตามลำดับ ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของสำนักงาน ธ.ก.ส.จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 22.0 ทำให้สาขาภูเขียวมีต้นทุนเงินด้านเงินฝากสูงและมีค่าใช้จ่ายชดเชยเงินโอนสูงถึงเดือนละ 3 ล้านบาท ทำให้ผลกระทบต่อประกอบการของสาขาภูเขียวมีกำไรสุทธิน้อยกว่าที่ควรจะได้รับจากเหตุผลดังกล่าว จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของลูกค้าในการตัดสินใจฝากเงินออมทรัพย์ทวีโชค ธ.ก.ส. และศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากออมทรัพย์ ทวีโชค ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว สำนักงานจังหวัดชัยภูมิจำนวน 50 ล้านบาทภายในวันที่ 31 มีนาคม 2559

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจของลูกค้าในการฝากเงินออมทรัพย์ทวีโชค ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ

2. เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ

วิธีดำเนินการศึกษา

ผู้ศึกษาใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยใช้วิธีศึกษาและการวิจัยเชิงปริมาณ การออกแบบการศึกษา ออกแบบงานศึกษาเป็นการศึกษาเชิงปริมาณแบบสำรวจจากการสอบถาม การศึกษาเชิงปริมาณ แบบสำรวจจากแบบสอบถาม โดยทำการสำรวจลูกค้าที่มาใช้บริการฝากเงินของ ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว ในเขตอำเภอภูเขียว จำนวน 400 ราย โดยแผนการสุ่มตัวอย่างแบบมีชั้นภูมิ และกำหนดของการคำนวณประชากรตามแนวทาง Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ใช้เครื่องมือแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้ 1.ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 2.ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงิน 3.ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและ 4.ข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้า

การวิเคราะห์ข้อมูล การหาความเที่ยงตรง ในการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามได้ทำการปรึกษาอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาว่าสามารถวัดได้ตามประเด็นสอดคล้องกับทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบของการศึกษา การหาความน่าเชื่อถือ นำแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบว่ามีความเที่ยงตรงไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง เพื่อทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค [2] ก่อนนำไปใช้กับข้อมูลจริง นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการรวบรวม ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลและใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณและประมวลผล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าความถี่ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าความถี่อัตราร้อยละ พฤติกรรมการใช้บริการทางการเงิน วิเคราะห์ข้อมูลค่าความถี่ และอัตราร้อยละ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยมีค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ คือ 5, 4, 3, 2, 1 และมีเกณฑ์การให้คะแนนตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ [2] ดังนี้ 5 มากที่สุด 4 มาก 3 ปานกลาง 2 น้อย และ 1 น้อยที่สุด สำหรับการแปลความหมายผลการศึกษา ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจ ระดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยที่ได้ [3] ดังนี้ 4.21 – 5.00 มีความสำคัญมากที่สุด 3.41 – 4.20 มีความสำคัญมาก 2.61 – 3.40 มีความสำคัญปานกลาง 1.81 – 2.60 มีความสำคัญน้อย 1.0 – 1.80 มีความสำคัญน้อยที่สุด ความพึงพอใจของลูกค้า ปัญหาและข้อเสนอ ใช้เกณฑ์ประมาณค่า โดยมีค่าคะแนน 5 4 3 2 1 ตามลำดับ

ผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า 1. พฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจของลูกค้าในการฝากเงินออมทรัพย์ทวีโชค ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง ร้อยละ 100 เป็นผู้มีเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชคของ ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว มีอายุเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ที่ 41 – 50 ปี ร้อยละ 40.25 ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม. ปลาย ร้อยละ 40.50 มีอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 72.75 รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 75.00 พฤติกรรมการฝากเงินกับธนาคารแล้วแต่โอกาส ร้อยละ 64.50 ที่มาของรายได้ส่วนใหญ่มาจากขายผลผลิตทางการเกษตร ร้อยละ 44.75 เหตุผลที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคาร เนื่องจากการให้บริการที่ดี ร้อยละ 78. แหล่งข้อมูลที่ได้รับจาก สื่อโทรทัศน์ และพนักงานธนาคาร ร้อยละ 55.2 , 27.25 ตามลำดับเหตุผลที่เลือกใช้เงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค คือ ลุ้นโชคทุก ๆ 6 เดือน ร้อยละ 44.00 มีความชอบในการลุ้นรางวัลสูงมากถึงร้อยละ 92.75 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเงื่อนไข

