

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกหนี้ค้างชำระ กรณีศึกษา
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จุฑารัตน์ กราพวงศ์

การศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

กลุ่มวิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกค้านี้ค้ำชำระ กรณีศึกษา
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

นางสาวจุฑารัตน์ กราพงค์

การศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
กลุ่มวิชาการตลาด
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกหนี้
ค้างชำระ กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ชื่อผู้ศึกษา

นางสาวจุฑารัตน์ กราพงศ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.นภวรรณ คณานุรักษ์

ปีการศึกษา

2564

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกหนี้ค้างชำระ กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เนื่องจากปัจจุบันมีแนวโน้มลูกหนี้ค้างชำระเพิ่มสูงขึ้นซึ่งส่งผลกระทบต่อธนาคารในระยะสั้นและระยะยาว

วัตถุประสงค์การศึกษา 1) เพื่อหาสาเหตุของปัญหาลูกหนี้ค้างชำระที่มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น กรณีศึกษา ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของลูกค้ายกเว้น 3) เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกหนี้ค้างชำระ เพื่อลดและป้องกันการเกิดหนี้ค้างชำระ กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้ายกเว้นการประเภทยกเว้นสินเชื่อเกษตรกร ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย ที่มีหนี้ค้างชำระ จำนวน 213 ราย และทำการสัมภาษณ์ลูกค้ายกเว้นสินเชื่อจำนวน 10 ราย รวมถึงสัมภาษณ์พนักงานที่เกี่ยวข้องทางด้านสินเชื่อโดยตรงจำนวน 3 รายคือ ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา หัวหน้าหน่วยอำเภอ และพนักงานพัฒนาธุรกิจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน

ผลการศึกษาค้นคว้าสาเหตุของปัญหาลูกหนี้ค้างชำระที่มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น พบว่าสาเหตุที่ส่งผลต่อการค้างชำระหนี้มาจากปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยภายนอก และปัจจัยจากภายในธนาคาร โดยปัจจัยส่วนบุคคล

ที่ส่งผลต่อการค้างชำระหนี้มากที่สุดคือ รายได้ลดลง ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการค้างชำระหนี้มากที่สุดคือ สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ปัจจัยภายในธนาคารที่ส่งผลต่อการค้างชำระหนี้มากที่สุดคือ จำนวนการส่งชำระต่องวดสูงเกินไป และจากผลการสัมภาษณ์ลูกค้าและพนักงานทำให้ได้ข้อมูลว่าปัจจุบันต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ส่งผลให้รายได้ลดลง และสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันส่งผลต่อการประกอบอาชีพและรายได้ของลูกค้า พนักงานกำหนดงวดชำระไม่สอดคล้องกับรายได้ของลูกค้า

ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อมากที่สุดคือ ลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานบริการ รองลงมาคือด้านกระบวนการบริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

แนวทางแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกค้าหนี้ค้างชำระ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย เลือกใช้ 2 แนวทางเลือก คือแนวทางเลือก กลยุทธ์เชิงรุก เพิ่มความถี่ในการติดตามหนี้มีการติดตามหนี้อย่างต่อเนื่อง มีการวางแผนการดำเนินงาน กำหนดเป้าหมายของทีมงาน หัวหน้างานมอบหมายให้พนักงานแต่ละคนรับผิดชอบ มีการประเมินผลการปฏิบัติงาน และควรมีการสร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น และแนวทางเลือกกลยุทธ์เชิงแก้ไข มีการจัดอบรมให้ความรู้พนักงานด้านกระบวนการให้สินเชื่อ การวิเคราะห์สินเชื่อ และการบริหารจัดการหนี้ ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานมีศักยภาพในการปฏิบัติงานสูงขึ้น เกิดความรู้ความเข้าใจและความชำนาญ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อของธนาคาร สามารถวิเคราะห์สินเชื่อได้อย่างมีคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง กำหนดงวดชำระได้ตรงกับที่มาของรายได้ลูกค้าเพิ่มประสิทธิภาพในการชำระหนี้ของลูกค้า และเมื่อลูกค้ามีปัญหาในการชำระหนี้ พนักงานสามารถเลือกใช้เครื่องมือในการบริหารจัดการหนี้ได้ถูกต้องตรงจุดเพื่อลดและป้องกันการเกิดหนี้ค้างชำระ

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาด้วยตนเองเรื่องสำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือจาก รศ.ดร.นภวรรณ คณานุรักษ์ อาจารย์
ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองที่ได้ให้ความกรุณาแนะนำ ตรวจสอบตราและแก้ไขเนื้อหา ตลอดจนให้
กำลังใจในการทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่หลักสูตร MBA Online ทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือติดต่อประสานงาน
ขอขอบคุณลูกค้าเงินกู้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาบางสะพานน้อย เพื่อน
พนักงานที่ให้ข้อมูลและให้ความช่วยเหลือตลอดเวลาที่ศึกษา และเพื่อนนักศึกษาปริญญาทุกท่าน ที่ได้ให้
กำลังใจและความช่วยเหลือในการทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองตลอดมา

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฒ
บทที่	
1.บทนำ	1
1.1 ประวัติบริษัท	1
1.2 ภาพรวมธุรกิจ	3
1.2.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ	4
1.2.2 โครงสร้างองค์กร	4
1.3 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	5
1.3.1 สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรม	5
1.3.2 การวิเคราะห์การแข่งขัน – คู่แข่งทางตรง	8
1.3.3 การวิเคราะห์การแข่งขัน – คู่แข่งทางอ้อม	8
1.4 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาขององค์กร	9
1.5 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัญหาขององค์กร	13
1.5.1 ผลกระทบระยะสั้น	13

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
1.5.2 ผลกระทบระยะยาว	13
1.6 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	13
1.7 ขอบเขตการศึกษา	14
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ	14
1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	16
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือในการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้อง	17
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
2.3 ตารางสรุปแนวคิด ทฤษฎีและเครื่องมือในการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้อง	34
2.4 ตารางสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
3. ระเบียบวิธีการศึกษา	41
3.1 วิธีการเก็บข้อมูลในการศึกษา	41
3.1.1 การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ	41
3.1.2 การเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ	41
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
3.2.1 จำนวนประชากรของการศึกษา	42
3.2.2 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	43
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	44
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	47
4. ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล	48
4.1 ผลการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ	48
4.2 ผลการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ	72

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
4.3 การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา	76
4.4 การกำหนดทางเลือกในการแก้ปัญหา	78
4.5 การวิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของแต่ละแนวทางเลือก	79
4.6 การกำหนดระยะเวลาในการแก้ไขปัญหและงบประมาณในแต่ละแนวทางเลือก	80
4.7 การประเมินทางเลือกในแต่ละแนวทางสำหรับการแก้ไขปัญหา	82
4.8 การกำหนดทางเลือกที่เสนอสำหรับการแก้ไขปัญหา	82
4.9 การควบคุมและการประเมินผลของแนวทางเลือก	83
5. สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	84
5.1 สรุปผลการศึกษา	84
5.2 อภิปรายผลของการศึกษา	87
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งนี้	90
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป	91
บรรณานุกรม	92
ภาคผนวก	94
ก	95
ข	100
ค	102
ประวัติผู้ศึกษา	104

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงผลการดำเนินงานของ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย 3 ปีย้อนหลัง	10
2. แสดงข้อมูลการตั้งสำรองหนี้ เดือนมีนาคม 3 ปีย้อนหลัง	11
3. แสดงข้อมูลการตั้งสำรองหนี้เดือนเมษายน 3 ปีย้อนหลัง	11
4. แสดงข้อมูลการตั้งสำรองหนี้เดือนพฤษภาคม 3 ปีย้อนหลัง	11
5. การกั้นเงินสำรองตามเกณฑ์ปกติโดยพิจารณาตามลักษณะการจัดชั้นลูกหนี้ ตามอายุหนี้คงค้าง	23
6. ตารางสรุปทฤษฎีแก๊งปลา	34
7. ตารางสรุปแนวคิดสาเหตุของการค้างชำระหนี้	34
8. ตารางสรุปแนวคิดการวิเคราะห์สินเชื่อ	34
9. ตารางสรุปแนวคิดการรับรู้รายได้ การจัดชั้น การกั้นเงินสำรองหนี้	34
10. ตารางสรุปแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	34
11. ตารางสรุปแนวคิดการตัดสินใจซื้อ	35
12. ตารางสรุปแนวคิดการตลาดภายใน	35
13. ตารางสรุปงานวิจัยแนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้ค้างชำระของสินเชื่อ กรณีศึกษา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางปะหัน	35
14. ตารางสรุปงานวิจัยแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดเพื่อลดหนี้ NPLs สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน	36

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
15.	ตารางสรุปงานวิจัยการแก้ไขปัญหาผลการดำเนินงานขาดทุนจากการค้างชำระดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อเกินกว่า 15 เดือน กรณีศึกษา ธ.ก.ส.สาขาท่าสัก จังหวัดอุตรดิตถ์ตารางสรุปงานวิจัยปัญหาการเพิ่มขึ้นของหนี้ค้างชำระ 2-3 เดือนเลื่อนชั้นเป็น NPLs	37
16.	ตารางสรุปงานวิจัยแนวทางในการลดค่าใช้จ่ายการตั้งสำรองหนี้ของลูกหนี้ค้างชำระประเภทบุคคลลูกค้าเงินกู้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสว่างแดนดิน	38
17.	ตารางสรุปงานวิจัยแนวทางในการลดค่าใช้จ่ายการตั้งสำรองหนี้ของลูกหนี้ค้างชำระประเภทบุคคลลูกค้าเงินกู้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสว่างแดนดิน	39
18.	ตารางจำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
19.	ตารางจำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
20.	ตารางจำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
21.	ตารางจำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
22.	ตารางจำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	51
23.	ตารางจำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
24.	ตารางจำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
25.	ตารางจำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
26.	ตารางจำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามหนี้คงเหลือของผู้ตอบแบบสอบถาม ..	53

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
27. ตารางจำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามหลักประกันที่ใช้ค้ำประกันเงินกู้ กับธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
28. ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการค้างชำระสินเชื่อ ..	54
29. ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการค้างชำระสินเชื่อ	55
30. ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการค้างชำระสินเชื่อ .	56
31. ตารางค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย	57
32. ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อยด้านผลิตภัณฑ์บริการ	58
33. ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย ด้านราคา	58
34. ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการ ใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและบริการ	59
35. ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผล ต่อการใช้บริการสินเชื่อธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อยด้านการส่งเสริมการตลาด	60
36. ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผล ต่อการใช้บริการสินเชื่อธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อยด้านพนักงานบริการ	60
37. ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อยด้านกระบวนการให้บริการ	61
38. ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อยด้านลักษณะทางกายภาพ	62

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
39. ตารางที่เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการใช้บริการสินเชื่อจำนองตามเพศ	63
40. ตารางที่เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการใช้บริการสินเชื่อจำนองตามอายุ	64
41. ตารางที่เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการใช้บริการสินเชื่อจำนองตามสถานภาพการสมรส	65
42. ตารางที่เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการใช้บริการสินเชื่อจำนองตามการศึกษา	66
43. ตารางที่เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการใช้บริการสินเชื่อจำนองตามรายได้	67
44. ตารางแสดงราคาผลปาล์มน้ำมันทั้งหลายน้ำหนัก มากกว่า 15 กิโลกรัมขึ้นไป รายเดือน ที่เกษตรกรขายได้ที่สวน ทั้งประเทศ ปี 2561-2564	72
45. ตารางแสดงราคามะพร้าวผลแห้งทั้งเปลือกขนาดใหญ่รายเดือนที่เกษตรกรขายได้ที่สวน ทั้ง ประเทศ ปี 2561-2564	72
46. ตารางแสดงราคายางแผ่นดิบรายเดือนที่เกษตรกรขายได้ที่สวน ทั้งประเทศ ปี 2561-2564 .	73
47. ตารางแสดงอัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายคน ตั้งแต่วันที่ 20 เมษายน 2554	75
48. ตารางแสดงอัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายคน ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม 2562	75
49. ตารางแสดงอัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายคน ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2563	75
50. ตารางแสดงอัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายคน ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2563	75
51. ตารางการวิเคราะห์ TOWS Matrix สำหรับการสร้างกลยุทธ์	77
52. ตารางแนวทางเลือกที่ 1 เพิ่มความถี่ในการติดตามหนี้มีการติดตามหนี้อย่างต่อเนื่อง เลือกใช้ เครื่องมือในการบริหารจัดการหนี้ให้เหมาะสมกับลูกค้า	80

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
53. ตารางแนวทางเลือกที่ 2 การให้ความรู้ทางการเงินและการประกอบอาชีพแก่ลูกค้า	80
54. ตารางแนวทางเลือกที่ 3 จัดอบรมให้ความรู้พนักงานด้านกระบวนการให้สินเชื่อ การวิเคราะห์สินเชื่อ และการบริหารจัดการหนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง	81
55. ตารางแนวทางเลือกที่ 4 ทบทวนข้อมูลลูกค้า และศักยภาพในการชำระหนี้	81
56. ตารางแผนผังการวิเคราะห์ข้อมูล (Matrix Data Analysis)	82
57. ตาราง การควบคุมและการประเมินผลของแนวทางเลือก	83

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. โครงสร้างพนักงาน ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย	4
2. ความคืบหน้าโครงการสินเชื่อฟื้นฟูของธนาคารแห่งประเทศไทย ในส่วนของ สถาบันการเงินเฉพาะกิจ	6
3. ข้อมูลการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ผ่านการปรับปรุงโครงสร้างหนี้	7
4. การชำระเงินดิจิทัลต่อคนต่อปีของไทย	8
5. แสดงปริมาณของหนี้ NPLs, หนี้ปรับปรุงโครงสร้างหนี้ และหนี้ที่มีดอกเบีย้ค้าง เกิน 15 เดือน ข้อมูลวันที่ 31 พฤษภาคม 2564 เทียบกับวันปิดปีบัญชีธนาคาร และช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า	12
6. แสดงปริมาณของหนี้ที่มีดอกเบีย้ค้างเกิน 15 เดือน ข้อมูลวันที่ 31 พฤษภาคม 2564 เทียบกับวันปิดปีบัญชีธนาคาร และช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า	12
7. แผนผังก้างปลา	18
8. แสดงกรอบแนวคิดของการศึกษา	40
9. แสดงจำนวนลูกค้ำที่มีดอกเบีย้ค้างเกิน 15 เดือน ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564	42
10. แสดงจำนวนลูกค้ำที่มีหนี้ NPLs และหนี้ค้าง 0-3 เดือน ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564	42
11. แสดงแผนผังการวิเคราะห์	47
12. แสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีเศรษฐกิจการเกษตรรายเดือนตั้งแต่ปี พ.ศ.2561 ถึง สิงหาคม 2564	73

สารบัญญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
13. ราคาปุ๋ยเคมีสูตรที่สำคัญ ณ ระดับราคาขายส่งกรุงเทพมหานคร และราคาขายปลีก ท้องถิ่นรายเดือนปี 2563-2564	74
14. แสดงแผนผังก้างปลา วิเคราะห์สาเหตุของปัญหา ปัจจัยที่มีผลต่อการค้ำชำระหนี้	76

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ประวัติบริษัท

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร หรือ ธ.ก.ส.เป็นธนาคารของรัฐ ก่อตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ.2509 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร ธ.ก.ส.เปิดทำการครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ.2509 โดยมีนายจำเนียร สารระนาด ผู้จัดการ ธ.ก.ส. คนแรกได้วางรากฐานการดำเนินงานพร้อมทั้งอุดมการณ์การทำงานให้พนักงาน ธ.ก.ส. ทุกคน โดยได้อบรมสั่งสอนให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็ว ซื่อสัตย์ สุจริต และไม่เบียดเบียนลูกค้า เพราะงานสินเชื่อเพื่อการเกษตรเป็นงานที่กว้างขวางและซับซ้อน ต้องศึกษาและค้นคว้าเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อให้มีความรู้ ความชำนาญยิ่งขึ้น ขอให้ท่านละเว้นการอันควรละเว้น ไม่เบียดเบียนเกษตรกรลูกค้า จงทำงานหนัก เร่งรัด ฉับไว ถูกต้อง และแม่นยำ กอปรด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งพนักงาน ธ.ก.ส. ถือปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน

พระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ.2509 ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของธนาคารดังนี้

1. ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตรสำหรับการ
(ก) ประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม
(ข) ประกอบอาชีพอย่างอื่นเพื่อเพิ่มรายได้

(ค) พัฒนาความรู้ในด้านเกษตรกรรมหรืออาชีพอย่างอื่นเพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

(ง) ดำเนินกิจการตามโครงการที่เป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบ เกษตรกรรม ซึ่งเป็นการดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

2. ประกอบธุรกิจอื่นอันเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม

3. เป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาชนบท โดยให้ความช่วยเหลือทางการเงินหรือการบริหารจัดการแก่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้าน หรือชุมชน รวมทั้งองค์กรที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบใดที่มีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการประกอบอาชีพของเกษตรกรหรือชุมชน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์ของเกษตรกร หรือชุมชนให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการลงทุน การผลิต การแปรรูป และการตลาด หรือเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจหรือเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต

4. ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์ เพื่อใช้ดำเนินงานภายใต้ขอบเขตวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสหกรณ์

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ทศวรรษที่ 1 (พ.ศ.2509-2519) บุกเบิกสินเชื่อเกษตร มุ่งลดบทบาทการเงินกู้ยืมระบบ

ทศวรรษที่ 2 (พ.ศ.2520-2529) พัฒนาการให้สินเชื่อแบบบูรณาการ และบริการครบวงจร

ทศวรรษที่ 3 (พ.ศ.2530-2539) ช่วยเหลือเกษตรกรชั้นเล็กและยากจน-จัดตั้งสถาบันเกษตรกร

ทศวรรษที่ 4 (พ.ศ.2540-2549) ปรับระบบให้ทันสมัยพร้อมใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงพัฒนาชุมชน

ทศวรรษที่ 5 (พ.ศ.2550-2559) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อยและให้บริการสินเชื่อที่หลากหลาย

ทศวรรษที่ 6 (พ.ศ. 2560-ปัจจุบัน) มุ่งสู่การเป็นสถาบันการเงินเพื่อพัฒนาชนบทและภาคเกษตรครบวงจร

วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นธนาคารพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน มุ่งสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชนบท

พันธกิจ(Mission)

1. เป็นศูนย์กลางทางการเงินที่ให้บริการทางการเงินครบวงจรและทันสมัยในภาคชนบท
2. พัฒนาการบริหารและจัดการทรัพยากร เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรประสิทธิภาพสูงอย่างมีธรรมาภิบาล
3. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและเพิ่มรายได้ของคนในชนบท
4. สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน โดยให้ความรู้และเงินทุนที่คำนึงถึงคุณค่าร่วมที่สมดุลด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ค่านิยม (Value)

Sustainability (S) ความยั่งยืนทั้งองค์กร พนักงาน ลูกค้า ชุมชน เครือข่าย ผู้ถือหุ้น สังคม และสิ่งแวดล้อม

Participation (P) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Accountability (A) ความสำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและพนักงาน

Respect (R) ความเคารพและให้เกียรติต่อตนเองและผู้อื่น

Knowledge (K) การส่งเสริม และยกระดับการนำความรู้สู่นวัตกรรมให้เป็นธนาคารแห่งการเรียนรู้ และนำนวัตกรรมไปช่วยยกระดับรายได้ของเกษตรกร

1.2 ภาพรวมธุรกิจ

ธ.ก.ส. มีเครือข่ายการให้บริการที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ปัจจุบันมีสาขาทั้งหมด 1,263 สาขา แบ่งเป็นสาขาทั่วไป 1,020 สาขา สาขาย่อย 243 สาขา มีหน่วยอำเภอ (บริการสินเชื่อ) 1,100 แห่ง ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นสาขาทั่วไป ให้บริการทั้งด้านการเงินและด้านสินเชื่อ เป็นสถาบันการเงินเพื่อพัฒนาชนบท โดยให้ความช่วยเหลือทางการเงินหรือการบริการจัดการแก่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้านหรือชุมชน รวมทั้งองค์กร ที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบใดที่มีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการประกอบอาชีพของเกษตรกรหรือชุมชน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ของ เกษตรกรหรือชุมชนให้มีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการลงทุนการผลิต การแปรรูป และการตลาด เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจหรือเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต

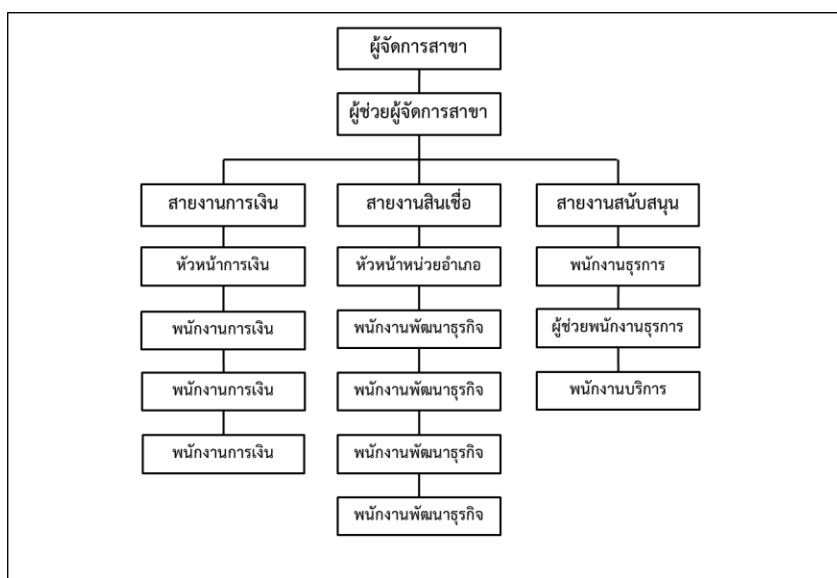
1.2.1 รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย บทบาทและภารกิจที่สำคัญ มี 4 ด้าน ได้แก่

1. บริการด้านสินเชื่อ ได้แก่ สินเชื่อภาคการเกษตร และสินเชื่อนอกภาคการเกษตร
2. บริการด้านเงินฝาก ได้แก่ เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากกระแสรายวัน สลากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ
3. บริการด้านการเงิน ได้แก่ การโอนเงิน การออกเช็ค การออกหนังสือค้ำประกัน บริการรับชำระสินค้า บริการรับประกันภัยเช่น ประกันชีวิต ประกันอุบัติเหตุประกันอัคคีภัย เป็นต้น
4. บริการด้านการพัฒนาลูกค้า มุ่งเน้นการพัฒนาโดยเพิ่มขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตและแปรรูปให้กับลูกค้าการเชื่อมโยงธุรกิจ มุ่งพัฒนาศักยภาพองค์กรและชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนร่วมกับเครือข่ายเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน

1.2.2 โครงสร้างองค์กร

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาบางสะพานน้อย มีโครงสร้างองค์กรที่สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ สายงานการเงิน สายงานสินเชื่อ และสายงานสนับสนุน โดยสาขาบางสะพานน้อย มีอัตรากำลัง ทั้งหมด 14 คน (ปัจจุบันอัตรากำลังพนักงานพัฒนาธุรกิจ ขาด 2 ตำแหน่ง)



ภาพที่ 1 โครงสร้างพนักงาน ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาบางสะพานน้อย

1.3 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด19 ซึ่งต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายปี2562 จนถึงปัจจุบัน และมีแนวโน้มรุนแรง จำนวนผู้ติดเชื้อที่เพิ่มสูงขึ้น การเข้าถึงวัคซีนยังไม่ทั่วถึง ทำให้ภาครัฐต้องใช้มาตรการล็อกดาวน์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงทั้งภาคการบริการ และภาคการผลิต ทำให้รายได้ลดลง เกิดการว่างงาน ส่งผลให้เกิดปัญหาหนี้สินภาคครัวเรือนสูงขึ้น แรงงานที่ถูกเลิกจ้างย้ายถิ่นออกจากกรุงเทพฯและปริมณฑล และเมืองท่องเที่ยวหลัก ขณะที่ต่างจังหวัดมีแรงงานย้ายเข้าจำนวนมาก สะท้อนว่าแรงงานจำนวนมากถูกเลิกจ้าง ถูกลดชั่วโมงทำงาน ขาดรายได้และไม่สามารถแบกรับค่าครองชีพในเมืองใหญ่ได้ และจากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตสังคม พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เกิดการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลง คนหันมาใช้บริการทางออนไลน์มากขึ้น และก้าวสู่การเป็นสังคมไร้เงินสด

1.3.1 สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรม

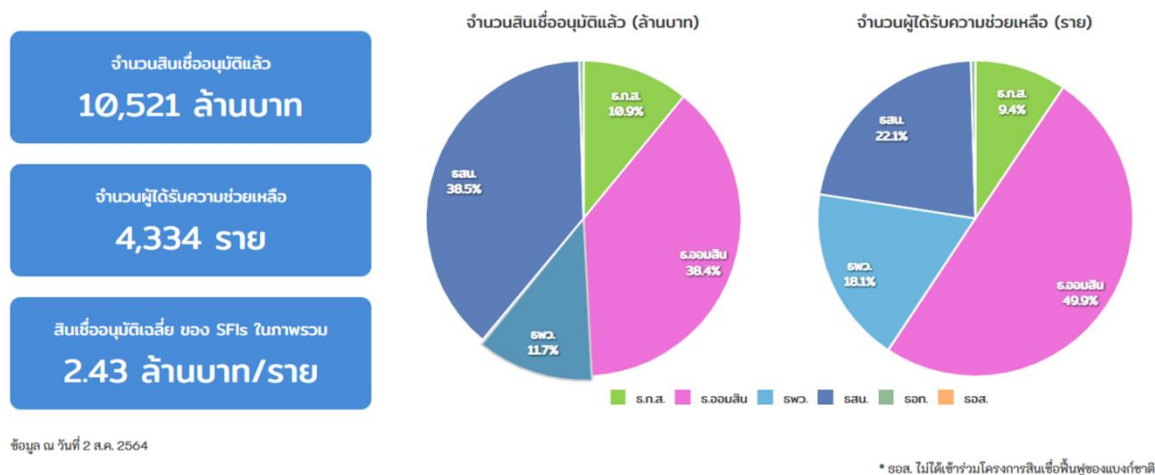
ด้านสินเชื่อ

เสถียรภาพระบบการเงินไทยยังคงเปราะบางจากผลกระทบของการระบาดของไวรัสโควิด19 ระลอกสามที่ทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัวช้าและมีความไม่แน่นอนมากขึ้น ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ร่วมกับสถาบันการเงินและสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ให้ความช่วยเหลือเยียวยาแก่ลูกหนี้ผ่านมาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) เพื่อช่วยเหลือด้านสภาพคล่องแก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีศักยภาพแต่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด19 โดยธนาคารแห่งประเทศไทยจะให้กู้ยืมเงินแก่สถาบันการเงินเพื่อนำไปให้กู้ยืมแก่ผู้ประกอบการต่อ ซึ่งจะช่วยประคับประคองและฟื้นฟูให้ภาคธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ รักษาระดับการจ้างงาน และช่วยเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

