

# การส่งเสริมธุรกิจธนาคารเขตชายแดนติดต่อประเทศกัมพูชา เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Promoting Border Banking Business Tributary to Cambodia to Enter ASEAN Economic Community

สุดาพร สวมม่วง<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การเตรียมความพร้อมของธุรกิจธนาคาร 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจธนาคารในด้านสินเชื่อ ด้านเงินฝาก และด้านบริการเสริม และ 3) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจธนาคาร ประชากรที่ศึกษา คือลูกค้าของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาย่อยบ้านแหลม จังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นสาขาที่ติดพรมแดนประเทศกัมพูชา จำนวนทั้งสิ้น 360 คน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าชายแดน ผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออกสินค้าเกษตร เกษตรกรรายย่อย และผู้ประกอบการอาชีพนอกภาคและเกี่ยวเนื่องการเกษตร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการประชุม การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การเตรียมความพร้อมของธุรกิจธนาคาร ต้องคำนึงถึง จุดผ่านแดนการค้า การออกหนังสือสำคัญ ระบบศุลกากร กฎระเบียบและมาตรการทางการค้า ระบบเงิน ระบบสาธารณสุขปโภคพื้นฐาน การเดินทาง และพบว่า ลูกค้าเป้าหมายทั้ง 4 กลุ่ม ส่วนใหญ่รู้จักประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแต่ยังไม่มีการเตรียมความพร้อมเท่าที่ควร แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจธนาคารเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจธนาคาร แนะนำให้ใช้ AEC 4P MODEL

**คำสำคัญ:** การส่งเสริมธุรกิจธนาคาร, เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

## Abstract

This is a qualitative research aims to (1) study the preparedness of the banking business, 2) to provide guidance on the development of the banking business to include loan, saving, and services, and 3) to enhance the operation of the banking business. The population was Bank for Agriculture and Agricultural Cooperative (BAAC) clients. Ban Laem brance, Chantaburi Province. Which is a tributary to the border with Cambodia. A total of 360 people were divided into 4 groups: entrepreneurs border shops. Who engage in import and export of agricultural products. Small farmers and workers outside agriculture and related sectors. The instrument used for data collection including interviews, focus group and meetings. Data analysis and statistical procedures. Include descriptive statistics Which contain the arithmetic average The standard deviation Frequency, percentage, and content analysis. The results showed that The readiness of banks to take into account the border trade. The issuance of the

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำหลักสูตรการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

customs rules and trade measures in the infrastructure and train operations, and founded that target the 4 groups are known for the ASEAN Economic Community (AEC), but did not prepare enough. The development of the banking business and products for increasing efficiency in the operations of the Bank recommended AEC 4P MODEL.

**Key words:** Promoting border banking business, to enter ASEAN Economic Community

## ความจำเป็นและความสำคัญของปัญหา

การเปิดตัวอย่างเป็นทางการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี ค.ศ. 2015 ทำให้ภูมิภาคนี้ถูกจับตามองจากนักลงทุน จากขนาดพื้นที่โดยรวมของทั้ง 10 ประเทศที่มีพื้นที่ทั้งหมด ประมาณ 4,435,670 ตารางกิโลเมตร จำนวนประชากร รวมกันประมาณ 600 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 8.57 ของ ประชากรโลก ทำให้ตลาดสินค้าและบริการมีขนาดใหญ่ขึ้น เกิดธุรกิจการค้า การลงทุน และความต้องการแรงงานที่เพิ่ม มากขึ้นตามไปด้วย ภายใต้การเปิดเสรีทางการค้าการเป็น ตลาดเดียวและฐานการผลิตรวม อาจส่งผลให้เกิดการ เคลื่อนย้ายฐานการผลิต และการเคลื่อนย้ายแรงงาน ไปยัง ประเทศที่มีปัจจัยการผลิตที่มีต้นทุนต่ำส่งผลให้เกิดความ ต้องการสินค้าและบริการที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น สถาบันการเงินจึงเข้ามามีบทบาทในการเชื่อมโยงด้วยการ ให้บริการและอำนวยความสะดวก ทางการเงินในการดำเนิน ธุรกิจมากขึ้น อาทิ การโอนเงินระหว่างประเทศ การแลกเปลี่ยนเงินตรา และก่อให้เกิดความร่วมมือทางด้านการเงิน ของอาเซียนที่มีสาระสำคัญ 4 ด้านคือ 1) ระบบการชำระ เงินที่เชื่อมโยงกัน 2) การเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรี

3) การเปิดเสรีภาคธนาคาร และ 4) การพัฒนาตลาดทุน (กรมอาเซียน, 2556)

ประเทศไทยมีดินแดนที่เป็นแผ่นดินซึ่งมีเขตติดต่อกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนหลายประเทศ และ มีการเปิดจุดผ่านแดนถาวร รวมทั้งจุดผ่อนปรน มากมาย ในหลายจังหวัดที่มีพรมแดนติดต่อกัน ซึ่งเป็นที่มาของ การค้าชายแดน โดยจังหวัดจันทบุรีมีพื้นที่ติดกับประเทศ กัมพูชาซึ่งมีการเปิดจุดผ่านแดนถาวร 2 แห่ง ที่บ้านผักกาด และบ้านแหลม และจุดผ่อนปรนจำนวน 3 จุด ที่บ้านบึง ชนังล่าง บ้านสวนส้ม และบ้านซันตารี ซึ่งจะมียกท่องเที่ยว นักธุรกิจตลอดจนประชาชนทั่วไปเดินทางเข้า-ออกเป็น จำนวนมาก โดยเฉพาะด่านบ้านแหลม ตำบลเทพนิมิต อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี มีแรงงานต่างด้าวที่ต้อง ผ่านเข้า - ออก กว่า 42,000 คน โดยแบ่งเป็นรายวัน รายสัปดาห์และราย 14 วัน มีร้านค้ามากกว่า 100 ร้าน มีผู้ประกอบการส่งลำไยออกต่างประเทศกว่า 50 แห่ง และมีธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศนับหมื่นล้านบาท ต่อปี ฯลฯ ตาราง 1 แสดงสถิติการตรวจอนุญาตบุคคลผ่านเข้า - ออกราชอาณาจักรตม.จังหวัดจันทบุรี ช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 (ตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดจันทบุรี, 2556)

**ตาราง 1** สถิติการตรวจอนุญาตบุคคลผ่านเข้า - ออกราชอาณาจักร ตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดจันทบุรี

พ.ศ.	หนังสือผ่านแดน		หนังสือเดินทางไทย ต่างชาติ		หนังสือเดินทาง ไทย		หนังสือผ่านแดนกัมพูชา		รวม	
	เข้า	ออก	เข้า	ออก	เข้า	ออก	เข้า	ออก		
2551	185,949	186,180	57,282	56,538	81,188	82,315	781,835	780,202	1,106,254	1,105,235
2552	118,233	118,336	57,258	56,174	74,110	74,548	1,048,765	1,024,368	1,298,366	1,243,426
2553	100,936	101,547	87,556	85,546	54,976	56,224	1,263,570	1,244,629	1,507,038	1,487,946
2554	82,874	83,033	183,350	181,984	42,085	43,932	1,488,013	1,464,083	1,796,322	1,773,032

ที่มา: ตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดจันทบุรี, 2556

ในฐานะที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (Bank for Agriculture and Agricultural Cooperative: BAAC) ที่มีชื่อย่อว่า ธ.ก.ส. มีการดำเนินงานธุรกิจในพื้นที่ชายแดนมีวิสัยทัศน์เป็นธนาคารพัฒนาชนบทที่มั่นคง มีการจัดการที่ทันสมัย ให้บริการทางการเงินครบวงจร เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร (ธ.ก.ส., 2556) กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นของการเปิดด่านบ้านแหลม สิ่งเหล่านี้ หากมีการวิเคราะห์ วิจัย จะสามารถนำไปสู่การสร้างธุรกรรมของธนาคารด้านสินเชื่อ ด้านเงินฝาก และด้านบริการเสริมอื่นๆ ที่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ทันเหตุการณ์ และหาก ธ.ก.ส. จะทำธุรกรรมกับลูกค้าเฉพาะในพื้นที่ประเทศไทยก็อาจไม่เพียงพอแล้ว ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จึงถือเป็นเรื่องสำคัญที่ ธ.ก.ส. ต้องปรับตัว และเตรียมความพร้อมรองรับ

จากข้อมูลเบื้องต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาสถานการณ์การเตรียมความพร้อม พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย คุณลักษณะของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายว่ามีความต้องการผลิตภัณฑ์ทางการเงินรูปแบบใดเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจในอนาคตที่จะได้แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจธนาคาร ธ.ก.ส. สาขาย่อยบ้านแหลม อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี ที่สามารถตอบสนองความต้องการใช้บริการทางการเงินของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นลูกค้าตามแนวชายแดนไทยและกัมพูชาต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การเตรียมความพร้อมของธุรกิจธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาย่อยตลาดบ้านแหลมอำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาย่อยตลาดบ้านแหลม อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาย่อยตลาดบ้านแหลมอำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี

### ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้แยกออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา: ได้แก่ การดำเนินธุรกิจของ ธ.ก.ส. สาขาย่อยตลาดบ้านแหลม อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรีซึ่งมีพื้นที่ติดต่อกับประเทศกัมพูชา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ AEC ในผลิตภัณฑ์ 3 ด้าน
  - 1.1 ด้านสินเชื่อ
  - 1.2 ด้านเงินฝาก
  - 1.3 ด้านบริการเสริม
2. ขอบเขตประชากร: ประชากรที่ศึกษาจำนวน 360 คน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้
  - 2.1 เกษตรกรทั้งในและนอกภาคการเกษตร จำนวน 30 คน
  - 2.2 ผู้ประกอบการร้านค้าชายแดนจำนวน 100 คน
  - 2.3 ผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออกสินค้าเกษตร จำนวน 30 คน
  - 2.4 เกษตรกรจำนวน 200 คน
3. ขอบเขตพื้นที่: ธ.ก.ส. สาขาย่อยตลาดบ้านแหลม ตำบลเทพนิมิต อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี ติดกับเขตพรมแดนประเทศกัมพูชา
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา: 1 ปี ระยะเวลาการศึกษาวิจัยจากเดือนสิงหาคม 2556 ถึงเดือน กรกฎาคม 2557

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบสถานการณ์การเตรียมความพร้อมของธุรกิจ ธ.ก.ส. สาขาย่อยตลาดบ้านแหลม อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี
2. ทำให้ได้แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ ธ.ก.ส. สาขาย่อยตลาดบ้านแหลม อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี
3. ผลการศึกษาเพื่อนำไปใช้ กับ ธ.ก.ส. สาขาอื่นๆ ที่มีพื้นที่ติดชายแดนกับประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ AEC
4. ธนาคารอื่นๆ ในที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะเดียวกัน สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

และนิสิตนักศึกษาตลอดจนผู้สนใจสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ต่อไป

## แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี ประวัติ ธ.ก.ส. (Bank for Agriculture and Agricultural Cooperative: BAAC) ธ.ก.ส. สาขาย่อยตลาดบ้านแหลม ตำบลเทพนิมิต อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี รูปแบบการดำเนินธุรกิจการธนาคารตามแนวชายแดน แนวคิด AEC ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 8P's และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยมีรายละเอียดพอสังเขปดังต่อไปนี้

### ประวัติ ธ.ก.ส. และ ธ.ก.ส. สาขาย่อยตลาดบ้านแหลม ตำบลเทพนิมิต อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี

ธ.ก.ส. ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเมื่อปี พ.ศ. 2509 มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตร 2) ประกอบธุรกิจอื่นอันเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม 3) ดำเนินงานเป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาชนบทโดยให้ความช่วยเหลือทางการเงินหรือการบริหารจัดการแก่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการกองทุนหมู่บ้าน หรือชุมชน รวมทั้งองค์กรที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบใดที่มีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการประกอบอาชีพของเกษตรกรหรือชุมชนทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์ของเกษตรกรหรือชุมชนให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการลงทุน การผลิต การแปรรูป และการตลาดหรือเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจหรือเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และ 4) ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์เพื่อใช้ดำเนินงานภายใต้ขอบเขตวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสหกรณ์ (ธ.ก.ส., 2556)

ในส่วนของ ธ.ก.ส. สาขาย่อยตลาดบ้านแหลมตำบลเทพนิมิต อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรีนั้น ในการประชุมคณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์ของธนาคาร ณ โรงแรมสอยดาวไฮอันแลนด์ กอล์ฟคลับ อ.โป่งน้ำร้อน จ.จันทบุรี เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2555 คณะกรรมการอุทธรณ์โดย คุณศุภชัย ผุดผ่อง ได้เสนอให้ธนาคารเปิด

สาขาบ้านแหลมซึ่งอยู่บริเวณด้านถาวรบ้านแหลม ต.เทพนิมิต อ.โป่งน้ำร้อน จ.จันทบุรี ชายแดนประเทศกัมพูชา บริเวณ อ.ก้อมเวียง จ.พระตะบอง พร้อมได้นำคณะกรรมการของธนาคารประกอบด้วย นายจุลยุทธ หิรัณยวิสิต, นายวศิน ธีรเวชญาณ และนายธนรัชต์ วิเชียรรัตน์ พร้อมผู้จัดการธนาคาร และคณะผู้บริหารจากฝ่ายบริหารกลาง ฝ่ายกฎหมาย ฝ่ายกิจการสาขาภาคตะวันออก เข้ามชมบริเวณด้านชายแดน ไทย-กัมพูชา และในการประชุม MC ครั้งที่ 9/2555 เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2555 ที่ประชุมได้มอบหมายให้ สนจ.จันทบุรี ดำเนินการขอจัดตั้งสาขาย่อยบ้านแหลม บริเวณตลาด ด้านถาวรบ้านแหลม ต.เทพนิมิต อ.โป่งน้ำร้อน จ.จันทบุรี เพื่อเป็นสาขาต้นแบบในการให้บริการทางการเงินครบวงจร ประกอบด้วยการฝากเงิน - ถอนเงินการให้บริการ ATM เพื่ออำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรและรองรับผู้ใช้แรงงานต่างด้าว รวมทั้งประชาชนทั่วไปในเขตดำเนินงานดังกล่าว เนื่องจากบริเวณดังกล่าวมีสถานที่รวบรวมผลไม้เพื่อส่งไปเวียดนามและเงินจำนวนมากขยายธุรกิจด้านการเงินการธนาคารแก่ลูกค้าทั้ง 3 ตำบล และแรงงานต่างด้าวที่มารับจ้างแรงงานในบริเวณใกล้เคียง ประมาณ 42,000 คน และสร้างโอกาสในการขยายงานของธนาคาร (บันทึกการประชุม ธ.ก.ส., 2555)

### แนวคิด AEC

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เป็นการพัฒนามาจากการเป็น สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2510 โดยมีประเทศผู้ก่อตั้งแรกเริ่ม 5 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ต่อมาในปี 2527 บรูไน ก็ได้เข้าเป็นสมาชิก ตามด้วย 2538 เวียดนาม ก็เข้าร่วมเป็นสมาชิก ต่อมา 2540 ลาวและพม่า เข้าร่วมและปี 2542 กัมพูชา ก็ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกลำดับที่ 10 ทำให้ปัจจุบันอาเซียนเป็นกลุ่มเศรษฐกิจภูมิภาคขนาดใหญ่ มีประชากร รวมกันเกือบ 600 ล้านคน จากนั้นในการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 9 ที่อินโดนีเซีย เมื่อ 7 ต.ค. 2546 ผู้นำประเทศสมาชิกอาเซียนได้ตกลงกันที่จะจัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ซึ่งประกอบด้วย 3 เสาหลัก คือ 1) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEANE

conomic Community: AEC) 2) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (Socio-Cultural Pillar) 3) ประชาคมความมั่นคงอาเซียน (Political and Security Pillar) (องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2556).

### **รูปแบบการค้าเงินธุรกิจการธนาคารตามแนวชายแดน**

ปัจจุบันการค้าชายแดนมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นใน AEC โดยเฉพาะเมื่อมีการพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงระหว่าง AEC โดยมีไทยตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่ช่วยสนับสนุนให้ไทยมีบทบาทในการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน สำหรับเส้นทางสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่าง AEC หรือที่รู้จักในนามของ GMS Economic Corridors (ระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง) เป็นโครงการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการค้าการลงทุนทั้งในภาคอุตสาหกรรมบริการ และเกษตรกรรมระหว่างประเทศ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ดังกล่าวให้ดีขึ้น จากการมีงานทำ อันเนื่องมาจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในพื้นที่นั้น สำหรับเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคนี้ เชื่อมต่อระหว่างเมืองสำคัญในกลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งประกอบด้วย 6 ประเทศ คือ ไทย จีนตอนใต้ (มณฑลยูนนาน) เวียดนาม กัมพูชา ลาว และพม่า สำหรับเส้นทางคมนาคมที่พัฒนาตามแผน GMS Economic Corridors แบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ตามภูมิภาค ได้แก่ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)

1) North-South Economic Corridor (พื้นที่เศรษฐกิจเหนือ-ใต้) เส้นทางเชื่อมโยงประเทศจีน-พม่า-ลาว-ไทย โดยเส้นทางนี้จะเน้นการเชื่อมต่อจีนตอนใต้ (มณฑลยูนนาน) เข้ากับไทยผ่าน ถนนในแนวเหนือ-ใต้ และสามารถลงไปสู่ มาเลเซียและสิงคโปร์ 2) East-West Economic Corridor (พื้นที่เศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก) เส้นทางเชื่อมโยงประเทศพม่า-ไทย-ลาว-เวียดนาม โดยเป็นการเชื่อมระหว่างสองมหาสมุทรคือ มหาสมุทรแปซิฟิกทางตะวันออก และมหาสมุทรอินเดียทางตะวันตก และ 3) Southern Economic Corridor (พื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้) เส้นทางเชื่อมโยงประเทศไทย-กัมพูชา-เวียดนาม

ทั้งนี้ ภายหลังจากที่เส้นทางเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคเหล่านี้ได้มีการพัฒนาให้เสร็จเป็นรูปธรรมมากขึ้นนั้น กิจกรรมทางเศรษฐกิจตามแนวการค้าชายแดน ที่มี

เส้นทางเหล่านี้พาดผ่านก็มีปริมาณการขนส่ง และกิจกรรมเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องด้านอื่นเพิ่มขึ้น

จากสถิติของกรมศุลกากรตามด่านที่สำคัญ พบว่ากิจกรรมการค้าผ่านชายแดนมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้น โดยด้านการค้าชายแดนทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นับได้ว่ามีความคึกคักอย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อสะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 3 ได้เปิดให้ใช้บริการเมื่อปลายปี 2554 ที่ผ่านมา ประกอบกับภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีความร่วมมือ ในการอำนวยความสะดวกและการประชาสัมพันธ์เส้นทางเชื่อมโยงภูมิภาคแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (เส้นทาง R8 R9 และ R12) รวมทั้งเป้าหมายการรวมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ยิ่งทำให้ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับการค้าตามแนวชายแดนมีการคึกคักมากขึ้นเป็นพิเศษ (กรมอาเซียน, 2555)

### **ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาดบริการ 8P's**

ธุรกิจการธนาคาร เป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการให้บริการ โดยเฉพาะในด้าน ผลิตภัณฑ์ทางการเงินด้านสินเชื่อ ด้านเงินฝาก และด้านบริการเสริม ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการนำทฤษฎีสวนประสมทางการตลาดบริการ 8P's ของ Lovelock and Wirtz (2007) (2008) มาปรับใช้ดังนี้

**1) องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Element)** บริการเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Product) ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม บริการจะต้องมีคุณภาพเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพของบริการต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยที่ประกอบกันทั้งความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและความต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ **2) ราคาและค่าใช้จ่ายอื่นของผู้ใช้บริการ (Price)** ได้แก่ ค่าห้องพัก ค่าอาหาร ค่าบริการเสริมอื่นๆ องค์ประกอบนี้ชี้ให้เห็นถึงการบริหารค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เพื่อสร้างราคาขายแก่ลูกค้าเพื่อหาวิธีลดต้นทุนและสิ่งอื่นที่ลูกค้าและราคาของบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญในการบ่งบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับ กล่าวคือ ถ้าราคาสูงน่าจะบ่งบอกถึงบริการที่มีคุณภาพสูงตามไปด้วย ทำให้มีแนวโน้มภาพของลูกค้าที่มารับบริการสูงตามไปด้วย และที่สำคัญบริการต้องตอบสนองความต้องการที่คาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี **3) ช่องทางการจัด**

**จำหน่าย (Place)** สามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 วิธี คือ การให้บริการผ่านร้าน (Outlet) ให้บริการด้วยการเปิดร้านตามย่านชุมชนหรือห้างสรรพสินค้า โดยประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริการตามมาพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่งโดยการเปิดร้านค้าขึ้น, การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ, การให้บริการผ่านตัวแทน การบริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายแฟรนไชส์หรือการจัดตัวแทนให้บริการ, การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ มาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างสะดวกตลอด 24 ชั่วโมง

**4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** องค์ประกอบนี้มีบทบาทสำคัญ 3 ประการ คือ ให้ข่าวสารและการแนะนำที่จะเป็น จูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เห็นถึงความดีของผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมลูกค้าให้ก่อเกิดปฏิกิริยาเมื่อถึงเวลาอันควร

**5) กระบวนการ (Process)** ได้แก่ กระบวนการต้อนรับ การสอบถามข้อมูล ซึ่งในการสร้างและส่งมอบสินค้าองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้านั้น ต้องมีการออกแบบและจัดขบวนการในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการนั้นสามารถอธิบายได้ว่าเป็นวิธีการและลำดับขั้นตอนซึ่งเป็นระบบการบริการต้องดำเนินไป

**6) บุคคล (People)** เจ้าของธุรกิจและพนักงานทุกระดับ ถือว่าเป็นบุคลากรในธุรกิจโรงแรม ซึ่งผลิตภัณฑ์การบริการทั้งหลายขึ้นอยู่กับการทำงานที่บุคคลปฏิบัติต่อกันทั้งสองฝ่าย มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าในด้านคุณภาพของบริการเป็นอย่างมาก ลูกค้ามักตัดสินใจเกี่ยวกับคุณภาพของบริการที่เขารับจากการประเมินบุคคลที่เป็นผู้ให้บริการ

**7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)** เป็นหลักฐานเสริมที่มองเห็นได้และแสดงถึงรูปแบบคุณภาพบริการของบริษัท เช่น รูปร่างของตัวตึก สวนหย่อม พาหนะ เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น ซึ่งจะมีผลกระทบอย่างแรงต่อความประทับใจและความรู้สึกของลูกค้า

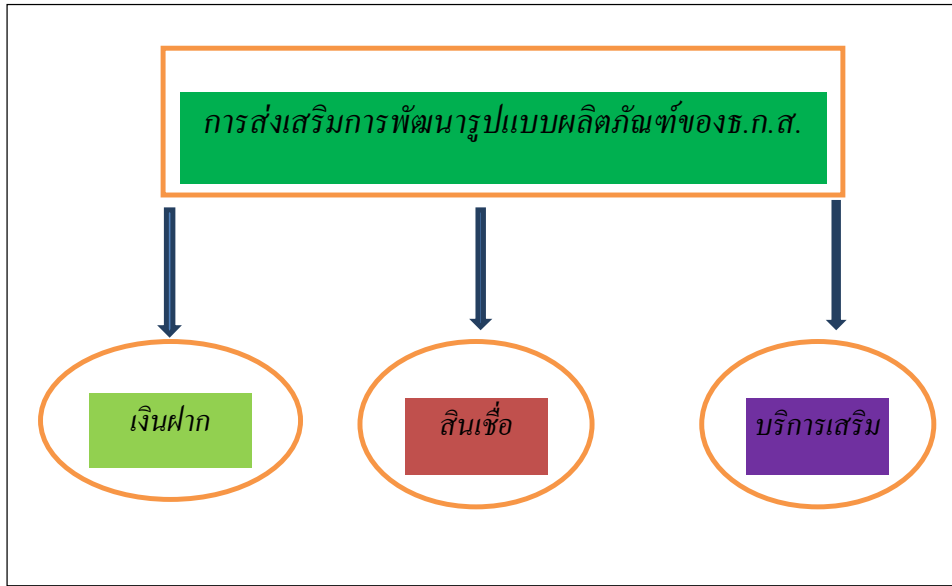
**8) ผลผลิตและคุณภาพ (Productivity and Quality)** ผู้บริโภคสามารถมองเห็นได้จากห้องพัก การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งการปรับปรุงผลผลิตเป็นสิ่งจำเป็นที่ทำให้การควบคุมต้นทุนมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคพอใจและเกิดความภักดีในการใช้บริการ

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุตาพร สาวม่วง และมงคล กลิ่นกระจาย (2551) ได้ทำการวิจัยความจงรักภักดีของลูกค้าชาวไทยโดยใช้แนวคิดของ Richard L. Oliver พบว่า ความจงรักภักดีของลูกค้ามีพัฒนาการมาจาก ขั้นที่ 1 การรับรู้ในตัวสินค้า ขั้นที่ 2 การเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้า ขั้นที่ 3 มีการบอกต่อ ขั้นที่ 4 การใช้บริการซ้ำ ซึ่งมักเกิดเมื่อลูกค้าได้รับความพอใจอย่างต่อเนื่อง ความพอใจเพียงครั้งเดียวหรือ สองครั้ง อาจยังไม่นำไปสู่ความจงรักภักดีก็ได้ ลูกค้าแต่ละคนย่อมมีความพอใจที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการและประสบการณ์ในการใช้บริการ อย่างไรก็ตามลูกค้าในยุคปัจจุบันเอาใจยากขึ้น ลูกค้ามีความจงรักภักดีในตราสินค้าน้อยลง พร้อมเปลี่ยนแปลงไปใช้บริการที่อื่นเสมอ หากมีสิ่งล่อใจที่เหมาะสม สิ่งนี้คือการตลาดที่ต้องทำคือ สร้างความพอใจให้เกิดประจำและพัฒนาไปสู่ความจงรักภักดี ซึ่งจะช่วยเพิ่มความจงรักภักดี หรือลดการไปใช้บริการที่อื่น ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้ส่วนหนึ่งจึงได้ศึกษาความต้องการความพึงพอใจของลูกค้าว่ามีผลิตภัณฑ์ใดบ้างที่ลูกค้าใช้บริการแล้วสร้างความพึงพอใจ และควรมีผลิตภัณฑ์ใดอีกบ้างที่ควรปรับปรุงเพื่อให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

กิตติชัย นวลทอง และ สุตาพร สาวม่วง (2556) ได้ศึกษาเรื่องนวัตกรรมสถาบันการเงินและการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบบูรณาการ ผลการวิจัยพบว่า ผลสำเร็จนวัตกรรมสถาบันการเงินและการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบบูรณาการ โดยปัจจัยนวัตกรรมจำเป็นต้องมีระบบเทคโนโลยี/อุปกรณ์ที่ทันสมัย มีระบบบัญชี/การเงินที่มาตรฐาน มีการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) การดำเนินการต้องมีความสะดวก ง่ายต่อการใช้บริการ ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้ส่วนหนึ่งจึงได้ศึกษา การส่งเสริมการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ ว่าควรมีด้านใดบ้างที่ต้องพัฒนา

จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ที่ศึกษามาตั้งข้างต้น การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้บูรณาการเข้าด้วยกันทำให้ได้ข้อเสนอรูปแบบที่พัฒนาเพื่อเข้าสู่ AEC ดังภาพ 1



ภาพ 1 การส่งเสริมการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ ช.ก.ส. ด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ และ ด้านบริการเสริม

**วิธีดำเนินการวิจัย**

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรที่ศึกษามีจำนวน 360 คนซึ่งเป็นลูกค้าของ ช.ก.ส. สาขาย่อย บ้านแหลม อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี ที่มีที่ตั้งติดชายแดนประเทศกัมพูชา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม (Focus Groups discussion) และการประชุม การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย (แบบสัมภาษณ์) ใช้ค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้พิจารณาค่าความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับประเด็นสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

**สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล**

**1. ผลการศึกษาสถานการณ์การเตรียมความพร้อมของธุรกิจธนาคาร ช.ก.ส. สาขาย่อย บ้านแหลม อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี**

1.1 ผลสรุปจากการประชุมในการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมระหว่าง ศจว. และสำนักงาน ช.ก.ส. จังหวัดจันทบุรี ภายใต้โครงการวิจัยนี้เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2556 มีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 17 คน ประกอบด้วย ผู้แทนจากส่วนราชการ ภาคเอกชน นักวิชาการ พนักงานและผู้บริหารของสำนักงาน ช.ก.ส. จังหวัดจันทบุรี ได้มีข้อสรุป

องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับ การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ไว้ดังนี้

- 1) จุดผ่านแดนการค้าจุดผ่านแดนถาวร อรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ปัจจุบันมีความหนาแน่นของประชาชนและรถบรรทุกสินค้า ทำให้เกิดความล่าช้าและไม่สะดวกในการขนส่งสินค้าระหว่างกัน
- 2) การออกหนังสือสำคัญการนำเข้า-ส่งออกสินค้า ต้องออกหนังสือสำคัญที่กระทรวงพาณิชย์ กัมพูชา กรุงพนมเปญ ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายกับผู้ประกอบการ
- 3) ระบบศุลกากรยังมีปัญหาการตีความพิกัดและการเก็บค่าธรรมเนียม รวมทั้งวิธีการนอกระบบ โดยเฉพาะพิธีการขาเข้าของประเทศกัมพูชา จึงกระทบการส่งวัตถุดิบจากอุตสาหกรรมต้นน้ำในประเทศไทยไปผลิตในกัมพูชาซึ่งควรได้รับการยกเว้นภาษีขาเข้า
- 4) กฎระเบียบและมาตรการทางการค้า กฎระเบียบทางการค้าของกัมพูชามีการเปลี่ยนแปลงบ่อยและแตกต่างกันตามพื้นที่ในส่วนภูมิภาคต่างๆ เป็นปัญหาในการตัดสินใจทางการค้าการลงทุนของผู้ประกอบการ
- 5) ระบบเงิน เงินเรียล เป็นเงินสกุลหลักของกัมพูชายังไม่เป็นที่ยอมรับในผู้ประกอบการการค้าระหว่างไทย-กัมพูชา ทำให้ต้องใช้เงินสกุลหลักของโลกในการชำระสินค้า ได้แก่ เงินเหรียญสหรัฐฯ เงินบาทไทย

หรือทองคำ และทำให้ยังคงมีการทำการค้าโดยไม่มี การทำสัญญาซึ่งเพิ่มความเสี่ยงให้ผู้ประกอบการ

6) ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานในบางพื้นที่ของกัมพูชา ระบบไฟฟ้าและประปา รวมถึงเส้นทางคมนาคม ยังไม่พร้อม และไม่เพียงพอ ซึ่งกัมพูชา กำลังเร่งพัฒนาเพื่อรองรับการค้าการลงทุนจากต่างประเทศ

7) การเดินรถปัจจุบันมี MOU แลกเปลี่ยนสิทธิการเดินรถระหว่างกันฝ่ายละ 40 คัน เริ่มใช้เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2555 โดยฝ่ายไทยจัดสรรโควตา รถบรรทุก 30 คัน รถโดยสาร 10 คัน แต่ในทางปฏิบัติ รถที่จดทะเบียนและเดินรถจริง ประกอบด้วยรถบรรทุก 12 คัน รถโดยสาร 6 คัน สาเหตุที่มีรถมาจดทะเบียนน้อย เนื่องจากสินค้าขนกลับมีน้อย ไม่คุ้มทุน

1.2 คุณลักษณะ และความรู้เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของลูกค้ายุโรปเป้าหมายต่างๆ ทั้ง 4 กลุ่ม

1) ผลการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มเกษตรกรรายย่อยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 41-50 ปี เป็นบุคคลเชื้อชาติไทยและสัญชาติไทยรู้จักประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแต่ยังไม่มีการเตรียมความพร้อมรองรับ และประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีผลกระทบในอนาคตโดยเฉพาะด้านคู่แข่งทางการค้าเพิ่มมากขึ้น มีความต้องการขยายตลาดรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทั้งนี้มีความต้องการขยายตลาดการรับซื้อ-ส่งออกมากขึ้น

2) ผลการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชายแดน 100 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 20-40 ปี สถานภาพสมรสแล้วเป็นเชื้อชาติกัมพูชาและสัญชาติกัมพูชา รู้จัก AEC แต่ไม่มีการเตรียมความพร้อมมีผลกระทบเพียงเล็กน้อย ด้านแรงงานมีการเคลื่อนย้ายของแรงงานและค่าจ้างแรงงานสูงขึ้น และมีความต้องการขยายตลาดรองรับ AEC โดยวิธีการขยายร้านค้า

3) ผลการสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการนำเข้าส่งออกชายแดน จำนวน 30 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 20-40 ปี มีเชื้อชาติไทย 24 คน เชื้อชาติจีน 6 คน และเป็นสัญชาติไทยรู้จักประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวิธีการเตรียมความพร้อมโดยมีความต้องการหาแหล่งเงินทุนเพิ่ม มีผลกระทบ ในด้านคู่แข่งทางการค้าเพิ่มมากขึ้นมีความต้องการขยายตลาดรองรับ

AEC โดยวิธีการเปิดตลาดการค้าใหม่ในประเทศในกลุ่ม AEC เป็นอันดับแรก

4) ผลการสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการอาชีพนอกภาคการเกษตรและเกี่ยวเนื่องการเกษตร 30 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 41-50 ปี เป็นเชื้อชาติและสัญชาติไทยทั้งหมดรู้จักประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวิธีการเตรียมความพร้อมโดยการปรับปรุงคุณภาพด้านผลผลิต เป็นลำดับแรก ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีผลกระทบ ด้านคู่แข่งทางการค้าเพิ่มขึ้นเข้ามาตีตลาดมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคาผลผลิตลำไยตกต่ำ มีผลกระทบด้านสังคม มีความต้องการขยายตลาดรองรับ AEC โดยการขยายตลาดการรับซื้อ-ส่งออกมากขึ้น เป็นลำดับแรก การขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้น และการแปรรูปผลผลิตเพิ่มมูลค่า และลดต้นทุน เป็นลำดับรองลงมา

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มลูกค้ายุโรปเป้าหมายทั้ง 4 กลุ่ม ส่วนใหญ่รู้จัก AEC แต่ยังไม่มีการเตรียมความพร้อมเท่าที่ควรเพราะยังไม่ทราบผลกระทบที่ชัดเจน ดังนั้น องค์กรภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเร่งประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงผลกระทบต่างๆ และเร่งดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อรองรับ AEC หากไม่มีการเตรียมความพร้อมมารองรับการดำเนินงานธุรกิจการธนาคารก็อาจจะไม่มีประสิทธิภาพซึ่งสอดคล้องกับ Lovelock and Wirtz (2007) กล่าวว่าธุรกิจบริการ ถือเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตสูง โดยดูได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือ GDP ประเทศในแถบเอเซียนั้น ธุรกิจบริการก็มีความสำคัญเพิ่มขึ้น การที่นโยบายของรัฐบาลมาสนับสนุน เช่น การแก้ไขกฎหมายต่างๆ การเจรจาข้อตกลงทางการค้า การที่สังคมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง แนวทางการดำเนินงานของธุรกิจต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการรับส่งแลกเปลี่ยนข่าวสาร มีการลงทุน ร่วมทุน และเป็นพันธมิตรกับต่างประเทศ ก็เป็นสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจบริการมีการขยายตัวมากขึ้นด้วย

## 2. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ ธ.ก.ส. สาขาย่อยบ้านแหลม อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี

ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ความต้องการใช้แบบผลิตภัณฑ์ของลูกค้ายุโรปเป้าหมายของลูกค้ายุโรปเป้าหมายต่างๆ ทั้ง 4 กลุ่ม ดังแสดงในตาราง 2



**ตาราง 2** อัตราร้อยละของความต้องการใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงินจำแนกตามประเภทของลูกค้า

รูปแบบผลิตภัณฑ์/ ประเภทลูกค้า	เกษตรกรรายย่อย	ผู้ประกอบการ ร้านค้าชายแดน	ผู้ประกอบการนำเข้า ส่งออก	ผู้ประกอบการอาชีพ นอกภาคการเกษตร และเกี่ยวเนื่อง การเกษตร
ด้านสินเชื่อ	94.00	95.00	93.00	83.00
ด้านเงินฝาก	93.50	63.00	90.00	90.00
ด้านบริการเสริม	74.50	92.00	90.00	57.00

ข้อมูลจากตาราง 2 พบว่า ผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อ ผู้ที่ต้องการใช้มากที่สุด ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าชายแดน ร้อยละ 95.00 รองลงมาได้แก่ เกษตรกรรายย่อย ร้อยละ 94.00 และผู้ที่ต้องการใช้น้อยที่สุด ได้แก่ ผู้ประกอบอาชีพนอกภาคการเกษตรและเกี่ยวเนื่องการเกษตร ร้อยละ 83.00 ผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากพบว่าผู้ที่ต้องการใช้มากที่สุด ได้แก่ เกษตรกรรายย่อย ร้อยละ 93.50 รองลงมา ได้แก่ ผู้ประกอบการนำเข้าส่งออกและผู้ประกอบอาชีพนอกภาคการเกษตรและเกี่ยวเนื่องการเกษตรเท่ากัน ร้อยละ 90.00 มีความต้องการน้อยที่สุด ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าชายแดน ร้อยละ 63.00 ในส่วนของผลิตภัณฑ์ด้านบริการเสริม ผู้ประกอบการร้านค้าชายแดน มีความต้องการมาก

ที่สุด ร้อยละ 92.00 รองลงมา ได้แก่ ผู้ประกอบการนำเข้าส่งออก ร้อยละ 90.00 น้อยที่สุดได้แก่ผู้ประกอบอาชีพนอกภาคการเกษตรและเกี่ยวเนื่องการเกษตร ร้อยละ 57.00

### 3. การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจ ธ.ก.ส. สาขาย่อยบ้านแหลม อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี

ผลการศึกษาโดยการสนทนากลุ่มย่อย (focus group discussions) พบว่าลูกค้าทั้ง 4 ประเภท มีข้อเสนอแนะให้ธนาคารมีการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยต้องปรับปรุงในประเด็นต่างๆ ดังแสดงในตาราง 3

**ตาราง 3** ข้อเสนอแนะของการเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจธนาคารของลูกค้าทั้ง 4 ประเภท

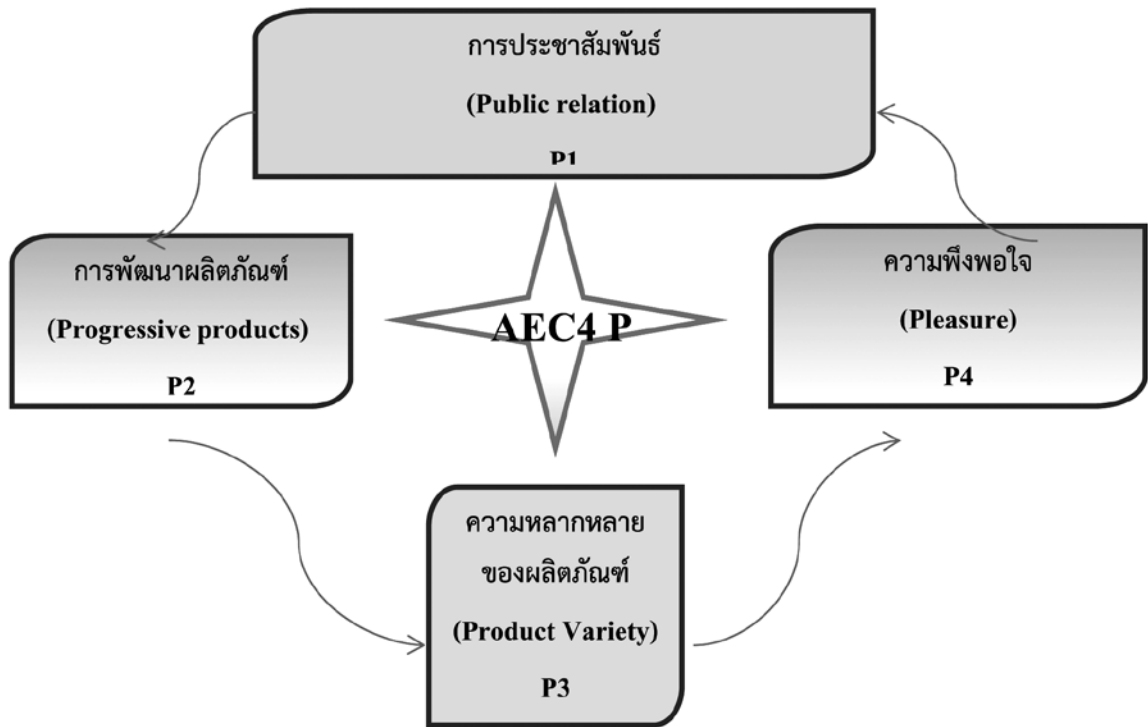
ประเภทลูกค้า	ข้อเสนอแนะ
เกษตรกรรายย่อย	ควรปรับปรุง ด้านการประชาสัมพันธ์พื้นที่ जोดรถให้มากขึ้น ควรเพิ่มช่องทางการชำระหนี้ และควรมีพนักงานให้คำแนะนำแก่ลูกค้า
ผู้ประกอบการ ร้านค้าชายแดน	ควรปรับปรุงยอดการถอน ATM ต้องมากกว่าเดิม พื้นที่ जोดรถให้มากขึ้น และการเพิ่มวงเงินฉุกเฉินให้กับลูกค้าและ การลดค่าธรรมเนียมการโอนเงิน
ผู้ประกอบการ นำเข้าส่งออก	ควรปรับปรุง ด้านการบริการกระซบรวดเร็ว ณ จุดให้บริการมากขึ้น ความหลากหลายในการให้บริการ การเพิ่มตู้บริการ ATM/ เครื่องปรับสมุดการลดค่าธรรมเนียมการโอนเงิน
ผู้ประกอบการอาชีพ นอกภาคการเกษตร และเกี่ยวเนื่อง การเกษตร	ควรปรับปรุงด้าน การประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ด้านต่างๆ พื้นที่ जोดรถให้มากขึ้น เพิ่มช่องทางการชำระหนี้/เพิ่มสาขา ควรมีพนักงานให้คำแนะนำแก่ลูกค้า และการลดค่าธรรมเนียมการโอนเงิน

จากผลการวิจัย และข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของลูกค้าทั้ง 4 ประเภท ดังแสดงในตาราง 2-3 พบว่าธนาคาร ควรเน้นการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ของลูกค้าในทุกกลุ่มเป้าหมาย ควรปรับปรุงยอดการถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) โดยการเพิ่มวงเงินให้มากกว่าเดิม พื้นที่จุดรอให้มากขึ้น และการเพิ่มวงเงินฉุกเฉินให้กับลูกค้า การลดค่าธรรมเนียมการโอนเงิน รวมถึง ควรมีพนักงานให้คำแนะนำแก่ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ Lovelock and Wirtz (2007) ที่กล่าวว่า ลักษณะของธุรกิจบริการธนาคารโดยทั่วไป คือ ผลผลิตของการบริการนั้นมีลักษณะจับต้องได้ยาก มีความหลากหลายในตัวเอง เป็นงานที่ต้องการการตอบสนองในทันที ไม่อาจกำหนดความต้องการที่แน่นอนได้ ขึ้นกับผู้รับบริการว่าต้องการเมื่อใด และต้องการอะไร มีการส่งมอบหรือใช้ประโยชน์จากลูกค้าหรือผู้รับบริการทันทีที่ผลิตออกมา ดังนั้น สถาบันทางการเงินหรือ ธ.ก.ส. จะต้องปรับบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดย และอีกนัยหนึ่งโดยการนำหลักการของ Kotler and Keller (2012) มาใช้วิเคราะห์ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและบริโภคเพื่อทราบถึง ลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม อีกทั้ง โดยการติดตามข้อมูลทางการตลาด พฤติกรรมความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม และหลากหลายสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ มาใช้บริการซ้ำ มีการบอกต่อ และเกิดความจงรักภักดีในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุดาพร สาวม่วง และมงคล กลิ่นกระจาย (2551) ซึ่งพบว่าการให้บริการที่ดีมีคุณภาพ ลูกค้าจะรู้สึกพึงพอใจและ

พูดถึงอยู่เสมอเมื่อได้ใช้สินค้าหรือบริการ ที่ตรงกับความต้องการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับข้อค้นพบ ของกิตติชัย นวลทอง และ สุดาพร สาวม่วง (2556) ที่ระบุว่าสถาบันการเงินจำเป็นต้องมีระบบเทคโนโลยี/อุปกรณ์ที่ทันสมัย มีระบบบัญชี/การเงินที่มาตรฐาน มีการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) การดำเนินการต้องมีความสะดวก ง่ายต่อการใช้บริการของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

## ข้อเสนอแนะของการวิจัย

จากกรวิเคราะห์การพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการใช้ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต่างๆ ทั้ง 4 กลุ่ม ได้มีข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาหรือข้อด้อยของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งแนวทางสำคัญในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น และแก้ไขปรับปรุงข้อด้อยให้มีความได้เปรียบขึ้นแทน รายละเอียดดังตาราง 3 ทั้งนี้ ธ.ก.ส. ควรเน้นการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายในทุกระดับ จะต้องปรับตัวให้เข้ากับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยการติดตามข้อมูลทางการตลาด พฤติกรรม การบริโภคของผู้บริโภค ข้อมูลการผลิตของประชาคมในต่างประเทศ เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมและหลากหลายสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ การให้ความรู้ในกระบวนการการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ที่สำคัญการปรับตัวเข้าสู่ระบบ การรับรองมาตรฐาน กระบวนการผลิตและมาตรฐานสินค้า และระบบการตรวจสอบย้อนกลับข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการการนำผลการวิจัย/รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ค้นพบไปประยุกต์ใช้ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบเชิงปฏิบัติเรียกว่า AEC 4P MODEL ดังแสดงตามภาพ 2



ภาพ 2 รูปแบบเชิงปฏิบัติการ AEC4P MODEL ที่แนะนำไปประยุกต์ใช้

โดยรูปแบบเชิงปฏิบัติการ AEC4P MODEL ที่แนะนำไปประยุกต์ใช้มีความหมาย ดังนี้

**1. Public Relation** หมายถึง การประชาสัมพันธ์ เป็นการดำเนินความพยายามขององค์กร ในการแสวงหาความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ สื่อออนไลน์ต่างๆ ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ (image) และรักษาทัศนคติที่ดีของกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับการประกอบธุรกิจนั้นต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม หากได้รับความร่วมมือ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายก็จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ

**2. Progressive** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างไม่หยุดนิ่ง การจัดการศึกษาวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (research and development) ด้านสินเชื่อ ด้านเงินฝาก บริการเสริมต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

**3. Product Variety** หมายถึง ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ปัจจัยในการพิจารณาความหลากหลาย

มีปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณา เช่น วัตถุประสงค์ พฤติกรรมผู้บริโภคความยากง่ายในการสอนผู้บริโภคคู่แข่งชั้นการพิจารณาความหลากหลายของสินค้า ต้องค้นหา “ความพอดี” ให้พบซึ่งต้องใช้ปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น เป็นแนวทางในการพิจารณา และต้องใช้หลายๆ ปัจจัยพิจารณา ร่วมกัน การมุ่งหวังที่จะสร้างความหลากหลาย เพื่อสนองตอบทุกความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

**4. Pleasure** หมายถึง ความพึงพอใจ (satisfaction) เน้นคุณค่า (value) ที่มอบให้แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ และมีความยินดีที่จะกลับมาใช้บริการอีก (loyalty)

**ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อองค์กร (ธ.ก.ส.)**

1. ธนาคารควรสนับสนุนการเข้าไปให้ความรู้ การช่วยวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT ANALYSIS) ให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเห็นอย่างชัดเจน
2. ธนาคารควรกำหนดกลยุทธ์การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรับรู้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ

### ที่ธนาคารมี

3. ควรปรับปรุงการบริการความคาดหวัง ได้แก่ สินเชื่อด้านการพาณิชย์ สินเชื่อธุรกิจต่างประเทศ ATM บริการเสริมมีความหลากหลาย งดหรือลดค่าธรรมเนียมธนาคารควรวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ธุรกิจการธนาคารใหม่ เพื่อการแข่งขันที่จะเกิดขึ้น

4. ควรให้บริการเสริมอื่นๆ เช่น สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ ขยายวงเงินกู้เพิ่มราคาประเมินสินเชื่อขยายงานธุรกิจต่างประเทศ เพื่อการพาณิชย์ มีสาขาในต่างประเทศ บริการแลกเปลี่ยนเงินทุกสกุลเงินสินเชื่อผู้ประกอบการร้านค้าชายแดน เพิ่มตู้ ATM ให้บริการหลายจุดเงินฝากโอนเงินข้ามประเทศแบบง่ายๆ บริการตู้ฝากเงินสด ขยายวงเงินกด ATM บริการเสริม ลดหรืองดเว้นจ่ายค่าธรรมเนียมและประชาสัมพันธ์มากขึ้น

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อภาครัฐ

ส่วนงานราชการควรเร่งการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายในทุกระดับจะต้องปรับตัวให้เข้ากับ AEC กระตุ้นโดยการให้ข้อมูลทางการตลาด พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค ข้อมูลการผลิตของประเทศสมาชิก AEC แก่ประชาชน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมและหลากหลายสนองต่อความต้องการของตลาด การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ การให้ความรู้ในกระบวนการให้บริการ

## เอกสารอ้างอิง

- กรมอาเซียน. (2555). กรอบความร่วมมือองค์การการค้าโลก. กระทรวงการต่างประเทศ.
- กรมอาเซียน. (2556). ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. กระทรวงการต่างประเทศ.
- กิตติชัย นวลทอง และสุดาพร สาวม่วง. (2556). นวัตกรรมสถาบันการเงินและการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบบูรณาการ. วารสารบริหารธุรกิจนิคิต้า เล่มที่ 12 เดือนพฤษภาคม 2556 หน้า 46-76.
- บันทึกการประชุม. (2555). การประชุม MC ครั้งที่ 9/2555. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานจังหวัดจันทบุรี.
- องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (2556). ประวัติความเป็นมาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC). ค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2556 จาก <http://www.thai-aec.com>.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2556). ประวัติการก่อตั้ง ธ.ก.ส. ค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2556 จาก <http://www.baac.or.th>
- สุดาพร สาวม่วง และมงคล กลิ่นกระจาย. (2551). Store Loyalty classification by using neural network model. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 (ม.ค.-มิ.ย.51) หน้า 26-45.
- ตรวจคนเข้าเมือง จังหวัดจันทบุรี. (2556). สถิติการตรวจอนุญาตบุคคลผ่านเข้า - ออก ราชอาณาจักร ตรวจคนเข้าเมือง จังหวัดจันทบุรี. ค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2556 จาก <http://chanthaburiimmigration.com>.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2556). แนวโน้มการค้าชายแดนเติบโตสูงขึ้น. โอกาสการค้าและการลงทุนธนาคารกสิกรไทย. ค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2556. จาก <http://www.ksme care.com/Article/82/27983/>
- องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (2556). ประวัติความเป็นมาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC). ค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2556 จาก <http://www.thai-aec.com>
- Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. (14<sup>th</sup>ed), New Jersey, Prentice-Hall.
- Lovelock, C. and Wirtz, J. 2007. *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. 6<sup>th</sup> Edition. New Jersey, USA: Pearson International - Pearson/Prentice Hall.