และผลตอบแทนของบัญชี ออมทรัพย์ทวีโชคในระดับปานกลาง ร้อยละ 48.25 2. กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค ธ.ก.ส.สาขาภูเก็ต จังหวัดชัยภูมิ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม 4.43 รองลงมาคือ ด้านพลังงาน, ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.39 4.38 4.33 4.31 4.28 และ 4.24 ตามลำดับ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ ความมั่นคงและปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 4.63 ด้านราคา คือราคาต่อหน่วยต่ำ และมีโอกาสได้รับสิทธิลุ้นโชคสูง ด้านช่องทางการจำหน่าย คือ มีช่องให้บริการลูกค้าเงินฝากเพียงพอ ด้านส่งเสริมการตลาดคือความถี่ในการลุ้นรางวัล ด้านพนักงานคือ มีความสามารถในการอธิบายและให้คำแนะนำและคำปรึกษาเกี่ยวกับด้านเงินฝาก ด้านกระบวนการคือ การบริการรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม คือ มีการประเมินการให้บริการเพื่อปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี สะอาด มีการตกแต่งที่ทันสมัย นอกจากนี้ยังได้ศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค พบว่า มีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย 4.28 สามารถนำมากำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชคของ ธ.ก.ส. สาขาภูเก็ต จังหวัดชัยภูมิ ได้ดังนี้

โครงการที่ 1 Smart Service วัตถุประสงค์. เพื่อสร้างระบบการให้บริการลูกค้าของธนาคารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริการให้กับพนักงาน ธ.ก.ส. สาขาภูเก็ต จังหวัดชัยภูมิ วิธีดำเนินโครงการ ประชุมพนักงานในสังกัด ธ.ก.ส. สาขาภูเก็ต เพื่อสร้างความตระหนักและจิตสำนึกร่วมกัน พร้อมทั้งเป้าหมายร่วมกัน คือความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ที่ 4.85 % จัดทำมาตรฐานการปฏิบัติงานและมาตรฐานในการให้บริการร่วมกันติดตามประเมินผลเป็นระยะทุกๆ เดือน โดยใช้แบบสอบถามกับลูกค้าผู้มาใช้บริการ ปรับปรุงตามคำแนะนำการให้บริการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ผลที่คาดว่าจะได้รับลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร ในระดับ 4.85 จากระดับสูงสุดที่ 5 มียอดเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชคเพิ่มขึ้น เดือนละ 5 ล้านบาท

โครงการที่ 2 ยิ่งออม ยิ่งได้ลุ้น วัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความชอบในการลุ้นรางวัลให้ลูกค้ามีโอกาสถูกรางวัลได้มากขึ้น เพิ่มยอดเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชคให้กับ ธ.ก.ส. สาขาภูเก็ต จังหวัดชัยภูมิ วิธีดำเนินการประชุมพนักงานในสังกัด ธ.ก.ส. สาขาภูเก็ต เพื่อสร้างความตระหนักและ ความเข้าใจร่วมกัน รวมทั้งกำหนดเป้าหมายร่วมกันมอบหมายผู้รับผิดชอบโดยจัดซื้อของรางวัลพิเศษ แจงเงื่อนไขการเข้าร่วมโครงการของลูกค้า โดยลูกค้ามีเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชคทุก 1,000 บาท จะได้รับสิทธิ์ลุ้นโชคทุกเดือน รวมมูลค่าต่อเดือน 10,000 บาทจับรางวัลทุก ๆ วันที่ 30 ของเดือน ผลที่คาดว่าจะได้รับ ยอดเงินฝากเพิ่มขึ้น 50 ล้านบาท

โครงการที่ 3 สร้างนักการธนาคารมืออาชีพ วัตถุประสงค์เพื่อสร้างนักการธนาคารมืออาชีพให้กับองค์กรตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลวิธีดำเนินการจัดอบรมพนักงานในการสร้างนักการธนาคารมืออาชีพ งบประมาณองค์กรที่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินโครงการสร้างมืออาชีพเฉพาะพนักงานที่ได้รับคัดเลือกลงมือปฏิบัติพร้อมประเมินผลทุกเดือน ร่วมกับการประเมินผลงานประจำปีของพนักงาน ผลที่คาดว่าจะได้รับนักการธนาคารมืออาชีพเพิ่มขึ้นในองค์กร อย่างน้อย 3 คน

โครงการที่ 4 สร้างการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารข้อมูลของธนาคารให้กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพสามารถกระตุ้นยอดเงินฝากจากลูกค้าให้ฝากเงินกับธนาคารเพิ่มขึ้น วิธีดำเนินโครงการ ประชุมรวมพนักงานทั้งสาขาภูเก็ต ตั้งคณะทำงานที่มีความถนัดด้านการผลิตสื่อจัดทำและสร้างระบบการสื่อสารทุกรูปแบบ ทั้งจดหมายข่าว วิทยุชุมชน ประชุม กลุ่มลูกค้า ประชุมประเมินผลหัวหน้าส่วนราชการฯ รวมทั้งจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์งานธนาคารไว้ที่สำนักงานธนาคาร ผลที่คาดว่าจะได้รับ ผู้ฝากเงินกับธนาคารสามารถรับรู้ข่าวสาร

ของธนาคารอย่างแท้จริงและเข้าใจลึกซึ้งถึงผลิตภัณฑ์ ข้อมูลข่าวสารของธนาคาร ร้อยละ 80 ของข้อมูลที่ธนาคารสื่อสาร

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย อายุ 41 – 50 ปี ระดับการศึกษา ต่ำกว่าม.ปลาย เป็นเกษตรกรมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการเงินฝากและการใช้บริการด้านเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค ของ ธ.ก.ส. ประเภทบัญชีเงินฝากและธนาคารที่ใช้บริการส่วนใหญ่คือ เงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารส่วนใหญ่คือ การบริการดี มีที่จอดรถสะดวกสบาย เหตุผลที่เลือกใช้บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชคคือ ได้ลุ้นโชคทุก 6 เดือนปลอดภัยไม่กินทุน ได้เงินต้นคืนพร้อมดอกเบี้ยส่วนใหญ่ชอบการฝากเงินที่มีการลุ้นรางวัล ระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์ ทวีโชคของ ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ด้านปัจจัยภายนอก พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ธนาคารจัดทำโครงการรวบรวมผลผลิตทางการเกษตรเพื่อส่งเสริมการตลาดให้กับเกษตรกรลูกค้ามากขึ้น ราคาผลผลิตการเกษตร อ้อย และข้าว

ระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชคของ ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านพนักงาน ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความมั่นคงและปลอดภัยใช้เป็นหลักค้าประกันในการกู้ได้ มีผลตอบแทนเพียงพอ ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีสภาพคล่องสูง และมีบริการหักบัญชีเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า เป็นต้น

ด้านราคา พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาต่อหน่วยต่ำและมีโอกาสได้รับสิทธิ์ลุ้นโชคสูง อัตราผลประโยชน์ที่ได้รับโดยรวม (ดอกเบี้ยเงินฝาก) ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการเงินฝากต่างสาขา

ด้านช่องทางการจำหน่าย พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีช่องบริการลูกค้าเงินฝากเพียงพอ มีการให้บริการฝากผ่านตู้ ATM Internet ธนาคารตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการให้บริการรับฝากนอกสถานที่

ด้านส่งเสริมการตลาดพบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดทุกหัวข้อ ได้แก่ ความถี่ในการลุ้นรางวัล โอกาสถูกรางวัล จัดให้มีของขวัญหรือของกำนัลในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ การให้คำแนะนำเงินฝาก และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

ด้านพนักงาน พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดทุกหัวข้อ ได้แก่ มีความสามารถในการอธิบายและให้คำแนะนำและคำปรึกษาเกี่ยวกับเรื่องเงินฝาก มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องเงินฝาก พนักงานมีความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการ การให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีพนักงานให้บริการเพียงพอ ด้านกระบวนการ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ความถูกต้องของการบันทึกในบัญชีเงินฝาก ขั้นตอนการเปิดบัญชีเงินฝากมีความรวดเร็ว ให้ความสำคัญในระดับมากในหัวข้อ จำนวนเอกสารในการเปิดบัญชีไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน

ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดทุกหัวข้อ ได้แก่ มีการประเมินการให้บริการ เพื่อการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี สะอาด มีการตกแต่งที่ทันสมัย มีสถานที่จอดรถยนต์เพียงพอ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น บริการน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ มีทัศนียภาพล้อมรอบบริเวณธนาคารที่สะอาดสวยงาม รวมทั้งห้องน้ำสะอาด สะดวกเพียงพอ

กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชคของ ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิได้ 4 โครงการ ดังนี้ 1.โครงการ Smart Service 2.โครงการ ยิ่งออมยิ่งได้ลุ้น 3.โครงการ สร้างนักการธนาคารมืออาชีพ 4.โครงการ สร้างการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รวมใช้งบประมาณทั้งสิ้น 165,000 บาท (หนึ่งแสนหกหมื่นห้าพันบาทถ้วน) คาดว่าหากดำเนินการตามกลยุทธ์การเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากทั้ง 4 โครงการ จะสามารถเพิ่มยอดเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชคของ ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ได้ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2558 เป็นต้นไปจนถึงเดือนมีนาคม 2559 ทุกๆเดือน เดือนละ 5 ล้านบาท รวม 50 ล้านบาท

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีศึกษาการสร้างระบบหรือศึกษาการสื่อสาร อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป ด้วยระบบที่ทันเวลา และภายใต้การรับรู้ข้อมูลที่ต้องการ เป็นปัจจุบันจากธนาคารถึงลูกค้า
2. ศึกษารูปแบบการพัฒนาสร้างนักการธนาคารมืออาชีพให้ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร
3. ศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธนาคารในรูปแบบการลุ้นรางวัล รวมทั้งการได้รับดอกเบี้ยให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้าเงินฝาก เพื่อเพิ่มยอดเงินฝากให้กับธนาคารต่อไป
4. ศึกษาช่องทางการจำหน่าย การให้บริการในรูปแบบอื่นๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น การตั้งจุดบริการที่เหมาะสม มีขนาดเหมาะสม ในพื้นที่ที่ลูกค้าสะดวกในการรับบริการ

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค ธ.ก.ส. สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจากความกรุณาของ อาจารย์ที่ปรึกษา คณาจารย์วิทยาลัยบัณฑิตศึกษารจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น

เอกสารอ้างอิง

- [1] บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น
- [2] กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ และคณะ (2552). **ระเบียบวิจัยทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า
- [3] สีน พันธุ์พินิจ. (2547). **เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : วิทย์พัฒนา