ด้านความสามารถในการชำระหนี้ของทั้งภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจที่ยังอ่อนแอและได้รับผลกระทบเพิ่มเติม อีกทั้งยังเผชิญความเสี่ยงในระยะข้างหน้าจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ยังไม่แน่นอนสูงตามสถานการณ์การแพร่ระบาด เพื่อเป็นการบรรเทาผลกระทบธนาคารแห่งประเทศไทยได้ร่วมกับสถาบันการเงิน ออกมาตรการช่วยเหลือต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพักชำระหนี้โดยลูกหนี้จะได้รับการคงสถานะเดิมระหว่างชะลอการชำระหนี้ และสถาบันการเงินจะไม่เรียกเก็บดอกเบี้ยในอัตราผิดนัดจากลูกหนี้ โครงการพักทรัพย์พักหนี้ สำหรับผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบหนักจากการระบาดของไวรัส

โควิด19 โดยเฉพาะกลุ่มที่รายได้ขาดหายไปเพียงพอชำระหนี้และค่าใช้จ่ายหมุนเวียนต่าง ๆ แต่ยังมีศักยภาพและมีความตั้งใจในการรักษาธุรกิจ มาตรการช่วยเหลือลูกหนี้รายย่อยโดยปรับปรุงโครงสร้างหนี้ด้วยวิธีการรวมหนี้ ซึ่งจะช่วยให้สามารถลดอัตราดอกเบี้ยในส่วนของสินเชื่อเหลือไม่เกินอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate: MRR) และขยายระยะเวลาการชำระหนี้ตามความสามารถของลูกหนี้ ช่วยลดภาระการชำระหนี้โดยที่ลูกหนี้ไม่เสียประวัติข้อมูลเครดิต

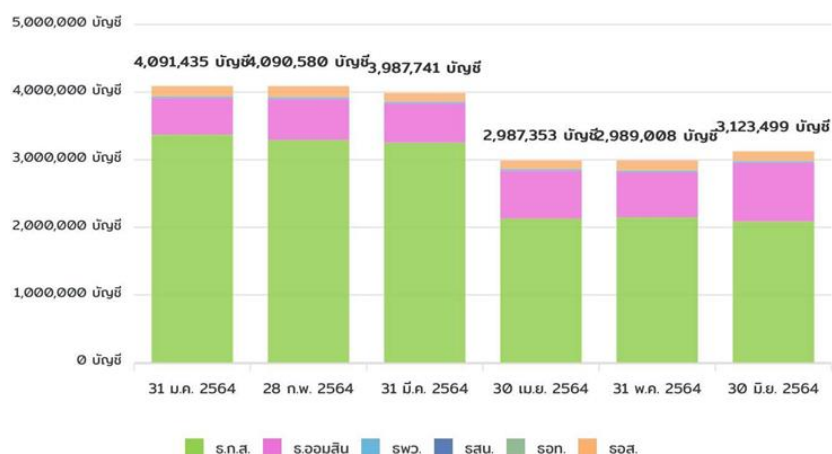
ความคืบหน้าโครงการสินเชื่อฟื้นฟูของแบงก์ชาติ ในส่วนของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs)



ภาพที่ 2 ความคืบหน้าโครงการสินเชื่อฟื้นฟูของธนาคารแห่งประเทศไทย ในส่วนของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

การให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ผ่านการปรับโครงสร้างหนี้
จำนวนราย/บัญชีที่ได้รับความช่วยเหลือ (บัญชี)



จำนวนบัญชีที่ได้รับความช่วยเหลือ
SFIs: 3,123,499 บัญชี

ยอดภาระหนี้ที่ได้รับความช่วยเหลือ
SFIs: 1,252,152 ล้านบาท

ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิ.ย. 2564

ภาพที่ 3 ข้อมูลการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ผ่านการปรับปรุงโครงสร้างหนี้
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ด้านการเงิน

ปัจจุบันเทคโนโลยีทางการเงินเข้ามามีบทบาทต่อธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น ทำให้สถาบันการเงินต่าง ๆ ต้องเร่งกระบวนการนำเทคโนโลยีทางการเงินมาปรับใช้กับธุรกิจของธนาคารเพื่อรองรับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ที่ผ่านมคนไทยมีพฤติกรรมการชำระเงินที่เปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลมากขึ้น การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด19 เป็นตัวเร่งสำคัญให้การชำระเงินดิจิทัล จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า ณ สิ้นปี 2563 การชำระเงินดิจิทัลของคนไทยจึงเพิ่มจาก 135 ครั้ง ต่อคนต่อปี ณ สิ้นปีก่อนหน้ามาอยู่ที่ 202 ครั้งต่อคนต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากค่าธรรมเนียมลดลง การยกเว้นค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมผ่านช่องทางดิจิทัล ส่งผลให้รายได้จากค่าธรรมเนียมลดลง ทำให้ธนาคารต้องพยายามขยายฐานลูกค้า หรือหารายได้จากการทำธุรกรรมการเงินอื่นๆ เพื่อมาชดเชยรายได้ที่หายไป ดังนั้นธนาคารจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน



ภาพที่ 4 การชำระเงินดิจิทัลต่อคนต่อปีของไทย

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

1.3.2 การวิเคราะห์การแข่งขัน – คู่แข่งทางตรง

ธ.ก.ส.เป็นสถาบันการเฉพาะกิจของรัฐ ที่ก่อตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ.2509 มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานเพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกรเป็นหลัก ซึ่งส่งผลให้มีข้อจำกัดในการให้สินเชื่อบางประเภทที่ธนาคารไม่ให้การสนับสนุนตามนโยบายสินเชื่อของธนาคารในแต่ละปี ทำให้มีคู่แข่งทางตรงคือ ธนาคารพาณิชย์ ที่มีผลิตภัณฑ์สินเชื่อหลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการแข่งขันในด้านการบริการ อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อลูกค้าบางรายของธนาคารขอรีไฟแนนซ์ไปใช้บริการธนาคารพาณิชย์

1.3.3 การวิเคราะห์การแข่งขัน – คู่แข่งทางอ้อม

คู่แข่งทางอ้อมของธนาคาร คือ ผู้ให้บริการทางการเงินอื่นๆที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน เน้นความรวดเร็วในการจ่ายสินเชื่อ อนุมัติไว ไม่ต้องใช้คนค้ำ ลดความยุ่งยากทางด้านเอกสารต่างๆ เช่น สินเชื่อจำนำทะเบียนรถ, เงินติดล้อ, ครีส์สวัสดิ์, บัตรเครดิตต่างๆ เป็นต้น ประชาชนจำนวนหนึ่งที่ต้องการสินเชื่ออย่างเร่งด่วน และไม่สามารถขอสินเชื่อจากธนาคารได้ เพราะมีข้อจำกัดทางด้านคุณสมบัติต่างๆไม่ว่าจะเป็นด้านคุณสมบัติลูกค้าตามระเบียบข้อบังคับธนาคาร, ด้านวัตถุประสงค์การกู้เงิน, หรือด้านหลักประกัน ประกอบกับความเข้มงวดในด้านกฎเกณฑ์การอนุมัติสินเชื่อของธนาคารที่เข้มงวดมากขึ้น และอาจใช้

ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อที่นานกว่า ทำให้ประชาชนกลุ่มนี้เลือกที่จะใช้บริการสินเชื่อจากแหล่งเงินกู้ที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน แทนที่จะใช้บริการสินเชื่อจากธนาคาร

1.4 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาขององค์กร

ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย ได้ให้บริการทางด้านการเงิน และด้านสินเชื่อ โดยเฉพาะสินเชื่อภาคการเกษตร โดย ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย มีลูกค้าผู้กู้ประเภทบุคคลธรรมดาที่ขึ้นทะเบียนเป็นลูกค้าตามข้อบังคับธนาคาร จำนวน 2,887 ราย แบ่งเป็นลูกค้าเกษตรกร จำนวน 2,786 ราย และลูกค้าประเภทบุคคลจำนวน 101 ราย

ปัจจุบัน ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย กำลังประสบกับปัญหาลูกค้าที่มีหนี้อยู่กับธนาคาร ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตรงตามกำหนดมากขึ้น ส่งผลให้ธนาคารมีค่าใช้จ่ายในการสำรองหนี้เพิ่มสูงขึ้น จากผลการดำเนินงานย้อนหลัง 3 ปี ของ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย พบว่ามีปริมาณเงินให้สินเชื่อเพิ่มมากขึ้นในทุกๆปี และมีสัดส่วนเงินให้สินเชื่อมากกว่าเงินรับฝาก โดย ณ สิ้นปีบัญชี 2561 (31 มีนาคม 2562) มีปริมาณเงินให้สินเชื่อ จำนวน 1,194.13 ล้านบาท และมีปริมาณเงินรับฝากจำนวน 991.43 ล้านบาท สัดส่วนปริมาณเงินให้สินเชื่อต่อปริมาณเงินรับฝาก คิดเป็นร้อยละ 120.45 ต่อมาในปีบัญชี 2562 (31 มีนาคม 2563) ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อยมีปริมาณเงินให้สินเชื่อ จำนวน 1,240.52 ล้านบาท และมีปริมาณเงินฝากจำนวน 1,003.15 ล้านบาท สัดส่วนปริมาณเงินให้สินเชื่อต่อปริมาณเงินรับฝาก คิดเป็นร้อยละ 123.66 ในปีบัญชี 2563 (31 มีนาคม 2564) มีปริมาณเงินให้สินเชื่อ จำนวน 1,253.87 ล้านบาท และมีปริมาณเงินรับฝากจำนวน 1,150.28 ล้านบาท สัดส่วนปริมาณเงินให้สินเชื่อต่อปริมาณเงินรับฝาก คิดเป็นร้อยละ 109.01 เมื่อพิจารณาผลการดำเนินงานในปีบัญชี 2561 ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย มีกำไรจากการดำเนินงานจำนวน 57.06 ล้านบาท มีค่าใช้จ่ายในการสำรองหนี้สงสัยจะสูญจำนวน 14.97 ล้านบาท มีค่าใช้จ่ายขดเชยเงินโอนเนื่องจากเงินให้สินเชื่อมากกว่าเงินรับฝากจำนวน 4.23 ล้านบาท ทำให้มีกำไรสุทธิหลังหักค่าขดเชยเงินโอน 37.85 ล้านบาท ในปีบัญชี 2562 มีกำไรจากการดำเนินงาน 51.60 ล้านบาท มีค่าใช้จ่ายในการสำรองหนี้สงสัยจะสูญ -23.75 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายขดเชยเงินโอน 5.05 ล้านบาท ทำให้มีกำไรสุทธิหลังหักค่าขดเชยเงินโอน 70.30 ล้านบาท ในปีบัญชี 2563 มีกำไรจากการดำเนินงานจำนวน 52.11 ล้านบาท มีค่าใช้จ่ายในการสำรองหนี้สงสัย-

จะสูญเสีย 27.01 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายชดเชยเงินโอน 2.84 ล้านบาท ทำให้มีกำไรสุทธิ 22.26 ล้านบาท จะเห็นได้ว่าแม้ธนาคารจะมีการจ่ายสินเชื่อเพิ่มขึ้น และมีเงินรับฝากเพิ่มขึ้นในปีบัญชี 2563 ทำให้ค่าใช้จ่ายชดเชยเงินโอนลดลง แต่กลับมีกำไรสุทธิลดลงจากปีก่อนหน้า เนื่องจากมีการสำรองหนี้สงสัยจะสูญเสียเพิ่มมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกำไรจากการดำเนินงานของปีบัญชี 2562 และปีบัญชี 2563 พบว่าปีบัญชี 2562 มีกำไรก่อนหักค่าใช้จ่ายสำรองหนี้จำนวนเงิน 51.60 ล้านบาท ปีบัญชี 2563 มีกำไรจากการดำเนินงานจำนวนเงิน 52.11 ล้านบาท ซึ่งมากกว่าปีบัญชี 2562 เป็นจำนวนเงิน 0.51 ล้านบาท แต่เมื่อหักค่าใช้จ่ายสำรองหนี้สงสัยจะสูญเสียแล้วพบว่ากำไรสุทธิของ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย ในปีบัญชี 2562 กลับมากกว่าปีบัญชี 2563 โดยปีบัญชี 2562 มีกำไรสุทธิ 70.30 ล้านบาท ปีบัญชี 2563 มีกำไรสุทธิ 22.26 ล้านบาท ซึ่งปีบัญชี 2563 มีกำไรลดลงจากปีก่อนหน้าจำนวน 48.04 ล้านบาท เป็นผลมาจากมีค่าใช้จ่ายสำรองหนี้สงสัยจะสูญเสียเพิ่มขึ้น จะเห็นได้ว่าธนาคารต้องแบกภาระสำรองหนี้สงสัยจะสูญเสียที่มากขึ้น ส่งผลทำให้กำไรของธนาคารลดลง เป็นความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อของธนาคาร ซึ่งหากธนาคารดำเนินการปล่อยสินเชื่อแต่ไม่สามารถเรียกเก็บชำระหนี้คืนจากลูกหนี้ได้ ไม่สามารถควบคุมการเพิ่มขึ้นของค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญเสียได้ ย่อมส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของสาขา และส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของธนาคารได้

ตารางที่ 1 แสดงผลการดำเนินงานของ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย 3 ปีย้อนหลัง

รายการ	จำนวนเงิน (หน่วย : พันบาท)		
	31 มีนาคม 2562	31 มีนาคม 2563	31 มีนาคม 2564
เงินให้สินเชื่อ	1,194,130	1,240,522	1,253,868
เงินฝาก	991,431	1,003,153	1,150,280
เงินให้สินเชื่อ/เงินรับฝาก	120.45%	123.66%	109.01%
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักค่าใช้จ่ายสำรองหนี้	57,058	51,601	52,105
ค่าใช้จ่ายสำรองหนี้ค้างชำระ	14,974	-23,750	27,008
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	42,084	75,351	25,097
ชดเชยเงินโอน	-4,232	-5,049	-2,836
กำไร(ขาดทุน)สุทธิหลังชดเชยเงินโอน	37,852	70,301	22,261

ที่มา: ข้อมูลจากระบบสารสนเทศด้านบัญชีเพื่อการบริหาร

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลการตั้งสำรองหนี้ เดือนมีนาคม 3 ปีย้อนหลัง

ประเภทหนี้	จำนวนเงิน (หน่วย : พันบาท)		
	31 มีนาคม 2562*	31 มีนาคม 2563	31 มีนาคม 2564
ต้นเงินค้างเกิน 15 เดือน	43,168	16,910	19,259
ดอกเบี้ยยค้างเกิน 15 เดือน	6,417	1,827	2,881
หนี้ค้าง 0-3 เดือน	33,754	44,170	45,521
NPL	27,648	30,191	34,587

* วันสิ้นปีบัญชีธนาคารของ ธ.ก.ส. จะตรงกับวันที่ 31 มีนาคม ของทุกปี

ที่มา: ข้อมูลจากระบบสารสนเทศด้านบัญชีเพื่อการบริหาร

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลการตั้งสำรองหนี้เดือนเมษายน 3 ปีย้อนหลัง

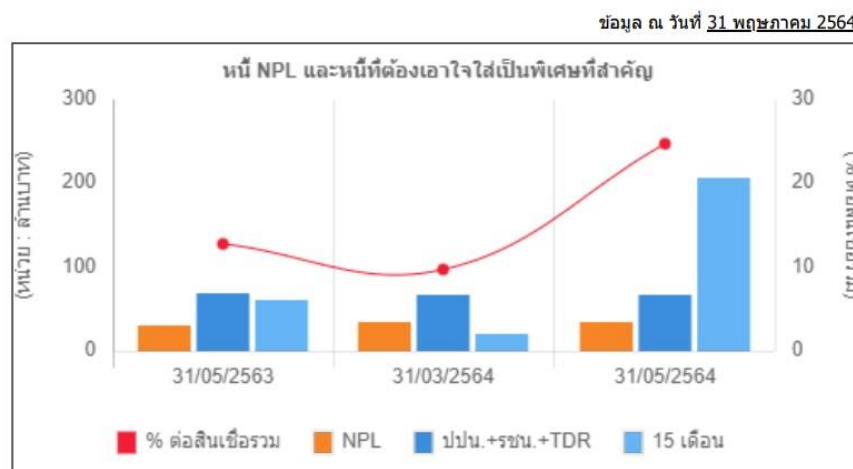
ประเภทหนี้	จำนวนเงิน (หน่วย : พันบาท)		
	30 เมษายน 2562	30 เมษายน 2563	30 เมษายน 2564
ต้นเงินค้างเกิน 15 เดือน	91,536	40,210	206,873
ดอกเบี้ยยค้างเกิน 15 เดือน	10,996	4,069	22,219
หนี้ค้าง 0-3 เดือน	28,657	43,147	40,332
NPL	29,060	31,135	35,260

ที่มา: ข้อมูลจากระบบสารสนเทศด้านบัญชีเพื่อการบริหาร

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลการตั้งสำรองหนี้เดือนพฤษภาคม 3 ปีย้อนหลัง

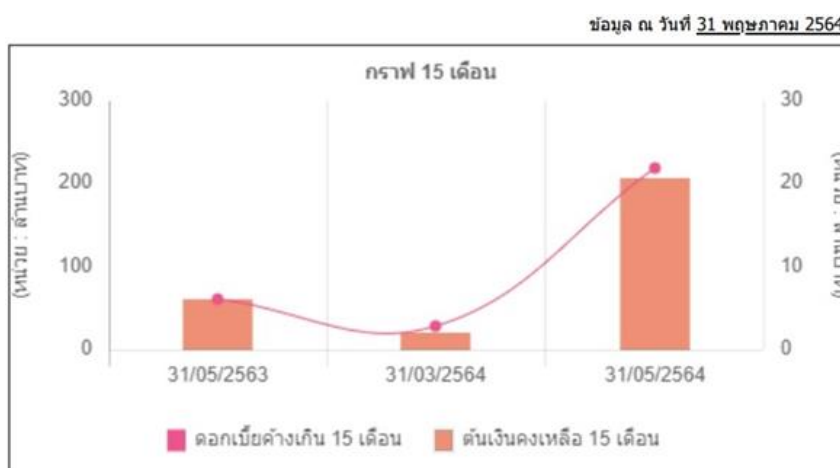
ประเภทหนี้	จำนวนเงิน (หน่วย : พันบาท)		
	31 พฤษภาคม 2562	31 พฤษภาคม 2563	31 พฤษภาคม 2564
ต้นเงินค้างเกิน 15 เดือน	96,778	60,337	206,082
ดอกเบี้ยยค้างเกิน 15 เดือน	11,915	6,087	21,851
หนี้ค้าง 0-3 เดือน	28,153	44,232	45,793
NPL	28,811	31,130	34,331

ที่มา: ข้อมูลจากระบบสารสนเทศด้านบัญชีเพื่อการบริหาร



ภาพที่ 5 แสดงปริมาณของหนี้ NPLs, หนี้ปรับปรุงโครงสร้างหนี้ และหนี้ที่มีดอกเบี้ยค้างเกิน 15 เดือน ข้อมูลวันที่ 31 พฤษภาคม 2564 เทียบกับวันปิดปีบัญชีธนาคาร และช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า

ที่มา : ระบบสารสนเทศด้านบัญชีเพื่อการบริหาร



ภาพที่ 6 แสดงปริมาณของหนี้ที่มีดอกเบี้ยค้างเกิน 15 เดือน ข้อมูลวันที่ 31 พฤษภาคม 2564 เทียบกับ วันปิดปีบัญชีธนาคาร และช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า

ที่มา : ระบบสารสนเทศด้านบัญชีเพื่อการบริหาร

1.5 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัญหาขององค์กร

ปัจจุบันสาขาบางสะพานน้อยมีแนวโน้มของลูกหนี้ที่ค้างชำระสูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งระยะสั้นและระยะยาวดังนี้

1.5.1 ผลกระทบระยะสั้น

ส่งผลให้การดำเนินงานของสาขาไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เนื่องจากลูกหนี้ที่มีหนี้ค้างชำระระบบบัญชีจะระงับบันทึกบัญชีเป็นรายได้และบันทึกยกเลิกรายได้ดอกเบี้ยที่บันทึกบัญชีเป็นรายได้ไว้แล้วออกจากบัญชี และกันเงินสำรองตามเกณฑ์ปกติ และเกณฑ์ความจำเป็นอัตราร้อยละ 100 ส่งผลต่อรายได้และค่าใช้จ่ายของสาขา ซึ่งจากผลการดำเนินงานย้อนหลังพบว่าปีบัญชี 2563 แม้สาขาจะมีเงินรับฝากเพิ่มขึ้น และจ่ายสินเชื่อได้เพิ่มขึ้น และมีกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น แต่กลับมีกำไรสุทธิน้อยกว่าปีบัญชี 2562 ถึง 48.04 ล้านบาท อันเป็นผลมาจากการสำรองหนี้ค้างชำระเพิ่มสูงขึ้น หากไม่มีการบริหารจัดการที่ดีอาจทำให้สาขาขาดทุนทำให้ผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

1.5.2 ผลกระทบระยะยาว

ส่งผลต่อสภาพคล่องทำให้ธนาคารมีความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง และสูญเสียประโยชน์จากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการตั้งสำรองหนี้ เกิดการเสียโอกาสในการนำเงินไปลงทุนต่อ และอาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของธนาคาร

1.6 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อหาสาเหตุของปัญหาลูกหนี้ค้างชำระที่มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น กรณีศึกษาธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการให้บริการด้านสินเชื่อของลูกค้าเงินกู้ กรณีศึกษาธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกหนี้ค้างชำระ เพื่อลดและป้องกันการเกิดหนี้ค้างชำระ กรณีศึกษาธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.7 ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้ำเงินกู้ธนาคารประเภทสินเชื่อเกษตรกร ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย ที่มีหนี้ค้ำชำระ ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564 จำนวน 454 ราย โดยใช้ข้อมูลรายชื่อจากระบบสารสนเทศของธนาคาร เก็บข้อมูลจากการทำแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 213 ราย และทำการสัมภาษณ์ลูกค้ำที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด จำนวน 10 ราย รวมถึงสัมภาษณ์พนักงานที่เกี่ยวข้องทางด้านสินเชื่อโดยตรงจำนวน 3 รายคือ ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา หัวหน้าหน่วยอำเภอ และพนักงานพัฒนาธุรกิจ
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่
 - ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ
 - 2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่
 - การใช้บริการด้านสินเชื่อของลูกค้ำเงินกู้ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย
3. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ตั้งแต่วันที่ 15 กรกฎาคม 2564 ถึง 31 ตุลาคม 2564

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ธนาคาร หมายถึง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส)
2. ลูกค้ำ หมายถึง ลูกค้ำเงินกู้ธนาคาร ประเภทบุคคล : บุคคลธรรมดา , ประเภทลูกค้ำ : เกษตรกร
3. หนี้ค้ำชำระ หมายถึง หนี้ NPLs, หนี้ค้ำ 0-3 เดือน, หนี้ที่มีดอกเบียค้ำเกิน 15 เดือน
4. ลูกหนี้ค้ำชำระ หมายถึง ลูกหนี้ที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด
5. การเกิดหนี้ค้ำชำระ หมายถึง การที่ลูกหนี้ค้ำชำระหนี้ โดยอาจจะเกิดจากปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยส่วนบุคคล
- 5.1 ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ส่งผลกระทบต่อลูกหนี้ ได้แก่ สถานะเศรษฐกิจ นโยบายรัฐบาล ค่านิยม และเทคโนโลยี

- 5.2 ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากธนาคารหรือสถาบันการเงิน และสามารถควบคุมการเปลี่ยนแปลงได้
- 5.3 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง พฤติกรรมเกิดจากลูกหนี้เอง เช่น นำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ ถูกเลิกจ้าง เจ็บป่วย หรือเจตนาไม่ส่งชำระหนี้ เป็นต้น
6. ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ หมายถึง จำนวนเงินที่กันไว้สำหรับลูกหนี้ที่คาดว่าจะเรียกเก็บเงินไม่ได้
7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลยุทธ์การตลาด 7Ps ได้แก่
- 7.1 ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่บริษัทนำเสนอออกขายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจโดย การบริโภคหรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ
- 7.2 ราคา หมายถึง จำนวนเงินตราที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการของกิจการหรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือ บริการนั้น ๆ
- 7.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการจำหน่าย สินค้าหรือบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ
- 7.4 การส่งเสริมการตลาด หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างความสนใจ ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ และความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ
- 7.5 บุคคล หรือบุคลากร หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กร ต่าง ๆ ซึ่งนับรวมตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่าง พนักงาน ทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น
- 7.6 กระบวนการ หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว
- 7.7 ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่ถูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่นและมีคุณภาพ
8. ประสิทธิภาพทางการตลาด หมายถึง กระบวนการวางแผนที่จะพัฒนาความสามารถทางการตลาด เพื่อให้สามารถที่จะบรรลุผลที่วางไว้ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆและประเมินผล

1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งชำระหนี้ของลูกค้า ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย ที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด ซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น หากไม่สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของสาขา
2. ทำให้ได้ทราบถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของลูกค้า ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย
3. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาวิเคราะห์ และกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการให้สินเชื่อ การติดตามหนี้ และสามารถกำหนดมาตรการช่วยเหลือลูกค้าได้อย่างตรงจุด

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกหนี้ค้างชำระ กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือในการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีแก๊งปลา

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับสาเหตุของการค้างชำระหนี้

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สินเชื่อ

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้รายได้ การจัดชั้น การกั้นเงินสำรองหนี้

