ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกร ในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

ณิชากร พิมยศ

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อเรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกร ในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

โดย

ฉิชากร พิมยศ

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา .....

(อาจารย์ ดร.กชพร ศิริโภคากิจ)

วันที่ 22 เดือน พ.ย. พ.ศ. 2554

กรรมการที่ปรึกษา .....

(อาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวี กล่อมธงเจริญ)

วันที่ 22 เดือน พ.ย. พ.ศ. 2554

กรรมการที่ปรึกษา .....

(อาจารย์ ดร.อายุส หยู่เย็น)

วันที่ 22 เดือน พ.ย. พ.ศ. 2554

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร .....

(อาจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง)

วันที่ 22 เดือน พ.ย. พ.ศ. 2554

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร ยศราช)

ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

วันที่ 30 เดือน พ.ย. พ.ศ. 2554

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย
ชื่อผู้เขียน	นางณิชากร พิมยศ
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.กชพร ศิริโภคากิจ

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องของลูกค้าผู้ฝากเงินตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ในเขตการดำเนินงานของ ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับผลประโยชน์จากการฝากเงินตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ได้อย่างประสิทธิภาพและประสิทธิผล และนำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ฝากให้เกิดความพึงพอใจและฝากเงินตามโครงการอย่างต่อเนื่องอีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการตลาดปัจจุบัน จากผลการศึกษาพบว่า มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 188 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจะใช้สถิติเชิงพรรณนา คือค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติ Chi-Square ในการทดสอบสมมุติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ด้านผลตอบแทน ระยะเวลาในการฝาก ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินต่อเนื่องกับโครงการทุกราย โดยลูกค้าโครงการเห็นว่าโครงการมีข้อดีในการเกิดการประหยัดและอดออมทำให้สามารถเก็บเงินไว้ใช้ใน และมีข้อด้อยในส่วนของปัญหาจากการใช้บริการกองทุนทวีสุขคือ กองทุนไม่เปิดโอกาสให้ลูกค้าทั่วไปที่ไม่ใช่ลูกหนี้ของทางธนาคาร และจากการทดสอบสมมุติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากกองทุนทวีสุข ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Title	Factors Effecting Continual Deposit in Accordance with the Thaweesuk Deposit Fund Project of Farmers in the Area of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives Operation, Maesai Branch, Maesai District, Chiangrai Province
Author	Mrs. Nichakorn Phimyot
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Kodchaphorn Siripokakit

ABSTRACT

This study was conducted to explore factors effecting continual deposit in accordance with the Thaweesuk deposit fund project of farmers in the area of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives operation, Maesai branch, Maesai district, Chiangrai province. This aimed to make the farmers effectively receive the benefits from the deposit. Obtained data were analyzed for the improvement and development of products which responded to needs of clients of the bank. Besides, it must conform to the current market condition.

Findings revealed that the sample group in this study consisted of 188 clients of the bank. Descriptive statistics was used for analyzing obtained data. Frequency, percentage, mean, and chi-square were used for the statistical treatment. The significance level of the hypothesis testing was at 0.05. It was found that factors effecting the continual deposit in terms of returns, deposit time span, distribution channel, market promotion, public relations, serve quality had an effect on the decision-making to use the continual deposit service. The bank's clients perceived that this project had the advantage on thrift and savings. The disadvantage was that the project limited to debtors of the bank only. Based on the hypothesis testing, personal factor, deposit factor, and market mix factor had an effect on the continual deposit of the project with the significance level at 0.05.

กิตติกรรมประกาศ

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จด้วยความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายท่าน ซึ่งไม่อาจนำมากล่าวได้ทั้งหมด ท่านแรกที่ขอกล่าวขอบพระคุณคือ อาจารย์ ดร.กชพร ศิริโภคากิจ ประธานกรรมการที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.กัญพัสวี กล่อมธงเจริญ กรรมการที่ปรึกษา และอาจารย์ ดร.อายุส หยู่เย็น กรรมการที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ มาโดยตลอด เพื่อให้การจัดทำปัญหาพิเศษฉบับนี้สมบูรณ์ที่สุด อาจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง ประธานกรรมการประจำหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่ให้การชี้แนะตลอดระยะเวลาของการศึกษา ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ เป็นอย่างสูง

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ อดีตผู้ช่วยผู้จัดการธนาคาร คุณสมชัย อ่ำพันและคณะกรรมการ ที่พิจารณามอบทุนการศึกษาของธนาคารในการศึกษาครั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้บริหารและพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ทุกท่าน ที่กรุณาสนับสนุนข้อมูลและขอขอบพระคุณเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.สมาชิกเงินฝากกองทุนทวีสุข สาขาแม่สาย จ.เชียงราย ที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ รวมทั้งเพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป ที่ให้ข้อมูลแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดและเป็นกำลังใจในการศึกษาค้นคว้ามาโดยตลอด

พร้อมกันนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่บัวพัตร พิมยศ ตลอดจนญาติ ๆทุกคนที่ได้ให้กำลังใจ คอยห่วงใย และให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ศึกษามาโดยตลอด และสุดท้ายนี้ที่จะขอกล่าวถึงคือบุตรชายคนเดียว นายรุจน์ รุจิพรรณ ที่คอยห่วงใย เป็นกำลังใจ และอยู่เบื้องหลังความสำเร็จนี้ ผู้ศึกษา จะใช้องค์ความรู้ความสามารถที่ได้รับจากการศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงานต่อองค์กร ลูกค้า และพนักงานขององค์กรต่อไป

ณิชากร พิมยศ

พฤศจิกายน 2554

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตการศึกษา	4
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)	7
ผลิตภัณฑ์เงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข	10
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	13
กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	23
แนวคิดทฤษฎีการออมและการลงทุน	32
โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	43
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	45
บทสรุป	50
กรอบแนวคิดในการศึกษา	50
สมมติฐานการศึกษา	52

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	53
สถานที่ดำเนินการวิจัย	53
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	53
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	55
การทดสอบเครื่องมือ	55
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	56
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	56
บทที่ 4 ผลการวิจัย	57
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	58
ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย	60
ตอนที่ 3 การทดสอบสมมุติฐาน	72
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	74
สรุปผลการวิจัยและวิจารณ์	75
อภิปรายผล	78
ข้อเสนอแนะ	80
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	82
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก	86
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	87
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	93

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงรูปแบบการออมเงินตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข	10
2	แสดงสวัสดิการที่ได้รับในปีที่ฝากเงิน	11
3	แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	60
4	ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ด้านข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจในการเลือกฝากเงินโครงการกองทุน	63
5	เหตุผลในการเลือกฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข	64
6	ความเหมาะสมของระยะเวลาครบกำหนดของเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข	64
7	บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข	65
8	สถานที่ที่ไปฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข	66
9	สถานที่ที่ไปใช้บริการฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข	66
10	จำนวนเงินฝากต่อปี	67
11	ความถี่ในการฝากเงินกองทุนทวีสุข	67
12	วิธีการฝากเงินกองทุนทวีสุข	68
13	การตัดสินใจฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข	68
14	เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข	69
15	กิจกรรมที่ต้องการให้จัดขึ้นสำหรับโครงการกองทุนทวีสุข	69
16	ความพึงพอใจต่อพนักงานที่ให้บริการ	70
17	ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการเงินฝากกองทุนทวีสุข	71
18	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข	72

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	แสดงข้อมูลเปรียบเทียบการรับสมาชิกลูกค้าเงินฝากกองทุนทวีสุข	3
2	แสดงการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในวัฏจักรชีวิต	34
3	โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	44
4	แสดงตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	51

บทที่ 1
บทนำ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2509 กำหนดวัตถุประสงค์หลักของ ธ.ก.ส. เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร รวมถึง การกระทำกิจการอย่างอื่นเพื่อให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของธนาคารซึ่งผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ที่มีบริการให้แก่ผู้มาใช้บริการก็เหมือนกับสถาบันการเงินทั่วไป คือมีบริการรับฝากเงินจากประชาชนทั่วไป ส่วนราชการ ห้างร้านนิติบุคคล บริษัทจำกัดรวมทั้งกลุ่มบุคคลที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารมีหลากหลาย เช่น เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ เงินฝากกระแสรายวัน และสลากออมทรัพย์ทวีสิน บัตรเพิ่มทรัพย์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากที่มีดอกเบี้ยและลุ้นเงินรางวัลทุกเดือน มีผลิตภัณฑ์สินเชื่อ โดยจะเน้นการจ่ายสินเชื่อภาคการเกษตรเป็นหลัก และได้ขยายการให้สินเชื่อนอกภาคการเกษตรโดยการจ่ายเป็นรายบุคคล กลุ่มบุคคล เช่นกลุ่มการเงินและกลุ่มอาชีพ กองทุนหมู่บ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น รวมทั้งบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค บริการโอนเงินและอื่น ๆ อีกมากมาย ต่อมา เมื่อปี พ.ศ. 2550 รัฐบาลได้แถลงนโยบายโดยยึดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการพัฒนาประเทศ สอดรับกับแนวคิดและทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ประกอบกับ เพื่อดำเนินการตามยุทธศาสตร์พันธกิจที่ 1 และยุทธศาสตร์ตามพันธกิจที่ 2 ของ ธ.ก.ส โดยเฉพาะการส่งเสริมเงินออมภาคประชาชนและจัดระบบการออมที่เป็นสวัสดิการเพื่อดำรงชีพในวัยสูงอายุของเกษตรกร และ เมื่อปี พ.ศ. 2548 ธ.ก.ส. ในฐานะเป็นธนาคารของรัฐ ได้รับมอบหมายให้เข้ามาเป็นคณะทำงานร่วมกับหน่วยงานราชการตาม โครงการแก้ไขปัญหาความยากจน และโครงการแก้ไขปัญหาหนี้สินนอกระบบ พบว่ากลุ่มคนส่วนใหญ่ที่ยากจนและขึ้นทะเบียนหนี้นอกระบบเป็นเกษตรกรและเป็นลูกค้าของธนาคาร ซึ่งจากการเข้าไปสอบถามข้อมูลพบว่าสาเหตุหลักที่ทำให้ยากจนเนื่องจากการมีหนี้สิน และหนี้สินส่วนใหญ่เกิดจากราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ ต้นทุนการผลิตสูง ปัญหาภัยธรรมชาติ เช่นน้ำท่วม ฝนแล้ง กลไกทางการตลาด การใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ขาดความรู้ในด้านการตลาดและการบริหารจัดการ ไม่มีการจดบันทึกที่มาของรายได้ที่ไปของรายจ่าย และที่สำคัญคือการใช้จ่ายเงินในอนาคต คือยังไม่มีรายได้แต่กู้ยืมเงินมาใช้ก่อน มีรายจ่ายมากกว่ารายได้ ซึ่งรายจ่ายส่วนใหญ่เกิดจากค่ารักษาพยาบาล ค่าเล่าเรียนบุตร จึงไม่มีการเก็บออมเงินไว้ใช้ในอนาคต

ดังนั้น เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ธ.ก.ส.จึงได้เสริมความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการเงินโดยการให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีครัวเรือนคือจดบันทึกทุกอย่างที่เป็นที่มาของรายได้ และที่ไปของรายจ่ายที่เป็นเงินสดโดยให้จดทุกวันและต้องมีการเก็บออมอย่างน้อยร้อยละสิบของรายได้และ อบรมให้ความรู้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ลดรายจ่ายโดยการทำปุ๋ยหมักใช้เอง ทำน้ำยาเอนกประสงค์ กินทุกอย่างที่ปลูก ปลูกทุกอย่างที่กิน มีเหลือค่อยขายเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือน สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ขณะเดียวกัน ธ.ก.ส.ได้จัดทำโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข เพื่อเป็นสวัสดิการให้แก่เกษตรกรลูกค้าขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2550 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

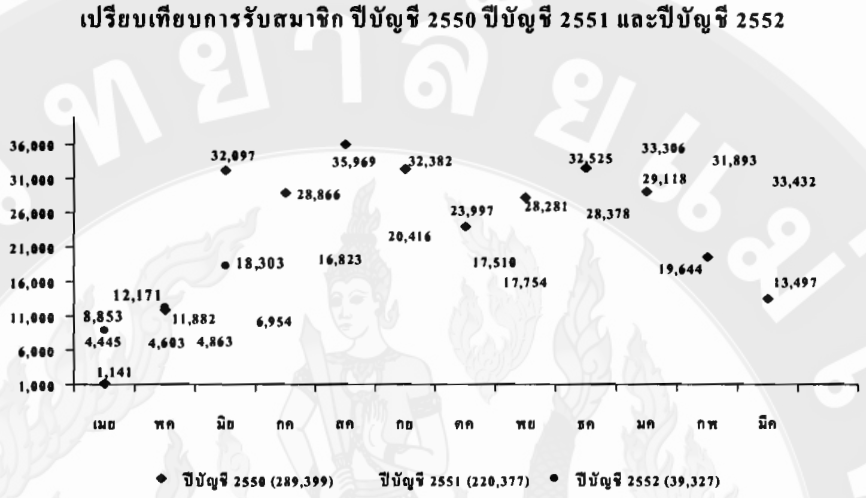
- ส่งเสริมให้เกษตรกรออมเงินไว้ใช้เป็นสวัสดิการแก่ตนเองเมื่อเข้าสู่วัยชราเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้สูงอายุ
- เพื่อคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น และความยั่งยืนของเกษตรกร
- สร้างสานสายใยที่ดีระหว่างธนาคารและลูกค้าเกษตรกร
- เป็นโครงการที่ ธ.ก.ส. ตอบแทนพระคุณของลูกค้าเกษตรกรที่ดูแลธนาคารมากกว่า 43 ปี โดยให้ดอกเบี้ยสูงและจัดสวัสดิการให้สมาชิกโครงการ

ซึ่งธนาคารคาดหวังว่าเมื่อเกษตรกรลูกค้าของธนาคารทั่วประเทศเข้าร่วมโครงการดังกล่าวแล้ว เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. ก็จะมีเงินออมพร้อมสวัสดิการเมื่อยามสูงอายุ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถเทียบเท่ากับข้าราชการที่มีกองทุนบำเหน็จบำนาญ พนักงานรัฐวิสาหกิจที่มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พนักงานลูกจ้างเอกชน ที่มีประกันสังคม (พระราชบัญญัติบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (ฉบับที่ 25) พ.ศ. 2551และพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ(ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2551)

ความสำคัญของปัญหา

เมื่อธนาคารจัดตั้งกองทุนเพื่อเป็นสวัสดิการให้แก่เกษตรกรลูกค้าธนาคารตั้งแต่ปี 2550 ตามโครงการกองทุนทวีสุข ซึ่งกองทุนทวีสุข เป็นเงินฝากประเภทมีสวัสดิการ และเน้นการออมเงินอย่างต่อเนื่อง มีระยะเวลาฝากอย่างน้อย 5 ปี อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าเงินฝากปกติ จำนวนเงินฝากขึ้นอยู่กับรายได้ของแต่ละครัวเรือน ตั้งแต่ 1,200 บาท/ปี 6,000 บาท/ปีและ 12,000 บาท/ปี แต่เมื่อดำเนินงานโครงการมาได้ประมาณ 1 ปี พบว่าเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่มีการฝากเงินตามโครงการไม่ต่อเนื่อง ทำให้ต้องออกจากโครงการเป็นจำนวนมาก โดยปีบัญชี 2550 มียอดจำนวนผู้ฝากคงเหลือ 31,893 ราย ปีบัญชี 2551 มีจำนวนผู้ฝากคงเหลือ 13,497 ราย และในปีบัญชี 2552 (ณ 30

มิถุนายน)มีจำนวนผู้ฝากคงเหลือ 18,303 ราย และโดยเฉพาะสาขาแม่สาย ข้อมูล ณ เริ่มต้นคือ ปีบัญชี 2550 มีจำนวนผู้ฝากคงเหลือ 52 ราย ปีบัญชี 2551 มีจำนวนผู้ฝากคงเหลือ 232 ราย ปีบัญชี 2552 มีจำนวนผู้ฝากคงเหลือเพียง 71 ราย (ข้อมูลสารสนเทศฝ่ายธุรกิจรายได้และเงินฝาก (ณ 30 มิถุนายน ปี 2552)



ภาพ 1 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบการรับสมาชิกลูกค้าเงินฝากกองทุนทวีสุข
ที่มา : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2552: ระบบออนไลน์)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องของลูกค้าเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุขของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เงินฝากโครงการกองทุนทวีสุขให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า พัฒนาคุณภาพงานบริการให้เข้าถึงประชาชนโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าโครงการ เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุด และให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสนองประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียให้มากที่สุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

ประโยชน์ของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องของลูกค้าผู้ฝากเงินตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ในเขตการดำเนินงานของ ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับผลประโยชน์จากการฝากเงินตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ได้อย่างประสิทธิภาพและประสิทธิผล
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ฝากให้เกิดความพึงพอใจและฝากเงินตามโครงการอย่างต่อเนื่องอีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการตลาดปัจจุบัน

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องของลูกค้าโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของ ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เกษตรกรลูกค้าผู้ฝากเงินตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของ ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย จำนวน 355 คน โดยการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 188 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาครั้งนี้ จะใช้เวลา 8 เดือน เริ่มตั้งแต่ เดือนพฤษภาคม 2553 ถึง เดือนธันวาคม 2554

นิยามศัพท์

ธ.ก.ส. หมายถึง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นธนาคารของรัฐบาล สังกัดกระทรวงการคลัง

ลูกค้าผู้ฝาก หมายถึง เกษตรกรลูกค้าในเขตการดำเนินงานของ ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

เงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข หมายถึง เงินฝากออมทรัพย์ประเภทมีสวัสดิการและมีอัตราดอกเบี้ยของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

ปีบัญชี หมายถึง ช่วงระยะเวลาในการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ตั้งแต่เดือนเมษายน ถึงเดือนมีนาคมของปีถัดไป

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้ใช้บริการ นำหลักการไปใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 7 ส่วน (7 P) คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) พนักงาน (People) กระบวนการ (Process) และ ทางกายภาพ (Physical)

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง เงินฝากโครงการกองทุนทวีสุขของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่เกษตรกรผู้ฝากจะต้องจ่ายในการฝากเงินตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข

ช่องทางการจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่ ธ.ก.ส. ต้องดำเนินการเพื่อทำให้ผู้บริโภคสามารถฝากเงินโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขได้สะดวก

การส่งเสริมการขาย (Promotion) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่ ธ.ก.ส.ต้องดำเนินการเพื่อการสื่อสาร และส่งเสริมการขายเพื่อประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์เงินฝากกองทุนทวีสุขไปสู่ตลาด

พนักงาน (People) หมายถึง พนักงานธนาคารที่ให้บริการและต้อนรับลูกค้าด้วยบริการที่มีคุณภาพโดยให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

กระบวนการ (Process) หมายถึงขั้นตอนในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของการฝากเงินตามโครงการ ที่ธนาคารต้องดำเนินการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง

ระยะเวลาการฝากเงิน หมายถึง ระยะเวลาที่เกษตรกรผู้ฝากจะต้องฝากตามระยะเวลาที่กำหนดตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข

การฝากเงินอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การฝากเงินอย่างสม่ำเสมอทุกปีตลอดระยะเวลาการฝากเงินตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข

ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงิน หมายถึง สิ่งที่ทำให้เกษตรกรลูกค้าฝากเงินอย่างต่อเนื่องตลอดโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข เช่น ผลตอบแทน อัตราดอกเบี้ยสวัสดิการ ระยะเวลาในการฝากช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ คุณภาพการให้บริการ

สวัสดิการ หมายถึง ผลประโยชน์ที่ เกษตรกรลูกค้าผู้ฝากเงินตามโครงการกองทุนทวีสุขจะได้รับจากธนาคาร เช่น ความคุ้มครองการเสียชีวิต การรับเงินรับขวัญบุตร คุ้มครองการเสียชีวิตและทุพลภาพกรณีประสบอุบัติเหตุ รับเงินช่วยเหลือค่ารักษาพยาบาล และสามารถนำเงินฝากเป็นประกันเงินกู้ได้

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้ฝากเงินลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย อ.แม่สาย จ.เชียงราย ต่อผลิตภัณฑ์เงินฝากกองทุนทวีสุข ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสารทางวิชาการเพื่อศึกษาแนวคิดรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)
2. ผลิตภัณฑ์เงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข
3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
4. กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
5. แนวคิดทฤษฎีการออมและการลงทุน
6. โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย
9. สมมติฐานการวิจัย

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

การจัดตั้งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ไว้เมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2509 โดยรัฐบาลในขณะนั้นได้กำหนดเหตุผลในการจัดตั้ง ธ.ก.ส. คือ “ในการส่งเสริมพัฒนาการเกษตรของประเทศจำเป็นต้องจัดให้ความช่วยเหลือทางการเงินอันเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งเพื่อเกษตรกรสามารถเพิ่มผลผลิตและรายได้การเกษตร การให้ความช่วยเหลือเช่นนั้น ควรจัดขยายออกไปอย่างกว้างขวางทั้งในด้านเกษตรกรโดยตรงและในด้านกลุ่มเกษตรกรกับสหกรณ์การเกษตร การดำเนินงานให้ความช่วยเหลือทางการเงินในด้านต่าง ๆ เหล่านี้ควรอยู่ภายใต้การควบคุมเป็นระบบเดียวกันเพื่อให้ได้ผลมั่นคงและสะดวกในการจัดหาเงินทุนเพิ่มเติม” ทั้งนี้ ธ.ก.ส. ได้เริ่มเปิดดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2509 เป็นต้นมา

ในการนี้ ธ.ก.ส. ในฐานะเป็น รัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง ซึ่งเป็นกลไกสำคัญของรัฐในการกระจายทุนไปสู่ภาคเกษตรกรรมและได้ปรับบทบาทไปสู่การเป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาชนบทตามพระราชบัญญัติที่ได้รับการแก้ไขใหม่ จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์การดำเนินงาน เป็นธนาคารพัฒนาชนบทที่มั่นคง มีการจัดการที่ทันสมัย มุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อย เคียงคู่ รู้ค่า ประชาชน โดยมีการดำเนินงานตามพันธกิจ 4 ข้อดังต่อไปนี้

1. การจัดหาแหล่งเงินให้เพียงพอสำหรับภารกิจของธนาคารโดยมีต้นทุนที่เหมาะสมและดูแลบริหารเงินอย่างมีเสถียรภาพ
2. พัฒนาและให้บริการที่จะส่งเสริมให้เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
3. ให้บริการสินเชื่อโดยให้โอกาสและดูแลเกษตรกรให้สามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. พัฒนาบริการที่เกษตรกรต้องใช้ให้ใหม่และเพิ่มจุดบริการที่เข้าถึงได้ง่าย โดยไม่เพิ่มภาระทางการเงินของเกษตรกรจนเกินสมควร

จากการประเมินสถานการณ์ ธ.ก.ส. ที่มีจุดแข็งในด้านการให้บริการเข้าถึงเกษตรกรและเป็นผู้นำในการให้บริการสินเชื่อเกษตรกร ขณะเดียวกัน ธ.ก.ส. ก็คำนึงถึงข้อจำกัดในการแข่งขันและการให้บริการที่แตกต่างจากสถาบันการเงินอื่น ดังนั้น จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานทั้งสิ้น 15 ยุทธศาสตร์ตามพันธกิจได้แก่

ยุทธศาสตร์ตามพันธกิจที่ 1 ประกอบด้วย

1. ส่งเสริมเงินออมภาคประชาชนด้วยการเข้าถึง
2. ขยายฐานเงินฝากภาครัฐในท้องถิ่นด้วยความสัมพันธ์ที่ดี
3. เพิ่มเงื่อนไขการออมไว้กับสินเชื่อบางประเภท
4. พิจารณาความเหมาะสมของการใช้แหล่งเงินทุนอื่น
5. บริหารเงินส่วนที่เหลืออย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้เครื่องมือทางการเงินสมัยใหม่

ยุทธศาสตร์ตามพันธกิจที่ 2 ประกอบด้วย

1. จัดระบบการออมที่เป็นสวัสดิการเพื่อการดำรงชีพในวัยสูงอายุของเกษตรกร
2. เป็นหน้าที่ของพนักงานที่จะให้ความรู้แก่เกษตรกรในเรื่องที่กระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม

3. เข้าร่วมในการทำแผนชุมชนของท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์ตามพันธกิจที่ 3 ประกอบด้วย

1. สนับสนุนสินเชื่อเกษตรกรในผลิตภัณฑ์ที่มีอนาคต และระมัดระวังการให้สินเชื่อในผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหาการตลาดโดคำนึงถึงเขตเกษตรเศรษฐกิจ (Agro-Economic Zone)

2. สร้างบริการสินเชื่ออาชีพอื่นเพื่อเปิดโอกาสให้คนในชนบททำอาชีพใหม่ได้(Non Agriculture Credit)

3. มีบริการติดตามดูแลการใช้สินเชื่อให้เป็นไปอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ

4. มีบริการด้านข้อมูลให้คำปรึกษาด้านวิชาการเกษตรและความรู้พื้นฐานด้านสัญญาตามกฎหมาย

ยุทธศาสตร์ตามพันธกิจที่ 4 ประกอบด้วย

1. ใช้เทคโนโลยีเข้าช่วยในการพัฒนา และนำเสนอบริการใหม่

2. รักษาวัฒนธรรมในการให้บริการที่ดี

3. เพิ่มจุดบริการลักษณะใหม่เพื่อเข้าถึงชุมชนให้มากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตร

2. ประกอบธุรกิจอื่นอันเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม

3. ดำเนินงานเป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาชนบทโดยให้ความช่วยเหลือทางการเงินหรือการบริหารจัดการแก่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้าน หรือชุมชน เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต

4. ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์เพื่อใช้ดำเนินงานภายใต้ขอบเขตวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสหกรณ์ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2550)

ผลิตภัณฑ์เงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข

กองทุนทวีสุข จัดตั้งขึ้นมาภายใต้นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการออมเงินของประชาชนในเขตชนบทเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากซึ่งจะเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี มีความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยจุดประสงค์ของกองทุนทวีสุขก็คือ การส่งเสริมให้เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.ที่ขึ้นทะเบียนเงินกู้ไว้แล้ว และมีอายุตั้งแต่ 20-55 ปี รู้จักการออมเงินไว้ใช้และเป็นสวัสดิการแก่ตนเองและสำหรับครอบครัวเมื่อเข้าสู่วัยชรา และเป็นทุนในการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้มาจุนเจือในครัวเรือน โดยเมื่อเป็นสมาชิกครบ 1 ปี สามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบการออมได้ รวมทั้งเป็นการสานสายใยที่ดีระหว่างธนาคารกับเกษตรกรและครอบครัว ซึ่งจะช่วยให้สามารถรักษาลูกค้าที่ดีไว้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธนาคาร โดยมีรูปแบบและเงื่อนไขการฝากเงินดังนี้

ตาราง 1 แสดงรูปแบบการออมเงินตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข

รูปแบบการออม	รายเดือนครั้งละ	ราย 3 เดือนครั้งละ	รายปีครั้งละ
ออมปีละ 1,200 บาท	100	300	1,200
ออมปีละ 6,000 บาท	500	1,500	6,000
ออมปีละ 12,000 บาท	1,000	3,000	12,000

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2552: ระบบออนไลน์)

โดยระยะเวลาที่ฝากเงินตามโครงการและสวัสดิการที่ธนาคารจัดให้กับลูกค้ากองทุนทวีสุขมีวงเงินคุ้มครองจำนวน 50,000 บาท 70,000 บาท และ 100,000 บาท โดยมีสวัสดิการดังนี้

ตาราง 2 แสดงสวัสดิการที่ได้รับในปีที่ฝากเงิน

ปีที่	สวัสดิการ				
1	เพิ่มความคุ้มครองการเสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุที่เกิดจากการขับขี่ การโดยสาร หรือการถูกลอบทำร้ายและการฆาตกรรม				
2	เพิ่มความคุ้มครองการเสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุที่เกิดจากการขับขี่ การโดยสาร หรือการถูกลอบทำร้ายและการฆาตกรรม	เงินรับขวัญบุตรแรกเกิด คนละ 500 บาท ไม่เกิน 2 คน			
3	เพิ่มความคุ้มครองการเสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุที่เกิดจากการขับขี่ การโดยสาร หรือการถูกลอบทำร้ายและการฆาตกรรม	เงินรับขวัญบุตรแรกเกิด คนละ 500 บาท ไม่เกิน 2 คน	คุ้มครองการเสียชีวิตหรือทุพลภาพถาวรด้วยอุบัติเหตุ เงินช่วยเหลือกรณีเสียชีวิตด้วยโรคภัยไข้เจ็บ		
4	เพิ่มความคุ้มครองการเสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุที่เกิดจากการขับขี่ การโดยสาร หรือการถูกลอบทำร้ายและการฆาตกรรม	เงินรับขวัญบุตรแรกเกิด คนละ 500 บาท ไม่เกิน 2 คน	คุ้มครองการเสียชีวิตหรือทุพลภาพถาวรด้วยอุบัติเหตุ เงินช่วยเหลือกรณีเสียชีวิตด้วยโรคภัยไข้เจ็บ	ได้รับเงินชดเชยกรณีเกิดอุบัติเหตุและเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล	
5	เพิ่มความคุ้มครองการเสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุที่เกิดจากการขับขี่ การโดยสาร หรือการถูกลอบทำร้ายและการฆาตกรรม	เงินรับขวัญบุตรแรกเกิด คนละ 500 บาท ไม่เกิน 2 คน	คุ้มครองการเสียชีวิตหรือทุพลภาพถาวรด้วยอุบัติเหตุ เงินช่วยเหลือกรณีเสียชีวิตด้วยโรคภัยไข้เจ็บ	ได้รับเงินชดเชยกรณีเกิดอุบัติเหตุและเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล	ใช้เงินออมเป็นหลักประกันขอกู้เงินจาก ธ.ก.ส. ได้ไม่เกินร้อยละ 30

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2552: ระบบออนไลน์)

การวิเคราะห์จุดแข็ง/จุดอ่อน (SWOT analysis) ของเงินฝากกองทุนทวีสุข

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2550) ได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของเงินฝากกองทุนทวีสุข มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

จุดแข็ง(Strength):

1. ธ.ก.ส. เป็นธนาคารของรัฐบาลที่ก่อตั้งมานาน มีความมั่นคง และน่าเชื่อถือ นอกจากนั้นยังมีความผูกพันกับเกษตรกรไทยมานานด้วย จึงเป็นที่ไว้วางใจในการที่มาฝากเงินตามโครงการ
2. การที่ ธ.ก.ส. ได้รับการยอมรับว่าเป็นธนาคารเพื่อการพัฒนาชนบท อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเกษตรกรลูกค้า ทำให้การดำเนินงานโครงการกองทุนทวีสุขสะดวกขึ้น
3. การที่กองทุนทวีสุขถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเกษตรกรลูกค้าโดยเฉพาะ ทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความสามารถทางการเงินของเกษตรกรลูกค้าได้เป็นอย่างดี
4. กองทุนทวีสุขช่วยขยายฐานแหล่งเงินทุนให้กับธนาคาร และ ธ.ก.ส. มีสาขามากมายทุกพื้นที่

จุดอ่อน (Weakness):

1. การกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะสมัครสมาชิกกองทุน ทำให้จำกัดสิทธิ์ของกลุ่มเป้าหมายบางส่วนลง
2. กลุ่มเป้าหมายบางส่วนยังมองว่า เงื่อนไขและผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการมีความน่าสนใจไม่มากพอ
3. จุดให้บริการยังมีน้อย ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายหรือครอบคลุมพื้นที่ให้บริการได้อย่างทั่วถึง
4. การขาดความพร้อมด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการเช่นตู้ ATM , ระบบจัดการฐานข้อมูลลูกค้า(Knowledge management) เป็นต้น

โอกาส (Opportunity):

1. ภาครัฐมีการส่งเสริมการออมเงินภาคประชาชนและระบบสวัสดิการในระดับท้องถิ่น

2. เกษตรกรลูกค้าผู้มีรายได้น้อยบางกลุ่มไม่มีกำลังพอที่จะเข้าถึงบริการทางการาเงินของสถาบันการเงินอื่น ๆ ได้เนื่องจากติดข้อจำกัดด้านเงื่อนไขบางประการ เช่น จำนวนเงินขั้นต่ำในการฝากเงิน เป็นต้น

อุปสรรค (Threat):

1. ปัญหาหนี้สิน ความยากจน และความไม่แน่นอนของรายได้จากการเกษตรของเกษตรกรลูกค้า

2. การขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนการเงินและการจัดทำระบบบัญชี

3. เกษตรกรลูกค้ายังมีทางเลือกของปริการด้านเงินฝากอื่น ๆ เช่น กลุ่มองค์กรการเงินชุมชนต่าง ๆ หรือกองทุนหมู่บ้านของรัฐบาล เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดคือ เครื่องมือทางการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย คือการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ 4 ตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541: 33)

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ ได้ชื่อว่าเป็นตัวแทนของบริษัทที่สำคัญที่สุด และเห็นได้ง่ายที่สุดในบรรดาตัวแปรทั้ง 4 ที่ประกอบกันเข้าเป็นส่วนประกอบเข้าเป็นส่วนประสมทางการตลาดเพราะผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่มีโอกาสได้สัมผัสกับผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด และเป็นเวลานานกว่าตัวแปรอื่น ๆ ตราบเท่าที่ยังถูกบริโภคอยู่ ถ้าผลิตภัณฑ์ไม่สามารถสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภค หรือไม่สามารถตอบสนองต่อตลาดจึงมีความจำเป็นต้องให้ตรงกับความอยากได้ และความต้องการของผู้บริโภค

ซึ่งจะต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับหลักการตลาด และแนวความคิดผลิตภัณฑ์เป็นผู้รับผิดชอบมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ไว้ แต่ในที่นี้ขอยกมาเพียง 2 ท่านดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 8) ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ว่า หมายถึง สิ่งที่สามารถสนองความจำเป็นของมนุษย์ได้ ผลิตภัณฑ์อาจมีคุณสมบัติที่สัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ ความภาคภูมิใจของผู้ผลิตและผู้ขาย ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วัสดุ อุปกรณ์ บริการ กิจกรรม บุคคล สถานที่ องค์การ หรือความคิด

Kotler (1988: 445) ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ว่า หมายถึง อะไรบางอย่างที่สามารถนำเสนอต่อตลาด เพื่อเรียกความสนใจ เรียกให้มีการซื้อ การใช้ หรือการบริโภค ซึ่งอาจสร้างความพอใจให้แก่ความอยากได้ หรือความต้องการของตลาด

นอกจากนั้น ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทต่าง ๆ นำเสนอต่อตลาดจำนวนมากมายนั้น มีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้ (สุปัญญา ไชยชาญ, 2543: 186-187)

1. หัวใจผลิตภัณฑ์ หมายถึง ประโยชน์ หรือบริการที่ลูกค้าอยากได้ และอยากซื้อจริง ๆ เช่น หัวใจผลิตภัณฑ์ของโรงแรม ได้แก่ การพักผ่อนนอนหลับ หัวใจผลิตภัณฑ์ของภาพยนตร์ ได้แก่ ความบันเทิง เป็นต้น

2. ผลิตภัณฑ์สามัญ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ และการกระทำของบุคคลที่ให้ประโยชน์หรือบริการแก่ลูกค้า เช่น โรงแรมจะต้องมีอาคาร มีห้องไว้ให้เช่าพัก เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง หมายถึง คุณลักษณะ และสภาพขั้นต่ำของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวังว่าต้องมีให้ และเห็นด้วยว่าดีถ้าผลิตภัณฑ์มีให้ เช่น แขกของโรงแรมย่อมคาดหวังในห้องที่เช่าพักจะมีเตียงที่สะอาด มีตู้เสื้อผ้า มีโทรทัศน์ มีสบู่ ผ้าเช็ดตัว และมีความสงบ เป็นต้น

4. ส่วนเพิ่มผลิตภัณฑ์ หมายถึง ประโยชน์หรือบริการที่ผู้ขายมอบเพิ่มเติมให้แก่ลูกค้า แม้จะไม่มอบให้ก็ไม่ทำให้หัวใจผลิตภัณฑ์นั้นเสียไป เช่น กรณีโรงแรม การจัดให้มีโทรทัศน์ แจกันดอกไม้ ตู้เย็น กระบวนการลงทะเบียนเข้าพัก และออกไปอย่างรวดเร็ว ถือได้ว่าเป็นส่วนเพิ่มของผลิตภัณฑ์ แม้จะไม่มีก็ไม่ทำให้การพักผ่อนนอนหลับอันเป็นหัวใจของผลิตภัณฑ์เสื่อมสลายไป นักการตลาดที่นำเอาส่วนเพิ่มผลิตภัณฑ์มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการทำกิจกรรมการตลาดควรทราบไว้ด้วยว่า หนึ่ง- ส่วนเพิ่มผลิตภัณฑ์ทุกรายการล้วนมีต้นทุนทั้งสิ้น นักการตลาดจึงต้องมั่นใจว่าลูกค้าจะชำระราคาที่สูงขึ้นเพื่อให้คุ้มทุนที่เพิ่มขึ้น สอง- ขณะที่เราต้องเพิ่มราคาเพื่อให้คุ้มทุนที่เพิ่มขึ้น คู่แข่งขันอาจใช้กลยุทธ์ลดส่วนเพิ่มผลิตภัณฑ์ของเขา แล้วกำหนดราคาให้ต่ำกว่าเราได้

สาม-ส่วนเพิ่มผลิตภัณฑ์รายการที่เพิ่มให้แก่ลูกค้า ในไม่ช้าลูกค้าจะเกิดความเคยชินว่าจะต้องมีจนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังไปในที่สุด

5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ในอันที่จะถูกเพิ่มเติมหรือแปรรูปใหม่ได้ในอนาคต ทั้งนี้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้ตลอดเวลา และสามารถสร้างความแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งขันได้

ราคา (Price)

ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตรา เป็นองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดรายได้กับกิจการ โดยราคาจะถูกกำหนดจากมูลค่าของสินค้านั้น ราคาจึงเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดการซื้อขาย ถ้าผู้ซื้อและผู้ขายกำหนดมูลค่าสินค้าใกล้เคียงกัน การซื้อขายก็จะเกิดขึ้น ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะต้องกำหนดราคาให้เหมาะสมเพื่อความอยู่รอดของกิจการ

เมื่อผู้บริโภคยอมรับในราคาของสินค้าหรือบริการ ย่อมทำให้สินค้าและบริการขายได้ดี ทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงและมีกำไร ขณะเดียวกันธุรกิจก็เป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจ เมื่อธุรกิจมีผลการดำเนินงานดีย่อมทำให้ระบบเศรษฐกิจ โดยส่วนรวมมีผลดีขึ้นด้วย ความสำคัญของราคามีบทบาทที่สำคัญต่อธุรกิจดังนี้ (สราวุธ เดชารัตน์, 2541: 9-10)

1. ราคามีผลต่อการอยู่รอดต่อธุรกิจ เนื่องจากราคาเป็นตัวกำหนดปริมาณความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้าของธุรกิจ การตั้งราคาที่เหมาะสมจะทำให้สินค้าขายได้มาก เกิดรายได้สูงและมีแนวโน้มที่จะให้เกิดกำไรสูงด้วย ซึ่งจะทำให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้

2. ราคามีผลกระทบต่อโปรแกรมทางการตลาด กล่าวคือ การที่ผลิตภัณฑ์คุณภาพดีเป็นที่ยอมรับของตลาดหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการตั้งราคาที่จะทำให้ผู้บริโภคยอมรับระดับราคานั้น

3. ราคาประกอบด้วยต้นทุนพวกค่าใช้จ่ายและกำไรที่ต้องการ ฉะนั้น เมื่อต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายมีการเปลี่ยนแปลงไป จะมีผลกระทบต่อกำไรและราคาของผลิตภัณฑ์ด้วยในการกำหนดราคาเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค กิจการจำเป็นต้องศึกษาปัจจัย และวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา แล้วจึงนำข้อมูลดังกล่าวไปกำหนดนโยบาย วิธีการ และกลยุทธ์ในการกำหนดราคา ทั้งนี้เพื่อทำให้กิจการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการกำหนดราคาจำแนกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

ปัจจัยภายในกิจการ

ปัจจัยภายในกิจการ แบ่งออกเป็นวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา เป็นแนวทางที่กิจการจะใช้การกำหนดนโยบายราคา กลยุทธ์ราคา และวิธีการกำหนดราคา วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาจะใช้เกณฑ์ต่าง ๆ ในการกำหนด ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาโดยถือกำไรเป็นเกณฑ์ โดยถือปริมาณเป็นเกณฑ์ และโดยถือการรักษาสถานภาพกิจการเป็นเกณฑ์ การเลือกใช้วัตถุประสงค์ใดจะต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับระยะเวลา หรือสินค้าชนิดนั้น ๆ ดังนั้น กิจการอาจจะกำหนดวัตถุประสงค์หลาย ๆ วัตถุประสงค์ในเวลาเดียวกันได้ หรืออาจจะมีการเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์ให้เหมาะสมกับเวลาใดเวลาหนึ่งก็ได้

การกำหนดอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับราคา ควรมีการกำหนดอำนาจการตัดสินใจให้ชัดเจนเพื่อผู้ปฏิบัติงานจะได้ทราบขอบเขตการตัดสินใจที่ตนจะปฏิบัติได้ การตัดสินใจเกี่ยวกับราคาจะแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

1. ผู้บริหารระดับสูง จะกำหนดเกี่ยวกับนโยบายราคา และกลยุทธ์ราคาของสินค้าโดยส่วนรวม

2. ผู้บริหารระดับกลาง และระดับล่าง จะกำหนดกลยุทธ์ราคาสินค้าแต่ละชนิด สำหรับนโยบายราคา ที่กิจการควรกำหนดเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเกี่ยวกับราคา ได้แก่

2.1 นโยบายราคาในส่วนที่เกี่ยวกับระดับราคาที่กิจการจะปฏิบัติแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ การตั้งราคาตามราคาตลาด เพื่อป้องกันการแข่งขันในเรื่องการลดราคา หรือที่เรียกว่าสงครามราคา (Price War) การตั้งราคาต่ำกว่าตลาด เพื่อที่จะได้ส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น และการตั้งราคาสูงกว่าตลาด เพื่อแสดงว่าสินค้ามีศักดิ์ศรี

2.2 นโยบายราคาในส่วนที่เกี่ยวกับการกำหนดราคา ซึ่งกิจการเลือกปฏิบัติได้ 2 ทาง คือ นโยบายราคาเดียว เป็นการคิดราคาสินค้ากับลูกค้าทุกรายเท่ากันถ้าลูกค้านั้นซื้อสินค้าชนิดเดียวกัน ปริมาณเท่ากัน เงื่อนไขการขายเหมือนกัน โดยไม่คำนึงถึงว่าลูกค้ารายนั้น ๆ เป็นใคร และนโยบายหลายราคา เป็นการคิดราคาสินค้ากับลูกค้าแต่ละรายไม่เท่ากัน แม้ว่าจะซื้อสินค้าชนิดเดียวกัน ปริมาณเท่ากันก็ตาม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของกิจการ ที่มีต่อลูกค้า เช่น ลูกค้าประจำ ลูกค้าจร เป็นต้น นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับสภาพการแข่งขัน และความสามารถในการเจรจาต่อรองของลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาดการกำหนดราคาจำเป็นต้องพิจารณากลยุทธ์ทางการตลาดและกำหนดราคาให้ประสานกับการผลิต การส่งเสริมการตลาด และการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย กิจการอาจจะกำหนดราคาสูงหรือต่ำก็ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ราคาของกิจการ แต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น ถ้ากิจการ

เปลี่ยนแปลงราคาโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงส่วนประสมทางการตลาดอื่น อาจจะทำให้กิจการไม่ประสบผลสำเร็จในการจำหน่าย

การทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่าง การที่กิจการสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่งขันได้จะทำให้กิจการมีอิสระในการกำหนดราคามากขึ้นหรือในกรณีที่ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างน้อยมาก กิจการก็ต้องพยายามทำให้ลูกค้ามีความเชื่อถือผลิตภัณฑ์มากขึ้น แต่ถ้ากิจการไม่สามารถปฏิบัติตามที่กล่าวแล้วได้ กิจการก็จะไม่มีอิสระในการกำหนดราคา จำเป็นต้องกำหนดราคาตามตลาดหรือต่ำกว่าตลาด

ต้นทุนสินค้าหรือบริการ ต้นทุนถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องพิจารณาในการกำหนดราคาแต่การกำหนดราคาไม่จำเป็นต้องกำหนดให้สูงกว่าต้นทุนรวมทุกครั้ง โดยเฉพาะการกำหนดราคาระยะสั้นเพื่อการแข่งขัน อาจจะกำหนดราคาให้สูงกว่าต้นทุนผันแปรได้เท่านั้น ในบางกิจการจะมีการกำหนดราคาก่อนที่จะทำการผลิตด้วย โดยก่อนทำการผลิตกิจการต้องกำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดผลิตภัณฑ์ รวมทั้งราคาที่ตลาดนั้นจะยอมรับ แล้วจึงมาทำการคำนวณต้นทุนโดยกำหนดให้ต้นทุนอยู่ในขอบเขตที่ต้องการ ทั้งนี้เพื่อให้ยอดขายและกำไรเป็นไปตามที่คาดหวัง

ปัจจัยภายนอกกิจการ

ปัจจัยภายนอกกิจการ แบ่งออกเป็นอุปสงค์ของสินค้า เป็นปัจจัยภายนอกกิจการที่มีความสำคัญในการกำหนดราคากิจการต้องศึกษาเส้นอุปสงค์ว่า ถ้าราคาเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละระดับจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ สินค้าอย่างไร อุปสงค์ถูกกำหนดจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ขนาดคู่แข่งขัน จำนวนคู่แข่งขัน ความแตกต่างหรือไม่ของผลิตภัณฑ์ รวมถึงความพอใจของผู้ซื้อในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคาที่เต็มใจจ่าย สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีส่วนกำหนดความยืดหยุ่นของอุปสงค์ด้วย ผู้ซื้อหมายถึง จำนวนผู้ซื้อในตลาดผู้บริโภคและตลาดองค์กร ในกรณีที่ผู้ซื้อมีหลายรายและแต่ละรายมีจำนวนซื้อไม่มาก ผู้ซื้อก็ไม่มีอิทธิพลในการกำหนดราคา แต่ถ้าซื้อมีจำนวนน้อยรายและแต่ละรายมีปริมาณซื้อมาก กิจการก็จำเป็นต้องพิจารณาอิทธิพลที่ผู้ซื้อจะมีในการกำหนดราคาด้วย

การแข่งขันในการตัดสินใจกำหนดราคากิจการจะต้องพิจารณาถึงภาวะการแข่งขันและความแข็งแกร่งของคู่แข่งขัน และถ้ากิจการมีการเปลี่ยนแปลงราคา คู่แข่งขันจะมีทางเลือกปฏิบัติอย่างไรได้บ้าง นอกจากพิจารณาคู่แข่งปัจจุบัน ยังต้องพิจารณาความเป็นไปได้ ความยากง่ายของการเกิดคู่แข่งขันรายใหม่ด้วย

ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องพิจารณาในการกำหนดราคา ถ้าผู้จำหน่ายวัตถุดิบเสนอราคาวัตถุดิบสูง ก็จะมีผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนของสินค้านั้น และจะทำให้

แนวโน้มราคาสูงขึ้นด้วย ดังนั้น ถ้ากิจการไม่สามารถเปลี่ยนแปลงราคาหรือผูกพันราคาขายกับผู้ซื้อแล้ว ก็ควรจะต้องมีการ ตกลงกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบเพื่อไม่ต้องซื้อวัตถุดิบในราคาที่สูงขึ้น

ผู้จัดจำหน่าย ในการตั้งราคาสินค้า กิจการต้องคำนึงถึงปฏิกิริยาที่จะเกิดจากผู้จัดจำหน่าย เพราะเป็นปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่อความคล่อง ในการที่สินค้าจะผ่านจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ถ้าการตั้งราคาเป็นที่ถูกใจผู้จัดจำหน่าย สินค้าก็มีโอกาสเกิดความคล่องตัวมากขึ้นการตั้งราคาที่ใช้สำหรับผู้จัดจำหน่ายมี 2 วิธี

1. กิจการตั้งราคาที่จะขายให้ผู้จัดจำหน่าย แล้วให้ผู้จัดจำหน่ายกำหนดราคาที่จะขายต่อให้ผู้บริโภคเอง วิธีนี้มีข้อดี คือ ผู้จัดจำหน่ายสามารถกำหนดราคาให้เหมาะสมกับสภาพการตลาด และกำหนดราคาให้คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายในการขาย แต่มีข้อเสีย คือ กิจการไม่สามารถควบคุมราคาสุดท้ายที่จำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคได้ อาจจะเป็นสาเหตุให้มีการขายตัดราคาระหว่างผู้จัดจำหน่าย

2. กิจการตั้งราคาที่จะให้ผู้จัดจำหน่ายขายให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้เป็นราคาที่แน่นอนสำหรับผู้บริโภค แล้วกิจการกำหนดส่วนแบ่งกำไรให้กับผู้จัดจำหน่าย การใช้วิธีนี้มีข้อดีคือ กิจการสามารถควบคุมราคาจำหน่ายต่อผู้บริโภคได้ ข้อเสีย คือ กิจการต้องตั้งส่วนแบ่งกำไรที่จูงใจให้กับผู้จัดจำหน่าย มิฉะนั้นจะไม่จูงใจให้ผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้กับกิจการ

สภาพเศรษฐกิจ การสำรวจสภาพเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดราคา เช่น ในขณะที่เศรษฐกิจรุ่งเรือง อุปสงค์ในสินค้าก็มีมาก การแข่งขันก็มากเช่นเดียวกันซึ่งในสภาพนี้กิจการต้องตั้งราคาเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด และเมื่อสภาพเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงกิจการจำเป็นต้องคาดคะเนสภาพเศรษฐกิจที่จะเป็นไปในอนาคต เพื่อจะได้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม ในกรณีที่คาดว่าจะเกิดภาวะเงินเฟ้อซึ่งทำให้สินค้าที่จำเป็นในการบริโภคมีราคาแพงกิจการก็อาจจะเตรียมลู่ทางนำสินค้าใหม่ที่สามารถทดแทนสินค้าเก่าได้ แต่มีราคาถูกกว่าออกสู่ตลาด ตัวอย่าง ในกรณีเนื้อหมูมีราคาแพง กิจการก็อาจผลิตสินค้าที่มีโปรตีนเช่นเดียวกับเนื้อหมู โดยใช้วัตถุดิบจากถั่วเหลือง เป็นต้น ในกรณีสภาวะฝืดเคือง กิจการก็อาจจะจำเป็นต้องลดราคาสินค้าเพื่อระบายสินค้าในคลัง และเพื่อรักษาระดับการผลิตให้เป็นไปในระดับที่ไม่ขาดทุน ทั้งนี้เพราะว่าในกิจการผลิตจะมีต้นทุนคงที่เกิดขึ้น ต้นทุนนั้นจะยังคงอยู่ไม่ว่ากิจการจะผลิตหรือไม่ก็ตาม เช่น ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร เงินเดือนของพนักงานประจำ ถ้ากิจการหยุดการผลิต ค่าใช้จ่ายส่วนนี้คือ ภาระของกิจการ กิจการจึงควรจะคงระดับการผลิตที่ทำให้ได้ใช้ประโยชน์จากค่าใช้จ่ายคงที่ดังกล่าว

รัฐบาลในฐานะที่จะต้องคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้น รัฐบาลจึงต้องให้ความสนใจในการตั้งราคาสินค้าของธุรกิจต่าง ๆ โดยสินค้าบางอย่างจะมีการกำหนดราคาสูงสุดไว้ตามประกาศ

พระราชบัญญัติป้องกันการค้ากำไรเกินควร เช่น ราคานมข้น ไม้ขีดไฟ รวมทั้งการกำหนดอัตราดอกเบี้ยตามกฎหมาย เป็นต้น

จริยธรรมทางธุรกิจ เป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดราคา แต่ก็มักจะมีปัญหาว่ากำหนดราคาอย่างไรจึงจะถือว่าผิดจริยธรรมทางธุรกิจ เพราะบางครั้งการกำหนดราคาสูงกิจการถือว่าเป็นกลยุทธ์ของกิจการ ดังนั้น จริยธรรมทางธุรกิจในการกำหนดราคาจึงพิจารณาจากความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและต่อสังคม นั่นคือ ถ้าผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าราคาแพงก็หมายความว่าผู้บริโภคต้องได้รับคุณภาพคุ้มกับราคาที่จ่าย

การจัดจำหน่าย (Place)

การจัดจำหน่าย เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ในส่วนประสมนี้เป็นการพิจารณาว่าสินค้าควรจะจัดจำหน่ายผ่านช่องทางคนกลางต่าง ๆ อย่างไร จึงจะเหมาะสม รวมทั้งพิจารณาว่าสินค้าควรจะมีการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้าในปริมาณที่เหมาะสม ใช้คลังสินค้าอย่างไร ในการจัดจำหน่ายจึงประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายตัวสินค้า นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่ายไว้ ซึ่งจะยกมากล่าวในที่นี้ 2 ท่าน ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 8) ให้ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่ายไว้ว่า หมายถึง กลุ่มของสถาบัน หรือบุคคล ที่ทำหน้าที่หรือกิจกรรมอันจะนำผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ ในส่วนนี้เป็นเรื่องพิจารณาว่าจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยผ่านคนกลางต่าง ๆ อย่างไร

อัจจิมา เศรษฐบุตร และ สายสวรรค์ วัฒนพานิช (2544: 173) ได้กล่าวถึง การตัดสินใจในรูปแบบของช่องทางการจัดจำหน่ายไว้ว่า การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น มีปัจจัยที่ควรพิจารณา คือ ลักษณะของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ คนกลาง คู่แข่งขัน บริษัท และสภาพแวดล้อม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ลักษณะของผู้บริโภค ลักษณะของผู้บริโภคมีอิทธิพลมากต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ถ้าจำนวนลูกค้ามีมาก ผู้ผลิตมีแนวโน้มที่ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายหลายระดับ โดยแต่ละระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายมีจำนวนลูกค้าหลาย ๆ คน

2. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ก็มีอิทธิพลต่อการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย สินค้าที่เน่าเปื่อยง่ายมักต้องอาศัยช่องทางอย่างตรงเพราะความเสียหายอาจ

เกิดขึ้นได้ถ้ามีความช้าในการจัดส่ง สินค้าที่มีน้ำหนักมาก ๆ ก็ต้องมีวิธีการส่งที่ย่นระยะทางขนส่ง สินค้าที่มีมูลค่าสูงต้องอาศัยกำลังขายของบริษัทเองมากกว่าการขายผ่านคนกลาง

3. ลักษณะคนกลาง การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายต้องคำนึงถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของคนกลางชนิดต่าง ๆ ที่จะรับผิดชอบในการเคลื่อนย้ายสินค้า

4. ลักษณะของคู่แข่งขัน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่คู่แข่งขันใช้มีอิทธิพลต่อการออกแบบช่องทางของกิจการด้วย ผู้ผลิตทางอุตสาหกรรมต้องการให้สินค้าของตนสามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันก็อาจใช้ช่องทางเดียวกับคู่แข่งขัน แต่ถ้าไม่ต้องการที่จะแข่งขันก็ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบอื่น

5. ลักษณะของบริษัท ขนาดของบริษัทช่วยกำหนดขนาดของตลาด ขนาดของลูกค้าความสามารถที่จะได้รับความร่วมมือจากคนกลางที่เลือก ฐานะทางการเงินที่มั่นคงจะกำหนดหน้าที่ของการตลาดที่บริษัทสามารถกระทำได้ และหน้าที่ใดที่จะให้คนกลางรับผิดชอบ

6. ลักษณะของสภาพแวดล้อม เมื่อระบบเศรษฐกิจฝืดเคือง ผู้ผลิตต้องการเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่ตลาดด้วยวิธีที่ถูกที่สุด ซึ่งหมายถึงว่าต้องใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สั้นกว่าและตัดการบริการที่ไม่จำเป็นออกไปเพื่อลดต้นทุนให้ต่ำลงอันจะเป็นผลทำให้ราคาสินค้าลดลงด้วย

การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อที่มีศักยภาพเพื่อสร้างให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารในแบบต่าง ๆ นั้นอาจใช้บุคคลและไม่ใช่บุคคลก็ได้

สุปัญญา ไชยชาญ (2543: 306) ให้ความหมายของการส่งเสริมการตลาดว่า หมายถึงการสื่อข่าวสารทุกรูปแบบที่นักการตลาดนำมาใช้เพื่อแจ้งข่าวสาร ชักชวน หรือเตือนความจำผู้บริโภคให้ทราบ ให้ซื้อ ให้ไม่ลืมสินค้าหรือบริการของบริษัท ตลอดจนจินตภาพ เจตภาพ และกิจกรรมที่บริษัททำเพื่อประโยชน์ส่วนรวมของชุมชนหรือสังคม การสื่อข่าวสารนี้เรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการสื่อสารการตลาด

พิบูล ทีปะปาล (2545: 7) ให้ความหมายของการส่งเสริมการตลาดว่า หมายถึง การติดต่อข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อที่คาดหวังหรือกับผู้อื่น โดยผ่านช่องทางการสื่อสารเพื่อให้มีอิทธิพลจูงใจทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับข่าวสารให้เป็นไปตามที่มุ่งหวัง

นอกจากนี้ พิบูล ทีปะปาล (2545: 9-15) ได้กล่าวถึง การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดไปยังบุคคลหลายฝ่าย เพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาด เช่น ผู้บริโภค คนกลาง และ

สาธารณชนทั่วไป การใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ ไม่สามารถใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงวิธีเดียว แต่จำเป็นต้องใช้เครื่องมือหลาย ๆอย่างร่วมกันเครื่องมือสื่อสารการตลาดทั้งหมด รวมเรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ซึ่งประกอบด้วย เครื่องมือสำคัญ 5 อย่าง ดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) เนื่องจากการโฆษณาสามารถกระทำได้มากมายหลายวิธีและหลายรูปแบบ จึงเป็นการยากที่จะกล่าวถึงลักษณะทั่วไปของการโฆษณาที่ครอบคลุมทุกรูปแบบได้ แต่อย่างไรก็ตามก็พอจะกล่าวถึงลักษณะสำคัญบางประการได้ดังนี้

1.1การโฆษณา เป็นการเสนอข่าวสารต่อสาธารณชน การโฆษณาเป็นวิธีการส่งเสริมการตลาดที่นิยมใช้กันมากที่สุด และด้วยเหตุที่เป็นการเสนอข่าวสารต่อสารธารณชนหรือมวลชนจำนวนมาก จึงมีกฎหมายเข้ามาควบคุมกำกับ ดังนั้นการโฆษณาสินค้าและบริการจึงต้องปฏิบัติตามกฎหมายและการเสนอข่าวสารจะต้องอยู่ในระเบียบแบบแผนตามมาตรฐานที่กำหนด

1.2 การโฆษณา เป็นการเผยแพร่ การโฆษณาเป็นการกระจายข่าวสารที่ครอบคลุมไปทั่วและกว้างไกลผู้ขายหรือผู้ทำโฆษณาสามารถกระทำซ้ำได้หลาย ๆ ครั้ง แม้กระจายข่าวสารเข้าถึงผู้รับในครั้งแรกไม่มาก แต่การส่งกระจายข่าวสารซ้ำหลาย ๆ ครั้ง ก็จะทำให้ถึงผู้รับจำนวนมากได้ และ ทั้งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อหรือผู้รับข่าวสารสามารถเปรียบเทียบข่าวสารจากคู่แข่งหลาย ๆ รายได้ในเวลาเดียวกัน การโฆษณาที่มีขนาดใหญ่จะเป็นเครื่องชี้แสดงถึงขนาดของบริษัทความนิยมและความสำเร็จของบริษัทในสายตาของลูกค้า การโฆษณาที่เข้าถึงผู้รับมากกว่าจึงย่อมได้เปรียบมากกว่า

1.3 การโฆษณา เป็นการแสดงความคิดออกมาได้อย่างกว้างขวาง การโฆษณาเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ทำโฆษณาสามารถใช้เทคนิค และศิลปะสร้างสรรค์บทโฆษณาด้วยการใช้ภาพ แสง สี เสียง หรือการพิมพ์ได้อย่างเต็มที่ เพื่อโฆษณาบริษัท หรือผลิตภัณฑ์ของตน แต่สิ่งที่ต้องระวังก็คือว่าบางครั้งการใช้เทคนิคและศิลปะมากจนเกินไป อาจทำให้ผู้รับข่าวสารสนใจในศิลปะหรือเทคนิคการจัดทำมากกว่าข้อความที่ต้องการสื่อสารก็อาจเป็นได้

1.4 การโฆษณา เป็นการเสนอข่าวสารที่มิได้เป็นไปในรูปส่วนตัว เป็นการโฆษณาเป็นการส่งข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ตัวบุคคลจึงไม่เป็นการส่วนตัว เป็นการทางด้านเดียวจึงขาดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ไม่เหมือนกับการขายโดยบุคคลที่ผู้แทนขายของบริษัทสามารถพูดคุยโต้ตอบ แก้ไขปรับปรุงข้อความและควบคุมให้ผู้ซื้อสนใจในข่าวสารตามที่ต้องการได้ แต่การโฆษณาผู้บริโภคหรือผู้ซื้อจะไม่รู้สึกถูกบังคับให้ต้องสนใจฟังหรือต้องการตอบสนองใด ๆ เพราะการโฆษณาเป็นการพูดคนเดียว กับผู้รับข่าวสารไม่ใช่เป็นการสนทนา

เหมือนอย่างการขายโดยบุคคล การเสนอข่าวสารไม่ได้เจาะจงถึงบุคคลหนึ่งบุคคลใด โดยเฉพาะเพียงคนเดียว

2. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การส่งเสริมการขายเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้เพื่อกระตุ้นจูงใจผู้ซื้อในระยะสั้น โดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ เช่น การให้ของแถม ของแจก ส่วนลด คูปอง ฯลฯ แม้ว่าเครื่องมือต่าง ๆ เหล่านี้จะมีความหลากหลาย แต่ก็มีลักษณะเด่น 3 ประการคือ

2.1 การส่งเสริมการขาย เป็นการช่วยด้านการสื่อสารการส่งเสริมการขายด้วยการใช้เครื่องมือต่างๆ มีส่วนช่วยอย่างมากในการสร้างความสนใจให้กับผู้ซื้อ และนอกจากนั้นในเครื่องมือต่าง ๆ ที่นำมาใช้ปกติจะมีข้อความข่าวสารติดเอาไว้ด้วย ซึ่งเป็นการสื่อสารไปยังผู้บริโภคอันจะนำไปสู่ความสนใจผลิตภัณฑ์และตัดสินใจซื้อในที่สุด

2.2 การส่งเสริมการขาย เป็นการจูงใจ การส่งเสริมการขายจะมีลักษณะเป็นการเสนอบางสิ่งบางอย่างที่มีคุณค่าแก่ผู้บริโภค พร้อมที่จะมอบให้เป็นสิ่งจูงใจหรือล่อใจให้เกิดการซื้อ

2.3 การส่งเสริมการขาย เป็นการเชิญชวนให้เกิดการซื้อ การส่งเสริมการขายโดยปกติมักจะมีข้อความหรือสิ่งจูงใจบางอย่างที่เชื้อเชิญหรือจูงใจให้ตัดสินใจซื้อในทันที การส่งเสริมการขายจะใช้ได้ผลดีในการส่งเสริมให้เกิดการขายในระยะสั้น แต่จะใช้ไม่ได้ผลในการสร้างความชอบให้กับตราผลิตภัณฑ์ของบริษัทในระยะยาว

3. การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว (Public Relations and Publicity) การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวมีลักษณะอย่างน้อยที่สุด 3 ประการ ที่จะเป็นตัวดึงดูดใจให้นักการตลาดนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านการส่งเสริมการตลาดดังนี้คือ

3.1 การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว สามารถสร้างความเชื่อถือได้สูง การประชาสัมพันธ์เป็นการให้ข่าวสารหรือเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับบริษัทหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างค่านิยมหรือภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้นในความรู้สึกของลูกค้า ข่าวสารและเรื่องราวต่าง ๆ จะได้รับความเชื่อถือศรัทธาได้มากกว่าข้อความในชิ้นโฆษณา

3.2 การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว ให้ความรู้สึกสะดวกใจแก่ผู้รับการประชาสัมพันธ์สามารถส่งข่าวสารกระจายเข้าถึงลูกค้าที่คาดหวังได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งกลุ่มลูกค้าเหล่านี้จำนวนไม่น้อยอาจจะหาทางหลีกเลี่ยง ไม่อยากพบหาพนักงานขายหรือไม่อยากฟังอยากอ่านข้อความโฆษณาที่บริษัททำการโฆษณาก็ได้ ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปยังผู้ซื้อมีลักษณะเป็นข่าวมากกว่าที่จะเป็นข่าวสารเพื่อมุ่งเน้นการขายโดยตรง

3.3 การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว สามารถจัดทำได้หลายรูปแบบ การประชาสัมพันธ์เช่นเดียวกับการโฆษณาสามารถจัดทำเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัทและผลิตภัณฑ์ได้หลายรูปแบบ สุดแต่จะคิดสร้างสรรค์ขึ้นมา

4. การขายโดยบุคคล (Personal Selling) การขายโดยบุคคลเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ได้ผลดีที่สุดในบางขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในขั้นสร้างความชอบมากกว่า (Preference) ขั้นสร้างความมั่นใจ (Conviction) และขั้นตัดสินใจซื้อ (Action) เหตุผลสำคัญก็คือว่า การขายโดยบุคคลเมื่อเปรียบเทียบกับการโฆษณาแล้ว มีข้อดีเด่นอยู่ 3 ประการ ดังนี้คือ

5. การตลาดเจาะตรง (Direct Marketing) การตลาดเจาะตรงแม้ว่าจะมีหลายรูปแบบ เช่น จดหมายตรง (Direct Mail) การตลาดโดยใช้โทรศัพท์ (Telemarketing) การตลาดโดยใช้แคตตาล็อก (Catalog Marketing) และการตลาดโดยใช้อินเตอร์เน็ต (Internet Marketing) เป็นต้น แต่การตลาดเจาะตรงทุกรูปแบบมีลักษณะเด่นเป็นพิเศษร่วมกันอยู่ 4 อย่าง คือ

5.1 การตลาดเจาะตรง มีลักษณะเป็นส่วนตัว (Nonpublic) ข่าวสารต่าง ๆ ปกติจะถูกกำหนดเข้าถึงบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ

5.2 การตลาดเจาะตรง เข้าถึงลูกค้าเฉพาะราย (Customized) ข่าวสารต่าง ๆ จะจัดทำเพื่อให้สอดคล้องกับบุคคลที่กำหนดแต่ละรายไม่เหมือนกัน

5.3 การตลาดเจาะตรง มีลักษณะเป็นปัจจุบัน (Up-to-Date) ข่าวสารสามารถจัดเตรียมเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

5.4 การตลาดเจาะตรง สามารถโต้ตอบกันได้ (Interactive) ข่าวสารต่าง ๆ สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับการตอบรับของผู้รับข่าวสารทั้งสองฝ่าย

จากแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ได้มีการนำหลักการดังกล่าวมาประยุกต์ให้กับกระบวนการทางการตลาดเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจจนเป็นที่นิยมแพร่หลายอยู่ในปัจจุบัน

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

แต่เดิมธุรกิจบริการมีการใช้กลยุทธ์การตลาดล้าหลังกว่าบริษัทผู้ผลิตเนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดเล็ก หรือเป็นผู้ประกอบธุรกิจบริการทางวิชาชีพที่ไม่ใช้กลยุทธ์การตลาดหรือเป็นธุรกิจที่มีอุปสงค์ล้นเหลือหรือมีการแข่งขันน้อยมาก แต่ในปัจจุบันสิ่งเหล่านี้กำลังเปลี่ยนไป (อุไรวรรณ แย้มนิยม, 2551)

3 P's ที่เพิ่มขึ้น (three additional P's)

ส่วนประสมทางการตลาด 4P's แบบดั้งเดิมทำงานได้ดีกับสินค้าแต่ธุรกิจบริการต้องให้ความสนใจกับปัจจัยตัวอื่นเพิ่ม Booms และ Bitner แนะนำให้เพิ่มอีก 3 P's เพื่อใช้กับการตลาดบริการได้แก่ คน (people) เหตุการณ์ทางกายภาพ (physical evidence) และกระบวนการ (process) อดุลย์ จาตุรงคกุล (2549) ได้กล่าวในหนังสือ กลยุทธ์การตลาด โดยให้ความหมายของ 3 P's ที่เพิ่มขึ้นดังนี้

1. People (บุคคล) คุณสมบัติอย่างหนึ่งของบริการคือ ไม่สามารถแยกการผลิตภัณฑ์การบริโภค ไม่เหมือนกับการบริโภคสินค้าที่เป็นวัตถุทั้งหลาย บริการเป็นส่วนสำคัญที่ลูกค้าจะต้องพอใจ บริการต้องไม่เพียงแต่ได้รับ จัดให้ในเวลาที่ถูกต้องและสถานที่ที่ถูกต้องเท่านั้น แต่ต้องเป็นวิถีที่ถูกต้องด้วย ลูกค้ามีความสำคัญอย่างมากในการบรรลุถึงคุณภาพของบริการในระดับสูง

2. Process (กระบวนการ) ผู้ให้บริการต้องพิจารณาว่าจะให้บริการแก่ลูกค้าได้ดีเพียงใดจำเป็นต้องคิดระดับของการบริการตัวเองด้วย ลูกค้าบางรายนิยมเสริฟอาหารเองเพราะว่ารวดเร็วกว่าที่จะรอผู้อื่นมาให้บริการ บางครั้งต้องแลกกันระหว่างต้นทุนของการจ้างคนเพิ่มกับความยาวของคิว ความคล่องตัวของการโยกย้ายเจ้าหน้าที่เพื่อลดคิวในระยะเวลาเร่งด่วนอาจลดปัญหาความล่าช้าได้

3. Physical evidence (หลักฐานทางวัตถุ) สิ่งแวดล้อมที่การให้บริการและปัจจัยที่เกี่ยวกับการจับต้องได้อย่างใดที่อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติและการส่งมอบบริการความต้องการขบองการสร้างผลผลิตที่เป็นไปได้ อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เครื่องแบบในงานบริการที่ดูหรูหราซึ่งเป็นไปในลักษณะรูปธรรม

เพราะการให้บริการส่วนมากกระทำโดยคน (people) ดังนั้นการคัดเลือกการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานสามารถสร้างความแตกต่างในความพึงพอใจของลูกค้าอย่างใหญ่หลวง โดยหลักการพนักงานควรแสดงความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพบริการ มีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทันที มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถในการแก้ปัญหาและมีค่านิยมที่ดี บริษัทผู้ให้บริการ เช่น FedEx. และ Marriott ต่างมอบอำนาจการตัดสินใจให้พนักงานบริการระดับต้นสามารถใช้เงินได้ถึง 100 เหรียญ เพื่อแก้ปัญหาให้ลูกค้า (อุไรวรรณ แย้มนิยม, 2551)

บริษัทพยายามแสดงให้เห็นถึงคุณภาพการบริการผ่านทางเหตุการณ์ทางกายภาพ (physical evidence) และการนำเสนอ (presentation) โรงแรมจะพัฒนาสิ่งที่มองเห็นและรูปแบบ

การบริการลูกค้า โดยตระหนักถึงคุณค่าที่ลูกค้าเป้าหมายต้องการ ได้แก่ ความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นใดบางอย่าง สุดท้ายบริษัทผู้ให้บริการสามารถเลือกกระบวนการ (process) ส่งมอบบริการของตน ภัตตาคารพัฒนารูปแบบบริการที่แตกต่างกัน ได้แก่ รูปแบบคาเฟทีเรีย ฟาสต์ฟู้ด บุฟเฟต์และบริการภายใต้แสงเทียน เป็นต้น

การบริการแบบเผชิญหน้าได้รับผลกระทบจากหลายองค์ประกอบ พิจารณากรณีลูกค้าธนาคารเพื่อขอสินเชื่อ ลูกค้าผู้นี้มองเห็นลูกค้ารายอื่นกำลังรอรับบริการอย่างเดียวกับตนและรอรับบริการอื่นด้วย รวมทั้งมองเห็นสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ประกอบด้วยตัวอาคาร การตกแต่งภายใน อุปกรณ์เครื่องใช้ และเฟอร์นิเจอร์ เขาได้พบกับพนักงานธนาคารและทำธุรกรรมกุเงินกับพนักงานสินเชื่อโดยไม่สามารถมองเห็น “เบื้องหลัง (backroom)” กระบวนการทำงานและระบบการจัดองค์กรทั้งหมดที่สนับสนุนธุรกิจบริการที่สามารถมองเห็นได้ ดังนั้นผลลัพธ์ของการบริการคือลูกค้ายังคงมีความภักดีต่อผู้ให้บริการหรือไม่ ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้งหมด

จากความซับซ้อนดังกล่าว Christian Gronroos แย้งว่าการตลาดบริการไม่เพียงต้องการ การตลาดภายนอก (External Marketing) เท่านั้นแต่ยังต้องการการตลาดภายใน (Internal Marketing) และการตลาดปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing) การตลาดภายนอก (External Marketing) หมายถึง การทำงานปรกติเกี่ยวกับการเตรียมงาน การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดบริหารให้แก่ลูกค้า การตลาดภายใน (Internal Marketing) หมายถึงการทำงานเกี่ยวกับการฝึกอบรม และการจูงใจพนักงานเพื่อให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดี Berry แย้งว่าสิ่งสำคัญที่สุดที่แผนกการตลาดต้องกระทำ คือ “มีความแยบยลเป็นพิเศษที่จะทำให้ทุกคนในองค์กรทำการตลาด” การตลาดปฏิสัมพันธ์ (Interactive marketing) หมายถึงทักษะความชำนาญของพนักงานในการให้บริการลูกค้า เพราะลูกค้าจะประเมินคุณภาพบริการโดยพิจารณาไม่เพียงแต่คุณภาพด้านเทคนิค (technical quality) ของการบริการเท่านั้น (ตัวอย่างเช่น การผ่าตัดประสบความสำเร็จหรือไม่) แต่ประเมินคุณภาพด้านหน้าที่ (functional quality) ด้วย(ตัวอย่างเช่น ศัลยแพทย์แสดงความห่วงใยและสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นหรือไม่) ผู้ให้บริการจึงต้องส่งมอบทั้งสิ่งที่”สัมผัสได้ระดับสูง (high-touch)” พอ ๆ กับ “เทคโนโลยีระดับสูง (high-tech)”

โดยทั่วไปการบริการมีความเสี่ยงในการซื้อสูงเพราะการบริการต้องใช้คุณภาพด้านประสบการณ์และด้านความเชื่อถือสูง สิ่งนี้ทำให้เกิดผลตามมาหลายประการ ประการแรกผู้ซื้อบริการมักหาข้อมูลคำบอกเล่าจากปากต่อปากมากกว่าจากชิ้นงานโฆษณาประการที่สองผู้ซื้อพิจารณาคุณภาพการบริการจากราคา บุคลากร และสิ่งที่มองเห็นทางกายภาพ ประการที่สามผู้ซื้อบริการมีความภักดีสูงต่อผู้ให้บริการที่ทำให้ตนได้รับความพึงพอใจ

ธุรกิจบริการมีงาน 3 ประการได้แก่ การเพิ่มความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) คุณภาพการบริการ (Service quality) และผลิตภาพ (Productivity) ของตนให้มากขึ้น การอธิบายจะแยกแต่ละเรื่อง แม้ว่าสิ่งเหล่านี้จะมีความสัมพันธ์กัน

การจัดการความแตกต่างของการบริการ (Managing differentiation)

นักการตลาดด้านการบริการมักจะบ่นเกี่ยวกับความยากในการสร้างความแตกต่างให้กัลป์การบริการของตน การลดกฎเกณฑ์ของอุตสาหกรรมบริการหลักหลายประเภท เช่น การสื่อสาร การขนส่ง กิจการพลังงาน ธนาคาร ผลักดันให้เกิดการแข่งขันด้านราคาอย่างเข้มข้น ความสำเร็จจากการลดราคาค่าโดยสารของสายการบินแสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารหลายคนคำนึงถึงราคามากกว่าการบริการ Charles Schwab โบรกเกอร์ที่ประสบความสำเร็จจากการลดค่าบริการแสดงให้เห็นว่าลูกค้าจำนวนมากภักดีต่อบริษัทโบรกเกอร์ที่มีชื่อเสียงมั่นคงน้อยลง ถ้าทำให้เขาสามารถประหยัดเงินได้ ทั้งนี้เพราะลูกค้าเห็นว่าการบริการเหมือนกันหมดและสนใจตัวผู้ให้บริการน้อยกว่าราคา

อย่างไรก็ตามการบริการสามารถทำให้แตกต่างได้ ทางเลือกอื่นที่จะต่อสู้กับการแข่งขันด้านราคาคือการพัฒนาความแตกต่างในข้อเสนอ(offering) การส่งมอบ (delivery) และภาพลักษณ์ (image) ข้อเสนอ (OFFERING) รวมถึงข้อเสนอที่มีลักษณะนวัตกรรมใหม่ สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังคือการบริการขั้นปฐมภูมิรวมเป็นแพ็คเกจ (primary service package) ผู้ให้บริการสามารถเพิ่มรูปลักษณะการบริการขั้นทุติยภูมิ(secondary service features) เข้าไปในอุตสาหกรรมการบิน สายการบินต่าง ๆ เสนอรูปลักษณะการบริการขั้นทุติยภูมิ เช่น ภาพยนตร์ สินค้าปลอดภาษี โทรศัพท์ไปยังภาคพื้นดิน รางวัลสะสมไมล์ โรงแรม Marriott เตรียมห้องสำหรับนักเดินทางที่ต้องการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีเทคโนโลยีสูงร่วมกับ คอมพิวเตอร์ เครื่องโทรสาร และอีเมลล์ของตน

หลายบริษัทใช้เว็บไซต์เพื่อเสนอรูปลักษณะการบริการขั้นทุติยภูมิอย่างที่ไม่มีใครเคยทำมาก่อน บางครั้งบริษัทสร้างความแตกต่างโดยการขยายข้อเสนอของการบริการให้กว้างขึ้น สิ่งท้าทายที่สำคัญคือ ข้อเสนอบริการและนวัตกรรมส่วนใหญ่ถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย แต่บริษัทที่เสนอนวัตกรรมใหม่อย่างสม่ำเสมอยังคงประสบความสำเร็จจากความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขันชั่วคราว

การส่งมอบที่เร็วกว่าและดีกว่า (FASTER AND BETTER DELIVERY)

ธุรกิจบริการสามารถสร้างความแตกต่างให้ตนเองโดยการออกแบบระบบการส่งมอบบริการที่ดีกว่าและเร็วกว่า การสร้างความแตกต่างมี 3 ระดับดังนี้ ประการแรก ความน่าไว้วางใจ (reliability) ซัพพลายเออร์บางรายได้รับการไว้วางใจมากเรื่องส่งสินค้าตรงตามกำหนดเวลา สินค้าครบสมบูรณ์ตรงตามคำสั่งซื้อ และปฏิบัติตามเงื่อนไขวงจรการสั่งซื้ ประการที่สอง ความยืดหยุ่น (resilience) ซัพพลายเออร์บางรายจัดการได้ดีกับกรณีเร่งด่วน การคืนสินค้า และการตอบข้อซักถาม ประการที่สาม ความมีนวัตกรรม (innovativeness) ซัพพลายเออร์บางรายสร้างระบบสารสนเทศได้ดีกว่า ใช้ระบบบาร์โค้ด ใช้แท่นวางสินค้าสำหรับลากเก็บหรือลำเลียงแบบผสมผสาน และหาวิธีการต่าง ๆ ช่วยเหลือลูกค้าของตน

ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดจำหน่ายหลายคนกล่าวว่าบริษัทน่าจะทุ่มงบประมาณปรับปรุงปฏิบัติการส่งมอบมากกว่านำไปใช้กับการโฆษณา เขาเชื่อว่าปฏิบัติการบริการที่เหนือกว่าเป็นเครื่องมือสร้างความแตกต่างที่มีประสิทธิภาพมากกว่าการใช้จ่ายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ นอกจากนั้นคู่แข่งขันยังลอกเลียนระบบการจัดจำหน่ายที่เหนือกว่าได้ยากกว่าการลอกเลียนแบบการรณรงค์โฆษณา

การสร้างภาพลักษณ์ (IMAGE)

ธุรกิจบริการสามารถสร้างความแตกต่างผ่านทางสัญลักษณ์และการกำหนดตราสินค้า The Harris Bank of Chicago ใช้สิงโตเป็นสัญลักษณ์ของธนาคารพิมพ์ลงบนเครื่องเขียน ใช้ในการโฆษณา ทำเป็นตุ๊กตาสิงโตมอบให้ผู้เปิดบัญชีใหม่เป็นของที่ระลึก สิงโตของ Harris ยังแสดงถึงภาพลักษณ์ความแข็งแกร่งของธนาคารด้วย โรงพยาบาลหลายแห่งต่างบรรลุความสำเร็จเป็น “ตราสินค้าที่ยิ่งใหญ่ (mega brand)” มีชื่อเสียงในการรักษาโรคตามความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของตน เช่น Mayo Clinic, Massachusetts General และ Sloan Kettering ทำให้โรงพยาบาลเหล่านี้สามารถเปิดคลินิกให้บริการในเมืองอื่น ๆ และจูงใจผู้ป่วยให้มารับบริการเนื่องจากชื่อเสียงที่แข็งแกร่งในตราสินค้าของตน

American Express คือหนึ่งในธุรกิจบริการที่ตราสินค้ามีชื่อเสียงระดับสูง พัฒนาภาพลักษณ์ระหว่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ

การจัดการคุณภาพการบริการ (MANAGING SERVICE QUALITY)

คุณภาพการบริการของธุรกิจถูกทดสอบจากการเผชิญหน้าเพื่อรับบริการแต่ละครั้ง ถ้าพนักงานขาย ปลีกทำตัวน่าเบื่อหน่ายไม่สามารถตอบคำถามง่าย ๆ หรือไปหาเพื่อนร่วมงานปล่อยให้ลูกค้ารอ ลูกค้าจะคิดอีกครั้งว่าจะทำธุรกิจกับผู้ขายรายนั้นอีกหรือไม่

ลูกค้าสร้างความคาดหวังเกี่ยวกับการบริการจากประสบการณ์ในอดีต คำบอกเล่าจากปากต่อปาก และจากโฆษณา ลูกค้าจะเปรียบเทียบ "บริการที่เกิดจากการรับรู้ด้วยตนเอง กับบริการที่ตนคาดหวัง" ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าที่คาดหวังจะทำให้ลูกค้าผิดหวัง ถ้าบริการที่รับรู้ตรงกับหรือเกินกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าพร้อมจะใช้บริการจากผู้ให้บริการรายนั้นอีก

Perasuraman, Zenithal และ Berry (1985) สร้างโมเดลคุณภาพการบริการโดยเน้นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องทำเพื่อส่งมอบคุณภาพการบริการระดับสูง ช่องว่างที่เป็นสาเหตุทำให้การบริการไม่ประสบความสำเร็จ

1. ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับการรับรู้ของฝ่ายจัดการ ฝ่ายจัดการอาจรับรู้ความต้องการของลูกค้าไม่ถูกต้องเสมอไป ผู้บริหารโรงพยาบาลอาจคิดว่าผู้ป่วยต้องการอาหารที่ดีกว่า แต่ผู้ป่วยอาจไความสนใจกับการดูแลรับผิดชอบนของนางพยาบาลมากกว่า

2. ช่องว่างระหว่างการรับรู้ของฝ่ายจัดการกับข้อกำหนดคุณภาพการบริการ ฝ่ายจัดการอาจรับรู้ความต้องการของลูกค้าถูกต้อง แต่ไม่ได้กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานไว้ ผู้บริหารโรงพยาบาลอาจแจ้งนางพยาบาลให้บริการผู้ป่วยอย่างรวดเร็ว แต่ไม่ได้กำหนดเวลาว่าให้เร็วกี่นาที

3. ช่องว่างระหว่างข้อกำหนดคุณภาพการบริการและการส่งมอบบริการ บุคลากรอาจได้รับการฝึกอบรมไม่เพียงพอ หรือไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามข้อกำหนด หรือไม่เต็มใจปฏิบัติงานตามมาตรฐาน หรือถูกยึดติดด้วยมาตรฐานที่ขัดแย้งกัน เช่น ใช้เวลาฟังลูกค้านานแต่ต้องบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว

4. ช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการและการสื่อสารภายนอก ความคาดหวังของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับข่าวสารเกี่ยวกับบริการจากตัวแทนของบริษัทและชิ้นงานโฆษณา ถ้าโบชัวร์ของโรงพยาบาลแสดงให้เห็นห้องพักที่สวยงามแต่เมื่อคนไข้มาถึงแล้วพบว่าห้องพักสภาพราคาถูกและเก่า การสื่อสารภายนอกทำให้ความคาดหวังของลูกค้าผิดจากความเป็นจริง

5. ช่องว่างระหว่างการบริการที่รับรู้และการบริการที่คาดหวังช่องว่างนี้เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภครับรู้คุณภาพการบริการที่ได้รับผิดไปจากความเป็นจริงนายแพทย์ไปเยี่ยมคนไข้เพื่อแสดง

ความเอาใจใส่ คนไข้กลับตีความผิดคิดว่ามีบางสิ่งบางอย่างผิดปกติกับตนเองจริงๆ นายแพทย์ จึงมาดูอาการบ่อย

ผู้วิจัยกลุ่มเดียวกันพลว่ามีปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ 5 ชนิด เรียงตามลำดับความสำคัญดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ความสมารถในการให้บริการตามพันธะสัญญาอย่างถูกต้องและไว้วางใจได้

2. การตอบสนอง (Responsiveness) ความเต็มใจช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการโดยฉับพลัน

3. การสร้างความเชื่อมั่น (Assurance) พนักงานมีความรู้ อัธยาศัย และความสามารถในการทำงานด้วยความซื่อสัตย์และความเชื่อมั่น

4. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) การให้ความเอาใจใส่และสนใจดูแลและสนใจดูแลลูกค้าเป็นรายบุคคล

5. สิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) คุณลักษณะของสิ่งอำนวยประโยชน์ทางกายภาพ เครื่องมือ บุคลากร และวัสดุสื่อสารที่ปรากฏให้เห็น

การจัดการด้านผลิตผล (Managing productivity)

ธุรกิจบริการตกอยู่ภายใต้แรงกดดันอย่างมากให้รักษาต้นทุนให้ต่ำและเพิ่มผลิตผลให้สูงขึ้น วิธีปรับปรุงผลิตผลการบริการมีอยู่ 7 ประการ ดังนี้

1. ผู้ให้บริการทำงานอย่างมีทักษะความชำนาญสูงโดยบริษัทสามารถว่าจ้างและสนับสนุน ให้พนักงานของตนมีทักษะมากขึ้นโดยผ่านกระบวนการคัดเลือกและฝึกอบรมที่ดีกว่า

2. เพิ่มปริมาณบริการโดยยอมละเลยคุณภาพบางประการ นายแพทย์ที่ทำงานให้กับองค์กรเพื่อสุขภาพบางแห่ง เพิ่มจำนวนคนไข้มากขึ้นและใช้เวลาดูแลคนไข้แต่ละรายน้อยลง

3. ทำการบริการให้เป็นอุตสาหกรรม (Industrialize) โดยเพิ่มเครื่องมืออุปกรณ์และทำการผลิตที่เป็นมาตรฐาน Levitt ชี้ให้เห็นว่าบริษัทหลายแห่งนำ "ทัศนคติด้านการผลิตเชิงอุตสาหกรรม"ไปใช้ในการผลิตการบริการ เช่น สายการผลิตของ McDonald's ที่ใช้ในร้านจำหน่ายอาหารจานด่วน ได้รับความสำเร็จสูงสุดไหนด้านเทคโนโลยีการผลิตแฮมเบอร์เกอร์ (technological hamburger)

4. การประดิษฐ์คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อลดความจำเป็นสำหรับการบริการบางอย่างหรือทำให้การบงริการล้าสมัย เช่น เสื้อที่ซักแล้วใส่ ลดความต้องการบริการร้านซักรีด และยาปฏิชีวนะบางชนิดช่วยให้ผู้ป่วยวัณโรคลดความจำเป็นที่จะต้องไปอยู่สถานพักฟื้น

5. ออกแบบการบริการให้มีประสิทธิผลมากขึ้น คลินิกสำหรับผู้ต้องการเลิกสูบบุหรี่อาจลดความจำเป็นต้องใช้การบริการทางการแพทย์ซึ่งแพงมากในเวลาต่อมา การว่าจ้างผู้ช่วยนักกฎหมายช่วยลดความจำเป็นในการใช้นักกฎหมายมืออาชีพที่แพงกว่ามาก

6. เสนอสิ่งจูงใจแก่ลูกค้าให้ใช้แรงงานของเขาแทนแรงงานของบริษัท ธนาคารทำให้ลูกค้ากลายเป็นพนักงานเบิกจ่ายเงินด้วยตนเอง (teller) FedEx ทำให้ลูกค้ากลายเป็นพนักงานส่งของ

7. (shipper) สถานีบริการน้ำมันทำให้ลูกค้ากลายเป็นพนักงานเติมน้ำมัน(gas pumpers) และบริษัทโทรศัพท์ ทำให้ลูกค้ากลายเป็นพนักงานตอบรับโทรศัพท์ (operator)

การใช้ประโยชน์จากพลังของเทคโนโลยีเพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีกว่าและช่วยให้พนักงานบริการมีผลิตผลมากขึ้น บริษัทต่าง ๆ ให้อำนาจลูกค้าทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเองทางเว็บไซต์ช่วยลดภาระงานของบริษัททำให้ได้ข้อมูลที่มีคุณค่า และเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจของตน

การจัดการบริการเสริมผลิตภัณฑ์ (Managing product support services)

ก่อนหน้านั้นพิจารณาเฉพาะเรื่องอุตสาหกรรมการบริการ แต่ที่สำคัญไม่น้อยกว่ากันคือการบริการที่ต้องผูกติดมากับสินค้าอุตสาหกรรม ผู้ผลิตอุปกรณ์เครื่องจักรกล เช่น อุปกรณ์เครื่องใช้ขนาดเล็ก อุปกรณ์สำนักงาน รถแทรคเตอร์ คอมพิวเตอร์เมนเฟรม เครื่องบิน ทั้งหมดนี้ผู้ผลิตต้องจัดการให้มี “บริการเสริมผลิตภัณฑ์ (product support services)” ในความเป็นจริงบริการเสริมผลิตภัณฑ์กลายเป็นสมรภูมิสำคัญเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันบริษัทผลิตเครื่องจักรกลอย่างเช่น Caterpillar Tractor และ John Deere ทำกำไรมากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์จากบริการเสริม บนเวทีตลาดโลกบริษัทที่ผลิตสินค้าดีแต่มีการบริการเสริมผลิตภัณฑ์ในระดับท้องถิ่นที่ไม่ดีจะเสียเปรียบอย่างมาก เมื่อรถยนต์ Subaru เข้าไปในตลาดออสเตรเลียได้ทำสัญญาใช้เครือข่ายตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ Volkswagen ของออสเตรเลียเพื่อให้บริการอะไหล่และบริการซ่อมแซม ธุรกิจที่ให้บริการคุณภาพสูงจะมีภาระงานมากกว่าคู่แข่งขันที่เน้นการบริการน้อยกว่า

บริษัทต้องค้นหาความจำเป็นของลูกค้าอย่างระมัดระวังเพื่อใช้ออกแบบโปรแกรมบริการเสริม ลูกค้ามีความกังวล 3 ประการ

1. ความกังวลเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือและความถี่ของการเสีย (failure frequency) ชาวนาอาจพอทนได้ถ้าเครื่องเกี่ยวข้าวและนวดข้าวเสียปีละครั้งแต่ไม่ใช่ปีละสองหรือสามครั้ง

2. ความกังวลเกี่ยวกับ ช่วงระยะเวลาที่เสีย (downtime duration) ถ้ายิ่งเสียนานจะทำให้ต้นทุนยิ่งสูงขึ้นลูกค้าหวังการบริการที่พึ่งพาได้ของผู้ขาย(service dependability)ความสามารถของผู้ขายที่จะซ่อมเครื่องจักรอย่างรวดเร็วหรืออย่างน้อยมีบริการให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

3. ความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมและบำรุงรักษาที่อยู่นอกเหนือรายการ (out-of-pocket costs of maintenance and repair) ลูกค้าต้องเสียค่าใช้จ่ายเท่าไรในการซ่อมแซมและบำรุงรักษาตามปกติ

ผู้ซื้อนำองค์ประกอบเหล่านี้มาใช้พิจารณาเลือกผู้ขาย ผู้ซื้อพยายามประเมินวงจรชีวิตของต้นทุน (life-cycle cost) ซึ่งเป็นต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อรวมค่าซ่อมบำรุงที่คิดส่วนลดและหักด้วยค่าซากที่คิดส่วนลดแล้ว ผู้ซื้อค้นหาข้อมูลเชิงลึกเพื่อใช้ในการเลือกผู้ขาย

ความสำคัญของความน่าเชื่อถือไว้วางใจ บริการที่พึ่งพาได้และการบำรุงรักษามีความหลากหลายตามผลิตภัณฑ์และตัวผู้ใช้ที่แตกต่างกัน สำนักงานที่มีคอมพิวเตอร์เครื่องเดียวต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าเชื่อถือสูงกว่าและการบริการซ่อมแซมที่รวดเร็วกว่าอีกสำนักงานหนึ่งที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์หลายเครื่องทำงานแทนถ้ามีเครื่องหนึ่งเสียสายการบินจำเป็นต้องมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบินกลางอากาศ 100 เปอร์เซ็นต์ กรณีที่ความน่าเชื่อถือไว้วางใจเป็นเรื่องสำคัญผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการอาจเสนอการับประกันเพื่อส่งเสริมยอดขาย

กลยุทธ์การบริการหลังการขาย (Post sale service strategy)

คุณภาพของแผนกบริการลูกค้ามีความแตกต่างกันอย่างมาก การปฏิบัติงานลักษณะหนึ่งของแผนกบริการลูกค้าคือการโอนสายโทรศัพท์ที่ลูกค้าเรียกเข้าอย่างง่าย ๆ ไปยังบุคคลหรือแผนกที่เหมาะสมเพื่อดำเนินการต่อโดยมีการติดตามเพียงเล็กน้อย ขณะที่การปฏิบัติงานอีกลักษณะหนึ่งคือมีความกระตือรือร้นที่จะรับข้อเรียกร้อง ข้อแนะนำ แม้แต่ข้อตำหนิของลูกค้าและดำเนินการให้อย่างรวดเร็ว

การให้บริการของบริษัทส่วนใหญ่เป็นไปตามลำดับขั้นตอน โดยปกติผู้ผลิตเริ่มต้นด้วยการดำเนินกิจการแผนกอะไหล่และบริการของตนเอง ทั้งนี้เพราะเขาต้องการอยู่ใกล้ชิดกับเครื่องมืออุปกรณ์และเพื่อรับรู้ปัญหาที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้เขาพบว่าการฝึกอบรมผู้อื่นเสียค่าใช้จ่ายสูงและเสียเวลาด้วย และยังค้นพบอีกว่าการดำเนินธุรกิจด้านอะไหล่และบริการทำเงินได้ดีตราบเท่าที่เขาเป็นซัพพลายเออร์อะไหล่ที่จำเป็นแต่เพียงผู้เดียว เขาจึงสามารถกำหนดราคาให้สูงได้ ใน

ความเป็นจริงผู้ผลิตเครื่องมืออุปกรณ์หลายแห่งกำหนดราคาเครื่องมืออุปกรณ์ไว้ต่ำแต่ชดเชยด้วยการกำหนดราคาอะไหล่และการบริการไว้สูง (อุไรวรรณ แย้มนิยม, 2551)

แนวคิดทฤษฎีการออมและการลงทุน

ตามแนวคิดของทฤษฎีการออมเงินและการลงทุนของนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิคนั้น (กัญญา กุนทีกาญจน์, 2542) เงินทำหน้าที่เป็นเพียงสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน (Medium of exchange) เท่านั้น แสดงว่าไม่มีการออม (Saving) ใด ๆ ทั้งสิ้น เพราะเงินถูกนำไปใช้จ่ายหมด แต่ถ้าเกิดมีการออมเกิดขึ้น แสดงว่าเงินทำหน้าที่เพิ่มขึ้น คือทำหน้าที่เป็น "แหล่งสะสมมูลค่า"

ความหมายการออม

การออม คือ การเก็บสะสมเงินทีละเล็กทีละน้อยให้พอกพูนขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งการออมส่วนใหญ่มักจะอยู่ในรูปของเงินฝากกับธนาคาร หรือบริษัทเงินทุน โดยได้รับดอกเบี้ยเป็นผลตอบแทน เมื่อเรามีเงินเหลือใช้เป็นประจำทุกเดือน สิ่งที่เราควรคำนึงถึง คือ เราจะจัดการกับเงินเหลือใช้นั้นอย่างเหมาะสมได้อย่างไร เพื่อให้งอกเงยเพิ่มมากขึ้น โดยทั่วไปเรามักจะเก็บในรูปเงินสดหรือฝากธนาคาร บริษัทเงินทุน ซึ่งเราจะเรียกวิธีการนี้ว่า "การออม" หรือถ้าใช้วิธีการซื้อทองรูปพรรณ ทองแท่ง หรือที่ดินเก็บไว้ ซื้อพันธบัตรรัฐบาล หุ้นกู้ หุ้น หรือหลักทรัพย์อื่น ๆ ก็จะเข้าลักษณะที่เรียกว่า "การลงทุน"

เครื่องมือสำหรับการออมที่รู้จักกันดี ได้แก่ บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากประจำและบัญชีเงินฝากธนาคารที่ถูกมองว่ามีความสะดวก ปลอดภัย และมั่นคง แต่ในอีกทางหนึ่งผลตอบแทน (ดอกเบี้ย) จากการฝากเงินก็อาจไม่สูงนัก ทั้งนี้ ด้วยความที่ระบบเงินฝากมีความเสี่ยงต่ำ ผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินจากการฝากเงินจึงอยู่ในระดับที่ไม่สูงนัก แต่เป็นการตอบแทนความมั่นคงของการเก็บเงินนั้นไว้แทน ดังนั้น คนส่วนใหญ่จึงคุ้นเคยกับการจัดสรรเงินไว้ในระบบเงินฝาก เพื่อสามารถเบิกถอนออกมาใช้ได้สะดวกในยามที่ต้องการนั่นเอง

สวัสดิ์ แสงบางปลา (2537) ได้เขียนบทความลงในหนังสือประมวลบทความเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ในหัวข้อเรื่องแนวทางและเทคนิคในการระดมเงินฝาก ซึ่งโดยสรุป การที่จะหาเงินฝากเพิ่มขึ้นนั้นมีส่วนประกอบในด้านเทคนิคการระดมเงินฝาก ดังนี้ คือ การ

ประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง การสร้างสิ่งจูงใจ การปลูกฝังนิสัยการออม การเสริมสร้างความศรัทธา และการให้สวัสดิการ (ผลประโยชน์และการบริการ) ที่ดี

วิวรรณ ธาราหิรัญโชติ (2552) ได้เขียนบทความในหนังสือ MONEY PRO แผนการเงินแผนชีวิต ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า การวางแผนการเงินส่วนบุคคลสามารถเริ่มได้ตั้งแต่ยังเรียนอยู่ด้วยซ้ำไป แต่คนส่วนใหญ่จะเริ่มวางแผนการเงินเมื่อมีรายได้ การออมที่ดีควรมีการตั้งเป้าหมายไว้ หากเป็นการออมเพื่อการใช้จ่าย ก็ต้องวางแผนว่าจะใช้เวลาออมกี่เดือนจึงจะเก็บเงินได้พอที่จะนำไปซื้อ หากต้องการออมเพื่อเป้าหมายทั่วไป ควรออมไม่น้อยกว่า 10% ของรายได้ และเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นควรจะหาช่องทางออมเงินเพิ่มขึ้น อุปสรรคของการออมก็คือการไม่มีวินัย การออมเป็นการยอมสละการใช้จ่ายในวันนี้ เพื่อจะได้นำไปใช้ในวันข้างหน้า ศัตรูตัวแรกของการออมคือการใช้จ่ายหรือการบริโภค (Consumption) คนที่ใช้จ่ายเก่งมักไม่ค่อยมีเงินเหลือให้ออม วิธีแก้คือการกันเงินออมไว้ก่อนแล้วจึงนำส่วนที่เหลือมาใช้จ่าย ศัตรูตัวที่สองคือ ไม่เห็นความจำเป็นในการออม ศัตรูตัวที่สามคือ ความใจอ่อน เรียกว่าไม่สามารถหักห้ามใจได้จึงต้องถอนเงินมาใช้จ่าย เพราะฉะนั้นวัคซีนของการมีวินัยในการออมต้องค่อย ๆ ฉีด คือการฝึกออมทีละน้อยและทำให้ท้าทายยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ และคาถาของการออมคือ “ออมอย่างสม่ำเสมอและออมเพิ่มขึ้นตามกำลัง”

การออมกับกระแสรายได้และรายจ่าย

การออมนั้น หากจะกล่าวให้เต็มๆ ก็คือการออมทรัพย์ ซึ่งการออมทรัพย์ของครัวเรือนจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับรายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริงและการบริโภคของครัวเรือน อย่างมาก ด้วยเหตุที่ว่าหลังจากที่ครัวเรือนได้รับรายได้มาแล้ว เมื่อนำไปหักภาษีออก รายได้ดังกล่าวถือเป็นรายได้ที่ครัวเรือนสามารถนำไปจับจ่ายใช้สอยได้จริง ครัวเรือนจะจัดสรรรายได้ ส่วนนี้ไปใช้เพื่อการบริโภค ส่วนที่เหลือจึงค่อยเก็บออมไว้เป็นเงินสะสม เรียกการออมเงินส่วนที่เหลือนี้ว่า “การออมทรัพย์” หากพิจารณาดูจะพบว่าการออมเปรียบเป็นส่วนรั่วของวงจรการหมุนเวียนของกระแสรายได้ ซึ่งเป็นผลให้กระแสรายได้ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งมีค่าไม่เท่ากับกระแสรายจ่ายในช่วงเวลานั้น สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริง ค่าใช้จ่าย และปริมาณการออมได้ ดังนี้

$$Y = S + C$$

Y คือ รายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริง

C คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค

S คือ ปริมาณการออม

ตัววัดค่าพฤติกรรมการออม

สำหรับตัววัดค่าพฤติกรรมการออมที่นิยมใช้กัน คือ APS (average propensity to save :ความโน้มเอียงเฉลี่ยในการออม) เป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่ารายได้ 1 หน่วย ครัวเรือนจะทำการออมเก็บไว้เท่าไร บ่งชี้ให้ทราบถึงพฤติกรรมในการจัดสรรรายได้ไปในการออมของครัวเรือน และ PS(marginal propensity to save : ความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายในการออม) เป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่าเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ปริมาณการออมจะเปลี่ยนแปลงไปเท่าไร บ่งชี้ให้ทราบถึงผลของการเปลี่ยนแปลงระดับรายได้ที่กระทบต่อพฤติกรรมการออมว่ามีมากน้อยเพียงใด

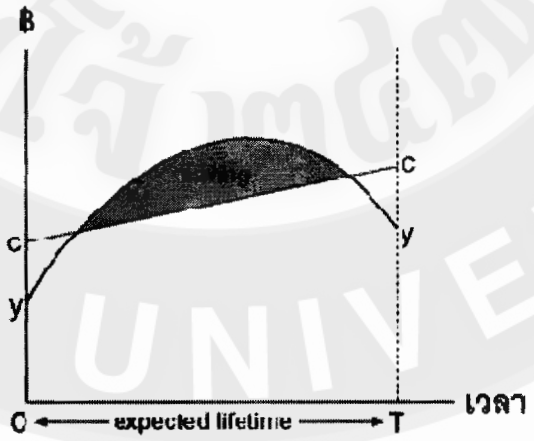
การออมกับทฤษฎีการบริโภค

จากที่กล่าวไปแล้วว่าการบริโภคและการออมเป็นของคู่กัน ดังนั้น การออมจึงมีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีการบริโภคอย่างใกล้ชิด

แนวคิดของ James S. Duesenberry (ชวลิต คชหิรัญ, 2541) เชื่อว่าครัวเรือนที่มีระดับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคและระดับรายได้อยู่ในระดับหนึ่งแล้วจะเป็นการยากที่จะทำให้เขาลดระดับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคให้ต่ำลงกว่าเดิมเมื่อระดับรายได้เปรียบเทียบกับระดับรายได้ที่เคยได้รับสูงสุด (previouspeak income) ลด

แนวคิดของ Franco Modigliani, Albert Ando และ Richard Brumberg เชื่อว่าปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในงวดเวลาหนึ่งจะขึ้นอยู่กับการคาดคะเนของรายได้ตลอดช่วงอายุขัยทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต (กัญญา กุนทีกาญจน์, 2542)

หากพิจารณาการกระจายรายได้และปริมาณ การใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในวัฏจักรชีวิตที่ควรจะเป็นของบุคคลหนึ่งๆ ดังภาพ 2



ภาพ 2 แสดงการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในวัฏจักรชีวิต

จากภาพ 2 จะได้เห็นว่าในช่วงชีวิตของบุคคลขณะที่มีอายุน้อย จะมีระดับรายได้อยู่ในระดับต่ำ และจะมีรายได้สูงขึ้นเมื่อมีอายุมากขึ้น ต่อมาเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุก็จะกลับมีรายได้ลดลงอีกครั้ง การกระจายรายได้ตลอดช่วงอายุขัยจึงมีลักษณะเป็นไปตามเส้น yy ส่วนปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของบุคคลจะสูงขึ้นเป็นลำดับตามอายุขัยโดยมีลักษณะของการกระจายปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคตามเส้น cc เมื่อทำการเปรียบเทียบกันระหว่างเส้น yy และ cc แล้วจะพบว่าในช่วงต้นของชีวิต บุคคลจะมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการบริโภค ดังนั้นบุคคลจึงต้องประพฤติตนเป็นผู้ก่อหนี้ ต่อมาในช่วงกลางของชีวิตจึงจะเริ่มที่จะมีรายได้เหลือจ่ายจนสามารถชดใช้หนี้เดิมได้ และเก็บเงินสะสมไว้สำหรับช่วงปลายของชีวิต เงินสะสมส่วนนี้ก็คือส่วนของเงินออมนั่นเอง

แนวคิดของ Milton Friedman เชื่อว่าครัวเรือนจะมีพฤติกรรมในจัดสรรรายได้เพื่อการบริโภคโดยอิงกับรายได้ในระยะยาว (long term income) ที่คาดว่าจะได้รับ พร้อมทั้งได้กำหนดให้รายได้ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ รายได้ถาวร (permanent income) และรายได้ชั่วคราว (transitory income) ซึ่งตามทฤษฎีนี้ปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของครัวเรือนจะขึ้นอยู่กับรายได้ถาวร โดยครัวเรือนจะไม่ทำการบริโภคในส่วนของรายได้ชั่วคราว ดังนั้นจากการที่การออมเป็นเงินส่วนเหลือที่ไม่ได้ทำการบริโภคแล้ว จึงสามารถเกิดได้ทั้งจากส่วนของรายได้ถาวรและรายได้ชั่วคราว

ความหมายของการลงทุน

การลงทุน คือ การนำเงินที่เก็บสะสมไปสร้างผลตอบแทนที่สูงกว่าการออม โดยการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล หรือหลักทรัพย์ต่าง ๆ ซึ่งจะมีความเสี่ยงที่สูงขึ้น เมื่อตัดสินใจลงทุนแปลว่าก็มีโอกาสที่จะขาดทุนรวมอยู่ด้วย ซึ่งแตกต่างจากการออม เพราะสิ่งที่ลงทุนไปไม่ได้มีการรับประกันในตัวต้นทุน ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนเพื่อความพอใจในการได้ใช้ทรัพย์สินต่างๆ เช่น การซื้อทีวีซื้อรถ การลงทุนด้วยการประกอบธุรกิจที่อาจจะเป็นเจ้าของเอง หรือร่วมลงทุนกับเพื่อนสนิทเพื่อก่อให้เกิดรายได้ หรือเป็นการลงทุนซื้อหลักทรัพย์โดยคาดหมายว่าจะได้รับผลตอบแทนในอนาคตเพิ่มเติมขึ้นมา ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความเป็นไปได้ที่อาจจะได้รับหรือไม่ได้รับ ทั้งความพอใจรายได้หรือผลตอบแทน

รูปแบบของการลงทุนตามความหมายอย่างกว้าง อาจจัดเป็น 3 รูปแบบ คือ

1. การลงทุนในตราสารทางการเงิน (financial หรือ security investment)
2. การลงทุนของผู้บริโภค (consumer investment)
3. การลงทุนทางธุรกิจ (business หรือ economic investment)

หลักทั่วไปเกี่ยวกับการลงทุน

การเก็บเงินออมเพื่อการลงทุน

เมื่อบุคคลหนึ่งได้รับเงินได้ เขาอาจใช้จ่ายได้นั้นและ/หรือเก็บออมเงินได้นั้นไว้ หากเขาเลือกที่จะเก็บออมหรือใช้จ่ายน้อยกว่ารายได้ เขาจะต้องตัดสินใจว่าจะออมโดยวิธีใด ในทางกลับกันบางคนอาจต้องการใช้จ่ายมากกว่าจำนวนเงินที่ทำมาหาได้เป็นผลให้เกิดการกู้ยืมขึ้นเป็นจำนวนหนึ่ง เขาจะต้องตัดสินใจว่าจะกู้ยืมจากแหล่งใด

เมื่อใดที่รายได้ในปัจจุบันมีมูลค่าสูงกว่าการใช้จ่ายในปัจจุบัน จะมีการเก็บออมรายได้ส่วนเกินเอาไว้ ในขณะเดียวกันหลาย ๆ คน อาจรู้สึกว่าน่าจะชะลอการใช้จ่ายเงินจำนวนหนึ่งลงในปัจจุบันแล้วเก็บออมด้วยวิธีอื่น เพื่อให้เงินจำนวนนั้นงอกเงยขึ้นเพื่อใช้จ่ายในอนาคตได้มากขึ้น การพิจารณาว่าจะชะลอการบริโภคในวันนี้ไว้เพื่อการบริโภคที่มากขึ้นในอนาคตนี้เองเป็นที่มาของการออมและการลงทุน โดยจำนวนเงินที่งอกเงยขึ้นก็คือผลตอบแทนจากการลงทุน

ในทางตรงกันข้ามเมื่อใดที่รายได้ในปัจจุบันมีน้อยกว่าความต้องการบริโภคในปัจจุบันบุคคลนั้นก็จะพิจารณาดึงเอารายได้ที่จะได้รับในอนาคตมาบริโภคก่อน ซึ่งก็ทำได้โดยการกู้ยืมที่สัญญาว่าจะชำระเงินกู้ (ด้วยรายได้) ในอนาคต โดยเงินที่ชำระคืนย่อมมีจำนวนมากกว่าจำนวนเงินเมื่อแรกยืม จำนวนเงินที่สูงขึ้นก็คือดอกเบี้ยเงินกู้นั่นเอง เงินที่กู้ยืมมาอาจใช้เพื่อการบริโภคหรือนำมาลงทุนที่คาดว่าจะให้ผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนการกู้ยืมที่จ่ายออกไป

อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงและอัตราเบี้ยที่เป็นตัวเงิน

เนื่องจากการลงทุนเป็นการชะลอการใช้จ่ายเงินในวันนี้ เพื่อมุ่งหวังใช้จ่ายในวันหน้าค่าของเงินที่จะได้รับในวันหน้าจึงควรสูงขึ้น นั่นคือมีผลตอบแทนจากการลงทุน และเนื่องจากเป็นมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตซึ่งอาจมีความไม่แน่นอน จึงมีปัจจัยด้านความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้องบุคคลซึ่งเก็บเงินได้ในปัจจุบันของเขาไว้และชะลอการบริโภคในปัจจุบันลง ย่อมต้องการเงินที่จะได้รับในอนาคตเป็นจำนวนที่สูงกว่าจำนวนเงินที่อดออมไว้ในปัจจุบัน ในขณะเดียวกันบุคคลที่พยายามจะบริโภคหรือลงทุนในปัจจุบันในระดับที่สูงกว่าระดับรายได้ปัจจุบันของเขา

จะต้องจ่ายเงินกู้คืนเป็นจำนวนที่สูงกว่าเงินที่กู้ยืมมาในปัจจุบัน อัตราของการแลกเปลี่ยนระหว่างการบริโภคในอนาคต (หรือเงินที่จะได้รับอย่างแน่นอนในอนาคต) กับการบริโภคที่ชะลอไว้ในปัจจุบัน (หรือเงินที่เก็บออมและลงทุนในปัจจุบัน) ก็คือ "อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง" (pure rate of interest หรือ pure time value of money) นั่นเอง อัตราของการแลกเปลี่ยนระหว่างการบริโภคในปัจจุบันกับในอนาคตนี้ ถูกกำหนดขึ้นโดยตลาดการเงิน และได้รับอิทธิพลจากอุปทานของรายได้ส่วนเกินที่จะนำมาลงทุน ณ เวลาใดเวลาหนึ่งกับอุปสงค์ของการบริโภคส่วนเกิน (การกู้ยืม)

จุดมุ่งหมายในการลงทุน

จุดมุ่งหมายหลักของผู้ลงทุนคือ เพื่อให้ได้อัตราผลตอบแทนสูงสุด ณ ระดับความเสี่ยงหนึ่งหรือ เพื่อลดความเสี่ยงให้ต่ำที่สุด ณ ระดับอัตราผลตอบแทนหนึ่ง ทั้งนี้ถือกันว่า ผู้ลงทุนเป็นผู้ที่ไม่ชอบความเสี่ยง (risk-averse) ถ้าหากการลงทุนใดมีความเสี่ยงสูง ผู้ลงทุนย่อมต้องการผลตอบแทบสูง เพื่อชดเชยความเสี่ยง หากการลงทุนใดมีความเสี่ยงน้อยแม้อัตราผลตอบแทนไม่มากนัก ผู้ลงทุนก็จะยอมรับได้

จากจุดมุ่งหมายหลักของการลงทุนดังกล่าว อาจแยกแยะเป็นรายละเอียดของวัตถุประสงค์การลงทุนดังนี้

1. เงินต้นหรือเงินลงทุนจะต้องปลอดภัยไม่สูญหาย
2. เงินต้นหรือเงินลงทุนควรมีค่าเพิ่มขึ้น ไม่ลดค่าลงเนื่องจากภาวะเงินเฟ้อ
3. ตราสารที่ลงทุนนั้นควรซื้อ-ขายง่าย หรือเป็นที่ต้องการของตลาด (มี marketability)
4. สามารถเปลี่ยนตราสารที่ลงทุนเป็นเงินสดได้ในเวลาที่รวดเร็ว โดยไม่ขาดทุน (มี Liquidity)
5. รายได้ควรสม่ำเสมอ
6. มีผลประโยชน์ทางด้านภาษีอันเนื่องจากการลงทุน
7. ควรมีการกระจายการลงทุนเพื่อลดความเสี่ยง

วัตถุประสงค์การลงทุนจะเป็นไปในรูปใดขึ้นอยู่กับว่าผู้ลงทุนเป็นใคร หรือเป็นสถาบันใดผู้ลงทุนที่มีอายุ สภาพการสมรส นิสัย แตกต่างกันย่อมมีวัตถุประสงค์ในการลงทุนต่างกัน อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญในการตัดสินใจลงทุนก็คือ ผลตอบแทน ความเสี่ยง และระยะเวลาการลงทุน- ผลตอบแทน ผู้ลงทุนได้ลงทุนในทรัพย์สินการเงิน หรือการลงทุนในรูปแบบอื่น ๆ ด้วยหวังว่ามูลค่าของเงินลงทุนจะสูงขึ้นและ/หรือได้รับกระแสเงินสดรับระหว่างงวดการลงทุน โดย

ผลตอบแทนรวมทั้งสองรูปแบบนี้ควรคุ้มกับอัตราเงินเฟ้อและความเสี่ยงจากการลงทุน ในการวิเคราะห์การลงทุนจะถือว่า ผู้ลงทุนไม่อิ่มในผลตอบแทน (No satiation) กล่าวคือ ณ ระดับความเสี่ยงที่เท่ากัน ยิ่งอัตราผลตอบแทนสูงผู้ลงทุนจะยิ่งพอใจ นอกจากนั้นผู้วิเคราะห์ควรแยกแยะระหว่าง อัตราผลตอบแทนที่คาดไว้ กับอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจริง ผู้ลงทุนลงทุนเพื่อหวังจะได้รับผลตอบแทนซึ่งจะเกิดขึ้นในอนาคต แต่เมื่อเวลานั้นมาถึงผู้ลงทุนอาจได้รับผลตอบแทนจริงตรงตามที่คาดไว้ หรือน้อยกว่าหรือมากกว่าที่คาดไว้ก็ได้ นั่นคือผู้ลงทุนต้องตระหนักถึงความเสี่ยงซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับการลงทุนเสมอ

ความเสี่ยง เนื่องจากผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับจริง จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งอาจไม่เป็นไปตามที่ผู้ลงทุนคาดหวังไว้ก็ได้ การลงทุนที่อัตราผลตอบแทนที่ได้รับจริง ไม่ตรงตามอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังไว้ เรียกว่าการลงทุนนั้นมีความเสี่ยง สาเหตุที่ทำให้เกิดความเสี่ยงจากการลงทุนมีหลายสาเหตุ ทั้งสาเหตุจากสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม อุตสาหกรรม และสาเหตุจากปัจจัยภายในกิจการ

ผู้ลงทุนไม่ชอบความเสี่ยง ในการวิเคราะห์การลงทุนโดยทั่วไปถือว่าผู้ลงทุนเป็นผู้มีเหตุมีผลและไม่ชอบความเสี่ยงหรือหลีกหนีความเสี่ยง (risk averter) กล่าวคือ หากการลงทุนมีความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนต้องเผชิญมากขึ้น ผู้ลงทุนย่อมต้องการอัตราผลตอบแทนสูงขึ้นเพื่อชดเชยความเสี่ยงผู้ลงทุนบางคนอาจเลือกการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนในระดับสูงโดยยอมรับปัจจัยความเสี่ยงที่สูงขึ้นในขณะที่ผู้ลงทุนบางคนเลือกการลงทุนที่มีความเสี่ยงต่ำ และพอใจในระดับอัตราผลตอบที่ค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เพราะผู้ลงทุนแต่ละคนมีระดับความกลัวความเสี่ยงไม่เท่ากัน

ระยะเวลาการลงทุน ช่วงระยะเวลาการลงทุนสั้น-ยาว เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งเป็นตัวกำหนดการเลือกชนิดของตราสารที่จะลงทุน และมีส่วนกำหนดระดับความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับ

คเน พชรกมล (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกองทุนสวัสดิการชุมชนโดยการวัดประสิทธิภาพของกองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลรอบเวียง (กองทุนสวัสดิการวันละบาทชุมชนสันป่าหนาด) ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า

กองทุนสวัสดิการชุมชนกองทุนวันละบาท เกิดจากแนวคิดเฉลี่ยทุกข์ เฉลี่ยสุข จากเงิน 1 บาท และชาวบ้านด้วยความสมัครใจ ที่ประสงค์จะดูแลซึ่งกันและกันบนพื้นฐานของความเอื้ออาทรต่อกัน เป็นกองทุนที่ “ทุกคนร่วมกันเป็นเจ้าของ” เน้นการบริหารจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของสมาชิก แต่ยืดหยุ่น คล่องตัวเปิดเผย โปร่งใส ตรวจสอบได้ เพื่อนำไปสู่ความมั่นคงยั่งยืนและได้รับสวัสดิการโดยการดูแลซึ่งกันและกันทุกเพศทุกวัย ทุกประเภทตั้งแต่เกิดจนตาย การมีแกนนำที่ดีซึ่งอาจเป็น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน

ฯลฯ ที่มองเห็นศักยภาพที่มีอยู่ในชุมชน และต้องการช่วยเหลือดูแลซึ่งกันและกัน ชักชวนแกนนำคนอื่นๆ มาพูดคุยปรึกษาหารือถึงแนวทางการจัดสวัสดิการชาวบ้าน และมีการสื่อสารกันอย่างทั่วถึง ได้รับการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนากองทุนสวัสดิการชุมชน

การจัดระบบข้อมูลของกองทุน ต้องจัดทำให้เป็นระบบ เป็นปัจจุบัน เปิดเผย โปร่งใส เช่น ข้อมูลสมาชิก ข้อมูลเงินกองทุน การจ่ายเงินสวัสดิการ เป็นต้น โดยมีคณะกรรมการขึ้นมาบริหารกองทุน ที่มีตัวแทนที่หลากหลาย มีการจัดโครงสร้างฝ่ายต่างๆ รับผิดชอบ ที่ชัดเจน เช่น มีประธาน เหรัญญิก ประชาสัมพันธ์ ตรวจสอบ ฝ่ายส่งเสริมพัฒนา เป็นต้น และมีที่ปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิ หรือจากหน่วยงานในท้องถิ่น ฯลฯ การทำงานของคณะกรรมการต้องมีลักษณะประสานกับแกนนำของแต่ละหมู่บ้านด้วย เพื่อให้ดูแลสมาชิกได้อย่างทั่วถึง

นอกจากจะบริหารกองทุนตามปกติแล้ว คณะกรรมการควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับเรื่องต่างๆ เช่น การประสานกับหน่วยงานท้องถิ่น การพัฒนาแกนนำ การเรียนรู้ขยายผล การดูแลผู้ด้อยโอกาส การขยายสมาชิกให้ครอบคลุมกว้างขวาง และการบูรณาการทุนทางสังคมและทุนทางธรรมชาติ เพื่อให้เกิดระบบสวัสดิการแบบองค์รวมขึ้นในตำบล เมื่อมีการดำเนินการของกองทุนสวัสดิการสังคม จำเป็นจะต้องมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง และทุกระดับ เช่น การประเมินการสมทบของสมาชิก การขยายสมาชิกของระดับกลุ่ม ตลอดจนประเมินการทำงานในทุกๆ เรื่องของคณะกรรมการกองทุน โดย กองทุนมีคณะตรวจสอบที่เป็นอิสระตามสมควร เพื่อให้เกิดการตรวจสอบที่เป็นกลางและเที่ยงธรรม รวมทั้งการประเมินในแต่ละระดับจะต้องนำไปสู่การทำเวทีประชาคมอย่างเปิดเผย เพื่อร่วมกันพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงหากการลงทุนใดมีความเสี่ยงสูง ผู้ลงทุนย่อมต้องการอัตราผลตอบแทนที่สูงเพื่อชดเชยความเสี่ยง ดังนั้นอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงจึงมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน รูปที่ 3แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของการลงทุนในตราสารการเงินประเภทต่าง ๆ โดยแกนนอนแสดงถึงระดับความเสี่ยงจากการลงทุนในตราสารแต่ละประเภท แกนตั้งแสดงระดับอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนคาดว่าจะได้รับ

กระบวนการบริหารการลงทุน

กระบวนการบริหารการลงทุน แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนในการวิเคราะห์หลักทรัพย์และบริหารกลุ่มหลักทรัพย์ การศึกษาถึงขั้นตอนดังกล่าว จะทำให้เห็นภาพรวมการบริหารการลงทุนทั้งหมด ขั้นตอนที่สำคัญในการบริหารการลงทุน มี 5 ขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์ของการลงทุน
2. จัดทำนโยบายการลงทุน
3. เลือกกลยุทธ์การบริหารกลุ่มหลักทรัพย์
4. วิเคราะห์และเลือกหลักทรัพย์
5. วัดและประเมินผลการดำเนินงาน

แนวความคิดในการวิเคราะห์หลักทรัพย์

จากกระบวนการบริหารการลงทุนที่กล่าวข้างต้น ขั้นตอนที่สำคัญที่สุดขั้นตอนหนึ่ง ได้แก่การวิเคราะห์หลักทรัพย์ แนวความคิดการวิเคราะห์หลักทรัพย์ ที่ใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ มีอยู่สองแนวความคิด คือ การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน (fundamental analysis) และ การวิเคราะห์ทางเทคนิค (technical analysis) ส่วนอีกแนวความคิดหนึ่ง เป็นแนวความคิดที่ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมราคาหลักทรัพย์ในแต่ละตลาดได้ดียิ่งขึ้น ได้แก่ แนวความคิดตลาดมีประสิทธิภาพ (efficient market hypothesis)

การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน

การวิเคราะห์หลักทรัพย์ตามแนวคิดนี้ พยายามหามูลค่าหลักทรัพย์ที่เหมาะสมที่ผู้ลงทุนควรจ่ายเงินลงทุนหรือที่เรียกว่า "มูลค่าที่แท้จริง" (intrinsic value) หรือ "มูลค่าตามทฤษฎี"(theoretical value) เพื่อนำไปเปรียบเทียบกับราคาหลักทรัพย์ที่ซื้อขายในตลาด หรือ "ราคาตลาด"(market price) เพื่อหาหลักทรัพย์ที่มีราคาที่ไม่เหมาะสม (misruled) ถ้าราคาตลาดต่ำกว่ามูลค่าที่แท้จริง (under priced) ผู้ลงทุนจะตัดสินใจซื้อ ถ้าราคาตลาดสูงกว่ามูลค่าที่แท้จริง (overpriced) ผู้ลงทุนจะตัดสินใจไม่ซื้อหรือตัดสินใจขาย

มูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์ อาจคำนวณได้จากมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับจากการลงทุนซื้อหลักทรัพย์นั้น ในกรณีของหุ้นสามัญ หากถือหลักว่ากิจการจะดำเนินต่อไปโดยไม่มีที่สิ้นสุด (going concern) ก็คือการถือว่าผู้ลงทุนจะได้รับเงินปันผลไปโดยตลอด หรือหากสมมติว่ามีการลงทุนในช่วงระยะเวลาหนึ่งแล้วขายหุ้นสามัญไป ผู้ลงทุนจะได้รับเงินปันผลและราคาหุ้นที่ขายเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาลงทุน ในกรณีของตราสารหนี้ ผู้ลงทุนหรือผู้ให้กู้จะได้รับดอกเบี้ยและราคาไถ่ถอนคืนตราสารหนี้นั้นเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาลงทุน จะเห็นได้ว่ามูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์ตามแนวคิดมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด ขึ้นกับตัวแปรที่สำคัญ ดังนี้

- กระแสเงินสดที่ผู้ลงทุนจะได้รับ ตลอดช่วงระยะเวลาลงทุน

- อัตราคิดลด (capitalization rate) ที่ใช้เพื่อคำนวณค่าของกระแสเงินสดรับให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน ซึ่งตามหลักการแล้วก็คือ อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ผู้ลงทุนต้องการนั่นเองตัวแปรดังกล่าวข้างต้นมีปัจจัยต่าง ๆ เป็นตัวกำหนดค่า ทั้งปัจจัยภายในบริษัท และปัจจัยภายนอกบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ เช่นแนวโน้มผลกำไรของบริษัท แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมภาวะเศรษฐกิจ ดังนั้นการวิเคราะห์เพื่อหามูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์ จึงต้องวิเคราะห์"ปัจจัยพื้นฐาน" อันได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ การเมือง ภาวะอุตสาหกรรม และการวิเคราะห์บริษัท แล้วจึงพยากรณ์กระแสเงินสดที่ผู้ลงทุนจะได้รับ และกำหนดค่าอัตราคิดลดที่เหมาะสมกับความเสี่ยง
จากการลงทุน

การวิเคราะห์ทางเทคนิค

การวิเคราะห์หลักทรัพย์ทางเทคนิค (technical analysis) เป็นการวิเคราะห์หลักทรัพย์โดยการศึกษารูปแบบราคาและปริมาณการซื้อขายหุ้นในอดีต โดยใช้แผนภูมิแบบต่าง ๆ ช่วยในการวิเคราะห์ ทั้งนี้นักวิเคราะห์ทางเทคนิคเชื่อว่า ราคาหุ้นจะเคลื่อนไหวอย่างเป็นรูปแบบ (pattern) หากสามารถศึกษาได้ว่ารูปแบบนั้นจะมีการเปลี่ยนแนวโน้ม (trend) ไปในทิศทางใด ก็จะสามารถหาสัญญาณซื้อและสัญญาณขายหลักทรัพย์ได้

แนวความคิดตลาดมีประสิทธิภาพ

คำว่า "ตลาดมีประสิทธิภาพ" (efficient market) ในที่นี้มิได้หมายถึงตลาดที่มีประสิทธิภาพการดำเนินงาน (operationally efficient market) หรือมีประสิทธิภาพภายใน(internally efficient market) แต่เป็นประสิทธิภาพด้านราคาหลักทรัพย์ (pricing-efficient market)อันเป็นแนวคิดที่เชื่อว่า หากตลาดหลักทรัพย์เป็นตลาดที่สมบูรณ์แล้วราคาหลักทรัพย์ จะสะท้อนถึงข้อมูลข่าวสารทั้งหมดที่ผู้ลงทุนได้รับ เมื่อข่าวสารข้อมูลที่ผู้ลงทุนได้รับเปลี่ยนแปลงไปราคาหลักทรัพย์ก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย หากยิ่งตลาดมีประสิทธิภาพมากขึ้น ข้อมูลมากชนิดก็จะไปถึงผู้ลงทุนอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

ทางเลือกในการลงทุน

การลงทุนในทรัพย์สินทางการเงินทำได้หลายรูปแบบ ทั้งในรูปของการฝากเงิน (ซึ่งมักจะเรียกกันว่าการออม) และการซื้อหลักทรัพย์ประเภทต่าง ๆ ในที่นี้จะเรียกรวม ๆ ว่าเป็นการซื้อหลักทรัพย์ คำว่า "หลักทรัพย์" ที่กล่าวถึงในหัวข้อนี้ มีความหมายอย่างกว้าง คือมีความหมายรวมทั้งตราสารหรือเครื่องมือทางการเงินที่เปลี่ยนมือได้ และทรัพย์สินทางการเงินอื่น ๆ ที่เปลี่ยนมือ

ไม่ได้ ผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนได้รับจากการลงทุนในลู่ทางเหล่านี้แตกต่างกันไปทั้งในแง่ของรูปแบบและระดับ เช่นเดียวกันกับระดับความเสี่ยงที่ผู้ออมหรือผู้ลงทุนจะต้องเผชิญก็มีความแตกต่างกันไป นอกจากปัจจัยทางด้านอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงแล้ว ในการพิจารณาทางเลือกการลงทุน ผู้ลงทุนควรเลือกตราสารที่มีอายุสอดคล้องกับระยะเวลาที่ประสงค์จะลงทุน ในกรณีที่เป็นการลงทุนระยะสั้นเพื่อปรับสภาพคล่อง ผู้ลงทุนควรพิจารณาด้านความคล่องตัวในการขาย/ไถ่ถอนตราสารก่อนครบกำหนดชำระด้วย นอกจากนั้นผู้ลงทุนควรทราบขนาดของวงเงินเพื่อการลงทุนแต่ละประเภท หลักทรัพย์บางประเภทมีการจำกัดจำนวนวงเงินขั้นต่ำ เช่นการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลบางรุ่นกำหนดวงเงินขั้นต่ำไว้ 10,000 บาท ต่อหนึ่งหน่วยการซื้อ หุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์ก็มีการกำหนดหน่วยการซื้อขาย รวมทั้งการซื้อตั๋วสัญญาใช้เงิน หรือการฝากประจำกับสถาบันการเงินก็มีการกำหนดวงเงินขั้นต่ำเช่นกัน

ทางเลือกในการลงทุนอาจจำแนกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ กัน เช่นแบ่งตามระยะเวลาการลงทุน เป็นการลงทุนในตลาดเงินและตลาดทุน โดยการลงทุนในตลาดเงินประกอบด้วยการออมหรือการลงทุนในตราสารที่เปลี่ยนมือไม่ได้ และการลงทุนในตราสารที่เปลี่ยนมือได้ หรืออาจจำแนกตามประเภทของผู้ออกตราสาร เป็นหลักทรัพย์รัฐบาลและหลักทรัพย์ภาคเอกชน หรืออาจแบ่งตามลักษณะของผลตอบแทนที่จะได้รับ เป็นหลักทรัพย์ที่ให้รายได้ประจำและหลักทรัพย์ที่ให้รายได้ผันแปร ในที่นี้จะจำแนกทางเลือกในการลงทุนหลายวิธีเข้าด้วยกัน โดยถือว่าการลงทุนในตลาดทุนเป็นการลงทุนในตราสารที่เปลี่ยนมือได้ทั้งสิ้น (เช่น มิได้พิจารณาการให้กู้โดยทำสัญญาเงินกู้)

จากแนวทางดังกล่าว สามารถจำแนกทางเลือกลงทุนเป็น 6 ประเภทดังนี้

1. ตราสารระยะสั้นเปลี่ยนมือไม่ได้ (nonmarketable financial assets) เป็นรูปแบบทางเลือกในการออมเงินระยะสั้น มีความสะดวกและง่ายในการฝากหรือถอนเงินออม มีความปลอดภัยสูงและให้อัตราผลตอบแทนต่ำ เช่น การฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ ธนาคารออมสิน สหกรณ์ออมทรัพย์ หรือ ธนาคารเฉพาะกิจต่าง ๆ

2. ตราสารระยะสั้นเปลี่ยนมือได้ (money market securities) เป็นตราสารที่มีอายุไถ่ถอนไม่เกินหนึ่งปีสามารถเปลี่ยนมือได้ เช่น ตั๋วเงินคลัง ตั๋วสัญญาใช้เงิน ตราสารพาณิชย์ ตั๋วแลกเงิน เป็นต้น

3. ตราสารระยะยาวที่ให้รายได้ประจำ (fixed-income securities) หมายถึง ตราสารหรือหลักทรัพย์ที่ให้ผลประโยชน์แก่ผู้ลงทุนอย่างสม่ำเสมอเป็นงวด ๆ เป็นจำนวนที่เท่า ๆ กัน จนหลักทรัพย์นั้นครบกำหนดไถ่ถอนได้แก่ตราสารแห่งหนี้ระยะยาวที่ออกโดยรัฐบาล รัฐวิสาหกิจและบริษัทต่าง ๆ

4. ตราสารประเภททุน (equity securities) ได้แก่ หุ้นสามัญและหุ้นบุริมสิทธิ หุ้นสามัญเป็นตราสารแสดงความเป็นเจ้าของกิจการ มีสิทธิในรายได้ของบริษัทโดยการรับเงินปันผลตราที่ประกาศจ่าย การลงทุนในหุ้นสามัญเป็นการลงทุนที่ให้ผลประโยชน์อย่างไม่สม่ำเสมอ จำนวนไม่คงที่ ช่วงจังหวะเวลาที่จ่ายผลตอบแทนไม่แน่นอน เนื่องจากเงินปันผลจ่ายไม่ใช่ภาระผูกพันของผู้ออกหุ้นสามัญ แต่โดยปกติแล้วผู้ลงทุนที่ซื้อหุ้นสามัญย่อมคาดหวังว่าบริษัทผู้ออกหุ้นสามัญนั้นจะจ่ายเงินปันผลโดยสม่ำเสมอ นอกจากเงินปันผลแล้ว ผู้ลงทุนยังคาดหวังอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในหุ้นสามัญรูปแบบอื่น ๆ อีก ได้แก่ กำไรจากการขายหุ้น สิทธิในการซื้อหุ้นใหม่ และในกรณีที่ลงทุนในบริษัทนั้นเป็นสัดส่วนสูง ผู้ลงทุนยังหวังสิทธิในการมีส่วนในการบริหารกิจการโดยการออกเสียงเลือกกรรมการบริหารบริษัท

5. หน่วยลงทุนของกองทุนรวม (unit trust) บริษัทจัดการกองทุนระดมเงินโดยการขายหน่วยลงทุนแล้วนำเงินที่ได้ไปลงทุนในหลักทรัพย์ต่าง ๆ ตามที่กำหนด หน่วยลงทุนมีทั้งประเภทที่ขายหน่วยลงทุนคืนให้กองทุนรวม ไม่ได้หากยังไม่สิ้นสุดโครงการ และประเภทที่ขายคืนให้กองทุนรวมได้ตลอดก่อนสิ้นสุดโครงการ ผลตอบแทนจากการซื้อหน่วยลงทุนได้แก่เงินปันผลและกำไร (ขาดทุน) จากการซื้อขายหน่วยลงทุนนั้น

6. อนุพันธ์ (derivative securities) ได้แก่ สัญญาอนุพันธ์ (option) พันธะอนุพันธ์หรือสัญญาซื้อขายล่วงหน้า/อนาคต (forward and futures) รวมทั้งตราสารอนุพันธ์ที่เชื่อมโยงกับหลักทรัพย์ประเภททุน (equity-linked derivative) ซึ่งได้แก่ สัญญาจองซื้อหุ้นในระยะยาวหรือวอร์แรนท์ (warrant) และหลักทรัพย์แปลงสภาพ (convertible security)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

จุดเริ่มต้นของการทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของผู้ซื้อ คือ การศึกษาถึง "โมเดลสิ่งกระตุ้นและการตอบสนอง" (stimulus-response model)

งานของนักการตลาด คือ การทำความเข้าใจกับความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (buyer's consciousness) หรือที่เรียกกันว่ากล่องดำ (black box) โมเดลนี้ถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เริ่มต้นจากการมีสิ่งกระตุ้นเข้ามากระทบกล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ โดยสิ่งกระตุ้นจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด

2. สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ได้แก่ สิ่งแวดล้อมระดับมหภาค ซึ่งอยู่ภายนอกองค์กร เช่น สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม

ส่วนที่ 2 จากสิ่งกระตุ้นดังกล่าวข้างต้นจะกระทบกล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ลักษณะของผู้ซื้อ (buyer characteristics)
2. กระบวนการตัดสินใจซื้อ (buyer decision process)

ส่วนที่ 3 เป็นขั้นของการตอบสนองของผู้ซื้อ ซึ่งได้ผ่านกระบวนการตัดสินใจซื้อมาแล้ว โดยผู้ซื้อจะมีการตอบสนอง 5 ประการดังนี้

1. การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ (product choice)
2. การตัดสินใจเลือกตราสินค้าที่จะซื้อ (brand choice)
3. การตัดสินใจเลือกร้านค้าที่จะซื้อ (dealer choice)
4. การตัดสินใจในเวลาที่จะซื้อ (purchase timing)
5. การตัดสินใจในปริมาณที่จะซื้อ (purchase amount)

ภาพ 3 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (6W 1H)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวถึง การวิเคราะห์ให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าเป็นการวิจัยหรือค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อหรือการใช้ของผู้บริโภค โดยใช้คำถามช่วยในการวิเคราะห์เพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6W1H ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้ประยุกต์ทฤษฎีฯเป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

1. ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Occupant) ใช้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ รายได้และอาชีพ

2. ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What does the customer buy?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่น (Object) คือต้องการคุณสมบัติหรือส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) โดยการใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มาเป็นตัวอธิบายความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

3. ทำไมผู้บริโภคจึงได้ตัดสินใจซื้อ (Why does the customer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบวัตถุประสงค์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นและ ผู้บริโภคซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเพื่อสนองความต้องการในด้านใด

4. ใครบ้างมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate in the buying?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organization) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซึ่งประกอบด้วย ผู้บริโภคไปตลาดกลางคืนกับใครบ้าง ใครเป็นผู้ริเริ่มในการไปและใครบ้างมีส่วนตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืน

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the customer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasion)ได้แก่ ผู้บริโภคไปตลาดกลางคืนในช่วงเวลาใดและความบ่อยครั้งในการไปตลาดกลางคืนของผู้บริโภคมีความถี่เท่าใด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรรถสิทธิ์ แสงดี (2540) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเงินฝากของเกษตรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาพิษณุโลก พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีหนี้สิน มีรายได้ค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าที่ไม่คงทน สินทรัพย์ หนี้สิน และระยะเวลาในการเป็นครอบครัว จำนวนสมาชิกในครัวเรือน มีผลกระทบต่อเงินฝากของเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งรายได้ สินทรัพย์ ระยะเวลาในการเป็นครอบครัวมีความสัมพันธ์กับเงินฝากในทางบวก ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าที่ไม่คงทน หนี้สิน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว จะมีความสัมพันธ์กับเงินฝากในทางลบ

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2542) ได้จัดทำโครงการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายและการออมของครัวเรือนและเปรียบเทียบกับผลที่ได้เคยทำการสำรวจไว้เมื่อปี พ.ศ. 2536 เพื่อนำผลการเปลี่ยนแปลงมาใช้ประกอบการพิจารณาวางนโยบายและกำหนดมาตรการส่งเสริมการออมที่เหมาะสม โดยเฉพาะในช่วงของการเร่งดำเนินนโยบายสร้างเสถียรภาพให้แก่เศรษฐกิจด้วยการกระตุ้นการออมภาคครัวเรือนอย่างจริงจัง ผลจากการศึกษาพบว่า ครัวเรือนที่จะมีการออมนั้นจะต้องมีรายได้ขั้นต่ำเดือนละ 9,000 บาทขึ้นไป ซึ่งมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 43 ของครัวเรือนตัวอย่างที่สำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการกำหนดการออมของครัวเรือนคือ เป็นการเก็บออมไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยและยามชรา เป็นการออมเพื่อการศึกษา เป็นการออมเพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว เป็นการออมเพื่อเป็นทุนในการประกอบอาชีพและเพื่อต้องการผลตอบแทน ซึ่งมีแนวทางในการส่งเสริมการออม ได้แก่ การส่งเสริมให้ครอบครัวมีรายได้สูงขึ้น การรณรงค์ให้ประชาชนใช้จ่ายอย่างประหยัดและมีเหตุผลอันจะเป็นการช่วยลดรายจ่ายที่ฟุ่มเฟือย การพัฒนารูปแบบของการออมแบบผูกพันที่จะประกันแก่ผู้ออม เพื่อให้สามารถนำมาใช้ได้เมื่อยามเจ็บป่วยหรือยามชราทั้งในรูปแบบเงินฝากและกรมธรรม์ประกันชีวิต การรณรงค์รูปแบบการออมเพื่อการศึกษาให้มีความหลากหลายมากขึ้น การมุ่งเน้นการออมรูปแบบเงินฝากเพื่อเป็นหลักประกันในการกู้ยืมไปประกอบอาชีพซึ่งจะเป็นการช่วยให้มีเงินออมมากขึ้น การพัฒนารูปแบบเงินฝากประจำให้มีความหลากหลายขึ้นและสามารถเบิกถอนหรือโอนเปลี่ยนมือได้สะดวกเพื่อจูงใจให้ผู้ฝากที่หวังผลตอบแทนมีทางเลือกมากขึ้น

จันทร์จิรา สุริยะชัยพร (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 คน พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารทราบถึงปัญหาของสภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย โครงสร้างของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ที่เปลี่ยนไป โดยทราบถึงการแข่งขันระดมเงินฝากของธนาคารที่จ่ายอัตราดอกเบี้ยสูง และทราบถึงการค้ำประกันเงินฝากเต็มจำนวนโดยรัฐบาล ลูกค้ามีความเห็นว่าความมั่นคงของธนาคารมีความเสี่ยงและไม่มีความเสี่ยงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน จึงกล่าวได้ว่าปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยและความมั่นคงของธนาคารไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ลูกค้านำมาพิจารณาในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารเพียงปัจจัยเดียว แต่เป็นเพียงปัจจัยหลักในอันดับต้น ๆ เท่านั้น นอกจากนี้ลูกค้ายังพิจารณาจากการบริการของผู้บริหารสาขาและพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีพูดจา

สุภาพ ให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว และเชื่อถือได้ รวมถึงทำเลที่ตั้งธนาคารที่เดินทางสะดวกอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน

กเรนทร์ ถาวร (2542) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการจัดสรรเงินออมของอาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะพยาบาลศาสตร์ และคณะแพทย์ศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในช่วงภาวะอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารพาณิชย์ลดต่ำลง จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 52 คน ผลการศึกษาพบว่า ในทุกรูปแบบของการออมและการจัดสรรเงิน เพศหญิงจะมีการออมสูงกว่าเพศชาย เว้นแต่ในกรณีของการซื้อหุ้นและการซื้อขายเงินตราซึ่งมีอัตราความเสี่ยงสูงที่เพศชายจะให้ความสนใจมากกว่า และไม่ว่าจะจำแนกรูปแบบการออมตามเพศ อายุรายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพ หรือตำแหน่งหน้าที่การงาน การออมเงินในรูปแบบเงินฝากธนาคารพาณิชย์เป็นรูปแบบการออมที่มีมากที่สุดในทุกประเภท

จินดาพร บุตรอารีย์ (2543) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของครัวเรือนเกษตรกรในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ปีการเพาะปลูก 2541/2542 พบว่า รายได้สุทธิทางการเกษตร รายได้สุทธินอกภาคเกษตร หนี้สิน ระยะเวลาในการเป็นครัวเรือน มีความสัมพันธ์กับการออมของครัวเรือนเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนจำนวนสมาชิกในครัวเรือน มีความสัมพันธ์กับการออมของครัวเรือนเกษตรกรอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการออมของครัวเรือนเกษตรกร คือ ปัญหาความไม่แน่นอนของราคาสินค้าเกษตร การขาดแคลนเงินลงทุน ระดับการศึกษาของเกษตรกร ปัญหาด้านที่ดินทำกินของเกษตรกรมีไม่เพียงพอ การขาดแคลนปัจจัยการผลิต ขาดการแนะนำและส่งเสริมอาชีพนอกภาคการเกษตร ปัญหาเกษตรกรมีข้อผูกพันที่ต้องขายผลผลิตในราคาต่ำกว่าความเป็นจริงให้กับพ่อค้าในท้องถิ่น ปัญหาเกษตรกรนำเงินกู้ไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ และเกษตรกรขาดความรู้เรื่องข่าวสารด้านการตลาด

ศิริลักษณ์ เรืองจิตชัชวาล (2543) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินออมปลอดภาษีของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยแยกเป็นลูกค้าที่ใช้บริการเงินออมปลอดภาษี 100 คน และลูกค้าที่ใช้บริการฝากเงินออมไม่ปลอดภาษี 100 คน ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการฝากเงินออมปลอดภาษีเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี สมรสแล้ว มีสมาชิกในครอบครัว 4 – 6 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทและห้างร้านเอกชน มีรายได้ไม่เกิน 20,000บาทต่อเดือน และมีรายจ่ายอยู่ระหว่าง 5,000 – 20,000 บาทต่อเดือน สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินออมปลอดภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมี 4 ประการคือ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

ไพโรจน์ เงาวิจิตร (2543) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมมากที่สุดคือ

เป็นการออมเงินเพื่อตนเอง บุตรและบิดามารดาเพื่อเก็บออมไว้ใช้เวลาเจ็บป่วยไข้และยามชรา เพื่อเป็นเงินทุนในการประกอบอาชีพและการศึกษาบุตร โดยจะเลือกฝากกับสถาบันการเงินที่มีความมั่นคง ให้ผลตอบแทนสูงและมีการบริการที่ดี สำหรับรูปแบบการออม จะเน้นการออมเป็นเงินฝาก ออมทรัพย์ กรมธรรม์ประกันชีวิตและเงินฝากประจำเนื่องจาก สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่ายและให้ผลตอบแทนสูง ส่วนปัจจัยด้านเศรษฐกิจในปี 2543 ก็มีผลต่อการออมเช่นกัน คือ จะมีการออมน้อยลง ภาครัฐควรมีนโยบายกระตุ้นให้มีการออมเพิ่มมากขึ้น โดยการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ยกเว้นภาษีเงินได้จากเงินออมทรัพย์ และสามารถนำเงินออมไปลดหย่อนภาษีได้ ส่วนสถาบันการเงินควรมีการขยายเวลาให้บริการ เพิ่มวันให้บริการและบริการโอนเงินทางตู้เบิกจ่ายเงินอัตโนมัติ (ATM) ระหว่างธนาคารได้

ทองคำ ศรีสวัสดิ์ (2544) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนพระหฤทัยเชียงใหม่ จำกัด ปี 2543 พบว่า อายุ ความรู้ความเข้าใจในจิตอารมณ์และผลตอบแทนที่ได้รับจากสหกรณ์มีผลกระทบต่อการออมของสมาชิกในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 สำหรับค่าใช้จ่ายในการบริโภคมีผลกระทบต่อการออมของสมาชิกในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เช่นกัน สำหรับปัญหาอุปสรรคในการส่งเสริมการออมของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนพระหฤทัยเชียงใหม่ จำกัด คือ สมาชิกส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการเงินฝากกับสหกรณ์เนื่องจากไม่สะดวกในการฝาก-ถอน และอัตราดอกเบี้ยควรจะสูงกว่าธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น

กุลิสรา กฤตวรกาญจน์ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาพฤติกรรมการออมในเยาวชนโดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนา ผลการศึกษาพบว่าภาพรวมของพฤติกรรมการออมเยาวชนที่ศึกษาในระดับอาชีวศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 438 คนมีรายได้และรายจ่ายไม่สูงมากนัก เพราะฐานะทางครอบครัวไม่ดีนัก ส่วนเยาวชนที่ออมเงินไม่ได้เพราะ การมีค่าใช้จ่ายมาก จนใช้เงินเกินตัว รายรับมีไม่พอกับค่าใช้จ่าย ซึ่งเหตุผลของการไม่มีเงินออมเกิดจากอิทธิพลทางสังคมที่ทำให้นักเรียนมีค่าใช้จ่ายสูงกว่ารายได้ทั้งสิ้น จึงเป็นที่มาของการเป็นหนี้ของเยาวชนด้วย ทางด้านความรู้ เจตคติ และค่านิยมด้านการออมของเยาวชน เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้และเข้าใจเรื่องการออมสอดคล้องตามค่านิยมของสังคมไทยที่เป็นสังคมของการประหยัดอดออม เฉพาะความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเท่านั้นแต่วิธีบริหารจัดการการเงิน ยังมีน้อย

เยาวพร แซ่ตั้ง และคณะ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการออมเงินเพื่อรองรับการเกษียณอายุของบุคลากรในภาคเอกชน จังหวัดสระบุรี กรณีศึกษา บริษัท เอส ไอ แอล ที่ดินอุตสาหกรรม จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน และรายจ่ายทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมการออมเงินเพื่อรองรับการเกษียณอายุของบุคลากรในภาคเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่บุคลากรในภาคเอกชนที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายมีโอกาสที่จะเกิดการออมเงินเพื่อรองรับการเกษียณอายุน้อยกว่าบุคลากรในภาคเอกชนที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญา 0.120 เท่า บุคลากรในภาคเอกชนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีโอกาสที่จะเกิดการออมเงินเพื่อรองรับการเกษียณอายุน้อยกว่าบุคลากรในภาคเอกชนที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญา 0.085 เท่า ถ้ารายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นโอกาสที่จะเกิดการออมเงินเพื่อรองรับการเกษียณอายุของบุคลากรในภาคเอกชนจะเพิ่มขึ้น 1.001 เท่า และถ้ารายจ่ายทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นโอกาสที่จะเกิดการออมเงินเพื่อรองรับการเกษียณอายุของบุคลากรในภาคเอกชนจะลดลง 0.909 เท่า ส่วนตัวแปร อายุ และระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ไม่มีความสัมพันธ์กับการเกิดการออมเงินเพื่อรองรับการเกษียณอายุของบุคลากรในภาคเอกชน

พิชญา เพิ่มไทย (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออมและแบบแผนการออมของข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลกผลการศึกษาพบว่า ข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 42 – 50 ปี อายุราชการมากกว่า 15 ปี สถานภาพส่วนมากสมรส มีบุตรเฉลี่ย 2 คน คู่สมรสส่วนมากรับราชการ หรือทำงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน คู่สมรสมีรายได้ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาทต่อเดือน มีรายจ่ายในครอบครัวระหว่าง 20,001 – 25,000 บาทต่อเดือน ส่วนมากมีการออมเงินระหว่าง 1,000 – 3,000 บาทต่อเดือน มาเป็นระยะเวลา 1 – 5 ปี โดยการฝากธนาคารพาณิชย์ ธนาคารของรัฐ สหกรณ์ออมทรัพย์ สถาบันการเงินอื่น ๆ รวมทั้งการซื้อพันธบัตรรัฐบาลเหตุผลหลักในการออมก็คือ เพื่อการศึกษาของตนเองและบุคคลในครอบครัว โดยปัจจัยเรื่องรายได้มีผลต่อการออมมากที่สุด ส่วนสาเหตุของผู้ที่ไม่มีการออม เนื่องจากการมีหนี้สินและรายจ่ายเพื่อการบริโภคอาหาร และการศึกษาในครั้งนี้ยังพบอีกว่า อายุ จำนวนบุตร และรายจ่ายรายได้ของข้าราชการครูและรายได้ของคู่สมรสมีความสัมพันธ์กับการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$

บทสรุป

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การออมเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญต่อคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของประชากรไทยไม่ว่าจะเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน หรือบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะเกษตรกรและคนในชนบท ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่สำหรับการออมนั้นเกิดจากการที่ไม่มีรายได้ หรือรายได้น้อยกว่ารายจ่าย ซึ่งรายจ่ายส่วนใหญ่เกิดจากหนี้สิน ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน การศึกษาบุตรและการบริหารจัดการวางแผนด้านการเงิน และผู้ที่ออมเงินส่วนใหญ่ จะออมเพื่อไว้ใช้ในยามชราและเจ็บป่วย ซึ่งวิธีการออมส่วนใหญ่ก็จะฝากไว้กับสถาบันการเงินหรือบริษัทประกันชีวิตที่มีความมั่นคงและให้ผลตอบแทนสูง ไม่ว่าจะเป็นอัตราดอกเบี้ยและสวัสดิการที่ได้รับ สถานที่รับฝากต้องมีความสะดวกในการเดินทางและคุณภาพในการบริการที่รวดเร็ว ทันสมัย

กรอบแนวคิดของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ทำการศึกษาได้กำหนดแนวทางศึกษาและรูปแบบของการศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ซึ่งส่งผลกระทบไปยังตัวแปรตาม (Dependent Variable) ดังนี้

ตัวแปรอิสระ(Independent Variable) ได้แก่ ตัวแปรปัจจัยข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ รายจ่าย สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการกองทุนทวีสุขของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

ภาพ 4 แสดงตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

สมมติฐานของการศึกษา

จากการศึกษาทฤษฎี บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การออมเงินของประชาชนโดยเฉพาะเกษตรกรส่วนใหญ่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล ที่สำคัญคือ รายได้ที่มีอย่างสม่ำเสมอ ความรู้ในด้านการจัดการทางการเงินไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด การผลิต การวางแผนทางการเงิน และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รวมถึงคุณภาพในการบริการ (ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 P's) โดยเฉพาะผลตอบแทนที่ได้จากการออมเงิน เช่น ดอกเบี้ยที่สูง สวัสดิการต่าง ๆ ที่ได้รับเพียงพอสำหรับผู้ฝากที่จะได้เก็บออมไว้ใช้ในยามชรา ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้มีการเก็บออมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ รายจ่าย สถานภาพและจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกันกับการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข

บทที่ 3
วิธีการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องของลูกค้าโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข สำหรับ ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย อ.แม่สาย จ.เชียงราย ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดรายละเอียดและขั้นตอนดังนี้

1. สถานที่ดำเนินการศึกษา
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

สถานที่ดำเนินการศึกษา

พื้นที่ในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ซึ่งประกอบไปด้วย 8 ตำบลคือ ตำบลเกาะช้าง ตำบลแม่สาย ตำบลศรีเมืองชุม ตำบลเวียงพางคำ ตำบลโป่งผา ตำบลโป่งงาม ตำบลบ้านด้ายและตำบลห้วยไคร้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้การในศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เกษตรกรลูกค้าของ ธ.ก.ส. ผู้ฝากเงินตามโครงการกองทุนทวีสุขของ ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย อ.แม่สาย จ. เชียงราย จำนวน 355 คน ประกอบด้วย ตำบลโป่งผา จำนวน 40 คน ตำบลโป่งงาม จำนวน 25 คน ตำบลแม่สาย จำนวน 35 คน ตำบลเวียงพางคำ จำนวน 9 คน ตำบลบ้านด้าย จำนวน 71 คน ตำบลศรีเมืองชุม จำนวน 50 คน ตำบลเกาะช้าง จำนวน 77 คน ตำบลห้วยไคร้ จำนวน 48 คน (ข้อมูลจากรายงานเกษตรกรลูกค้าที่เข้าร่วมโครงการในปีบัญชี 2552 ธ.ก.ส.สาขาแม่สาย จากระบบสารสนเทศธนาคาร)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ เกษตรกรลูกค้าของ ธ.ก.ส.สาขาแม่สาย อ.แม่สาย จ.เชียงราย ที่ฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข จำนวน 355 คน โดยวิธีการกระจายกลุ่มตัวอย่างทุกตำบล ซึ่งกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้การคำนวณตามสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1967: 886) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 188 คน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551: 47) ดังนี้

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

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนของประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิด (5%)

แทนค่าตามสูตรดังนี้

ตำบล 01

$$n = \frac{355}{1 + 355(0.05)^2}$$

$$= \frac{355}{1 + 0.8875}$$

$$= \frac{355}{1.8875}$$

$$= 188.08 \text{ คน}$$

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่อยู่ในภาระพึ่งพิง มีข้อคำถาม จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องของลูกค้าผู้ฝากเงินตามโครงการกองทุนทวีสุขของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย อ.แม่สาย จ.เชียงรายได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ขั้นตอนการทำงานและด้านภาพลักษณ์

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบความเชื่อมั่นแบบสอบถาม (reliability) นำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากคณะกรรมการมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient) ของ Cronbach (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2542: 45) ค่าที่ได้จะแสดงระดับความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ถ้าระดับสูง ความเชื่อมั่นก็จะสูง ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1}\left[\frac{1-\sum S_i^2}{S_t^2}\right]$$

โดย

α = ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

k = จำนวนข้อในแบบสอบถาม

S_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

$\sum S_i^2$ = ผลรวมความแปรปรวนแต่ละข้อ

ซึ่งผลการทดสอบเครื่องมือจากจำนวนตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า เท่ากับ 0.89

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้ฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข ของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.สาขาแม่สาย อ.แม่สาย จ.เชียงราย ครั้งนี้ ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจากเกษตรกรลูกค้าในเขตดำเนินงานของ ธ.ก.ส สาขาแม่สาย อ.แม่สาย จ. เชียงราย จำนวน 188 คน ในระหว่างเดือน ตุลาคม 2553

1. ผู้ศึกษาได้มอบหมายให้พนักงาน ธ.ก.ส.สาขาแม่สายทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ซึ่งเป็นพนักงานที่มีความรู้ความเข้าใจในการทำการวิจัยเป็นอย่างดี

2. ผู้ศึกษาได้ทำการประชุมเพื่อทำความเข้าใจกับพนักงานที่เป็นทีมเก็บข้อมูลเพื่อให้มีความเข้าใจตรงกันในเรื่องของข้อคำถามและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

3. ผู้ศึกษาได้มอบหมายให้พนักงานจัดเก็บข้อมูลโดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 7 วันนำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่อไป

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามล้วจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคม (Statistical Package for the Social Science for Windows: SPSS) โดย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคล การวิเคราะห์ทางสถิติได้แสดงผลการวิเคราะห์ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean) แล้วนำเสนอในรูปของการพรรณนา

2. ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรต่างๆ จะวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของตัวแปร วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (percentage) และการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธี Pearson Chi-Square (ไคสแควร์) (χ_2 - test)

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของผู้ฝากเงินต่อโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจะใช้สถิติเชิงพรรณนา

บทที่ 4
ผลการวิจัยและวิจารณ์

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องของลูกค้าผู้ฝากเงินตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ในเขตการดำเนินงานของ ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับผลประโยชน์จากการฝากเงินตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ได้อย่างประสิทธิภาพและประสิทธิผล และนำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ฝากให้เกิดความพึงพอใจและฝากเงินตามโครงการอย่างต่อเนื่องอีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการตลาดปัจจุบัน

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

ตอนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการศึกษาครั้งนี้ เกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 188 ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว

เพศ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับเพศของผู้ให้ข้อมูล พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 117 ราย หรือร้อยละ 62.2 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 71 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 37.8 ตามลำดับ (ตาราง 3)

อายุ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับอายุของผู้ให้ข้อมูล พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 40 - 49 ปี จำนวน 63ราย คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาอายุ 50 -59 ปี จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.3 อายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.80 อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.1 และมีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ (ตาราง 3)

สถานภาพ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ให้ข้อมูล พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรสและมีบุตรมากที่สุด จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.8 รองลงมามีสถานภาพหม้ายหรือหย่าร้าง จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.3 มีสถานภาพโสด จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 และมีสถานภาพสมรสแล้วยังไม่มีบุตร จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ (ตาราง 3)

ระดับการศึกษา

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาของผู้ให้ข้อมูล พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าประถมศึกษา จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมามีการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.1 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.0 และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.9 ตามลำดับ (ตาราง 3)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ให้ข้อมูล พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีรายได้ระหว่าง 5,000 – 9,999 บาทต่อเดือน จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.1 และมีรายได้ระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.9 ตามลำดับ (ตาราง 3)

รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ให้ข้อมูล พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีรายจ่ายต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.4 และมีรายจ่ายระหว่าง 5,000 –9,999 บาท จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.6 ตามลำดับ (ตาราง 3)

จำนวนสมาชิกในครอบครัว

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ให้ข้อมูล พบว่าส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน จำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.4 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-6 คน จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.4 และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ (ตาราง 3)

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	ลูกค้าเงินฝากกองทุนทวีสุข	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	177	62.2
หญิง	71	37.8
รวม	**188**	**100.00**
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	8	4.3
30 - 39 ปี	41	21.8
40 - 49 ปี	63	33.5
50 - 59 ปี	57	30.3
60 ปีขึ้นไป	19	10.1
รวม	**188**	**100.00**
สถานภาพการสมรส		
โสด	21	11.2
สมรสและมีบุตร	120	63.8
สมรสยังไม่มีบุตร	7	3.7
หม้ายหรือหย่าร้าง	40	21.3
รวม	**188**	**100.00**
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	109	58.0
ประถมศึกษา	49	26.1
มัธยมศึกษา	71	9.0
ปริญญาตรี	13	6.9
รวม	**188**	**100.00**

ตาราง 3 (ต่อ)

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	ลูกค้าเงินฝากกองทุนทวีสุข	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	94	50.0
5,000 – 9,999 บาท	83	44.1
10,000 – 19,999 บาท	11	5.9
รวม	**188**	**100.00**
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	123	65.4
5,000 – 9,999 บาท	65	34.6
รวม	**188**	**100.00**
จำนวนสมาชิกในครอบครัว		
สมาชิก 1-2 คน	8	4.3
สมาชิก 3-4 คน	153	81.4
สมาชิก 5-6 คน	27	14.4
รวม	**188**	**100.00**

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจในการเลือกฝากเงินโครงการกองทุน เหตุผลในการฝากเงินกับโครงการกองทุนทวีสุข ระยะเวลาครบกำหนดของเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข บุคคลที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจ

ฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข สถานที่ในการฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข สถานที่ที่ใช้บริการฝากเงินโครงการ จำนวนเงินที่นำฝาก ความถี่ในการฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข วิธีการฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข การตัดสินใจในการฝากเงินต่อไป กิจกรรมที่จัดขึ้นสำหรับโครงการกองทุนทวีสุข ความ พึงพอใจในการให้บริการ ความสะดวกรวดเร็วที่ได้รับในการใช้บริการ ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์และได้แปลผลการวิจัยแยกเป็นแต่ละด้านดังนี้

ข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจในการเลือกฝากเงินโครงการกองทุน

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจในการเลือกฝากเงินโครงการกองทุน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความสำคัญต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเรียงตามลำดังความสำคัญดังนี้

การตัดสินใจเลือกฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุขจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ผู้ให้ข้อมูลได้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 ต่อข้อมูลข่าวจากหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 ให้ความสำคัญต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากพนักงาน ธ.ก.ส. จำนวน 162 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.2 ให้ความสำคัญต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนหรือผู้มีความรู้เรื่องเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ (ตาราง 4)

การตัดสินใจเลือกฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุขจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ผู้ให้ข้อมูลได้ความสำคัญเป็นอันดับ 2 ต่อข้อมูลข่าวจากหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.4 ให้ความสำคัญต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการโฆษณา จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.7 ให้ความสำคัญต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากญาติพี่น้อง จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 และให้ความสำคัญต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนหรือผู้มีความรู้เรื่องเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ (ตาราง 4)

การตัดสินใจเลือกฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุขจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ผู้ให้ข้อมูลได้ความสำคัญเป็นอันดับ 3 ต่อข้อมูลข่าวจากหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.6 และให้ความสำคัญต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนหรือผู้มีความรู้เรื่องเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.6 ตามลำดับ (ตาราง 4)

ตาราง 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจในการเลือกฝากเงินโครงการกองทุน

ข้อมูลข่าวสาร	ลำดับความสำคัญ (N= 940)					
	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือสื่อสิ่งพิมพ์	26	13.8	61	32.4	80	42.6
พนักงาน ธ.ก.ส.	162	86.2	-	-	-	-
การโฆษณา	-	-	54	28.7	-	-
ญาติพี่น้อง	-	-	26	13.8	-	-
เพื่อนหรือผู้มีความรู้เรื่องเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข	26	13.8	47	25.0	82	43.6

เหตุผลในการเลือกฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านเหตุผลในการเลือกฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข จากการศึกษาพบว่า เหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้ให้ข้อมูลเลือกฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุขคือ ความต้องการสวัสดิการ จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.4 เหตุผลรองลงมาคือ ต้องการมีเงินออม จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.4 พอใจในการบริการจำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.8 และมีความพอใจในอัตราดอกเบี้ย จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.3 ตามลำดับ (ตาราง 5)

ตาราง 5 เหตุผลในการเลือกฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข

เหตุผลในการฝากเงินกองทุนทวีสุข	ลูกค้าเงินฝากกองทุนทวีสุข	
	จำนวน (N= 752)	ร้อยละ
ต้องการออมเงิน	106	56.4
พอใจในอัตราดอกเบี้ย	42	22.3
พอใจในการบริการของพนักงาน	73	38.8
ต้องการสวัสดิการ	108	57.4

ความเหมาะสมของระยะเวลาครบกำหนดของเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านความเหมาะสมของระยะเวลาครบกำหนดในการเลือกฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า ระยะเวลาครบกำหนดของเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุขมีความเหมาะสม จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.9 และเห็นว่าไม่เหมาะสม จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.1 (ตาราง 6)

ตาราง 6 ความเหมาะสมของระยะเวลาครบกำหนดของเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข

ระยะเวลาครบกำหนด	ความคิดเห็น	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
เหมาะสม	154	81.9
ไม่เหมาะสม	34	18.1
รวม	**188**	**100.00**

บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจการเลือกฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า พนักงาน ธ.ก.ส. มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจจำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.8 เห็นว่าเพื่อนมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 เห็นว่าการตัดสินใจเอง และสามีหรือภรรยามีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 เท่ากัน (ตาราง 7)

ตางราง 7 บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข

บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ	ความคิดเห็น	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
เพื่อน	26	13.8
สามีหรือภรรยา	21	11.2
พนักงาน ธ.ก.ส.	120	63.8
ตัดสินใจด้วยตนเอง	21	11.2
รวม	**188**	**100.00**

สถานที่ที่ไปฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านสถานที่ที่ไปฝากเงิน จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ไปฝากเงินที่ ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย จำนวน 188 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 (ตาราง 8)

ตาราง 8 สถานที่ที่ไปฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข

สถานที่ที่ไปฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข	ความคิดเห็น	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย	100	100.0
รวม	**188**	**100.00**

สถานที่ที่ไปใช้บริการฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านสถานที่ที่ไปใช้บริการฝากเงิน จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่าสถานที่ที่ไปใช้บริการฝากเงินมีความสะดวกสบาย จำนวน 167 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.8 และเห็นว่ามีการให้บริการที่รวดเร็ว จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 (ตาราง 9)

ตาราง 9 สถานที่ที่ไปใช้บริการฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข

สถานที่ที่ไปใช้บริการฝากเงิน	ความคิดเห็น	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
สะดวกสบาย	167	88.8
บริการรวดเร็ว	21	11.2
รวม	**188**	**100.00**

จำนวนเงินฝากต่อปี

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านจำนวนเงินฝากต่อปี จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ฝาเงินเป็นจำนวน 1200 บาท จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.0 และฝากเงินจำนวน 6000 ต่อปี จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 และฝากเงินจำนวน 12000 บาทต่อปี จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 (ตาราง 10)

ตาราง 10 จำนวนเงินฝากต่อปี

จำนวนเงินฝากต่อปี	ความคิดเห็น	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
1,200 บาท	141	75.0
6,000 บาท	21	11.2
12,000 บาท	26	13.8
รวม	**188**	**100.00**

ความถี่ในการฝากเงินกองทุนทวีสุข

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านความถี่ในการฝากเงิน จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ฝากเงินทุกปี จำนวน 162 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.2 และฝากเงินทุกเดือน จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 (ตาราง 11)

ตาราง 11 ความถี่ในการฝากเงินกองทุนทวีสุข

ความถี่ในการฝากเงิน	ความคิดเห็น	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
ทุกเดือน	26	13.8
ทุกปี	162	86.2
รวม	**188**	**100.00**

วิธีการฝากเงินกองทุนทวีสุข

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านวิธีการฝากเงิน จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ฝากเงินเอง จำนวน 114 ราย

คิดเป็นร้อยละ 60.6 ให้หัวหน้ากลุ่มมาฝากเงิน จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 และใช้บริการต่างสาขา 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.4 (ตาราง 12)

ตาราง 12 วิธีการฝากเงินกองทุนทวีสุข

วิธีการฝากเงินกองทุนทวีสุข	ความคิดเห็น	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
ทุกเดือน	26	13.8
ทุกปี	162	86.2
รวม	**188**	**100.00**

การตัดสินใจฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านการตัดสินใจฝากเงินโครงการต่อไป จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ตัดสินใจฝากเงินต่อไป จำนวน 188 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 (ตาราง 13)

ตาราง 13 การตัดสินใจฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข

การตัดสินใจฝากเงิน	ความคิดเห็น	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
ฝากต่อไป	188	100.0
ไม่ฝากต่อ	0	0.0
รวม	**188**	**100.00**

เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจฝากเงินโครงการต่อไป จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วน

ใหญ่ต้องการสวัสดิการ จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยสูง จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.2 เนื่องจากต้องการเงินออม จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 (ตาราง 14)

ตาราง 14 เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข

เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจฝากเงิน	ความคิดเห็น	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
ต้องการสวัสดิการ	94	50.0
อัตราดอกเบี้ยสุง	68	36.2
ต้องการเงินออม	26	13.8
รวม	**188**	**100.00**

กิจกรรมที่ต้องการให้จัดขึ้นสำหรับโครงการกองทุนทวีสุข

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านกิจกรรมที่ต้องการให้จัดขึ้นสำหรับโครงการกองทุนทวีสุข จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ต้องการให้มีการตรวจสุขภาพ 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.6 ต้องการให้มีการจับรางวังชิงโชค 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.3 ต้องการให้มีของแจก จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 (ตาราง 15)

ตาราง 15 กิจกรรมที่ต้องการให้จัดขึ้นสำหรับโครงการกองทุนทวีสุข

กิจกรรมที่ต้องการให้จัด	ความคิดเห็น	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
การบริการตรวจสุขภาพ	112	59.6
มีของแจกของแถมของชำร่วย	21	11.2
จับรางวัลชิงโชค	55	29.3
รวม	**188**	**100.00**

ความพึงพอใจต่อพนักงานที่ให้บริการ

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านความพึงพอใจต่อพนักงานที่ให้บริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่าพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.6 เห็นว่าพนักงานให้คำแนะนำดี จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.4 เห็นว่าพนักงานมีความรู้ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 และเห็นว่าพนักงานบริการรวดเร็วจำวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ (ตาราง 16)

ตาราง 16 ความพึงพอใจต่อพนักงานที่ให้บริการ

ความพึงพอใจต่อพนักงานที่ให้บริการ	ความคิดเห็น	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
ยิ้มแย้มแจ่มใส	82	43.6
ให้คำแนะนำดี	59	31.4
มีความรู้	26	13.8
บริการรวดเร็ว	21	11.2
รวม	**188**	**100.00**

ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการเงินฝากกองทุนทวีสุข

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการเงินฝากกองทุนทวีสุข จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่าได้รับความสะดวก จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.4 เห็นว่าไม่ได้รับความสะดวก จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.5 เห็นว่ายุ่งยากหลายขั้นตอน จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.1 ตามลำดับ (ตาราง 17)

ตาราง 17 ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการเงินฝากกองทุนทวีสุข

ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ	ความคิดเห็น	
	จำนวน (N=188)	ร้อยละ
ได้รับความสะดวก	106	56.4
ไม่ได้รับความสะดวก	48	25.5
ยุ่งยากหลายขั้นตอน	34	18.1
รวม	**188**	**100.00**

ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ จากลูกค้าโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข

ในการศึกษาปัญหาและอุปสรรคและข้อเสนอแนะจากลูกค้าโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข พบว่า ลูกค้าโครงการมีความเห็นว่ามี ข้อดีจากการใช้กองทุนทวีสุขคือทำให้เกิดการประหยัดและอดออมทำให้สามารถเก็บเงินไว้ใช้ในอนาคต และเห็นว่ามีข้อด้อยหรือปัญหาจากการใช้บริการกองทุนทวีสุขคือ การฝากเงินต้องเป็นสมาชิกที่กู้เงินจากทางธนาคารเท่านั้นไม่เปิดโอกาสให้ลูกค้าทั่วไป โดยมีข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการของกองทุนทวีสุขในด้านต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขเห็นว่า ควรมีการพัฒนาด้านตัวสินค้าและบริการให้มากขึ้นไม่จำกัดแต่เฉพาะกลุ่มลูกค้าสินเชื่อเท่านั้น และลูกค้ามีความต้องการให้นำบัตร ATM มาใช้กับโครงการกองทุนทวีสุข

ด้านสถานที่ ลูกค้าเห็นว่าที่จอดรถของผู้มาใช้บริการที่ธนาคารมีไม่เพียงพอและคับแคบ และควรเสริมที่นั่งรอรับบริการให้เพียงพอกับผู้มาใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการขาย ลูกค้าต้องการให้มีของแจกของแถมในการส่งเสริมการขายที่หลากหลายและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น เครื่องครัว หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก

การให้บริการ

ลูกค้าโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขเห็นว่า พนักงานของธนาคารสามารถให้คำแนะนำได้ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ขั้นตอนในการให้บริการไม่มีความยุ่งยาก

การประชาสัมพันธ์ การแจ้งข้อมูลข่าวสาร

ลูกค้าโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขเห็นว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์ ทางวารสาร วิทยุ ทีวี แผ่นพับ ให้มากขึ้นเนื่องจากไม่มีการโฆษณาทำให้ลูกค้าไม่ทราบถึงรายละเอียดและข่าวสารที่มีการเปลี่ยนแปลง

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมุติฐาน

จากการศึกษาทฤษฎี บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การออมเงินของประชาชนโดยเฉพาะเกษตรกรส่วนใหญ่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล ที่สำคัญคือ รายได้ที่มีอย่างสม่ำเสมอ ความรู้ในด้านการจัดการทางการเงินไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด การผลิต การวางแผนทางการเงิน และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รวมถึงคุณภาพในการบริการ โดยเฉพาะผลตอบแทนที่ได้จากการออมเงิน ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้มีการเก็บออมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้ โดยใช้สถิติ Chi-Square ในการทดสอบสมมุติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข

ปัจจัยส่วนบุคคล	χ^2	df	Sig
1. เพศ	1.590	2	.452
2. อายุ	54.147	64	.805
3. สถานภาพ	2.424	6	.877
4. ระดับการศึกษา	3.782	6	.706
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1.830	4	.767
6. รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	1.397	2	.497
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว	2.639	4	.620

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

ผลการทดสอบสมมุติฐาน

"ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ รายจ่าย สถานภาพและจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข" ผลจากการทดสอบมีระดับนัยสำคัญมากกว่า0.05 จึงปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข (ตาราง 18)

บทที่ 5
สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องของลูกค้าผู้ฝากเงินตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ในเขตการดำเนินงานของ ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับผลประโยชน์จากการฝากเงินตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ได้อย่างประสิทธิภาพและประสิทธิผล และนำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ฝากให้เกิดความพึงพอใจและฝากเงินตามโครงการอย่างต่อเนื่องอีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการตลาดปัจจุบัน

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

ตอนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัยและวิจารณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการศึกษาครั้งนี้ เกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 188 ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว พบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 62.2 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 37.8 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40 - 49 ปี ร้อยละ 33.5 อายุ 50 -59 ปี ร้อยละ 30.3 อายุระหว่าง 30 - 39 ปี ร้อยละ 21.80 อายุมากกว่า 60 ปี ร้อยละ 10.1 และต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 4.3 ด้านสถานภาพส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรสและมีบุตร ร้อยละ 63.8 มีสถานภาพหม้ายหรือหย่าร้าง ร้อยละ 21.3 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 11.2 และมีสถานภาพสมรสแล้วยังไม่มีบุตร ร้อยละ 3.7 ด้านการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าประถมศึกษา ร้อยละ 58.0 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 26.1 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 9.0 และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 6.9 ตามลำดับ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 50.0 มีรายได้ระหว่าง 5,000 – 9,999 บาทต่อเดือน ร้อยละ 44.1 และมีรายได้ระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท ร้อยละ 5.9 ด้านรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ให้ข้อมูล พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีรายจ่ายต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 65.4 และมีรายจ่ายระหว่าง 5,000 – 9,999 บาท ร้อยละ 34.6 ตามลำดับ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ให้ข้อมูล พบว่าส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ร้อยละ 81.4 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-6 คน ร้อยละ 14.4 และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน ร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจในการเลือกฝากเงินโครงการกองทุน เหตุผลในการฝากเงินกับโครงการกองทุนทวีสุข ระยะเวลาครบกำหนดของเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข บุคคลที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข สถานที่ในการฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข สถานที่ที่ใช้บริการฝากเงินโครงการ จำนวนเงินที่นำฝาก ความถี่ในการฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข วิธีการฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข การตัดสินใจในการฝากเงินต่อไป กิจกรรมที่จัดขึ้นสำหรับโครงการกองทุนทวีสุข ความ พึงพอใจในการให้บริการ ความสะดวกรวดเร็วที่ได้รับในการใช้บริการ

ด้านผลตอบแทน อัตราดอกเบี้ย และสวัสดิการ พบว่าในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข เหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้ให้ข้อมูลเลือกฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุขคือ ความต้องการสวัสดิการจากการฝากเงินกองทุน เป็นสาเหตุในการเลือกเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข รวมไปถึงความต้องการมีเงินออม และความพึงพอใจในอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ

ด้านระยะเวลาในการฝาก พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านความเหมาะสมของระยะเวลาครบกำหนดในการเลือกฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข ในส่วนของระยะเวลาครบกำหนดของเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุขมีความเหมาะสม เป็นปัจจัยอันดับหนึ่งที่ทำให้ตัดสินใจฝากเงินกับโครงการกองทุนทวีสุข

ด้านช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านสถานที่ที่ไปฝากเงินส่วนใหญ่ไปฝากเงินที่ ธ.ก.ส. สาขาแม่สาย ทั้งหมด เนื่องจากสถานที่ที่ไปใช้บริการฝากเงิน มีความสะดวกสบาย มีการให้บริการที่รวดเร็ว ส่วนใหญ่ลูกค้าฝากเงินกับกองทุนทวีสุขในจำนวน 1200 บาท ต่อปี และลูกค้าจะฝากเงินเป็นประจำทุกปี ด้านวิธีการฝากส่วนใหญ่ลูกค้าจะเป็นผู้ฝากเงินด้วยตนเองมากกว่าการให้หัวหน้ากลุ่มเป็นผู้ฝาก หรือใช้บริการต่างสาขา

ด้านประชาสัมพันธ์ พบว่า ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจในการเลือกฝากเงินโครงการกองทุน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากพนักงาน ธ.ก.ส. ข้อมูลจากหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ และ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนหรือผู้มีความรู้เรื่องเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข

ด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่าพนักงาน ธ.ก.ส. มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจฝากเงินกับโครงการกองทุนทวีสุข เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจต่อพนักงานที่ให้บริการ ในความยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน สามารถให้คำแนะนำได้ดีรวมทั้งมี

ความรู้ ตลอดจนการบริการที่รวดเร็วจึงส่งผลต่อการฝากเงินของโครงการ และลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ

ด้านการตัดสินใจฝากเงินอย่างต่อเนื่อง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขด้านเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจฝากเงินโครงการต่อไปทั้งหมดตัดสินใจฝากเงินกับโครงการต่อไปเนื่องจากต้องการสวัสดิการ อัตราดอกเบี้ยสูง และต้องการมีเงินออมไว้ใช้ในอนาคต และลูกค้าส่วนใหญ่ตัดสินใจฝากเงินต่อเนื่องกับโครงการทุกราย นอกจากนี้ลูกค้ามีความต้องการให้มีกิจกรรมการตรวจสุขภาพเป็นหลัก และต้องการให้มีการจับรางวังชิงโชค รวมทั้งอยากให้มีของแจกของแถมเช่นกัน

ตอนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ จากลูกค้าโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข

ในการศึกษาครั้งนี้ไม่พบว่าลูกค้ามีปัญหาหรืออุปสรรคในการฝากเงิน และลูกค้ามีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ 1) ลูกค้าโครงการมีความต้องการให้กองทุนเปิดโอกาสให้ลูกค้าทั่วไปที่ไม่ใช่ลูกหนี้ของทางธนาคารสามารถเข้าร่วมโครงการนี้ได้ 2) ควรมีการพัฒนาด้านสินค้าและบริการให้มากขึ้น เช่น มีการให้บริการบัตร ATM

ด้านการคืนกำไรให้กับสังคม พบว่าลูกค้าต้องการให้โครงการสนับสนุนและช่วยเหลือการพัฒนาหมู่บ้านในด้านการพัฒนาอาชีพ และความเป็นอยู่ของชุมชน

