

การวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายการใช้
บัตรสินเชื่อเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร สาขาเชียงใหม่ จังหวัดมหาสารคาม
Strategic Marketing Planning to Increase The Usage
of Farmer's Credit Card of Bank for Agriculture and
Agricultural Co - Operative, Chiang Yuen Branch
Mahasarakham Province

วัชพล เหล่าพล (Watchapon Laopon)*

ชญญา อภิบาลกุล (Chanya Apipalakul)**

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ รวมทั้งวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรอีกร้อยละ 10 จากปี 2556 โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีบัตรสินเชื่อเกษตรกรจำนวน 98 คน ผลการศึกษพบว่าลูกค้าใช้บัตรในการอุดหนุนปัจจัยการผลิตประเภทปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช และน้ำมันจากร้านค้าที่มีสินค้าหลากหลายประเภท สำหรับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุดคือ ด้านราคา ทำให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ได้ 4 โครงการ ได้แก่ 1) ชุมชนสัมพันธ์ 2) ร้านค้าราคาเป็นธรรม 3) เพิ่มใจให้เงิน และ 4) เพิ่มประสิทธิภาพการบริการ เพื่อเพิ่มยอดขายการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรให้บรรลุตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาด การเพิ่มยอดขายการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร บัตรสินเชื่อเกษตรกร

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
** รองศาสตราจารย์ ภาควิชาบริหารงานสาธารณสุข คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Abstract

This study aimed to study behavior and marketing mix that affected Farmer's credit card using of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Chiang Yuen Branch, and set marketing strategic plans to increase outstanding balances of agricultural credit cards by 10% from the 2013 figure. Questionnaire was used to collect data from 98 samples that had Farmer's credit cards. The results revealed that most customers used the card at the shops with various products to purchase agricultural production factors; chemical fertilizer, herbicide, and oil. Among the marketing mix, price was the most significant effect on purchasing decision. Strategic plans were established as follows; 1) Community relations, 2) Fair-price shop, 3) Add credit limit, and 4) Increase service performance to increase farmer's credit card usage to achieve the bank target.

Keywords : Marketing Strategy, Increase Usage of Farmer's credit card, Farmer's credit cards

บทนำ

ในปัจจุบัน ปัญหาที่รัฐบาลยังคงต้องแก้ไข คือ ปัญหาหนี้ในระบบ ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับสังคมไทยมาโดยตลอด และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากแนวทางการดำเนินชีวิตของเกษตรกรไทยมีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจากที่เคยอาศัยความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ แต่ปัจจุบันเกษตรกรต้องพึ่งพาปัจจัยด้านเงินลงทุนมากขึ้น เพราะปัจจัยที่เคยพึ่งพาธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในสภาวะปัจจุบัน ไม่สามารถที่จะนำมาใช้ได้ โดยจะต้องพึ่งพาปัจจัยจำเป็นอย่างอื่น เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา น้ำมันเชื้อเพลิง รวมทั้งวัตถุดิบที่เป็นปัจจัยการผลิตทางการเกษตรซึ่งเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบจากการผลิตเพื่อบริโภคเป็นหลัก กลายมาเป็นการผลิตเพื่อการค้าขายมากขึ้น ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตทางการเกษตรเพิ่มสูงขึ้น ทำให้อัตราส่วนของรายได้ต่อค่าใช้จ่ายของเกษตรกรลดลง เกษตรกรจึงต้องกู้เงินเพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในครัวเรือน และเป็นค่าลงทุนในปัจจัยการผลิตทางการเกษตร

จนเป็นสาเหตุที่ทำให้อุตสาหกรรมภาคการเกษตรของไทยมีการเติบโตที่ลดลง โดยเกษตรกรบางรายอาจสามารถเข้าหาแหล่งเงินทุนได้ แต่เกษตรกรที่ไม่สามารถที่จะเข้าหาแหล่งเงินทุนได้ จำเป็นต้องกู้เงินจากแหล่งเงินทุนนอกระบบ ส่งผลให้เกษตรกรถูกเอาเปรียบจากแหล่งเงินทุนเหล่านี้ โดยต้องกู้ยืมเงินในอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าที่กฎหมายกำหนด ซึ่งรัฐบาลพยายามที่จะแก้ปัญหาหนี้สินเหล่านี้ โดยใช้นโยบายต่างๆ เช่น นโยบายให้ผู้ที่มิหน่นนอกระบบมาลงทะเบียนเพื่อทำการโอนหนี้เข้าสู่ระบบ (ชิตชนก แส่นป้อ, 2555)

นโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้เกษตรกรได้มีวงเงินสินเชื่อไว้ในบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้แทนเงินสดสำหรับซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร และเครื่องอุปโภคที่จำเป็นในครัวเรือนที่มีคุณภาพในราคายุติธรรมอันจะเป็นส่วนช่วยลดต้นทุนทางการผลิต ลดภาระทางการเงินโดยเฉพาะวงจรดอกเบี้ยและเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่เกษตรกร ในส่วนการดำเนินงานของ ธ.ก.ส. ได้พัฒนาและทดสอบการทำงานของระบบจนมั่นใจว่าสามารถให้บริการได้แล้ว จึงได้จัดทำบัตรและเปิดใช้งานบัตรแล้วจำนวน 2 ล้านบัตร มีการรับร้านค้าเข้าร่วมโครงการจำนวน 4,000 ร้านค้า มีเกษตรกรผู้ถือบัตร ได้นำบัตรไปอุดหนุนซื้อปัจจัยการผลิตประมาณ 400,000 ราย เป็นเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรประมาณ 3,500 ล้านบาท โดย ธ.ก.ส. มีแผนขยายการจัดทำบัตรและส่งมอบบัตร ให้ครอบคลุมเกษตรกรไม่ต่ำกว่า 4 ล้านราย ขยายร้านค้าที่รับบัตรให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ 10,000 ร้านค้า ซึ่งจะส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและส่งเสริมการใช้จ่ายผ่านบัตรให้มียอดขายผ่านบัตรไม่ต่ำกว่า 20,000 ล้านบาท รวมทั้งสร้างคุณค่าของบัตรให้เป็นหลักประกันทางการเงินให้แก่เกษตรกร และเตรียมความพร้อมในการทำให้บัตรสินเชื่อเกษตรกรเป็นธุรกิจหลักด้านสินเชื่อของธนาคารในอนาคต (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2556)

ลูกค้า ธ.ก.ส. ที่ใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรในการซื้อปัจจัยการผลิต ส่วนมากใช้บัตรเพื่ออุดหนุนสินค้าประเภท ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช และน้ำมัน ซึ่งลูกค้าใช้บัตรกับร้านค้าที่มีสินค้าหลากหลายประเภทหรือร้านค้าที่ลูกค้าเคยซื้อสินค้าเป็นประจำ เพราะลูกค้าเห็นว่าร้านค้าเหล่านี้มีความน่าเชื่อถือ โดยในฤดูกาลผลิตที่ผ่านมาลูกค้าใช้บัตรอุดหนุนปัจจัยการผลิตจำนวน 1 - 2 ครั้ง เป็นจำนวนเงินประมาณ 10,000 - 30,000 บาท แต่เนื่องจากลูกค้าที่มีบัตรส่วนมากยังไม่เชื่อมั่นในการใช้

บัตรเพื่ออุดหนุนปัจจัยการผลิต ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เลือกกรณีศึกษา คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ ซึ่งได้ดำเนินการอนุมัติบัตรเป็นจำนวน 6,200 บัตร แต่มีลูกค้าใช้บัตรอุดหนุนสินค้าจำนวน 2,200 บัตรเท่านั้น ในส่วนของลูกค้าผู้ที่ใช้บัตรอุดหนุนปัจจัยการผลิตแล้ว มีความพึงพอใจในการใช้บัตรกับร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งเป็นร้านค้าที่ได้ขายสินค้าเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตทางการเกษตรได้รับการพิจารณาปรับขึ้นทะเบียนจาก ธ.ก.ส. โดยในเขตอำเภอเชียงใหม่นั้น มีร้านค้าที่ผ่านการพิจารณาจำนวน 7 แห่ง ที่สามารถรับบัตรสินค้าเกษตรกรเพื่ออุดหนุนปัจจัยการผลิตได้ และร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการต้องแสดงราคาสินค้าให้ลูกค้าสังเกตเห็นราคาสินค้าได้ชัดเจน แต่เนื่องจากบางร้านค้าไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขของ ธ.ก.ส. ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจในการให้บริการของร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ ส่งผลให้ลูกค้าส่วนมากยังซื้อปัจจัยการผลิตแบบเงินสดผ่านกลุ่มชุมชนของตนเอง และร้านค้าที่ตนเองเคยซื้อสินค้า อีกทั้งลูกค้ายังไม่ทราบข้อมูลรายละเอียดที่ชัดเจนของโครงการ จึงยังไม่ดำเนินการติดต่อขอรับบัตร ส่งผลให้มีผู้ใช้บัตรสินค้าเกษตรกรเพื่อซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตรในปริมาณน้อย เนื่องด้วยโครงการมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรให้สามารถจัดหาปัจจัยในการผลิตได้โดยสะดวก รวดเร็ว ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงทำการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มีบัตรสินค้าเกษตรกร ในพื้นที่ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ โดยจะนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บัตรสินค้าเกษตรกรอุดหนุนปัจจัยการผลิตทางการเกษตร ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ทางธนาคารได้คาดหวังไว้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในการใช้บัตรสินค้าเกษตรกร เพื่อซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร
2. เพื่อกำหนดกลยุทธ์แผนการตลาดในการเพิ่มปริมาณผู้ใช้บัตรสินค้าเกษตรกร ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ของปริมาณการใช้บัตรในปีบัญชี 2556

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจประชากรโดยใช้แบบสอบถามที่ได้ออกแบบให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด โดยสำรวจพฤติกรรมของลูกค้ายที่มีบัตรสินเชื่อเกษตรกร เพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ในการศึกษา จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานั้น ผู้ศึกษาจำเป็นต้องคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มีบัตรสินเชื่อจำนวน 4,200 คน โดยใช้สูตรคำนวณของทาโร ยามาเน่ ซึ่งความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างมีระดับความเชื่อมั่น 90% ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 98 คน (วาโร เห่งสวัสดิ์, 2551)

แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อปัจจัยการผลิต และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปัจจัยการผลิตของลูกค้ายกลุ่มเป้าหมาย ได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแล้วจึงนำไปใช้สอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างลูกค้ายที่มีบัตรสินเชื่อเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ ด้วยแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตรของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตรของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีเกณฑ์การให้คะแนนตามลำดับความสำคัญ 5 ลำดับ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548)

5 = 4.20 - 5.00 หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร
ในระดับมากที่สุด

4 = 3.40 - 4.20 หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร
ในระดับมาก

3 = 2.60 - 3.40 หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร
ในระดับปานกลาง

2 = 1.80 - 2.60 หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร
ในระดับน้อย

1 = 1.00 - 1.80 หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร
ในระดับน้อยที่สุด

ผลคะแนนจากการตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 3 จะนำมาหาค่าเฉลี่ยและ
จัดลำดับปัจจัยที่มีความสำคัญ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548) โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการ
วิเคราะห์ค่าคะแนนมีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 - 5.00 หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บัตรสินเชื่อ
เกษตรกรในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.99 หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บัตรสินเชื่อ
เกษตรกรในระดับสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บัตรสินเชื่อ
เกษตรกรในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บัตรสินเชื่อ
เกษตรกรในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.49 หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บัตรสินเชื่อ
เกษตรกรในระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป คือ ด้านการเมืองและกฎหมาย
ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี และด้านสิ่งแวดล้อม
ซึ่งวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ที่ก่อให้เกิด
โอกาสและอุปสรรคต่อการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร เช่น การขยายตัวทางเศรษฐกิจ
การใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตร การพยากรณ์ปริมาณน้ำฝน เป็นต้น

ประกอบการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมในรูปแบบแรงกดดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ได้แก่ การเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งชั้นใหม่ สภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ การใช้ SWOT Analysis และการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7'P) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรเพื่อซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร ทำการศึกษาในช่วงระยะเวลา ตั้งแต่เดือนมิถุนายน - กรกฎาคม พ.ศ. 2557

ผลการศึกษา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.06 อายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.84 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 87.76 การศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 83.67 อาชีพเสริมรับจ้างทั่วไป/ก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 79.59 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.55 ระยะเวลาในการทำเกษตรกรรมมากกว่า 20 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 63.27 จำนวนพื้นที่การทำเกษตรกรรม (รวมพื้นที่เช่าเพื่อทำเกษตรกรรม) ไม่เกิน 10 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 63.27 และพืชที่เพาะปลูกในปัจจุบัน ได้แก่ ข้าว คิดเป็นร้อยละ 94.90

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร

ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากตัดสินใจในการเลือกซื้อปัจจัยการผลิตด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 78.57 โดยตนเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปัจจัยการผลิต คิดเป็นร้อยละ 75.51 ซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตรทั้งเงินสดและเงินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 65.31 ซื้อปีละ 1 - 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 70.41 โดยซื้อที่ร้านเลี้ยงยีนการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 52.04 ประเภทปัจจัย การผลิตทางการเกษตรที่ซื้อ

คือ บั๊ย คิดเป็นร้อยละ 98.98 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อปี 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.73 เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บัตรสินค้าเกษตรกร เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยต่ำ คิดเป็นร้อยละ 58.16 และช่อง ทางในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบัตรสินค้าเกษตรกร ได้แก่ พนักงานธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 94.90 ซึ่งลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลได้สะดวก และได้รับคำแนะนำในการนำบัตรไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรสินค้าเกษตรกรเพื่อซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรสินค้าเกษตรกรเพื่อซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรสินค้าเกษตรกรอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 อยู่ในระดับค่าคะแนนช่วงกลาง โดยความคงทนของบัตร ไม่ชำรุดง่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ บัตรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และระยะเวลาในการชำระคืน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จึงควรขยายระยะเวลาในการชำระหนี้จาก 12 เดือน เพิ่มขึ้นเป็น 15 เดือน ด้านราคาในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรสินค้าเกษตรกรอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 อยู่ในระดับค่าคะแนนช่วงปลาย โดยการไม่เสียค่าธรรมเนียมในการขอรับบัตรเนื่องจากธนาคารจะดำเนินการจัดทำบัตร และส่งมอบบัตรให้แก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ สามารถเพิ่มวงเงินบัตรได้ และอัตราดอกเบี้ยต่ำ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จึงควรมีการปรับลดอัตราดอกเบี้ยของบัตรสินค้าเกษตรกรลง เพื่อให้ใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยของกลุ่มชุมชน คือ ประมาณร้อยละ 5 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรสินค้าเกษตรกรอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 อยู่ในระดับค่าคะแนนช่วงกลาง โดยบริการของธนาคารในการทำธุรกรรมให้ถึงบ้าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อขอรับบัตร และการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นและสิทธิพิเศษ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จึงควรนัดประชุมกลุ่มลูกค้าที่มีบัตรสินค้าเกษตรกร เพื่อให้คำแนะนำในการใช้บัตรเพื่อทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า ด้านส่งเสริมการตลาดในภาพ

รวมมีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตซื้อเกษตรกรอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 อยู่ในระดับค่าคะแนนช่วงกลาง โดยมีบริการเพิ่มวงเงิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ใช้ในการซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตรได้หลากหลาย และได้รับของแถม เมื่อใช้บัตรซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จึงควรมีของแถมหรือของชำร่วย เพื่อมอบให้ลูกค้าที่ใช้บัตรในการซื้อปัจจัยการผลิตตามปริมาณยอดการใช้จ่ายผ่านบัตร ด้านบุคคลในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตซื้อเกษตรกรอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 อยู่ในระดับค่าคะแนนช่วงกลาง โดยสามารถติดต่อสอบถามข้อมูล ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ การให้คำปรึกษาในด้านการนำบัตร ไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และการรับทราบข้อร้องเรียนเมื่อเกิดปัญหา เกี่ยวกับบัตรเครดิตซื้อเกษตรกร มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จึงควรสร้างช่องทางการติดต่อ รับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดจากการใช้บัตรเครดิตซื้อเกษตรกร ด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตซื้อเกษตรกรอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 อยู่ในระดับค่าคะแนนช่วงต้น โดยธนาคารมีความน่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ สถานที่ตั้งของร้านค้าที่มีเครื่องรับบัตรเครดิตซื้อเกษตรกร มีความเหมาะสม และ ธนาคารมีป้ายแสดงรายชื่อและสถานที่ตั้ง ของร้านค้าที่มีเครื่องรับบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด จึงควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ชื่อ ที่อยู่ และรายละเอียดสินค้าของร้านค้าที่ เข้าร่วมโครงการ ด้านกระบวนการในภาพรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตซื้อ เกษตรกรอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 อยู่ในระดับค่าคะแนนช่วงปลาย โดยการใช้จ่ายผ่านบัตร ทำได้สะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ความสะดวก รวดเร็ว ในการชำระหนี้และระยะเวลาที่ได้รับวงเงินบัตรเครดิต และขั้นตอน ในการขอรับบัตรเครดิตซื้อเกษตรกร มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จึงควรมีการลดขั้นตอนทาง ด้านเอกสาร เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกในการดำเนินติดต่อขอรับบัตร (ตารางที่ 1)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทั่วไป เพื่อประกอบการจัดทำกลยุทธ์การเพิ่มยอด ปริมาณผู้ใช้บัตรเครดิตซื้อเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ จังหวัดมหาสารคาม รายละเอียด ดังนี้ 1) ด้านการเมืองและกฎหมาย

โดยโครงการบัตรสินค้าเกษตรกรเป็นนโยบายที่รัฐบาลต้องการแก้ปัญหาหนี้ในระบบของเกษตรกร และมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกษตรกรเข้าถึงบริการทางการเงินที่สะดวกรวดเร็ว รวมทั้งสามารถใช้เป็นช่องทางดูแลในเรื่องการจัดหาปัจจัยการผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพและราคาเป็นธรรม ซึ่งจะส่งผลดีในการเพิ่มยอดขายการใช้บัตรสินค้าเกษตรกร 2) ด้านเศรษฐกิจ จากรายงานภาวะเศรษฐกิจการคลัง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า เศรษฐกิจจังหวัดมหาสารคามในภาพรวมชะลอตัวพิจารณาจาก ด้านอุปสงค์ โดยการลงทุนภาคเอกชนชะลอตัว ทั้งการก่อสร้างและโรงงานอุตสาหกรรม การบริโภคภาคเอกชนหดตัว ตามกำลังซื้อของเกษตรกรหนี้ครัวเรือนอยู่ในระดับสูง ทำให้ประชาชนระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น การใช้จ่ายภาครัฐหดตัว สำหรับเครื่องใช้ด้านอุปทาน มีสัญญาณขยายตัวจากภาคเกษตรเป็นผลมาจากด้านปริมาณผลผลิตพืชสำคัญเพิ่มขึ้น ขณะที่ด้านราคายังคงลดลงต่อเนื่อง โดยอัตราเงินเฟ้ออยู่ที่ร้อยละ 2.13 ปรับตัวสูงขึ้นตามราคาอาหารสำเร็จรูปและราคาพลังงาน (สำนักงานคลังจังหวัดมหาสารคาม, 2557) 3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสังคมไทยเป็นสังคมเกษตรกรรม มีการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นระยะเวลานาน ซึ่งผลผลิตทางการเกษตรสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศไทยได้เป็นจำนวนมากจากการส่งออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้าว อ้อยยางพาราเป็นสังคมเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร 4) ด้านเทคโนโลยี ภาคเกษตรในปัจจุบันนั้นได้มีการนำเครื่องจักรกลทางการเกษตรเข้ามาช่วยทุนแรงในภาคการเกษตรกันมากขึ้น ซึ่งจากการพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตรเหล่านี้ ส่งผลให้เกษตรกรหันมาใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตรในการช่วยงานเพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม พบว่า การเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งใหม่สามารถทำได้ยาก จำเป็นต้องใช้บุคลากรที่มีความชำนาญพื้นที่ มีสัมพันธที่ดีกับผู้นำชุมชนในแต่ละชุมชน และต้องใช้งบประมาณในการลงทุนค่อนข้างสูง ความรุนแรงของสภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันค่อนข้างมาก เนื่องจากร้านค้าเหล่านี้มีทุนสูง และเป็นที่รู้จักของเกษตรกร สามารถสร้างความเชื่อมั่น ความภักดีให้กับเกษตรกรได้สินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้อยู่ในระดับสูง เนื่องจากร้านค้าขนาดใหญ่

จะขายสินค้าในรูปแบบเงินเชื่อ แต่ไม่คิดดอกเบี้ยกับเกษตรกร และกองทุนของชุมชนต่างๆ ที่นำมาช่วยเหลือสมาชิก จึงทำให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าโดยไม่ใช้บัตรเครดิตเกษตรกร อำนาจต่อรองของผู้ซื้ออยู่ในระดับน้อย เนื่องจากมีลูกค้าของ ธ.ก.ส. จำนวนไม่มาก ที่ต้องการซื้อปัจจัยการผลิตแล้วไม่ได้รับการอนุมัติเพิ่มวงเงินบัตรเครดิตเกษตรกร สุดท้าย คืออำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบอยู่ในระดับปานกลาง เพราะในเขตอำเภอเชียงยืน มีร้านค้าเพียงบางร้านเท่านั้น ที่ลักลอบทำการบวกเพิ่มราคาสินค้ากับลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตเกษตรกร ดังนั้น คู่แข่งขันของธนาคารที่สำคัญ คือ ร้านค้าขนาดใหญ่และมีเงินทุนจำนวนมาก ที่สามารถขายปัจจัยการผลิตให้ลูกค้าแบบเงินเชื่อได้โดยไม่คิดดอกเบี้ยเพิ่ม อีกทั้งยังมีร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกรบางร้านค้า ได้ลักลอบบวกเพิ่มราคาสินค้าจากการใช้บัตรเครดิตเกษตรกรเพื่อซื้อปัจจัยการผลิต ทำให้ลูกค้าไม่เชื่อมั่นในการใช้บัตรเครดิตเกษตรกร ส่วนร้านค้าที่เข้าสู่ธุรกิจใหม่ ในเขตพื้นที่ อ.เชียงยืน ยังไม่มีเงินทุนเพียงพอที่จะขายสินค้าแบบเงินเชื่อในจำนวนมาก ดังนั้น ผลกระทบจากคู่แข่งใหม่จึงยังมีไม่มาก

ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ภาวะคุกคาม มีดังนี้

จุดแข็ง

1. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นสถาบันการเงินของรัฐที่มีความมั่นคงทางการเงิน และเป็นผู้นำสินเชื่อภาคการเกษตร
2. อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์ทั่วไป
3. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นธนาคารเดียวที่ให้บริการบัตรเครดิตเกษตรกร
4. การปล่อยเงินกู้มีการคำนึงถึงแผนการผลิต และความสามารถในการชำระหนี้ของเกษตรกร และจะให้กู้เงินเฉพาะเท่าที่จำเป็นต่อการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการผลิตทางการเกษตรหรือเกี่ยวเนื่องในการเกษตรเท่านั้น
5. มีการบริการอย่างเข้าถึงพื้นที่ รวมทั้งมีการตรวจสอบอย่างใกล้ชิด
6. พนักงานมีประสบการณ์และเชี่ยวชาญการทำงานในพื้นที่ชนบท

จุดอ่อน

1. การดำเนินงานขององค์กรค่อนข้างมีความล่าช้า เมื่อเทียบกับสถาบันการเงินของเอกชนทั่วไป เนื่องจากเป็นองค์กรที่อยู่ในรูปของรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาล
2. จำนวนเจ้าหน้าที่น้อยไม่เพียงพอจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ
3. การดูแลควบคุมร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการทำได้ยาก
4. การจัดการส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดใจให้เกษตรกรใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรน้อย

โอกาส

1. มีลูกค้าผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก
2. นโยบายของรัฐที่ส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าถึงแหล่งเงินทุน จัดหาปัจจัยการผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพและราคาที่เป็นธรรม เพื่อลดต้นทุนการผลิตแก่เกษตรกร และลดปัญหาหนี้สินนอกระบบ
3. การผลิตทางการเกษตรมีต้นทุนสูงขึ้น ลูกค้าจำเป็นต้องเข้าหาแหล่งเงินทุน

ภาวะคุกคาม

1. รัฐบาลมีนโยบายขยายเงินทุนให้แก่กองทุนหมู่บ้านหรือกลุ่มชุมชน ทำให้เกษตรกรมีความประสงค์ที่จะกู้ยืมเงินจากแหล่งเงินทุนของชุมชนมากกว่าการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร
2. ความเสี่ยงในการประกอบอาชีพเกษตรกรซึ่งผลผลิตทางการเกษตรประสบกับภัยธรรมชาติ ทำให้เกษตรกรมีรายได้ไม่แน่นอนและขาดแรงจูงใจในการลงทุนเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต
3. สถานการณ์ปัญหาจากร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกรถูกลอบบวกราคาสินค้าเพิ่ม เมื่อลูกค้านำบัตรสินเชื่อไปใช้ซื้อปัจจัยการผลิต

การวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายผู้ใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร

จากผลการศึกษาจากแบบสอบถาม การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทั่วไปโดยใช้การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม โดยใช้ Five Forces Model และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนขององค์กรโดยใช้ SWOT Analysis แล้วนำมาวางแผน

กลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดปริมาณผู้ใช้บัตรสินค้าเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งจากการศึกษา พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ทำให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการใช้บัตร การเพิ่มวงเงินบัตรตามความจำเป็นในการใช้ปัจจัยการผลิต ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบัตร และการแสดงข้อมูลรายละเอียดสินค้าอย่างถูกต้อง ของร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการบัตรสินค้าเกษตรกร ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้เสนอแนวทางเพื่อเพิ่มยอดปริมาณผู้ใช้บัตรสินค้าเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ รายละเอียดดังต่อไปนี้

โครงการที่ 1 ชุมชนสัมพันธ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการบัตรสินค้าเกษตรกรให้กลุ่มลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจ โดยวางแผนการออกประชาสัมพันธ์โครงการบัตรสินค้าเกษตรกรให้กับเกษตรกร เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรสินค้าเกษตรกรและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยรวมทั้งระยะเวลาการชำระคืนหนี้ จากการใช้บัตรสินค้าเกษตรกร

โครงการที่ 2 ร้านค้าราคาเป็นธรรม เพื่อดูแล ควบคุม การบริการลูกค้าบัตรสินค้าเกษตรกรของร้านค้าให้เป็นธรรมมากที่สุด โดยการออกสำรวจร้านค้าที่มีคุณสมบัติในการเข้าร่วมโครงการ โดยร้านค้าที่ได้รับคัดเลือกจะต้องขายสินค้าและราคาให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ทำการติดตั้งป้ายแสดงสัญลักษณ์รับบัตรสินค้าเกษตรกรและป้ายแสดงราคาให้ชัดเจน รวมถึงการแจกของแถมหรือของชำร่วยให้แก่ผู้ใช้บัตรในการซื้อปัจจัยการผลิต

โครงการที่ 3 เพิ่มใจให้เงิน เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามีการใช้บัตรสินค้าเกษตรกรในการรูดบัตรซื้อปัจจัยทางการเกษตร โดยลูกค้าแจ้งรายละเอียดการทำเกษตรกรรม และความจำเป็นที่จะต้องซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร พนักงานจัดทำเอกสารการขอเพิ่มวงเงินบัตรสินค้าเกษตรกร

โครงการที่ 4 เพิ่มประสิทธิภาพการบริการ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกษตรกรมีการใช้จ่ายผ่านบัตรสินค้าเกษตรกร และลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการติดต่อสอบถามข้อมูล รวมทั้งการอนุมัติวงเงินบัตรได้อย่างรวดเร็ว โดยการนัดประชุมกลุ่มลูกค้าที่ต้องการทำธุรกรรมเกี่ยวกับบัตรสินค้าเกษตรกร ในพื้นที่แต่ละชุมชน และรับทราบข้อร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดจากการใช้บัตรสินค้าเกษตรกร

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ในการตัดสินใจเลือกซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตรนั้น โดยส่วนมากลูกค้าจะเป็นผู้เลือกและตัดสินใจด้วยตนเองว่าจะซื้อปัจจัยการผลิตชนิดใด ในปริมาณเท่าไร ซึ่งลูกค้าจะนิยมการซื้อเชื่อก่อน โดยเป็นการซื้อเชื่อจากกลุ่มชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน แล้วจึงใช้เงินสดซื้อปัจจัยการผลิตในส่วนที่ไม่เพียงพอ ทั้งนี้ ร้านที่ลูกค้าส่วนมากไปใช้บริการ คือ ร้านเชียงใหม่การเกษตร ซึ่งเป็นร้านที่มีสินค้าที่ทันสมัย และราคาเทียบเท่ากับราคาตลาด โดยลูกค้าจะมีการซื้อปัจจัยการผลิต เฉลี่ยปีการผลิตละ 10,000 - 20,000 บาท ซึ่งจะซื้อปีละ 1 - 2 ครั้ง และการประชาสัมพันธ์ของพนักงานธนาคาร เกี่ยวกับนโยบายบัตรสินค้าเกษตรกร ทำให้มีผู้ใช้ผ่านบัตรสินค้าเกษตรกรเพื่อซื้อปัจจัยการผลิต ซึ่งลูกค้าส่วนมากตัดสินใจใช้บัตรสินค้าเกษตรกรเพราะดอกเบี้ยต่ำ เพียงร้อยละ 7 ต่อปีเท่านั้น

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรสินค้าเกษตรกร พบว่า (1) ด้านราคา มีผลต่อการใช้บัตรสินค้าเกษตรกร โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมในการติดต่อขอรับบัตร อีกทั้งสามารถเพิ่มวงเงินได้ และผ่อนชำระหนี้ได้ (2) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการใช้บัตรสินค้าเกษตรกร โดยมีบริการเพิ่มวงเงินบัตรให้ถึงบ้านของลูกค้า สามารถซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตรได้หลากหลายประเภท และบริการส่งสินค้าถึงบ้านลูกค้า (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการใช้บัตรสินค้าเกษตรกร โดยมีบริการในการทำธุรกรรมให้ถึงบ้านลูกค้า มีความสะดวกในการติดต่อรับบัตร และมีเครื่องรูดบัตรให้บริการอย่างทั่วถึง (4) ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการใช้บัตรสินค้าเกษตรกร โดยความคงทนของบัตร ความเป็นเอกลักษณ์ของบัตร และความสะดวกในการใช้งาน ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการนำบัตรไปใช้ (5) ด้านบุคคล มีผลต่อการใช้บัตรสินค้าเกษตรกร ซึ่งลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลได้สะดวก มีพนักงานที่ให้คำปรึกษาในการใช้บัตรให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อลูกค้า และมีการติดตามผลกระทบหลังจากการใช้บัตรเพื่อแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจลูกค้า (6) ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการใช้บัตรสินค้าเกษตรกร ซึ่งภาพลักษณ์ของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากการดำเนินงานเป็นระยะเวลานาน ทั้งสถานที่ตั้งของร้านค้า

ที่มีเครื่องรูดบัตรต้องมีความเหมาะสม และป้ายสัญลักษณ์แสดงการรับรูดบัตรมีความชัดเจน สังเกตเห็นได้ง่าย และ (7) ด้านกระบวนการ มีผลต่อการใช้บัตรสินเชื่อกะเทยกร คือ การใช้จ่ายผ่านบัตร การรับชำระหนี้และการคืนวงเงินบัตร ต้องมีความสะดวก รวดเร็ว ต้องมีช่องทางในการติดต่อประสานงาน ดังนั้น จากข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การเพิ่มยอดปริมาณการใช้บัตรสินเชื่อกะเทยกร ซึ่งแสดงถึงการดำเนินโครงการบัตรสินเชื่อกะเทยกรที่ยังมีประสิทธิภาพต่ำกว่าที่ได้คาดหวังไว้ และนำไปพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานเกี่ยวกับบัตรสินเชื่อกะเทยกร เพื่อรองรับปริมาณลูกค้าที่จะใช้บัตรเพิ่มขึ้นในอนาคต

การดำเนินงานโครงการบัตรสินเชื่อกะเทยกรต้องให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพื่อทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้าที่ใช้บัตรในการจัดหาปัจจัยการผลิตทางการเกษตร ซึ่งผู้ศึกษาได้เสนอกลยุทธ์การเพิ่มยอดปริมาณการใช้บัตรสินเชื่อกะเทยกรได้ 4 โครงการ ได้แก่ โครงการชุมชนสัมพันธ์ โครงการร้านค้าราคาส่งเป็นธรรม โครงการเพิ่มใจให้เงิน และโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ

จากผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รมิดา ปองดี (2554) ได้ศึกษาเรื่องการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดผู้ถือบัตรเครดิต ธนาคารนครไทย สาขากลางเมือง โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่เป็นทางเลือกในการตัดสินใจที่จะสมัครเป็นลูกค้าบัตรเครดิตนั้น คือ การประเมินทางเลือกในการใช้บัตร เช่น ค่าธรรมเนียม การส่งเสริมการขายของบัตร เป็นต้น ด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา เช่น อัตราค่าธรรมเนียมรายปีที่ต่ำ อัตราดอกเบี้ยต่ำ เป็นต้น ด้านบุคคลมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปวิตรา โสภภาพ (2558) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการให้บริการ ณ เคาน์เตอร์บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภูจินาวิทยณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จากการศึกษา พบว่า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักเข้าใจลูกค้า โดยพนักงานให้คำแนะนำที่ดีกับลูกค้า รวมทั้งการให้ความเอาใจใส่ลูกค้าอย่างจริงใจ เข้าใจความต้องการของลูกค้า และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (7'Ps) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างและการนำเสนอ

ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550) ซึ่งเครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ องค์การต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หรือเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร ผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกร เพื่อให้ทราบข้อมูลความต้องการสินค้าทางการเกษตรของลูกค้า
2. ควรศึกษาความพึงพอใจในการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรของลูกค้า เพื่อให้ทราบประโยชน์ และปัญหาของโครงการ เพื่อนำมาพัฒนาและแก้ไขต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ชิดชนก แสนป้อ. (2555). การศึกษาผลการดำเนินงานโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกร ในพื้นที่อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. การวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2556). ผลการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกร (ออนไลน์). ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2557, จาก <http://www.baac.or.th/content-report.php>
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : วี อินเตอร์ พรีนซ์.
- ปวีตรา ไสภาพล. (2558). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ณ เคาน์เตอร์บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภูจินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการมหาวิทยาลัยขอนแก่น, 8(1), 160-161.

- รมีดา ปองดี. (2554). การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย
ผู้ถือบัตรเครดิต ธนาคารนครไทย สาขาในเมือง. การศึกษาอิสระ
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วาโร เฟิงส์วดี. (2551). วิธีวิทยาการวิจัย = Research methodology. กรุงเทพฯ
: สุวีริยาสาส์น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์มุ่งตลาด.
กรุงเทพฯ : ธนัชการพิมพ์.
- สำนักงานคลังจังหวัดมหาสารคาม. 2557, รายงานภาวะเศรษฐกิจ (ออนไลน์).
ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2557, จาก [http://klang.cgd.go.th/mkn/Untitled-1.
htm](http://klang.cgd.go.th/mkn/Untitled-1.htm)

ตารางที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรสินค้าเพื่อเกษตรกร
เพื่อซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X} = 3.79$	S.D.=0.85	
1. ความคงทนของบัตร ไม่ชำรุดง่าย	4.10	0.82	มาก
2. บัตรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.93	0.78	มาก
3. ความสะดวกในการจ่ายใช้สอย	3.84	0.60	มาก
4. ใช้บริการได้หลากหลายรูปแบบ	3.76	0.87	มาก
5. ปลอดภัยจากการถูกขโมย แล้วนำไปใช้ต่อ	3.68	0.89	มาก
6. ระยะเวลาในการชำระคืนยาวนาน	3.46	1.13	มาก
ด้านราคา	$\bar{X} = 4.06$	S.D.=0.99	
1. ไม่เสียค่าธรรมเนียมในการขอรับบัตร	4.47	0.81	มากที่สุด
2. สามารถเพิ่มวงเงินบัตรได้	4.23	0.88	มากที่สุด
3. สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้	4.19	0.89	มาก
4. ไม่เสียค่าธรรมเนียมในการถือครองรายปี	3.92	1.20	มาก
5. อัตราดอกเบี้ยต่ำ	3.49	1.19	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X} = 3.82$	S.D.=0.93	
1. บริการของธนาคารในการทำธุรกรรมให้ถึงบ้าน	4.14	0.95	มาก
2. ความสะดวกในการติดต่อขอรับบัตร	3.90	0.87	มาก
3. มีเครื่องรับรูดบัตรให้บริการอย่างทั่วถึง	3.90	1.12	มาก
4. บริการรูดบัตรถึงบ้าน	3.83	0.75	มาก
5. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น	3.62	1.14	มาก
6. มีการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นและสิทธิพิเศษ	3.55	0.77	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	$\bar{X} = 3.86$	S.D.=1.10	
1. มีบริการเพิ่มวงเงิน	4.16	1.02	มาก
2. ใช้ในการซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตรได้หลายหลาย	3.98	0.86	มาก
3. มีบริการส่งสินค้าถึงบ้าน	3.94	1.14	มาก
4. ปลออดดอกเบี้ย 1 เดือน เมื่อใช้บัตร	3.78	1.11	มาก
5. ได้รับคูปองชิงโชคเมื่อใช้บัตรซื้อสินค้า	3.74	1.25	มาก
6. ได้รับของแถมเมื่อใช้บัตรซื้อสินค้า	3.58	1.22	มาก

ตารางที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านบุคคล	$\bar{X} = 3.78$	S.D.=0.85	
1. สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลได้สะดวก	4.01	0.79	มาก
2. สามารถให้คำปรึกษาในด้านการนำบัตรไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด	3.95	0.71	มาก
3. การออกสอบถาม ติดตามผลกระทบหลังการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร	3.86	0.91	มาก
4. สามารถอธิบายรายละเอียดวิธีการใช้บัตรได้เป็นอย่างดี	3.69	0.80	มาก
5. การรับทราบข้อร้องเรียนเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับบัตรสินเชื่อเกษตรกร	3.41	1.06	มาก
ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X} = 3.58$	S.D.=0.92	
1. ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	4.11	0.76	มาก
2. สถานที่ตั้งของร้านค้าที่มีเครื่องรับรูดบัตรสินเชื่อเกษตรกร มีความเหมาะสม	3.89	0.90	มาก
3. ป้ายแสดงสัญลักษณ์ รับบัตรสินเชื่อเกษตรกร ที่หน้าร้านค้า สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย	3.52	0.86	มาก
4. สินค้าที่จำหน่ายภายในร้านค้ามีความทันสมัย และเป็นที่ต้องการของเกษตรกร	3.38	0.89	ปานกลาง
5. ธนาคารมีป้ายแสดงรายชื่อและสถานที่ตั้ง ของร้านค้าที่มีเครื่องรับรูดบัตร	3.01	1.18	ปานกลาง
ด้านกระบวนการ	$\bar{X} = 3.34$	S.D.=1.12	
1. การใช้จ่ายผ่านบัตร ทำได้สะดวก รวดเร็ว	3.95	0.88	มาก
2. ความสะดวก รวดเร็ว ในการชำระหนี้ และระยะเวลาที่ได้รับวงเงินบัตรคืน	3.34	1.19	ปานกลาง
3. ความสะดวก รวดเร็ว ในการติดต่อประสานงานเกี่ยวกับบัตรสินเชื่อเกษตรกร	3.28	1.27	ปานกลาง
4. ความรวดเร็วในการพิจารณาอนุมัติเพิ่มวงเงินบัตร	3.16	1.19	ปานกลาง
5. ขั้นตอนในการขอรับบัตรสินเชื่อเกษตรกร	2.96	1.05	ปานกลาง