2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

2.1.7 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดภายใน

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 ตารางสรุปแนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือในการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้อง

2.4 ตารางสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือในการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้อง

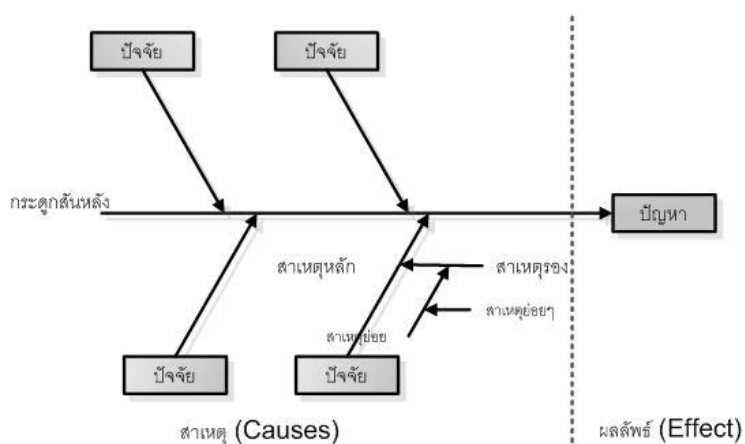
ทฤษฎีแก๊งปลา (Cause and Effect Diagram)

แผนผังแก๊งปลา (fishbone diagram) หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “ผังแสดงเหตุและผล(cause and effect diagram)” หรือ “ผังอิชิกาวา (Ishikawa diagram)” เนื่องจากคิดค้นขึ้นโดย Ishikawa แผนผังแก๊งปลาเป็นเครื่องมือที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลและสาเหตุทั้งหมด ทำให้สามารถเข้าใจถึงปัญหาและสาเหตุของปัญหาได้ชัดเจนมากขึ้น ส่วนที่เป็นหัวปลา เป็นประเด็นของปัญหา ซึ่งโดยทั่วไปจะมีการ

เลือกประเด็นของปัญหาจากปัญหาที่จัดเรียงความสำคัญ ในขณะที่ส่วนซึ่งเป็น ตัวปลา เป็นสาเหตุของ ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อปัญหาหลักหรือส่วนของหัวปลา ส่วนของตัวปลา ประกอบด้วยสาเหตุหลักสาเหตุรองและสาเหตุย่อย ซึ่งทำให้การมองสาเหตุของปัญหามีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ประชาสรรค์ แสนภักดี (2547) ได้สรุปวิธีการสร้างผังก้างปลาหรือแผนผังสาเหตุและผลไว้ 6 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. กำหนดประโยคปัญหาที่หัวปลา
2. กำหนดกลุ่มปัจจัยที่จะทำให้เกิดปัญหานั้นๆ
3. ระดมสมองเพื่อหาสาเหตุในแต่ละปัจจัย
4. หาสาเหตุหลักของปัญหา
5. จัดลำดับความสำคัญของสาเหตุ
6. ใช้แนวทางการปรับปรุงที่จำเป็น



ภาพที่ 7 แผนผังก้างปลา

ที่มา : <http://www.prachasan.com/mindmapknowledge/fishbonemm.htm>

แนวคิดเกี่ยวกับสาเหตุของการค้างชำระหนี้

ดำรงศักดิ์ ช่วยนา (2561) ได้สรุปสาเหตุของการค้างชำระหนี้ไว้ว่า การเป็นหนี้ค้างเกิดจากหลายปัจจัยทั้งที่เกิดจากปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน หรือบางครั้งอาจจะเกิดจากลูกหนี้เอง ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ส่งผลกระทบต่อลูกหนี้ ได้แก่

- ภาวะเศรษฐกิจหากภาวะเศรษฐกิจดี ย่อมส่งผลให้การประกอบธุรกิจมีการขยายตัว หากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำหรือซบเซาย่อมส่งผลให้เกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ การจ้างงานลดน้อยลง รายได้ลดลงตามไปด้วย

- นโยบายรัฐบาล หากรัฐบาลเห็นว่ามีความจำเป็นต่อการครองชีพของประชาชน อาจ กำหนดให้มีการควบคุมราคา ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้บริโภค แต่ถ้าปัจจัยอื่นมีการเปลี่ยนแปลง รัฐบาลต้องมี การพิจารณาปรับนโยบายให้มีความเหมาะสม เช่น ถ้าหากต้นทุนของสินค้าที่ถูกควบคุมราคาสูงขึ้น ต้องมีการเพิ่มราคาควบคุมให้สูงขึ้น

- ค่านิยม และเทคโนโลยี อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจบางประเภท เนื่องจากค่านิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

2. ปัจจัยภายใน ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยที่เกิดจากธนาคารหรือสถาบันการเงิน และสามารถควบคุมการเปลี่ยนแปลงได้

- การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย หากดอกเบี้ยสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้กู้รับอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น ผู้กู้ต้องใช้จำนวนเงินมากขึ้นในการชำระหนี้ให้หมด

- การประเมินราคาหลักทรัพย์ที่ไม่เหมาะสม เช่น ประเมินราคาหลักประกันสูงเกินไป หลักทรัพย์ค้ำประกันไม่มีสภาพคล่อง ทำให้ผู้กู้ได้รับการอนุมัติวงเงินหลักประกันไม่คุ้มกับมูลหนี้ เกินความจำเป็นเกินความสามารถในการชำระหนี้คืน และทำให้ผู้กู้ไม่คำนึงถึงการสูญเสียหลักทรัพย์ที่ค้ำประกัน

- ระบบการติดตามและการควบคุมของธนาคารมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ

- พนักงานให้บริการด้านสินเชื่อเน้นปริมาณงานมากกว่าคุณภาพของงาน ขาดประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ

3. ปัจจัยเกิดจากตัวลูกหนี้ พฤติกรรมเกิดจากลูกหนี้เอง ได้แก่

- ลูกหนี้นำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ของการกู้ยืม

- การย้ายถิ่นที่อยู่ การเปลี่ยนงาน การถูกเลิกจ้างทำให้ไม่สามารถรับภาระหนี้ที่เกิดขึ้นได้

- ลูกหนี้เสียชีวิต ชราภาพ เจ็บป่วย ทูพพลภาพ สภาพครอบครัวมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น

- ลูกหนี้สร้างหนี้สินภายนอกเพิ่มขึ้น

- ลูกหนี้เจตนาไม่ชำระหนี้หรือนำเงินไปชำระหนี้สินภายนอกก่อน

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สินเชื่อ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2560) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สินเชื่อไว้ว่าการวิเคราะห์เงินกู้เป็นกระบวนการอย่างหนึ่งในการพิจารณาเงินกู้ ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการประเมินสินเชื่อ เพื่อการตัดสินใจของผู้อนุมัติเงินกู้ว่าควรจะให้กู้หรือไม่หากให้เงินกู้ควรจะให้กู้เท่าใดจึงจะเหมาะสม ควรจะให้ชำระหนี้เสร็จสิ้นเมื่อใดและหลักประกันเงินกู้มีความเหมาะสม เพียงพอหรือคุ้มกับวงเงินที่ขอกู้หรือไม่

หลักการวิเคราะห์เงินกู้โดยทั่วไปข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์เงินกู้แบ่งได้เป็น 2 หมวดใหญ่ ๆ คือ

1. วิเคราะห์ตัวผู้กู้

เพื่อพิจารณาว่าเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือและมีศักยภาพในการประกอบอาชีพที่ขอกู้หรือไม่ ซึ่งจะมีรายละเอียดการวิเคราะห์เกี่ยวกับฐานะทางการเงิน ชื่อเสียง ความซื่อสัตย์สุจริต ประวัติการใช้เงินกู้ ประวัติการชำระหนี้เงินกู้และหรือมีความรู้หรือประสบการณ์ที่ผ่านมาเกี่ยวกับการประกอบอาชีพที่ขอกู้ ทั้งนี้เพื่อการตัดสินใจว่าเป็นผู้ที่ธนาคารสมควรจะให้กู้หรือไม่

2. วิเคราะห์วงเงินกู้ ต้องพิจารณาจากหลักเกณฑ์ใหญ่ ๆ 4 ประการ คือ

- (1) ความต้องการเงินกู้ตามแผนการผลิต หรือแผนงาน หรือโครงการ
- (2) รายได้
- (3) ความสามารถชำระหนี้
- (4) หลักประกันเงินกู้

ธนาคารกำหนดหลักเกณฑ์การวิเคราะห์คำขอสินเชื่อโดยใช้หลักการวิเคราะห์ 3P และ 5Cs ดังนั้นการวิเคราะห์หลัก 3P ประกอบด้วย

1. Purpose หมายถึง วัตถุประสงค์การขอสินเชื่อ ก่อนที่จะพิจารณาสินเชื่อ ต้องทราบวงจรธุรกิจของลูกค้าทราบความต้องการใช้สินเชื่อของผู้ขอสินเชื่อด้วยว่าต้องการใช้วงเงินสินเชื่อเพื่อทำอะไร จะได้กำหนดประเภทของสินเชื่อได้อย่างถูกต้อง และกำหนดระยะเวลาในการชำระคืนให้ตรงกับวัตถุประสงค์การให้สินเชื่อใน แต่ละประเภทขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการใช้เงินกู้ของลูกค้าเป็นสำคัญ

2. Payment หมายถึง การชำระคืนเงินกู้ต้องพิจารณาความสามารถในการดำเนินธุรกิจของลูกค้าว่าจะสามารถชำระหนี้คืนธนาคารได้อย่างไร ระยะเวลาที่ขอสินเชื่อเหมาะสมกับธุรกิจหรือไม่ และต้องคำนึงถึง ความสามารถในการชำระหนี้คืนเป็นสำคัญ หากใช้ระยะเวลานานต้องใช้ในรูปของสินเชื่อระยะ

ยาวหากความสามารถในการชำระหนี้คืนใช้ระยะเวลาสั้นควรให้สินเชื่อระยะสั้น เพื่อป้องกันกรณีลูกค้ามีรายได้ก่อนถึงกำหนดชำระ ลูกค้าอาจนำเงินไปลงทุนเพิ่มหรือใช้ผิดวัตถุประสงค์ส่งผลให้เมื่อถึงกำหนดชำระหนี้คืนลูกค้าไม่สามารถ นำเงินมาชำระหนี้ธนาคารได้ตามกำหนด

3. Protection หมายถึง การป้องกันความเสี่ยง ผู้วิเคราะห์สินเชื่อต้องพิจารณาอย่างรอบคอบว่ากิจการ หรือธุรกิจที่ขอกู้ไปสามารถชำระหนี้คืนให้กับธนาคารได้ แต่ทั้งนี้ไม่ใช่เป็นการรับประกันว่าจะไม่มีข้อผิดพลาด โดยทั่วไปต้องพิจารณาผลการดำเนินงานของลูกค้า หากไม่เป็นตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ ผู้บริหารยังมีความสามารถชำระหนี้คืนให้แก่ธนาคารได้หรือไม่ กิจการสามารถเพิ่มทุนหรือกู้ยืมเงินจากบุคคลอื่น มาชำระหนี้ได้หรือไม่ หรือธุรกิจยังมีทรัพย์สินพอที่จะขายมาชำระหนี้หรือไม่

การวิเคราะห์ตามหลัก 5Cs ประกอบด้วย

1. Character หมายถึง คุณลักษณะของผู้กู้วิเคราะห์ความน่าเชื่อถือและศักยภาพในการดำเนินกิจการของผู้ขอสินเชื่อ เช่น มีความซื่อสัตย์สุจริต ความรู้และประสบการณ์ทางธุรกิจ ประวัติทางการเงินที่ดี ความตั้งใจในการชำระหนี้

2. Capacity หมายถึง ความสามารถในการชำระหนี้พิจารณาผลการดำเนินงานจากงบการเงินของกิจการ และจากการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลจากเป้าหมาย/แผนธุรกิจ/โครงการของลูกค้า เพื่อสร้างสมมติฐานทางการเงินและประมาณการผลการดำเนินงานของลูกค้าในปีที่ขอสินเชื่อ เป็นประมาณการงบแสดงฐานะการเงิน/งบดุล งบกำไรขาดทุน และ ประมาณการกระแสเงินสด รวมทั้งคำนวณหาค่าอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาค่าขอ สินเชื่อ

3. Capital หมายถึง เงินทุนของกิจการ พิจารณาจากภาระหนี้และแหล่งที่มาของเงินทุนที่ใช้ในโครงการหรือในกิจการที่ขอสินเชื่อ เพื่อพิจารณาผู้ขอสินเชื่อมีแหล่งเงินทุนและมีแผนการนำเงินทุนที่มีหรือที่ได้มาจากการขอสินเชื่อไปใช้อย่างเหมาะสมมากน้อยเพียงไร

4. Collateral หมายถึง หลักประกันเงินกู้ โดยเรียกหลักประกันที่มีความมั่นคงเป็น ลำดับแรก หลักสำคัญในการพิจารณาคือ มูลค่าและสภาพคล่อง รวมทั้งแนวโน้มในอนาคต

5 Condition หมายถึง สถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมทั่วไป พิจารณาจากปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือการควบคุมของกิจการที่ขอสินเชื่อและมีผลส่งเสริม หรือผลกระทบต่อการดำเนินโครงการที่ขอสินเชื่อหรือไม่อย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้รายได้ การจัดชั้น การกันเงินสำรองหนี้

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2564) ได้กำหนดนโยบายการรับรู้รายได้ การจัดชั้น และการกันเงินสำรองซึ่งเป็นไปตามประกาศและแนวนโยบายการกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เรื่อง การจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินสำหรับสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ไว้ดังนี้

1. หลักเกณฑ์การรับรู้รายได้ดอกเบี้ย

1.1 การรับรู้รายได้และการบันทึกยกเลิกดอกเบี้ยค้างรับของลูกหนี้ค้างชำระรายบัญชี

1.1.1 เงินให้สินเชื่อเกษตรกร สถาบันเกษตรกร นิติบุคคล และสินเชื่ออื่น รับรู้ตามเกณฑ์ คงค้าง ยกเว้น ดอกเบี้ยจากเงินให้สินเชื่อที่หลังจากครบกำหนดชำระตามสัญญา ค้างชำระดอกเบี้ย หรือ ค้างชำระต้นเงินและดอกเบี้ย ตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป จะบันทึกยกเลิกดอกเบี้ยค้างรับที่บันทึกเป็นรายได้ ออกจากบัญชีโดยจะบันทึกรับรู้เป็นรายได้เมื่อได้รับชำระจริง

1.1.2 เงินให้สินเชื่อเพื่อการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ เงินให้กู้ยืมบุคคลอื่นรับใช้หนี้ และ เงินให้สินเชื่อที่ลูกหนี้ถูกศาลพิพากษาให้เป็นบุคคลล้มละลาย รับรู้เป็นรายได้เมื่อได้รับชำระจริง

1.2 การรับรู้รายได้และการบันทึกยกเลิกดอกเบี้ยค้างรับของลูกหนี้ที่ค้างชำระดอกเบี้ย เกิน 15 เดือน รายบัญชี ธนาคารพิจารณาเงินให้สินเชื่อจัดชั้นปกติ (ลูกหนี้ปกติและลูกหนี้ที่ค้างชำระต้นเงินหรือ ดอกเบี้ยเป็นระยะเวลารวมกันไม่เกิน 1 เดือน) และเงินให้สินเชื่อจัดชั้นกล่าวถึงเป็นพิเศษ (ลูกหนี้ที่ค้าง ชำระ ต้นเงินหรือดอกเบี้ยเป็นระยะเวลารวมกันเกินกว่า 1 เดือน แต่ไม่เกิน 3 เดือน) ที่รับรู้รายได้ตาม เกณฑ์คงค้าง แต่ค้างชำระดอกเบี้ยเป็นระยะเวลารวมกันเกินกว่า 15 เดือน (450 วัน)

หลักเกณฑ์การจัดชั้น ธนาคารจัดกลุ่มลูกหนี้เชิงปริมาณ จำแนกตามอายุหนี้ค้างรายบัญชี แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ลูกหนี้จัดชั้นปกติ หมายถึง ลูกหนี้ปกติและลูกหนี้ที่ค้างชำระต้นเงินหรือดอกเบี้ย เป็นระยะเวลารวมกันไม่เกิน 1 เดือน

กลุ่มที่ 2 ลูกหนี้จัดชั้นกล่าวถึงเป็นพิเศษ หมายถึง ลูกหนี้ที่ค้างชำระต้นเงินหรือดอกเบี้ย เป็นระยะเวลารวมกันเกินกว่า 1 เดือน แต่ไม่เกิน 3 เดือน นับแต่วันที่ครบกำหนดชำระ

กลุ่มที่ 3 ลูกหนี้จัดชั้นต่ำกว่ามาตรฐาน หมายถึง ลูกหนี้ที่ค้างชำระต้นเงินหรือดอกเบี้ย เป็นระยะเวลารวมกันเกินกว่า 3 เดือน แต่ไม่เกิน 6 เดือน นับแต่วันที่ครบกำหนดชำระ

กลุ่มที่ 4 ลูกหนี้จัดชั้นสงสัย หมายถึง ลูกหนี้ที่ค้างชำระต้นเงินหรือดอกเบี้ย เป็นระยะเวลารวมกัน เกินกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 12 เดือน นับแต่วันที่ครบกำหนดชำระ

กลุ่มที่ 5 ลูกหนี้จัดชั้นสงสัยจะสูญ หมายถึง ลูกหนี้ที่ค้างชำระต้นเงินหรือดอกเบี้ยเป็นระยะ เวลารวมกันเกินกว่า 12 เดือน นับแต่วันที่ครบกำหนดชำระ และลูกหนี้ดำเนินคดี

กลุ่มที่ 6 ลูกหนี้จัดชั้นสูญ หมายถึง ลูกหนี้หรือสิทธิเรียกร้องซึ่งได้ดำเนินการโดยสมควร เพื่อให้ได้รับชำระหนี้ ซึ่งไม่มีหนทางที่จะได้รับชำระหนี้แล้ว

หลักเกณฑ์การกันเงินสำรอง แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การกันเงินสำรองตามเกณฑ์ปกติโดยพิจารณาตามลักษณะการจัดชั้นลูกหนี้ตามอายุหนี้คงค้างรายบัญชี แบ่งเป็น 5ชั้น ดังนี้

ตารางที่ 5 การกันเงินสำรองตามเกณฑ์ปกติโดยพิจารณาตามลักษณะการจัดชั้นลูกหนี้ตามอายุหนี้คงค้าง

ลูกหนี้จัดชั้น	ระยะเวลาอายุคงค้างชำระของต้นเงินหรือดอกเบี้ย	กันสำรองในอัตราร้อยละของยอดหนี้คงค้างรายบัญชี
1- ปกติ	ปกติและค้างชำระ \leq 1 เดือน	1%
2- กล่าวถึงเป็นพิเศษ	1 เดือน < ค้างชำระ \leq 3 เดือน	100% *
3- ต่ำกว่ามาตรฐาน	3 เดือน < ค้างชำระ \leq 6 เดือน	100%
4- สงสัย	6 เดือน < ค้างชำระ \leq 12 เดือน	100%
5- สงสัยจะสูญ	ค้างชำระเกินกว่า 12 เดือนและดำเนินคดี	100%

*ทั้งนี้ ธนาคารกันเงินสำรองลูกหนี้จัดชั้นกล่าวถึงเป็นพิเศษเพิ่มเติมจากหลักเกณฑ์การกันเงินสำรองของ ธปท. จากอัตราร้อยละ 2 เป็นอัตราร้อยละ 100 โดยพิจารณาจากโอกาสการผิดนัด ชำระหนี้และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น

2. การกันเงินสำรองตามเกณฑ์ความจำเป็น เพื่อให้มีการกันเงินสำรองมีความเพียงพอ และสามารถรองรับความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากสินเชื่อที่เสื่อมคุณภาพลง มีความเสี่ยงและไม่แน่นอนว่าจะเรียกเก็บหนี้ได้ หรือมีสัญญาณว่าอาจจะเป็นหนี้เสีย (Possible Impaired Loans : PIL) จึงกันเงินสำรอง ตามเกณฑ์ความจำเป็น ในอัตราร้อยละ 100 ของยอดหนี้คงค้างตามบัญชีของลูกหนี้ที่จัดชั้นปกติ ซึ่งลูกหนี้จัดชั้นปกติ ประกอบด้วย ลูกหนี้ล้มละลาย, ลูกหนี้ปรับปรุงโครงสร้างหนี้, ลูกหนี้บุคคลอื่นรับใช้หนี้ (รชน.), ลูกหนี้ที่ค้างดอกเบี้ยเกิน 15 เดือน, ลูกหนี้กองทุนฟื้นฟู, ลูกหนี้โครงการพักชำระหนี้ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้, ลูกหนี้จำนำยุ่งฉาง, ลูกหนี้สหกรณ์ที่ทำธุรกรรมทางการเงินกับสหกรณ์เครดิต-ยูเนียน คลองจั่น จำกัด, ลูกหนี้สหกรณ์ที่มีผลการดำเนินงานขาดทุนหรือขาดทุนสะสม เนื่องจากการ

ด้วยคุณภาพของทรัพย์สิน ตามข้อสังเกต ธปท. ลูกหนี้สหกรณ์ที่มีสัญญาณว่าอาจจะเป็นหนี้เสีย (Possible Impaired Loans : PIL) มีความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจและความสามารถในการชำระหนี้ มีข้อบ่งชี้ว่าเสื่อมคุณภาพลง มีความเสี่ยงและไม่แน่นอนว่าจะเรียกเก็บหนี้ได้และโอนเป็นหนี้ค้างชำระ จนกลายเป็นหนี้ NPLs

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix)

ชฎานิน ขนอม (2563) อ้างอิงจาก Kotler (1997, p. 92) ได้กล่าวถึงแนวคิดส่วนประสมการตลาดไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เดิมส่วนประสมการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปร เท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาเมื่อมีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่บริษัทนำเสนอออกขายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจ โดยการบริโภคหรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจนั้นอาจจะมีมาจากสิ่งที่สัมผัสได้หรือสัมผัสไม่ได้ เช่น รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ กลิ่น สี ราคา ตราสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินตราที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการของกิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการนั้น ๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป นอกจากนี้ ยังหมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ซึ่งลูกค้าใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างราคาที่ต้องจ่ายเงินออกไปกับคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับกลับมาจากผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งหากว่าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็จะทำการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ กิจการควรคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคามีดังนี้ สถานการณ์ สภาพวะ และรูปแบบของการแข่งขันในตลาด ต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อม

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution) หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าหรือบริการนั้นๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณาว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร และควรกระจายสินค้าหรือบริการสู่ผู้บริโภคผ่านช่องทางใด จึงจะเหมาะสมมาก

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างความสนใจ ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ และความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ โดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำในตัวผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่า การส่งเสริมการตลาดนั้นจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการ หรืออาจเป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ ก็เป็นได้ ทั้งนี้จะต้องมีการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ อย่างผสมผสาน

5. ด้านบุคคล (People) หรือบุคลากร หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่างๆ ซึ่งนับรวมตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่าง พนักงานทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นตามทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้ นอกจากนี้บทบาทอีกอย่างหนึ่งของบุคลากรที่มีความสำคัญคือ การมีปฏิสัมพันธ์และสร้างมิตรไมตรีต่อลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

6. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรม ตามแต่รูปแบบและวิธีการดำเนินงานขององค์กร หากว่ากิจกรรมต่างๆ ภายในกระบวนการมีความเชื่อมโยง และประสานกันจะทำให้กระบวนการโดยรวมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่นและมีคุณภาพ เช่น การตกแต่งร้าน การแต่งกายของพนักงานในร้าน การพูดจาต่อลูกค้า การบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจทางด้านการบริการที่ควรจะต้องสร้างคุณภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

ราช ศิริวัฒน์ (2560) ได้สรุปความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า การตัดสินใจ หมายถึงกระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อแม้ผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกัน มีความต้องการแตกต่างกันแต่ผู้บริโภคจะมีรูปแบบการตัดสินใจซื้อที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อ แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) ปัญหาเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติ คือ สภาพที่เขารู้สึกว่าดีต่อตนเอง และเป็นสภาพที่ปรารถนากับสภาพที่เป็นอยู่จริง ของสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง จึงก่อให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนต่างระหว่างสภาพอุดมคติกับสภาพที่เป็นจริง โดยปัญหาของแต่ละบุคคลจะมีสาเหตุที่แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ปัญหาของผู้บริโภคอาจเกิดขึ้นจากสาเหตุ ต่อไปนี้

1.1 สิ่งของที่ใช้อยู่เดิมหมดไป เมื่อสิ่งของเดิมที่ใช้ในการแก้ปัญหาเริ่มหมดลง จึงเกิดความต้องการใหม่จากการขาดหายของสิ่งของเดิมที่มีอยู่ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องหาสิ่งใหม่มาทดแทน

1.2 ผลของการแก้ปัญหาในอดีตนำไปสู่ปัญหาใหม่ เกิดจากการที่การใช้ผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งในอดีตอาจก่อให้เกิดปัญหาตามมา

1.3 การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล การเจริญเติบโตของบุคคลทั้งด้านวุฒิภาวะและคุณวุฒิหรือแม้กระทั่งการเปลี่ยนแปลงในทางลบ เช่น การเจ็บป่วย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ การเจริญเติบโตหรือแม้กระทั่งสภาพทางจิตใจที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงและความต้องการใหม่ๆ

1.4 การเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว เช่น การแต่งงาน การมีบุตร ทำให้มีความต้องการสินค้าหรือบริการเกิดขึ้น

1.5 การเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงินทั้งทางด้านบวกหรือด้านลบ ย่อมส่งผลให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลง

1.6 ผลจากการเปลี่ยนกลุ่มอ้างอิง บุคคลจะมีกลุ่มอ้างอิงในแต่ละวัย แต่ละช่วงชีวิต และแต่ละกลุ่มสังคมที่แตกต่างกัน ดังนั้นกลุ่มอ้างอิงจึงเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภค

1.7 ประสิทธิภาพของการส่งเสริมทางการตลาด เมื่อการส่งเสริมการตลาดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การลด แลก แจก แถม การขายโดยใช้พนักงานหรือการตลาดทางตรงที่มีประสิทธิภาพ ก็จะสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาและเกิดความต้องการขึ้นได้