ด้านสวัสดิการ ลูกค้าเห็นว่าควรมีการให้ความคุ้มครองอุบัติเหตุที่เกิดจากการขับขี่รถจักยานยนต์

ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่าลูกค้าเห็นว่าควรมีการประชาสัมพันธ์โครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขทาง ทีวี วิทยุ วารสาร หรือแผ่นพับ เพื่อให้ครอบคลุมการเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารของลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าในอนาคต

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมุติฐาน

จากการศึกษาทฤษฎี บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การออมเงินของประชาชนโดยเฉพาะเกษตรกรส่วนใหญ่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล ที่สำคัญคือ รายได้ที่มีอย่างสม่ำเสมอ ความรู้ในด้านการจัดการทางการเงินไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด การผลิต การวางแผนทางการเงิน และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รวมถึงคุณภาพในการบริการ โดยเฉพาะผลตอบแทนที่ได้จากการ

ออมเงิน ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้มีการเก็บออมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้ โดยใช้สถิติ Chi-Square ในการทดสอบสมมุติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบสมมุติฐานปรากฏว่า "ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ รายจ่าย สถานภาพและจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย เหตุผลหลักในการเลือกฝากเงินกับกองทุนมีสาเหตุมาจากการที่ลูกค้ามีความต้องการสวัสดิการ อัตราดอกเบี้ย และเงินออมที่จะได้รับในอนาคต ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ ไพโรจน์ เงาวิจิตร (2543) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมมากที่สุดคือ เป็นการออมเงินเพื่อตนเอง บุตรและบิดามารดาเพื่อเก็บออมไว้ใช้เวลาเจ็บป่วยไข้และยามชรา เพื่อเป็นเงินทุนในการประกอบอาชีพและการศึกษาบุตร โดยจะเลือกฝากกับสถาบันการเงินที่มีความมั่นคง ให้ผลตอบแทนสูงและมีการบริการที่ดี และอีกปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินของลูกค้าก็คือ ความพึงพอใจต่อพนักงานที่ให้บริการ การที่พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีความรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์และสามารถให้คำแนะนำได้ดี ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจฝากเงิน โครงการกองทุนทวีสุขอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการประชาสัมพันธ์โครงการมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจฝากเงินกับโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ สวัสดิ์ แสงบางปลา (2537) เรื่องแนวทางและเทคนิคในการระดมเงินฝาก ซึ่งโดยสรุป การที่จะหาเงินฝากเพิ่มขึ้นนั้นมีส่วนประกอบในด้านเทคนิคการระดมเงินฝาก ดังนี้ คือ การประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง การสร้างสิ่งจูงใจ การปลูกฝังนิสัยการออม การเสริมสร้างความศรัทธา และการให้สวัสดิการ (ผลประโยชน์

และการบริการ) ที่ดีแก่ลูกค้า ตรงกับจุดประสงค์ของกองทุนทวีสุขก็คือ การส่งเสริมให้เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.รู้จักการออมเงินไว้ใช้และเป็นสวัสดิการแก่ตนเองและสำหรับครอบครัวเมื่อเข้าสู่วัยชรา และเป็นทุนในการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้มาจุนเจือในครัวเรือนได้รวมถึงเป็นการสานสายใยที่ดีระหว่างธนาคารกับเกษตรกรและครอบครัว ซึ่งจะช่วยให้สามารถรักษาลูกค้าที่ดีไว้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพโรจน์ เงาวิจิตร (2543) ที่ว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมมากที่สุดคือ เป็นการออมเงินเพื่อตนเอง บุตรและบิดามารดา เพื่อเก็บออมไว้ใช้เวลาเจ็บป่วยไข้และยามชรา เพื่อเป็นเงินทุนในการประกอบอาชีพและการศึกษาบุตร

และจากผลการศึกษารวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่าการออมเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญต่อคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชากรไทยไม่ว่าจะเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน หรือบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะเกษตรกรและคนในชนบท ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่สำหรับการออมนั้นเกิดจากการที่ไม่มีรายได้ หรือรายได้น้อยกว่ารายจ่าย ซึ่งรายจ่ายส่วนใหญ่เกิดจากหนี้สิน ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน การศึกษาบุตรและการบริหารจัดการวางแผนด้านการเงิน และผู้ที่ออมเงินส่วนใหญ่ จะออมเพื่อไว้ใช้ในยามชราและเจ็บป่วย ซึ่งวิธีการออมส่วนใหญ่ก็จะฝากไว้กับสถาบันการเงินหรือบริษัทประกันชีวิตที่มีความมั่นคงและให้ผลตอบแทนสูง ไม่ว่าจะเป็นอัตราดอกเบี้ยและสวัสดิการที่ได้รับ สถานที่รับฝากต้องมีความสะดวกในการเดินทางและคุณภาพในการบริการที่รวดเร็ว ทันสมัย สอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2542) ได้จัดทำโครงการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายและการออมของครัวเรือนและเปรียบเทียบกับผลที่ได้เคยทำการสำรวจไว้เมื่อปี พ.ศ. 2536 ที่ว่าการพัฒนารูปแบบของการออมแบบผูกพันที่จะประกันแก่ผู้ออม เพื่อให้สามารถนำมาใช้ได้เมื่อยามเจ็บป่วยหรือยามชราทั้งในรูปแบบเงินฝากและกรมธรรม์ประกันชีวิต การรณรงค์รูปแบบการออมเพื่อการศึกษาให้มีความหลากหลายมากขึ้น การมุ่งเน้นการออมรูปแบบเงินฝากเพื่อเป็นหลักประกันในการกู้ยืมไปประกอบอาชีพซึ่งจะเป็นการช่วยให้มีเงินออมมากขึ้น การพัฒนารูปแบบเงินฝากประจำให้มีความหลากหลายขึ้นและสามารถเบิกถอนหรือโอนเปลี่ยนมือได้สะดวกเพื่อจูงใจให้ผู้ฝากที่หวังผลตอบแทนมีทางเลือกมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิชญา เพิ่มไทย (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออมและแบบแผนการออมของข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลกผลการศึกษาพบว่าเหตุผลหลักในการออมก็คือ เพื่อการศึกษาของตนเองและบุคคลในครอบครัว โดยปัจจัยเรื่องรายได้มีผลต่อการออมมากที่สุด ส่วนสาเหตุของผู้ที่ไม่มีการออม เนื่องจากการมีหนี้สินและรายจ่ายเพื่อการบริโภคอาหาร และ

การศึกษาในครั้งนี้ยังพบอีกว่า อายุ จำนวนบุตร และรายจ่าย รายได้ของข้าราชการครูและรายได้ของคู่สมรสมีความสัมพันธ์กับการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขของเกษตรกรในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สายพบปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะจากลูกค้าโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

เงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อเป็นการสวัสดิการให้กับลูกค้าของธนาคาร แต่ในชั้นนี้ธนาคารจะมอบให้แก่ลูกค้าผู้กู้ก่อนเนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้าที่สร้างรายได้คือดอกเบี้ยเงินกู้ให้แก่ธนาคารมากที่สุด ซึ่งรายได้ที่ธนาคารได้รับ ธนาคารก็จะจัดสรรจากส่วนนี้ให้กลับคืนมาในรูปสวัสดิการต่างๆ ตลอดระยะเวลาที่ฝากเงินในโครงการและมอบอัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่สูงกว่าปกติ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ธนาคารควรศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการขยายกลุ่มลูกค้าไปยังลูกค้ากลุ่มอื่นนอกเหนือจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเดิมของธนาคารคือกลุ่มลูกค้าผู้กู้ เช่น ลูกค้าเงินฝาก, ครอบครัวลูกค้า โดยอาจจัดสรรเงินจากรายได้ส่วนอื่นหรือจากส่วนงานอื่นเช่นรัฐบาล หน่วยงานราชการอื่นที่เกี่ยวข้องหรือมีภารกิจที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากโครงการนี้ได้รับการตอบสนองที่ดีจากลูกค้าตามโครงการ เพราะลูกค้าให้ความสำคัญกับการออมซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าการออมเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญต่อคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ ไม่ว่าจะเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน หรือบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะเกษตรกรและคนในชนบท ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่สำหรับการออมนั้นเกิดจากการที่ไม่มีรายได้ หรือรายได้น้อยกว่ารายจ่าย ซึ่งรายจ่ายส่วนใหญ่เกิดจากหนี้สิน ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน การศึกษาบุตรและที่สำคัญคือการบริหารจัดการและการวางแผนด้านการเงิน โดยผู้ที่ออมเงินส่วนใหญ่ จะออมเพื่อไว้ใช้ในยามชราและเจ็บป่วย ซึ่งสิ่งนี้สามารถนำมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์โครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขทั้งในด้านสวัสดิการและขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างยิ่งขึ้นนอกเหนือจากกลุ่มเกษตรกรลูกค้าของธนาคาร

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

สวัสดิการกองทุนทวีสุข ควรเพิ่มการคุ้มครองอุบัติเหตุที่เกิดจากการขับขี่รถยนต์รถจักรยานยนต์ซึ่งเป็นสวัสดิการที่ได้รับจากโครงการในปีที่ 1 เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากไม่สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน เพื่อจะเป็นการช่วยเหลือบรรเทาในเรื่องภาระค่าใช้จ่ายและกระตุ้นจูงใจให้สมาชิกในโครงการมีการฝากอย่างต่อเนื่องและขยายมากยิ่งขึ้น

ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)

โครงการกองทุนทวีสุข ธนาคารใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยเปิดให้ลูกค้าสามารถสมัครผ่านทางเคาน์เตอร์ธนาคารทุกสาขาทั่วประเทศ โดยลูกค้าสามารถเข้ามาติดต่อผ่านทางพนักงานเคาน์เตอร์ ซึ่งพนักงานจะอำนวยความสะดวกให้ในเรื่องของข้อมูล ข่าวสาร และผลประโยชน์ที่จะได้รับการจากการสมัครเป็นสมาชิกและฝากเงินกับกองทุนทวีสุข โดยทางธนาคารควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในส่วนของการให้บัตร ATM สำหรับเงินฝากโครงการนี้เพื่อสะดวกในการฝาก

ด้านราคา (Price)

ปัจจุบันธนาคารให้ดอกเบี้ยเงินฝากตามโครงการสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากปกติของคือร้อยละ 3 ต่อปี เท่ากันทุกคน ซึ่งธนาคารควรมีการปรับเพิ่มการตอบแทนด้านอัตราดอกเบี้ยเงินฝากตามอายุการฝากเงินตามโครงการ โดยกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากตามขั้นบันได เช่น ผู้ฝากเงินตามโครงการปีแรกอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3 ต่อปี ปีที่ 2 อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3.5 ต่อปี ปีที่ 3 อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 4 ต่อปี ปีที่ 4 อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 4.5 ต่อปี และปีที่ 5 ซึ่งเป็นปีสุดท้ายอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 5 ต่อปี ซึ่งจะเป็นการจูงใจให้ลูกค้าฝากเงินอย่างต่อเนื่องและขยายสมาชิกเพิ่มมากขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ธนาคารควรมีการประชาสัมพันธ์โครงการเงินฝากกองทุนทวีสุขให้ครอบคลุมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าในอนาคต รวมทั้งควรมีความหลากหลายในสื่อ

ประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เนื่องจากปัจจุบันจะใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านพนักงานธนาคารและบอร์ดประกาศของธนาคารเท่านั้น

ด้านพนักงาน (People)

ธนาคารควรมีการอบรมในเรื่องของการนำเสนอสินค้าและบริการของทางธนาคารให้แก่พนักงานของธนาคารนอกเหนือจากการอยู่ประจำเคาน์เตอร์เพียงอย่างเดียว พนักงานควรนำเสนอผลิตภัณฑ์ และการบริการต่างในด้านต่างๆ ของธนาคารที่เป็นบริการพิเศษ โดยเฉพาะโครงการกองทุนทวีสุขนอกเหนือจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เนื่องจากพนักงานธนาคารเป็นผู้ที่ต้องพบเจอกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งโอกาสในการที่ลูกค้าจะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารหรือตัดสินใจฝากเงินกับกองทุนทวีสุขนั้นมีโอกาสสูงมาก เพราะพนักงานสามารถอธิบายและตอบคำถามข้อสงสัยเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง ซึ่งจะเป็นการสื่อสารที่ชัดเจนกว่าการที่จะให้ลูกค้าไปศึกษาเอง ดังนั้นทางธนาคารควรให้ความสำคัญในเรื่องของพนักงานเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปมีผู้สนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องดังกล่าวอาจทำการศึกษาถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ ข้อได้เปรียบเสียเปรียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง และโอกาสในการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงคุณภาพการให้บริการของพนักงาน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าของธนาคารมากที่สุด

2. นำผลที่ได้จากงานวิจัยที่ได้ในครั้งนี้ไปพัฒนาและปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารไม่เฉพาะแต่ โครงการฝากเงินกองทุนทวีสุข เพื่อประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นของธนาคารต่อไป

3. การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเชิงรุกในส่วนของการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ เพื่อโอกาสในการขยายกลุ่มลูกค้านอกเหนือจากกลุ่มเกษตรกร

บรรณานุกรม

กเรนทร์ ถาวร. **พฤติกรรมการจัดสรรเงินออมของอาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะพยาบาลศาสตร์ และคณะแพทย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในช่วงภาวะอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารพาณิชย์ลดต่ำลง : รายงานการวิจัย ประกอบการเรียนกระบวนวิชา 751409.** เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กัญญา กุนทีกาญจน์. 2542. **ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มหาภาค.** เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กุลิสรา กฤตวรกาญจน์. 2550. **การพัฒนาพฤติกรรมการออมในเยาวชนโดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนา : กรณีศึกษาเยาวชนระดับอาชีวะศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

คเน พชรกมล. 2550. **กองทุนสวัสดิการชุมชนโดยการวัดประสิทธิภาพกองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลรอบเวียง (กองทุนสวัสดิการวันละบาทชุมชนบ้านสันป่าหนาด) ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายเชียงราย.** ม.ป.ท: ม.ป.พ.

จันทร์จิรา สุระชัยพร. 2541. **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน).** เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จินดาพร บุตรอารีย์. 2543. **การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของครัวเรือนเกษตรกรในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ปีการเพาะปลูก 2541/42.** เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ชวลิต คชหิรัญ. 2541. **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการกู้ยืมเงินของข้าราชการตำรวจชั้นประทวนของสถานีตำรวจภูธรในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่.** เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทองคำ ศรีสวัสดิ์. 2544. **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนพระหฤทัยเชียงใหม่ จำกัด ปี 2543.** เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. 2550. **แผนการดำเนินงาน 5 ปี (Business Plan) ปีบัญชี 2550-2554.** กรุงเทพฯ : ฝ่ายนโยบายและกลยุทธ์ กองแผน.

_____. 2552. “ข้อมูลสารสนเทศฝ่ายธุรกิจรายได้และเงินฝาก.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://xms/pmsd/index.php?view=article&catid=104%3A-m-m-s&id=147%3A-m-m-s&option=com_content&Itemid=223 (15 กันยายน 2553).

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2551. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.** พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

พิชญา เพิ่มไทย. 2551. **ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก.** เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พิบูล ทีปะปาล. 2545. **การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.

ไพโรจน์ เงาวิจิตร. 2543. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

“พระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (ฉบับที่ 6) พ.ศ.2551.” ม.ป.ป. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.law.moi.go.th/2551/51059.PDF (15 กันยายน 2553).

“พระราชบัญญัติบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (ฉบับที่ 25) พ.ศ.2551.” ม.ป.ป. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.law.moi.go.th/2551/51058.PDF (15 กันยายน 2553).

เยาวพร แซ่ตั้ง, ฉันธะ จันทะเสนา และ สะอาด บรรเจิดฤทธิ์. 2550. **พฤติกรรมการออมเงินเพื่อรองรับการเกษียณอายุของบุคลากรในภาคเอกชน จังหวัดสระบุรี กรณีศึกษา บริษัท เอส ไอ แอล ที่ดินอุตสาหกรรม จำกัด.** ปทุมธานี : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

วิวรรณ ธาราหิรัญโชติ. 2552. **MONEY PRO แผนการเงินแผนชีวิต.** กรุงเทพฯ: กรุงเทพ BIZBOOK.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2542. **วิธีใช้โปรแกรม SPSS ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ.** กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. **การบริหารการตลาด.** กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

_____. 2550. **การจัดการและพฤติกรรมองค์การ.** กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ศิริลักษณ์ เรืองจิตชัชวาล. 2543. **ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินออมปลอดภาษีของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สราวุธ เดชารัตน์. 2541. **พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อสินค้าฉลากเขียว ของผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านใหม่ : กรณีศึกษาในตำบลช้างเผือก เขตเทศบาลนครเชียงใหม่.** เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สวัสดิ์ แสงบางปลา. 2537. **แนวทางและเทคนิคในการระดมเงินฝาก.** ประมวลบทความเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์. เชียงใหม่: ม.ป.พ.

สุปัญญา ไชยชาญ. 2543. **หลักการตลาด.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาฯ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2542. **โครงการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2541.** กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2549. **กลยุทธ์การตลาด.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัจจิมา เศรษฐบุตร และ สายสวรรค์ วัฒนพานิช. 2544. **การบริหารการตลาด.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุไรวรรณ แย้มนิยม. 2551. **การจัดการการตลาด.** พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: บริษัท เอช.เอ็น. กรุ๊ป จำกัด.

อรรถสิทธิ์ แสงดี. 2540. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเงินฝากของเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาพิษณุโลก.** เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

Cronbach, L. J. 1951. Coefficient alpha and the internal structure of tests. **Psychometrika** 16: 297-334.

Millet, John D. 1954. **Management in the public service.** New York: McGraw Hill Book.

Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1985. A conceptual model of service quality an its implications for future research. **Journal of marketing** 49 (4) : 41-50.

Kotler, Phillip. 1988. **Marketing Management.** 6th. New Jersey: Prentice-Hall Inc.

Yamane, Taro. 1973. **Statistics An Introductory Analysis.** (Twice Edition). New York : Harper & Row, Publishers, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องของลูกค้าโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข สำหรับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามประกอบการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโทคณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(MBA) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จ. เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องของลูกค้าโครงการกองทุนทวีสุขสำหรับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย โดย จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ ค่าใช้จ่ายและจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

ในการนี้ จึงขอความร่วมมือจากท่านได้กรุณาให้ข้อมูลโดยการกรอกแบบสอบถามตามที่แนบมานี้ครบทุกหัวข้อ โดยการทำเครื่องหมาย √ ในช่องที่กำหนดตามความคิดเห็นที่แท้จริงของท่าน ซึ่งคำตอบที่ได้จะใช้เป็นข้อมูลในการศึกษา และจะนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์พร้อมทั้งคุณภาพในการบริการของธนาคาร และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ ข้าพเจ้าขอรับรองว่าข้อมูลเหล่านี้จะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายใดๆ แก่ท่านทั้งสิ้น

โดยแบบสอบถามชุดนี้ ประกอบด้วยคำถามทั้งสิ้น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ณิชากร พิมยศ

ผู้ศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ .....ปี

3. สถานภาพ

☐โสด ☐ สมรสและมีบุตร

☐สมรสแล้วยังไม่มีบุตร ☐ หม้ายหรือหย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าประถมศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา

☐ อนุปริญญา/ปวส./ปวท. ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 5,000 – 9,999 บาท ☐ 10,000 – 19,999 บาท

☐ 20,000 – 29,999 บาท ☐ 30,000 – 39,999 บาท ☐ 40,000 บาทขึ้นไป

6. รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 5,000 – 9,999 บาท ☐ 10,000 – 19,999 บาท

☐ 20,000 – 29,999 บาท ☐ 30,000 – 39,999 บาท ☐ 40,000 บาทขึ้นไป

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัวของท่าน

☐ 1-2 คน ☐ 3-4 คน

☐ 5-6 คน ☐ 7 คนขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินอย่างต่อเนื่องตามโครงการเงินฝากกองทุนทวีสุข

1. ท่านได้ข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุขจากแหล่งใดบ้าง (ให้ท่านระบุ ความสำคัญเพียง 3 อันดับ โดยอันดับที่ 1 สำคัญมากที่สุด อันดับ 2 และ 3 สำคัญรองลงไป)

….. หนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ……. พนักงาน ธ.ก.ส.

…... โฆษณาในวิทยุ / โทรทัศน์ ……. ญาติพี่น้อง คนในครอบครัว

…… เพื่อนหรือผู้มีความรู้เรื่องเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุขที่ท่านรู้จัก

…….อื่นๆ (ระบุ).....

2. ท่านฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุขเพราะเหตุผลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ต้องการออมเงิน ☐ พอใจในอัตราดอกเบี้ย

☐ พอใจในการบริการของพนักงาน ☐ ต้องการสวัสดิการ

☐ อื่นๆ(ระบุ).....

3. ระยะเวลาครบกำหนดของเงินฝากโครงการกองทุนทวีสุข เหมาะสมหรือไม่

☐ เหมาะสม ☐ ไม่เหมาะสม ☐ อื่น ๆ(ระบุ).....

4. บุคคลที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้ท่านตัดสินใจฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข คือ

☐ เพื่อน ☐ สามี/ภรรยา

☐ ญาติพี่น้อง ☐ พนักงาน ธ.ก.ส

☐ ตัดสินใจด้วยตัวเอง ☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

5. สถานที่ที่ท่านไปฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข

☐ ธ.ก.ส สาขาแม่สาย ☐ หน่วยบริการเคลื่อนที่

☐ ใช้บริการฝากต่างสาขา ☐ อื่นๆ(ระบุ)……

6. สถานที่ที่ท่านไปใช้บริการฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุขเป็นอย่างไร

☐ สะดวกสบาย ☐ เครื่องมือทันสมัย ☐ บริการรวดเร็ว

☐ อื่นๆ(ระบุ)……

7. จำนวนเงินที่ท่านฝากจำนวนกี่บาทต่อปี

☐ 1,200 บาท ☐ 6,000 บาท

☐ 12,000 บาท ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

8. ความถี่ในการฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุขของท่าน

☐ ทุกสัปดาห์ ☐ ทุกเดือน

☐ ทุกปี ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

9. ท่านมีวิธีการฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุข อย่างไร

☐ ฝากเงินให้หัวหน้ากลุ่มมาฝาก ☐ มาฝากด้วยตนเอง

☐ ให้ผู้อื่นมาฝาก ☐ ใช้บริการต่างสาขา

☐ อื่นๆ (ระบุ).....

10. ในการฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุขปีต่อไปท่านจะตัดสินใจฝากต่อหรือไม่

☐ ฝาก ☐ ไม่ฝาก (ข้ามไปตอบข้อ 19)

11. ข้อใดเป็น เหตุผลที่ทำให้ท่านตัดสินใจฝากเงินโครงการกองทุนทวีสุขต่อไป

☐ ต้องการสวัสดิการ ☐ อัตราดอกเบี้ยสูง

☐ ต้องการออมเงิน ☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

12. กิจกรรมที่ธนาคารจัดสำหรับโครงการกองทุนทวีสุข ที่ท่านอยากให้จัดอีก

☐ การบริการตรวจสุขภาพ ☐ มีของแจก ของแถม ของชำร่วย

☐ จับรางวัลชิงโชค ☐ อื่น ๆ(ระบุ).....

13. พนักงานที่ให้บริการท่านมีความพึงพอใจในด้านใด

☐ ยิ้มแย้มแจ่มใส ☐ ให้คำแนะนำดี

☐ มีความรู้ ☐ บริการรวดเร็ว ☐ อื่น ๆ(ระบุ).....

14. ท่านได้รับความสะดวกรวดเร็วในการไปใช้บริการฝากเงินกองทุนทวีสุขหรือไม่อย่างไร

☐ ยุ่งยากหลายขั้นตอน ☐ ไม่ได้รับความสะดวก, ติดต่อหลายแผนก

☐ สะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการฝาก ☐ อื่น ๆ(ระบุ).....

ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

1. ข้อดีจากการใช้กองทุนทวีสุข

.....

2. ข้อด้อยหรือปัญหาจากการใช้บริการกองทุนทวีสุข

.....

3. ท่านอยากให้กองทุนทวีสุขช่วยสนับสนุนหรือให้ความร่วมมือกับกองทุนในหมู่บ้านอย่างไรบ้าง

.....

4. ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการของกองทุนทวีสุข

4.1) ด้านสินค้า บริการ อุปกรณ์ เทคโนโลยี

.....

4.2) ด้านสถานที่ให้บริการ เช่น สาขาของ ธ.ก.ส

.....

4.3) ด้านการส่งเสริมการขาย เช่น ของแจกของแถมที่อยากได้

.....

4.4) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

.....

4.5) ด้านขั้นตอนการให้บริการ

.....

4.6) ด้านสิ่งแวดล้อมในการให้บริการ เช่น ระยะเวลาให้บริการ ความสะอาดอาคารสถานที่

.....

4.7) ด้านการประชาสัมพันธ์ การแจ้งข้อมูลข่าวสาร

.....

4.8) ด้านสวัสดิการ/สิทธิพิเศษที่อยากได้เพิ่มเติม

.....

ภาคผนวก ข

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นางณิชากร พิมยศ

เกิดเมื่อ 1 สิงหาคม 2506

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2528	อนุปริญญา (ปวส. วิทยาเขตเทคนิคภาคพายัพ จ.เชียงใหม่
พ.ศ. 2533	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย
พ.ศ. 2534	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2528 – 2535	พนักงานการเงิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย
พ.ศ. 2535 – 2540	สมุห์บัญชี ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด
พ.ศ. 2540 – 2544	ผู้ช่วยผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแม่จัน จังหวัดเชียงราย
พ.ศ. 2544 – 2545	ผู้จัดการสาขา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขุนตาล จังหวัดเชียงราย
พ.ศ. 2545 – 2546	ผู้จัดการสาขา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา
พ.ศ. 2546 – 2547	ผู้จัดการสาขา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
พ.ศ. 2547 – 2548	ผู้จัดการสาขา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย
พ.ศ. 2548 – 2551	ผู้จัดการสาขา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแม่จัน จังหวัดเชียงราย
พ.ศ. 2551 – 2553	ผู้จัดการสาขา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแม่สาย จังหวัดเชียงราย

พ.ศ. 2553 – ปัจจุบัน	ผู้จัดการสาขา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย