

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด



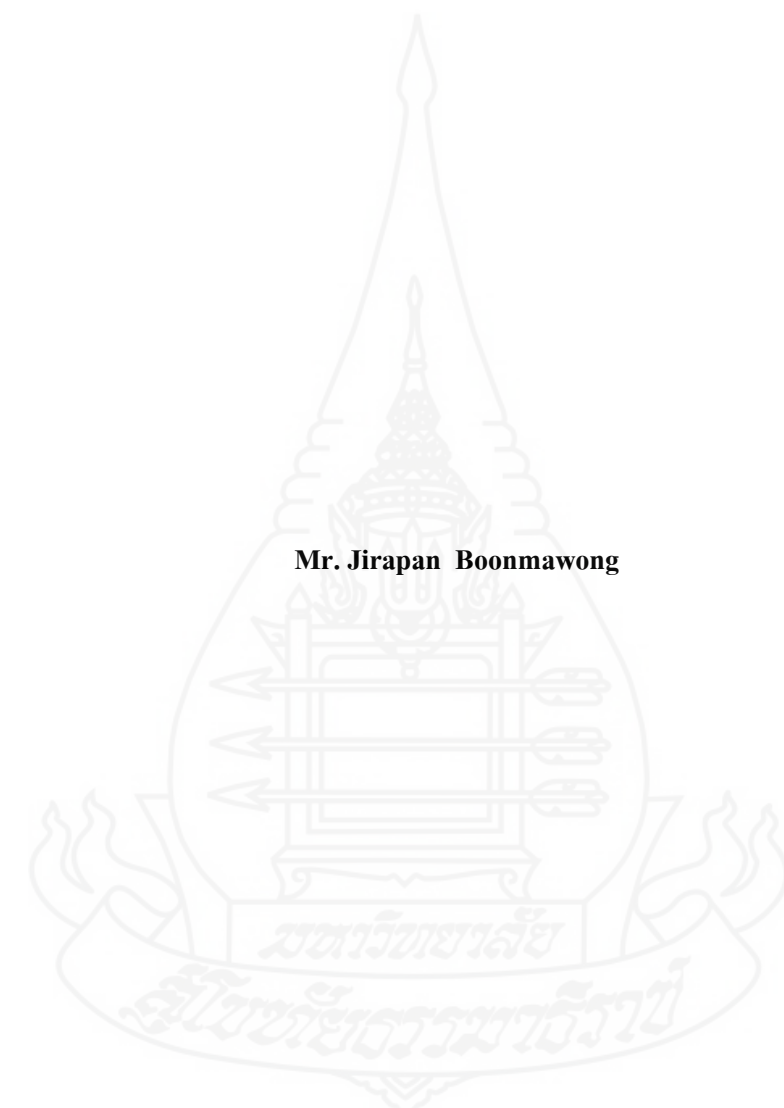
นายจิราพันธ์ บุญมาวงศ์

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2556

**Factors Affecting Decision Making on Deposit Money of the Members of Officer
Government Cooperative Limited**

Mr. Jirapan Boonmawong



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration in Cooperatives

School of Agriculture and Cooperatives

Sukhothai Thammathirat Open University

2013

ชื่อการศึกษา คั่นคว้าวีสระ **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการ**
สหกรณ์ จำกัด

ผู้ศึกษา นายจิราพันธ์ บุญมาวงศ์ **รหัสนักศึกษา** 2559002080 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สหกรณ์)
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. อนุชา ภูริพันธุ์วิทยุ **ปีการศึกษา** 2556

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์

ประชากรที่ศึกษา คือ สมาชิกของสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 1,160 คน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ปัจจัย

ผลการศึกษาพบว่า 1) สมาชิกที่ใช้บริการด้านฝากเงินกับสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36 - 45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ สถานภาพ โสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 -35,000 บาท และมีรายจ่ายเฉลี่ยรวมต่อเดือน 15,001 -25,000 บาท การใช้บริการเงินฝากของสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นเงินฝากออมทรัพย์พิเศษร้อยละ 57.10 และเงินฝากออมทรัพย์ร้อยละ 41.0 เหตุผลในการฝากส่วนใหญ่ด้านผลตอบแทนสูงร้อยละ 49.0 และเพื่อความมั่นคงในอนาคตร้อยละ 34.3 เป้าหมายในการฝากเงินเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉินมากที่สุดร้อยละ 54.7 ความถี่ในการฝากมากที่สุด 1-2 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 84.3 และ 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ปัจจัยด้านทัศนคติ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง การเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกกับปัจจัยด้านทัศนคติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านกระบวนการให้บริการ และด้านผลิตภัณฑ์เงินฝาก ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ตามลำดับความสำคัญค่าน้ำหนักปัจจัย ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยที่มีความเหมาะสม รูปแบบบัญชีตรงกับความต้องการของสมาชิกและสหกรณ์ การได้รับดอกเบี้ยกรณีที่ฝากไม่ครบตามสัญญา ระยะเวลาในการฝากเงินมีความเหมาะสม และมีการปรับปรุงข้อมูลและบริการรับฝากที่ทันสมัยเสมอ ตามลำดับ

คำสำคัญ การตัดสินใจฝากเงินกับสหกรณ์ สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

Independent Study title: Factors Affecting Decision Making on Deposit Money of the Members of Officer Government Cooperative Limited

Author: Mr. Jirapan Boonmawong; **ID:** 2559002080;

Degree: Master of Business Administration (Cooperatives);

Independent Study advisor: Dr.Anucha Puripanpinyoo, Associate Professor;

Academic year: 2013

Abstract

The objectives of this research were to study 1) personal factors of members of the Officer Government Cooperative Limited; and 2) factors affecting the decision making of deposit money with the cooperative.

The study population consisted of 1,160 members of Officer Government Cooperative Ltd., under the Cooperative Promotion Department in the greater Bangkok area, out of which a sample population of 300 was selected. Data were collected by using a questionnaire and analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, and factor analysis.

The results showed that 1) the majority of samples were female with age 36-45 years, educated to the bachelor's degree level or equivalent, and single. Most of them were working as government employees, earned income of 25,001-35,000 baht a month and had expenses of 15,001-25,000 a month. Most samples (57.10%) used the cooperative's special savings account service, and 41.0% of them used the regular savings account service. The major reason that they had deposit money with the cooperative was that the return rate was high (49.0%) or for security in the future (34.3%). Most samples said that the objective of depositing money was to save for emergencies (54.7%). Most of them (84.3%) made deposits 1-2 times a month. 2) Almost all the attitude-oriented factors and marketing mix factors were at high level of influence on the members' deposit decisions, with the exception of the marketing mix factor of "promotion," which had only medium level influence. A comparison of the members' personal factors and most the attitude-oriented factors and marketing mix factors did not reveal statistically significant differences, except the factors of service process and deposit service products. The members ranked the following factors as most important (in order of mean score): appropriate interest rate; type of saving account that met the needs of members and cooperatives, ability to gain interest even if the deposit had not reached its maturity date; appropriate time length on deposits; and frequent updates on information and deposit services.

Keywords: Decision making on deposit money, Officer Government Cooperative Limited

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด” ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดีด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. อนุชา ภูริพันธุ์ภิญโญ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร. เชาวน์ โรจนแสง อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ส่งเสริม หอมกลิ่น และอาจารย์วิลาวัลย์ ศิลปศรีที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะด้วยดีตลอดมาส่งผลให้การทำรายงานการศึกษา ครั้งนี้ สมบูรณ์ สามารถนำเสนอเพื่อประโยชน์ในปัจจุบัน และเป็นประโยชน์ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของอาจารย์ทั้ง 4 ท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้จัดการ เจ้าหน้าที่ ประธานกลุ่มและเลขานุการสมาชิกของสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่ให้ความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้คำปรึกษาแนะนำ เป็นอย่างดี รวมทั้งท่านที่ไม่ได้กล่าวนามที่มีส่วนช่วยให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จ สมบูรณ์

ท้ายสุดนี้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ได้อบรมเลี้ยงดูให้การอุปการะรวมไปถึงเพื่อนนักศึกษา และเพื่อนที่ทำงาน ที่เป็นกำลังใจและสนับสนุนการศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ มาโดยตลอด

จิราพันธ์ บุญมาวงศ์

พฤษภาคม 2557

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
สมมุติฐานการวิจัย.....	8
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับการออม.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการออม.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการออม.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับหลักการบริการ.....	26
ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้บริการ.....	36
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ.....	38
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	50
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	50
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	51
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม.....	54
ตอนที่ 2 การใช้บริการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์.....	58
ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์.....	62
ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ.....	85
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	87
สรุปการวิจัย.....	87
อภิปรายผล.....	88
ข้อเสนอแนะ.....	90
บรรณานุกรม.....	92
ภาคผนวก.....	96
ประวัติผู้ศึกษา.....	103

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1	ผลการดำเนินการเปรียบเทียบ 5 ปี.....5
ตารางที่ 1.2	เงินรับฝากจากสมาชิก.....5
ตารางที่ 1.3	เปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับเป้าหมายในปี 2556.....6
ตารางที่ 4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....54
ตารางที่ 4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....55
ตารางที่ 4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....55
ตารางที่ 4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....56
ตารางที่ 4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส.....56
ตารางที่ 4.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน.....57
ตารางที่ 4.7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน.....57
ตารางที่ 4.8	การใช้บริการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์.....58
ตารางที่ 4.9	สาเหตุที่นำเงินมาฝากของสมาชิกกับสหกรณ์.....58
ตารางที่ 4.10	มีเป้าหมายในการฝากเงินกับสหกรณ์.....59
ตารางที่ 4.11	ความถี่ในการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์.....59
ตารางที่ 4.12	การตัดสินใจในการฝากเงินของท่านมาจากสาเหตุ.....60
ตารางที่ 4.13	ช่วงในการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์.....60
ตารางที่ 4.14	รูปแบบในการฝากเงินกับสหกรณ์.....61
ตารางที่ 4.15	นอกจากฝากเงินกับสหกรณ์ ยังเป็นลูกค้าของธนาคาร.....61
ตารางที่ 4.16	ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านการฝากเงิน ของสมาชิกสหกรณ์.....62
ตารางที่ 4.17	ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านกระบวนการ/ ขั้นตอนในการให้บริการ.....63
ตารางที่ 4.18	ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านความสะดวก...63
ตารางที่ 4.19	ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝาก ของสหกรณ์.....64

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.20	ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านราคา/อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด..... 65
ตารางที่ 4.21	ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านช่องทางการรับฝาก/การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์..... 65
ตารางที่ 4.22	ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์..... 66
ตารางที่ 4.23	ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านบุคคล/พนักงานของสหกรณ์..... 67
ตารางที่ 4.24	ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์.....68
ตารางที่ 4.25	ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ของสหกรณ์..... 69
ตารางที่ 4.26	สรุประดับทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์รวมในแต่ละด้าน..... 70
ตารางที่ 4.27	สรุประดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์รวมในแต่ละด้าน 70
ตารางที่ 4.28	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของความต้องการฟูกอบรมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ..... 71
ตารางที่ 4.29	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของความต้องการฟูกอบรมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศของส่วนประสมทางการตลาด..... 72
ตารางที่ 4.30	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ..... 73
ตารางที่ 4.31	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ..... 74

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.32	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา..... 75
ตารางที่ 4.33	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.. 76
ตารางที่ 4.34	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ..... 77
ตารางที่ 4.35	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ..... 78
ตารางที่ 4.36	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ.....79
ตารางที่ 4.37	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ.....80
ตารางที่ 4.38	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้..... 81
ตารางที่ 4.39	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้..... 82
ตารางที่ 4.40	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายจ่าย.....83
ตารางที่ 4.41	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายจ่าย.....84
ตารางที่ 4.42	การวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์จำกัด โดยใช้ (Factor Analysis).....85

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
------------	-------------------------	---



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสหกรณ์ในประเทศไทยมีกำเนิดสืบเนื่องมาตั้งแต่ช่วงปลายรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ซึ่งขณะนั้นประเทศไทยเริ่มมีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศมากขึ้น ระบบเศรษฐกิจของชนบทมีการเปลี่ยนแปลงจากระบบเศรษฐกิจเพื่อเลี้ยงตนเองไปสู่ระบบเศรษฐกิจแบบเพื่อการค้า ความต้องการเงินลงทุนและการครองชีพจึงต้องมีมากขึ้น แต่ข้อจำกัดของเกษตรกรไทย โดยเฉพาะชาวนามีมากมายนานาประการ ที่สำคัญคือการขาดแคลนเงินทุน การถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้า ความเลื่อมล้ำในการผลิตทางการเกษตรซึ่งได้ผลผลิตไม่แน่นอน เนื่องจากสภาพปัญหาโรคแมลง และดินฟ้าอากาศ

กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ จึงได้เชิญ นายเบอร์นาร์ด ฮันเตอร์ หัวหน้าธนาคารแห่งมัทราส ประเทศอินเดีย ให้เข้ามาสำรวจหลักการจัดตั้งธนาคารกู้ยืมแห่งชาติ ซึ่งได้แนะนำว่าสมาคมซึ่งประชาชนรวบรวมกันจัดตั้งขึ้นเพื่อทำการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เรียกว่า Co-operation (ซึ่ง พระราชวรรังษีเธอกรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ ทรงบัญญัติศัพท์ภาษาไทยขึ้นแทนไว้ และใช้กันมาจนตราบเท่าทุกวันนี้ว่า “สหกรณ์”) (การสหกรณ์ในประเทศไทย , 2554 : 23) นั้น เป็นหลักประกันอันมั่นคงสมควรที่ธนาคารรูปนี้จะให้สมาคมสหกรณ์ดังกล่าวกู้ยืมเงินเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นนายเบอร์นาร์ด ฮันเตอร์ ที่เข้ามาสำรวจตรวจตรา และให้ความคิดเห็นเพื่อตั้งธนาคารให้กู้ยืมแห่งชาติครั้งนั้น จึงเป็นมูลเหตุสำคัญที่ควรจารึกไว้ได้ว่า ได้ทำให้กระทรวงพระคลังมหาสมบัติบังเกิดความคิดเห็นที่จะชักนำเอาวิธีการสหกรณ์เข้ามาใช้ในประเทศไทย เพื่อแก้ไขภาวะความเป็นอยู่ของราษฎรชาวนาที่ได้รับความเดือดร้อนในเรื่องหนี้สินและยากจน ให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในขณะนั้นและในปี พ.ศ. 2459 เมื่อรัฐบาลได้ตั้งอธิบดีกรมพาณิชย์และสถิติพยากรณ์เป็นนายทะเบียนสหกรณ์เพื่อให้มีอำนาจดำเนินการจัดตั้งและจดทะเบียนสหกรณ์แล้ว จึงมีความคิดกำหนดสถานที่ที่จะตั้งสหกรณ์ ซึ่งในที่สุดตกลงกันว่า จะจัดตั้งสหกรณ์เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรบางตำบลในท้องที่จังหวัดพิษณุโลกเป็นการทดลองก่อน โดยมีเหตุผลว่าจังหวัดพิษณุโลกยังมีราษฎรไม่หนาแน่น และราษฎรส่วนมากเป็นคนจน เพ็งอพยพมาจากทางใต้ เพื่อไปจับจองทำประโยชน์ที่ดินรกร้างว่างเปล่า ราษฎรเหล่านี้ขาดแคลนเงินทุนต้องกู้ยืมและเสียดอกเบี้ยในอัตราสูง ได้ผลไม่คุ้มทุนที่ลงไป ทำให้ตกเป็นหนี้สิน

จนไม่อาจตั้งตัวเป็นหลักฐานได้ จึงเป็นเหตุให้ผู้ที่อพยพขึ้นไปใหม่เกิดความท้อถอย ฉะนั้นการเลือกจัดตั้งสหกรณ์ประเภทหาทุนขึ้นในท้องที่จังหวัดนี้ จึงเป็นทางช่วยเหลือราษฎรที่ไปตั้งหลักฐานทำการเพาะปลูก อยู่แล้ว

พระราชวรวงศ์เชอกรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ ขณะนั้นทรงเป็นอธิบดีและเป็นนายทะเบียนสหกรณ์พระองค์แรก จึงได้รับจดทะเบียนสหกรณ์ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นในจังหวัดพิษณุโลกเป็นสหกรณ์สมาคมแรกในประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2459 ชื่อสหกรณ์วัดจันทร์ ไม่จำกัดสินใช้ มีสำนักอยู่ตำบลวัดจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก (การสหกรณ์ในประเทศไทย, 2555 : 25) นับเป็นการเริ่มต้นการสหกรณ์ไทยที่สมบูรณ์ต่อจากนั้น แผนกการสหกรณ์สังกัดกรมพาณิชย์และสถิติพยากรณ์ก็ได้ทดลองจัดตั้งสหกรณ์ประเภทหาทุนเพิ่มขึ้นในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นจังหวัดแรก และขยายลงมาถึงลพบุรี อันเป็นเมืองอู่ข้าว อู่น้ำ มีราษฎรที่มีฐานะปานกลางและชั้นเล็กสมควรได้รับการช่วยเหลือเช่นเดียวกัน การจัดตั้งสหกรณ์ทดลองนี้ใช้เวลา 4 ปี ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2460 จนถึงปี พ.ศ.2463 โดยมีสมาคมที่จดทะเบียน 60 สมาคม

ดังนั้นรัฐบาลจึงควรที่จะมีกฎหมายมาคุ้มครองสหกรณ์ โดยเพิ่มเติมบทบัญญัติพิเศษผนวกเข้ากับพระราชบัญญัติสมาคมพุทธศักราช 2457 เรียกชื่อว่า “พระราชบัญญัติสมาคมเพิ่มเติมพุทธศักราช 2459” ประกาศใช้เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2459 และเมื่อการจัดสหกรณ์ปรากฏผลดี รัฐบาลจึงตรากฎหมายว่าด้วยสหกรณ์ขึ้นโดยเฉพาะคือ “พระราชบัญญัติสหกรณ์ พุทธศักราช 2471” เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2471 เพื่อเป็นกฎหมายคุ้มครองสหกรณ์

สหกรณ์ในประเทศไทยตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 ได้แบ่งสหกรณ์เป็น 7 ประเภทดังนี้ (สหกรณ์ 7 ประเภท, 2555 : 5)

- (1) สหกรณ์การเกษตร: ดำเนินธุรกิจจอบนประสงค์ มีสมาชิกทั้งหมดเป็นเกษตรกร มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ
- (2) สหกรณ์ประมง: ดำเนินธุรกิจจอบนประสงค์ มีสมาชิกทั้งหมดเป็นชาวประมง มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนชาวประมง
- (3) สหกรณ์นิคม: ดำเนินธุรกิจจอบนประสงค์ มีสมาชิกทั้งหมดเป็นเกษตรกรหรือชานานเกลือ มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการเกี่ยวกับการถือครองที่ดินทำกินของสมาชิกสหกรณ์
- (4) สหกรณ์ร้านค้า: ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง มีสมาชิกได้หลากหลายอาชีพ มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือผู้บริโภค
- (5) สหกรณ์บริการ: ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าหรืออำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกผู้ใช้บริการโดยตรง

(6) สหกรณ์ออมทรัพย์: ดำเนินธุรกิจเอนกประสงค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการออมทรัพย์และให้สินเชื่อแก่สมาชิก

(7) สหกรณ์เครดิตยูเนียน: ดำเนินธุรกิจเอนกประสงค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการออมทรัพย์ของสมาชิกในชุมชน

สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ เป็นสหกรณ์ประเภทหนึ่งของสหกรณ์ทั้งหมด 7 ประเภทโดยอยู่ในประเภทสหกรณ์ออมทรัพย์สหกรณ์ได้จดทะเบียน ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2471 เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2492 ชื่อ “ สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ไม่จำกัดสินใช้ ” นับว่าเป็นสหกรณ์ประเภท สหกรณ์ออมทรัพย์สหกรณ์ แห่งแรก ในประเทศไทย มีสมาชิกแรกตั้ง 132 คน มีเงินทุนดำเนินการครั้งแรก 2,720 บาทและได้รับค่าธรรมเนียมแรกเข้า 660 บาท ดำเนินงานตามระบอบประชาธิปไตยโดยการมีส่วนร่วมของสมาชิก ซึ่งมีนโยบายที่มุ่งเน้นในการช่วยเหลือสมาชิก มีวิสัยทัศน์กว้างไกลเพื่อให้เป็นสหกรณ์ที่มั่นคงและเป็นที่ยอมรับในหมู่มวลสมาชิกตลอดจนองค์การภายนอก มีการร่วมกันทำงานอย่างเป็นระบบ โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ภายใต้กฎหมายข้อบังคับ ระเบียบและมติของสหกรณ์ ประกอบกับการบริหารงานที่มีคุณภาพทำให้สหกรณ์สามารถแข่งขันกับสถาบันทางการเงินอื่นๆ ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวนซึ่งเกิดจากการเมืองที่ไม่มีเสถียรภาพ แรงกดดันจากวิกฤตสินเชื่อดังตัวในตลาดโลก การส่งออกที่ชะลอตัว และสภาพเศรษฐกิจโลกซึ่งแม้แต่สถาบันทางการเงินชั้นนำของประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจหลายแห่งต้องล้มละลายจากเหตุดังกล่าวส่งผลให้สถาบันทางการเงินต่างๆ แข่งขันกันปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเงินฝากช่วงระยะเวลาหนึ่ง เพื่อที่จะนำเงินเข้าสู่ระบบแต่ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อสหกรณ์มากนักเพราะว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของสหกรณ์ฯ สูงกว่าสถาบันทางการเงินอื่น เช่น เงินฝากออมทรัพย์พิเศษอัตราดอกเบี้ย ร้อยละ 3 ต่อปี ทบต้นให้ทุกเดือน เงินฝากประจำ 3,6,12 เดือนซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยสูงถึงร้อยละ 3.50 และเงินฝากออมทรัพย์ เกษียณเปี่ยมสุข อัตราดอกเบี้ย ร้อยละ 5 ต่อปี ทบต้นให้ทุกเดือน สหกรณ์มีกำไรสุทธิประจำปี 2555 เป็นเงิน 124,659,480.96 บาท โดยสหกรณ์สามารถจ่ายเงินปันผลในอัตราร้อยละ 5.00 บาท

สหกรณ์จึงเพิ่ม โครงการเงินฝาก ซึ่งเป็นหนทางหนึ่งที่ช่วยให้สมาชิกสหกรณ์นำเงินมาฝากกับสหกรณ์ เพื่อลดสภาพคล่องทางการเงินของสหกรณ์ตามโครงการเงินฝากเพื่อส่งเสริมการออมของสมาชิก เนื่องในโอกาสครบรอบก่อตั้งสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด 64 ปี ในวันเสาร์ที่ 28 กันยายน 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินการ ชุดที่ 65 ครั้งที่ 5 เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2556 จึงมีมติกำหนดอัตราดอกเบี้ยและเงื่อนไขการฝาก - ถอนเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ (2) ดังนี้

1. สมาชิกหรือสมาชิกสมทบขอเปิดบัญชีเงินฝากได้ระหว่างวันที่ 3 มิถุนายน 2556 ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2556

2. เปิดบัญชีเงินฝากจำนวน 100 บาท และฝากเงินเป็นรายเดือนจนครบ 50,000 บาท ภายในวันที่ 30 ธันวาคม 2556 หรือจะฝากครั้งเดียวจำนวน 50,000 บาท หรือมากกว่าก็ได้

3. สหกรณ์กำหนดอัตราดอกเบี้ย และการจ่ายดอกเบี้ยเงินรับฝากออมทรัพย์ พิเศษ (2) ดังนี้

3.1 สหกรณ์กำหนดอัตราดอกเบี้ยให้กับสมาชิกหรือสมาชิกสมทบผู้ฝากเงิน ดังนี้

(1) อัตราร้อยละ 2.00 ต่อปี ตั้งแต่วันที่ 3 มิถุนายน 2556 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556

(2) อัตราร้อยละ 2.50 ต่อปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2557

(3) อัตราร้อยละ 3.00 ต่อปี ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2557 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2557

(4) อัตราร้อยละ 5.00 ต่อปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2558

(5) อัตราร้อยละ 5.50 ต่อปี ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2558 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558

3.2 สหกรณ์จะจ่ายดอกเบี้ยทบต้นทุกวันสิ้นเดือน โดยคำนวณเป็นรายวัน

4. การถอนเงินฝากมีเงื่อนไข ดังนี้

4.1 สมาชิกหรือสมาชิกสมทบฝากเงินถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558 แล้ว หากประสงค์จะฝากเงินต่อ สหกรณ์จะคิดดอกเบี้ยให้เท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ

4.2 ในกรณีสมาชิกถอนเงินฝากก่อนวันที่ 31 ธันวาคม 2558 สหกรณ์จะคิดอัตราดอกเบี้ยให้เท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ โดยจะคิดดอกเบี้ยตั้งแต่วันที่สหกรณ์รับฝากจากสมาชิก

ทั้งนี้ ให้มีผลบังคับใช้สำหรับสมาชิกหรือสมาชิกสมทบที่ขอเปิดบัญชีเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ (2) เท่านั้น ตั้งแต่วันที่ 3 มิถุนายน 2556 เป็นต้นไป

ตารางที่ 1.1 ผลการดำเนินงานเปรียบเทียบ 5 ปี

ลำดับ	รายการ	ปี 2556	ปี 2555	ปี 2554	ปี 2553	ปี 2552
1	สมาชิก (คน)					
	- สมาชิก	6,567	6,490	6,428	6,453	6,435
	- สมาชิกสมทบ	323	360	329	307	290
2	ทุนเรือนหุ้น	1,971.98	1,808.60	1,637.55	1,516.96	1,398.93
3	ทุนสำรอง	244.09	231.58	218.60	206.36	195.06
4	ทุนสะสมอื่น ๆ	7.54	8.87	12.06	17.74	16.04
5	เงินรับฝากจาก					
	- สมาชิก	1,542.29	1,511.33	1,389.96	1,343.70	1,390.80
	- สหกรณ์อื่น	68.57	144.00	215.36	310.00	73.56
6	เงินให้กู้แก่สมาชิก	4,460.18	4,174.45	3,846.47	3,447.35	3,055.78
7	ทุนดำเนินงาน	4,521.74	4,270.86	3,935.48	3,581.72	3,205.82
8	รายได้	238.84	223.01	209.10	191.47	185.60
9	รายจ่าย	108.64	98.36	79.95	69.14	73.36
10	กำไรสุทธิ	130.20	124.65	129.15	122.33	112.24

ที่มา : รายงานประจำปี 2547-2556 , สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

ตารางที่ 1.2 เงินรับฝากจากสมาชิก (บาท)

รายการ	ประเภทเงินรับฝากจากสมาชิก			รวมทั้งสิ้น
	ออมทรัพย์	ออมทรัพย์พิเศษ	ประจำ (3-12 เดือน)	
ยกมาต้นปี	15,462,264.83	1,485,315,105.91	10,551,684.71	1,511,329,055.45
ฝากระหว่างปี	19,679,349.60	671,916,923.55	35,224,512.88	726,820,786.03
รวม	35,141,614.43	2,157,232,029.46	45,776,197.59	2,238,149,841.48
ถอนคืนระหว่างปี	22,925,921.52	639,326,995.86	33,610,958.92	695,863,876.30
คงเหลือยกไป	12,215,692.91	1,517,905,033.60	12,165,238.67	1,542,285,965.18
เพิ่ม (ลด)	(3,246,571.92)	32,589,927.69	1,613,553.96	30,956,909.73
จำนวน (บัญชี)	1,033	6,722	64	7,819

ตารางที่ 1.3 เปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับเป้าหมายในปี 2556

รายการ	เป้าหมายปี 2556	ผลการดำเนินงาน	สูง (ต่ำ) กว่าเป้าหมาย
ทุนเรือนหุ้น	2,008.00	1,971.98	(36.02)
เงินรับฝากจากสมาชิก	1,711.00	1,542.29	(168.71)
เงินรับฝากจากสหกรณ์อื่น	144.00	68.57	(75.43)
การให้เงินกู้แก่สมาชิก	4,524.00	4,460.18	(63.82)
กำไรสุทธิ	126.38	130.20	3.82

ที่มา : รายงานประจำปี 2547-2556 , สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ประสบปัญหาในด้านการขาดสภาพคล่องของสหกรณ์ โดยสหกรณ์ได้ให้สมาชิกสามารถซื้อหุ้นได้โดยไม่จำกัดจำนวน และในภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวนซึ่งเกิดจากการเมืองที่ไม่มีเสถียรภาพ แรงกดดันจากวิกฤตสินเชื่อต้นตัวในตลาดโลก การส่งออกที่ชะลอตัว และสภาพเศรษฐกิจโลกซึ่งแม้แต่สถาบันทางการเงินชั้นนำของประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจหลายแห่งต้องล้มละลาย จากเหตุดังกล่าวส่งผลให้สถาบันทางการเงินต่างๆ แข่งขันกันปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเงินฝากช่วงระยะเวลาหนึ่ง

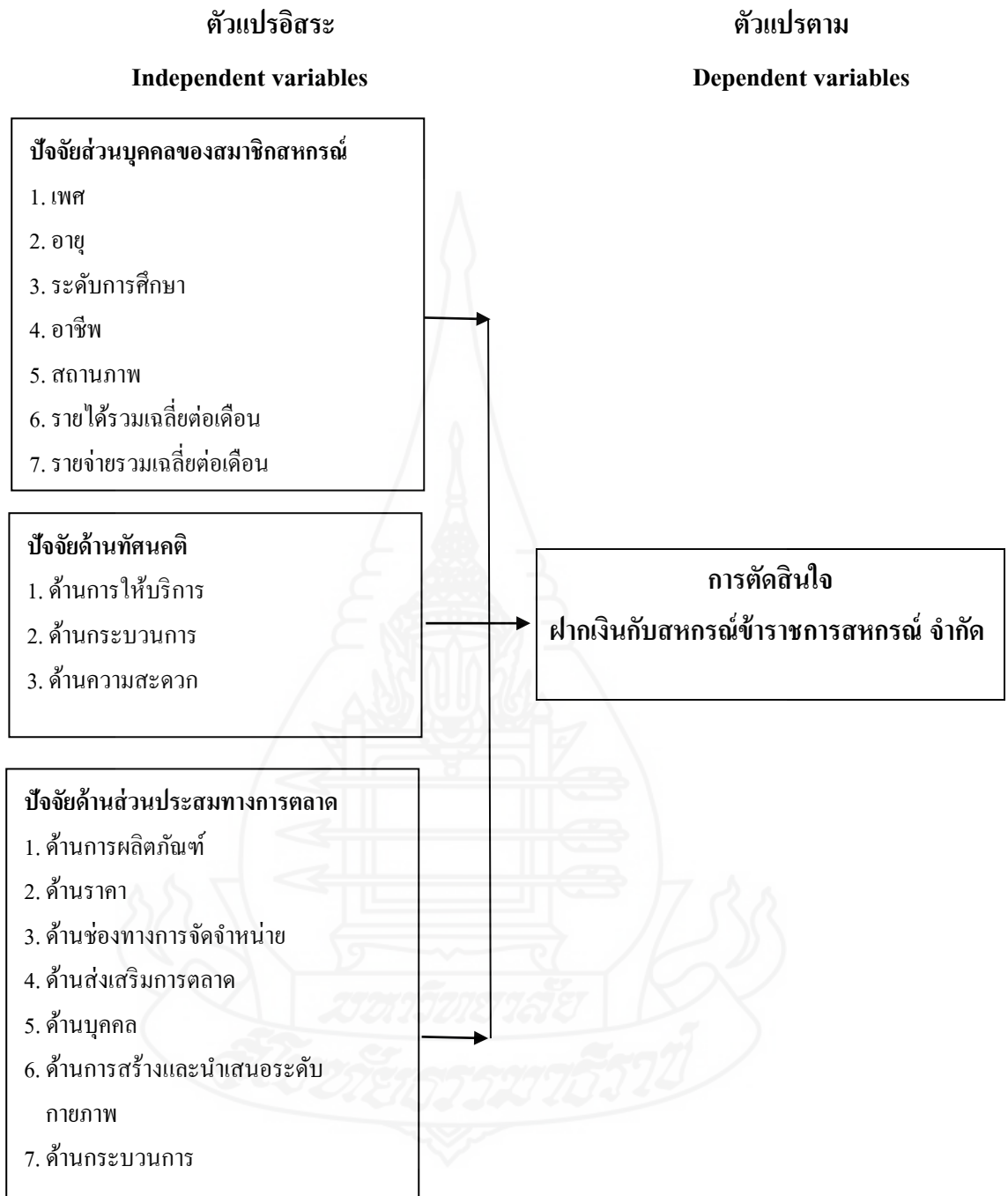
ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่ทำให้สมาชิกสหกรณ์ตัดสินใจในการนำเงินมาฝากกับสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานด้านธุรกิจรับฝากต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1. 1 ภาพแสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก ปัจจัยด้านทัศนคติ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

5. ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตสำหรับการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

5.1 ขอบเขตด้านประชากร ศึกษาเฉพาะบุคคลซึ่งเป็นสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลประเภทสามัญซึ่งมี สิทธิในการฝากเงินกับสหกรณ์ จำนวน 1,160 คน

5.2 ขอบเขตด้านสถานที่ ศึกษาเฉพาะสมาชิกของสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่สังกัดหน่วยงาน กรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

5.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ต่อการตัดสินใจในการฝากเงินกับสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัดที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

5.4 ขอบเขตด้านตัวแปร ประกอบด้วย
ตัวแปรอิสระ

5.4.1 ปัจจัยด้านบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ สถานภาพการสมรส รายได้ และรายจ่าย

5.4.2 ปัจจัยด้านทัศนคติ

- ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด
- ความเชื่อถือและไว้วางใจในบริการของสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด
- การใช้บริการของสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

5.4.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด

- ด้านผลิตภัณฑ์

- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านส่งเสริมการตลาด
- ด้านบุคคล
- ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
- ด้านกระบวนการ

ตัวแปรตาม

การตัดสินใจฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้แก่ เงินฝาก

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 สหกรณ์ หมายถึง สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

6.2 ปัจจัย หมายถึง ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงิน

6.3 สมาชิก หมายถึง สมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัดในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

6.4 เงินฝาก หมายถึง เงินที่สมาชิกฝากกับสหกรณ์

6.5 รูปแบบการฝากเงิน หมายถึง เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำของสมาชิกสหกรณ์ เงินฝากสินทรัพย์

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

7.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์
ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด เพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมการออมต่อไป ผู้ศึกษา
ได้ค้นคว้าเอกสารที่เป็นแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการสังเคราะห์กรอบ
แนวคิดการวิจัยโดยกำหนดประเด็นในการนำเสนอ คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการออม
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการออม
4. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการออม
5. แนวคิดเกี่ยวกับหลักการบริการ
6. ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้บริการ
7. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์

1.1 ความหมายสหกรณ์ (Cooperatives)

สหกรณ์ คือ องค์กรของบรรดาบุคคล ซึ่งรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจในการดำเนิน
วิสาหกิจที่พวกเขาเป็นเจ้าของร่วมกัน และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการ
(อันจำเป็น) และความหวังร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (กรมส่งเสริมสหกรณ์.
2550:20)

สหกรณ์ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 หมายความว่า คณะบุคคลซึ่ง
ร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม โดยช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือ
ซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542

ดังนั้น สหกรณ์จึงตั้งขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่แก้ปัญหาในด้านการทำมาหากินที่เหมือนหรือคล้ายๆ กัน หรือความต้องการบริการที่เหมือนกันและเป็นปัญหาที่สมาชิกแต่ละคนไม่สามารถแก้ไขได้ตามลำพัง หรือตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินการให้สมาชิกได้รับประโยชน์ในการประกอบอาชีพของตนมากกว่าที่แต่ละคนเคยได้จากการดำเนินกิจการเองตามลำพัง

1.2 คุณค่าของสหกรณ์ (Cooperative Values)

สหกรณ์อยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของการช่วยตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความเป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเที่ยงธรรม และความเป็นเอกภาพ สมาชิกสหกรณ์เชื่อมั่นในคุณค่าทางจริยธรรมแห่งความสุจริต ความเปิดเผย ความรับผิดชอบต่อสังคม และความเอื้ออาทรต่อผู้อื่นโดยสืบทอดประเพณีปฏิบัติของผู้ริเริ่มการสหกรณ์

1.3 หลักการสหกรณ์ (Cooperative Principles)

หลักการสหกรณ์ คือ แนวทางที่สหกรณ์ยึดถือปฏิบัติเพื่อให้คุณค่าของสหกรณ์เกิดผล เป็นรูปธรรมซึ่งประกอบด้วยหลักการที่สำคัญรวม 7 ประการ กล่าวคือ

หลักการที่ 1 การเป็นสมาชิกโดยสมัครใจและเปิดกว้าง (Voluntary and Open Membership) สหกรณ์เป็นองค์กรแห่งความสมัครใจ เปิดรับบุคคลทั่วไปที่สามารถใช้บริการสหกรณ์ได้และเต็มใจจะรับผิดชอบในฐานะสมาชิก เข้าเป็นสมาชิกโดยปราศจากการกีดกันทางเพศฐานะทางสังคม เชื้อชาติ การเมือง หรือศาสนา

หลักการที่ 2 การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย (Democratic Member Control) สหกรณ์เป็นองค์กรประชาธิปไตยที่มีการควบคุมโดยสมาชิก ซึ่งมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจ บุรุษและสตรีที่ได้รับการเลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่ให้เป็นผู้แทนสมาชิก ต้องรับผิดชอบต่อสมาชิก ในสหกรณ์ขั้นปฐมสมาชิกมีสิทธิ์ในการออกเสียงเท่าเทียมกัน (สมาชิกหนึ่งคนหนึ่งเสียง) สำหรับสหกรณ์ในระดับอื่นๆ ก็ดำเนินการตามแนวทางประชาธิปไตยเช่นเดียวกัน

หลักการที่ 3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก (Member Economic Participation) สมาชิกมีส่วนร่วมในการลงทุน (ซื้อหุ้น) ในสหกรณ์ของตนเองอย่างเสมอภาคกัน และมีส่วนในการควบคุมการใช้เงินทุนของสหกรณ์ตามแนวทางประชาธิปไตย ทุนของสหกรณ์อย่างน้อยๆ ส่วนหนึ่งต้องเป็นทรัพย์สินส่วนรวมของสหกรณ์ โดยปกติสมาชิกจะได้รับผลตอบแทน (ถ้ามี) ในอัตราที่จำกัดตามเงินลงทุน (หุ้น) ที่กำหนดเป็นเงื่อนไขของการเข้าเป็นสมาชิก สมาชิกสามารถจัดสรรเงินส่วนเกินของสหกรณ์เพื่อวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งหรือทุกอย่างตามข้อบังคับ ดังนี้ คือ

- เพื่อการพัฒนาสหกรณ์โดยอาจกันไว้เป็นทุนสำรองซึ่งอย่างน้อยๆ จะต้องมีส่วนหนึ่งที่น่ามาแบ่งปันกันไม่ได้
- เพื่อตอบแทนแก่สมาชิกตามสัดส่วนของปริมาณธุรกิจที่สมาชิกได้ทำกับสหกรณ์
- เพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ที่มวลสมาชิกเห็นชอบ

หลักการที่ 4 การปกครองตนเองและความเป็นอิสระ (Autonomy and Independence) สหกรณ์เป็นองค์กรที่พึ่งพาตนเองและปกครองตนเอง โดยการควบคุมของมวลสมาชิก หากสหกรณ์จะต้องมีข้อตกลงผูกพันกับองค์กรอื่นใด ซึ่งรวมถึงหน่วยงานของรัฐบาลด้วย หรือจะต้องเพิ่มเงินลงทุน โดยอาศัยแหล่งเงินทุนจากภายนอกสหกรณ์ สหกรณ์จะต้องกระทำการดังกล่าวภายใต้เงื่อนไขที่มั่นใจได้ว่ามวลสมาชิกจะยังคงซื่อตรงไว้ซึ่งอำนาจในการควบคุมสหกรณ์ตามแนวทางประชาธิปไตย และสหกรณ์ยังคงดำรงความเป็นอิสระ

หลักการที่ 5 การศึกษา ฝึกอบรม และสารสนเทศ (Education , Training and Information) สหกรณ์พึงให้การศึกษและการฝึกอบรมแก่สมาชิก ผู้แทนสมาชิกที่ได้รับการเลือกตั้ง ผู้จัดการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ เพื่อให้บุคลากรเหล่านี้สามารถมีส่วนช่วยพัฒนาสหกรณ์ของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพึงให้ข่าวสารแก่สาธารณชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเยาวชนและบรรดาผู้นำทางความคิดในเรื่องคุณลักษณะและคุณประโยชน์ของสหกรณ์

หลักการที่ 6 การร่วมมือระหว่างสหกรณ์ (Cooperation among Cooperatives) สหกรณ์จะสามารถให้บริการแก่สมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ขบวนการสหกรณ์ได้ โดยร่วมมือกันในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติ

หลักการที่ 7 การเอื้ออาทรต่อชุมชน (Concern for Community) สหกรณ์พึงดำเนินกิจการต่างๆ เพื่อการพัฒนาชุมชนให้มีความเจริญยั่งยืนตามนโยบาย ที่มวลสมาชิกเห็นชอบ

1.4 อุดมการณ์สหกรณ์ (Cooperative Ideology)

อุดมการณ์สหกรณ์ คือ ความเชื่อร่วมกันที่ว่า การช่วยตนเองและการช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักการสหกรณ์ซึ่งจะนำไปสู่การกินดี อยู่ดี มีความเป็นธรรม และสันติสุขในสังคม

1.5 วิธีการสหกรณ์ (Cooperative Practices)

วิธีการสหกรณ์ คือ การนำหลักการสหกรณ์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อประโยชน์ของมวลสมาชิกและชุมชน โดยไม่ละเลยหลักการธุรกิจที่ดี

1.6 ประโยชน์ที่จะได้รับจากสหกรณ์ มีดังต่อไปนี้

1.6.1 การรวมกันเป็นสหกรณ์ ทำให้มีผลในการต่อรองทั้งในด้านการซื้อและการขายสินค้าที่สมาชิกผลิตได้ และฝึกคนให้รู้จักการพึ่งตนเอง

1.6.2 ทำให้ชุมชนมีความสามัคคีปรองดอง อันจะนำความเจริญมาสู่ประเทศชาติได้ สหกรณ์ส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการอยู่ร่วมกันโดยสันติ การสหกรณ์เป็นวิธีการที่ผู้คนที่ยากจนให้มีฐานะดีขึ้น โดยมีได้ทำลายคนมั่งมี จึงมีลักษณะเป็นสันตินิยมหรือส่งเสริมสันติภาพ

1.6.3 สหกรณ์เป็นแหล่งจัดหาเงินทุนมาให้สมาชิกกู้ยืมไปลงทุนในการประกอบอาชีพหลัก

1.6.4 สหกรณ์ช่วยส่งเสริมความรู้ด้านการประกอบอาชีพแก่สมาชิก เช่น แนะนำให้สมาชิกรู้จักพัฒนาการผลิตด้วยวิธีการเกษตรสมัยใหม่ จำหน่ายผลผลิตให้ได้ในราคาสูงขึ้น เป็นต้น

1.6.5 ส่งเสริมความเสมอภาคกันและเป็นประชาธิปไตย โดยให้ทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกัน ในการออกเสียงแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจการสหกรณ์

1.6.6 สหกรณ์ฝึกคนให้มีความรู้และประสบการณ์ รู้จักการประหยัดทรัพย์และสนับสนุนด้านเงินทุน การผลิต ควบคุมการใช้เงินทุนให้เป็นไปตามแผน ร่วมกันซื้อปัจจัยการผลิต และรวมกันขายผลิตผล ทำให้คนในชุมชนนั้นๆ มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

1.7 การดำเนินงานของสหกรณ์

สหกรณ์ดำเนินกิจการภายใต้กรอบแห่งกฎหมายทั้งปวง แต่ต้องไม่ขัดกับข้อบังคับสหกรณ์และพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 ซึ่งกำหนดให้สหกรณ์มีอำนาจกระทำการตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.7.1 ดำเนินธุรกิจการผลิต การค้า การบริการ และอุตสาหกรรม เพื่อประโยชน์ของสมาชิก

1.7.2 รับฝากเงินประเภทออมทรัพย์ หรือประเภทประจำจากสมาชิก หรือสหกรณ์อื่นได้ตามระเบียบสหกรณ์

1.7.3 จัดให้ได้มา หรือจำหน่ายไป ซึ่งกรรมสิทธิ์ หรือทรัพย์สินในทรัพย์สินโดยหลักแห่งนิติกรรมและสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

1.7.4 ให้กู้ ให้สินเชื่อ ให้ยืม ให้เช่า ให้เช่าซื้อ รับจำนอง หรือรับจำนำ ซึ่งทรัพย์สินแก่สมาชิกหรือของสมาชิก

1.7.5 ให้สหกรณ์อื่นกู้ยืมเงินได้ตามระเบียบของสหกรณ์

1.7.6 ให้สวัสดิการหรือการสงเคราะห์แก่สมาชิกและครอบครัว

1.7.7 ให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่สมาชิก

1.7.8 ขอหรือรับความช่วยเหลือทางวิชาการจากทางราชการ หน่วยงานของต่างประเทศ หรือบุคคลอื่น

1.7.9 ดำเนินการอย่างอื่นที่เกี่ยวกับหรือเนื่องในการจัดการ ให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

1.8 โครงสร้างของสหกรณ์

สหกรณ์ตั้งอยู่บนรากฐานของประชาธิปไตย สมาชิกทุกคนเป็นเจ้าของสหกรณ์ แต่ทุกคนไม่สามารถร่วมบริหารกิจการของสหกรณ์ได้ จึงต้องมีการเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการเป็นผู้บริหารงานแทน ซึ่งตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 กำหนดให้มีคณะกรรมการดำเนินการไม่เกิน 15 คน มีอำนาจหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการและเป็นผู้แทนสหกรณ์ในกิจการทั้งปวง

เพื่อให้กิจการสหกรณ์ดำเนินการอย่างกว้างขวาง และให้บริการแก่สมาชิกอย่างทั่วถึง คณะกรรมการดำเนินการควรจัดจ้างผู้จัดการที่มีความรู้ความสามารถมาดำเนินธุรกิจแทน และผู้จัดการ อาจจัดจ้างเจ้าหน้าที่โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการดำเนินการ เพื่อช่วยเหลือกิจการสหกรณ์ด้านต่างๆ ตามความเหมาะสมโดยคำนึงถึงปริมาณธุรกิจและการประหยัดเป็นสำคัญ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2550:31)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการออม

2.1 ความหมายของการออม ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

วันรักษ์ มิ่งมณีนากิน (2540:259) ให้ความหมายของการออม คือ ส่วนหนึ่งของรายได้ปัจจุบันที่ไม่ได้ใช้จ่ายไปเพื่อการบริโภค หากแต่เก็บไว้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้จ่ายในอนาคต

พรพรรณ วัฒนวิชัย (2545:12) ให้ความหมายของการออม คือ การเก็บสะสมรายได้ส่วนหนึ่งที่ไม่ได้ใช้จ่ายไปเพื่อการบริโภค หรือเป็นรายได้ส่วนที่เหลือจากการใช้จ่ายที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต แล้วนำไปเก็บไว้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้จ่ายในอนาคต

อัจฉรา ผ่องอุดม (2549:6) ให้ความหมายของการออม คือ การสงวน เก็บงำ เพื่อให้มีโอกาสเก็บสะสมให้มากยิ่งขึ้น หรือสามารถสร้างหลักฐานให้มีในวันข้างหน้า เช่น ถ้าเราไม่มีบ้านก็ต้องพยายามเก็บเงินเพื่อสามารถจะใช้เงินนั้นผ่อนบ้าน หรือมีบ้านของตนเองไม่ต้องเช่าหรืออาศัยใครอยู่ตลอดไป

ภราดร ปรีดาศักดิ์ (2549:368) ให้ความหมายของการออม คือ การกั้นเงินรายได้ส่วนหนึ่งเอาไว้ โดยมีได้นำเงินรายได้ส่วนนี้ออกไปใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการในช่วงเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อจะเก็บเงินนั้นไว้ใช้จ่ายในอนาคต รายได้ส่วนนี้จึงเรียกว่า เงินออม

ปรารธนา หลีกภัย (2551: 323) ให้ความหมายของการออม หมายถึง การเก็บสะสมเงินทีละเล็กทีละน้อยให้พอกพูนขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสะสมเงินเพื่อให้พอกพูนในระยะสั้น เพื่อไว้ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน โดยมีวิธีการสะสมเป็นเงินฝากธนาคารและบริษัทเงินทุนซึ่งการออมจะมีความเสี่ยงต่ำมีสภาพคล่องสูง และมีผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ย

โดยสรุป การออม หมายถึง ส่วนของรายได้ที่เหลืออยู่ หรือที่กั้นเอาไว้ไม่นำมาใช้จ่ายในการบริโภคและอุปโภคในปัจจุบัน โดยมีจุดประสงค์เพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายในอนาคต เช่น ในยามป่วยไข้ เมื่อแก่ชราหรือลงทุน เป็นต้น

2.2 รูปแบบของการออมโดยทั่วไป

จากคำจำกัดความของคำว่า “การออม” จึงทำให้ทราบว่า การออมนั้นมีได้มีเฉพาะรายได้ที่เป็นตัวเงินซึ่งเป็นส่วนที่เหลือจากค่าใช้จ่ายในการบริโภคเท่านั้น แต่รายได้ส่วนที่เหลือนี้อาจจะเก็บออมในรูปแบบของทรัพย์สินต่าง ๆ ได้ ซึ่งถ้าจำแนกตามกองบัญชีรายได้ประชาชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รูปแบบการออมจะมีหลายประเภท ดังนี้ (โสภณ โรจน์ธำรง 2543:28)

2.2.1 การออมในรูปแบบทรัพย์สินถาวร

เป็นการออมโดยการนำรายได้ส่วนที่เหลือจากการบริโภคใช้จ่ายโดยการซื้อทรัพย์สินถาวร (real assets) มาถือไว้โดยเป็นเป้าหมายในการถือทรัพย์สินถาวรดังกล่าวอาจจะแตกต่างกันไปบ้างก็ถือไว้เพราะความจำเป็น บ้างก็ถือไว้เป็นหลักประกันในอนาคต บ้างก็ถือไว้เพื่อการลดค่าเงิน เป็นต้น ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การถือครองทรัพย์สินประเภทนี้ จะถือครองเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นแม้ว่าจะมีสภาพคล่องน้อยมาก แต่ในขณะเดียวกันการถือครองทรัพย์สินกลุ่มนี้บางประเภท ก็สามารถหาผลตอบแทนได้ โดยเฉพาะการถือครองที่ดิน แต่โดยส่วนใหญ่แล้ววัตถุประสงค์ของการออมในรูปแบบทรัพย์สินถาวรคือ เพื่อป้องกันความเสี่ยงและให้ความมั่นคงในอนาคต สำหรับทรัพย์สินถาวรที่ครัวเรือนนิยมถือไว้ ได้แก่

- 1) ที่ดิน ซึ่งในครัวเรือนส่วนใหญ่นิยมถือไว้เป็นทรัพย์สินอย่างหนึ่งโดยคาดว่ามูลค่าของทรัพย์สินนี้จะเพิ่มขึ้นในอนาคตและจะเพิ่มขึ้นเป็นหลักประกันความมั่นคงของครัวเรือนด้วย

2) *อาคารและสิ่งก่อสร้างที่อยู่อาศัย* เป็นลักษณะการออมอย่างหนึ่งซึ่งครัวเรือนทั่วไปมักจะกระทำ กล่าวคือ เมื่อมีรายได้เกินกว่ารายจ่ายเพื่อการบริโภค ก็จะนำรายได้ส่วนที่เหลือไปซื้อที่อยู่อาศัย โดยอาจจะจ่ายตามราคาซื้อขายด้วยเงินสดหรือผ่อนชำระก็ได้ขึ้นอยู่กับว่าผู้ออมจะมีกำลังเงินออมมากน้อยเพียงใด

3) *ทรัพย์สินประเภททุนที่ใช้ในการผลิต* เป็นการซื้อทรัพย์สินประเภททุน (capital goods) เช่น เครื่องจักร เครื่องมือต่าง ๆ สำหรับการผลิตนั้นอาจถือได้ว่าเป็นการออมอย่างหนึ่ง เพราะรายได้ส่วนที่เหลือจากการบริโภคเมื่อนำมาซื้อทรัพย์สินดังกล่าวไว้เท่ากับว่าเป็นการสะสมการออมไว้ประเภทหนึ่งเช่นกัน

4) *การเพิ่มขึ้นของสินค้านำคงเหลือ* อาจจัดได้ว่าเป็นการออมเช่นกัน เนื่องมาจากจำนวนสินค้านำคงเหลือก็คือ ส่วนหนึ่งของรายได้ที่ไม่ได้ใช้จ่ายนั่นเอง

5) *การซื้อโลหะที่มีค่าและอัญมณี* ทั้งนี้ มูลค่าของการออมในรูปแบบสินทรัพย์ถาวรจะต้องหักค่าเสื่อมราคาออกด้วย

2.2.2 การออมในรูปแบบสินทรัพย์ทางการเงิน

เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการออมก็คือ การเก็บไว้เป็นสินทรัพย์ทางการเงิน (financial assets) โดยเหตุผลของการออมไว้ในรูปทรัพย์สินทางการเงินก็แตกต่างออกไป เช่น สภาพคล่องสูง เพราะเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่าย ให้ผลตอบแทน การเสี่ยงน้อย เป็นต้น ซึ่งการออมในลักษณะนี้อาจทำได้หลายวิธี ดังนี้

1) *การออมในรูปแบบสินทรัพย์ในระบบ* หมายถึง การออมโดยการถือทรัพย์สินทางการเงินที่สร้างขึ้นภายใต้ขอบเขตที่กฎหมายคุ้มครองอยู่ รูปแบบการออมประเภทนี้ได้แก่

(1) *เงินสดในมือ* ซึ่งการถือเงินสดจะเป็นในลักษณะการออมเพื่อต้องการสภาพคล่องสูงสุด แม้ว่าจะไม่มีผลตอบแทนเลย และอาจจะเกิดความเสี่ยงเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงค่าเงินและการสูญหาย

(2) *เงินฝากที่สถาบันทางการเงินต่าง ๆ* เช่น เงินฝากที่ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นต้น ซึ่งการออมผ่านสถาบันการเงินต่าง ๆ แม้ว่าจะไม่มีสภาพคล่องเท่ากับการถือเงินสด แต่การออมในรูปแบบนี้จะได้รับผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ยหรือเงินปันผล โดยจะไม่มีความเสี่ยงจากการสูญหาย

(3) *การซื้อหลักทรัพย์ทางการเงินต่าง ๆ* ทั้งรัฐบาลและเอกชน เช่น ตั๋วแลกเงินคลัง ตั๋วสัญญาใช้เงิน ตั๋วการค้า พันธบัตร หุ้นสามัญ หุ้นกู้ สลากออมสิน เป็นต้น การถือ

ครองในรูปแบบหลักทรัพย์ทางการเงินต่าง ๆ จะมีสภาพคล่องน้อย เนื่องมาจากจะมีการกำหนดเวลาใช้คืนซึ่งต้องถึงกำหนดเวลาก่อนจึงจะสามารถได้คืน แต่จะได้รับผลประโยชน์ในรูปแบบผลตอบแทนไม่ว่าจะได้รับเป็นเงินปันผล หรือ ดอกเบี้ย

(4) การให้กู้ยืม ซึ่งมีสัญญาเงินกู้ถูกต้องตามกฎหมายทั้งระยะสั้นและระยะยาวซึ่งการให้กู้ยืมโดยมีสัญญาภู่นั้นจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ยเงินกู้ แต่อาจไม่มากเท่ากับการกู้ยืมในระบบแต่มีความเสี่ยงน้อยกว่า เนื่องจากมีสัญญาถูกต้องตามกฎหมาย

(5) เบี้ยประกันตามกรมธรรม์ประกันชีวิตและกองทุนเลี้ยงชีพของหน่วยงานต่าง ๆ เป็นการออมเพื่อความมั่นคงในระยะยาว และเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดในอนาคต

(6) อื่น ๆ เช่น เงินหุ้นสมาชิกสหกรณ์ เงินค่าสมาชิกฌาปนกิจสงเคราะห์

2) การออมในรูปแบบสินทรัพย์ทางการเงินนอกระบบ ซึ่งหมายถึง การถือทรัพย์สินทางการเงินที่ไม่อยู่ในขอบเขตของกฎหมายที่จะคุ้มครองไปถึงได้ยาก การออมรูปแบบนี้ได้แก่

(1) การเล่นแชร์

(2) การให้กู้เป็นการส่วนตัว โดยไม่มีสัญญากู้ยืม

ซึ่งทั้งสองประเภทนี้จะมีค่าตอบแทนสูง แต่จะมีความเสี่ยงมากเนื่องจากไม่มีกฎหมายคุ้มครอง

(3) อื่น ๆ เช่น การลดลงของหนี้สินครัวเรือนอาจถือเป็นการออมได้รูปแบบหนึ่งโดยผู้ออมจะนำเงินออมไปจ่ายชำระหนี้สินนั่นเอง นอกจากนี้รายจ่ายเพื่อการซ่อมแซมรักษาทรัพย์สินก็น่าจะถือว่าเป็นรูปแบบการออมอย่างหนึ่งเพราะค่าซ่อมแซมจะต้องนำมาจากส่วนหนึ่งของการออม

2.2.3 การออมในสถาบันการออม

คำว่า “สถาบันการออม” ในที่นี้หมายถึง สถาบันการออมที่จัดตั้งภายใต้ระเบียบข้อบังคับของกฎหมาย และดำเนินการภายใต้พระราชบัญญัติเกี่ยวกับการออมแต่ละประเภทที่วางไว้โดยสถาบันการออมดังกล่าวนี้มีอยู่หลายประการ และจัดตั้งขึ้นมาก็เพื่อเป้าหมายในการระดมเงินออมในระบบเศรษฐกิจเป็นสำคัญ รูปแบบของสถาบันการออม เป็นสถาบันเดียวที่ตั้งขึ้นมาเพื่อการออมนั้นมีหลายรูปแบบและมักจะเป็นรูปแบบสากล คือ ในแต่ละประเทศจะมีรูปแบบของสถาบันการออมที่คล้ายคลึงกัน จึงยกตัวอย่างสถาบันการออมในประเทศไทยเป็นตัวแทนการอธิบาย โดยรูปแบบของสถาบันการออมที่อยู่ภายกฏระเบียบของกฎหมายเท่าที่รู้จักกันดี ก็คือ

1) **ธนาคารพาณิชย์** เป็นสถาบันทางการเงินที่มีบทบาทที่สำคัญที่สุดในการระดมเงินออมในระบบเศรษฐกิจ ส่วนใหญ่ธนาคารพาณิชย์จะมีเอกชนเป็นเจ้าของ มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีลักษณะเป็นรูปแบบรัฐวิสาหกิจ สำหรับการออมที่ธนาคารพาณิชย์นั้นจะอยู่ในรูปของการฝากเงินซึ่งมีประเภทของการฝากเงิน 3 ลักษณะ คือ

(1) **ฝากออมทรัพย์** เป็นการฝากที่เปิดโอกาสให้ผู้ออมสามารถเก็บสะสมทรัพย์ได้ทีละเล็กทีละน้อย คือ จะฝากเป็นจำนวนเท่าใดก็ได้ และสามารถถอนคืนได้ตลอดเวลาทำการของธนาคารนั้น โดยจะเป็นจำนวนเท่าไรก็ได้ การฝากดังกล่าวจะมีสมุดฝากเป็นหลักฐานของการฝากเงินและมีผลตอบแทนคงที่ในรูปของดอกเบี้ยเงินฝาก

(2) **ฝากประจำ** เป็นการฝากเงินโดยมีระยะเวลาในการฝากกำหนดไว้คือ 3 เดือน, 6 เดือน, 1 ปี และ 2 ปี โดยผู้ฝากจะถอนเงินฝากคืนได้ก็ต่อเมื่อครบกำหนดระยะเวลาดังกล่าวจึงจะได้รับดอกเบี้ย และดอกเบี้ยที่จะได้รับก็จะแตกต่างกันออกไปตามระยะเวลาที่กำหนด นอกจากนี้การถอนก็ต้องถอนออกทั้งจำนวนที่ฝากแต่ละครั้ง สำหรับหลักฐานการฝากเงินก็มีสมุดคู่ฝากเป็นหลักฐานเช่นกัน

(3) **ฝากโดยมิไ้รับฝาก** เป็นการรับฝากเงินจำนวนมาก คือ รับฝากครั้งแรกต้องไม่ต่ำกว่า 100,000 บาท โดยมีระยะเวลาการถอนที่กำหนดไว้ การฝากเงินประเภทนี้จะมีใบรับฝากเงินเป็นหลักฐานในการฝากเงิน และใบรับฝากดังกล่าวสามารถซื้อขายเปลี่ยนมือได้ ส่วนผลตอบแทนอยู่ในรูปดอกเบี้ย

2) **ธนาคารออมสิน** เป็นธนาคารของรัฐบาลจัดตั้งขึ้นโดยกฎหมายพิเศษซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการส่งเสริมให้เกิดการออมในหมู่ประชาชน โดยธนาคารมีระดมเงินออม ดังนี้

(1) **รับฝาก** ได้แก่ รับฝากออมทรัพย์ รับฝากประจำ และรับฝากออมสิน เพื่อสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว ซึ่งวิธีการรับฝากและการให้ผลตอบแทนก็เหมือนกับวิธีการของธนาคารพาณิชย์

(2) **ออกพันธบัตรออมสินและสลากออมสิน** เป็นหลักทรัพย์ทางการเงินที่ธนาคารออกเพื่อจำหน่ายให้แก่ประชาชน จึงมีลักษณะการออมอย่างหนึ่ง เมื่อครบกำหนดอายุของหลักทรัพย์ก็นำไปไถ่ถอนคืนได้ และในแต่ละปีก็จะได้รับผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ยตามจำนวนเงินต้นที่ซื้อพันธบัตรหรือสลากออมสินไว้ สำหรับสลากออมสินยังมีผลตอบแทนอันเป็นสิ่งล่อใจอีกก็คือการถูกรางวัลสลากออมสิน

3) **บริษัทเงินทุน** เป็นสถาบันการออมอีกแห่ง ซึ่งระดมเงินออมโดยออกหลักทรัพย์ที่มีชื่อว่า “ตั๋วสัญญาใช้เงิน” จำหน่ายโดยทั่วไปโดยตัวนี้จะกำหนดอายุและอัตราดอกเบี้ยไว้แน่นอน

4) *สหกรณ์ออมทรัพย์* เป็นสถาบันการออมที่จัดตั้งขึ้นในหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งโดยการรวมตัวของพนักงานของหน่วยงานนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการออมและช่วยเหลือทางการเงินให้กู้แก่สมาชิก การออมกระทำโดยสหกรณ์จะเรียกเก็บค่าหุ้นสะสมจากสมาชิกตามส่วนของรายได้ต่อเดือน พร้อมทั้งให้ดอกเบี้ยเป็นค่าตอบแทนจากการออม ส่วนการออมอีกรูปหนึ่งก็คือการฝากเงินไว้กับสหกรณ์นั่นเอง

5) *บริษัทประกันชีวิต* เป็นสถาบันการออมอีกแห่งที่มีสิทธิพิเศษเป็นสิ่งล่อใจคือผู้ที่ทำประกันชีวิต บริษัทประกันจะต้องจ่ายค่าเบี้ยประกันเป็นรายเดือนซึ่งเท่ากับเป็นการสะสมทรัพย์ไปในตัว เมื่อครบกำหนดที่ทำประกันจะได้รับเงินต้นคืนพร้อมอัตราดอกเบี้ยค่อนข้างต่ำจำนวนหนึ่ง โดยในระหว่างที่ยังอยู่ในสัญญาประกัน ถ้าผู้ทำประกันชีวิตเสียชีวิต ผู้รับกรมธรรม์ก็จะได้รับเงินจำนวนก้อนหนึ่งตามสัญญาผูกพัน

6) *ธนาคารอาคารสงเคราะห์* เป็นสถาบันที่รับฝากเงินจากประชาชนในลักษณะทั่ว ๆ ไปและลักษณะพิเศษ รับฝากทั่วไป ก็คือ ฝากประจำและฝากออมทรัพย์ ส่วนฝากลักษณะพิเศษ ก็คือการฝากสะสมทรัพย์เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย จึงถือได้ว่าธนาคารอาคารสงเคราะห์เป็นสถาบันการออมแห่งหนึ่งสำหรับประชาชน โดยมีดอกเบี้ยเป็นสิ่งจูงใจสำหรับการออมเช่นกัน

7) *ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร* มีลักษณะเป็นรัฐวิสาหกิจจัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือเกี่ยวกับเงินทุนแก่กิจการทางการเกษตร ในขณะเดียวกันก็รับฝากเงินจากประชาชนเพื่อนำไปใช้ในวัตถุประสงค์ข้างต้น ประเภทของเงินฝาก ได้แก่ ฝากออมทรัพย์ ฝากประจำและฝากตามส่วนเงินกู้ ผลตอบแทนจากการฝากเงินจะอยู่ในรูปดอกเบี้ยเหมือนสถาบันการออมอื่น ๆ

8) *กองทุนบำเหน็จบำนาญ* เป็นสถาบันการออมประเภทหนึ่งที่ตั้งในหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเพื่อเป็นสวัสดิการสำหรับสงเคราะห์เจ้าหน้าที่และพนักงานในหน่วยงานนั้นหลังจากเกษียณอายุการทำงาน โดยในระหว่างการทำงานพนักงานผู้เป็นสมาชิกจะต้องส่งรายได้สมทบกองทุนสม่ำเสมอ เมื่อเกษียณอายุแล้วรายได้นั้นก็กลับมาเป็นของสมาชิกผู้นั้น ผลตอบแทนที่ได้จากการออมคือดอกเบี้ย

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการออม

3.1 ความหมายของพฤติกรรมการออม ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

บุษบง ศรีสันต์ (2542: 8) ให้ความหมาย พฤติกรรมการออม หมายถึง การแสดงออกของบุคคลในการเก็บรายได้ส่วนที่เหลือเมื่อหักรายจ่ายแล้ว ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น

ปริมาณการออมและรูปแบบการออม ซึ่งปริมาณการออม หมายถึง ปริมาณเงินออมโดยเฉลี่ยต่อเดือน และ รูปแบบการออม หมายถึงลักษณะการออมทรัพย์ที่จำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ การออมในรูปแบบสินทรัพย์ทางการเงินทั้งในระบบและนอกระบบ และการออมในรูปแบบของสินทรัพย์ถาวร

ไพโรจน์ เภาวิจิตร (2543: 7) ให้ความหมาย พฤติกรรมการออม หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่จะทำการค้น ทำการเลือก และตัดสินใจที่จะมีการออมทรัพย์ โดยสนองความต้องการหรือความพึงพอใจของตนเองได้ และให้ความหมายการออมทรัพย์ หมายถึง เงินส่วนที่เหลือจากการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันที่ต้องการจะเก็บออมไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ฝากไว้กับสถาบันการเงิน ซื้อสินทรัพย์ ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ซื้อพันธบัตร หรือนำไปลงทุนในหลักทรัพย์ต่าง ๆ เพื่อหวังผลตอบแทนในรูปแบบของดอกเบี้ย เงินปันผล ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ เป็นต้น

อัจฉรา ผ่องอุดม (2549: 33) ให้ความหมาย พฤติกรรมการออม หมายถึง การกระทำที่แสดงให้เห็นว่า มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินให้เหมาะสมกับฐานะและเงินที่มีอยู่ ใช้จ่ายเงินอย่างประหยัดและมีการเก็บเงินได้ในรูปแบบต่าง ๆ เก็บออมรายได้และ/หรือรู้จักหารายได้เพิ่ม

ปิยดา สมบัติวัฒนา (2550: 7) ให้ความหมาย พฤติกรรมการออม หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกที่เกี่ยวข้องกับการออม ประกอบด้วย 1) การจัดสรรรายได้เพื่อเก็บเป็นเงินออมก่อนการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค 2) การใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคตามความจำเป็นสอดคล้องกับรายได้และฐานะของตน และ 3) การจดบันทึกรายรับและรายจ่ายเป็นประจำ

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมที่แสดงถึงการออม หมายถึง การเก็บหอมรอมริบ หรือ “กัน” เงินรายได้ หรือ นำไปใช้อย่างระมัดระวัง

3.2 ประเภทของพฤติกรรม

พฤติกรรมแบ่งออกเป็น (วิมลสิทธิ์ ทรวงกุล 2535:32)

3.2.1 พฤติกรรมภายนอก (overt behavior) เป็นพฤติกรรมที่สามารถมองเห็นสังเกตได้จากภายนอก 2 ลักษณะ คือ

1) **พฤติกรรมแบบ โมเลอร์ (Molor)** เป็นพฤติกรรมหน่วยใหญ่ ที่สังเกตเห็นได้ด้วยตาเปล่า โดยไม่ต้องอาศัยเครื่องมือวัด และตรวจสอบ เช่น การเคลื่อนไหวของร่างกาย การเดิน การยืน การหัวเราะ

2) **พฤติกรรมแบบ โมเลกุลาร์ (Molecular)** เป็นพฤติกรรมหน่วยย่อยที่ต้องอาศัยเครื่องมือช่วยในการสังเกต เช่น การเปลี่ยนแปลงของร่างกาย การไหลเวียนของโลหิต การเต้นของหัวใจ ความดันโลหิต กระแสประสาทในสมอง

ที่เพิ่มขึ้นหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือประชาชนมีความโน้มเอียงที่จะออมเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่ารายได้อื่นที่เพิ่มขึ้น

3.4.2 ตัวแปรด้านการพึ่งพิง (dependency rate) จำนวนผู้พึ่งพิง เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่กำหนดพฤติกรรมการออมเนื่องจากจำนวนผู้พึ่งพิงเป็นภาระแก่ครัวเรือนต้องให้การอุปการะเลี้ยงดู ทำให้รายจ่ายของครัวเรือนเพิ่มขึ้นหรือในทางตรงกันข้าม บุคคลในวัยทำงานมีความโน้มเอียงที่จะออมสูง ดังนั้นหากอัตราส่วนประชากรในวัยทำงานสูงขึ้น จะมีผลให้อัตราการออมของครัวเรือนโดยรวมสูงขึ้น

3.4.3 สมมติฐานวัฏจักรชีวิต (life cycle hypothesis) สำคัญของสมมติฐานข้อนี้ คือ โดยทั่วไปบุคคลมักจะมีรายได้ค่อนข้างต่ำเมื่อเริ่มต้นชีวิตและบั้นปลายของชีวิตเนื่องจากผลิตภาพต่ำแต่บุคคลจะมีรายได้สูงเมื่ออยู่ในวัยกลางคน ในขณะที่การบริโภคของบุคคลจะดำรงไว้ซึ่งระดับการบริโภคคงที่หรือสูงขึ้นทีละน้อย ทำให้ช่วงเริ่มต้นของชีวิตนั้น บุคคลจะเป็นผู้กู้ยืมต่อมาในช่วงอายุวัยกลางคน จะออมเพื่อจ่ายคืนหนี้สินและเก็บออมไว้เมื่อออกจากงานและช่วงบั้นปลายชีวิตจะกลายเป็นผู้ออมติดลบ

3.4.4 อาชีพ สมมติฐานของคาลดอร์ ซึ่งให้เห็นว่าปัจจัยทางด้านแหล่งที่มาของเงินได้ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมของครัวเรือน โดยคาลดอร์ซึ่งเป็นนักเศรษฐศาสตร์คนแรกที่ทำการศึกษา โดยการแยกการออมออกเป็นสองกลุ่ม คือ การออมของนายทุนกับการออมของกรรมกร ผลการศึกษาปรากฏว่า ความโน้มเอียงในการออมของหน่วยสุดท้ายของนายทุนมีค่าสูงกว่าความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายของกรรมกร

3.4.5 เขตชนบทและเขตเมือง ความแตกต่างทางด้านภูมิศาสตร์หรือภูมิภาคเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่กำหนดพฤติกรรมการออมของครัวเรือน ทั้งนี้ก็เพราะว่าปัจจัยที่กำหนดความสามารถ สิ่งจูงใจ และโอกาสในการออมแตกต่างกัน รวมทั้งระดับการพัฒนาของสินค้าอุปโภคก็แตกต่างกันมากระหว่างในเขตเทศบาลกับนอกเขตเทศบาล

3.4.6 ระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาระดับการศึกษาของครัวเรือนในฐานะตัวแทนทัศนคติซึ่งอาจจะมีผลต่อการออมได้ทั้งในทางบวกและทางลบ ระดับการศึกษาของกลุ่มครัวเรือนจะช่วยเสริมสร้างหรือปลูกฝังทัศนคติของครัวเรือนให้มีวินัยในการจ่าย ก่อให้เกิดการประหยัดในรายจ่ายรวมทำให้ครัวเรือนสามารถออมได้มากขึ้น อีกในหนึ่งระดับการศึกษาของครัวเรือนอาจจะสร้างทัศนคติในครัวเรือนนั้น ไม่มีความจำเป็นต้องออมมากนัก เพราะจะมีความมั่นคงในการงานหรือไม่มีความเสี่ยงต้องออกจากงานเท่ากับกลุ่มที่มีการศึกษาน้อยกว่า

3.4.7 ปัจจัยอื่น ๆ นอกจากพฤติกรรมการออมจะถูกกำหนดจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้วยังถูกกำหนดจาก

1) ความอยากออมหรือค่านิยมเป็นการสร้างปลูกฝังวัฒนธรรมการออมดังเช่นในประเทศญี่ปุ่น

2) ความสะดวกที่จะออม คือบริการต่างๆ อาทิ บทบาทสถาบันการเงินมีผลต่อการออมในทางบวกปรากฏว่า ประเทศญี่ปุ่น มาเลเซียและไทย มีข้อสังเกตว่าบทบาทของสถาบันการเงินอาจมีผลลบต่อการออมในครัวเรือนได้ ทั้งนี้เพราะในระยะที่ผ่านมาสถาบันทางการเงินเร่งการขยายกิจการในทางการเงินให้อยู่ในลักษณะที่ขาดความสมดุลโดยจะเน้นการขยายขอบเขตบริการการให้สินเชื่อมากกว่าการระดมเงินฝาก จึงทำให้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการระดมเงินออมของระบบเศรษฐกิจสูงขึ้นจากการที่ตลาดเงินมีเครื่องมือเพื่อการออมหลากหลายมากขึ้น

3) สิ่งจูงใจในการออม คือผลตอบแทนหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการออม อาทิ มาตรการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีที่มีผลต่อการออมในทางบวก ปรากฏในประเทศญี่ปุ่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และประเทศไทย ในขณะที่อัตราดอกเบี้ยสร้างแรงจูงใจให้ออมเฉพาะในครัวเรือนที่มีรายได้สูงมากเท่านั้น แต่เนื่องจากเป็นส่วนน้อยของสังคม การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยจึงไม่ค่อยมีผล

4) สถานการณ์และสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการออม ได้แก่

(1) ระบบประกันสังคมมีผลต่อการออมในทางลบ พบในประเทศญี่ปุ่น และสหรัฐฯ

(2) ระบบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และบำนาญ ส่งเสริมการออม พบในประเทศอังกฤษ แคนาดา สิงคโปร์และมาเลเซีย

4. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการออม

ปัจจัยที่กำหนดการออมสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน (อุสาคี แซ่มสุวรรณ 2544: 36) ได้แก่

4.1 ปัจจัยในทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย รายได้ ทรัพย์สิน ลักษณะการกระจายรายได้ ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ยและผลตอบแทน ระดับราคาหรือภาวะเงินเฟ้อ การบริโภค ภาษี และจำนวนสาขาของสถาบันการเงิน

4.1.1 รายได้ซึ่งกำหนดการออมนั้นมีอยู่หลายรูปแบบ คือ ระดับรายได้ หมายถึงขนาดหรือปริมาณของรายได้ที่มีผลกระทบต่อออมในทิศทางเดียวกัน นั่นคือการออมจะเพิ่มขึ้นเมื่อระดับรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งแบ่งออกเป็นรายได้ระยะสั้นหรือรายได้ปัจจุบัน ซึ่งเกิดขึ้นระยะเดียวกันกับการออม และรายได้ระยะยาว ซึ่งอาจอยู่ในรูปรายได้ตลอดอายุขัย รายได้เปรียบเทียบ

กับกลุ่มคนในสังคม รายได้ในอดีต รายได้ถาวร รายได้ที่เป็นตัวเงิน รายได้ชั่วคราว และรายได้ ซึ่งสามารถใช้จ่ายได้จริงหลังหักภาษีแล้ว และรายได้ต่อหน่วย ได้แก่ รายได้ต่อหัว และรายได้ สุทธิที่แท้จริงต่อหัว รายได้ดังกล่าวจะมีผลต่อการออมในทิศทางเดียวกันเช่นกัน และแหล่งรายได้ คือรายได้เป็นค่าจ้างเป็นเงินเดือน เป็นกำไรและผลตอบแทนจากทรัพย์สิน ซึ่งก็จะกำหนดการออม ในทิศทางที่แปรเปลี่ยนไปตามรายได้ดังกล่าว

4.1.2 ทรัพย์สิน เป็นปัจจัยที่สำคัญชนิดหนึ่งในการกำหนดขนาดการออม โดยบุคคลหรือระบบเศรษฐกิจที่มีปริมาณการสะสมทรัพย์สินไว้สูงจะมีความสามารถในการออม สูงตามไปด้วย โดยทรัพย์สินที่กำหนดเป็นการออมนั้นมีอยู่หลายรูปแบบ ได้แก่ ทรัพย์สินสุทธิ ทั้งหมด ทรัพย์สินสภาพคล่อง ทรัพย์สินสภาพคล่องต่อหัว ทรัพย์สินสภาพคล่องต่อรายได้

4.1.3 ลักษณะการกระจายรายได้ในกลุ่มชน ซึ่งมีผลต่อการออมเช่นกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้สูงขึ้นย่อมจะมีการออมสูง เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการกระจายรายได้ การออมก็ต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะการกระจายรายได้

4.1.4 ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งได้มีการศึกษาจนสามารถสรุปได้ว่า ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อขนาดการออมได้ด้วย นั่นคือ เมื่อปริมาณ เงินในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ปริมาณการออมก็จะเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

4.1.5 อัตราดอกเบี้ยและผลตอบแทน เป็นที่เชื่อกันว่ามีผลต่อการออม โดยเฉพาะ การออมที่สถาบันการเงินต่างๆ นั้นพบว่า เมื่ออัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น ปริมาณการออมก็จะเพิ่มขึ้น ดังนั้นอัตราดอกเบี้ยหลายประเภทจึงเป็นตัวแปรในการกำหนดการออมในสถาบันการเงิน เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำที่ธนาคารพาณิชย์ อัตราดอกเบี้ยของตัวสัญญาใช้เงินที่บริษัทเงินทุน ส่วนอัตราผลตอบแทนจากหลักทรัพย์ก็มีอิทธิพลต่อการออมในลักษณะที่คล้ายคลึงกับอัตรา ดอกเบี้ย เช่น อัตราผลตอบแทนในพันธบัตรรัฐบาล อัตราผลตอบแทนจากหุ้นประเภทต่างๆ สูงขึ้น การออมเป็นหลักทรัพย์ดังกล่าวจะเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามแนวคิดข้างต้นได้มีการถูกโต้แย้ง ไปอีกลักษณะหนึ่ง กล่าวคือ บางครั้งอัตราดอกเบี้ยและอัตราผลตอบแทนสูง การออมกลับลดลงก็มี ทั้งนี้เพราะเป้าหมายที่วางไว้ได้มาถึงเร็วขึ้น เมื่อรายได้ในรูปอัตราดอกเบี้ยและอัตราผลตอบแทน สูงขึ้น การบริโภคจึงเพิ่มขึ้นขณะที่การออมลดลง

4.1.6 ระดับราคาหรือภาวะเงินเฟ้อ ซึ่งมีความสำคัญต่อภาวะเงินออมเช่นกัน ทั้งนี้เพราะการที่ระดับราคาสินค้าเพิ่มขึ้น จะทำให้ประชาชนต้องใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อรักษาระดับการ บริโภคของตนไว้ ซึ่งเป็นผลทำให้การออมลดลง สำหรับระดับราคาที่มีผลต่อการออม ได้แก่ ระดับราคาสินค้าทั่วไป ระดับราคาสินค้าประเภทอาหาร การคาดคะเนระดับราคาหรือภาวะ

เงินเฟ้อในอนาคต ซึ่งถ้ามีการคาดการณ์ว่าจะเกิดขึ้นแล้ว การบริโภคเพื่อหนีภาวะเงินเฟ้อในอนาคตจะเพิ่มขึ้น จนทำให้ระดับการออมต้องลดลง

4.1.7 การบริโภค อาจกล่าวได้ว่าเป็นปัจจัยโดยตรงที่กำหนดการออม เพราะถ้าการบริโภคเพิ่มขึ้นการออมจะลดลง สำหรับการบริโภคที่มีอิทธิพลต่อการออม คือการบริโภคในปัจจุบัน การบริโภคในอดีต การบริโภคที่แท้จริงต่อหัว

4.1.8 ภาษี ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการออมได้ เพราะการที่ภาษีเพิ่มขึ้น รายได้ที่สามารถใช้จ่ายได้จริงของประชาชนจะลดน้อยลง การออมจึงลดลงตามไปด้วย และภาษีที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการออมคือ ภาษีทางตรง ภาษีคอกเบี้ยและเงินปันผล

4.1.9 จำนวนสาขาของสถาบันการออม ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมเช่นกัน เพราะการเพิ่มจำนวนสาขาของสถาบันการออมจะทำให้ประชาชนเข้าถึงการออมได้ง่ายขึ้น

4.2 ปัจจัยทางสังคม

ปัจจัยทางสังคมถูกยอมรับว่ามีอิทธิพลต่อการออมไม่น้อยไปกว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการออมของครัวเรือนนั้นจะมีปัจจัยทางสังคมเป็นตัวแปรที่กำหนดตัวหนึ่ง โดยปัจจัยในทางสังคมที่เชื่อว่ามีอิทธิพลต่อการออม ได้แก่

4.2.1 จำนวนผู้มีเงินได้ในครอบครัว จะเป็นตัวกำหนดว่าครัวเรือนจะออมได้หรือไม่ ถ้าจำนวนผู้มีเงินได้ในครอบครัวสูง โอกาสที่จะออมก็จะเป็นไปได้มากกว่าจำนวนผู้มีเงินได้น้อย

4.2.2 เป้าหมายการออม ผู้ที่มีเป้าหมายการออมมักจะมีแนวโน้มที่จะมีปริมาณการออมสูงกว่าผู้ไม่มีเป้าหมายการออม

4.2.3 รสนิยมในการบริโภค ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการบริโภคและส่งผลกระทบต่อการออม

4.2.4 อายุ มีอิทธิพลต่อการออมตามทฤษฎีการบริโภคตามช่วงอายุขัย นั่นคือ ผู้มีอายุในวัยกลางคนจะมีการออมสูงกว่าในวัยต้นและบั้นปลายชีวิต

4.2.5 การศึกษา เชื่อว่ามีอิทธิพลต่อการออม โดยทั่วไปผู้มีการศึกษาสูงจะมีการวางแผนการออมมากกว่าผู้มีการศึกษาน้อย ทั้งนี้ผู้มีการศึกษาสูงจะมีระดับรายได้สูงกว่า

4.2.6 อาชีพ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการออม เพราะความแตกต่างในอาชีพจะส่งผลให้เกิดความแตกต่างในรายได้ และบางอาชีพก็มีระบบอำนาจให้เกิดการออมไปในตัว

4.2.7 ขนาดครอบครัว จะมีผลต่อการออม โดยขนาดครัวเรือนใหญ่มีภาระค่าใช้จ่ายสูง จะมีระดับการออมที่น้อยกว่าขนาดของครัวเรือนเล็กที่มีภาระค่าใช้จ่ายต่ำกว่า

4.2.8 กรรมสิทธิ์ในบ้านและที่ดิน เป็นสาเหตุหนึ่งที่จะกระทบต่อการออม เพราะผู้ที่มีกรรมสิทธิ์ในบ้านและที่ดินเรียบร้อยแล้ว ย่อมมีฐานะที่จะเก็บออมมากกว่าผู้ที่เป็นหนี้เกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

4.2.9 สภาพภูมิอากาศและเขตที่อยู่อาศัย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการออมที่สถาบันการออม เพราะความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินออม เป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมให้มีการออมเพิ่มขึ้น

4.2.10 ความพร้อมของสถาบันการออม ที่ให้ความสะดวกทั้งระบบการออมและการติดต่อจะเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการออม

4.2.11 การโฆษณาและสิ่งจูงใจ เป็นผลให้ผู้ออมตื่นตัวและความต้องการที่จะออมมากขึ้นตามแรงโฆษณาและแรงจูงใจ

5. แนวคิดเกี่ยวกับหลักการบริการ

5.1 ความหมายของการบริการ จากการศึกษาความหมายของการบริการ พบว่ามีผู้ให้ความหมายของการบริการ ไว้ดังนี้

วีรพงษ์ เฉลิมวิระรัตน์ (2542:7) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นสิ่งที่จับสัมผัสและต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้น (โดย/ จากบริการ) และส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น

จิตตินันท์ เฉชะคุปต์ (2549:7) ได้ไว้กล่าวว่า การบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับบริการ กับ ผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) หรือในทางกลับกัน ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการ ต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจ แก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะที่ธุรกิจทั่วไป มุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น

สุมนา อยู่โพธิ์ (2544:6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟลึค และลอเรน ไรท์ (2546:4) ได้ให้ความหมายการบริการ 2 อย่าง ดังนี้

1. บริการ เป็นปฏิกริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่ง เสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตามแต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็นจับต้องไม่ได้และไม่สามารถครอบครองได้
2. บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและ จัดหา คุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ ผู้รับบริการหรือผู้แทน นำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

วัชรภรณ์ สุริยาภวัฒน์ (2546:15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดขึ้นเพื่อให้แก่สมาชิกตามความสามารถและหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน โดยอาศัยความต้องการของสมาชิกที่ได้รับบริการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในการดำเนินโครงการในระยะต่อไป พร้อมทั้งให้เกิดความพอใจแก่สมาชิก

เอนก สุวรรณบัณฑิต (2548:18) Lehtinen ให้คำนิยามว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือ ชุดของกิจกรรมหลายอย่าง ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือวัตถุ อย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจการบริการ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้อง (เอนก สุวรรณบัณฑิต, ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548:21 – 22)

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549:18) ได้ให้ความหมายของ การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546:12) ในปัจจุบันการบริการเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันและบุคคล ได้จ่ายเงินเป็นจำนวนมากเพื่อการบริการ ประมาณได้ว่าค่าใช้จ่าย ในการซื้อสินค้าและบริการทุกวันนี้ จะเป็นค่าบริการประมาณร้อยละ 45 และมีผู้ให้นิยามความหมายของการบริการไว้ดังนี้

จินตนา บุญบงการ (2539:15) ได้ให้ความหมายของการบริการ ว่าเป็นสิ่งจับต้องสัมผัสและต้องอาศัยได้ยาก และเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะทำขึ้นทันทีและส่งมอบให้ผู้รับบริการทันทีหรือเกือบจะทันที ดังนั้น การบริการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ให้ไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปของเวลา สถานที่ รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ คำว่าการบริการ ตรงกับ

ภาษาอังกฤษว่า SERVICE ซึ่งถ้าหากหาความหมายดี ๆ ให้กับอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้ อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักการปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษร ทั้ง 7 นี้คือ

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากขุ่นยากของผู้มารับการบริการ

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V = Voluntariness Manner การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจเต็มใจทำไม่ใช่ทำงานอย่างเสียไม่ได้

I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพมีมารยาทดี

E = Enthusiasm ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะให้บริการและให้บริการมากกว่าผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2543:6-7) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า เป็นกระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริกร) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการโดยบริการเป็นสิ่งที่จับ สัมผัส หรือแตะต้องได้ยาก แต่เป็นสิ่งที่สูญสลายได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริกร และจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ(ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันที หรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการหรือเกิดการบริการขึ้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541:142) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของลูกค้า

Kotler (1997:611) ได้จำกัดความของการบริการไว้ดังต่อไปนี้ การบริการเป็นการแสดงหรือสมรรถนะที่หน่วยงานหนึ่งๆ สามารถเสนอให้กับอีกหน่วยงานอันเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะอย่างเป็นแก่นสาร และไม่มีผลลัพธ์ในสภาพความเป็นเจ้าของในสิ่งใด โดยที่การผลิตอาจจะไม่ถูกผูกมัดกับผลิตภัณฑ์กายภาพ

ดังนั้น ในการรักษาคุณภาพการบริการจึงจำเป็นต้องควบคุมในทุกๆ หน่วยบริการให้เป็นสิ่งที่พึงพอใจของผู้มารับบริการเสมอ คือ จะต้องมีการบริการดีทั้งองค์กร ซึ่งการบริการจะดีหรือไม่ดีต่อผู้มารับบริการนั้น ยังขึ้นอยู่กับความคาดหวังของผู้รับบริการ และในการสร้างธุรกิจองค์กรทุกชนิดต้องรักษาความพึงพอใจของผู้รับบริการให้ อยู่ตลอด

จากความหมายของการบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การบริการ เป็นกิจกรรมการกระทำและการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อเสนอขาย และส่งมอบสู่ผู้รับบริการหรือเป็น

กิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้า เพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ลักษณะของการบริการมีทั้งไม่มีรูปร่างหรือตัวตน จับสัมผัสและต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่ายแต่นำมาซื้อขายกันได้

5.2 ความหมายของธุรกิจบริการ จากการศึกษาความหมายของธุรกิจบริการ พบว่ามีผู้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ ดังนี้

นิตยาพร เสมอใจ (2545:10) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ว่า เป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเพื่อสร้าง พึงพอใจแก่ผู้บริโภคและผลประโยชน์ของธุรกิจ

ปณิศา ลัญชานนท์ (2548:163) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ว่า เป็นการบริการ (Service) ซึ่งเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล โรงแรม ธนาคาร เป็นต้น

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548:1) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ว่าเป็นองค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้หรือขายบริการโดยปกติจะมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไร ซึ่งการให้หรือขายบริการดังกล่าวอาจจะเป็นการให้หรือขายโดยตรงสู่ลูกค้าหรือโดยทางอ้อม หรือโดยต่อเนื่องก็ได้

จากความหมายของธุรกิจบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ธุรกิจบริการ เป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมให้บริการซึ่งจะจัดหาบริการในรูปแบบต่างๆ และเสนอขายบริการให้แก่ผู้บริโภคเพื่อความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ความสนุกสนานบันเทิง ซึ่งการให้บริการดังกล่าวต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและสร้างพึงพอใจ ให้แก่ผู้บริโภคได้และผู้ให้บริการจะเรียกค่าบริการเป็นค่าตอบแทน

5.3 ลักษณะของการบริการ

ปณิศา ลัญชานนท์ (2548:163) ได้กล่าวถึงลักษณะบริการว่าสามารถจำแนกออกเป็น 4 ประการดังนี้

5.3.1 ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) หมายความว่า ผู้บริโภค (ลูกค้าที่คาดหวัง) ไม่สามารถรู้สึกมองเห็น ได้ยิน ลิ้มรส หรือได้กลิ่น ทำให้ไม่สามารถทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะทำการซื้อ เช่น การทำศัลยกรรม หรือการโดยสารบนเครื่องบิน สิ่งเหล่านี้ผู้บริโภคไม่สามารถรู้ผลของการบริการได้จนกว่าจะมีการผ่าตัด หรือการเดินทางจริง ทำให้ผู้บริโภคพยายามจะแสวงหาสิ่งที่จะบ่งบอกถึงคุณภาพของการบริการ (Service quality) เพื่อให้ตัวเองเกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการนั้นๆ นักการตลาด จึงต้องพยายามทำให้บริการมีความสามารถในการจับต้องได้ให้มาก

ที่สุดโดยโปรแกรม การส่งเสริมการตลาดควรชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากบริการอย่างชัดเจนมากกว่าที่จะเน้นตัวบริการเท่านั้น

5.3.2 ความไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Service inseparability) หมายความว่า การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในขณะเดียวกัน ในประเด็นนี้จะตรงข้ามกับการผลิตสินค้าซึ่งเริ่มจากการนำวัตถุดิบมาผลิต แล้วนำไปเก็บไว้ในคลังสินค้า และหลังจากที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อจึงจะเกิดการบริโภค ส่วนบริการนั้นเริ่มจากการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อแล้วจึงเกิดการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน เช่น ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะตัดผมที่ร้านนี้แล้วช่างตัดผมจึงเริ่มกระบวนการผลิต(การตัดผม) และผู้บริโภคได้รับผมทรงใหม่ในขณะเดียวกัน

5.3.3 ความไม่แน่นอน (Service variability) กล่าวคือ คุณภาพในการให้บริการจะผันแปรไปตามผู้ให้บริการ และขึ้นอยู่กับว่าให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร ตัวอย่าง ภาพรวมการให้บริการของโรงแรมแมริออท (Marriott) อาจสูงกว่ามาตรฐานทั่วไป แต่การให้บริการของพนักงานภายในโรงแรมแต่ละคนอาจไม่เหมือนกัน บางคนอาจให้บริการดีกว่าอีกคนหนึ่ง ซึ่งทำให้การให้บริการเกิดความไม่แน่นอน เป็นต้น

5.3.4 ความไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเก็บไว้ในโกดังหรือคลังสินค้า เมื่อบริการเกิดขึ้นนักการตลาดจะไม่สามารถเก็บไว้เพื่อขายหรือใช้ในภายหลัง ได้ ความไม่สามารถเก็บไว้ได้ และไม่เกิดปัญหาถ้าอุปสงค์ที่มีต่อบริการนั้นคงที่แต่เมื่ออุปสงค์ที่มีต่อบริการมีความผันผวนมาก จะทำให้เกิดอุปสรรคในการบริหาร เช่น ในช่วงที่ไม่ใช่วันหยุดเทศกาล โรงแรมและรีสอร์ทต่างๆ จะคิดราคาห้องพักในระดับต่ำ หรือกรณีของร้านอาหารจ้างพนักงานชั่วคราว เพื่อเสิร์ฟอาหารในช่วงที่มีลูกค้ามาก

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549:27) ได้กล่าวถึง การบริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ ดังนี้

1) ความไม่มีตัวตน (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นจับต้อง และสัมผัสไม่ได้ (abstract) โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า ไม่ว่าจะเป็นตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง บริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้ เช่น หากจะชื้อน้ำหอม ผู้ชื้อย่อมจับขวดน้ำหอมมาทดลองฉีดได้ดมกลิ่นได้ หรือชื้อเป็นขวดได้

2) ความแยกจากกันไม่ได้ ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ (Inseparability) ในช่วงเวลาการให้บริการนั้น เช่น บริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถ แยกจากกันได้ในเวลาที่ใช้บริการนั้น

3) การเก็บรักษาไม่ได้ (Perish ability) การบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้นหากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงาน (idle) เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดรายได้ใด ๆ

4) ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้นลูกค้าจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกัน ขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน ในต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล เช่น ที่สาขาของธนาคาร ช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงบ่าย ช่วงวันจันทร์และวันศุกร์จะมีลูกค้าฝากถอนเงินมากกว่าช่วงวันอื่น ๆ ในสัปดาห์

5) ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (Variability or Heterogeneity) ความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ เนื่องจากบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ (labor intensive) ซึ่งการที่พนักงานจะขี้มหรือไม่ จะให้บริการด้วยจิตใจอย่างแท้จริงหรือไม่ ต้องขึ้นกับองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ เช่น พนักงานคนหนึ่ง เมื่อวันวานนี้ให้บริการดีมาก ขี้มเข้มแถมใส ทักทายลูกค้าเป็นอย่างดี แต่วันรุ่งขึ้นพนักงานคนเดียวกันอาจถูกร้องเรียนว่าบริการไม่ดีไม่ขี้มเข้มแถมพูดจาไม่ไพเราะสาเหตุเนื่องมาจากพนักงานคนนั้นไม่ได้นอนหลับอย่างเต็มอิ่มเพราะต้องดูแลลูกสาววัยหนึ่งปีที่ป่วยเป็นไข้ตลอดคืนที่ผ่านมา

เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548:25-26) ได้กล่าวถึงลักษณะของการบริการ การบริการมีคุณลักษณะที่แตกต่างกับการผลิตสินค้าทั่วไป โดยการบริการมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

(1) ความไว้วางใจ (Trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการใน ขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้รับบริการไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับการปฏิบัติเช่นไร ดังนั้น การตัดสินใจซื้อบริการ จึงเป็นสิ่งที่ต้องเกิดจากความไว้วางใจ ซึ่งต่างจากสินค้าที่สามารถเห็นรูปลักษณะหรือเลือกคุณภาพได้

(2) สิ่งที่ยึดจับไม่ได้ (Intangibility) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสได้ก่อนซื้อ ดังนั้นการตัดสินใจซื้อบริการต้องอาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับจากการตัดสินใจซื้อบริการนั้นในครั้งก่อน

(3) ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการลักษณะที่ไม่สามารถแยกตัวบุคคลหรืออุปกรณ์ที่ทำหน้าที่ให้บริการ ได้ การผลิต การบริโภคและการบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันกับการขายบริการนั้น ๆ ซึ่งแตกต่างกับสินค้าซึ่งต้องมีการผลิตและการขาย แล้วจึงมีการบริโภคในภายหลัง

(4) ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการมีลักษณะไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ การบริการขึ้นอยู่กับแต่ละแบบของผู้ให้บริการ ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ทั้งนี้การบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการและสภาพแวดล้อมขณะบริการ

(5) ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาได้ (Perish ability) เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับ คืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา

(6) ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น

นิติพล ภูตะโชติ (2549:170–171) ได้กล่าวถึง ลักษณะของงานบริการ (characteristics of service) มีความแตกต่างจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพราะงานบริการมีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งลักษณะเฉพาะของงานบริการแบ่งได้ดังนี้

(1) จับต้องไม่ได้และมองไม่เห็น (Intangibility) งานบริการมีลักษณะเป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ มองไม่เห็น และไม่มีรูปร่าง แต่สิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นสามารถรับรู้ได้จากความรู้สึก หรือการแสดงออกบางอย่างของลูกค้า เช่น ความชอบ ความเกลียด ความพอใจ ความไม่พอใจความโกรธ เป็นต้น

(2) ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) งานบริการบางชนิดไม่สามารถแบ่งแยกได้อย่างชัดเจน เพราะนอกจากเรื่องบริการแล้ว ยังมีสิ่งอื่น ๆ ที่ได้รับจากบริการ เช่น ถ้าเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปประเทศเวียดนามโดยเครื่องบิน บริการที่ได้รับคือได้เดินทางถึงจุดหมายปลายทางและในระหว่างการเดินทาง พนักงานบริการบนเครื่องบินยังเสิร์ฟอาหาร เครื่องดื่มและอื่น ๆ ซึ่งสิ่งที่ได้รับไม่ใช่แค่เพียงการเดินทางถึงจุดหมายปลายทางเท่านั้น แต่ยังได้รับบริการอื่น ๆ อีกด้วย ดังนั้น บริการ สินค้า และผลิตภัณฑ์บางอย่างจึงไม่สามารถแบ่งแยกกันได้อย่างชัดเจน

(3) สูญเสียบ่อยหรือเสียหายง่าย (Perish ability) บริการต่าง ๆ ไม่สามารถกักตุนจัดเก็บหรือสต็อกเอาไว้ได้เหมือนกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะงานบริการมีเงื่อนไขเรื่องเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงไม่สามารถเก็บบริการเอาไว้ขายได้ เช่น ในฤดูกาลท่องเที่ยว ห้องพักของโรงแรมจะมีลูกค้าเข้าพักเต็ม และยังมีลูกค้าอีกจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถจองห้องพักในเวลานั้นได้ แต่ในช่วงฤดูฝน ห้องพักของโรงแรมว่างเป็นจำนวนมาก ซึ่งห้องพักที่ว่างจำนวนมากเหล่านี้ก็ไม่สามารถนำไปขายในฤดูกาลท่องเที่ยว ที่ผ่านมาได้ เพราะมีเงื่อนไขของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง

(4) งานบริการมีลักษณะทำซ้ำ ๆ (Repetitiveness) งานบริการจะมีลักษณะเป็นการทำงานซ้ำ ๆ หลายครั้ง เช่น พนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารมีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า รับคำสั่งจากลูกค้า นำคำสั่งไปสั่งอาหารและเครื่องดื่ม นำอาหารและเครื่องดื่มมาเสิร์ฟลูกค้า คอยดูแลความเรียบร้อย เก็บเงินเมื่อลูกค้าต้องการจะกลับ จัดโต๊ะอาหารเพื่อเตรียมต้อนรับลูกค้าคนใหม่ การทำงานของพนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารจะทำงานในลักษณะเช่นนี้ซ้ำแล้วซ้ำอีกหลาย ๆ ครั้ง จนกว่าจะถึงเวลาเลิกงาน จะเห็นได้ว่าลักษณะของงานบริการจะปฏิบัติงานซ้ำแล้วซ้ำอีกหลาย ๆ ครั้ง ซึ่งอาจมีความแตกต่างจากงานอื่น ๆ

(5) ความเข้มข้นรุนแรงต่อความรู้สึกรักของพนักงาน (Labor Intensiveness) เนื่องจากลักษณะงานของการให้บริการพนักงานจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่าง อุปนิสัยที่ไม่เหมือนกัน อารมณ์ของลูกค้าอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยอื่น ๆ การให้บริการไม่ใช่เรื่องง่ายที่ลูกค้าทุกคนจะได้รับคามพึงพอใจเหมือนกัน พนักงานอาจจะพบกับลูกค้าที่มีอารมณ์ร้ายหรือลูกค้าที่รู้จักจิกจิกสร้าง ปัญหา พนักงานให้บริการจะต้องเข้าใจในลักษณะงานให้บริการเป็นอย่างดีจึงจะสามารถทำงานในอาชีพนี้ได้

(6) ความไว้วางใจ (Trust) เนื่องจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับบริการที่ดีจากสถานบริการหรือไม่ ดังนั้นผู้ใช้บริการต้องอาศัยความเชื่อถือหรือความไว้วางใจในสถานบริการ เหล่านั้น เช่น อาจได้รับการบอกต่อถึงบริการจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิดหรืออาจจะได้รับรู้จาก ประสบการณ์โดยตรง หรืออาจจะได้รับข่าวสารข้อมูลจากแหล่งอื่นจนเกิดความไว้วางใจและตัดสินใจไปใช้บริการ ลูกค้าก็คาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ดี เพราะเกิดความเชื่อถือไว้วางใจในสถานบริการดังกล่าว

ประสิทธิ์ พรธพิสุทธิ์ (2540:22) ได้กล่าวถึงลักษณะการให้บริการ เพื่อการให้บริการเกิดความรวดเร็วถูกต้อง ครบถ้วนทุกขั้นตอน และมีความเสมอภาค 2 ลักษณะ คือ

- การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) คือ การให้บริการในสถานที่เดียวทั้งหมดทุกหน่วยงานที่ให้บริการ ที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด และต้องให้บริการแล้วเสร็จเพียงครั้งเดียว โดยผู้มาติดต่อใช้เวลาน้อยและเกิดความพึงพอใจ
- การให้บริการแบบอัตโนมัติ (Automatic Service) เป็นการให้บริการโดยใช้เครื่องมือที่ทันสมัย มีอุปกรณ์เพียงพอ ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา ประหยัดคน

5.4 ประเภทของธุรกิจบริการ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548:33) ได้กล่าวถึง ธุรกิจบริการสามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 การบริการต่อร่างกายลูกค้า (People Processing Service) ประเภทนี้

เป็นบริการที่มีการถูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง (เช่น ตัดผม นวดแผนโบราณ ฯลฯ) หรือไม่ก็เป็นบริการทางกายภาพ (เช่น บริการขนส่งมวลชน – เคลื่อนย้ายตัวลูกค้าไปที่จุดหมายปลายทาง) ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการ จนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น

ประเภทที่ 2 การบริการต่อจิตใจลูกค้า (Mental Stimulus Processing Service)

ประเภทนี้เป็นการให้บริการ โดยไม่จำเป็นต้องถูกเนื้อต้องตัวลูกค้า แต่เป็นการให้บริการต่อจิตใจ อารมณ์หรือความรู้สึกของลูกค้า (เช่น โรงภาพยนตร์ โรงเรียน วัด โบสถ์ ฯลฯ) ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการ ตลอดทั้งกระบวนการให้บริการจนกว่า จะได้รับผลประโยชน์ ตามที่ต้องการจากบริการนั้น แต่สถานบริการในที่นี้ อาจจะหมายถึง สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ที่เฉพาะเจาะจงในการให้บริการนั้น เช่น โรงละคร โรงภาพยนตร์ หรืออาจจะอยู่ในสถานที่ ที่ไกลออกไป แต่ลูกค้ากับผู้ใช้บริการสามารถติดต่อกันได้ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือระบบโทรคมนาคม (เช่น บริการสืบข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต บริการเรียนทางไกลของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช บริการระบบโทรศัพท์ไร้สายของ AIS และ DTAC เป็นต้น)

ประเภทที่ 3 การบริการต่อสิ่งของของลูกค้า (Procession Processing Service)

ในหลายๆ ครั้งของการซื้อบริการ เราไม่ได้ซื้อให้กับตัวเราเอง แต่เราซื้อบริการให้กับสิ่งของของเรา เช่น บริการ ซัก อบ รีด (ซื้อบริการให้กับเสื้อผ้าของเรา) ไปหาสัตวแพทย์ (ซื้อบริการให้กับสัตว์เลี้ยงของเรา) เป็นต้น ดังนั้น บริการในกลุ่มนี้จะเป็นบริการที่ให้บริการโดยการถูกเนื้อต้องตัวของ สัตว์เลี้ยง หรือสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่ง ของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องเอาสิ่งของหรือสัตว์เลี้ยง มาไว้ในสถานที่ให้บริการ โดยตัวลูกค้าไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานบริการในระหว่างที่เกิดการให้บริการ

ประเภทที่ 4 การบริการต่อสารสนเทศของลูกค้า (Information Processing Service)

บริการในกลุ่มนี้เป็นบริการที่ทำต่อสิ่งของของลูกค้าเช่นเดียวกับบริการ ประเภทที่ 3 แต่ต่างกันตรงที่ ลักษณะของ “สิ่งของของลูกค้า” โดย “สิ่งของของลูกค้า” ในบริการประเภทที่ 3 จะเป็นของที่มีตัวตน แต่สิ่งของในประเภทที่ 4 จะเป็นของที่ไม่มีตัวตน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้า บริการประเภทนี้ ได้แก่ ธนาคาร บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ บริการวิจัยการตลาด เป็นต้น

จากประเภทธุรกิจบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ธุรกิจบริการมี 4 ประเภท คือ ประเภทแรก เป็นการบริการต่อร่างกายลูกค้า เป็นการบริการที่มีการถูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง เช่น ตัดผม นวดแผนโบราณ บริการที่พักอาศัย เช่น โรงแรม ประเภทที่สอง การบริการต่อจิตใจลูกค้า ด้านอารมณ์ หรือ ความรู้สึกของลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ โรงเรียน วัด โบสถ์ ประเภทที่สาม เป็นการบริการต่อสิ่งของของลูกค้า เช่น บริการ ซัก อบ รีด ประเภทที่สี่ การบริการต่อ

สารสนเทศของลูกค้า จะเป็นสิ่งของที่ไม่มีตัวตน ซึ่งเป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้า เช่น ธนาคาร บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ บริการวิจัยตลาด

5.5 ความสำคัญของการบริการ

สมชาย กิจจรรวง (2536:15) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการบริการเป็นการให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคลซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะและความแนบเนียนต่างๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้า ผู้ที่มาติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการจึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้การให้บริการสามารถกระทำได้ ทั้งก่อนและในระหว่างการติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับภายในองค์กรรวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้นๆ การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความ เชื่อถือศรัทธา และการสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะมีผลในการจัดซื้อหรือบริการอื่นๆ ในโอกาสหน้า

5.6 แนวคิดการให้บริการ

จิตตินันท์ เศษะคุปต์ (2544:15-17) ได้กล่าวว่า แนวคิดการให้บริการให้เกิดในจิตใจผู้ให้บริการ ต้องเริ่มจากการมีทัศนคติที่ดีในการบริการ หากทุกคนมีจิตสำนึกในการให้บริการ และถือว่าทุกคนในบริษัทมีความรับผิดชอบร่วมกัน ทุกคนล้วนเป็นทูตในความสัมพันธ์กับลูกค้า ความผิดพลาดบกพร่องในหน้าที่ บกพร่องในการบริการ จะมีผลต่อลูกค้าและเป็นการบ่อนทำลายชื่อเสียงของบริษัทในที่สุด ฉะนั้นผู้ให้บริการจะต้องคิดให้ได้เสมอว่า

1. ลูกค้าต้องถูกเสมอ
2. ผู้ให้บริการเป็นพระเอกไม่ได้เป็นแค่ตัวพระรอง
3. งานบริการเป็นงานผู้ให้
4. งานบริการเป็นงานฝึกระดับจิตใจ
5. รักรงานบริการต้องทำใจและอดทน
6. บริการอย่างเอาใจลูกค้ามาใส่ใจเรา
7. ยอมรับความแตกต่างของลูกค้า
8. บริการลูกค้าเสมือนญาติของตนเอง
9. บริการเสมือนเป็นเจ้าของกิจการ

ลักษณะที่ดีของผู้ให้บริการต้อนรับ

1. แต่งกายเรียบร้อย
2. พูดจาชัดเจน มีหางเสียงไพเราะ
3. ทำตนเป็นคนสุภาพ สง่าผ่าเผย

4. ยิ้มอยู่เสมอ ทั้งใบหน้า ดวงตา และริมฝีปากเป็นยิ้มที่สดชื่นประทับใจ
5. หลีกเลียงคำกล่าวปฏิเสธ แต่ต้องพยายามหลีกเลียงการรับคำที่ยังไม่แน่ใจ
6. แสดงให้ปรากฏชัดว่าเต็มใจให้บริการ
7. หลีกเลียงการโต้แย้งหรือจู้จี้ขงขี้ใจใส่อารมณ์โกรธต่อผู้มาติดต่อทุกกรณี
8. ระลึกไว้เสมอว่า ความอดกลั้นรักษาอารมณ์ขุนมนั้น คือหน้าที่ของเรา
9. ยกให้ประชาชนผู้มาติดต่อเป็นผู้ชนะหรือถูกเสมอ

สรุปได้ว่า แนวความคิดในการให้บริการเพื่อให้การบริการบรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ของการบริการ นั้น ผู้ให้บริการจะต้องยึดถือลูกค้าเป็นหลัก ว่าถูกต้องเสมอ ดังคำกล่าวที่ว่า ลูกค้าคือพระเจ้า พนักงานบริการเป็นพระเอก เพราะจะต้องแสดงบทบาทให้ดี เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาเพื่อซ้ำ การบริการเป็นผู้ให้ จะต้องมีความใจจดใจจ่อ เอาใจลูกค้ามาใส่ใจเรา ขอมรับลูกค้าเป็นเสมือนญาติของเราเอง และบริการลูกค้าเปรียบเสมือนเราเป็นเจ้าของกิจการเสียเอง ซึ่งพนักงานจะต้องมีลักษณะที่ดี คือ แต่งกายเรียบร้อย พุดจาชัดเจน มีหางเสียงไพเราะ ทำตนเป็นคนสุภาพ สง่าผ่าเผย ยิ้มแย้ม แจ่มใสอยู่เสมอทั้งใบหน้า และดวงตา และริมฝีปาก หลีกเลียงคำกล่าวปฏิเสธ แสดงให้ปรากฏชัดเจนนว่าเต็มใจให้บริการ ไม่มีอารมณ์จู้จี้ขงขี้ใจใส่อารมณ์ต่อลูกค้า ระลึกเสมอว่าต้องอดทน อดกลั้น ยกให้ลูกค้า หรือ ผู้มาติดต่อเป็นผู้ถูกอยู่เสมอ

6. ทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

6.1 ทฤษฎีการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ

John Farley และคณะ ได้กล่าวว่า เพื่อนำทฤษฎีไปใช้วางแผนการจัดบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการ ได้พัฒนาทฤษฎีขึ้นจากการวิเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธี Meta – Analyses แล้วเรียกว่า “ทฤษฎีการตัดสินใจ” เรียกย่อ ๆ ว่า CDM ซึ่งย่อมาจากคำว่า Consumer Decision Model

ทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ อธิบายว่า การตัดสินใจใช้บริการ หรือไม่ขึ้นอยู่กับ 6 องค์ประกอบซึ่งแต่ละองค์ประกอบสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน คือ

องค์ประกอบที่ 1 ข้อเท็จจริง หรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ซึ่งเป็นข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับบริการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ได้ 2 วิธี คือ

1) จากประสบการณ์ทางตรง หมายถึง ผู้รับบริการได้ใช้วิญวะสัมผัสของตัวเอง กับผลิตภัณฑ์ หรือ บริการนั้นโดยตรง เช่น ได้เห็น ได้ยิน ได้ดม ได้ชิม ได้สัมผัสด้วยตนเอง แล้ว

เกิดการรับรู้ว่าเป็นสิ่งนั้นตรงกับความต้องการของตน หรือไม่ตนเองพอใจกับการบริการนั้นมากน้อยเพียงใด

2) จากประสบการณ์ทางอ้อม หมายถึง ผู้รับบริการได้รับข้อมูลข่าวสาร จากคำบอกเล่าของผู้อื่นจากสื่อสารมวลชน จากสิ่งพิมพ์โฆษณา แล้วทำให้เกิดการรับรู้ เป็นสิ่งนั้นตรงกับความต้องการของตนเอง หรือไม่ตนเองพอใจกับการบริการนั้นมากน้อยเพียงใด

ข้อมูลข่าวสารจะ ทำหน้าที่เป็นสิ่งที่เร้า หรือเป็นแหล่งข้อมูลแรกที่กระตุ้นให้ผู้รับบริการนึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้น เกิดเจตคติ หรือความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อบริการนั้น และเกิดความเชื่อมั่นในบริการนั้น

องค์ประกอบที่ 2 เครื่องหมายการค้า ทำให้ผู้รับบริการนึกถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทั้งในด้าน รูปร่าง สี รส ขนาด การบรรจุหีบห่อ การออกแบบ ความทนทาน และคุณภาพของบริการ

องค์ประกอบที่ 3 เจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า เป็นความรู้สึกชอบ ไม่ชอบหรือชอบมากชอบน้อย หรือเป็นความรู้สึกทางบวก หรือทางลบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ

ความรู้สึกทางบวกหรือทางลบ เกิดจากการได้รับข่าวสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ และเกิดจากการนึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้น ๆ ว่า มีมาอย่างไร หากได้รับข้อมูลข่าวสารมาในเชิงบวก นึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้นในทางบวก ความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการนั้นจะเกิดบวกตามมา ในทางตรงกันข้าม ความรู้สึกในทางลบจะเกิด เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารมาในทางลบ และระลึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้นในทางลบเจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า จะมีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่น ที่จะใช้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 4 ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นการประเมินและตัดสินใจว่าผลิตภัณฑ์และบริการตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ ความเชื่อมั่นเกิดจากการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการนั้น และความศรัทธาที่มีต่อเครื่องหมายการค้า นั้นร่วมกัน

อิทธิพลของความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการ จะมีต่อความมุ่งมั่นที่จะใช้หรือไม่ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 5 ความมุ่งมั่นในการใช้ หมายถึง การตัดสินใจใช้ ด้วยการวางแผนการใช้ เช่น จะใช้รุ่นไหน สีไหน ใช้เมื่อไร จะติดต่อการซื้อกับใคร เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 6 การซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ การซื้อผลิตภัณฑ์และบริการเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้รับบริการตัดสินใจใช้ ผลิตภัณฑ์และบริการ แล้วแสดงเป็นพฤติกรรมด้วยการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น

7. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

7.1 ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2542:11) ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นการที่มีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้ขายในราคาและผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจะเพราะมองเห็นว่าคุ้มค่ารวมถึงการจัดจำหน่ายกระจายสินค้า ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้า และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

พิบูล ทีปะपाल (2543:) ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด ว่ามีบทบาทสำคัญมากทางการตลาดเพราะเป็นการรวบรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานแม้ว่าเราจะได้ทำการวิเคราะห์เลือกตลาดเป้าหมาย (Target market) อย่างดีที่สุดแล้ว แต่การที่จะพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมายไม่ใช่ของง่ายทั้งนี้เนื่องจากว่า เรามีวิธีการที่จะเลือกกระทำได้หลายทางที่จะตอบสนองความต้องการของเขา เมื่อวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวซึ่งนักการตลาดจะต้องทำการตัดสินใจเพื่อดำเนินงาน

จากการให้ความหมายส่วนประสมทางการตลาดที่กล่าวมาข้างต้น พอสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Market mix) หมายถึงเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ซึ่งกิจกรรมผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้ เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ

7.2 องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังที่รู้จักกันก็คือ “4 Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การจัดจำหน่าย (place) และการส่งเสริมการตลาด (promotion) สำหรับธุรกิจบริการรูปแบบใหม่พัฒนาขึ้นจะประกอบด้วยปัจจัย 7 ประการ ส่วนประสมการตลาดที่ปรับปรุงใหม่เพิ่มปัจจัยขึ้นอีก 3 ประการ คือ ทรัพยากรบุคคล ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ ปัจจัยทั้ง 7 ประการนี้ จะเป็นปัจจัยที่สามารถใช้เป็นหลักของธุรกิจบริการต่าง ๆ และหากธุรกิจดังกล่าวขาดปัจจัยหนึ่งใดไปก็อาจส่งผลถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจได้ (Jerome Mc Carthy.1990:233-235; อ้างอิงจาก สมยศ ฤดีสุขสกุล.2547:30-31)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541:337-339) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

7.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

7.2.2 ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

7.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels)

7.2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

7.2.5 ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือกรับการฝึกอบรมการจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

7.2.6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7.2.7 **ด้านกระบวนการ(Process)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

8.1 แนวคิดเกี่ยวกับตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการหาทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดจากทางเลือกหลายๆ ทางที่ได้พิจารณาแล้วว่า เป็นทางเลือกที่สามารถทำให้องค์การบรรลุเป้าหมายได้ การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญมากในการบริหารจัดการ เพราะจะต้องทำการตัดสินใจ ทุกๆ ขั้นตอนในการปฏิบัติตามหน้าที่ทางการบริหาร (Management Function) เริ่มตั้งแต่การตัดสินใจในเรื่องการวางแผน การจัดองค์การบริหารงานบุคคล การสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม (<http://www.radompon.com/resourcecenter/?q=node/41> สืบค้นเมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2557)

การตัดสินใจเป็นกระบวนการของการหาโอกาสที่จะหาทางเลือกที่เป็นไปได้ และการเลือกทางเลือกที่มีอยู่หลายๆ ทางเลือกและได้แบ่งการตัดสินใจออกเป็น 2 ชนิด คือ

1) การตัดสินใจที่กำหนดไว้ล่วงหน้า (Program decision) เป็นการตัดสินใจตามระเบียบ กฎเกณฑ์แบบแผนที่เคยปฏิบัติมาจนกลายเป็นงานประจำ (Routine) เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับการลาของพนักงาน การอนุมัติการเบิกจ่ายเงินไปราชการ การอนุมัติการใช้อาคารสถานที่ เป็นต้น การตัดสินใจแบบกำหนดไว้ล่วงหน้านี้ จะเปิดโอกาสให้ผู้บริหารเลือกทางเลือกได้น้อย เพราะเป็นการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน

2) การตัดสินใจที่ไม่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า (Non – Program decision) เป็นการตัดสินใจในเรื่องใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน และไม่มีกฎเกณฑ์ไม่มีระเบียบจึงเป็นเรื่องที่ลำบากใจกับผู้บริหารพอสมควร ซึ่งบางครั้งผู้บริหารจะต้องคิดถึงเรื่องความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นด้วย เช่น การตัดสินใจที่จะออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การตัดสินใจที่จะขยายสาขาของธุรกิจเพิ่ม การตัดสินใจที่จะลงทุนในธุรกิจตัวใหม่ เป็นต้น

ขั้นตอนการตัดสินใจ สามารถแบ่งออกได้เป็นดังนี้ คือ

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Define problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะจะต้องระบุปัญหาได้ถูกต้อง จึงจะดำเนินการตัดสินใจในขั้นตอนต่อไปได้

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors) เป็นการระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้วนำไปพิจารณาถึงข้อจำกัดต่างๆ ขององค์กร โดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Development alternative) ขั้นตอนที่ผู้บริหารต้องพัฒนาทางเลือกต่างๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านี้ควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุดเช่นเพิ่มการทำงานกะพิเศษ เพิ่มการทำงานล่วงเวลาโดยใช้ตารางปกติ เพิ่มจำนวนพนักงาน

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analysis the alternatives) เมื่อได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่างๆ โดยนำเอาข้อดีข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกันอย่างรอบคอบควรพิจารณาว่าทางเลือกนั้นนำมาใช้จะเกิดผลต่อเนื่องอะไรตามมา

ขั้นที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) เมื่อผู้บริหารได้ทำการวิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่างๆ แล้วผู้บริหารควรเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้งหนึ่งเพื่อพิจารณาว่าทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้หาทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจได้แก่การสร้างระบบการควบคุมและประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลย้อนกลับที่เกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ได้

8.2 ทฤษฎีการตัดสินใจ ทฤษฎีการตัดสินใจเป็นการนำแนวความคิดที่มีเหตุผลที่ผู้บริหารใช้ในการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือทฤษฎีการตัดสินใจจำแนกตามวิธีการตัดสินใจและทฤษฎีการตัดสินใจตามบุคคลที่ตัดสินใจ(สุโขทัยธรรมาราช, 2548: 263-264) ดังนี้

8.2.1 ทฤษฎีการตัดสินใจจำแนกตามวิธีการตัดสินใจ สามารถจำแนกทฤษฎีการตัดสินใจตามวิธีการตัดสินใจออกเป็น 3 วิธีดังนี้

- 1) ทฤษฎีการตัดสินใจโดยการคาดการณ์มีการใช้เทคนิคการคาดการณ์และการพยากรณ์เข้ามาประกอบการตัดสินใจเช่นการพยากรณ์โดยใช้แนวโน้มเป็นต้น
- 2) ทฤษฎีการตัดสินใจโดยการพรรณนาเป็นการใช้กระบวนการวิจัย

เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจดังนั้นผู้วิจัยจะต้องมีการพิสูจน์และเห็นจริงจึงจะดำเนินการตัดสินใจได้บางครั้งเรียกการตัดสินใจแบบนี้ว่าการตัดสินใจทางวิทยาศาสตร์

3) ทฤษฎีการตัดสินใจโดยกำหนดความเป็นทฤษฎีที่ค้ำประกันถึงว่าแนวทาง การตัดสินใจควรจะเป็นหรือน่าจะเป็นอย่างไรจึงจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการตัดสินใจได้

8.2.2 ทฤษฎีการตัดสินใจจำแนกตามบุคคลที่ตัดสินใจ สามารถจำแนกทฤษฎีการตัดสินใจโดยการจำแนกตามบุคคลที่ตัดสินใจได้เป็น 2 ลักษณะดังนี้

1) การตัดสินใจโดยคนเดียวเป็นการตัดสินใจโดยคนเดียวจะทำให้เกิดความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการตัดสินใจมักจะใช้ธุรกิจขนาดย่อมที่มีผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการและเป็นผู้ที่ใกล้ชิดปัญหาและทราบข้อมูลได้ดีกว่า

2) การตัดสินใจโดยกลุ่มเป็นการตัดสินใจที่ยืดที่มงานและคณะกรรมการเป็นผู้ร่วมตัดสินใจ เป็นการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเมื่อใดก็ตามที่ต้องการความร่วมมือ ผู้บริหารจึงควรให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมดังนั้นการกระจายอำนาจและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจจึงจำเป็นสำหรับองค์กรในอนาคต

ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจ(Decision making) มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์(2540:187)การตัดสินใจหรือการวินิจฉัยสั่งการหมายถึงการเลือกปฏิบัติหรืองดเว้นการปฏิบัติหรือการเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดในทางใดทางหนึ่งจากทางเลือกหลายๆทางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการหรือการวินิจฉัยสั่งการคือการชั่งใจไตร่ตรองและตัดสินใจเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดในทางใดทางหนึ่งจากหลายๆทางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร(2547:44-45)การตัดสินใจทางการจัดการหมายถึงการที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องใดเรื่องหนึ่งทำการเลือกทางเลือกใดจากหลายทางเลือกเพื่อให้แผนการบรรลุวัตถุประสงค์

บรรยงค์ โตจินดา(2548:178)การวินิจฉัยสั่งการหรือการตัดสินใจหมายถึงการที่ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาพิจารณาตัดสินใจและสั่งการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งการวินิจฉัยสั่งการหรือการตัดสินใจเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากเพราะการวินิจฉัยสั่งการจะเป็นการเลือกทางเลือกดำเนินการที่ดีที่สุดในบรรดาทางเลือกหลายๆทาง

สมคิด บางโม(2548:175) การตัดสินใจหมายถึงการตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทางเป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งหลายอย่างเพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ในทางปฏิบัติการตัดสินใจมักเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ยุ่ยากสลับซับซ้อนและมีวิธีการแก้ปัญหาให้วินิจฉัยมากกว่าหนึ่งทางเสมอ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้วินิจฉัยปัญหาว่าจะเลือกตั้งการปฏิบัติโดยวิธีใดจึงจะบรรลุเป้าหมายอย่างดีที่สุด และบังเกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรนั้น

ขั้นตอนในการตัดสินใจ การตัดสินใจเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่เป็นกระบวนการ (Process) และต้องมีการพิจารณาข้อมูลต่างๆอย่างรอบคอบจากนั้นจึงทำการกำหนดทางเลือก และเลือกทางที่ดีที่สุดขึ้นมาและนำไปสู่การปฏิบัติต่อไปซึ่งแนวความคิดของนักวิชาการได้แบ่งขั้นตอนการตัดสินใจไว้มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน

ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร(2547:50 – 52) โดยทั่วไปกระบวนการตัดสินใจจะมีความแตกต่างกันในด้านการจัดกลุ่มของแต่ละขั้นตอนสำหรับกระบวนการตัดสินใจดังนี้

1) การกำหนดปัญหาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาสำหรับขั้นตอนแรกของการตัดสินใจจะเป็นการกำหนดปัญหาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาให้เกิดความชัดเจนก่อนซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นกับองค์กรบางครั้งยากต่อการระบุว่ามีสาเหตุใดเช่นองค์การประสบปัญหาเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นซึ่งอาจเกิดขึ้นจากหลายสาเหตุดังนั้นผู้บริหารจึงต้องทำการศึกษาวิเคราะห์เพื่อระบุและกำหนดปัญหาให้ชัดเจนว่าเกิดจากสาเหตุอะไรโดยทั่วไปการแบ่งประเภทของปัญหาได้แก่ปัญหาที่เป็นมาตั้งแต่อดีตและปัญหามีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นในอนาคตปัญหาที่ทราบล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นและควรเตรียมการป้องกันหรือปัญหาเฉพาะด้านเป็นปัญหาที่เกิดจากสาเหตุเดียวและสามารถแก้ไขสำเร็จได้ง่ายเป็นต้นดังนั้นการกำหนดปัญหาและวิเคราะห์สาเหตุจึงเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร

2) การกำหนดทางเลือกต่างๆที่จะใช้แก้ปัญหาเมื่อผู้บริหารสามารถกำหนดปัญหาได้ชัดเจนแล้วโดยจะต้องมีการถ่วงน้ำหนักข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทั้งหมดเช่นข้อมูลเกี่ยวกับสถานะแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรเพื่อค้นหาปัจจัยต่างๆที่เป็นองค์ประกอบของปัญหาที่มีระดับความรุนแรงแตกต่างกันข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจะถูกนำมากำหนดเป็นทางเลือกเพื่อแก้ไขปัญหาทางเลือกที่กำหนดในขั้นตอนนี้อาจมีหลายทางเลือกเช่นทางเลือกในการแก้ปัญหาต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นอาจเกิดขึ้นได้ตั้งแต่การปรับวิธีการทำงานของฝ่ายผลิตการฝึกอบรมทีมงานเพื่อเพิ่มทักษะการผลิตการปรับปรุงการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นต้น

3) การประเมินผลทางเลือกต่างๆที่ได้กำหนดหลังจากวิเคราะห์ปัญหาทำการกำหนดทางเลือกต่างๆที่จะใช้แก้ปัญหาจากนั้นจึงทำการประเมินผลทางเลือกต่างๆซึ่งเป็นแนวทางการนำปัญหาไปสู่การแก้ไขในขั้นตอนนี้ผู้ตัดสินใจจะวิเคราะห์และประเมินว่าทางเลือกใดสามารถแก้ไขปัญหาได้ดีที่สุดทางเลือกใดควรจะทำก่อนและหลังมีการใช้กระบวนการซึ่งน้ำหนักเพื่อพิจารณาถึงผลดีและผลเสียในแต่ละทางเลือกด้วยนอกจากนี้จะต้องพิจารณาด้วยว่าการตัดสินใจในทางเลือกหนึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อปัญหาอื่นๆตามมาได้ดังนั้นควรวิเคราะห์และประเมินทางเลือกอย่างรอบคอบสำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นจะเป็นการพิจารณาปัญหาจากภายในองค์การมากกว่าภายนอกเช่นบุคลากรอุปกรณ์ขาดแคลนแนวทางแก้ไขสามารถทำได้โดยการเพิ่มบุคลากรการจัดซื้ออุปกรณ์เพิ่มเป็นต้น

9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรมส่งเสริมสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดตรัง (2553:5) การวิเคราะห์ต้นทุนธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์การเกษตร ธุรกิจสหกรณ์ สหกรณ์ในจังหวัดตรัง มีจำนวนทั้งหมด 105 สหกรณ์ ประกอบด้วย สหกรณ์ประเภทการเกษตร จำนวน 84 สหกรณ์ สหกรณ์ประเภทออมทรัพย์ จำนวน 9 สหกรณ์ ประเภทสหกรณ์บริการ จำนวน 11 สหกรณ์ และประเภทสหกรณ์เครดิตยูเนียน จำนวน 1 สหกรณ์ มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 69,441 คน มีการดำเนินธุรกิจต่างๆ ดังนี้

- ธุรกิจซื้อ คือ การจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่สมาชิกต้องการมาจำหน่าย เช่น วัสดุการเกษตร สินค้าอุปโภคบริโภค โดยสหกรณ์จะสำรวจความคิดเห็นของสมาชิกให้ทราบถึงความต้องการสินค้าที่จะจัดหาจำหน่าย ธุรกิจนี้เป็นการรวมกันซื้อของสมาชิกก่อให้เกิดประโยชน์ คือ การซื้อสินค้าในปริมาณมากทำให้ราคาต้นทุนของสินค้าลดลง และสามารถขายให้สมาชิกได้ในราคาที่ต่ำกว่าท้องตลาด นอกจากนี้สิ้นปีสมาชิกได้รับเงินเฉลี่ยคืนจากผลกำไรในธุรกิจซื้อ

- ธุรกิจขายหรือรวบรวมผลผลิต เป็นการรวมกันขายของสมาชิก ทำให้มีอำนาจการต่อรองมากขึ้น ทำให้ผลผลิตหรือสินค้าที่นำมาจำหน่ายได้ราคาสูงขึ้น

- ธุรกิจสินเชื่อ คือ การที่สหกรณ์จัดหาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ หรือนำเงินฝากของสมาชิกมาให้สมาชิกนำไปลงทุนประกอบอาชีพ เช่น อาชีพการเกษตร การผลิตอื่น ๆ หรือ ใช้จ่ายในครอบครัว

- ธุรกิจรับฝากเงิน เป็นการส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมเป็นการระดมทุนของสหกรณ์ ซึ่งสหกรณ์มีเงินฝาก 2 ประเภท คือ เงินฝากออมทรัพย์ และเงินฝากประจำ

- ธุรกิจส่งเสริมอาชีพและบริการ สหกรณ์จะจัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ด้านการเกษตรหรือการผลิตอื่น ๆ ไปให้คำแนะนำสมาชิกให้มีความรู้สามารถผลิตสินค้าได้ ส่วนด้านการบริการสหกรณ์มักมีบริการสูบน้ำ ไถนา หรือขนส่งผลผลิต เป็นต้น

อรรถธรรม ยี่สาร (2538) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการออมของครัวเรือนไทยวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลภาคตัดขวางในปี 2535 ถึง 2538” พบว่าเพศของหัวหน้าครอบครัวมีผลต่อการออมของครัวเรือนที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป ซึ่งหัวหน้าที่เป็นเพศชายจะมีผลต่อการออมมากกว่าเพศหญิง อาชีพหลักของครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ระดับการออมแตกต่างกัน ครัวเรือนที่ประกอบอาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว มีอัตราการออมสูงสุด รองลงมาเป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างเอกชน และรับจ้างทั่วไป

ชัยวุฒิ อัครวิจิตร (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการออมเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย” ได้ทำการวิเคราะห์การออมโดยใช้แบบจำลองเศรษฐกิจในประเทศ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมกรรมการออมของครัวเรือนแต่ละกลุ่มอาชีพ และศึกษาถึงเสถียรภาพในระยะยาวของปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมกรรมการออมของครัวเรือน โดยแบ่งกลุ่มอาชีพ 5 กลุ่มคือ กลุ่มอาชีพเกษตรกรรม กลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มอาชีพค้าขายและเจ้าของธุรกิจ กลุ่มลูกจ้างเอกชนและกลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไป ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลในโครงการสำรวจเงินออมของฝ่ายวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทยในปี 2535/2536 โดยสำรวจครัวเรือน 1,465 ครัวเรือนทั่วประเทศ วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธี ordinary least square และใช้ logit model ในการพิจารณาเสถียรภาพระยะยาว ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมกรรมการออมของแต่ละกลุ่มอาชีพมีความแตกต่างกัน โดยที่ปัจจัยกำหนดการออมของครัวเรือนอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ รายได้ชั่วคราวของครัวเรือน เขตที่อยู่อาศัย และขนาดของครัวเรือน ปัจจัยที่กำหนดการออมของครัวเรือนที่ประกอบอาชีพราชการ ได้แก่ รายได้ถาวรและรายได้ชั่วคราวของครัวเรือน ปัจจัยที่กำหนดการออมของครัวเรือนอาชีพค้าขาย ได้แก่ รายได้ประจำและรายได้ชั่วคราวของครัวเรือน เขตที่อยู่อาศัย และอัตราการพึงพิง ปัจจัยที่กำหนดการออมของครัวเรือนอาชีพลูกจ้างเอกชน ได้แก่ รายได้ถาวรและรายได้ชั่วคราวของครัวเรือน อาชีพรับจ้างทั่วไป ได้แก่ รายได้ถาวรและรายได้ชั่วคราวของครัวเรือน เขตที่อยู่อาศัย และขนาดของครัวเรือน

วิศรา มั่นสกุล (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการระดมเงินออมของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครสวรรค์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการระดมเงินออมของ ธ.ก.ส. ศึกษาพฤติกรรมกรรมการออมและทัศนคติที่มีต่อ ธ.ก.ส. โดยใช้

ทฤษฎีสมมติฐานรายได้สมบูรณ์ สมมติฐานรายได้เปรียบเทียบ สมมติฐานรายได้ถาวร สมมติฐานวัฏจักรชีวิต โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาระหว่างปี 2525-2539 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน (multiple linear regression) โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (ordinary least square) ส่วนการวิจัยพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อ ธ.ก.ส. ทำการสุ่มตัวอย่างกลุ่มลูกค้าเงินฝากและกลุ่มที่ไม่ใช่ลูกค้าเงินฝากของ ธ.ก.ส. ในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 322 ราย โดยสำรวจในปี 2541 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และการสร้างสมการถดถอยเชิงซ้อนโดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการออมและทัศนคติที่มีต่อ ธ.ก.ส. ของกลุ่มลูกค้าเงินฝากของ ธ.ก.ส. มีความรู้เกี่ยวกับ ธ.ก.ส. ดี มีวัตถุประสงค์ในการออม เก็บไว้ใช้ยามจำเป็น เหตุผลที่ฝากกับ ธ.ก.ส. เพราะต้องการใช้สิทธิและบริการพิเศษสำหรับผู้ฝากเงิน ส่วนกลุ่มที่ไม่ใช่ลูกค้าเงินฝากของ ธ.ก.ส. เหตุที่ไม่ออมกับ ธ.ก.ส. เพราะคิดว่า ธ.ก.ส. ให้บริการเฉพาะเกษตรกรเท่านั้น และสิ่งที่ ธ.ก.ส. ควรปรับปรุงคือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และปัจจัยที่กำหนดการออมจากข้อมูลปฐมภูมิคือ รายได้ และจำนวนผู้อยู่ในอุปการะ ส่วนการใช้ข้อมูลทุติยภูมิ คือ อัตราดอกเบี้ยของ ธ.ก.ส. และจำนวนสาขาของ ธ.ก.ส.

บุษบง ศรีสันต์ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชน” โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากผลการวิจัย พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีการออมทรัพย์น้อยลง และเก็บไว้ในรูปของสินทรัพย์ทางการเงินมากที่สุด และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการออมมากที่สุดคือ รายได้ ภาระพึ่งพิง อายุ อาชีพ และผลตอบแทน

จินดาพร บุตรอารีย์ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของครัวเรือนเกษตรกรในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ปีการเพาะปลูก 2541/2542” เป็นการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ โดยศึกษาในรูปแบบของการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนรูปสมการเส้นตรง ณ ระดับสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของครัวเรือนเกษตรกรในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า รายได้สุทธิทางการเกษตร รายได้สุทธินอกภาคการเกษตร หนี้สินระยะเวลาในการเป็นครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับการออมของครัวเรือนเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนของจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการออมของครัวเรือนเกษตรกรอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ผลการศึกษา ปัญหา อุปสรรค เกี่ยวกับการออมของครัวเรือนเกษตรกรพบว่า ส่วนใหญ่ครัวเรือนเกษตรกรมีปัญหา อุปสรรค เกี่ยวกับการออมที่คล้ายกัน คือ ความไม่แน่นอนของราคาสินค้าเกษตร ปัญหาการขาดแคลนเงินทุนที่จะทำการเกษตร ปัญหาด้านระดับการศึกษาของเกษตรกร ปัญหาด้านที่ดินทำกินของเกษตรกรไม่เพียงพอ

ปัญหาการขาดแคลนปัจจัยการผลิตทางการเกษตร ปัญหาด้านการขาดคำแนะนำ และส่งเสริมอาชีพ นอกภาคเกษตรของครัวเรือนเกษตรกร ปัญหาเกษตรกรมีข้อผูกพันที่ต้องขายผลผลิตในราคาต่ำกว่าความเป็นจริงให้กับพ่อค้าในท้องถิ่น ปัญหาเกษตรกรนำเงินกู้ไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ และปัญหาเกษตรกรการขาดความรู้เรื่องข่าวสารด้านการตลาด

ฐานันท์ จระมาศ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการออมของผู้มีรายได้ประจำ: กรณีศึกษาพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ และพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่” เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่กำหนดการออมภาคครัวเรือนผ่านสถาบันการเงิน ในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2518-2542 ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการออมภาคครัวเรือนผ่านสถาบันการเงิน ได้แก่ รายได้สุทธิส่วนบุคคลที่ใช้จ่ายจริง อัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ อัตราผลตอบแทนจากพันธบัตรรัฐบาล อัตราส่วนผู้มีงานทำและอัตราเงินเฟ้อ

สาคร หมั่นแก้ว (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการออมและการกู้ยืมกับสหกรณ์ออมทรัพย์ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีการจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดสงขลา” พบว่า เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการออมกับสหกรณ์ออมทรัพย์ ยกเว้นอายุ รายได้รวมทั้งหมดของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ รายจ่ายรวมทั้งหมดของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มีความสัมพันธ์ต่อการออมกับสหกรณ์ออมทรัพย์ ผลการวิเคราะห์การกู้ยืมปรากฏว่า เพศ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือนไม่มีความสัมพันธ์ต่อการกู้ยืมกับสหกรณ์ออมทรัพย์ ยกเว้น อายุ สถานภาพการสมรส รายได้รวมทั้งหมดของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ มีความสัมพันธ์ต่อการกู้ยืมกับสหกรณ์ออมทรัพย์

อุสาห์ แซ่มสุวรรณ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยกำหนดการออมของครัวเรือนในประเทศไทย พ.ศ. 2527-2541” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการออมของครัวเรือนในประเทศไทย และการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าของปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการออมของครัวเรือนในประเทศไทยกับการออมของครัวเรือนในประเทศไทยในช่วงเวลาต่าง ๆ ซึ่งใช้ข้อมูลทศนิยม จากหน่วยงานราชการต่าง ๆ ตั้งแต่ปี 2527-2541 มาวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดการออมของครัวเรือนในประเทศไทย โดยรวบรวมข้อมูลทางด้าน รายได้เฉลี่ยต่อคน ค่าใช้จ่ายการบริโภค การออมของครัวเรือน อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำประเภท 12 เดือน และอัตราเงินเฟ้อ และใช้วิธีสร้างสมการถดถอยด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (ordinary least square) และศึกษาการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดการออมของครัวเรือนกับการออมของครัวเรือนในประเทศไทย โดยใช้วิธีสหสัมพันธ์อย่างง่าย (coefficient of simple correlation) โดย

เลื่อนไปตามเวลาที่ละปี ผลการวิจัยปัจจัยกำหนดการออมของครัวเรือนในประเทศไทย พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อคน ค่าใช้จ่ายในการบริโภคในปีที่ผ่านมา และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำที่แท้จริง เป็นปัจจัยที่กำหนดการออมของครัวเรือน โดยรายได้เฉลี่ยต่อคนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับการออมของครัวเรือน ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริโภคและอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำที่แท้จริง มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการออมของครัวเรือน และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกำหนดการออมของครัวเรือนกับการออมของครัวเรือนในประเทศไทยในแต่ละช่วงเวลา พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าวกับการออมของครัวเรือนมีค่าเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา

คารณี สว่างรุ่งรัมย์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการออมกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของพนักงานรัฐวิสาหกิจ : กรณีศึกษา บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)” โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดอัตราการหักเงินสะสมเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพของพนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิซึ่งออกแบบสอบถามแก่สมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 คน และใช้สถิติไคสแควร์ในการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับอัตราการออมกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของพนักงานกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านสังคม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่กำหนดอัตราการออมกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้วยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระพบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากกองทุน และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ อายุ จำนวนปีที่ทำงาน ตำแหน่ง สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกองทุน มีผลต่ออัตราการออมกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของพนักงาน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากการสำรวจพบว่าพนักงานร้อยละ 61.40 หักเงินสะสมเข้ากองทุนอยู่ในระดับต่ำ คือ ร้อยละ 2.00 ถึง 4.00 ของเงินเดือนค่าจ้าง

พนม กิติวัง (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการออมของครัวเรือนในเทศบาลนครเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงรูปแบบการออมของครัวเรือนในเขตเทศบาล 2) ศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการออม 3) ศึกษาถึงแนวโน้มการออมในอนาคต การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามโดยการสุ่มตัวอย่างแบบจัดชั้นภูมิ จำนวน 300 ครัวเรือน ตามเขตการปกครองของเทศบาลนครเชียงใหม่ 4 แขวง คือ แขวงนครพิงค์ แขวงกาวิละ แขวงศรีวิชัย และแขวงเม็ງราย จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการออมยังให้ความสำคัญกับสถาบันการเงินค่อนข้างสูง เนื่องจากมีความมั่นคงสูง รองลงมาคือ การทำประกันชีวิต และมีการออมในรูปแบบของการเล่นแชร์ หลักทรัพย์ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการออมพบว่า รายได้ของครัวเรือน และอายุของหัวหน้าครอบครัว

มีความสำคัญต่อการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีรายได้เพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้ความโน้มเอียงในการออมเพิ่มขึ้น 0.22 บาท และอายุของหัวหน้าครอบครัวเพิ่มขึ้น 1 ปี จะมีความโน้มเอียงในการออมเพิ่มขึ้น 0.23 บาท โดยมีสัมประสิทธิ์การตัดสินใจอยู่ที่แนวโน้มการออมของครัวเรือนในอนาคต พบว่ากลุ่มของครัวเรือนตัวอย่างร้อยละ 95.20 คาดว่าจะออม ซึ่งจะออมในรูปแบบใดนั้น ครัวเรือนให้ความสำคัญด้านความมั่นคงถึงร้อยละ 41.20 เหตุผลสำคัญรองลงมาได้แก่ ผลตอบแทนและชนิดของสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่อง



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการ สหกรณ์ จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิซึ่งมีรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. **ขอบเขตด้านประชากร** ศึกษาเฉพาะบุคคลซึ่งเป็นสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการ สหกรณ์ จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเภทสามัญซึ่งมีสิทธิในการฝากเงินกับ สหกรณ์ จำนวน 1,160 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสูตรสำเร็จรูปของ ยามาเน่ (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นได้ร้อยละ 95 ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 297 คน จากการคำนวณ

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{1,160}{1 + 1,160 (0.0025)} \\ &= 297.43 \\ &= 298 \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 298 ตัวอย่าง ในการศึกษารั้งนี้ ใช้กลุ่มตัวอย่าง 300 ราย

2. **ขอบเขตด้านสถานที่** ศึกษาเฉพาะสมาชิกของสหกรณ์ข้าราชการ สหกรณ์ จำกัด ซึ่งสังกัดหน่วยงานของกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** มุ่งศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการ สหกรณ์ จำกัดต่อการตัดสินใจฝากเงินกับสหกรณ์ข้าราชการ สหกรณ์ จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยที่ใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยใช้วิธีการแบบสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จากจำนวนเต็ม มาเฉลี่ยกลุ่มเป้าหมายให้มีสัดส่วนที่เท่ากันดำเนินการดังนี้

2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมเงิน รวมทั้งศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกระทบต่อ การออมเงิน

2.2 เขียนข้อคำถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวตามความเป็นจริงของผู้ตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการฝากเงินของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของผู้ตอบแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามแบบวัดเจตคติของลิเคอร์ท (Likert's Scale) ที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามปลายเปิดที่แสดงเจตคติหรือความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางบวก ระดับเจตคติแบ่งเป็น 5 ระดับ (Rating Scale) คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่มีความเห็น ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังมีคะแนนต่อไปนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ	5
เห็นด้วย	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ	4
ไม่มีความเห็น	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ	3
ไม่เห็นด้วย	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ	1

การตอบจะให้ผู้ตอบตอบคำถามทุกข้อ โดยแต่ละข้อเลือกระดับที่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงมากที่สุด ผู้ตอบได้คะแนนตามระดับที่เลือกตอบแต่ละข้อแล้วนำมาหาค่าเฉลี่ยได้เป็นคะแนนเจตคติของผู้สนั่น

การแปลผลคะแนนในภาพรวมโดยใช้การอิงกลุ่มของ John W. Best (1970)

คิดจากคะแนนดิบ $\frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่แบ่ง}}$

เช่น เจตคติ วัดมา 5 ระดับ คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย

(2) น้อยที่สุด (1) หากต้องการแบ่งเป็น 5 ระดับ ทำได้ดังนี้

$$\frac{5-1}{5} = 0.8 \text{ (ช่วง)}$$

5

เพราะฉะนั้นจัดคะแนนในภาพรวมได้เป็น 5 กลุ่ม (ระดับ) ดังนี้

คะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง ความสำคัญต่อการใช้บริการมากที่สุด

คะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง ความสำคัญต่อการใช้บริการมาก

คะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง ความสำคัญต่อการใช้บริการปานกลาง

คะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง ความสำคัญต่อการใช้บริการน้อย

คะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง ความสำคัญต่อการใช้บริการน้อยที่สุด

ที่มา : Best, John W. 1970. Research in Education. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall Publishers.

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.3 นำแบบสอบถามไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้คำแนะนำและหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องชัดเจนของภาษา (Wording) และปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะให้มีความเหมาะสม

2.4 นำแบบสอบถามไปทดลองก่อนใช้จริง (Pretest) โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้ประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย ด้วยตนเอง แล้วนำผลที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงแบบสอบถามด้วยการตรวจสอบหาความเชื่อมั่นหรือความเที่ยง (Reliability) ของเครื่องมือวิจัยโดยวิธีหาสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient Method) ของครอนบัค (Cronbach) โดยผลที่ได้จากการสอบถามกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้ผลเป็น 0.895 ซึ่งสามารถวินิจฉัยได้ว่าแบบสอบถามชุดนี้สามารถนำไปสอบถามกับกลุ่มประชากรตัวอย่างได้จริง

2.5 แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์

2.6 นำแบบสอบถามออกไปใช้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่าง

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการศึกษาเอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้อง เช่น รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ตำราทางวิชาการ ฐานข้อมูลในเว็บไซต์ต่าง ๆ และข้อมูลจากเอกสารสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด โดยนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้สำหรับกำหนดแนวทางการศึกษา โดยใช้วิธีการศึกษาและค้นคว้าด้วยตนเอง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดจากผู้ตอบแบบสอบถาม มาดำเนินการตรวจสอบข้อมูล ผู้ศึกษาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก ซึ่งข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จะถูกนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

แบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการฝากเงิน โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของตัวแปร และการนำเสนอในรูปแบบของตารางพร้อมคำอธิบาย

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และจัดลำดับค่าเฉลี่ยของตัวแปร และการนำเสนอในรูปแบบของตารางพร้อมคำอธิบาย

แบบสอบถามส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงิน วิเคราะห์โดยการรวบรวมข้อมูลและนำเสนอเป็นคำบรรยาย

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ออกแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลมาใช้ในการพิสูจน์สมมติฐานตามที่กำหนด โดยได้ส่งแบบสอบถามให้กับสมาชิกสหกรณ์(เป็นการสอบถามแบบสุ่มตัวอย่าง โดยการนำจำนวนทั้งหมดมาหารด้วยจำนวนจังหวัดที่ต้องการสอบถาม) จำนวน 300 ชุด เมื่อต้นเดือนเมษายน 2557 ได้รับแบบสอบถาม จากสมาชิก กลับคืนมา จำนวน 300 ชุด คิดเป็นร้อยละร้อยและนำแบบสอบถาม ที่ได้รับกลับคืนมาทำการตรวจสอบความเรียบร้อยและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม มีแบบสอบถามที่กรอกข้อมูล คิดเป็นร้อยละร้อยของแบบสอบถามที่ได้รับ ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และถูกต้องมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล จำนวน 300 ชุด โดยนำเสนอผลการศึกษาโดยแบบออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การใช้บริการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

จากการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง มีข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมการฝากเงินซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิก และรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิก

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	98	32.7
หญิง	202	67.3
รวม	300	100

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น ร้อยละ 67.3 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 32.7

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 26 ปี	9	3.0
26-35 ปี	84	28.0
36-45 ปี	121	40.3
46-55 ปี	53	17.7
56-65 ปี	33	11.0
รวม	300	100

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากมีอายุระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาอายุ 26-35 ปี 46-55 ปี 56-65 ปี และไม่เกิน 26 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.0 17.7 11.0 และ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	47	15.7
ปริญญาตรี	150	50.0
ปริญญาโท	96	32.0
สูงกว่าปริญญาโท	7	2.3
รวม	300	100

จากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างจำนวนมาก ร้อยละ 50.0 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ปริญญาโท ต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 32.0 15.7 และ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รับราชการ	229	76.3
ลูกจ้างประจำ	21	7.0
พนักงานราชการ	50	16.7
รวม	300	100

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากมีอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 76.3 รองลงมาคือพนักงานราชการคิดเป็นร้อยละ 16.7 และลูกจ้างประจำ คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	154	51.3
สมรส	132	44.0
หม้าย	8	2.7
หย่าร้าง	6	2.0
รวม	300	100

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมา คือสมรส คิดเป็นร้อยละ 44.0 สถานภาพหม้าย และหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 2.7 และ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	41	13.7
25,001-35,000 บาท	56	18.7
35,001-45,000 บาท	44	14.7
55,001 บาทขึ้นไป	4	1.3
รวม	300	100

จากการศึกษาพบว่า รายได้ของกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากร้อยละ 48.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาท รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 25,001-35,000 บาท ไม่เกิน 15,000 บาท 35,001-45,000 บาท 45,001-55,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.7 13.7 14.7 3.3 และ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน

รายจ่ายต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	119	39.7
15,001-25,000 บาท	106	35.3
25,001-35,000 บาท	47	15.7
35,001-45,000 บาท	22	7.3
45,001-55,000 บาท	3	1.0
55,001 บาทขึ้นไป	3	1.0
รวม	300	100

จากการศึกษาพบว่า รายจ่ายของกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากร้อยละ 39.7 มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท 25,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.7 7.3 และรายจ่ายระหว่าง 35,001-45,000 บาท ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับ 55,001 บาท ขึ้นไป คือร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การใช้บริการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์

ตารางที่ 4.8 การใช้บริการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์

การใช้บริการฝากเงินกับสหกรณ์		
ประเภทใบบ้าง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.1 ออมทรัพย์	123	41.0
1.2 ออมทรัพย์พิเศษ	171	57.0
1.3 ออมทรัพย์สินทรัพย์	3	1.0
1.4 ออมทรัพย์พิเศษ (เกษียณเปี่ยมสุข)	3	1.0
รวม	300	100

จากการศึกษาพบว่า ประเภทเงินฝากที่ใช้บริการกับสหกรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนมาร้อยละ 57.0 ฝากออมทรัพย์พิเศษ รองลงมา คือ ออมทรัพย์ และออมทรัพย์สินทรัพย์ ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับ ออมทรัพย์พิเศษ (เกษียณเปี่ยมสุข) คิดเป็นร้อยละ 41.03 และ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 สาเหตุที่นำเงินมาฝากของสมาชิกกับสหกรณ์

สาเหตุที่นำเงินมาฝากกับสหกรณ์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. ผลตอบแทนสูง	147	49.0
2. ความเสี่ยงต่ำ	32	10.7
3. เพื่อความมั่นคงในอนาคต	103	34.3
4. พ่อ – แม่ให้ออมเงิน	2	0.7
5. รูปแบบผลิตภัณฑ์น่าสนใจ	3	1.0
6. เพื่อการลงทุน	3	1.0
อื่น ๆ	10	3.3
รวม	300	100

จากการศึกษาพบว่าสาเหตุที่นำเงินมาฝากกับสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนมากคือ ผลตอบแทนสูง คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมา คือ เพื่อความมั่นคงในอนาคต ความเสี่ยงต่ำ สาเหตุอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 34.3 10.7 3.3 และรูปแบบผลิตภัณฑ์น่าสนใจ ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับ เพื่อการลงทุน และพ่อ แม่ให้ออมเงินคิดเป็นร้อยละ 1.0 และ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 มีเป้าหมายในการฝากเงินกับสหกรณ์

เป้าหมายอะไรในการฝากเงินกับสหกรณ์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพื่อซื้อบ้าน – ซื้อมอเตอร์	39	13.0
2. เพื่อทุนการศึกษาของตนเอง	10	3.3
3. เพื่อไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน	164	54.7
4. เพื่อให้ได้ผลตอบแทน เช่น ดอกเบี้ย	42	14.0
5. เพื่อใช้เป็นทุนในการประกอบธุรกิจในอนาคต	2	0.7
6. เพื่อสร้างครอบครัวในอนาคต	13	4.3
7. เพื่อป้องกันความเสี่ยง	3	1.0
8. เพื่อใช้หลังเกษียณอายุราชการ	19	6.3
9. เพื่อเพิ่มทุนทรัพย์สิน	8	2.7
รวม	300	100

จากการศึกษาพบว่าเป้าหมายในการฝากเงินกับสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนมากคือ เพื่อไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมา คือ เพื่อให้ได้ผลตอบแทน เช่น ดอกเบี้ย เพื่อซื้อบ้าน ซื้อมอเตอร์ เพื่อใช้หลังเกษียณอายุราชการ เพื่อสร้างครอบครัวในอนาคต เพื่อทุนการศึกษาของตนเอง เพื่อเพิ่มทุนทรัพย์สิน เพื่อป้องกันความเสี่ยง และเพื่อใช้เป็นทุนในการประกอบธุรกิจในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 14.0 13.0 6.3 4.3 3.3 2.7 1.0 และ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ความถี่ในการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์

ความถี่ในการฝากเงินกับสหกรณ์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. 1-2 ครั้ง/เดือน	253	84.3
2. 3-4 ครั้ง/เดือน	33	11.0
3. 5 ครั้งขึ้นไป	14	4.7
รวม	300	100

จากการศึกษาพบว่าความถี่ในการฝากเงินกับสหกรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนมากคือ 1-2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 84.3 รองลงมา คือ 3-4 ครั้ง/เดือน และ 5 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และ 4.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 การตัดสินใจในการฝากเงินมาจากสาเหตุ

การตัดสินใจในการฝากเงินมาจากสาเหตุใด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. ตัวเอง	271	90.3
2. พ่อ แม่ พี่ น้องญาติ	13	4.3
3. เพื่อน	4	1.3
4. การประชาสัมพันธ์เช่น โปสเตอร์ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	8	2.7
5. คำนิยม	4	1.3
รวม	300	100

จากการตัดสินใจในการฝากเงินกับสหกรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนมากมาจากสาเหตุตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 90.3 รองลงมา คือ พ่อ แม่ พี่ น้อง ญาติ การประชาสัมพันธ์เช่น โปสเตอร์ เจ้าหน้าที่สหกรณ์ และเพื่อน ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับ คำนิยม คิดเป็นร้อยละ 4.3 2.7 และ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ช่วงในการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์

ช่วงในการฝากเงินของท่าน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. ช่วงวันที่ 1-7 ของเดือน	166	55.3
2. ช่วงวันที่ 8-15 ของเดือน	31	10.3
3. ช่วงวันที่ 16-22 ของเดือน	7	2.3
4. ช่วงวันที่ 23-31 ของเดือน	96	32.0
รวม	300	100

จากการศึกษาช่วงในการฝากเงินของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนมากฝากเงินในช่วงวันที่ 1-7 ของเดือน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมา คือช่วงวันที่ 23-31 ของเดือน ช่วงวันที่ 8-15 ของเดือน และช่วงวันที่ 16-22 ของเดือน คิดเป็นร้อยละ 32.0 10.3 และ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 รูปแบบในการฝากเงินกับสหกรณ์

ท่านมีรูปแบบใดในการฝากเงิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. กรมธรรม์	16	5.3
2. ประกันชีวิต	69	23.0
3. สหกรณ์ออมทรัพย์	186	62.0
4. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	2	0.7
5. การซื้อธนบัตรรัฐบาล	1	0.3
6. ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	2	0.7
7. ซื้อฉลากออมสิน	14	4.7
8. การฝากเงินกับสถาบันการเงินอื่นๆ	10	3.3
รวม	300	100

จากการศึกษาในรูปแบบในการฝากเงินของกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากนิยมฝากกับสหกรณ์ออมทรัพย์คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมา คือ ประกันชีวิต กรมธรรม์. ซื้อฉลากออมสิน การฝากเงินกับสถาบันการเงินอื่นๆ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับ ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ และการซื้อธนบัตรรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 23.0 5.3 4.7 3.3 0.7 และ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 นอกจากฝากเงินกับสหกรณ์ ยังเป็นลูกค้าของธนาคาร

ปัจจุบันนอกจากฝากเงินกับสหกรณ์ ยังเป็นลูกค้าของธนาคารใด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. ธนาคารกรุงเทพ	22	7.3
2. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	9	3.0
3. ธนาคารกสิกรไทย	28	9.3
4. ธนาคารไทยพาณิชย์	54	18.0
5. ธนาคารกรุงไทย	178	59.3
6. ธนาคารอื่นๆ	9	3.0
รวม	300	100

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างนอกจากฝากเงินกับสหกรณ์ จำนวนมากยังเป็นลูกค้าของ ธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมา คือธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงเทพ และธนาคารกรุงศรีอยุธยา ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 18.0 9.3 7.3 และ 3.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์

ตารางที่ 4.16 ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์

ด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	ระดับความคิดเห็น					— X	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	5	4	3	2	1			
1. เจ้าหน้าที่ดูแลและกระตือรือร้น	26 (8.7)	143 (47.7)	118 (39.3)	10 (3.3)	3 (1.0)	3.59	0.73	มาก
2. อัตราดอกเบี้ยให้มากกว่าที่อื่น	73 (24.3)	151 (50.3)	69 (23.0)	7 (2.3)		3.96	0.75	มาก
3. มีความสะดวกสบายในการฝากเงิน	70 (23.3)	154 (51.3)	69 (23.0)	6 (2.0)	1 (0.3)	3.95	0.75	มาก
4. สถานที่เหมาะสม	62 (20.7)	156 (52.0)	69 (23.0)	13 (4.3)		3.89	0.77	มาก
		รวม				4.05	0.69	มาก

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.05 พิจารณารายข้อมีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ดูแลและกระตือรือร้น อัตราดอกเบี้ยให้มากกว่าที่อื่น มีความสะดวกสบายในการฝากเงิน และสถานที่เหมาะสม

ตารางที่ 4.17 ทศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านกระบวนการ/
ขั้นตอนในการให้บริการ

ด้านกระบวนการ/ขั้นตอน ในการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น					— X	S.D.	ระดั บ ความสำคัญ
	5	4	3	2	1			
1. ขั้นตอนในการให้บริการมี ความคล่องตัว ไม่ซับซ้อน	64 (21.3)	167 (55.7)	66 (22.0)	3 (1.0)		3.97	0.68	มาก
2. ขั้นตอนในการให้บริการมี ความเหมาะสม	61 (20.3)	180 (60.0)	55 (18.3)	4 (1.3)		3.99	0.66	มาก
3. ให้บริการด้วยความเสมอ ภาคตามลำดับก่อน/หลัง	65 (21.7)	167 (55.7)	62 (20.7)	6 (2.0)		3.97	0.71	มาก
4. ให้บริการด้วยความ สะดวก รวดเร็วทันตาม กำหนดเวลา	75 (25.0)	170 (56.7)	48 (16.0)	7 (2.3)	4.04		0.7	มาก
รวม						4.14	0.69	มาก

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างด้านกระบวนการ/ขั้นตอนในการให้บริการของกลุ่มตัวอย่าง
มีความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.14 พิจารณารายข้อมีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ ขั้นตอนในการ
ให้บริการมีความคล่องตัว ไม่ซับซ้อน ขั้นตอนในการให้บริการมีความเหมาะสม ให้บริการ
ด้วยความเสมอภาคตามลำดับก่อน/หลัง ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็วทันตามกำหนดเวลา

ตารางที่ 4.18 ทศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านความสะดวก

ด้านความสะดวก	ระดับความคิดเห็น					— X	S.D.	ระดั บ ความสำคัญ
	5	4	3	2	1			
1. สามารถฝาก/ถอน ได้อย่างรวดเร็ว	69 (23.0)	164 (54.7)	56 (18.7)	10 (3.3)	1 (0.3)	3.96	0.76	มาก
2. มีเทคโนโลยีใหม่ๆ มาให้บริการ	51 (17.0)	133 (44.3)	99 (33.0)	16 (5.3)	1 (0.3)	3.72	0.81	มาก
3. สามารถฝาก/ถอน ทาง ATM ได้	61 (20.3)	109 (36.3)	95 (31.7)	23 (7.7)	12 (4.0)	3.61	1.02	มาก
4. เปิด/ปิด ใน วัน เวลาราชการ	54 (18.0)	129 (43.0)	103 (34.3)	11 (3.7)	3 (1.0)	3.73	0.83	มาก
รวม						3.92	0.84	มาก

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างด้านความสะดวก ของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.92 พิจารณารายข้อมีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ สามารถฝาก/ถอน ได้อย่างรวดเร็วมีเทคโนโลยีใหม่ๆมาให้บริการสามารถฝาก/ถอน ทาง ATM ได้ เปิด/ปิด ในวัน เวลา ราชการ

ตารางที่ 4.19 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์
ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของสหกรณ์

ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝาก ของสหกรณ์	ระดับความคิดเห็น					— X	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	5	4	3	2	1			
1. มีรูปแบบบัญชีตรงกับกับความต้องการของสมาชิก	33 (11.0)	185 (61.7)	74 (24.7)	8 (2.7)		3.81	0.65	มาก
5. มีรูปแบบบัญชีหลากหลาย(ออมทรัพย์, ออมทรัพย์พิเศษ , มัธยัสถ์ , เกษมสุข)	69 (23.0)	181 (60.3)	44 (14.7)	6 (2.0)		4.04	0.67	มาก
6. มีความสะดวกรวดเร็วในการฝากเงิน	64 (21.3)	175 (58.3)	54 (18.0)	7 (2.3)		3.98	0.69	มาก
7. ให้บริการฝากเงินที่มีคุณภาพ / มีความถูกต้องของข้อมูล	61 (20.3)	178 (59.3)	55 (18.3)	6 (2.0)		3.98	0.68	มาก
5. มีรูปแบบในการฝากเงินได้ง่าย/ไม่ซับซ้อน/เข้าใจง่าย	58 (19.3)	179 (59.7)	59 (19.7)	4 (1.3)		3.97	0.66	มาก
6. มีการปรับปรุงข้อมูลและบริการรับฝากที่ทันสมัยเสมอ	45 (15.0)	159 (53.0)	93 (31.0)	3 (1.0)		3.82	0.68	มาก
รวม						4.06	0.69	มาก

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อของสหกรณ์ของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.06 พิจารณารายข้อมีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ รูปแบบบัญชีตรงกับกับความต้องการของสมาชิก มีรูปแบบบัญชีหลากหลาย (ออมทรัพย์ , ออมทรัพย์พิเศษ , มัธยัสถ์ , เกษมสุข)มีความสะดวกรวดเร็วในการฝากเงิน ให้บริการฝากเงินที่มีคุณภาพ / มีความถูกต้องของข้อมูล มีรูปแบบในการฝากเงินได้ง่าย/ไม่ซับซ้อน/เข้าใจง่าย มีการปรับปรุงข้อมูลและบริการรับฝากที่ทันสมัยเสมอ

ตารางที่ 4.20 ทศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านราคา/อัตราดอกเบี้ย
ที่สหกรณ์กำหนด

ด้านราคา/อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์ กำหนด	ระดับความคิดเห็น					— X	S.D.	ระดั บ ความสำคัญ
	5	4	3	2	1			
1. อัตราดอกเบี้ยมีความ เหมาะสม	79 (26.3)	151 (50.3)	64 (21.3)	6 (2.0)		4.01	0.74	มาก
2. ระยะเวลาในการฝากเงินมี ความเหมาะสม	74 (24.7)	156 (52.0)	63 (21.0)	7 (2.3)		3.99	0.74	มาก
3. การได้รับเงินเฉลี่ยคืน ตามเงินฝากสะสม	62 (20.7)	133 (44.3)	80 (26.7)	16 (5.3)	9 (3.0)	3.74	0.95	มาก
รวม						3.98	0.79	มาก

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างด้านราคา/อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด กลุ่มตัวอย่างมี
ความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.98 พิจารณารายข้อมีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงตามลำดับคะแนน
ค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม ระยะเวลาในการฝากเงินมีความ
เหมาะสม การได้รับเงินเฉลี่ยคืนตามเงินฝากสะสม

ตารางที่ 4.21 ทศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านช่องทางการรับฝาก/
การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์

ด้านช่องทางการรับฝาก/การให้บริการ เงินฝากของสหกรณ์	ระดับความคิดเห็น					— X	S.D.	ระดั บ ความสำคัญ
	5	4	3	2	1			
1. ขั้นตอนในการฝากเงินกับ สหกรณ์รวดเร็ว	55 (18.3)	178 (59.3)	64 (21.3)	2 (0.7)	1 (0.3)	3.94	0.67	มาก
2. พื้นที่ให้บริการกว้างขวาง /สะดวกสบาย	60 (20.0)	166 (55.3)	62 (20.7)	12 (4.0)		3.91	0.74	มาก
3. ความสะดวกของสถานที่ จอดรถ	64 (21.3)	143 (47.7)	82 (27.3)	10 (3.3)	1 (0.3)	3.86	0.79	มาก
4. ระยะเวลาการให้บริการ มีความเหมาะสม	70 (23.3)	155 (51.7)	66 (22.0)	9 (3.0)		3.95	0.75	มาก
รวม						4.07	0.75	มาก

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างด้านช่องทางการรับฝาก/การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์
กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.07 พิจารณารายข้อมีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียง

ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ระยะเวลาการให้บริการมีความเหมาะสม ขั้นตอนในการฝากเงินกับสหกรณ์รวดเร็ว พื้นที่ให้บริการกว้างขวาง / สะดวกสบาย และความสะอาดของสถานที่จอดรถ

ตารางที่ 4.22 ทศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์

ด้านส่งเสริมการตลาด ของสหกรณ์	ของ	ระดับความคิดเห็น					— X	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
		5	4	3	2	1			
1. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น website/ประกาศ/ใบปลิว		26 (8.7)	102 (34.0)	133 (44.3)	37 (12.3)	2 (0.7)	3.37	0.83	ปานกลาง
2. พนักงานให้คำแนะนำ ได้อย่าง ถูกต้อง รวดเร็ว และเข้าใจง่าย		35 (11.7)	122 (40.7)	112 (37.3)	27 (9.0)	4 (1.3)	3.52	0.86	มาก
3. มีรายการส่งเสริมการใช้บริการ เช่น แจกของที่ระลึก ของสมนาคุณ		17 (5.7)	75 (25.0)	112 (37.3)	67 (22.3)	29 (9.7)	2.94	1.04	ปานกลาง
4. การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม(CSR) เพื่อ เป็นการประชาสัมพันธ์ให้สหกรณ์		19 (6.3)	76 (25.3)	119 (39.7)	69 (23.0)	17 (5.7)	3.03	0.98	ปานกลาง
รวม							3.26	1.03	ปานกลาง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างด้านส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.26 พิจารณารายข้อมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ พนักงานให้คำแนะนำ ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเข้าใจง่าย มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆเช่น website/ประกาศ/ใบปลิว การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม(CSR) เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้สหกรณ์ และมีรายการส่งเสริมการใช้บริการ เช่นแจกของที่ระลึก ของสมนาคุณ

ตารางที่ 4.23 ทิศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านบุคคล/พนักงาน
ของสหกรณ์

ด้านบุคคล/พนักงาน ของสหกรณ์	ระดับความคิดเห็น					— X	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	5	4	3	2	1			
1. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ ในการฝากเงินของสหกรณ์	37 (12.3)	177 (59.0)	76 (25.3)	9 (3.0)	1 (0.3)	3.80	0.69	มาก
2. พนักงานสามารถตอบคำถาม และแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ตรงตามต้องการ	47 (15.7)	161 (53.7)	86 (28.7)	5 (1.7)	1 (0.3)	3.82	0.71	มาก
3. พนักงานให้บริการได้อย่าง รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ	58 (19.3)	152 (50.7)	82 (27.3)	7 (2.3)	1 (0.3)	3.86	0.75	มาก
4. พนักงานมีความกระตือรือร้น ในการให้บริการ	54 (18.0)	136 (45.3)	89 (29.7)	19 (6.3)	2 (0.7)	3.73	0.85	มาก
5. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพ เต็มใจในการให้บริการ	58 (19.3)	135 (45.0)	86 (28.7)	19 (6.3)	2 (0.7)	3.76	0.85	มาก
6. พนักงานมีความรับผิดชอบ ดูแลสมาชิกตั้งแต่เริ่มต้นจน เสร็จสิ้นกระบวนการ	48 (16.0)	153 (51.0)	84 (28.0)	13 (4.3)	2 (0.7)	3.77	0.78	มาก
7. พนักงานมีบุคลิกน่าเชื่อถือ ยิ้ม แย้ม และมีความพร้อมในการ ให้บริการ	46 (15.3)	136 (45.3)	92 (30.7)	21 (7.0)	5 (1.7)	3.65	0.88	มาก
8. พนักงานที่ให้บริการมีจำนวน เพียงพอกับความต้องการ	39 (13.0)	157 (52.3)	78 (26.0)	24 (8.0)	2 (0.7)	3.69	0.82	มาก
รวม						3.90	0.80	มาก

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างด้านบุคคล/พนักงานของสหกรณ์ กลุ่มตัวอย่างมีความ
คิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.90 พิจารณารายข้อมีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ย
จากมากไปน้อย คือ พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ พนักงานสามารถตอบ
คำถาม และแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องตรงตามต้องการ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการฝากเงิน
ของสหกรณ์ และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพ
เต็มใจในการให้บริการ พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอกับความต้องการ พนักงานมีความ
รับผิดชอบดูแลสมาชิกตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นกระบวนการ พนักงานมีบุคลิกน่าเชื่อถือ ยิ้มแย้ม
และมีความพร้อมในการให้บริการ

ตารางที่ 4.24 ทศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านการสร้างและ
นำเสนอลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพของสหกรณ์	ระดับความคิดเห็น					— X	S.D.	ร ะ ด้ บ ความสำคัญ
	5	4	3	2	1			
1. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของ สหกรณ์มีความน่าเชื่อถือ	77 (25.7)	168 (56.0)	54 (18.0)		1 (0.3)	4.06	0.68	มาก
2. สหกรณ์มีนโยบายชัดเจนในการ อำนวยความสะดวกแก่สมาชิก	65 (21.7)	155 (51.7)	73 (24.3)	7 (2.3)		3.92	0.74	มาก
3. การออกแบบตกแต่งสำนักงาน มีความคล่องตัว สวยงาม	56 (18.7)	167 (55.7)	71 (23.7)	6 (2.0)		3.91	0.7	มาก
4. เครื่องมือและอุปกรณ์ในการ ให้บริการ มีความทันสมัย และ สามารถให้บริการได้อย่าง รวดเร็ว	65 (21.7)	152 (50.7)	77 (25.7)	6 (2.0)		3.92	0.74	มาก
รวม						4.10	0.69	มาก

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์
กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.10 พิจารณารายข้อมีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียง
ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสหกรณ์มีความน่าเชื่อถือ
สหกรณ์มีนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกแก่สมาชิก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ ความเห็นเรื่อง
เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ มีความทันสมัย และสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และ
การออกแบบตกแต่งสำนักงานมีความคล่องตัว สวยงาม

ตารางที่ 4.25 ทักษะคิตที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านกระบวนการการให้บริการของสหกรณ์

ด้านกระบวนการการให้บริการของสหกรณ์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
	5	4	3	2	1			
1. ขั้นตอนการให้บริการของสหกรณ์สะดวก /รวดเร็ว / ไม่ซับซ้อน	60 (20.0)	184 (61.3)	51 (17.0)	4 (1.3)	1 (0.3)	3.99	0.67	มาก
2. ระยะเวลาในการฝากเงินรวดเร็ว	63 (21.0)	185 (61.7)	48 (16.0)	3 (1.0)	1 (0.3)	4.02	0.66	มาก
3. สามารถทำรายการฝากเงินได้ถูกต้อง แม่นยำ	65 (21.7)	184 (61.3)	49 (16.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.03	0.65	มาก
4. ระเบียบและขั้นตอนต่างๆในการให้บริการ ไม่ยุ่งยาก	64 (21.3)	168 (56.0)	65 (21.7)	1 (0.3)	2 (0.7)	3.97	0.71	มาก
5. มีความเชื่อมั่นในระบบการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล	69 (23.0)	163 (54.3)	61 (20.3)	6 (2.0)	1 (0.3)	3.97	0.73	มาก
รวม						4.07	0.72	มาก

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างด้านกระบวนการการให้บริการของสหกรณ์ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.07 พิจารณารายข้อมีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ สามารถทำรายการฝากเงินได้ถูกต้อง แม่นยำ ระยะเวลาในการฝากเงินรวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการของสหกรณ์สะดวก /รวดเร็ว / ไม่ซับซ้อน และระเบียบและขั้นตอนต่างๆในการให้บริการ ไม่ยุ่งยาก สัดส่วนเท่ากับมีความเชื่อมั่นในระบบการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล

3.4 ทักษะคิตที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์รวมในแต่ละด้าน

จากการศึกษาทักษะคิตที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์โดยรวมและจำแนกตามด้าน ผลการศึกษามีดังนี้

ตารางที่ 4.26 สรุประดับทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์รวมในแต่ละด้าน

การให้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	ลำดับที่
1. ด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	4.05	0.69	มาก	2
2. ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ	4.14	0.69	มาก	1
3. ด้านความสะดวก	3.92	0.84	มาก	3

ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์โดยรวมและจำแนกตามด้านระดับมาก คือ ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ ด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านความสะดวก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 สรุประดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์รวมในแต่ละด้าน

การให้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของสหกรณ์	4.06	0.69	มาก	4
2. ด้านราคา อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด	3.98	0.79	มาก	5
3. ด้านช่องทางการรับฝาก การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์	4.07	0.75	มาก	2
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์	3.26	1.03	ปานกลาง	7
5. ด้านบุคคล พนักงานของสหกรณ์	3.90	0.80	มาก	6
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์	4.10	0.69	มาก	1
7. ด้านกระบวนการให้บริการของสหกรณ์	4.07	0.72	มาก	3

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์โดยรวม และจำแนกตามด้านระดับมาก คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์ ด้านช่องทางการรับฝาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ ถัดไปคือ ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของสหกรณ์ ด้านราคาอัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด ด้านบุคลากร พนักงานของสหกรณ์ ระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์ ตามลำดับ

4.1 เพศที่แตกต่างกันของสมาชิกที่มีผลต่อทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของความต้องการฝากเงินของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ความต้องการฝากเงิน	เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
1. ด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	ชาย	98	4.08	0.70	0.37	0.54
	หญิง	202	4.03	0.69		
2. ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ	ชาย	98	4.07	0.72	0.10	0.76
	หญิง	202	4.18	0.68		
3. ด้านความสะดวก	ชาย	98	3.76	0.86	2.96	0.09
	หญิง	202	4.01	0.83		

* หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์เพศกับทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า เพศชาย และเพศหญิงมีทัศนคติต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ในด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ ด้านความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของความถี่ความต้องการฝากเงินของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ
ของส่วนประสมทางการตลาด

ความต้องการฝากเงิน	เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของ สหกรณ์	ชาย	98	4.02	0.79	1.08	0.30
	หญิง	202	4.08	0.64		
2. ด้านราคา อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์ กำหนด	ชาย	98	4.02	0.85	0.17	0.68
	หญิง	202	3.97	0.78		
3. ด้านช่องทางการรับฝาก การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์	ชาย	98	4.12	0.76	0.08	0.78
	หญิง	202	4.05	0.76		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดของ สหกรณ์	ชาย	98	3.21	1.01	1.62	0.20
	หญิง	202	3.28	1.04		
5. ด้านบุคคล พนักงานของสหกรณ์	ชาย	98	3.95	0.80	0.10	0.76
	หญิง	202	3.89	0.80		
		98	4.18	0.66		
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพของสหกรณ์	ชาย					
	หญิง	202	4.06	0.71		
7. ด้านกระบวนการการให้บริการ ของสหกรณ์	ชาย	98	4.09	0.75	0.00	0.96
	หญิง	202	4.07	0.71		

** หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากของสหกรณ์ ด้านราคา อัตราดอกเบี้ย
ที่สหกรณ์กำหนด ด้านช่องทางการรับฝาก การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์ ด้านการส่งเสริม
การตลาดของสหกรณ์ ด้านบุคคลพนักงานของสหกรณ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง
กายภาพของสหกรณ์ ด้านกระบวนการการให้บริการของสหกรณ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2 อายุที่แตกต่างกันของสมาชิกที่มีผลต่อทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงิน ของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการ ฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
1. ด้านการฝากเงินของสมาชิก สหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	4	3.261	0.815	1.706	0.149
	ภายในกลุ่ม	295	140.989	0.478		
2. ด้านกระบวนการขั้นตอนใน การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	6.137	1.534	3.311	0.011 **
	ภายในกลุ่ม	295	136.7	0.463		
3. ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4	1.609	0.402	0.558	0.694
	ภายในกลุ่ม	295	212.778	0.721		
		299	214.387			

** หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่าง
กันตามอายุในด้าน พบว่าสมาชิกที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิก
สหกรณ์ ในด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ ด้าน
ความสะดวก แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
ที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการ ฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของ สหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	4	8.963	2.241	4.935	0.001 **
	ภายในกลุ่ม	295	133.957	0.454		
		299	142.92			
2. ด้านราคา อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์ กำหนด	ระหว่างกลุ่ม	4	7.707	1.927	3.102	0.016 **
	ภายในกลุ่ม	295	183.21	0.621		
		299	190.917			
3. ด้านช่องทางการรับฝาก การ ให้บริการเงินฝากของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	4	3.066	0.766	1.335	0.257
	ภายในกลุ่ม	295	169.321	0.574		
		299	172.387			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดของ สหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	4	5.576	1.394	1.317	0.263
	ภายในกลุ่ม	295	312.144	1.058		
		299	317.72			
5. ด้านบุคคล พนักงานของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	4	4.767	1.192	1.884	0.113
	ภายในกลุ่ม	295	186.619	0.633		
		299	191.387			
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	8	2.866	0.716	1.479	0.209
	ภายในกลุ่ม	4	142.931	0.485		
		295	145.797			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ ของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	299	3.213	0.803	1.559	0.185
	ภายในกลุ่ม	4	152.023	0.515		
		295	155.237			

** หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกันตามอายุในด้าน พบว่าสมาชิกที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของสหกรณ์ ด้านราคา อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด ด้านช่องทางการรับฝาก การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์ ด้านการส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์ ด้านบุคคล พนักงานของสหกรณ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์

ด้านกระบวนการการให้บริการของสหกรณ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกันของสมาชิกที่มีผลต่อทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการ ฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	แหล่ง		df	SS	MS	F	Sig
	คว	าม					
		แปรปรวน					
1. ด้านการฝากเงินของสมาชิก สหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3.00	2.971237	0.990	2.075	0.104	
	ภายในกลุ่ม	296.00	141.2788	0.477			
2. ด้านกระบวนการขั้นตอนในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.00	0.990954	0.330	0.689	0.559	
	ภายในกลุ่ม	296.00	141.8457	0.479			
3. ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3.00	0.138998	0.046	0.064	0.979	
	ภายในกลุ่ม	296.00	214.2477	0.724			
			299.00	214.3867			

** หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกันตามระดับการศึกษาในด้าน พบว่าสมาชิกที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ในด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ ด้านความสะดวก แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการ ฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	แหล่ง		df	SS	MS	F	Sig
	ความ	แปรปรวน					
1. ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของ สหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3.00	0.515047	0.172	0.357	0.784	
	ภายในกลุ่ม	296.00	142.405	0.481			
		299.00	142.92				
2. ด้านราคา อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์ กำหนด	ระหว่างกลุ่ม	3.00	1.741643	0.581	0.908	0.437	
	ภายในกลุ่ม	296.00	189.175	0.639			
3. ด้านช่องทางการรับฝาก การ ให้บริการเงินฝากของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3.00	2.06114	0.687	1.194	0.312	
	ภายในกลุ่ม	296.00	170.3255	0.575			
		299.00	172.3867				
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดของ สหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3.00	0.516499	0.172	0.161	0.923	
	ภายในกลุ่ม	296.00	317.2035	1.072			
		299.00	317.72				
5. ด้านบุคคล พนักงานของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3.00	4.412629	1.471	2.329	0.075	
	ภายในกลุ่ม	296.00	186.974	0.632			
		299.00	191.3867				
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3.00	3.822869	1.274	2.657	0.049 **	
	ภายในกลุ่ม	296.00	141.9738	0.480			
		299.00	145.7967				
7. ด้านกระบวนการให้บริการ ของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3.00	2.446678	0.816	1.580	0.194	
	ภายในกลุ่ม	296.00	152.79	0.516			
		299.00	155.2367				

** หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกันตามระดับการศึกษาในด้าน พบว่าสมาชิกที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ในด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของสหกรณ์ ด้านราคา อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด ด้านช่องทางการรับฝาก การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์

ด้านการส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์ ด้านบุคลพลพนักงานของสหกรณ์ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์ ด้านกระบวนการการให้บริการของสหกรณ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.4 อาชีพที่ต่างกันของสมาชิกที่มีผลต่อทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการ ฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	แหล่ง		df	SS	MS	F	Sig
	ความ	แปรปรวน					
1. ด้านการฝากเงินของสมาชิก สหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.15	0.077	0.158	0.854	**
	ภายในกลุ่ม	297	144.10	0.485			
2. ด้านกระบวนการขั้นตอนในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.36	0.181	0.378	0.686	**
	ภายในกลุ่ม	297	142.47	0.480			
3. ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	0.11	0.057	0.078	0.925	**
	ภายในกลุ่ม	297	214.27	0.721			
		299	214.39				

** หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกันตามอาชีพในด้าน พบว่าสมาชิกที่มีอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ในด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ ด้านความสะดวก แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการ ฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	แหล่ง		df	SS	MS	F	Sig
	ความ	แปรปรวน					
1. ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของ สหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.49	0.243	0.507	0.603	
	ภายในกลุ่ม	297	142.43	0.480			
		299	142.92				
2. ด้านราคา อัตราดอกเบี้ย ที่สหกรณ์กำหนด	ระหว่างกลุ่ม	2	0.15	0.073	0.114	0.892	
	ภายในกลุ่ม	297	190.77	0.642			
		299	190.92				
3. ด้านช่องทางการรับฝาก การ ให้บริการเงินฝากของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	2.32	1.160	2.026	0.134	
	ภายในกลุ่ม	297	170.07	0.573			
		299	172.39				
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดของ สหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.86	0.432	0.405	0.667	
	ภายในกลุ่ม	297	316.86	1.067			
		299	317.72				
5. ด้านบุคคล พนักงานของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.75	0.875	1.370	0.256	
	ภายในกลุ่ม	297	189.64	0.639			
		299	191.39				
6. ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพของ สหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.94	0.469	0.961	0.384	
	ภายในกลุ่ม	297	144.86	0.488			
		299	145.80				
7. ด้านกระบวนการการให้บริการ ของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.29	0.646	1.246	0.289	
	ภายในกลุ่ม	297	153.94	0.518			
		299	155.24				

** หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกันตามอาชีพในด้าน พบว่าสมาชิกที่มีอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ในด้าน ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของสหกรณ์ ด้านราคา อัตรา

ดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด ด้านช่องทางการรับฝาก การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์ ด้านการส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์ ด้านบุคลากรพนักงานของสหกรณ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์ ด้านกระบวนการการให้บริการของสหกรณ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.5 สถานภาพที่ต่างกันของสมาชิกมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
1. ด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.333	0.444	0.921	0.431
	ภายในกลุ่ม	296	142.917	0.483		
2. ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.988	0.996	2.108	0.099
	ภายในกลุ่ม	296	139.849	0.472		
3. ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	9.260	3.087	4.454	0.004 *
	ภายในกลุ่ม	296	205.127	0.693		
		299	214.387			

* หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกันตามอาชีพในด้านสถานภาพ พบว่าสมาชิกที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ในด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ ด้านความสะดวก แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3	2.317	0.772	1.626	0.183
	ภายในกลุ่ม	296	140.603	0.475		
		299	142.920			
2. ด้านราคา อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด	ระหว่างกลุ่ม	3	3.835	1.278	2.023	0.111
	ภายในกลุ่ม	296	187.082	0.632		
		299	190.917			
3. ด้านช่องทางการรับฝาก การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.394	0.465	0.804	0.492
	ภายในกลุ่ม	296	170.993	0.578		
		299	172.387			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3	5.814	1.938	1.839	0.140
	ภายในกลุ่ม	296	311.906	1.054		
		299	317.720			
5. ด้านบุคคล พนักงานของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.939	0.313	0.487	0.692
	ภายในกลุ่ม	296	190.448	0.643		
		299	191.387			
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3	4.080	1.360	2.841	0.038
	ภายในกลุ่ม	296	141.716	0.479		
		299	145.797			
7. ด้านกระบวนการให้บริการของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3	2.895	0.965	1.875	0.134
	ภายในกลุ่ม	296	152.341	0.515		
		299	155.237			

** หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกันตามอาชีพในด้านสถานภาพ พบว่าสมาชิกที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ในด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของสหกรณ์ ด้านราคา อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด ด้านช่องทางการรับฝาก การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์ ด้านการส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์ ด้านบุคคลพนักงานของสหกรณ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ

ทางกายภาพของสหกรณ์ ด้านกระบวนการการให้บริการของสหกรณ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.6 รายได้ที่แตกต่างกันของสมาชิกมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

ทัศนคติที่มีผลต่อการให้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	แหล่ง		df	SS	M	F	Sig
	ความ	แปรปรวน					
1. ด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม		5	2.808	0.562	1.167	0.325
			294	141.442	0.481		
	ภายในกลุ่ม	299	144.250				
2. ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม		5	3.218	0.644	1.355	0.241
			294	139.618	0.475		
	ภายในกลุ่ม	299	142.837				
3. ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม		5	2.640	0.528	0.733	0.599
			294	211.747	0.720		
	ภายในกลุ่ม	299	214.387				

** หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกันตามอาชีพในด้านรายได้ พบว่าสมาชิกที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ในด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ ด้านความสะดวก แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของ สมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการ ฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	แหล่ง ความ แปรปรวน	df	SS	M S	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของ สหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	3.024	0.605	1.271	0.276
	ภายในกลุ่ม	294	139.896	0.476		
		299	142.920			
2. ด้านราคา อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์ กำหนด	ระหว่างกลุ่ม	5	4.692	0.938	1.482	0.196
	ภายในกลุ่ม	294	186.225	0.633		
		299	190.917			
3. ด้านช่องทางการรับฝาก การ ให้บริการเงินฝากของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	5.437	1.087	1.915	0.092
	ภายในกลุ่ม	294	166.950	0.568		
		299	172.387			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดของ สหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	4.455	0.891	0.836	0.525
	ภายในกลุ่ม	294	313.265	1.066		
		299	317.720			
5. ด้านบุคคล พนักงานของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	3.847	0.769	1.206	0.306
	ภายในกลุ่ม	294	187.540	0.638		
		299	191.387			
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	1.724	0.345	0.704	0.621
	ภายในกลุ่ม	294	144.072	0.490		
		299	145.797			
7. ด้านกระบวนการการให้บริการ ของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	6.297	1.259	2.486	0.032**
	ภายในกลุ่ม	294	148.940	0.507		
		299	155.237			

** หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่าง
กันตามอาชีพในด้านรายได้ พบว่าสมาชิกที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการฝาก

เงินของสมาชิกสหกรณ์ ในด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของสหกรณ์ ด้านราคา อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์ กำหนด ด้านช่องทางการรับฝาก การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์ ด้านการส่งเสริมการตลาดของ สหกรณ์ ด้านบุคลากรพนักงานของสหกรณ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของ สหกรณ์ ด้านกระบวนการการให้บริการของสหกรณ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.7 รายจ่ายที่แตกต่างกันของสมาชิกมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการฝากเงิน ของสมาชิกสหกรณ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของ สมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายจ่าย

ทัศนคติที่มีผลต่อการ ใช้บริการฝากเงินของ สมาชิกสหกรณ์	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
1. ด้านการฝากเงินของ สมาชิกสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	1.262	0.252	0.519	0.762
	ภายในกลุ่ม	294	142.988	0.486		
2. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.443	0.089	0.183	0.969
	ภายในกลุ่ม	294	142.394	0.484		
3. ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5	1.238	0.248	0.342	0.887
	ภายในกลุ่ม	294	213.149	0.725		
		299	214.387			

** หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่าง กันตามอาชีพในด้านรายจ่าย พบว่าสมาชิกที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้บริการ ฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ในด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ด้านกระบวนการขั้นตอน ในการให้บริการ ด้านความสะดวก ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อของสหกรณ์ ด้านราคา อัตราดอกเบี้ย ที่สหกรณ์กำหนด ด้านช่องทางการรับฝาก การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์ ด้านการส่งเสริม การตลาดของสหกรณ์ ด้านบุคลากรพนักงานของสหกรณ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ

ทางกายภาพของสหกรณ์ ด้านกระบวนการให้บริการของสหกรณ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายจ่าย

ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	0.824	0.165	0.341	0.888
	ภายในกลุ่ม	294	142.096	0.483		
		299	142.920			
2. ด้านราคา อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด	ระหว่างกลุ่ม	5	6.595	1.319	2.104	0.065
	ภายในกลุ่ม	294	184.321	0.627		
		299	190.917			
3. ด้านช่องทางการรับฝาก การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	4.364	0.873	1.527	0.181
	ภายในกลุ่ม	294	168.022	0.572		
		299	172.387			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	1.713	0.343	0.319	0.902
	ภายในกลุ่ม	294	316.007	1.075		
		299	317.720			
5. ด้านบุคคล พนักงานของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	1.564	0.313	0.484	0.788
	ภายในกลุ่ม	294	189.823	0.646		
		299	191.387			
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	1.285	0.257	0.523	0.759
	ภายในกลุ่ม	294	144.512	0.492		
		299	145.797			
7. ด้านกระบวนการให้บริการของสหกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	1.632	0.326	0.625	0.681
	ภายในกลุ่ม	294	153.604	0.522		
		299	155.237			

** หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกันตามอาชีพในด้านรายจ่าย พบว่าสมาชิกที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ในด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของสหกรณ์ ด้านราคา อัตรา

ดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด ด้านช่องทางการรับฝาก การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์ ด้านการส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์ ด้านบุคลากรพนักงานของสหกรณ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์ ด้านกระบวนการการให้บริการของสหกรณ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.42 การวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด โดยใช้ (Factor Analysis)

ตัวแปร	ค่า Factor	ลำดับที่
การปรับปรุงข้อมูลและบริการรับฝากที่ทันสมัยเสมอ	.802	5
ด้านอัตราดอกเบี้ยที่มีความเหมาะสมต่อการฝากเงินกับสหกรณ์	.832	1
ระยะเวลาในการฝากเงินมีความเหมาะสม	.804	4
ดอกเบี้ยกรณีที่ฝากครบตามสัญญา	.806	3
รูปแบบบัญชีตรงกับความต้องการของสมาชิกสหกรณ์	.814	2

ผลการศึกษานี้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ได้แก่ ด้านอัตราดอกเบี้ยที่มีความเหมาะสมต่อการฝากเงินกับสหกรณ์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ .832 รูปแบบบัญชีตรงกับความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ .814 ได้ดอกเบี้ยกรณีที่ฝากครบตามสัญญา ได้ค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ .806 และยังมีปัจจัยที่มีผลรองลงมาอีกคือ ระยะเวลาในการฝากเงินมีความเหมาะสม มีการปรับปรุงข้อมูลและบริการรับฝากที่ทันสมัยเสมอ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อเสนอแนะของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ มีดังนี้

1. พนักงานรับฝากเงิน หน้า COUNTER หน้าหจก ทุกครั้งที่มาติดต่อ พุดจาถูกลูกคนอื่นบ่อยครั้ง ใช้สายตามองลูกค้าอย่างน่าเกลียด เหตุผลเพราะไม่ได้สนิทสนม
2. ต้องการให้มึนวัฒนธรรมด้านเงินฝาก ในด้านอื่นๆที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะ เช่น การศึกษา การประกอบอาชีพ ฯลฯ ที่มีผลตอบแทน อัตราดอกเบี้ยที่จูงใจ มีความสะดวก คล่องตัว และ ยืดหยุ่น

3. ควรมีการเฉลี่ยคืนเงินฝากให้กับสมาชิกเพราะบางบัญชี ฝากโดยไม่ต้องถอน จะถอนได้เมื่อครบกำหนดทำให้เสียโอกาสในการนำเงินไปลงทุนอย่างอื่น กลายเป็นเงินจม
4. ควรมีตลาดสหกรณ์ เพื่อคืนรางวัลแก่สมาชิกบ้าง
5. สหกรณ์ออมทรัพย์ ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้บุคคลภายนอกที่ไม่ใช่สมาชิกสามารถฝากเงินได้เพื่อเป็นการเพิ่มสภาพคล่องของสหกรณ์
6. สหกรณ์ควรมีการปรับปรุงสถานที่ให้บริการ เพราะเดินทางลำบากและถอนเงิน แต่ครั้งควรเพิ่มสาขาในห้างสรรพสินค้า(ถ้าทำได้)
7. ควรลดดอกเบี้ยเงินกู้ และเพิ่มดอกเบี้ยเงินฝาก โดยอาจเพิ่มดอกเบี้ยเงินฝาก ให้สมาชิกฝากเงินในช่วงระยะเวลาสั้นๆ เพื่อจูงใจให้สมาชิกฝากเงินมากขึ้น
8. สหกรณ์ควรมีการสำรวจความต้องการของสมาชิก เพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนา ปรับปรุงองค์กรและการให้บริการ รวมถึงควรมีการศึกษาวิจัยในประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสหกรณ์
9. ควรเพิ่มด้านทัศนคติ ความรักดีต่อระบบสหกรณ์ ความพึงพอใจของสมาชิก สวัสดิการของสมาชิกผลกำไรของสมาชิก ด้านความปลอดภัยในการค้าประกันกู้
10. พนักงานมนุษย์สัมพันธ์ดี แต่ควรปรับปรุงมารยาทของแม่บ้าน
11. ขอให้เปลี่ยนแม่บ้านใหม่ด้วยค่ะ เพราะมารยาทไม่ดี หวงไม่ให้ใช้ห้องน้ำ แสดงอาการไม่เหมาะสมเจ้าพนักงานออมทรัพย์ส่วนใหญ่ดีค่ะ
12. เจ้าพนักงานบางคนยังใช้วาจาไม่สุภาพ ยังต้องการสิ่งตอบแทน ควรอบรม ขอบของฝาก ถึงจะพูดเล่น ๆ ก็ไม่ควร
13. ปัจจัยที่สำคัญ คือ การมีเงินเพียงพอที่จะฝากเงินกับสหกรณ์หรือไม่
14. การฝากเงินมีปัจจัยสำคัญ คือ อัตราดอกเบี้ย ต้องจูงใจผู้ฝาก
15. การจูงใจผู้ฝาก ให้ฝากเงินกับสหกรณ์ต่อเนื่อง หรือเพิ่มขึ้น ควรมีการส่งเสริม การฝาก เช่น ฝากประจำ ต่อเนื่องไม่ถอนเงิน มีรางวัล เป็นต้น

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฝากเงินของสหกรณ์

ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น ร้อยละ 67.3 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 32.7 อายุ ร้อยละ 40.3 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี รองลงมาอายุ 26-35 ปี 46-55 ปี 56-65 ปี และไม่เกิน 26 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.0 17.7 11.0 และ 3.0 ตามลำดับ ระดับการศึกษา ร้อยละ 50.0 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ปริญญาโท ต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 32.0 15.7 และ 2.3 อาชีพ ร้อยละ 76.3 มีอาชีพรับราชการ รองลงมาคือพนักงานราชการคิดเป็นร้อยละ 16.7 และลูกจ้างประจำ คิดเป็นร้อยละ 7.0 สถานภาพ ร้อยละ 51.3 มีสถานภาพโสด รองลงมา คือสมรส คิดเป็นร้อยละ 44.0 สถานภาพหม้าย และหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 2.7 และ 2.0 รายได้ ร้อยละ 48.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาท รองลงมามีรายได้ระหว่าง 25,001-35,000 บาท ไม่เกิน 15,000 บาท 35,001-45,000 บาท 45,001-55,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.7 13.7 14.7 3.3 และ 1.3 รายจ่าย ร้อยละ 39.7 มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท รองลงมามีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท 25,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.7 7.3 และรายจ่ายระหว่าง 35,001-45,000 บาท ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับ 55,001 บาทขึ้นไปคือร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์ ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ได้แก่ ในด้านอัตราดอกเบี้ยที่มีความเหมาะสมต่อการฝากเงินกับสหกรณ์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ .832 รูปแบบบัญชีตรงกับความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ .814 ได้ดอกเบี้ยกรณีฝากครบตามสัญญา ได้ค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ .806 และยังมีปัจจัยที่มีผลรองลงมาอีก คือ ระยะเวลาในการฝากเงินมีความเหมาะสม มีการปรับปรุงข้อมูลและบริการรับฝากที่ทันสมัยเสมอ

2. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์ ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อธิบายประกอบการอภิปรายผล ดังนี้

2.1 ทักษะคติของของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของสหกรณ์ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของสหกรณ์ และด้านการใช้บริการของสหกรณ์ อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสมาชิกที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการมาเป็นเวลานาน มีความรู้ความเข้าใจในบริการของสหกรณ์เป็นอย่างดี ตลอดจนสหกรณ์มีบุคลากรที่มีศักยภาพสามารถให้บริการแก่สมาชิกได้ดี รวดเร็ว สร้างความพึงพอใจให้สมาชิก และสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ยังเป็นสถาบันที่มีความมั่นคง มีความน่าเชื่อถือ และมีการให้บริการที่ครอบคลุมและเข้าถึงสมาชิก คำนึงถึงสมาชิกเป็นสำคัญ จากเหตุผลดังกล่าว จึงเป็นหลักประกันได้ว่าสมาชิกมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการกับสหกรณ์อย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเว็บเบอร์ (Webber อ้างถึงใน วสันต์ กระจงทอง, 2538 หน้า 34) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การจะให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล หรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอสนใจเป็นพิเศษทุกคนได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

2.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อน้อยที่สุด ซึ่งอาจมีสาเหตุจากการให้บริการของสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด มีรูปแบบการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของสมาชิก มีการให้บริการของสินเชื่อที่หลากหลาย สะดวก รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน มีระบบการให้บริการที่มีคุณภาพ ข้อมูลมีความถูกต้อง แม่นยำ มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม มีการประชาสัมพันธ์รูปแบบการให้บริการให้สมาชิกทราบอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งมีบุคลากรที่มีศักยภาพให้มีบริการ ตอบข้อซักถาม ให้ความกระจ่างต่อสมาชิกเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคัตนะ สังขพิทักษ์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในเขตอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยโดยให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมาก และปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการเป็นระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล เช่น ความน่าเชื่อถือของพนักงานรักษาความปลอดภัย ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และปัจจัยด้านกระบวนการ เช่น การแก้ปัญหาได้รวดเร็วทันเวลา ความรวดเร็วในการติดต่อเมื่อมีปัญหาและการจัดหาพนักงานรักษาความปลอดภัยให้ครบตามสัญญาจ้าง นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพของการให้บริการในด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะกายภาพ โดยไม่จำเป็นต้องส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการให้ของขวัญ

2.3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อาชีพ สถานภาพครอบครัว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อความแตกต่างด้านทัศนคติของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะสมาชิกที่มีเพศ อาชีพ สถานภาพครอบครัว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีรูปแบบการให้บริการและตั้งมาตรฐานในการให้บริการที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการเปรียบเทียบการให้บริการในแนวทางที่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของวิระยุทธ พันธุ์สวัสดิ์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส) สาขาวังน้อย พบว่า ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้ 1. ผู้ใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

การเกษตร (ธ.ก.ส) สาขาวังน้อย มีความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม/อัตราดอกเบี้ย) และด้านประชาสัมพันธ์/การส่งเสริมการขาย 2. ผู้ใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส) สาขาวังน้อย ที่มีอายุและประสบการณ์การใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการต่างกัน

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์ ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงานในสหกรณ์ฯ ดังนี้

3.1.1 ด้านราคา เสนอผลประโยชน์สูงสุดให้สมาชิก เนื่องจากอัตราดอกเบี้ย และระยะเวลาของการรับฝากเงิน มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ดังนั้น สหกรณ์ควรเน้นการใช้ดอกเบี้ยในอัตรามากกว่าธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่นๆ เพื่อเป็นเครื่องมือในการจูงใจ ควบคู่กับการพัฒนาด้านประเภทเงินฝาก โดยการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยของระยะเวลาในการรับฝาก ของประเภทเงินฝากต่างๆ และเพิ่มช่องทางการถอนเงินผ่านระบบ ATM ของธนาคาร

3.1.2 ด้านบุคคล มีการฝึกอบรมให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์ทั้งเรื่องทักษะการทำงาน และการให้บริการ Service Mind ปรับปรุงการทำงานของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ โดยควรให้บริการแก่สมาชิกด้วยความเป็นมิตร ใช้คำพูดที่สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใสในการบริการ

3.1.3 ด้านการให้บริการ สหกรณ์ควรนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาการให้บริการของสหกรณ์เพื่อให้สมาชิกให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝากเงินกับสหกรณ์ และ ควรมีการชี้แจงข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกให้ทั่วถึง มีกิจกรรมเพื่อสังคมมากกว่าที่ดำเนินการอยู่และควรมีสิ่งของสมนาคุณสมาชิกเพิ่มมากขึ้น

3.2 ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เด่นชัดมากยิ่งขึ้น ประเด็นที่จะทำการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรประกอบด้วย

1. ศึกษาพฤติกรรมเปรียบเทียบของสมาชิกผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่ม

สมาชิกผู้มาใช้บริการ กับสมาชิกที่ไม่เคยมาใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการ สหกรณ์ จำกัด เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการด้านการตัดสินใจฝากเงินของสหกรณ์ ซึ่งจะสามารถนำมาปรับกลยุทธ์ทางการตลาดกับกลุ่มสมาชิกผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ได้เหมาะสมยิ่งขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตเฉพาะสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เท่านั้น สำหรับการศึกษานี้ครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้างขึ้น โดยทำการศึกษาในสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ทั่วประเทศทั้ง 76 จังหวัด เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษา มาเปรียบเทียบและใช้ปรับปรุงการบริการของสหกรณ์ ฯ ต่อไป



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2556) “องค์ความรู้ด้านสหกรณ์ หลักการสหกรณ์” ค้นคืนวันที่ 25 ธันวาคม 2556 จาก http://webhost.cpd.go.th/ewt/kmcoop/mission_coop.html
- กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2557) “สารสนเทศสหกรณ์ปี 2557” ค้นคืนวันที่ 27 มกราคม 2557 จาก http://www.cpd.go.th/cpd/cpdinter/Information_coop56.html
- คเชนทร์ ดิสถานุวัฒน์ (2544) “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้า ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- คัตนะ สังขพิทักษ์ (2548) “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในเขตอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร” ศึกษา ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟลือค และลอเรน ไรท์ (2546) *พฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ กรุงเทพมหานคร เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า*
- จิตตินันท์ เฉชะคุปต์ (2544) *เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช*
- จิตตินันท์ เฉชะคุปต์ (2549) “เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ” ใน *เอกสารการสอนจิตวิทยาการบริการสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช*
- จินตนา บุญบงการ (2539) *การสร้างจิตสำนึกการให้บริการกับการปรับปรุงบริการภาครัฐ กรุงเทพมหานคร ฟอรัมพรีนติ้ง*
- จิรวดี อภิวงค์ (2554) “การเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- นัตยาพร เสมอใจ (2545) *การตลาดธุรกิจบริการ กรุงเทพมหานคร เอ็กชเปอร์เน็ท*
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ (2546) *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*

- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) *การตลาดบริหาร* กรุงเทพมหานคร ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549) *การตลาดบริการ* กรุงเทพมหานคร ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ประสิทธิ์ ภูทอง (2547) “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของ
ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” ปรินญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พิบูล ทีปะपाल (2543) *การบริหารการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21* กรุงเทพมหานคร
รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์
- ฟิลิปส์ คอรัตเลอร์ (Philip Kotler, 2003:98) “ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด” ค้นคืนวันที่
20 ธันวาคม 2556 จาก <http://www.thaiblogonline.com/sodpichai.blog?PostID=25857>
- ยุพาวรรณ วรณวณิช (2548) *การตลาดบริการ* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร แสงดาว
- ระดมพล ช่วยชูชาติ (2557) “ความหมายของการตัดสินใจ” ค้นคืนวันที่ 14 มกราคม 2557 จาก
<http://www.radompon.com/resourcecenter/?q=node/41>
- วัชรภรณ์ สุริยาภิวัฒน์ (2546) *คู่มือเทคนิคการบริการด้วยใจ* กรุงเทพมหานคร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิรุทธ พันธุ์สวัสดิ์ (2551) “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของธนาคาร
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส) สาขาวังน้อย” ปรินญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- วีรพงษ์ เฉลิมวิระรัตน์ (2542) *คุณภาพในงานบริการ* กรุงเทพมหานคร สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี
(ไทย-ญี่ปุ่น)
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548) *การตลาดธุรกิจบริการ* กรุงเทพมหานคร ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ศิริพร พงศ์ศิริโรจน์ (2540) *องค์กรและการจัดการ* กรุงเทพมหานคร เทคนิค 19
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) *การบริหารการตลาด* กรุงเทพมหานคร ดวงกลมสมัย
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) *การบริหารการตลาดยุคใหม่* กรุงเทพมหานคร พัฒนาศึกษา
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) *การบริหารการตลาดยุคใหม่* กรุงเทพมหานคร
ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (2557) “John Farley และคณะ ทฤษฎีการ
ตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ” ค้นคืนวันที่ 18 มกราคม 2557
จาก http://www.elearning.msu.ac.th/opencourse/1010311/unit06_5_1.html

สมคิด บางโม (2548) *องค์การและการจัดการ พิมพ์ครั้งที่ 5 ปรับปรุงใหม่* กรุงเทพมหานคร
 วิทยพัฒน์

สมชาย กิจจรรง (2540) *การบริการ* กรุงเทพมหานคร สายธาร

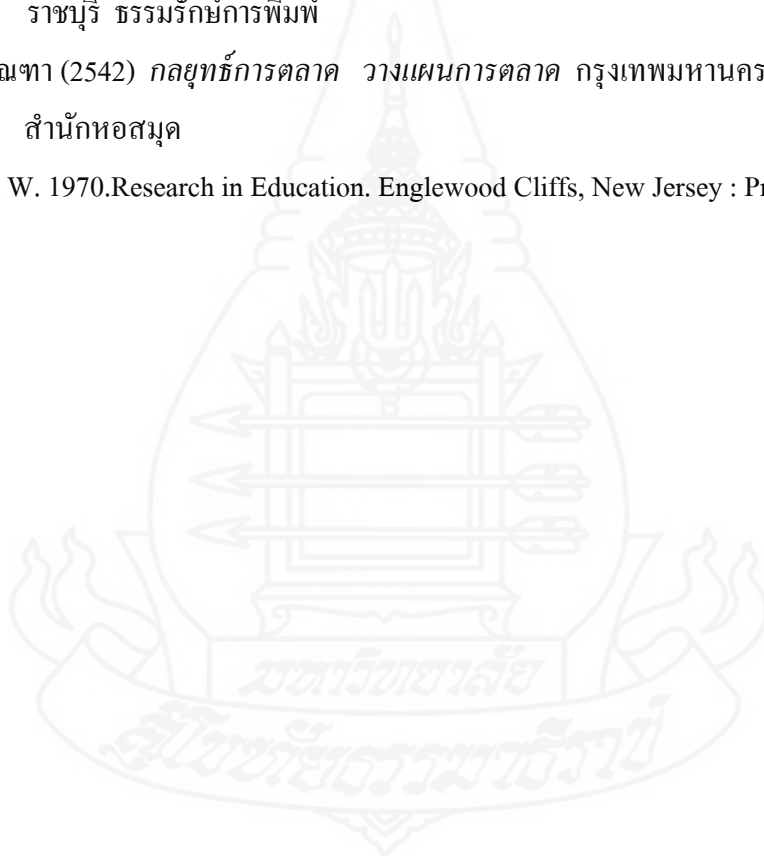
สมพล อบเชย (2547) “พฤติกรรมการใช้สินค้าของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
 การเกษตรอำเภอเสนาจังหวัดกาญจนบุรี” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
 สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด (2556) “รายงานกิจการประจำปีสิ้นสุดวันที่ 26 มกราคม 2557”
 ราชบุรี ธรรมรักษ์การพิมพ์

สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด (2551) “รายงานกิจการประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 มกราคม 2552”
 ราชบุรี ธรรมรักษ์การพิมพ์

เสรี วงษ์มณฑา (2542) *กลยุทธ์การตลาด วางแผนการตลาด* กรุงเทพมหานคร ดวงกมลสมัย
 สำนักหอสมุด

Best, John W. 1970. *Research in Education*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall Publishers.



ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง บัญชีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด
ที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
สำหรับสอบถามสมาชิกที่ใช้บริการฝากเงิน ของสหกรณ์

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของ บัญชีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในมุมมองของลูกค้า เป็นการศึกษาผลงานทางวิชาการ เพื่อใช้ในการศึกษาระดับปริญญาโท แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ของนายจิราพันธ์ บุญมาวงศ์ สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ ผู้ทำการศึกษาใคร่ขอความกรุณาจากท่าน ได้ช่วยกรุณาตอบแบบสอบถามนี้ ตามความเป็นจริงและตามความเห็นของท่าน เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการศึกษาดังกล่าว ผู้ทำการศึกษาขอรับรองว่า ข้อมูลที่ท่านให้ทั้งหมดจะเก็บรักษาไว้เป็นความลับและจะนำเสนอผลการศึกษาในลักษณะภาพรวมเท่านั้น และขอขอบคุณท่านที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือเป็นอย่างดียิ่งมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การใช้บริการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์

ตอนที่ 3 บัญชีด้านทัศนคติที่มีผลต่อการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง ตามที่ท่านต้องการ

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ไม่เกิน 26 ปี 2. 26 - 35 ปี
 3. 36 - 45 ปี 4. 46 - 55 ปี
 5. 56 - 65 ปี 6. 66 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี/เทียบเท่า
 3. ปริญญาโท 4. สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

1. ข้าราชการ 2. ลูกจ้างประจำ 3. พนักงานราชการ

5. สถานภาพสมรส

1. โสด 2. สมรส 3. หม้าย 4. หย่าร้าง

6. รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน

1. ไม่เกิน 15,000 บาท 2. 15,001 - 25,000 บาท 3. 25,001 - 35,000 บาท
 4. 35,001 - 45,000 บาท 5. 45,001 - 55,000 บาท 6. 55,001 บาทขึ้นไป

7. รายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน

1. ไม่เกิน 15,000 บาท 2. 15,001 - 25,000 บาท 3. 25,001 - 35,000 บาท
 4. 35,001 - 45,000 บาท 5. 45,001 - 55,000 บาท 6. 55,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 การใช้บริการฝากเงินของสมาชิกกับสหกรณ์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง ตามที่ท่านต้องการ

1. ท่านใช้บริการฝากเงินกับสหกรณ์ประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1)

- 1.1 ออมทรัพย์
 1.2 ออมทรัพย์พิเศษ
 1.3 ออมทรัพย์สินทรัพย์
 1.4 ออมทรัพย์พิเศษ (เกษียณเปี่ยมสุข)
 1.5 เงินรับฝากประจำ

2. สาเหตุที่ท่านนำเงินมาฝากกับสหกรณ์

1. ผลตอบแทนสูง 2. ความเสี่ยงต่ำ 3. เพื่อความมั่นคงในอนาคต
 4. พ่อ – แม่ ให้ออมเงิน 5. รูปแบบผลิตภัณฑ์น่าสนใจ 6. เพื่อการลงทุน
 7. อื่นๆ.....

3. ท่านมีเป้าหมายอะไรในการฝากเงินกับสหกรณ์

1. เพื่อซื้อบ้าน – ซื้อมอเตอร์ 2. เพื่อทุนการศึกษาของตนเอง
 3. เพื่อไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน 4. เพื่อให้ได้ผลตอบแทน เช่น ดอกเบี้ย
 5. เพื่อใช้เป็นทุนในการประกอบธุรกิจในอนาคต 6. เพื่อสร้างครอบครัวในอนาคต
 7. เพื่อป้องกันความเสี่ยง 8. เพื่อใช้หลังเกษียณอายุราชการ
 9. เพื่อเพิ่มทุนทรัพย์สิน 10. เพื่อลดหย่อนภาษี
 11. อื่นๆ.....

4. ท่านมีความถี่ในการฝากเงินกับสหกรณ์

1. 1-2 ครั้ง/เดือน 2. 3-4 ครั้ง/เดือน 3. 5 ครั้งขึ้นไป

5. การตัดสินใจในการฝากเงินของท่านมาจากสาเหตุใด

1. ตัวเอง 2. พ่อ แม่ พี่ น้องญาติ 3. เพื่อน
 4. การประชาสัมพันธ์ เช่น โปรสเตอร์ เจ้าหน้าที่สหกรณ์ 5. คำนิยาม

6. ท่านได้ฝากเงินกับสหกรณ์ในช่วงเวลาใด

1. ช่วงวันที่ 1-7 ของเดือน 2. ช่วงวันที่ 8-15 ของเดือน
 3. ช่วงวันที่ 16-22 ของเดือน 4. ช่วงวันที่ 23-31 ของเดือน

7. ท่านมีรูปแบบใดในการฝากเงิน

1. กรมธรรม์ 2. ประกันชีวิต 3. สหกรณ์ออมทรัพย์
 4. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ 5. การซื้อธนบัตรรัฐบาล 6. ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์
 7. :ซื้อฉลากออมสิน 8. การฝากเงินกับสถาบันการเงินอื่นๆ.....

8. ปัจจุบันนอกจากฝากเงินกับสหกรณ์ ท่านยังเป็นลูกค้าของธนาคารใดบ้าง

1. ธนาคารกรุงเทพ 2. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา 3. ธนาคารกสิกรไทย
 4. ธนาคารไทยพาณิชย์ 5. ธนาคารกรุงไทย 6. ธนาคารอื่นๆ.....

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงความเป็นจริงของท่านในช่องหมายเลข 1 - 5 ซึ่งกำหนดตัวเลือกไว้ 5 ระดับ คือมากที่สุด = 5 , มาก = 4 , ปานกลาง = 3 , น้อย = 2 , น้อยที่สุด = 1

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์ ปัจจัยด้านทัศนคติ	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ปัจจัยด้านการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์					
1. เจ้าหน้าที่ดูแลและกระตือรือร้น					
2. อัตราดอกเบี้ยให้มากกว่าที่อื่น					
3. มีความสะดวกสบายในการฝากเงิน					
4. สถานที่เหมาะสม					
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนในการให้บริการ					
1. ขั้นตอนในการให้บริการมีความคล่องตัว ไม่ซับซ้อน					
2. ขั้นตอนในการให้บริการมีความเหมาะสม					
3. ให้บริการด้วยความเสมอภาคตามลำดับก่อน/หลัง					
4. ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็วทันตามกำหนดเวลา					
ด้านความสะดวก					
1. สามารถฝาก/ถอน ได้อย่างรวดเร็ว					
2. มีเทคโนโลยีใหม่ๆมาให้บริการ					
3. สามารถฝาก/ถอน ทาง ATM ได้					
4. เปิด/ปิด ในวัน เวลา ราชการ					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการ ใช้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์					
1. มีรูปแบบบัญชีตรงกับกับความต้องการของสมาชิก					
2. มีรูปแบบบัญชีหลากหลายฝากเงิน ที่หลากหลาย (ออมทรัพย์ ,ออมทรัพย์พิเศษ, มัธยสถ์ , เกษมเปี่ยมสุข)					
3. มีความสะดวกรวดเร็วในการฝากเงิน					
4. ให้บริการฝากเงินที่มีคุณภาพ / มีความถูกต้อง ของข้อมูล					
5. มีรูปแบบในการฝากเงิน ได้ง่าย/ไม่ซับซ้อน/ เข้าใจง่าย					
6. มีการปรับปรุงข้อมูลและบริการรับ ฝากที่ทันสมัยเสมอ					
ด้านราคา/อัตรดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด					
1. อัตรดอกเบี้ยมีความเหมาะสม					
2. ระยะเวลาในการฝากเงินมีความ เหมาะสม					
3. การได้รับดอกเบี้ยกรณีที่ฝากไม่ครบ ตามสัญญา					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการฝากเงินของสมาชิกสหกรณ์	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านช่องทางกรรับฝาก/การให้บริการเงินฝากของสหกรณ์					
1. ขั้นตอนในการฝากเงินกับสหกรณ์รวดเร็ว					
2. พื้นที่ให้บริการกว้างขวาง / สะดวกสบาย					
3. ความสะดวกของสถานที่จอดรถ					
4. ระยะเวลาการให้บริการมีความเหมาะสม					
ด้านส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์					
1. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น website/ ประกาศ/ใบปลิว					
2. พนักงานให้คำแนะนำ ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเข้าใจง่าย					
3. มีรายการส่งเสริมการให้บริการ เช่น แจกของที่ระลึกของสมนาคุณ					
4. การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม(CSR) เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้สหกรณ์					
ด้านบุคคล/พนักงานของสหกรณ์					
1. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการฝากเงินของสหกรณ์					
2. พนักงานสามารถตอบคำถาม และแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องตรงตามต้องการ					
3. พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ					
4. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
5. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพ เคารพในการให้บริการ					
6. พนักงานมีความรับผิดชอบดูแลสมาชิกตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นกระบวนการ					
7. พนักงานมีบุคลิกน่าเชื่อถือ ชี้แจง และมีความพร้อมในการให้บริการ					
8. พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอกับความต้องการ					
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์					
1. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสหกรณ์มีความน่าเชื่อถือ					
2. สหกรณ์มีนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกแก่สมาชิก					
3. การออกแบบตกแต่งสำนักงานมีความคล่องตัว สวยงาม					
4. เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ มีความทันสมัย และสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว					
ด้านกระบวนการการให้บริการของสหกรณ์					
1. ขั้นตอนการให้บริการของสหกรณ์สะดวก /รวดเร็ว / ไม่ซับซ้อน					
2. ระยะเวลาในการฝากเงินรวดเร็ว					
3. สามารถทำรายการฝากเงินได้ถูกต้อง แม่นยำ					
4. ระเบียบและขั้นตอนต่างๆในการให้บริการ ไม่ยุ่งยาก					
5. มีความเชื่อมั่นในระบบการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....



ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายจิราพันธ์ บุญมาวงศ์
วัน เดือน ปีเกิด	15 มีนาคม 2516
สถานที่เกิด	จังหวัดอุบลราชธานี
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต จบปีการศึกษา 2552
สถานที่ทำงาน	สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์
ตำแหน่ง	นายช่างภาพชำนาญงาน