เมื่อผู้บริโภคได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น เขาอาจจะหาทางแก้ไขปัญหานั้นหรือไม่ก็ได้ หากปัญหาไม่มีความสำคัญมากนัก คือจะแก้ไขหรือไม่ก็ได้ แต่ถ้าหากปัญหาที่เกิดขึ้นยังไม่หายไป ไม่ลดลงหรือกลับเพิ่มขึ้นแล้ว ปัญหานั้นก็จะกลายเป็นความเครียดที่กลายเป็นแรงผลักดันให้พยายามแก้ไขปัญหา ซึ่งเขาจะเริ่มหาทางแก้ไขปัญหาโดยการเสาะหาข้อมูลก่อน

2. การเสาะแสวงหาข้อมูล (Search for Information) เมื่อเกิดปัญหา ผู้บริโภคก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ จากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้

2.1 แหล่งบุคคล (Personal Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่เป็นบุคคล เช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือผู้ที่เคยใช้สินค้านั้นแล้ว

2.2 แหล่งธุรกิจ (Commercial Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้ ณ จุดขายสินค้า บริษัทหรือร้านค้าที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย หรือจากพนักงานขาย

2.3 แหล่งข่าวทั่วไป (Public Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2.4 จากประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง (Experimental Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้รับจากการลองสัมผัส ตรวจสอบ การทดลองใช้

ผู้บริโภคบางคนก็ใช้ความพยายามในการเสาะแสวงหาข้อมูลในการใช้ประกอบการตัดสินใจซื้ออย่างมาก แต่บางคนก็น้อย ทั้งนี้ อาจขึ้นอยู่กับปริมาณของข้อมูลที่เขาเคยมีอยู่เดิม ความรุนแรงของความปรารถนา หรือความสะดวกในการสืบเสาะหา

3.การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภค ได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ก็จะประเมินทางเลือกและตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือก อาจจะประเมิน โดยการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละสินค้าและคัดสรรในการ

ที่จะตัดสินใจเลือกซื้อจากหลากหลายตรายี่ห้อให้เหลือเพียงตรายี่ห้อเดียว อาจขึ้นอยู่กับความเชื่อนิยมศรัทธาในตราสินค้านั้นๆ หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านมาในอดีตและสถานการณ์ของการตัดสินใจรวมถึงทางเลือกที่มีอยู่ด้วยทั้งนี้ มีแนวคิดในการพิจารณา เพื่อช่วยประเมินแต่ละทางเลือก เพื่อให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ดังต่อไปนี้

3.1 คุณสมบัติ (Attributes) และประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับ (Benefit) คือ การพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ และคุณสมบัติของสินค้าว่า สามารถทำอะไรได้บ้างหรือมีความสามารถแค่ไหน ผู้บริโภคแต่ละรายจะมองผลิตภัณฑ์ว่าเป็นมวบรวมของลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคจะมองลักษณะแตกต่างของลักษณะเหล่านี้ว่าเกี่ยวข้องกับตนเองเพียงใด และเขาจะให้ความสนใจมากที่สุดกับลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของเขา

3.2 ระดับความสำคัญ (Degree of Importance) คือการพิจารณาถึงความสำคัญของคุณสมบัติ (Attribute Importance) ของสินค้าเป็นหลักมากกว่าพิจารณาถึงความโดดเด่นของสินค้า (Salient Attributes) ที่เราได้พบเห็น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ในระดับแตกต่างกันตามความสอดคล้องกับความต้องการของเขา

3.3 ความเชื่อถือต่อตรายี่ห้อ (Brand Beliefs) คือการพิจารณาถึงความเชื่อถือต่อยี่ห้อของสินค้าหรือภาพลักษณ์ของสินค้า (Brand Image) ที่ผู้บริโภคได้เคยพบเห็น รับรู้จากประสบการณ์ในอดีต ผู้บริโภคจะสร้างความเชื่อในตรายี่ห้อขึ้นชุดหนึ่งเกี่ยวกับลักษณะแต่ละอย่างของตรายี่ห้อ ซึ่งความเชื่อเกี่ยวกับตรายี่ห้อจะมีอิทธิพลต่อการประเมินทางเลือกของผู้บริโภค

3.4 ความพอใจ (Utility Function) คือการประเมินว่า มีความพอใจต่อสินค้าแต่ละยี่ห้อแค่ไหน ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตรา โดยผู้บริโภคจะกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่เขาต้องการแล้วผู้บริโภคจะเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการกับคุณสมบัติของตราต่างๆ

3.5 กระบวนการประเมิน (Evaluation Procedure) วิธีนี้เป็นอีกวิธีหนึ่งที่น่าเอาปัจจัยสำหรับการตัดสินใจหลายตัว เช่น ความพอใจ ความเชื่อถือในยี่ห้อ คุณสมบัติของสิน้ามามาพิจารณาเปรียบเทียบให้คะแนน แล้วหาผลสรุปว่ายี่ห้อใดได้รับคะแนนจากการประเมินมากที่สุดก่อนตัดสินใจซื้อต่อไป

4. การตัดสินใจซื้อ (Decision Marking) โดยปกติแล้วผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูล

มาก ต้องใช้ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน แต่บางผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคก็ไม่ต้องการระยะเวลาการตัดสินใจนาน

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆ ของสินค้าทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้านั้นๆ ในครั้งต่อไปและอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลงตามไปด้วย

แนวคิดการตลาดภายใน

การตลาดภายในเป็นแนวคิดที่จะนำไปใช้กับ “คน” เป้าหมายหลักคือ ผู้ปฏิบัติงานและบุคลากรทุกระดับชั้นในองค์กร เน้นสร้างความเข้าใจและมีเป้าหมายเดียวกัน การมีทัศนคติที่ดีต่อองค์การ การยอมรับ ศรัทธาองค์การ และพร้อมที่จะพัฒนา ทูมเทแรงกาย แรงใจ เพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายออกมาดี มีคุณภาพ ตระหนักในความรับผิดชอบ พร้อมนำส่งลูกค้าภายนอกด้วยความเต็มใจลูกค้าภายนอกรับรู้ถึงความตั้งใจของผู้ส่งมอบ (นัทธีรา พุมมาพันธุ์, 2561)

นภวรรณ คณานุรักษ์ (2553) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดภายในไว้ว่า การตลาดภายในเป็นกระบวนการจัดการทางการตลาดที่ธุรกิจทำการตลาดกับพนักงานภายในองค์กรให้เกิดความพึงพอใจในงานที่ต้องรับผิดชอบ โดยการพัฒนา ฝึกอบรม และมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้า รวมทั้งสร้างแรงจูงใจกระตุ้นให้พนักงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และพนักงานที่เป็นฝ่ายสนับสนุนให้สามารถปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการทำงานเป็นทีมเดียวกันเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การที่ต้องการส่งมอบคุณภาพสินค้าและบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง หรือตามคำมั่นสัญญาที่องค์การให้ไว้แก่ลูกค้าเกิดเป็นความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีทั้งลูกค้าและพนักงาน

นัทธีรา พุมมาพันธุ์ (2561) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดภายในไว้ว่าการตลาดภายใน คือสิ่งที่ผู้บริหารองค์กรกระทำกับบุคลากรภายในองค์กรทุกระดับชั้น โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงาน เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นเกิดความพึงพอใจและในท้ายสุดเมื่อผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจ ก็จะปฏิบัติงานด้วยความ

เต็มใจและยอมรับในแนวทางนโยบายที่องค์การกำหนด ส่งผลให้เกิดการส่งมอบสิ่งที่ดีให้กับลูกค้าภายนอกโดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงานในการบริการ ทั้งนี้เพื่อให้การตลาดภายในบรรลุผล ผู้บริหารองค์การควรเข้าใจองค์ประกอบที่สำคัญของการตลาดภายในอย่างชัดเจน เพื่อความสำเร็จในการนำมาประยุกต์ใช้ได้ อย่างถูกต้องและเหมาะสม

องค์ประกอบการตลาดภายใน ประกอบด้วย

1. การคัดเลือก องค์ประกอบแรกที่มีความสำคัญและควรดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ คือ การเลือกบุคลากรที่มีทักษะ ความสามารถ และมีคุณสมบัติเหมาะสม มีความรับผิดชอบสูง เพราะต้องมีการประสานงานโดยตรง ระหว่างบุคลากรผู้ปฏิบัติงานกับลูกค้า โดยเฉพาะงาน การบริการ จึงจำเป็นอย่างยิ่งในขั้นตอนการคัดเลือกพนักงาน
2. การฝึกอบรม สำคัญที่สุดในการจัดการคุณภาพไม่ว่าจะการผลิตหรือการบริการจะมุ่งเน้นไปที่ บุคลากรผู้ปฏิบัติงานนั้น และเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง การฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้บุคลากรมีศักยภาพในการปฏิบัติสูงขึ้น ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นและควรดำเนินการ สำหรับทุกองค์การ
3. ผลตอบแทน การตระหนักถึงความสำคัญของงาน และต้องการให้พนักงานมีความรับผิดชอบ มากขึ้น คือการสร้างให้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานมีความพอใจ และหนึ่งในเหตุผลที่นำมาซึ่งความ พึงพอใจของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานมาจากแรงจูงใจ ซึ่งมีทั้งเกี่ยวกับเรื่องเงินและไม่ใช่ว่าเรื่องเงิน และผลจากความพึงพอใจนี้จะสะท้อนโดยตรงกับลูกค้าที่ติดต่อกับพนักงาน และในที่สุด ส่งผลกระทบในเชิงลบหากบุคลากรผู้ปฏิบัติงานไม่พึงพอใจ
4. การเพิ่มศักยภาพ การเพิ่มขีดความสามารถโดยการมอบอำนาจให้กับบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ จากการบริหารระดับสูงไปถึงระดับล่าง จะช่วยให้ บุคลากรผู้ปฏิบัติงานขององค์การรู้สึกดี มีแรงจูงใจ การเผชิญความเสี่ยง การริเริ่มจะช่วย สะท้อนมุมมอง วิสัยทัศน์ ในแง่บวกต่อผลของการปฏิบัติงาน
5. ความมั่นใจในงาน เป็นความปลอดภัยในการรับรู้อย่างสมเหตุผลสำหรับบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน ในขณะที่การถูกออกจากการปฏิบัติงาน จะเป็นการถูกจ้างออกหรือถูกปลดออกก็ตามส่งผลให้ บุคลากรผู้ปฏิบัติงานไม่มีกำลังใจในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ที่ความพึงพอใจของลูกค้าภายใน

จะถูกนำสู่ลูกค้าภายนอก และจะนำเสนอบริการที่เป็นเลิศคือการส่งมอบสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ในการเผชิญหน้า เป็นคุณภาพการให้บริการเกินกว่าลูกค้าคาดหวัง

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดำรงศักดิ์ ช้วยนา (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้ค้างชำระของสินเชื่อกรณีศึกษารณาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางปะหันวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อหาสาเหตุของปัญหาที่ทำให้หนี้เกิดค้างชำระของลูกค้าและเป็นหนี้ NPLs ของลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาบางปะหัน เพื่อหาแนวทางและกำหนดวิธีการแนวทางการบริหารงานสินเชื่อและการบริหารจัดการหนี้ในการแก้ปัญหาและลดหนี้ค้างชำระ โดยผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิดทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีแรงจูงใจ ทฤษฎีทางการตลาดตามแนวคิดของ BCG Growth-Share Matrix ที่พัฒนาโดย Boston Consulting Group ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด 7 อย่าง หรือ Marketing Mix 7Ps การศึกษานี้ใช้เครื่องมือที่ในการเก็บรวบรวมคือ แบบสอบถาม ประชากรที่ศึกษาคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางปะหัน จำนวน 250 ราย และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกระบวนการกลุ่ม ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ส่วนข้อมูลจากกระบวนการกลุ่มนำมาสรุปเป็นหมวดหมู่เพื่อจำแนกให้อยู่ในขอบเขตและครอบคลุมในประเด็นที่กำหนดเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา ผลการศึกษาพบว่าสาเหตุของปัญหาคือด้านการบริหารงานสินเชื่อและบริหารจัดการหนี้ของลูกค้า ปัญหาของลูกค้าไม่สามารถส่งชำระหนี้ได้ตามงวดที่กำหนดให้ชำระหนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้ TOWS Matrix เป็นแนวทางการเลือกทางแก้ปัญหา แนวทางที่เลือกคือ ทบทวนข้อมูลของลูกค้าตามข้อเท็จจริงเป็นปัจจุบัน และกำหนดเครื่องมือบริหารสินเชื่อและจัดการหนี้ให้เหมาะสมกับตัวลูกค้า

รุจิรา สวัสดิ์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดเพื่อลดหนี้ NPLs สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและสาเหตุของปัญหาการเพิ่มขึ้นของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ในสินเชื่อธุรกิจ และเพื่อศึกษาแนวทางในการลดและป้องกันหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคารออมสิน โดยผู้ศึกษาได้นำแนวคิดทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีปริมาณเงินกู้ และการปล่อยสินเชื่อ แนวความคิดเกี่ยวกับสาเหตุของการค้างชำระหนี้ แนวความคิดเกี่ยวกับมูลเหตุของหนี้ค้างชำระ แนวความคิดในการเจรจาประนอมหนี้ และแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

STP Marketing ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรงจากการออกแบบสอบถามผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารออมสิน และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารของหน่วยงาน สิ่งพิมพ์ หนังสืองานวิจัยหรืองานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยที่เกิดจากลูกหนี้ อันดับสองคือ ปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อม อันดับสามคือ ปัจจัยที่เกิดจากธนาคาร ธนาคารควรให้ความสำคัญในการพิจารณาสินเชื่อทั้ง 3 ปัจจัยโดยเฉพาะปัจจัยที่เกิดจากลูกหนี้ ได้แก่ ข้อมูลทางการเงินทั้งในด้านรายได้ ค่าใช้จ่าย ภาระหนี้ และสภาพคล่องของธุรกิจเพื่อป้องกันและพัฒนาลูกหนี้เพื่อไม่ให้เกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อรอุมา จันท์สว่าง (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องการแก้ไขปัญหาผลการดำเนินงานขาดทุนจากการค้างชำระดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อเกินกว่า 15 เดือน กรณีศึกษา อ.ก.ส.สาขาท่าสัก จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสาเหตุที่เกษตรกรไม่สามารถชำระดอกเบี้ยเงินกู้ได้จนส่งผลให้เกิดหนี้ค้างชำระดอกเบี้ยเกิน 15 เดือน โดยผู้ศึกษาได้นำแนวคิดทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ เกษตรกรลูกค้า อ.ก.ส.สาขาท่าสัก ที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีหนี้ค้างชำระดอกเบี้ยเกิน 15 เดือน จำนวน 137 ราย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สถิติค่าร้อยละ (Percentage) จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพการชำระหนี้ของลูกค้าเงินกู้ อ.ก.ส.สาขาท่าสัก มาจากปัจจัยที่เกิดจากพนักงานธนาคารเป็นหลัก คือการที่เกษตรกรลูกค้าไม่ได้รับเอกสารใบแจ้งหนี้จากพนักงานโดยตรง ส่วนใหญ่จะได้รับใบแจ้งหนี้ผ่านทางหัวหน้ากลุ่ม ทำให้เกษตรกรไม่ให้ความสำคัญในการชำระหนี้ อีกทั้งไม่มีความเข้าใจถึงภาระหนี้ที่ต้องชำระ อีกปัจจัยคือความถี่ในการติดตามหนี้ของพนักงานในรอบ 15 เดือน ที่ไม่เกิน 1 ครั้ง หรือ ไม่มีการติดตามหนี้แต่อย่างใด

จิราพร สัมเพ็ชร (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัญหาการเพิ่มขึ้นของหนี้ค้างชำระ 2-3 เดือน เลื่อนชั้นเป็น NPLs การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาที่เป็นสาเหตุของการเกิดหนี้ค้างชำระ 2-3 เดือน เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้ค้างชำระ โดยผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลสินเชื่อ แผนผังก้างปลา (Fish Bone Diagram) แนวความคิดในการแก้ปัญหา (Problem Solving) โดยวงจรเดมมิ่ง การศึกษานี้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมคือแบบสอบถาม ประชากรตัวอย่างผู้กู้ธนาคารออมสินเขตปทุมธานี 1 จำนวน 400 คน จากการศึกษาพบว่าปัจจัยภายนอกธนาคารเป็นสาเหตุของการเกิดหนี้ค้างชำระในภาพรวมอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือปัจจัยที่เกิดจากตัวลูกหนี้และปัจจัยภายในตามลำดับ ส่วนแนวทางการแก้ปัญหา คือ การเพิ่มความรู้

ความสามารถและทักษะด้านการวิเคราะห์สินเชื่อให้กับเจ้าหน้าที่ ส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานของ ศูนย์ควบคุมคุณภาพหนี้และควรเพิ่มประสิทธิภาพในการปรับปรุงโครงสร้างหนี้

สุนนท์ วงศ์ษาพาน (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางในการลดค่าใช้จ่ายการตั้งสำรองหนี้ ของลูกหนี้ค้างชำระประเภทบุคคลลูกค้าเงินกู้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขา สว่างแดนดิน การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุที่ส่งผลให้เกิดหนี้ค้างชำระของลูกค้าประเภท บุคคลของธนาคาร เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของลูกค้าเงินกู้บุคคล และแนวทาง ในการลดและป้องกันการเกิดหนี้ค้างชำระลูกค้าเงินกู้บุคคล ซึ่งเมื่อเกิดปัญหาหนี้ค้างชำระทำให้ธนาคาร ต้องสูญเสียประโยชน์จากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายใน การตั้งสำรองหนี้ เกิดการเสียโอกาสในการนำเงินไป ลงทุนต่อ ผลการดำเนินงานของสาขาไม่เป็นไป ตามเป้าหมาย โดยผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่ แผนผังก้างปลา และการประเมินผลอัตราเสี่ยงและวิธีการพิจารณาสินเชื่อโดยวิธี 7 Cs การศึกษานี้ใช้เครื่องมือที่ในการเก็บรวบรวมคือ แบบสอบถาม ซึ่งนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการ ทางสถิติ โดยขอบเขตของการศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มลูกค้าเงินกู้ที่ได้รับการอนุมัติเงินกู้จาก ธนาคาร จำนวน 400 คน และพนักงานที่มีความสอดคล้องต่อกระบวนการอำนวยการสินเชื่อของธนาคาร จำนวน 20 คน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของลูกค้าเงินกู้บุคคล อยู่ในระดับมากที่สุดมาจากปัจจัยค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูง ปัจจัยใช้เงินผิดวัตถุประสงค์โครงการ ปัจจัย มีภาระหนี้สินนอกระบบ และปัจจัยมีวงเงินกู้สูงเกินศักยภาพการส่งชำระ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มาจากตัวลูกค้า ผู้กู้ และแนวทางในการลดและป้องกันการเกิดหนี้ค้างชำระลูกค้าเงินกู้บุคคลของธนาคารคือ การพิจารณา ให้สินเชื่ออย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการการกลั่นกรองสินเชื่อที่ดี ผลลัพธ์สินเชื่อและวงเงินกู้ สอดคล้องกับลูกค้าผู้กู้ ย่อมทำให้โอกาสการเกิดหนี้ค้างชำระลดลง ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการสำรองหนี้ ค้างชำระลดลงได้

2.3 ตารางสรุปแนวคิด ทฤษฎีและเครื่องมือในการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 6 ตารางสรุปทฤษฎีแก๊งปลา

ชื่อผู้แต่ง	ทฤษฎีแก๊งปลา
ชื่อแนวคิด/ทฤษฎี/เครื่องมือในการวิเคราะห์	Ishikawa
ปี	ค.ศ.1943

ตารางที่ 7 ตารางสรุปแนวคิดสาเหตุของการค้างชำระหนี้

ชื่อผู้แต่ง	สาเหตุของการค้างชำระหนี้
ชื่อแนวคิด/ทฤษฎี/เครื่องมือในการวิเคราะห์	ตำรศักดิ์ ช่วยนา
ปี	พ.ศ.2562

ตารางที่ 8 ตารางสรุปแนวคิดการวิเคราะห์สินเชื่อ

ชื่อผู้แต่ง	ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
ชื่อแนวคิด/ทฤษฎี/เครื่องมือในการวิเคราะห์	แนวคิดการวิเคราะห์สินเชื่อ
ปี	พ.ศ.2561

ตารางที่ 9 ตารางสรุปแนวคิดการรับรู้รายได้ การจัดชั้น การกั้นเงินสำรองหนี้

ชื่อผู้แต่ง	ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
ชื่อแนวคิด/ทฤษฎี/เครื่องมือในการวิเคราะห์	การรับรู้รายได้ การจัดชั้น การกั้นเงินสำรองหนี้
ปี	พ.ศ.2564

ตารางที่ 10 ตารางสรุปแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ชื่อผู้แต่ง	Kotler, Philip
ชื่อแนวคิด/ทฤษฎี/เครื่องมือในการวิเคราะห์	แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด
ปี	ค.ศ.1997

ตารางที่ 11 ตารางสรุปแนวคิดการตัดสินใจซื้อ

ชื่อผู้แต่ง	ราช ศิริวัฒน์
ชื่อแนวคิด/ทฤษฎี/เครื่องมือในการวิเคราะห์	แนวคิดการตัดสินใจซื้อ
ปี	พ.ศ.2560

ตารางที่ 12 ตารางสรุปแนวคิดการตลาดภายใน

ชื่อผู้แต่ง	นภวรรณ คณานุรักษ์
ชื่อแนวคิด/ทฤษฎี/เครื่องมือในการวิเคราะห์	แนวคิดการตลาดภายใน
ปี	2553
ชื่อผู้แต่ง	นัทธีรา พุมมาพันธุ์
ชื่อแนวคิด/ทฤษฎี/เครื่องมือในการวิเคราะห์	แนวคิดการตลาดภายใน
ปี	2561

2.4 ตารางสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 13 ตารางสรุปงานวิจัยแนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้ค้างชำระของสินเชื่อ กรณีศึกษา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางปะหัน

ชื่อผู้แต่ง	ดำรงศักดิ์ ช่วยนา
ชื่อผลงานวิจัย	แนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้ค้างชำระของสินเชื่อ กรณีศึกษา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางปะหัน
วัตถุประสงค์งานวิจัย	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อหาสาเหตุของปัญหาที่ทำให้หนี้เกิดค้างชำระของลูกค้าและเป็นหนี้ NPLs ของลูกค้าใน ธ.ก.ส. สาขาบางปะหัน 2. เพื่อหาแนวทางและกำหนดวิธีการแนวทางการบริหารงานสินเชื่อ และการบริหารจัดการหนี้ ในการแก้ปัญหาและลดหนี้ค้างชำระ
ขอบเขตการศึกษาวิจัย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชากร ได้แก่ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางปะหัน 2. กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน

	3. ระยะเวลาการศึกษาวิจัย ช่วงเดือนกันยายน 2562 – ตุลาคม 2562
ระเบียบวิธีการศึกษา	1. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม และเทคนิค กระบวนการกลุ่ม (Focus group) 2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean)และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation : S.D) การวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาที่ได้จาก กระบวนการกลุ่ม (Focus group)
ข้อค้นพบจากงานวิจัยที่ เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ ในการศึกษาในรายงานนี้	สาเหตุและปัญหา คือ ปัญหาด้านการบริหารงานสินเชื่อและบริหาร จัดการหนี้ของลูกค้า ปัญหาของลูกค้าไม่สามารถส่งชำระหนี้ได้ตามงวด ที่กำหนดให้ชำระหนี้ จึงมีแนวทางแก้ไข คือ ทบทวนข้อมูลของลูกค้าตาม ข้อเท็จจริงเป็นปัจจุบัน และกำหนดเครื่องมือบริหารสินเชื่อและจัดการ หนี้ให้เหมาะสมกับตัวลูกค้า
ปี	2561

ตารางที่ 14 ตารางสรุปงานวิจัยแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดเพื่อลดหนี้ NPLs สินเชื่อ ธุรกิจของธนาคารออมสิน

ชื่อผู้แต่ง	รุจิรา สวัสดิ์
ชื่อผลงานวิจัย	แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดเพื่อลดหนี้ NPLs สินเชื่อ ธุรกิจของธนาคารออมสิน
วัตถุประสงค์งานวิจัย	1. เพื่อศึกษาปัญหาและสาเหตุของปัญหาการเพิ่มขึ้นของหนี้ที่ไม่ ก่อให้เกิดรายได้ในสินเชื่อธุรกิจ 2. เพื่อศึกษาแนวทางในการลดและป้องกันหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ของ ธนาคารออมสิน
ขอบเขตการศึกษาวิจัย	1. ประชากร ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารออม สิน โดยจะศึกษาจากประชากรทั้งหมดและสุ่มเลือกตัวอย่างที่ ธนาคารออมสิน สาขาประจันตคาม จังหวัดปราจีนบุรี 2. กลุ่มตัวอย่าง เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive

	sampling) จำนวน 100 ราย 3. ระยะเวลาการศึกษาวิจัย ช่วงเดือน สิงหาคม – กันยายน 2562
ระเบียบวิธีการศึกษา	1. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม 2. ใช้ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) และการบรรยายเชิงพรรณนาในการรวบรวมข้อมูล
ข้อค้นพบจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาในรายงานนี้	ปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยที่เกิดจากลูกหนี้ ได้แก่ รายได้ ค่าใช้จ่าย ภาระหนี้ และสภาพคล่องของธุรกิจ อันดับสองคือ ปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ จำนวนคู่แข่งทางการค้า ราคาสินค้าอุปโภคบริโภค และราคาน้ำมัน อันดับสามคือ ปัจจัยที่เกิดจากธนาคาร ได้แก่ จำนวนเงินผ่อนชำระในแต่ละงวด ระยะเวลาผ่อนชำระ และวงเงินอนุมัติ
ปี	2562

ตารางที่ 15 ตารางสรุปงานวิจัยการแก้ไขปัญหาผลการดำเนินงานขาดทุนจากการค้างชำระดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อเกินกว่า 15 เดือน กรณีศึกษา ธ.ก.ส.สาขาท่าสัก จังหวัดอุตรดิตถ์

ชื่อผู้แต่ง	อรอุมา จันทร์สว่าง
ชื่อผลงานวิจัย	การแก้ไขปัญหาผลการดำเนินงานขาดทุนจากการค้างชำระดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อเกินกว่า 15 เดือน กรณีศึกษา ธ.ก.ส.สาขาท่าสัก จังหวัดอุตรดิตถ์
วัตถุประสงค์งานวิจัย	เพื่อศึกษาถึงสาเหตุที่เกษตรกรไม่สามารถชำระดอกเบี้ยเงินกู้ได้จนส่งผลให้เกิดหนี้ค้างชำระดอกเบี้ยเกิน 15 เดือน
ขอบเขตการศึกษาวิจัย	1. ประชากรคือ เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.สาขาท่าสัก ที่มีหนี้ค้างชำระดอกเบี้ยเกิน 15 เดือน ณ 31 มีนาคม 2562 2. กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 137 คน
ระเบียบวิธีการศึกษา	1. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม 2. ใช้สถิติค่าร้อยละ (Percentage) และใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอย

	แบบเชิงซ้อน (Multiple Regression)
ข้อค้นพบจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาในรายงานนี้	จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพการชำระหนี้ของลูกค้าเงินกู้ยืม.ก.ส.สาขาท่าสัก มาจากปัจจัยที่เกิดจากพนักงานธนาคารเป็นหลัก คือ การที่เกษตรกรลูกค้าไม่ได้รับเอกสารใบแจ้งหนี้จากพนักงานโดยตรง ส่วนใหญ่จะได้รับใบแจ้งหนี้ผ่านทางหัวหน้ากลุ่ม ทำให้เกษตรกรไม่ให้ความสำคัญในการชำระหนี้ อีกทั้งไม่มีความเข้าใจถึงภาระหนี้ที่ต้องชำระ อีกปัจจัยคือความถี่ในการติดตามหนี้ของพนักงานในรอบ 15 เดือน ที่ไม่เกิน 1 ครั้ง หรือ ไม่มีการติดตามหนี้แต่อย่างใด
ปี	2562

ตารางที่ 16 ตารางสรุปงานวิจัยปัญหาการเพิ่มขึ้นของหนี้ค้างชำระ 2-3 เดือนเลื่อนชั้นเป็น NPLs

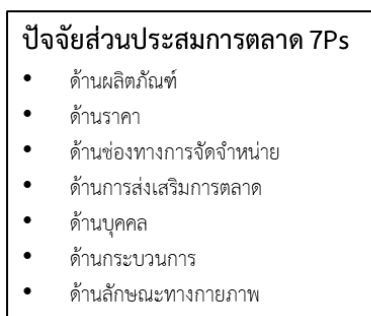
ชื่อผู้แต่ง	จิราพร สัมเพ็ชร
ชื่อผลงานวิจัย	ปัญหาการเพิ่มขึ้นของหนี้ค้างชำระ 2-3 เดือนเลื่อนชั้นเป็น NPLs
วัตถุประสงค์งานวิจัย	1. เพื่อศึกษาปัญหาที่เป็นสาเหตุของการเกิดหนี้ค้างชำระ 2-3 เดือน 2. เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้ค้างชำระ
ขอบเขตการศึกษาวิจัย	ประชากรตัวอย่างผู้กู้ธนาคารออมสินเขตปทุมธานี 1 จำนวน 400 คน
ระเบียบวิธีการศึกษา	1. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม 2. วิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ข้อค้นพบจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาในรายงานนี้	ปัจจัยภายนอกธนาคารเป็นสาเหตุของการเกิดหนี้ค้างชำระในภาพรวมอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือปัจจัยที่เกิดจากตัวลูกหนี้และปัจจัยภายในตามลำดับ ส่วนแนวทางการแก้ปัญหาคือ การเพิ่มความรู้ความสามารถและทักษะด้านการวิเคราะห์สินเชื่อให้กับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานของศูนย์ควบคุมคุณภาพหนี้และควรเพิ่มประสิทธิภาพในการปรับปรุงโครงสร้างหนี้
ปี	2562

ตารางที่ 17 ตารางสรุปงานวิจัยแนวทางในการลดค่าใช้จ่ายการตั้งสำรองหนี้ของลูกหนี้ค้างชำระประเภทบุคคลลูกค้าเงินกู้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสว่างแดนดิน

ชื่อผู้แต่ง	สุวนนท์ วงศ์ษาพาน
ชื่อผลงานวิจัย	แนวทางในการลดค่าใช้จ่ายการตั้งสำรองหนี้ของลูกหนี้ค้างชำระประเภทบุคคลลูกค้าเงินกู้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสว่างแดนดิน
วัตถุประสงค์งานวิจัย	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อศึกษาสาเหตุที่ส่งผลให้เกิดหนี้ค้างชำระของลูกค้าประเภทบุคคลของธนาคาร เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของลูกค้าเงินกู้บุคคล 2. เพื่อหาแนวทางในการลดและป้องกันการเกิดหนี้ค้างชำระลูกค้าเงินกู้บุคคล
ขอบเขตการศึกษาวิจัย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชากรกลุ่มตัวอย่างลูกค้าเงินกู้ประเภทบุคคลที่ได้รับอนุมัติให้กู้ยืมจำนวน 400 คน 2. พนักงานที่มีความสอดคล้องต่อกระบวนการอำนวยการสินเชื่อของธนาคาร จำนวน 20 คน
ระเบียบวิธีการศึกษา	<ol style="list-style-type: none"> 1. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม 2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
ข้อค้นพบจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาในรายงานนี้	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของลูกค้าเงินกู้บุคคล อยู่ในระดับมากที่สุดมาจากปัจจัยค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูง ปัจจัยใช้เงินผิดวัตถุประสงค์โครงการ ปัจจัยมีภาระหนี้สินนอกระบบ และปัจจัยมีวงเงินกู้สูงเกินศักยภาพการส่งชำระ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มาจากตัวลูกค้าผู้กู้ และแนวทางในการลดและป้องกันการเกิดหนี้ค้างชำระลูกค้าเงินกู้บุคคลของธนาคาร คือ การพิจารณาให้สินเชื่ออย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการการกลั่นกรองสินเชื่อที่ดี ผลลัพธ์หนี้สินเชื่อและวงเงินกู้สอดคล้องกับลูกค้าผู้กู้
ปี	2563

กรอบแนวคิดการศึกษา

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม

การใช้บริการด้านสินเชื่อของลูกค้าเงินกู้ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย

ภาพที่ 8 แสดงกรอบแนวคิดของการศึกษา

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกค้านี้ค้างชำระ กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย เป็นการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ เพื่อให้ผู้ศึกษาเข้าใจถึงปัญหาและกระบวนการแก้ปัญหาอย่างถูกต้อง โดยอาศัยเครื่องมือการใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ในการทำการศึกษา

3.1 วิธีการเก็บข้อมูลในการศึกษา

3.1.1 การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ

การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามเป็นลักษณะคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

3.1.2 การเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ

การเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูล ได้แก่ เอกสารงานวิจัยห้องสมุดออนไลน์ และอินเทอร์เน็ต รวมถึงการเก็บ ข้อมูลจากนโยบายของธนาคาร แผนธุรกิจประจำปีของธนาคาร และเอกสารภายในของธนาคาร

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 จำนวนประชากรของการศึกษา

ประชากรคือ ลูกค้าเงินกู้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาบางสะพานน้อย ที่มีหนี้ค้างชำระ จำนวน 454 ราย (ข้อมูล วันที่ 31 กรกฎาคม 2564 จากระบบสารสนเทศเพื่อธุรกิจหลัก เข้าถึงจากระบบอินทราเน็ตธนาคาร) คำนวณหากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของTaro Yamane

รายงานประมาณการสัญญาเงินกู้ที่มีดอกเบี้ยไม่ชำระเกิน 15 เดือน

ข้อมูล ภาคตะวันตก จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ สาขาบางสะพานน้อย อำเภอ บางสะพานน้อย

ข้อมูล ณ 31/07/2564

ประเภทข้อมูล รวมทุกกลุ่มลูกค้า

เขต	ประมาณการ สัญญาเงินกู้ที่มีดอกเบี้ยไม่ชำระเกิน 15 เดือน				
	จำนวน ราย	จำนวน สัญญา	ต้นเงินปกติ ณ ปัจจุบัน	ต้นเงินค้าง ณ ปัจจุบัน	ดอกเบี้ย**
71	92	154	45,689,632.97	1,476,932.40	5,378,589.76
72	90	151	82,592,284.71	220,306.17	9,928,376.08
73	66	118	50,045,980.94	336,738.77	5,906,979.55
76	63	116	41,042,160.95	1,224,928.73	4,551,847.68
รวม	311	539	219,370,059.57	3,258,906.07	25,765,793.07

จำนวนลูกค้าที่มีดอกเบี้ยค้างเกิน 15 เดือน ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564 จำนวน 311 ราย

ภาพที่ 9 แสดงจำนวนลูกค้าที่มีดอกเบี้ยค้างเกิน 15 เดือน ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564

เขตสินเชื่อ	จำนวนลูกหนี้ NPL เดือน และค้าง 0-3 เดือน*
71	40
72	37
73	35
76	31
รวม	143

*ตัดรายชื่อที่ชำระดอกเบี้ยค้างเกิน 15 เดือนออก

ภาพที่ 10 แสดงจำนวนลูกค้าที่มีหนี้ NPLs และหนี้ค้าง 0-3 เดือน ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564

รวมลูกค้าที่มีดอกเบี้ยค้างเกิน 15 เดือน, ค้าง 0-3 เดือน และ ลูกหนี้ NPLทั้งสิ้น 454 ราย

3.2.2 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 213 ราย โดยหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรของการศึกษา ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของTaro Yamane ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% โดยยอมให้มีความคลาดเคลื่อนที่ 5% ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

โดยที่

n : คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N : คือ ขนาดของประชากร

e : คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้จากการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ เท่ากับ 0.05

แทนค่าในสูตร เมื่อ $N = 454$, $e = 0.05$

$$n = \frac{454}{1 + (454 * (0.05^2))}$$

$$n = \frac{454}{1 + 1.135}$$

$$n = 212.65$$

$$= 213 \text{ ราย}$$

การวิจัยเชิงคุณภาพ

- การวิจัยเชิงคุณภาพใช้กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้
- ลูกค้ายกยี่สิบจำนวน 10 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sample) โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกจากรายชื่อลูกค้าที่มีหนี้ค้างชำระกับธนาคาร จำนวนประชากรของการศึกษาโดยแบ่งเป็นเพศชาย 5 ราย และเพศหญิง 5 คน
 - พนักงานที่เกี่ยวข้องด้านสินเชื่อจำนวน 3 ราย ได้แก่ ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา หัวหน้าหน่วยอำเภอ และพนักงานพัฒนารูจิก

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้ศึกษาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลขึ้นเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง 213 ราย โดยพัฒนาจากตารางสรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน รายได้ค่าใช้จ่ายต่อเดือน จำนวนหนี้คงเหลือที่มีอยู่กัธนาคาร หลักประกันที่ใช้ค้ำประกันเงินกู้ เป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ (Multiple choices) โดยมีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการค้างชำระหนี้ แบ่งออกเป็น ปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน และปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาสาเหตุของปัญหาหนี้ค้างชำระ เป็นคำถามปลายปิดแบบใช้ระดับความคิดเห็น (Rating Scale) ตั้งแต่ระดับ 1 ถึง 5 (สำคัญน้อยที่สุดถึงสำคัญมากที่สุด) มีจำนวน 19 ข้อ ซึ่งผู้ศึกษาได้ปรับปรุงมาจากแบบสอบถามงานวิจัยของ ดำรงค์ศักดิ์ ชัยนา(2561)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อยเป็นคำถามปลายปิด แบบใช้ระดับความคิดเห็น (Rating Scale) ตั้งแต่ระดับ 1 ถึง 5 (สำคัญน้อยที่สุดถึงสำคัญมากที่สุด) มีคำถามทั้งหมด 21 ข้อ ซึ่งผู้ศึกษาได้ปรับปรุงมาจากแบบสอบถามงานวิจัยของ ดำรงค์ศักดิ์ ชัยนา(2561) และ ปัญจอรภา นวลศรี (2563) โดยแบ่งข้อคำถามเป็นด้านต่างๆดังนี้

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ จำนวน 3 ข้อ
- ปัจจัยด้านราคา จำนวน 3 ข้อ
- ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายและบริการ จำนวน 3 ข้อ
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 3 ข้อ
- ปัจจัยด้านพนักงานบริการ จำนวน 3 ข้อ
- ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำนวน 3 ข้อ
- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวน 3 ข้อ

โดยแบบสอบถามแบบใช้ระดับความคิดเห็น (Rating scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีการกำหนดเกณฑ์การวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามวิธีการของ Likert ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง มีความสำคัญระดับมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง มีความสำคัญระดับปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง มีความสำคัญระดับน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง มีความสำคัญระดับน้อยที่สุด

ความกว้างของอันตรภาคชั้นของค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 0.8 ซึ่งได้มาจากการคำนวณโดยใช้สมการทางคณิตศาสตร์ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยโดยหาค่าจากสูตรของ Likert scale มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง มีความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง มีความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ (รายละเอียดแบบสอบถามตามภาคผนวก ก)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

การศึกษาในครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง มีการกำหนดคำถามซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าจำนวน 10 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่ายจากจำนวนประชากรของการศึกษา และรวบรวมข้อมูลจากพนักงานที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ราย แบบสัมภาษณ์ลูกค้าและแบบสัมภาษณ์พนักงานจะใช้ข้อความคนละชุดกัน โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อ-สกุล เพศ อายุ และอาชีพ/ตำแหน่ง

ส่วนที่ 2 ศึกษาสาเหตุของลูกค้าเงินกู้เกษตรกรที่ไม่สามารถส่งชำระเงินกู้ได้ตามกำหนด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

(รายละเอียดแบบสัมภาษณ์ลูกค้าตามภาคผนวก ข, รายละเอียดแบบสัมภาษณ์ลูกค้าตามภาคผนวก ค)

เครื่องมือระบุสาเหตุของปัญหา

ทำการวิเคราะห์จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ มาแจกแจงเป็นเหตุและผลที่ลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด ใช้ข้อมูลจากแผนผังก้างปลาระบุสาเหตุของปัญหาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์เพื่อนำมาเป็นแนวทางแก้ไขปัญหา

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis)

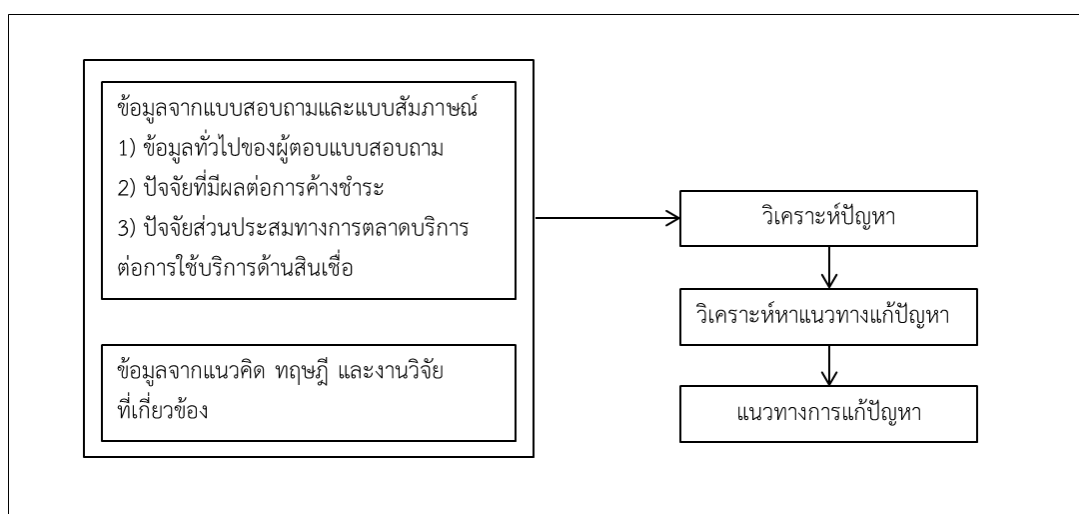
รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมด นำมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ซึ่งการวิเคราะห์ได้ใช้ค่าสถิติเพื่อสรุปผลของการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลต่อการค้างชำระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของลูกค้าเงินกู้ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน หรือ S.D.

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อ ของลูกค้าเงินกู้ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย เปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้ค่า t-test และ F-test เป็นค่าสถิติในการทดสอบ นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของตารางและบรรยาย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis)

ผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และนำผลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ทั้งหมดมาสรุป และนำไปวิเคราะห์ลักษณะการบรรยายเชิงพรรณนา



ภาพที่ 11 แสดงแผนผังการวิเคราะห์

บทที่ 4

ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกค้านี้ค้างชำระ กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย ผู้ค้นคว้าได้นำเสนอผลการศึกษา และการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม การศึกษาครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 213 ราย แบบสัมภาษณ์ลูกค้า จำนวน 10 ราย และแบบสัมภาษณ์พนักงาน จำนวน 3 ราย ได้กลับคืนมาร้อยละ 100 จากนั้นได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ลงรหัส บันทึกข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลได้ผลดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 18 จำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ชาย	101	47.40
หญิง	112	52.60
รวม	213	100.00

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.60 และเพศชาย จำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.40

ตารางที่ 19 จำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	3	1.40
31-40 ปี	22	10.30
41-50 ปี	81	38.00
51-60 ปี	66	31.00
61 ปี ขึ้นไป	41	19.20
รวม	213	100.00

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 ราย ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาคือ อายุ 51-60 ปี จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.20 อายุ 31-40 ปี จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.30 และน้อยที่สุดคือ อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 จำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
โสด	25	11.70
สมรส	149	70.00
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	24	11.30
หม้าย	15	7.00
รวม	213	100.00

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพกลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 ราย ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ สถานภาพโสด จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.70 สถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.30 และน้อยที่สุดคือ สถานภาพหม้าย จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 จำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	119	55.90
มัธยมศึกษาตอนต้น	23	10.80
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	40	18.80
อนุปริญญา/ปวส.	11	5.20
ปริญญาตรี	20	9.40
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	213	100.00

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาจำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.90 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.80 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.80 ราย ระดับปริญญาตรีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.40 ราย และน้อยที่สุดคือ ระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 จำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
เกษตรกร	183	63.32
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	51	17.65
รับจ้าง	50	17.30
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	1.04
ว่างงาน	0	0.00
อื่นๆ	2	0.69
รวม	289	100

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 ราย โดยให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร จำนวนคำตอบ 183 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 63.32 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย จำนวน 51 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.65 รองลงมาคือ รับจ้าง จำนวน 50 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.30 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.04 อาชีพอื่นๆได้แก่พนักงานบริษัทจำนวน 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 จำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3 คน	36	16.90
3 - 5 คน	142	66.70
6 คนขึ้นไป	35	16.40
รวม	213	100

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านจำนวนสมาชิกในครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 3 – 5 คน จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.70 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 3 คน จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.90 และน้อยที่สุดคือ จำนวน 6 คนขึ้นไป จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 จำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้(ต่อเดือน)	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000	44	20.70
10,001 – 20,000	82	38.50
20,001 – 30,000	52	24.40
30,001 – 40,000	16	7.50
40,001 - 50,000	6	2.80
มากกว่า 50,000	13	6.10
รวม	213	100.00

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 ราย พบว่าส่วนใหญ่ มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมาคือรายได้ 20,001 – 30,000 จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.40 รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.70 รายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.50 รายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.10 และน้อยที่สุดคือ รายได้ 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 จำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ค่าใช้จ่าย(ต่อเดือน)	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000	65	30.50
10,001 – 20,000	96	45.10
20,001 – 30,000	35	16.40
30,001 – 40,000	10	4.70
40,001 - 50,000	3	1.40
มากกว่า 50,000	4	1.90
รวม	213	100.00

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.10 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.50 ค่าใช้จ่าย 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 35 ราย คิดเป็น ร้อยละ 16.40 ค่าใช้จ่าย 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.70 ค่าใช้จ่าย มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.90 และสุดท้ายคือ ค่าใช้จ่าย 40,001 - 50,000 จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 จำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามหนี้คงเหลือของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนหนี้คงเหลือ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 200,000	32	15.00
200,001 – 500,000	58	27.20
500,001 – 1,000,000	57	26.80
1,000,001 – 2,000,000	34	16.00
2,000,001 – 3,000,000	18	8.50
มากกว่า 3,000,000	14	6.60
รวม	213	100.00

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านหนี้คงเหลือ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีหนี้คงเหลืออยู่ระหว่าง 200,001 – 500,000 บาท จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.20 รองลงมาคือ 500,001 – 1,000,000 บาท จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.80 หนี้คงเหลือ 1,000,001 – 2,000,000 บาท จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.00 หนี้คงเหลือ ไม่เกิน 200,000บาท จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00 หนี้คงเหลือ 2,000,001 – 3,000,000 บาท จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.50 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 3,000,000 บาท จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 จำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามหลักประกันที่ใช้ค่าประกันเงินกู้
กับธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถาม

หลักประกัน	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ที่ดิน/สิ่งปลูกสร้าง	198	82.85
เงินฝากค้ำประกัน	0	0.00
บุคคลค้ำประกัน	36	15.06
รับรองรับผิดชอบอย่างลูกหนี้ค้ำร่วมกลุ่ม	2	0.84
อื่นๆ	3	1.26
รวม	239	100

จากตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านหลักประกันที่ใช้ค้ำประกันเงินกู้กับธนาคาร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 ราย โดยให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ พบว่าส่วนใหญ่ใช้หลักประกัน จำนวนที่ดิน/สิ่งปลูกสร้าง จำนวน 198 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.85 รองลงมาคือ บุคคลค้ำประกัน จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.06 ใช้หลักประกันอื่นๆได้แก่ เรือประมง จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.26 และน้อยที่สุดคือรับรองรับผิดชอบอย่างลูกหนี้ค้ำร่วมกลุ่ม จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.84

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการชำระหนี้สินเชื่อ

ปัจจัยภายนอก	ความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1.สถานะเศรษฐกิจตกต่ำ	4.05	0.96	มาก
2.ราคาสินค้าอุปโภค บริโภคสูงขึ้น	3.97	0.84	มาก
3.ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น	3.94	0.90	มาก
4.ภัยธรรมชาติ เช่น ภัยแล้ง น้ำท่วม	2.77	1.16	ปานกลาง
5.ราคาผลผลิตตกต่ำ	3.90	0.96	มาก
รวม	3.72	0.77	มาก

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการชำระหนี้ของลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส.สาขา บางสะพานน้อย พบว่าปัจจัยภายนอกส่งผลต่อการชำระหนี้ในระดับมาก ($\bar{x}=3.72$, S.D.=0.77) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการชำระหนี้อันดับ 1 คือ สถานะเศรษฐกิจตกต่ำ

มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$, S.D.=0.96) อันดับ 2 คือราคาสินค้าอุปโภค บริโภคสูงขึ้น มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$, S.D.=0.84) อันดับ 3 คือ ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$, S.D.=0.90) อันดับ 4 คือราคาผลผลิตตกต่ำมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$, S.D.=0.96) อันดับ 5 คือภัยธรรมชาติ เช่นภัยแล้ง น้ำท่วมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.77$, S.D.=1.16)

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการชำระหนี้สินเชื่อ

ปัจจัยภายใน	ความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.อัตราดอกเบี้ยสูง	3.11	1.02	ปานกลาง
2.จำนวนการส่งชำระต่องวดสูงเกินไป	3.12	0.97	ปานกลาง
3.ระยะเวลาการผ่อนชำระไม่เหมาะสม	2.65	1.03	ปานกลาง
4.พนักงานไม่อธิบายเงื่อนไขในสัญญา	1.87	1.13	น้อย
5.พนักงานขาดการติดตามลูกค้า	1.78	1.13	น้อยที่สุด
รวม	2.51	1.06	น้อย

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการชำระหนี้ของลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส.สาขา บางสะพานน้อย พบว่าปัจจัยภายในส่งผลต่อการชำระหนี้ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.51$, S.D.=1.06) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการชำระหนี้อันดับ 1 คือจำนวนการส่งชำระต่องวดสูงเกินไป มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.12$, S.D.=0.97) อันดับ 2 คืออัตราดอกเบี้ยสูง มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.11$, S.D.=1.02) อันดับ 3 คือระยะเวลาการผ่อนชำระไม่เหมาะสม มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.65$, S.D.=1.03) อันดับ 4 คือพนักงานไม่อธิบายเงื่อนไขในสัญญา มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.87$, S.D.=1.13) อันดับ 5 คือพนักงานขาดการติดตามลูกค้ามีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.78$, S.D.=1.13)

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ความคิดเห็น			
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.67	1.05	มาก	5
2. ด้านราคา	3.54	1.00	มาก	6
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.89	1.05	มาก	4
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.67	1.01	มาก	5
5. ด้านพนักงานบริการ	4.19	0.92	มาก	1
6. ด้านกระบวนการบริการ	4.14	0.91	มาก	2
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.07	1.27	มาก	3
รวม	3.88	1.03	มาก	

จากตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานบริการเป็นอันดับ 1 (\bar{X} =4.19, S.D.=0.92) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการบริการ (\bar{X} =4.14, S.D.=0.91) ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ (\bar{X} =4.07, S.D.=1.27) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (\bar{X} =3.89, S.D.=1.05) ด้านผลิตภัณฑ์ (\bar{X} =3.67, S.D.=1.05) ด้านการส่งเสริมการตลาด (\bar{X} =3.67, S.D.=1.01) และด้านราคา (\bar{X} =3.54, S.D.=1.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อยด้านผลิตภัณฑ์บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ	ความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ผลิตภัณฑ์สินเชื่อมีความหลากหลาย	3.67	1.01	มาก
2. ผลิตภัณฑ์สินเชื่อสามารถตอบสนองความต้องการได้	3.56	1.06	มาก
3. วงเงินสินเชื่อที่ได้รับตรงตามความต้องการ	3.77	1.09	มาก
รวม	3.67	1.05	มาก

จากตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย ด้านผลิตภัณฑ์บริการพบว่า ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.67, S.D.=1.05) เมื่อพิจารณา รายข้อพบว่า อันดับ 1 คือวงเงินสินเชื่อที่ได้รับตรงตามความต้องการอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.77, S.D.=1.09) อันดับ 2 คือผลิตภัณฑ์สินเชื่อมีความหลากหลายอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.67, S.D.=1.01) อันดับ 3 คือผลิตภัณฑ์สินเชื่อสามารถตอบสนองความต้องการได้อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.56, S.D.=1.06) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสม	3.54	1.02	มาก
2. ค่าธรรมเนียมต่างๆ มีความเหมาะสม	3.55	0.97	มาก
3. ราคาประเมินหลักประกันมีความเหมาะสม	3.54	1.02	มาก
รวม	3.54	1.00	มาก

จากตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ำผู้กู้ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย ด้านราคาพบว่าให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.54, S.D.=1.00) เมื่อพิจารณา รายข้อพบว่า อันดับ 1 คือค่าธรรมเนียมต่างๆมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.55, S.D.=0.97) รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.54, S.D.=1.02) และราคาประเมินหลักประกันมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.54, S.D.=1.02)

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและบริการ

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายและบริการ	ความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	4.05	1.03	มาก
2. สถานที่ให้บริการมีความเหมาะสม สะดวกสบาย	4.03	1.02	มาก
3. มีช่องทางในการรับชำระหนี้มีเพียงพอ	3.58	1.09	มาก
รวม	3.89	1.05	มาก

จากตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ำผู้กู้ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและบริการอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.89, S.D.=1.05) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอันดับ 1 คือทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.05, S.D.=1.03) อันดับ 2 คือสถานที่ให้บริการมีความเหมาะสมสะดวกสบายอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.03, S.D.=1.02) อันดับ 3 คือมีช่องทางในการรับชำระหนี้มีเพียงพอ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.58, S.D.=1.09) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. หากมีโครงการเช่น ชำระดีมีคืน จะส่งผลต่อการชำระหนี้มากขึ้น	3.78	0.98	มาก
2. การลดดอกเบี้ยปรับกรณีผิดนัดชำระ	3.46	1.07	มาก
3. มีการประชาสัมพันธ์สินเชื่อ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารโครงการต่างๆอย่างสม่ำเสมอ	3.77	0.98	มาก
รวม	3.67	1.01	มาก

จากตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ำผู้กู้ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.67$, S.D.=1.01) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับ 1 คือหากมีโครงการเช่น ชำระดีมีคืนจะส่งผลต่อการชำระหนี้มากขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$, S.D.=0.98) อันดับ 2 คือมีการประชาสัมพันธ์สินเชื่อเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารโครงการต่างๆอย่างสม่ำเสมออยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.77$, S.D.=0.98) อันดับ 3 คือการลดดอกเบี้ยปรับกรณีผิดนัดชำระอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.46$, S.D.=0.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อยด้านพนักงานบริการ

ปัจจัยด้านพนักงานบริการ	ความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. พนักงานอธิบายรายละเอียดสัญญา และการชำระคืน	4.17	0.91	มาก
2. พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้านสินเชื่อให้ท่านได้	4.10	0.99	มาก
3. พนักงานบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจบริการ	4.30	0.86	มากที่สุด
รวม	4.19	0.92	มาก

จากตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย ด้านพนักงานบริการอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.19, S.D.=0.92) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับ 1 คือพนักงานบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจบริการอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.17, S.D.=0.91) อันดับ 2 คือพนักงานอธิบายรายละเอียดสัญญา และการชำระคืนอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.10, S.D.=0.99) อันดับ 3 คือพนักงานสามารถแก้ปัญหาด้านสินเชื่อให้ท่านได้ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.10, S.D.=0.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความสะดวกรวดเร็วในการได้รับบริการ	4.13	0.94	มาก
2. ขั้นตอนในการให้บริการสินเชื่อไม่ซับซ้อน	4.11	0.95	มาก
3. ระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อมีความรวดเร็ว	4.17	0.85	มาก
รวม	4.14	0.91	มาก

จากตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย ด้านกระบวนการให้บริการ (\bar{X} =4.14, S.D.=0.91) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับ 1 คือระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อมีความรวดเร็วอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.17, S.D.=0.85) อันดับ 2 คือความสะดวกรวดเร็วในการได้รับบริการอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.13, S.D.=0.94) อันดับ 3 คือขั้นตอนในการให้บริการสินเชื่อไม่ซับซ้อนอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.11, S.D.=0.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. อาคารสถานที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ	4.28	0.89	มากที่สุด
2. จำนวนที่นั่งเพียงพอสำหรับลูกค้า เว้นระยะห่างเหมาะสม	4.11	1.04	มาก
3. มีที่จอดรถสะดวก และเพียงพอสำหรับลูกค้า	3.83	1.89	มาก
รวม	4.07	1.27	มาก

จากตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย ด้านลักษณะทางกายภาพ (\bar{X} =4.07, S.D.=1.27) เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่าอันดับ 1 คืออาคารสถานที่มีความสะอาด เป็นระเบียบอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.28, S.D.=0.89) อันดับ 2 จำนวนที่นั่งเพียงพอสำหรับลูกค้า เว้นระยะห่างเหมาะสม (\bar{X} =4.11, S.D.=1.04) อันดับ 3 คือ มีที่จอดรถสะดวก และเพียงพอสำหรับลูกค้าอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.83, S.D.=1.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 39 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการ
สินเชื่อบริการตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการใช้บริการสินเชื่อ	เพศ				t	Sig.
	ชาย = 101		หญิง = 112			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	3.77	0.86	3.58	0.92	1.572	0.248
ด้านราคา	3.67	0.83	3.43	0.93	1.959	0.437
ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและบริการ	3.98	0.81	3.80	1.00	1.427	0.097
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.78	0.75	3.57	0.84	1.936	0.283
ด้านพนักงานบริการ	4.25	0.84	4.14	0.86	0.978	0.900
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.26	0.72	4.03	0.89	2.1	0.112
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.15	0.83	4.01	1.02	1.147	0.041*

*Sig. ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตารางที่ 39 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ต่อการใช้บริการสินเชื่อบริการพบว่าเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย
และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ และด้านกระบวนการให้บริการ
ให้ความสำคัญในระดับเดียวกัน

ตารางที่ 40 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการ
สินเชื่อจำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อ	df	SS	MS	F	Sig.	
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	6.042	1.51	1.92	0.108
	ภายในกลุ่ม	208	163.625	0.787		
	รวม	212	169.666			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4	4.2	1.05	1.343	0.255
	ภายในกลุ่ม	208	162.596	0.782		
	รวม	212	166.796			
ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.54	0.885	1.061	0.377
	ภายในกลุ่ม	208	173.533	0.834		
	รวม	212	177.074			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4	7.489	1.872	3.018	0.019*
	ภายในกลุ่ม	208	129.061	0.62		
	รวม	212	136.551			
ด้านพนักงานบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.065	0.766	1.062	0.376
	ภายในกลุ่ม	208	150.059	0.721		
	รวม	212	153.125			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.578	0.645	0.966	0.427
	ภายในกลุ่ม	208	138.734	0.667		
	รวม	212	141.312			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4	6.513	1.628	1.886	0.114
	ภายในกลุ่ม	208	179.618	0.864		
	รวม	212	186.131			

*Sig ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ95

จากตารางที่ 40 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการ
ใช้บริการสินเชื่อจำแนกตามอายุ พบว่าลูกค้าผู้กู้ ที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัย

ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ ด้านพนักงานบริการด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพในระดับเดียวกัน

ตารางที่ 41 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อจำแนกตามสถานภาพการสมรส

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อ	df	SS	MS	F	Sig.	
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.013	0.338	0.419	0.74
	ภายในกลุ่ม	209	168.653	0.807		
	รวม	212	169.666			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3	1.107	0.369	0.465	0.707
	ภายในกลุ่ม	209	165.689	0.793		
	รวม	212	166.796			
ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.879	0.293	0.347	0.791
	ภายในกลุ่ม	209	176.195	0.843		
	รวม	212	177.074			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	1.449	0.483	0.747	0.525
	ภายในกลุ่ม	209	135.102	0.646		
	รวม	212	136.551			
ด้านพนักงานบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.505	1.168	1.632	0.183
	ภายในกลุ่ม	209	149.619	0.716		
	รวม	212	153.125			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.587	1.196	1.814	0.146
	ภายในกลุ่ม	209	137.726	0.659		
	รวม	212	141.312			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.835	0.945	1.077	0.36
	ภายในกลุ่ม	209	183.297	0.877		
	รวม	212	186.131			

จากตารางที่ 41 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อจำแนกตามสถานภาพการสมรส พบว่าลูกค้าผู้ที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อ ในระดับเดียวกัน

ตารางที่ 42 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อจำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อ	df	SS	MS	F	Sig.	
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.631	0.658	0.819	0.514
	ภายในกลุ่ม	208	167.035	0.803		
	รวม	212	169.666			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4	1.383	0.346	0.435	0.783
	ภายในกลุ่ม	208	165.413	0.795		
	รวม	212	166.796			
ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.252	0.313	0.37	0.83
	ภายในกลุ่ม	208	175.822	0.845		
	รวม	212	177.074			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4	2.613	0.653	1.015	0.401
	ภายในกลุ่ม	208	133.938	0.644		
	รวม	212	136.551			
ด้านพนักงานบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.204	0.051	0.069	0.991
	ภายในกลุ่ม	208	152.921	0.735		
	รวม	212	153.125			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.014	0.503	0.752	0.558
	ภายในกลุ่ม	208	139.299	0.67		
	รวม	212	141.312			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4	4.962	1.24	1.424	0.227
	ภายในกลุ่ม	208	181.17	0.871		
	รวม	212	186.131			

จากตารางที่ 42 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อจำแนกตามการศึกษาพบว่า ลูกค้ายูนิที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อ ในระดับเดียวกัน

ตารางที่ 43 เปรียบเทียบความต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อจำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อ	df	SS	MS	F	Sig.	
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.824	0.565	0.701	0.623
	ภายในกลุ่ม	207	166.842	0.806		
	รวม	212	169.666			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5	4.686	0.937	1.197	0.312
	ภายในกลุ่ม	207	162.11	0.783		
	รวม	212	166.796			
ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.431	0.486	0.576	0.718
	ภายในกลุ่ม	207	174.642	0.844		
	รวม	212	177.074			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5	1.351	0.27	0.414	0.839
	ภายในกลุ่ม	207	135.2	0.653		
	รวม	212	136.551			
ด้านพนักงานบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.289	0.458	0.628	0.678
	ภายในกลุ่ม	207	150.836	0.729		
	รวม	212	153.125			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	1.288	0.258	0.381	0.862
	ภายในกลุ่ม	207	140.024	0.676		
	รวม	212	141.312			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.936	0.787	0.894	0.486
	ภายในกลุ่ม	207	182.195	0.88		
	รวม	212	186.131			

จากตารางที่ 43 เปรียบเทียบความต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ลูกค้ายูทิลิตี้ที่มีระดับรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อ ในระดับเดียวกัน

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์แบ่งเป็นลูกค้ายูทิลิตี้ จำนวน 10 ราย เพศชาย 5 ราย เพศหญิง 5 ราย และสัมภาษณ์พนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสินเชื่อจำนวน 3 ราย

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ลูกค้า

จากการสัมภาษณ์ลูกค้า 10 ราย โดยใช้คำถามแบบมีโครงสร้าง มีการกำหนดคำถามซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด สามารถสรุปคำตอบจากแต่ละข้อคำถามได้ดังนี้

- 1) รายได้หลักของท่านมาจากอะไรและท่านมีแหล่งรายได้อื่นๆหรือไม่

ผู้ถูกสัมภาษณ์ทุกรายมีรายได้หลักจากการเกษตร ซึ่งพืชหลัก ได้แก่ ปาล์มน้ำมัน มะพร้าว ยางพารา ปศุสัตว์ ได้แก่ โคขุน สุกรขุน และประมง

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 2 ราย มีรายได้จากการเกษตรเพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 20

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 8 ราย มีรายได้จากอาชีพเสริม ได้แก่ รับจ้าง ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 80

- 2) คำถามนอกจากนี้ที่มีกับธนาคารท่านมีหนี้สินอย่างอื่นอีกหรือไม่อย่างไร หากมีท่านเลือกชำระหนี้ที่ใดก่อนเพราะเหตุใด

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 8 ราย มีหนี้สินภายนอก คิดเป็นร้อยละ 80 ซึ่งหนี้สินภายนอก ได้แก่ หนี้ผ่อนรถ หนี้กองทุนหมู่บ้าน และหนี้นอกระบบ โดยจะเลือกส่งชำระหนี้ภายนอกก่อนเนื่องจากมีงวดชำระเป็นรายเดือน หรือมีอัตราดอกเบี้ยสูง

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 2 ราย ไม่มีหนี้สินภายนอก คิดเป็นร้อยละ 20

- 3) คำถามท่านใช้หลักประกันใดในการค้ำประกันหนี้เงินกู้ของท่าน

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 8 ราย ใช้หลักประกันจำนองที่ดิน คิดเป็นร้อยละ 80

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 2 ราย ใช้จำนองที่ดินร่วมกับบุคคลค้ำประกัน คิดเป็นร้อยละ 20

- 4) คำถามขณะที่ท่านมากู้เงินพนักงานได้อธิบายรายละเอียดเรื่องอัตราดอกเบี้ย และการกำหนดชำระคืนให้ท่านทราบหรือไม่

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 9 ราย ตอบว่าพนักงานอธิบายรายละเอียดให้ทราบ และเข้าใจ คิดเป็นร้อยละ 90

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 1 ราย พนักงานอธิบายรายละเอียดแต่ตนเข้าใจบ้างไม่เข้าใจบ้าง คิดเป็นร้อยละ 10

- 5) คำถามท่านมีการวางแผนในการชำระหนี้ของท่านหรือไม่อย่างไร

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 8 ราย วางแผนที่จะนำรายได้จากการประกอบอาชีพมาชำระหนี้ คิดเป็นร้อยละ 80

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 2 ราย วางแผนที่จะขายที่ดินเพื่อนำเงินมาชำระหนี้ เนื่องจากมีหนี้สินที่เป็นภาระหนัก คิดเป็นร้อยละ 20

- 6) คำถามสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อ การประกอบอาชีพและการชำระหนี้ของท่านหรือไม่อย่างไร

ผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้ง 10 ราย ได้รับผลกระทบ โดยได้รับผลกระทบมากจำนวน 5 ราย คิดเป็น

ร้อยละ 50 และได้รับผลกระทบเล็กน้อย 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 50

- 7) คำถามต้นทุนในการผลิตส่งผลกระทบต่อรายได้จากผลผลิตทางการเกษตรของท่านหรือไม่อย่างไร

ผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้ง 10 ราย ได้รับผลกระทบ คิดเป็นร้อยละ 100 โดยผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ข้อมูลว่า

ปัจจุบันราคาปุ๋ย และอาหารสัตว์ มีการปรับราคาสูงขึ้น

- 8) คำถามช่วงที่ผ่านมาท่านมีภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูงขึ้นหรือไม่เช่นส่งบุตรหลานเรียนหนังสือ ค่ารักษาพยาบาล หรืออื่นๆ

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 9 ราย มีภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 90 แบ่งเป็น ตนเองหรือ

บุคคลคนในครัวเรือนเจ็บป่วยจำนวน 3 ราย ช่วยเหลือบุตรหลาน 3 ราย จ่ายค่าซ่อมรถ 2 ราย

บุคคลในครัวเรือนถูกดำเนินคดี 1 ราย

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 1 ราย ค่าใช้จ่ายในครัวเรือนเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 10

- 9) คำถามท่านได้รับใบแจ้งหนี้ หรือการติดตามหนี้หรือไม่

ผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้ง 10 ราย ได้รับใบแจ้งหนี้ผ่านหัวหน้ากลุ่มลูกค้า และมีพนักงานติดตามหนี้ คิดเป็น

ร้อยละ 100

10) คำถามท่านคิดว่ากระบวนการในการให้บริการและกระบวนการติดตามในการชำระหนี้
ของธนาคารเป็นอย่างไร

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 9 ราย ตอบว่ากระบวนการในการให้บริการและกระบวนการติดตามในการชำระหนี้
ของธนาคาร โดยรวมดีอยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 90

ผู้ถูกสัมภาษณ์ 1 ราย อยากให้พนักงานโทรติดตามเมื่อมียอดหนี้ค้างชำระ คิดเป็นร้อยละ 10

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พนักงาน

1) สภาพการผลิตหรือธุรกิจของลูกค้า กับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีผลต่อการส่งชำระหนี้หรือไม่
จากการสัมภาษณ์พนักงานทั้ง 3 คน ให้ความเห็นว่าสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีผลต่อการ
ส่งชำระหนี้ โดยส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อม ลูกค้าบางรายที่มีอาชีพเสริม เช่น ค่าขาย รับจ้าง
ได้รับผลกระทบโดยตรง รายได้ลดลง การแพร่ระบาดของของไวรัสโควิด ส่งผลกระทบต่อลูกค้า
ผลผลิตบางชนิดส่งขายไม่ได้ หรือขายไม่ได้ราคา ประกอบกับต้นทุนการผลิตสูงขึ้นส่งผลให้รายได้ลดลง

2) ปัญหาอุปสรรคในการให้บริการด้านสินเชื่อของ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย ที่ส่งผลกระทบต่อ
ดำเนินงานของสาขา

จากการสัมภาษณ์พนักงานทั้ง 3 คน สรุปประเด็นปัญหาอุปสรรคในการให้บริการด้านสินเชื่อ
ของ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย ที่ส่งผลกระทบต่อดำเนินงานของสาขา ได้ดังนี้

- การกำหนดให้ชำระหนี้แบบเดิมเป็นแบบรายปี ไม่ถูกต้องเพราะลูกค้ามีรายได้ รายเดือน ราย 3 เดือน
หรือ 6 เดือน และลูกค้าไม่ทยอยชำระหนี้ตามแหล่งรายได้ เมื่อครบงวดชำระทำให้มีเงินไม่เพียงพอ
- การวิเคราะห์เงินกู้ ควรวิเคราะห์ถึงศักยภาพที่แท้จริงของลูกค้า โครงการที่ลูกค้าขอกู้ต้องมี
ผลตอบแทนเพียงพอที่จะชำระหนี้ได้
- พนักงานขาดประสบการณ์ ความรู้ ขาดทักษะในบางเรื่อง
- พนักงานไม่ได้ติดตามหนี้อย่างต่อเนื่อง เช่น พนักงานมีการติดตามลูกค้าในครั้งแรกแล้ว แต่ลูกค้า
ไม่ได้มาชำระตามที่นัดหมาย ไม่ได้มีการติดตามซ้ำ
- พนักงานไม่เพียงพอ
- ลูกค้ามีเริ่มมีอายุมากและบางคนมีมีการกู้ยืมเงินให้บุตรหลาน

3) สาเหตุหรือปัญหาของลูกค้ำที่ท่านคิดว่าทำให้ลูกค้ำไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด

จากการสัมภาษณ์พนักงานทั้ง 3 คน สรุปสาเหตุ หรือปัญหาของลูกค้ำที่ทำให้ลูกค้ำไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนดได้ดังนี้

- ลูกค้ำมีหนี้สินหลายๆแหล่ง และลูกค้ำเลือกที่จะชำระหนี้แหล่งเงินกู้ก่อน ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการส่งชำระหนี้ ธ.ก.ส.
- ลูกค้ำมีภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูง บุคคลในครัวเรือนเจ็บป่วย
- ลูกค้ำขาดความรู้ขาดประสบการณ์
- มีการนำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ และใช้จ่ายเงินเกินตัว กู้เงินเกินศักยภาพที่จะส่งชำระหนี้ได้
- ต้นทุนการผลิตสูง ราคาผลผลิตไม่แน่นอน

4) จะมีแนวทางในการช่วยเหลือลูกค้ำอย่างไรในการส่งชำระหนี้ให้ตรงตามกำหนดระยะเวลา และลดปัญหาหนี้ค้างและการสำรองค่าใช้จ่ายของสาขา

จากการสัมภาษณ์พนักงานทั้ง 3 คน สรุปแนวทางในการช่วยเหลือลูกค้ำอย่างไรในการส่งชำระหนี้ให้ตรงตามกำหนดระยะเวลาและลดปัญหาหนี้ค้างและการสำรองค่าใช้จ่ายของสาขา ได้ดังนี้

- จะต้องตรวจเยี่ยมลูกค้ำ สอบสวนข้อมูลให้ได้ความจริง เพื่อประเมินศักยภาพลูกค้ำ พร้อมแนะนำให้ส่งชำระหนี้ทันทีที่มีรายได้ เพื่อมิให้เป็นภาระหนัก
- ติดตามลูกค้ำอย่างต่อเนื่อง ให้คำแนะนำลูกค้ำ ให้ลูกค้ำชำระหนี้ตามแหล่งที่มาของรายได้ เพื่อมิให้เป็นภาระหนัก
- แนะนำลูกค้ำชำระหนี้ตามแหล่งที่มาของรายได้ เนื่องจากลูกค้ำส่วนใหญ่ มีรายได้จากการขายปาล์ม มะพร้าว ยางพารา มีรายได้ มากกว่าปีละ 1 ครั้ง

5) ควรมีแนวทางการแก้ไขให้ผลการดำเนินงานของสาขาดีขึ้นอย่างไร

จากการสัมภาษณ์พนักงานทั้ง 3 คน สรุปแนวทางการแก้ไขให้ผลการดำเนินงานของสาขาดีขึ้นได้ดังนี้

- สร้างเป้าหมายร่วมกันของทีมงานสาขา ให้ชัดเจน วางแผน กำหนดกลยุทธ์ ประเมินผล และปรับปรุงวิธีการอย่างต่อเนื่องจริงจัง
- ควรกำหนดให้ลูกค้ำชำระหนี้เป็นรายเดือน ราย 3 เดือน หรือ 6 เดือน ตามที่มาของรายได้

- จ่ายเงินกู้ตามความก้าวหน้าของโครงการ
- พนักงานควรมีการติดตามหนี้อย่างต่อเนื่อง
- จัดอบรมพนักงาน ให้ความรู้ด้านสินเชื่อ
- ควรจัดอบรมความรู้ด้านการให้สินเชื่อ และการบริหารจัดการหนี้

4.2 ผลการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ

พื้นที่อำเภอบางสะพานน้อย จ.ประจวบคีรีขันธ์ มีการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ปาล์มน้ำมัน มะพร้าว และยางพารา โดยมีพื้นที่เพาะปลูกปาล์มน้ำมัน 67,877 ไร่ มะพร้าว 57,293 ไร่ และยางพารา จำนวน 53,114 ไร่ ตามลำดับ(ข้อมูลจากสำนักงานเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) ซึ่งสามารถแสดงข้อมูลราคาผลผลิตรายเดือน ปี 2561-2564 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 44 แสดงราคาผลปาล์มน้ำมันทั้งถายน้ำหนัก มากกว่า 15 กิโลกรัมขึ้นไป รายเดือนที่เกษตรกรขายได้ที่สวน ทั้งประเทศ ปี 2561-2564

หน่วย:บาท/กก.

ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
2561	2.95	3.44	2.92	2.81	3.10	4.00	3.58	3.18	3.01	2.83	2.52	2.49	4.10
2562	2.46	2.53	2.17	1.91	1.94	2.97	2.65	2.38	2.58	2.85	3.56	4.55	3.11
2563	6.47	5.19	4.30	3.00	2.90	3.08	3.23	3.53	4.00	5.28	6.65	6.87	2.60
2564	6.62	6.67	5.46	4.75	5.42	5.68	6.27	6.75					4.27

ตารางที่ 45 แสดงราคามะพร้าวผลแห้งทั้งเปลือกขนาดใหญ่รายเดือนที่เกษตรกรขายได้ที่สวน ทั้งประเทศ ปี 2561-2564

หน่วย:บาท/ร้อยผล

ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
2561	1,580	1,554	1,355	1,147	920	741	617	522	467	483	512	514	841
2562	559	618	681	708	716	641	616	679	769	917	1,171	1,421	776
2563	1554	1,606	1,588	1,351	1,297	1,298	1,192	1,191	1,385	1,589	1,729	1,752	1,436
2564	1656	1,503	1,482	1,443	1,208	1,040	909	793					1,262

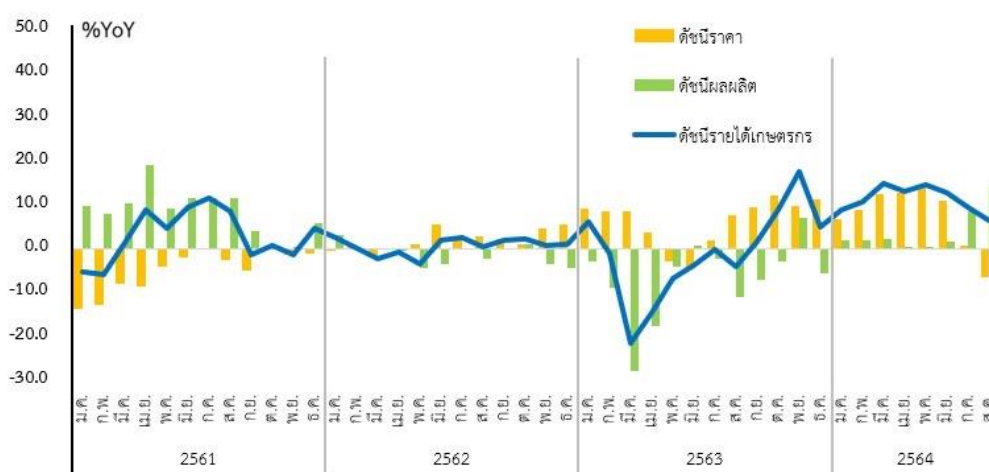
ตารางที่ 46 แสดงราคาขายผ่านดิบรายเดือนที่เกษตรกรขายได้ที่สวน ทั่วประเทศ ปี 2561-2564

หน่วย:บาท/กก.

ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
2561	42.83	42.02	44.05	43.22	45.68	43.48	41.44	41.20	40.38	39.73	36.96	36.75	40.96
2562	40.31	41.47	43.87	46.91	47.39	50.59	45.85	38.57	37.91	35.47	36.69	38.69	41.04
2563	38.00	38.84	36.79	33.59	35.22	36.96	38.12	42.16	48.15	54.80	55.24	56.43	44.85
2564	52.85	52.41	57.89	54.13	58.30	55.71	48.54	49.15					52.88

ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรแสดงให้เห็นว่าราคาผลผลิตแต่ละชนิดไม่แน่นอน ด้านปาล์มน้ำมันมีราคาเพิ่มขึ้นเนื่องจากผลผลิตแหล่งผลิตสำคัญออกสู่ตลาดไม่เพียงพอต่อความต้องการของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบที่ต้อการวัตถุดิบเพื่อการส่งออกมากขึ้น ประกอบกับภาครัฐขยายระยะเวลาโครงการผลักดันการส่งออกปาล์มน้ำมัน เพื่อลดผลผลิตส่วนเกินปี 2564 (จากเดือนธันวาคม 2564 เป็นมีนาคม 2565) แต่ขณะเดียวกันปาล์มน้ำมันได้รับผลผลิตลดลง

กราฟแสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีเศรษฐกิจการเกษตร รายเดือน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 - สิงหาคม 2564



ที่มา : ศูนย์ข้อมูลเกษตรแห่งชาติ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
ข้อมูล ณ วันที่ 13 กันยายน 2564

ภาพที่ 12 แสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีเศรษฐกิจการเกษตรรายเดือนตั้งแต่ปี พ.ศ.2561- สิงหาคม 2564

จากภาพจะแสดงให้เห็นว่า ดัชนีราคา ดัชนีผลผลิต และดัชนีรายได้เกษตรกรมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด เกษตรกรมีรายได้ไม่คงที่

ราคาปุ๋ยเคมีสูตรที่สำคัญ ณ ระดับราคาขายส่งกรุงเทพมหานคร และราคาขายปลีกท้องถิ่นรายเดือน
ปี 2563-2564

หน่วย : บาท/ตัน

สูตร ปุ๋ย	ลักษณะ ราคา	2563					2564							
		ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.
21- 0-0	ขายส่ง กรุงเทพฯ	6,400	6,400	6,400	6,400	6,400	6,400	6,400	6,600	6,575	7,400	7,700	8,200	8,400
	ขายปลีก ท้องถิ่น	7,818	7,862	7,684	7,768	7,507	8,246	7,257	7,409	7,516	8,349	8,766	8,745	8,267
46- 0-0	ขายส่ง กรุงเทพฯ	9,500	9,867	9,900	9,900	9,933	10,000	10,067	11,700	13,400	13,000	14,000	15,233	16,233
	ขายปลีก ท้องถิ่น	11,562	11,575	10,724	10,838	10,822	10,592	11,391	10,980	11,631	11,440	12,295	13,067	14,697
0- 0- 60	ขายส่ง กรุงเทพฯ	11,467	11,500	11,533	11,533	11,533	11,533	11,533	11,800	12,250	12,600	12,567	13,600	16,000
	ขายปลีก ท้องถิ่น	14,937	15,172	11,923	13,243	13,029	12,374	13,236	12,435	12,375	13,022	13,099	13,343	12,820
18- 46- 0	ขายส่ง กรุงเทพฯ	14,700	14,700	14,700	14,700	14,700	14,700	14,700	16,333	23,875	22,417	22,667	21,250	21,833

ภาพที่ 13 ราคาปุ๋ยเคมีสูตรที่สำคัญ ณ ระดับราคาขายส่งกรุงเทพมหานคร และราคาขายปลีกท้องถิ่น
รายเดือนปี 2563-2564

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

จากภาพที่ 13 ราคาปุ๋ยเคมีสูตรที่สำคัญ ณ ระดับราคาขายส่งกรุงเทพมหานคร และราคาขายปลีก
ท้องถิ่นรายเดือนปี 2563-2564 แสดงให้เห็นว่าราคาปุ๋ย ซึ่งเป็นต้นทุนการผลิต มีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น
เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า

ข้อมูลอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมหลังของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายคน (เกษตรกร และบุคคล)

ตารางที่ 47 แสดงอัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายคน ตั้งแต่วันที่ 20 เมษายน 2554

อัตราดอกเบี้ย	หน่วย:ร้อยละต่อปี
ลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate)MRR	7.00
ส่วนต่างสูงสุดที่จะใช้บวกกับ MRR	3.00
อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีผิดนัดชำระหรือผิดเงื่อนไขตามสัญญา	13.00

ตารางที่ 48 แสดงอัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายคน ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม 2562

อัตราดอกเบี้ย	หน่วย:ร้อยละต่อปี
ลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate)MRR	6.875
ส่วนต่างสูงสุดที่จะใช้บวกกับ MRR	3.00
อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีผิดนัดชำระหรือผิดเงื่อนไขตามสัญญา	12.875

ตารางที่ 49 แสดงอัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายคน ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2563

อัตราดอกเบี้ย	หน่วย:ร้อยละต่อปี
ลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate)MRR	6.625
ส่วนต่างสูงสุดที่จะใช้บวกกับ MRR	3.00
อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีผิดนัดชำระหรือผิดเงื่อนไขตามสัญญา	12.625

ตารางที่ 50 แสดงอัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายคน ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2563

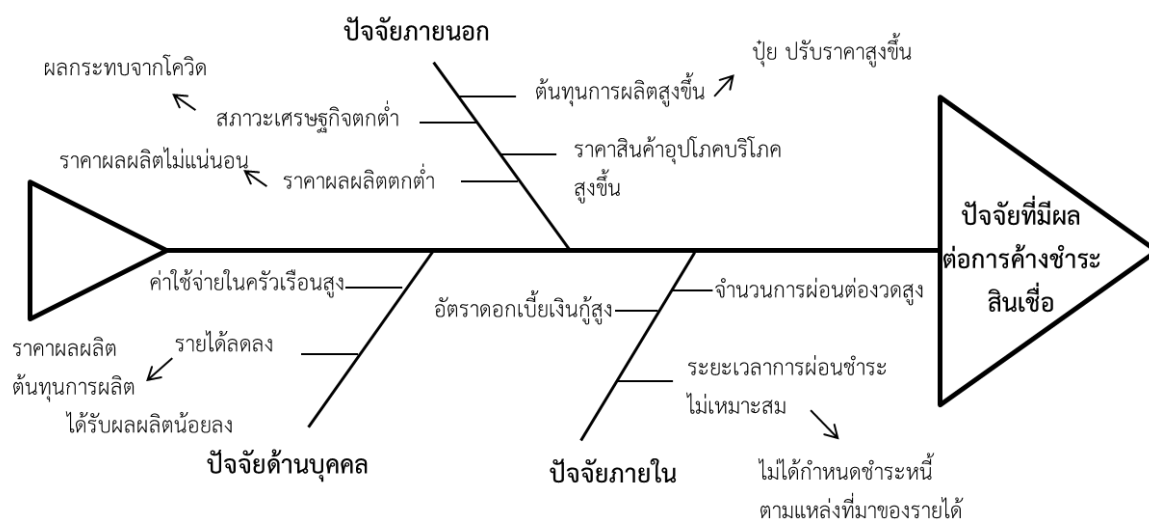
อัตราดอกเบี้ย	หน่วย:ร้อยละต่อปี
ลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate)MRR	6.50
ส่วนต่างสูงสุดที่จะใช้บวกกับ MRR	3.00
อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีผิดนัดชำระหรือผิดเงื่อนไขตามสัญญา	12.00

จากตารางที่ 47 -50 จะเห็นได้ว่าธนาคารมีการปรับลดอัตราดอกเบี้ยลงมา สอดคล้องกับการปรับลดดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทย

4.3 การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา

นำข้อมูลจากแบบสอบถามและข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาหนี้ค้างชำระ ของธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย แบ่งปัญหาออกเป็น 3 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล เกิดจากลูกค้ามีรายได้ลดลง มีภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูงขึ้น มีภาระหนี้สินอื่น
2. ปัจจัยภายนอก เกิดจากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคสูงขึ้น ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น และราคาผลผลิตตกต่ำ
3. ปัจจัยภายใน เกิดจาก จำนวนการผ่อนต้องงวดสูงเกินไป อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ไม่เหมาะสม



ภาพที่ 14 แสดงแผนผังก้างปลา วิเคราะห์สาเหตุของปัญหา ปัจจัยที่มีผลต่อการค้างชำระหนี้

ตารางที่ 51 การวิเคราะห์ TOWS Matrix สำหรับการสร้างกลยุทธ์

<p style="text-align: center;">TOWS</p>	<p>จุดแข็ง (S=Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> - พนักงานบริการดี อธิบายดี เป็นกันเองกับลูกค้า - ค่าธรรมเนียมสินเชื่อมีความเหมาะสม และต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์ - ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน มีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า 	<p>จุดอ่อน (W=Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์เงินกู้ กำหนดวงวดชำระหนี้ไม่เหมาะสมกับแหล่งที่มาของรายได้ลูกค้า - จำนวนพนักงานไม่เพียงพอ - พนักงานขาดความเข้าใจในเรื่องการบริหารจัดการหนี้ และการเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับลูกค้า
<p>โอกาส (O = Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้าได้รับการช่วยเหลือในเรื่องการประกันราคาผลผลิต - มีเครื่องมือในการบริหารจัดการหนี้ - มาตรการของธนาคารแห่งประเทศไทยในการช่วยเหลือด้านสินเชื่อสำหรับลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากโควิด 	<p>SO กลยุทธ์เชิงรุก</p> <ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มความถี่ในการติดตามหนี้ - มีการติดตามหนี้อย่างต่อเนื่อง เลือกใช้ เครื่องมือในการบริหารจัดการหนี้ให้เหมาะสมกับลูกค้า 	<p>WO กลยุทธ์เชิงแก้ไข</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดอบรมให้ความรู้พนักงานด้านกระบวนการให้สินเชื่อและการบริหารจัดการหนี้
<p>อุปสรรค (T=Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น - ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด ส่งผลต่อการประกอบอาชีพเสริมของลูกค้า 	<p>ST กลยุทธ์เชิงป้องกัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - การให้ความรู้ทางการเงินและการประกอบอาชีพแก่ลูกค้า 	<p>WT กลยุทธ์เชิงรับ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทบทวนข้อมูลลูกค้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง

4.4 การกำหนดทางเลือกในการแก้ปัญหา

แนวทางเลือกที่ 1 กลยุทธ์เชิงรุก เพิ่มความถี่ในการติดตามหนี้ มีการติดตามหนี้อย่างต่อเนื่อง เลือกใช้เครื่องมือในการบริหารจัดการหนี้ให้เหมาะสมกับลูกค้า ควรมีการติดตามหนี้ลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทราบถึงปัญหา และให้ลูกค้าเห็นถึงความสำคัญในการชำระหนี้ และต้องมีการติดตามคำรับรองชำระหนี้ว่าลูกค้าสามารถชำระได้ตามที่นัดหมายไว้หรือไม่

แนวทางเลือกที่ 2 กลยุทธ์เชิงป้องกัน การให้ความรู้ทางการเงินและการประกอบอาชีพแก่ลูกค้า เกษตรกรเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันทางการเงิน ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง คือ พอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว เพื่อวางแผนทางการเงินและสร้างวินัยทางการเงินที่ดี รู้จักวางแผน การใช้จ่าย และมีการออมเงิน ไม่ใช่จ่ายเงินเกินตัวเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างรายได้และค่าใช้จ่าย ดำรงชีวิตอย่างมีเหตุผลมีการตัดสินใจอย่างรอบคอบ มีการวางแผนสำรองสำหรับสถานการณ์ฉุกเฉิน

แนวทางเลือกที่ 3 กลยุทธ์เชิงแก้ไข จัดอบรมให้ความรู้พนักงานด้านกระบวนการให้สินเชื่อ การวิเคราะห์สินเชื่อ และการบริหารจัดการหนี้ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถจ่ายเงินกู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถวิเคราะห์กระแสเงินสด กำหนดงวดในการชำระหนี้ได้สอดคล้องกับรายได้ของลูกค้า เดิมธนาคารกำหนดชำระหนี้ภาคเกษตรเป็นรายปี ซึ่งไม่สอดคล้องกับรอบการผลิตของพืชบางชนิด ลูกค้านำเงินไปชำระหนี้สินจากแหล่งเงินกู้อื่นก่อน และนอกจากนี้การจัดอบรมให้พนักงานทำให้พนักงานสามารถเลือกใช้เครื่องมือในการบริหารจัดการหนี้ให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย สามารถให้คำแนะนำกับลูกค้าได้ตรงจุด ช่วยเหลือและฟื้นฟูลูกค้าให้ยั่งยืนต่อไป

แนวทางเลือกที่ 4 กลยุทธ์เชิงรับ ทบทวนข้อมูลลูกค้า ข้อมูลการผลิต และศักยภาพในการชำระหนี้ แบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่มตามศักยภาพในการชำระหนี้ได้แก่ กลุ่มศักยภาพสูง กลุ่มศักยภาพปานกลาง และกลุ่มศักยภาพต่ำซึ่งส่งผลต่อการได้รับชำระหนี้คืนของธนาคาร

4.5 การวิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของแต่ละแนวทางเลือก

แนวทางเลือกที่ 1 เพิ่มความถี่ในการติดตามหนี้มีการติดตามหนี้อย่างต่อเนื่อง เลือกใช้ เครื่องมือในการบริหารจัดการหนี้ให้เหมาะสมกับลูกค้า

ข้อดี สามารถดำเนินการได้ทันที

ข้อเสีย ปริมาณงานต่อพนักงานต่อรายค่อนข้างเยอะ

แนวทางเลือกที่ 2 การให้ความรู้ทางการเงินและการประกอบอาชีพแก่ลูกค้า

ข้อดี สร้างวินัยทางการเงินให้กับลูกค้า

ข้อเสีย ใช้งบประมาณในการจัดอบรมแต่ละครั้ง และต้องมีการจัดประชุม ซึ่งสถานการณ์ปัจจุบันไม่เอื้อต่อการรวมกลุ่ม

แนวทางเลือกที่ 3 กลยุทธ์เชิงแก้ไขจัดอบรมให้ความรู้พนักงานด้านกระบวนการให้สินเชื่อและการบริหารจัดการหนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง

ข้อดี ทำให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น พนักงานเกิดความเชี่ยวชาญ เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและการติดตามหนี้

ข้อเสีย ใช้งบประมาณในการจัดอบรมแต่ละครั้ง

แนวทางเลือกที่ 4 ทบทวนข้อมูลลูกค้า และศักยภาพในการชำระหนี้

ข้อดี ทำให้ได้ข้อมูลลูกค้าที่เป็นปัจจุบัน สามารถนำมาวิเคราะห์ศักยภาพที่แท้จริงลูกค้า สามารถกำหนดกลุ่มของลูกค้า และเลือกใช้เครื่องมือบริหารจัดการหนี้ได้ตรงจุด

ข้อเสีย ต้องใช้ระยะเวลาในการทบทวนศักยภาพลูกค้าทุกราย

4.7 การประเมินทางเลือกในแต่ละแนวทางสำหรับการแก้ไขปัญหา

การประเมินทางเลือกแนวทางการแก้ไขปัญหาคือการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบแผนผังการวิเคราะห์ข้อมูล (Matrix Data Analysis) สำหรับจัดลำดับความสำคัญออกมาในรูปแบบตาราง ในการเปรียบเทียบแต่ละแนวทางเลือก โดยกำหนดเกณฑ์ในการตัดสินใจและน้ำหนักของเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

1. จำนวนกลุ่มเป้าหมาย น้ำหนักของเกณฑ์เท่ากับ 4
2. การประหยัดงบประมาณ น้ำหนักของเกณฑ์เท่ากับ 3
3. ความเป็นไปได้ของโครงการ น้ำหนักของเกณฑ์เท่ากับ 5

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 56 แผนผังการวิเคราะห์ข้อมูล (Matrix Data Analysis)

น้ำหนักเกณฑ์	4		3		5		คะแนนรวม
แนวทางเลือก	จำนวนกลุ่มเป้าหมาย		การประหยัดงบประมาณ		ความเป็นไปได้ของโครงการ		
แนวทางเลือกที่ 1	5	20	4	12	5	25	57
แนวทางเลือกที่ 2	4	16	3	9	4	20	45
แนวทางเลือกที่ 3	5	20	4	12	5	25	57
แนวทางเลือกที่ 4	4	16	4	12	5	25	53

4.8 การกำหนดทางเลือกที่เสนอสำหรับการแก้ไขปัญหา

แนวทางเลือกที่เสนอคือ แนวทางเลือกที่ 1 และแนวทางเลือกที่ 3 ควรดำเนินการควบคู่กัน

แนวทางเลือกที่ 1 เพิ่มความถี่ในการติดตามหนี้มีการติดตามหนี้อย่างต่อเนื่อง เลือกใช้ เครื่องมือในการบริหารจัดการหนี้ให้เหมาะสมกับลูกค้า ซึ่งสามารถดำเนินการได้ทันที ทั้งนี้ต้องมีการวางแผนการดำเนินงาน กำหนดเป้าหมายของทีมงาน หัวหน้างานมอบหมายให้พนักงานแต่ละคนรับผิดชอบ มีการประเมินผลการปฏิบัติงาน และควรมีการสร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น สอดคล้องกับ

แนวความคิดตลาดภายในที่กล่าวว่า ผู้ปฏิบัติงานและบุคลากรทุกระดับชั้นในองค์กร ควรเน้นสร้างความเข้าใจและมีเป้าหมายเดียวกัน การมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร การยอมรับ ศรัทธาองค์กร และพร้อมที่จะพัฒนา ทุ่มเทร่างกาย แรงใจ เพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายออกมาดี มีคุณภาพ ตระหนักในความรับผิดชอบ

แนวทางเลือกที่ 3 คือจัดอบรมให้ความรู้พนักงานด้านกระบวนการให้สินเชื่อ การวิเคราะห์สินเชื่อ และการบริหารจัดการหนี้ ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานมีศักยภาพในการปฏิบัติงานสูงขึ้น เกิดความรู้ความเข้าใจ และความชำนาญ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อของธนาคาร สามารถวิเคราะห์สินเชื่อได้อย่างมีคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง กำหนดวงชำระได้ตรงกับที่มาของรายได้ลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพในการชำระหนี้ของลูกค้า และเมื่อลูกค้ามีปัญหาในการชำระหนี้พนักงานสามารถเลือกใช้เครื่องมือในการบริหารจัดการหนี้ได้ถูกต้องตรงจุด เป็นไปตามแนวความคิดตลาดภายในกล่าวไว้ว่า การฝึกอบรม จะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็ง และการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้บุคลากรมีศักยภาพในการปฏิบัติสูงขึ้น

4.9 การควบคุมและการประเมินผลของแนวทางเลือก

ตารางที่ 57 การควบคุมและการประเมินผลของแนวทางเลือก

แนวทาง	การควบคุม	การประเมินผล
1. เพิ่มความถี่ในการติดตามหนี้มีการติดตามหนี้อย่างต่อเนื่อง	1. ข้อตกลงตัวชี้วัดประเมินผล การดำเนินงานรายคนประจำปี 2. การควบคุม ติดตาม และการ กำกับของหัวหน้างาน 3. ติดตามผลงานตามตัวชี้วัด ประเมินผลการทำงาน รายคนประจำปี 4. รายงานผลงานรายสัปดาห์ รายเดือน และรายไตรมาส	1.รับชำระหนี้ถึงกำหนดได้ อย่างน้อย 96% ประเมินผลเป็นรายไตรมาส 2.ดอกเบี้ยยค้างเกิน 15 เดือนลดลง อย่างน้อย 50 % 3.หนี้ NPLs ลดลง 50 %
2.จัดอบรมให้ความรู้พนักงานด้านกระบวนการให้สินเชื่อ การวิเคราะห์สินเชื่อ และการบริหารจัดการหนี้	1.มีการกำกับดูแลการปฏิบัติงาน จากหัวหน้างาน	พนักงานสามารถนำความรู้ที่ได้จาก การอบรมไปปฏิบัติงาน ได้จริง

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกหนี้ค้างชำระ กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับประถมศึกษา อาชีพเกษตรกร สมาชิกในครัวเรือนมีจำนวน 3-5 คน รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ค่าใช้จ่ายต่อเดือน 10,001-20,000 บาท หนี้คงเหลืออยู่ในช่วง 200,000-500,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้หลักประกันเงินกู้เป็นที่ดิน หรือที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของผู้ศึกษาที่ทำการรวบรวมมีดังนี้

1) การศึกษาหาสาเหตุของปัญหาลูกหนี้ค้างชำระที่มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น พบว่าเกิดจากทั้งปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน และปัจจัยส่วนบุคคล ด้านปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการชำระหนี้อันดับ 1 คือสถานะเศรษฐกิจตกต่ำ อันดับ 2 คือราคาสินค้าอุปโภค บริโภคสูงขึ้น อันดับ 3 คือต้นทุนการผลิตสูงขึ้น อันดับ 4 คือราคาผลผลิตตกต่ำ อันดับ 5 คือภัยธรรมชาติ เช่นภัยแล้ง น้ำท่วม ด้านปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการชำระหนี้ อันดับ 1 คือจำนวนการส่งชำระต่องวดสูง อันดับ 2 คืออัตราดอกเบี้ยสูง อันดับ 3 คือระยะเวลาการผ่อนชำระไม่เหมาะสม อันดับ 4 คือพนักงานไม่อธิบายเงื่อนไขในสัญญากู้ อันดับ 5 คือพนักงานขาดการติดตามลูกค้ ด้านปัจจัยภายในส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระหนี้อันดับ 1 คือรายได้ลดลง อันดับ 2 คือมีภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูงขึ้น อันดับ 3 คือว่างงาน/ออกจากงาน/เลิกประกอบอาชีพ

อันดับ 4 คือมีหนี้อื่นๆเช่นผ่อนรถบัตรเครดิตสัญญากู้ อันดับ 5 คือป่วย/ประสบอุบัติเหตุ อันดับ 6 คือหย่าร้าง/แยกทางกับคู่สมรส อันดับ 7 คือไม่ทราบกำหนดชำระคืน อันดับ 8 คือนำเงินกู้ไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ และมีหนี้สินนอกระบบ สาเหตุที่ส่งผลต่อการค้างชำระหนี้มากที่สุด ได้แก่ รายได้ลดลง ($\bar{X}=4.17$, S.D.=0.99) สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ($\bar{X}=4.05$, S.D.=0.96) ค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูงขึ้น ($\bar{X}=4.00$, S.D.=0.95) ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคสูงขึ้น ($\bar{X}=3.97$, S.D.=0.84) ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ($\bar{X}=3.94$, S.D.=0.90) ราคาผลผลิตตกต่ำ ($\bar{X}=3.90$, S.D.=0.96) และจำนวนการส่งชำระต่องวดสูงเกินไป ($\bar{X}=3.12$, S.D.=0.97)

ผลการสัมภาษณ์ลูกค้าผู้กู้ได้ข้อมูลว่าผู้กู้มีรายได้หลักจากการเกษตรอาชีพ ปาล์มน้ำมัน มะพร้าว ยางพารา ปศุสัตว์ ประมง และมีรายได้จากอาชีพเสริมเช่นรับจ้าง ค้าขาย ผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีหนี้สินภายนอก หรือบุคคลในครัวเรือนมีหนี้สินภายนอก เช่น ผ่อนรถ ซึ่งกำหนดชำระหนี้เป็นงวดรายเดือน ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่เลือกที่จะชำระหนี้สินภายนอกก่อน หลักประกันที่ใช้ค้ำประกันเงินกู้ ผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ใช้หลักประกันจำนองที่ดิน และบางส่วนใช้จำนองที่ดินร่วมกับบุคคลค้ำประกัน ผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าพนักงานมีการอธิบายรายละเอียดสัญญาให้ทราบ บางรายค่อนข้างเข้าใจหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการกู้ เพราะเป็นลูกค้าเงินกู้ธ.ก.ส. มานาน และมีบางรายที่เข้าใจบ้างไม่เข้าใจบ้าง ผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่วางแผนที่จะนำเงินจากรายได้การเกษตรมาชำระหนี้ แต่เนื่องจากมีปัจจัยด้านอื่นๆ เช่นภาระค่าใช้จ่ายอื่นๆ หนี้สินภายนอก ต้นทุนการผลิต ส่งผลกระทบต่อการชำระหนี้ ธ.ก.ส. ด้านผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันถูกสัมภาษณ์มีทั้งได้รับผลกระทบและได้รับผลกระทบเล็กน้อย โดยส่วนใหญ่เกิดจากรายได้จากอาชีพเสริมลดลง ด้านต้นทุนการผลิตผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีต้นทุนการผลิตสูงขึ้นส่งผลต่อรายได้ทำให้รายได้ลดลง ผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูงขึ้น ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ บุคคลในครัวเรือนเจ็บป่วย/ประสบอุบัติเหตุ เครื่องมือประกอบอาชีพเสียหาย บุคคลในครัวเรือนถูกดำเนินคดี ด้านการติดตามหนี้ผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้รับใบแจ้งหนี้ผ่านหัวหน้ากลุ่ม และมีพนักงานติดตามหนี้ มีบางรายไม่ได้รับใบแจ้งหนี้ และเข้าใจว่าธนาคารพักชำระหนี้

ผลการสัมภาษณ์พนักงาน เกี่ยวกับสภาพการผลิตของลูกค้ากับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ได้ความเห็นว่าลูกค้าได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลผลิตเกษตรบางชนิดราคาตลาดต่ำลง

อาชีพค้าขายและรับจ้างรายได้ลดลง ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ด้านปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ ด้านสินเชื่อที่ส่งผลกระทบต่อภาระงานของสาขาได้ความเห็นว่า พนักงานไม่เพียงพอ พนักงานขาดประสบการณ์ ความรู้และเวลาในการตรวจเยี่ยมลูกค้า และขาดการติดตามอย่างต่อเนื่อง ลูกค้าบางรายอายุมาก และเป็นการกู้ยืมเงินให้บุตรหลาน ควรวิเคราะห์ถึงศักยภาพที่แท้จริงในการชำระหนี้ของลูกค้า ด้านสาเหตุหรือปัญหาของลูกค้าที่ทำให้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนดได้ความเห็นว่า ลูกค้ามีภาระหนี้มากกว่า 1 แห่ง และเลือกชำระหนี้ที่อื่นก่อน ลูกค้ามีภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูง ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นด้านแนวทางในการช่วยเหลือลูกค้าให้สามารถส่งชำระหนี้ให้ตรงตามกำหนด ลดปัญหาหนี้ค้าง และการสำรองค่าใช้จ่ายของสาขา ได้ความเห็นว่าควรมีการตรวจเยี่ยม ติดตามลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ประเมินศักยภาพลูกค้า และให้ลูกค้าชำระหนี้ตามแหล่งที่มาของรายได้ พร้อมแนะนำให้ส่งชำระหนี้ทันทีที่มีรายได้ ด้านแนวทางการแก้ไขให้ผลการดำเนินงานของสาขาดีขึ้น ได้ความเห็นว่าพนักงานควรมีการติดตามหนี้อย่างต่อเนื่อง ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้พนักงาน มีการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ ประเมินผลและปรับปรุงวิธีการทำงานอย่างต่อเนื่องจริงจัง

ผลการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ พื้นที่อำเภอบางสะพานน้อย จ.ประจวบคีรีขันธ์ มีการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ปาล์มน้ำมัน มะพร้าว และยางพารา โดยมีพื้นที่เพาะปลูกปาล์มน้ำมัน 67,877 ไร่ มะพร้าว 57,293 ไร่ และยางพารา จำนวน 53,114 ไร่ ตามลำดับ ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรแสดงให้เห็นว่าราคาผลผลิตแต่ละชนิดไม่แน่นอน พืชบางชนิดแม้ราคาผลผลิตจะเพิ่มขึ้น แต่ปริมาณผลผลิตกลับลดลง ดัชนีราคา ดัชนีผลผลิต และดัชนีรายได้เกษตรกรมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด ทำให้เกษตรกรมีรายได้ไม่คงที่ ด้านต้นทุนการผลิตพบว่าราคาปุ๋ยเคมีสูตรที่สำคัญ ณ ระดับราคาขายส่งกรุงเทพมหานคร และราคาขายปลีกท้องถิ่นรายเดือน ปี2563-2564 มีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า

2) ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ อันดับ 1 ลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานบริการ อันดับ 2 คือด้านกระบวนการบริการ อันดับ 3 ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ อันดับ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับ 5 ด้านผลิตภัณฑ์ อันดับ 6 ด้านการส่งเสริมการตลาด และ อันดับ 7 ด้านราคา โดยผู้กู้เพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน

ลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน และผู้ที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ผลการสัมภาษณ์ลูกค้าด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่ากระบวนการให้บริการโดยรวมดีอยู่แล้ว

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกค้านี้ค้ำชำระ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย เลือกใช้ 2 แนวทางเลือกคือ

แนวทางเลือก กลยุทธ์เชิงรุก เพิ่มความถี่ในการติดตามหนี้มีการติดตามหนี้อย่างต่อเนื่อง เลือกใช้เครื่องมือในการบริหารจัดการหนี้ให้เหมาะสมกับลูกค้า

แนวทางเลือกกลยุทธ์เชิงแก้ไข จัดอบรมให้ความรู้พนักงานด้านกระบวนการให้สินเชื่อ การวิเคราะห์สินเชื่อ และการบริหารจัดการหนี้

5.2 อภิปรายผลของการศึกษา

จากการศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกค้านี้ค้ำชำระ กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นำสรุปผลการศึกษามาอภิปรายได้ดังนี้

จากแนวคิดเกี่ยวกับสาเหตุของการค้ำชำระหนี้ การเป็นหนี้ค้ำเกิดจากหลายปัจจัยได้แก่ ปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน หรือบางครั้งอาจเกิดจากลูกหนี้เอง โดยปัจจัยภายนอกเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ส่งผลกระทบต่อลูกหนี้ เช่น ภาวะเศรษฐกิจหากภาวะเศรษฐกิจดี ย่อมส่งผลให้การประกอบธุรกิจมีการขยายตัว หากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำหรือซบเซาย่อมส่งผลให้เกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ การจ้างงานลดน้อยลง รายได้ลดลงตามไปด้วย ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่เกิดจากธนาคาร สามารถควบคุมการเปลี่ยนแปลงได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย หากดอกเบี้ยสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้กู้รับอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น ผู้กู้ต้องใช้จำนวนเงินมากขึ้นในการชำระหนี้ให้หมด การประเมินราคาหลักทรัพย์ที่ไม่เหมาะสมทำให้ผู้กู้ได้รับการอนุมัติวงเงินหลักประกันไม่คุ้มกับมูลหนี้ เกินความสามารถในการชำระหนี้ และทำให้ผู้กู้ไม่คำนึงถึงการสูญเสียหลักทรัพย์ที่ค้ำประกัน ระบบการติดตามและการควบคุมของธนาคารมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ พนักงานให้บริการด้านสินเชื่อขาดประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ

ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลเป็นปัจจัยเกิดจากพฤติกรรมของลูกหนี้เอง เช่น นำเงินกู้ไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ของการกู้ยืม การย้ายถิ่นที่อยู่ การเปลี่ยนงาน การถูกเลิกจ้างทำให้ไม่สามารถรับภาระหนี้ที่เกิดขึ้นได้ ลูกหนี้เสียชีวิต ขราภาพ เจ็บป่วย ทูพพลภาพ สภาพครอบครัวมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น ลูกหนี้เจตนาไม่ชำระหนี้หรือนำเงินไปชำระหนี้สินภายนอกก่อน ผลการศึกษาสาเหตุของปัญหาลูกหนี้ค้างชำระที่มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น พบว่าสาเหตุที่ส่งผลต่อการค้างชำระหนี้มากที่สุดมาจากปัจจัยส่วนบุคคล รองลงมาคือปัจจัยภายนอก และปัจจัยจากภายในธนาคารตามลำดับ ซึ่งสาเหตุหลักๆ มาจากรายได้ลดลง สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ มีภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูงขึ้น ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคสูงขึ้น ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ราคาผลผลิตตกต่ำ และจำนวนการส่งชำระต่องวดสูงเกินไป สอดคล้องกับงานวิจัยรุจิรา สวัสดิ์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดเพื่อลดหนี้ NPLs สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยที่เกิดจากลูกหนี้ อันดับสองคือ ปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อม อันดับสามคือ ปัจจัยที่เกิดจากธนาคาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุนนท์ วงศ์ษาพาน (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางในการลดค่าใช้จ่ายการตั้งสำรองหนี้ของลูกหนี้ค้างชำระประเภทบุคคลลูกค้าเงินกู้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสว่างแดนดิน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของลูกค้าเงินกู้บุคคลมากที่สุดเป็นปัจจัยที่มาจากตัวลูกค้าผู้กู้ รวมทั้งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ลูกค้า และพนักงานที่ทำให้ได้ข้อมูลว่าปัจจุบันต้นทุนการผลิตสูงขึ้นส่งผลให้รายได้ลดลง และจากข้อมูลทฤษฎีเรื่องราคาปุ๋ย ที่มีการปรับราคาสูงขึ้น กอปรกับภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันส่งผลต่อการประกอบอาชีพและรายได้ของลูกค้า ด้านงวดการชำระพนักงานกำหนดงวดชำระไม่สอดคล้องกับรายได้ของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลจากแบบสอบถามปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการชำระหนี้ของลูกค้ามากที่สุด คือจำนวนการส่งต่องวดสูงเกินไป ซึ่งเกิดจากการกำหนดให้ชำระหนี้เป็นรายปี ทำให้จำนวนการส่งชำระต่องวดสูง ไม่สอดคล้องกับที่มาของรายได้ลูกค้า ซึ่งตามแนวคิดการวิเคราะห์สินเชื่อ การวิเคราะห์ต้องวิเคราะห์ตัวผู้กู้ถึงศักยภาพในการชำระหนี้ ความต้องการเงินกู้ รายได้ ความสามารถในการชำระหนี้ และหลักประกัน

จากทฤษฎีส่วส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ องค์การมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยส่วนประสมการทางตลาดบริการ 7Ps ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา

ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อมากที่สุดคือลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานบริการ รองลงมาคือด้านกระบวนการบริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ สอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมการตลาด 7Ps ที่ได้สรุปไว้ว่าบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นตามทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้

จากผลการศึกษาทั้งหมด ได้เลือกแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกค้าข้างชำระ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย เลือกใช้ 2 แนวทางเลือกคือ แนวทางเลือกกลยุทธ์เชิงรุก เพิ่มความถี่ในการติดตามหนี้มีการติดตามหนี้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ต้องมีการวางแผนการดำเนินงาน กำหนดเป้าหมายของทีมงาน หัวหน้างานมอบหมายให้พนักงานแต่ละคนรับผิดชอบ มีการประเมินผลการปฏิบัติงาน และควรมีการสร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น โดยมอบรางวัลผู้ปฏิบัติงานดีเด่นประจำไตรมาส หรือประจำปี และแนวทางเลือกกลยุทธ์เชิงแก้ไข จัดอบรมให้ความรู้พนักงานด้านกระบวนการให้สินเชื่อ การวิเคราะห์สินเชื่อ และการบริหารจัดการหนี้ ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานมีศักยภาพในการปฏิบัติงานสูงขึ้น เกิดความรู้ความเข้าใจและความชำนาญ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อของธนาคาร สามารถวิเคราะห์สินเชื่อได้อย่างมีคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง กำหนดงวดชำระได้ตรงกับที่มาของรายได้ลูกค้าเพิ่มประสิทธิภาพในการชำระหนี้ของลูกค้า และเมื่อลูกค้ามีปัญหาในการชำระหนี้พนักงานสามารถเลือกใช้เครื่องมือในการบริหารจัดการหนี้ได้ถูกต้องตรงจุดเพื่อลดและป้องกันการเกิดหนี้ค้างชำระ ซึ่งทั้งสองแนวทางเลือกสอดคล้องกับผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส. สาขาบางสะพานน้อย ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อมากที่สุดคือลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานบริการ และสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดภายในที่สรุปไว้ว่าการตลาดภายในเป็นกระบวนการจัดการทางการตลาดที่ธุรกิจทำการตลาดกับพนักงานภายในองค์กรให้เกิดความพึงพอใจในงานที่ต้องรับผิดชอบ โดยการพัฒนา ฝึกอบรม และมอบหมายอำนาจหน้าที่ ให้มี

ความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้า รวมทั้งสร้างแรงจูงใจกระตุ้นให้พนักงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และพนักงานที่เป็นฝ่ายสนับสนุนให้สามารถปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งนี้

จากการศึกษาพบว่าสาเหตุการค้างชำระหนี้ที่มาจากปัจจัยภายในที่เกิดจากธนาคาร อันดับ 1 คือ จำนวนการส่งชำระต่องวดสูง อันดับ 2 คืออัตราดอกเบี้ยสูง อันดับ 3 คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระไม่เหมาะสม ดังนั้นธนาคารควรประเมินศักยภาพของลูกค้า และพิจารณาสินเชื่อตามหลักการวิเคราะห์ 3P และ 5Cs โดยคำนึงถึงแผนการผลิต หรือแผนงาน หรือโครงการ รายได้ ความสามารถชำระหนี้ หลักประกันเงินกู้ กำหนดงวดชำระให้สอดคล้องกับแหล่งที่มาของรายได้ กำกับดูแลการจ่ายสินเชื่อ ทั้งก่อนจ่ายสินเชื่อและหลังจ่ายสินเชื่อ เพื่อป้องกันการเกิดหนี้ค้างชำระในอนาคต และหากลูกค้ามีหนี้ค้างชำระควรติดตามทันที และต่อเนื่อง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าผู้กู้ อ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อย มากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ธนาคารควรมีการจัดอบรมพนักงานให้เกิดความชำนาญในกระบวนการสินเชื่อ ด้านการวิเคราะห์สินเชื่อ และการบริหารจัดการหนี้ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงาน และพนักงานเองควรมีการพัฒนาตนเอง ศึกษาหาความรู้ อยู่เสมอเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์และความเปลี่ยนแปลง ตลอดจนสามารถให้คำแนะนำ คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้ เมื่อพนักงานมีความรู้ความเข้าใจจะนำไปสู่กระบวนการให้สินเชื่อที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรมีการจัดสถานที่ให้เป็นระเบียบ สะอาด มีที่นั่งรอเพียงพอสำหรับลูกค้า และเว้นระยะห่างให้เหมาะสม

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

ควรต่อยอดการศึกษาไปยัง ๓.ก.ส.สาขาอื่นๆ เนื่องจากสภาพพื้นที่ และการผลิตของลูกค้าที่แตกต่างกันอาจส่งผลถึงสาเหตุการค้างชำระหนี้แตกต่างกัน ทั้งนี้เพื่อที่จะได้ทราบถึงสาเหตุของปัญหาที่แท้จริงในแต่ละพื้นที่ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้เหมาะสมต่อไป

บรรณานุกรม

จิราพร สัมเพ็ชร. 2562. ปัญหาการเพิ่มขึ้นของหนี้ค้างชำระ 2-3 เดือนเลื่อนชั้นเป็น NPLs .

[ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:

[http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/\(Edit\)Id984-11-05-2019_20:06:55.pdf](http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/(Edit)Id984-11-05-2019_20:06:55.pdf)

ชญาสินี ขนอม. 2563. ส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) สำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา เขาปิบ จังหวัดชุมพร.

[ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:

http://www.mpamba.ru.ac.th/images/Project/treatise_bangkok13_06102020/6117950053.pdf

ดำรงศักดิ์ ชวชนา. 2561. แนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้ค้างชำระของสินเชื่อ กรณีศึกษา

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางปะหัน [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:

[http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/\(Edit\)Id1205-26-11-2019_15:22:20.pdf](http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/(Edit)Id1205-26-11-2019_15:22:20.pdf)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. 2564. ประวัติการก่อตั้ง [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:

https://www.baac.or.th/th/content-about.php?content_group_sub=0001

_____. 2564. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:

https://www.baac.or.th/th/content-about.php?content_group_sub=0003

_____. 2560. หลักการวิเคราะห์สินเชื่อ. คำชี้แจงธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
ที่ 15/2560.

_____. 2564. หลักเกณฑ์การรับรู้รายได้ การจัดชั้น และการกันเงินสำรองประจำปีบัญชี 2564.

ฝ่ายการบัญชี.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2564. มาตรการช่วยเหลือและข้อมูลสถาบันการเงินในสถานการณ์ Covid-19

[ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://www.bot.or.th/covid19/Pages/default.aspx>

นภวรรณ คณานุกรักษ์. 2553. แนวคิดการตลาดภายใน. Marketing & Branding,

[ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/FQ151_p95-97.pdf

บรรณานุกรม(ต่อ)

นัทธีรา พุมมาพันธุ์.2561.ความสัมพันธ์ของการตลาดภายในและการตลาดภายนอก.

[ออนไลน์].เข้าถึงจาก: https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SB_Journal/article/download/149639/109828/

ปัญจอาภา นวลศรี.2563.แนวทางการแก้ปัญหาลูกค้าเงินกู้ธนาคารที่ไม่เคลื่อนไหวเกิน 1 ปี

กรณีศึกษานาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเดิมบางนางบวช. [ออนไลน์].

เข้าถึงจาก: [http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/\(Edit\)ld1801-02-05-2021_17:40:10.pdf](http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/(Edit)ld1801-02-05-2021_17:40:10.pdf)

ประชาสรรค์ แสนภักดี.2547.ผังก้างปลา กับ แผนภูมิความคิด. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:

<http://www.prachasan.com/mindmapknowledge/fishbonemm.htm>

ราช ศิริวัฒน์. 2560. ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ[ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:

<https://doctemple.wordpress.com/>

รุจิรา สวัสดิ์. 2562.แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดเพื่อลดหนี้ NPLs ลินเชื่อธุรกิจ

ของธนาคารออมสิน. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:

http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/ld1170-13-11-2019_01:37:18.pdf

สุนนท์ วงศ์ษาพาน. 2563.แนวทางในการลดค่าใช้จ่ายการตั้งสำรองหนี้ของลูกหนี้ค้างชำระ

ประเภทบุคคลลูกค้าเงินกู้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสว่างแดนดิน.

[ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:

[http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/\(Edit\)ld1757-09-05-2021_09:33:53.pdf](http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/(Edit)ld1757-09-05-2021_09:33:53.pdf)

อรอุมา จันทร์สว่าง. 2562.การแก้ไขปัญหาผลการดำเนินงานขาดทุนจากการค้างชำระดอกเบี้ยเงินให้

ลินเชื่อเกินกว่า 15 เดือน กรณีศึกษา ธ.ก.ส.สาขาท่าสัก จังหวัดอุตรดิตถ์. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:

[http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/\(Edit\)ld1225-09-12-2019_19:42:25.pdf](http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/(Edit)ld1225-09-12-2019_19:42:25.pdf)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าอิสระ

เรื่อง แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกหนี้ค้างชำระ กรณีศึกษา
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระ หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ขอความอนุเคราะห์ตอบ แบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริงและครบถ้วน แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการค้างชำระหนี้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 30 ปี

() 31 – 40 ปี

() 41 – 50 ปี

() 51 – 60 ปี

() 61 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

- () โสด () สมรส
() หย่าร้าง/แยกกันอยู่ () หม้าย

4. ระดับการศึกษา

- () ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น
() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () อนุปริญญาตรี/ปวส.
() ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () เกษตรกร () ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
() รับจ้าง () ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
() ว่างาน () อื่นๆ(โปรดระบุ).....

6. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (นับรวมผู้ตอบแบบสอบถาม)

- () ต่ำกว่า 3 คน () 3- 5 คน
() 6 คนขึ้นไป

7. รายได้(ต่อเดือน)

- () ต่ำกว่า10,000 บาท () 10,001-20,000
() 20,001-30,000 () 30,001-40000
() 40,001-50,000 () มากกว่า50,000

8. ค่าใช้จ่าย(ต่อเดือน)

- () ต่ำกว่า10,000 บาท () 10,001-20,000
() 20,001-30,000 () 30,001-40000
() 40,001-50,000 () มากกว่า50,000

9. จำนวนหนี้คงเหลือที่มีอยู่กับธนาคาร

- () ไม่เกิน 200,000 บาท () 200,001 – 500,000 บาท
 () 500,001 – 1,000,000 บาท () 1,000,001 – 2,000,000 บาท
 () 2,000,001 – 3,000,000 บาท () มากกว่า 3,000,000 บาท

10. หลักประกันที่ใช้ค้ำประกันเงินกู้กับธนาคาร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ที่ดิน/สิ่งปลูกสร้าง () เงินฝากค้ำประกัน
 () บุคคลค้ำประกัน () รับรองรับผิดชอบอย่างลูกหนี้ค้ำร่วมกลุ่ม
 () อื่นๆ(โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการค้างชำระสินเชื่อ

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

หมายเหตุ : ระดับความคิดเห็น 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดหนี้ค้างชำระ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ปัจจัยภายนอก					
1. สภาพเศรษฐกิจตกต่ำ					
2. ราคาสินค้าอุปโภค บริโภคสูงขึ้น					
3. ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น					
4. ภัยธรรมชาติ เช่น ภัยแล้ง น้ำท่วม					
5. ราคาผลผลิตตกต่ำ					
ปัจจัยภายใน					
1. อัตราดอกเบี้ยสูง					
2. จำนวนการส่งชำระต่องวดสูงเกินไป					
3. ระยะเวลาการผ่อนชำระไม่เหมาะสม					
4. พนักงานไม่อธิบายเงื่อนไขในสัญญา					
5. พนักงานขาดการติดตามลูกค้า					
ปัจจัยด้านบุคคล					
1. รายได้ลดลง					

2. ว่างงาน/ออกจากงาน/เลิกประกอบอาชีพ					
3. มีภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูงขึ้น					
4. หย่าร้าง/แยกทางกับคู่สมรส					
5. ป่วย/ประสบอุบัติเหตุ					
6. นำเงินกู้ไปใช้ผิดวัตถุประสงค์					
7. มีหนี้อื่นๆเช่นผ่อนรถ บัตรเครดิต					
8. มีหนี้สินนอกระบบ					
9. ไม่ทราบกำหนดชำระคืน					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

หมายเหตุ : ระดับความคิดเห็น 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ					
1. ผลิตภัณฑ์สินเชื่อมีความหลากหลาย					
2. ผลิตภัณฑ์สินเชื่อสามารถตอบสนองความต้องการได้					
3. วงเงินสินเชื่อที่ได้รับตรงตามความต้องการ					
ปัจจัยด้านราคา					
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสม					
2. ค่าธรรมเนียมต่างๆ มีความเหมาะสม					
3. ราคาประเมินหลักประกันมีความเหมาะสม					
ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายและบริการ					
1. ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ					
2. สถานที่ให้บริการมีความเหมาะสม สะดวกสบาย					
3. มีช่องทางในการรับชำระหนี้มีเพียงพอ					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					

1. หากมีโครงการเช่น ชำระดีมีคืน จะส่งผลต่อการชำระหนี้มากขึ้น					
2. การลดดอกเบี้ยปรับกรณีผิดนัดชำระ					
3. มีการประชาสัมพันธ์สินเชื่อ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารโครงการต่างๆอย่างสม่ำเสมอ					
ปัจจัยด้านพนักงานบริการ					
1. พนักงานอธิบายรายละเอียดสัญญา และการชำระคืน					
2. พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้านสินเชื่อให้ท่านได้					
3. พนักงานบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจบริการ					
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ					
1. ความสะดวกรวดเร็วในการได้รับบริการ					
2. ขั้นตอนในการให้บริการสินเชื่อไม่ซับซ้อน					
3. ระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อมีความรวดเร็ว					
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ					
1. อาคารสถานที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ					
2. จำนวนที่นั่งเพียงพอสำหรับลูกค้า เว้นระยะห่างเหมาะสม					
3. มีที่จอดรถสะดวก และเพียงพอสำหรับลูกค้า					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์ลูกค้า

เรื่อง แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกค้าห้างค้าปลีก ข้าราชการกรณศึกษา

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย

คำชี้แจง : แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำรายงานศึกษาค้นคว้าอิสระ ระดับมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ข้อคำถามที่ปรากฏนี้ไม่มีผลกระทบต่อท่านหรือผู้ใดผู้หนึ่ง และคำตอบของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำมาใช้เพื่ออธิบายและสรุปผลการศึกษา จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านกรุณาให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ตามความคิดเห็นของท่าน และขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อ – นามสกุล
- 1.2 เพศ
- 1.3 อายุ
- 1.4 อาชีพ

ส่วนที่ 2 ศึกษาสาเหตุของลูกค้าเงินกู้เกษตรกรที่ไม่สามารถส่งชำระเงินกู้ได้ตามกำหนด

- 2.1 รายได้หลักของท่านมาจากอะไรและท่านมีแหล่งรายได้อื่นๆหรือไม่
- 2.2 นอกจากหนี้ที่มีกับธนาคารท่านมีหนี้สินอย่างอื่นอีกหรือไม่อย่างไร หากมีท่านเลือกชำระหนี้ที่ใดก่อนเพราะเหตุใด
- 2.3 ท่านใช้หลักประกันใดในการค้ำประกันหนี้เงินกู้ของท่าน
- 2.4 ขณะที่ท่านมากู้เงินพนักงานได้อธิบายรายละเอียดเรื่องอัตราดอกเบี้ย และการกำหนดชำระคืนให้ท่านทราบหรือไม่
- 2.5 ท่านมีการวางแผนในการชำระหนี้ของท่านหรือไม่อย่างไร

- 2.6 สถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อการประกอบอาชีพและการชำระหนี้ของท่านหรือไม่อย่างไร
- 2.7 ต้นทุนในการผลิตส่งผลต่อรายได้จากผลผลิตทางการเกษตรของท่านหรือไม่อย่างไร
- 2.8 ช่วงที่ผ่านมาท่านมีภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูงขึ้นหรือไม่เช่นส่งบุตรหลานเรียนหนังสือ ค่ารักษาพยาบาล หรืออื่นๆ
- 2.9 ท่านได้รับใบแจ้งหนี้ หรือการติดตามหนี้หรือไม่
- 2.10 ท่านคิดว่ากระบวนการในการให้บริการและกระบวนการติดตามในการชำระหนี้ของธนาคารเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค
แบบสัมภาษณ์พนักงาน

เรื่อง แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของลูกค้าชั้นค่าชำระ กรณีศึกษา

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางสะพานน้อย

คำชี้แจง : แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำรายงานศึกษาค้นคว้าอิสระ ระดับมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ข้อคำถามที่ปรากฏนี้ไม่มีผลกระทบต่อท่านหรือผู้ใดผู้หนึ่ง และคำตอบของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำมาใช้เพื่ออธิบายและสรุปผลการศึกษา จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านกรุณาให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ตามความคิดเห็นของท่าน และขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อ – นามสกุล
- 1.2 เพศ
- 1.3 อายุ
- 1.4 ตำแหน่ง

ส่วนที่ 2 ศึกษาสาเหตุและแนวทางการแก้ไขปัญหาของลูกค้าเงินกู้เกษตรกรที่ไม่สามารถส่งชำระเงินกู้ได้ตามกำหนด

1. สภาพการผลิตหรือธุรกิจของลูกค้า กับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีผลต่อการส่งชำระหนี้หรือไม่
2. ปัญหาอุปสรรคในการให้บริการด้านสินเชื่อของธ.ก.ส.สาขาบางสะพานน้อยที่ส่งผลกระทบต่อภาระดำเนินงานของสาขา
3. สาเหตุหรือปัญหาของลูกค้าที่ท่านคิดว่าทำให้ลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด

4. จะมีแนวทางในการช่วยเหลือลูกค้าอย่างไรในการส่งชำระหนี้ให้ตรงตามกำหนดระยะเวลาและลดปัญหาหนี้ค้างและการสำรองค่าใช้จ่ายของสาขา
5. ควรมีแนวทางการแก้ไขให้ผลการดำเนินงานของสาขาศีดีขึ้นอย่างไร

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้ศึกษา

นางสาวจุฑารัตน์ กราพงศ์ เกิดเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2531 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ พ.ศ.2554 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เมื่อ พ.ศ.2559 ปัจจุบันกำลังศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประวัติการทำงาน พ.ศ.2555 เข้าทำงานตำแหน่งพนักงานราชการ สังกัดสำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์ พ.ศ.2558-2561 บรรจุเป็นพนักงานพัฒนาธุรกิจ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาหนองบัวแดง จังหวัดชัยภูมิ พ.ศ.2561-2564 ย้ายมาดำรงตำแหน่งพนักงานพัฒนาธุรกิจ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตุลาคม 2564 ย้ายมาดำรงตำแหน่งพนักงานพัฒนาธุรกิจ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช