

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต  
“ธกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร  
สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

นายธีระศักดิ์ ดวนใหญ่

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2563

**Marketing Mix Factors Affecting Investment Selection in “BAAC Tawerak 99”  
of Farmers of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives,  
Phusing Branch, Sisaket Province**

**Mr. Theerasak Duanyai**

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Business Administration  
School of Management Science  
Sukhothai Thammathirat Open University

2020

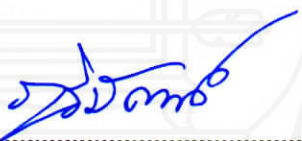
หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ บังคับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุน  
ในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกร  
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาอุบลราชธานี  
จังหวัดศรีสะเกษ


ชื่อและนามสกุล นายธีระศักดิ์ ควนใหญ่  
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ  
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2564

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ)

  
..... กรรมการ  
(อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ภวิพัฒน์ ชาญกิจ)

  
.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

**การศึกษาค้นคว้าอิสระ** บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธำมาสนี  
“ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร  
สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

**ผู้ศึกษา** นายธีระศักดิ์ วัฒนใหญ่ รหัสนักศึกษา 2623000474 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ **ปีการศึกษา** 2563

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ (2) ศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” กับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ และ (4) เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ประชากร คือลูกค้าเกษตรกรที่ใช้บริการฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวนทั้งสิ้น 1,128 ราย วิธีกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ จึงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคสแควร์ การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า (1) พฤติกรรมการเลือกลงทุนมีวัตถุประสงค์มาจากการชักชวนมากที่สุด โดยมีอัตราเงินฝากอยู่ที่ 1,501-2,000 บาทต่อปี เป็นระยะเวลา 2 ปี และลงทุนเพียง 1 กรรมกรรม (2) ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการเลือกลงทุนอยู่ในระดับมาก 6 ด้าน ตามลำดับดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านกระบวนการ (3) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกลงทุน โดยมีระดับความเชื่อมั่น อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ (4) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน โดยมีระดับความเชื่อมั่น อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ** ชกส ทวีรัก 99 เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร



**Independent Study title:** Marketing Mix Factors Affecting Investment Selection in “BAAC Tawerak 99” of Farmers of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Phusing Branch, Sisaket Province

**Author:** Mr. Theerasak Duanyai; **ID:** 2623000474;

**Degree:** Master of Business Administration;

**Independent Study advisor:** Achara Cheewatragoongit, Associate Professor;

**Academic year:** 2020

### Abstract

The purposes of this study are (1) to study the investment selection behavior in “BAAC Tawerak 99” of Farmers of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Phusing Branch, Sisaket Province; (2) to study the level of marketing mix factors affecting the investment selection in “BAAC Tawerak 99” of Farmers of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Phusing Branch, Sisaket Province; (3) to study the relationship between investment behavior in “BAAC Tawerak 99” and personal factors of Farmers of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Phusing Branch, Sisaket Province; and (4) to compare marketing mix factors affecting investment selection in “BAAC Tawerak 99” of Farmers of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Phusing Branch, Sisaket Province, classified by personal factors.

This study was a survey study. Population was 1,128 farmers who used the service deposit service “BAAC Thawirak 99” of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Phusing Branch, Sisaket Province. The sample size was determined by Taro Yamane's Formula, and a sample of 300 people was accidentally randomized. A questionnaire was used to collect data. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, chi-squared, t-test, and one-way analysis of variance.

The results of study were that (1) investment selection behavior was based on persuasive objective the most with a deposit rate of 1,501-2,000 baht per year for a period of 2 years and only invest 1 policy. (2) The level of marketing mix factors affecting investment selection was at a high level in 6 factors including place, price, product, promotion, physical evidence, personnel factors, respectively. Process factor was at a medium level. (3) Personal factors of respondents in age, status, educational level were related to investment selection behavior at statistically significant level of 0.05. (4) The personal factors of respondents in gender, age, educational level, showed different opinions on marketing mix factors at statistically significant level of 0.05.

**Keywords:** BAAC Tawerak 99, Life insurance, Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ที่ได้รับจากรองศาสตราจารย์ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนความช่วยเหลือ แก่ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดีมาโดยตลอดตั้งแต่ต้นจนสำเร็จเรียบร้อย เพื่อให้เป็นไปตามขั้นตอนของการศึกษาค้นคว้าอิสระ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้ศึกษา ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ว่าที่ร้อยตรี ดร.ฐิติพัฒน์ ชาญกิจ กรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ได้ให้คำแนะนำต่างๆ อันเป็นประโยชน์ยิ่งในการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศนันท อนุภรณ์ อาจารย์ ดร.กัลย์ ปิ่นเกษร และนางพิสมัย ชามุมพร ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญ และให้ความช่วยเหลือตรวจแก้ไขเครื่องมือในการ เก็บรวบรวมข้อมูลทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย

ขอขอบพระคุณ นายสุทัย ฉะนันท์ ผู้อำนวยการสำนักงานธนาการเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร จังหวัดศรีสะเกษ ที่ให้ความอนุเคราะห์ อนุญาตให้ผู้ศึกษาลงพื้นที่เก็บข้อมูล ทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย

ขอขอบพระคุณ นายเอกชัย ดวนใหญ่ นางบัวจันทร์ ดวนใหญ่ บิดา มารดาของผู้ศึกษา และทุกท่านที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือและเป็นกำลังใจตลอดมา จนการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ สำเร็จอย่างสมบูรณ์

ธีระศักดิ์ ดวนใหญ่

สิงหาคม 2564

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา .....	5
คำถามการศึกษา .....	5
กรอบแนวคิดของการศึกษา .....	6
สมมติฐานการศึกษา .....	7
ขอบเขตของการศึกษา .....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	9
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด .....	9
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร .....	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	29
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา .....	40
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	40
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	41
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา .....	41
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	44
สถิติที่ใช้ในการศึกษา .....	45

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	46
พฤติกรรมการณ์การลงทุนในเงินฝากฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้ำเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ .....	51
ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้ำเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ .....	53
ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการณ์การลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้ำเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล .....	61
เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้ำเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล .....	70
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	89
สรุปผลการศึกษา .....	90
อภิปรายผล .....	91
ข้อเสนอแนะ .....	94
บรรณานุกรม .....	96
ภาคผนวก .....	99
ก ร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย (IOC) .....	100
ข แบบสอบถาม .....	112
ค หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัย หนังสือเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือวิจัย .....	119
ประวัติผู้ศึกษา .....	124

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 อัตราเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบรัก ๑/๑	
ต่อเงินทุนสงเคราะห์ 100,000 บาท ตามช่วงอายุ .....	18
ตารางที่ 2.2 อัตราเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบรัก ๑/๑	
ต่อเงินทุนสงเคราะห์ 100,000 บาท ตามอายุ .....	26
ตารางที่ 2.3 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	36
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละด้านปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง .....	47
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	
“ธกส ทวีรัก 99” .....	51
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	
ที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”	
โดยรวม .....	53
ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	
ที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”	
ด้านผลิตภัณฑ์ .....	54
ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	
ที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”	
ด้านราคา .....	55
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	
ที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย .....	56
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	
ที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”	
ด้านการส่งเสริมการตลาด .....	57
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	
ที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”	
ด้านบุคลากร .....	58

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน บัณฑิตส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ด้านกระบวนการ .....	59
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน บัณฑิตส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ด้านลักษณะทางกายภาพ .....	60
ตารางที่ 4.11 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกลงทุนในเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรสาขาอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษกับบัณฑิตส่วนบุคคล ด้านวัตถุประสงค์ในการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” .....	62
ตารางที่ 4.12 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกลงทุนในเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรสาขาอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษกับบัณฑิตส่วนบุคคล ด้านอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปี .....	63
ตารางที่ 4.13 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกลงทุนในเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรสาขาอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษกับบัณฑิตส่วนบุคคล ด้านจำนวนกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” .....	65
ตารางที่ 4.14 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกลงทุนในเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรสาขาอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษกับบัณฑิตส่วนบุคคล ด้านระยะเวลาการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” .....	67
ตารางที่ 4.15 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 .....	69
ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบบัณฑิตส่วนบุคคลด้านเพศ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสม ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ .....	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.17	เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสม ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ .....	72
ตารางที่ 4.18	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุน ในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ .....	74
ตารางที่ 4.19	เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสม ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ .....	75
ตารางที่ 4.20	เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสม ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ .....	77
ตารางที่ 4.21	เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีความคิดเห็น ต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ .....	79
ตารางที่ 4.22	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุน ในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ .....	81
ตารางที่ 4.23	เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านสมาชิกในครอบครัว มีความคิดเห็น ต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ .....	84



สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสม ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ .....	86
ตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 .....	88





## สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา..... 6



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มนุษย์ทุกคนไม่สามารถปฏิเสธและหลีกเลี่ยงการเกิด แก่ เจ็บ ตาย ที่เรียกว่า วัฏจักรของชีวิตได้ มันคือความไม่แน่นอนของชีวิต ตลอดจนความเสี่ยงด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงด้านเจ็บป่วย ความชรา การทุพพลภาพ และเหตุการณ์ไม่คาดฝัน การสูญเสียชีวิต ดังนั้น ประกันชีวิตจึงนับเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการบริหารความเสี่ยงหรือบรรเทาความเสี่ยงให้กับผู้รับผลประโยชน์ในกรณีที่เกิดเหตุไม่คาดคิดแก่ผู้เอาประกัน ซึ่งผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ก็คือผู้เอาประกันหรือครอบครัวของผู้เอาประกันนั่นเอง ปัจจุบันจึงทำให้ผู้คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจและตระหนักในการทำประกันชีวิตมากขึ้น เพื่อจะช่วยลดปัญหาทางการเงินและยังช่วยในเรื่องการวางแผนทางการเงินและส่งเสริมระเบียบวินัยในการออม กล่าวคือผู้ที่ซื้อประกันชีวิตจะต้องจ่ายค่าเบี้ยประกันเป็นเวลาสม่ำเสมอตามที่กรมธรรม์ระบุไว้ตั้งแต่ต้น นอกจากนี้ยังสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้อีกด้วย การทำประกันชีวิตมีประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2562)

1) ด้านบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนเรื่องการเงินเนื่องจากการเสียชีวิตของผู้ทำประกันซึ่งเป็นผู้มีรายได้เลี้ยงดูครอบครัวตลอดจนการป้องกันความเสี่ยง หรือ แบ่งเบาค่าใช้จ่ายในด้านการรักษาพยาบาลเวลาเจ็บป่วย เป็นต้น

2) ด้านการออม (Accumulation) การออมในรูปแบบประกันชีวิตผู้เอาประกันมีหน้าที่ชำระเบี้ยประกันอย่างสม่ำเสมอ เมื่อครบตามระยะเวลาที่กำหนดก็จะได้รับเงินคืนพร้อมผลตอบแทนตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ ซึ่งเป็นการออมเพื่อเก็บไว้เป็นทุนการศึกษาของบุตรหลานหรือเพื่อเก็บไว้ใช้ในวัยชรา

3) ด้านการลงทุน (Investment) การซื้อประกันชีวิตก็เปรียบเสมือนการซื้อหลักทรัพย์อย่างหนึ่ง ถึงแม้ผลตอบแทนด้านกำไรจะไม่สูงมากแต่สิ่งที่มีค่าที่สุดที่ผู้เอาประกันจะได้รับก็คือทุนประกันชีวิตนั่นเอง และในปัจจุบันบริษัทประกันชีวิตได้ออกผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตควบการลงทุนเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้สำหรับผู้ที่ชอบการลงทุน

4) ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Planning) ผู้ทำประกันสามารถนำเบี้ยประกันชีวิตไปใช้เพื่อลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดย 100,000 บาทแรกเป็นแบบประกันทั่วไปที่มีอายุ 10 ปีขึ้นไป และ 200,000 บาทหลังเป็นประกันชีวิตแบบบำนาญ

จากความสำเร็จดังกล่าวและแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจประกันชีวิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการทำประกันชีวิตยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยวางแผนทางการเงินและสร้างวินัยในการออมเพื่อไว้สำหรับเป็นทุนการศึกษาเพื่อบุตรหลานและใช้จ่ายในวัยเกษียณตลอดจนให้ความคุ้มครองและบรรเทาความเดือดร้อนเรื่องการเงินและความมั่นคงของรายได้ของผู้เอาประกันภัยจึงทำให้ทางธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้ดำเนินธุรกิจด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีลักษณะคล้ายกับบริษัทธุรกิจประกันชีวิต มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตใหม่ และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 4 ปีบัญชี 2563 เรื่องสร้างและพัฒนาเกษตรกรให้เป็น smart farmer และผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร SMAEs แผนงานภูมิคุ้มกันให้แก่เกษตรกร เพิ่มอัตราการเข้าถึงภูมิคุ้มกันเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าเงินกู้ เพิ่มรายได้เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตโดยได้ดำเนินการผ่านกระบวนการที่สำคัญได้แก่รับฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตการพิจารณาสินไหมบริการกรมธรรม์ การต่ออายุกรมธรรม์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์การพัฒนาระบบงานและช่องทางการบริการ อีกทั้งยังเป็นผลดีแก่ธนาคารในการเป็นแหล่งระดมเงินทุนและบริหารเงินทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนที่เหมาะสมบริการทางการเงินได้ครบวงจร นอกจากนี้ยังทำให้เกษตรกรและครอบครัวได้เข้าถึงระบบประกันชีวิตช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจบรรลุปันธกิจตอบสนองวิสัยทัศน์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกรอย่างแท้จริงและยั่งยืนพร้อมไปกับการบริหารความเสี่ยงด้านเครดิตของธนาคารด้วย (เอกวิทย์ ธนอัสวานนท์, 2562)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกรกลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม หรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร นายจำเนียร สาระนาค ผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร คนแรกได้วางรากฐานการดำเนินงานพร้อมทั้งอุดมการณ์การทำงานให้พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรทุกคนละเว้นการอันควรต่างๆ โดยได้อบรมสั่งสอนให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็ว ซื่อสัตย์ สุจริต และไม่เบียดเบียนลูกค้าเพราะงานสินเชื่อเพื่อการเกษตรเป็นงานที่กว้างขวางและซับซ้อน ต้องศึกษาและค้นคว้าเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อให้มีความรู้ ความชำนาญยิ่งขึ้น ขอให้ท่านละเว้นการอันควรละเว้น ไม่เบียดเบียนเกษตรกรลูกค้าจ้างทำงานหนัก เร่งรัด หนีบไว

ถูกต้อง และแม่นยำ กอปรด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรถือปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบัน (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2562)

ภาพรวมผลการดำเนินงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำหรับปีบัญชี 2563 ณ 31 มีนาคม 2564 รายได้ดอกเบี้ยสุทธิจำนวน 75,716 ล้านบาท เป็นรายได้ดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ จากการรับชำระหนี้และการเติบโตของเงินให้สินเชื่อ รายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย จำนวน 6,027 ล้านบาท ประกอบด้วย รายได้ค่าธรรมเนียมและบริการ และรายได้จากการดำเนินงานอื่น รวมไปถึงรายได้เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต (รายงานทางการเงิน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2564)

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ รวมไปถึงการมีกรณีการเปิดเสรีทางการเงินของประเทศและการนำแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงินทำให้มีสถาบันการเงินมีการทำธุรกิจที่คาบเกี่ยวกันมากขึ้นส่งผลกระทบต่อให้เกิดสงครามการแข่งขันระหว่างธนาคาร ต่างก็พยายามกลยุทธ์ การให้บริการและกิจกรรมทางการตลาดโดยมุ่งการให้บริการที่หลากหลายรวดเร็วและมุ่งสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าสูงสุดโดยนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินในรูปแบบใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงส่งเสริมคุณภาพการให้บริการและการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินโดยการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จสูงสุดและมุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าแทน ดังนั้น ส่วนประสมการตลาดบริการที่ดีจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาวิธีการและกระบวนการให้บริการที่หลากหลายธุรกิจสถาบันทางการเงิน

ผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” เป็นกรมธรรม์การฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต รายบุคคล เพื่อการคุ้มครองชีวิตตลอดชีพถึงอายุ 99 ปีบริบูรณ์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อจูงใจเกษตรกร และครอบครัวเกษตรกรยุคใหม่หรือกลุ่มที่อายุน้อย มาสมัครเป็นสมาชิกสมาคมพัฒนาเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมากยิ่งขึ้น โดยมีภาระจ่ายเงินสงเคราะห์ลดลง เพื่อให้สมาชิกปัจจุบันยังคงสภาพการเป็นสมาชิกมากยิ่งขึ้น และเพื่อสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนแก่สมาคมพัฒนาเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ เป็นเกษตรกรหรือครอบครัวเกษตรกรมีอายุ 20-60 ปีบริบูรณ์ สุขภาพร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ อวัยวะครบถ้วน ไม่มีส่วนใดส่วนหนึ่งพิการ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2562)

จากผลการดำเนินงานแสดงให้เห็นว่ารายได้หลักของธนาคารมาจากรายได้ดอกเบี้ย ซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุดของรายได้ประจำปีของธนาคาร เป็นรายได้ที่มาจาก การปล่อยสินเชื่อ ให้กับเกษตรกร นิติบุคคล บุคคลทั่วไป สหกรณ์การเกษตร และกลุ่มเกษตรกร ถัดมาเป็นรายได้อื่นๆ ที่ไม่ได้มาจากดอกเบี้ย อาทิ ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมทั้งด้านสินเชื่อ ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรม

ด้านเงินฝาก ค่าธรรมเนียมด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากเป็นรายได้จากค่าธรรมเนียมแล้ว รายได้อื่นๆ ยังรวมไปถึงรายได้จากผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตซึ่งปัจจุบันผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีทั้งหมด 3 ผลิตภัณฑ์ คือ

- (1) ธกส มอบริก ๑/๑
- (2) ธกส เพิ่มรัก 2 12/10
- (3) ธกส ทวีรัก 99

ผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทั้ง 3 ประเภทจัดว่าเป็นสิ่งที่ผู้บริหารธนาคารมุ่งหวังให้เป็นตัวเพิ่มรายได้ของธนาคารในด้านอื่นๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภท “ธกส ทวีรัก 99” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตรูปแบบใหม่ล่าสุด ที่พัฒนามาจากผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภท “ธกส ทวีรัก ฌปก 1/1” ซึ่งในปัจจุบันธนาคารได้ยกเลิกการรับฝากไปแล้ว ผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภท “ธกส ทวีรัก 99” เริ่มรับฝากครั้งแรกในเดือนพฤศจิกายน พุทธศักราช 2560 เป็นระยะเวลาเกือบ 3 ปี ซึ่งธนาคารคาดหวังผลการเติบโตทางด้านรายได้อื่นๆ จากผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเป็นอย่างมาก

ผู้ศึกษาซึ่งเป็นพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ได้สังเกตเห็นว่าผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภท “ธกส ทวีรัก 99” เป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มรายได้ด้านอื่นๆ ให้กับธนาคาร ได้อย่างรวดเร็ว เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีทุนประกันที่ ลูกค้าเกษตรกรยังมีโอกาสได้ทุนประกันคืนเมื่อมีอายุครบ 99 ปีบริบูรณ์ และยังสามารถส่งเบี้ยได้ถึงอายุ 99 ปี แต่ถ้าหากเสียชีวิตก่อนก็ได้รับความคุ้มครองเต็มจำนวน เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภท “ธกส มอบริก ๑/๑” ที่ไม่ใช้ทุนประกันแบบสะสมทรัพย์ คุ้มครองถึงแค่อายุ 70 ปีบริบูรณ์ เมื่ออายุ 70 ปีไม่ได้ทุนประกันคืน และไม่สามารถส่งต่อได้ อีกทั้งผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภท “ธกส ทวีรัก 99” เบี้ยประกันอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่แพงจนเกินไป เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภท “ธกส เพิ่มรัก 2 12/10” ที่มีเบี้ยประกันค่อนข้างสูง เป็นเหตุให้ผู้ศึกษาต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” เพื่อนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเกษตรกร

ซึ่งในปัจจุบันหลังจากที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภท “ธกส ทวีรัก 99” ให้กับเกษตรกรลูกค้าที่มีเงินกู้กับธนาคาร และเกษตรกรทั่วไป ผลตอบรับจากเกษตรกรกลุ่มดังกล่าวเป็นไปในทิศทางที่ดี แต่ยังคงต่ำกว่าเป้าหมายที่สาขาได้วางไว้ ทำให้ผู้ศึกษาต้องการทราบถึงปัญหาดังกล่าว นำมาซึ่งการศึกษาในครั้งนี้

## 2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

2.2 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล

2.4 เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

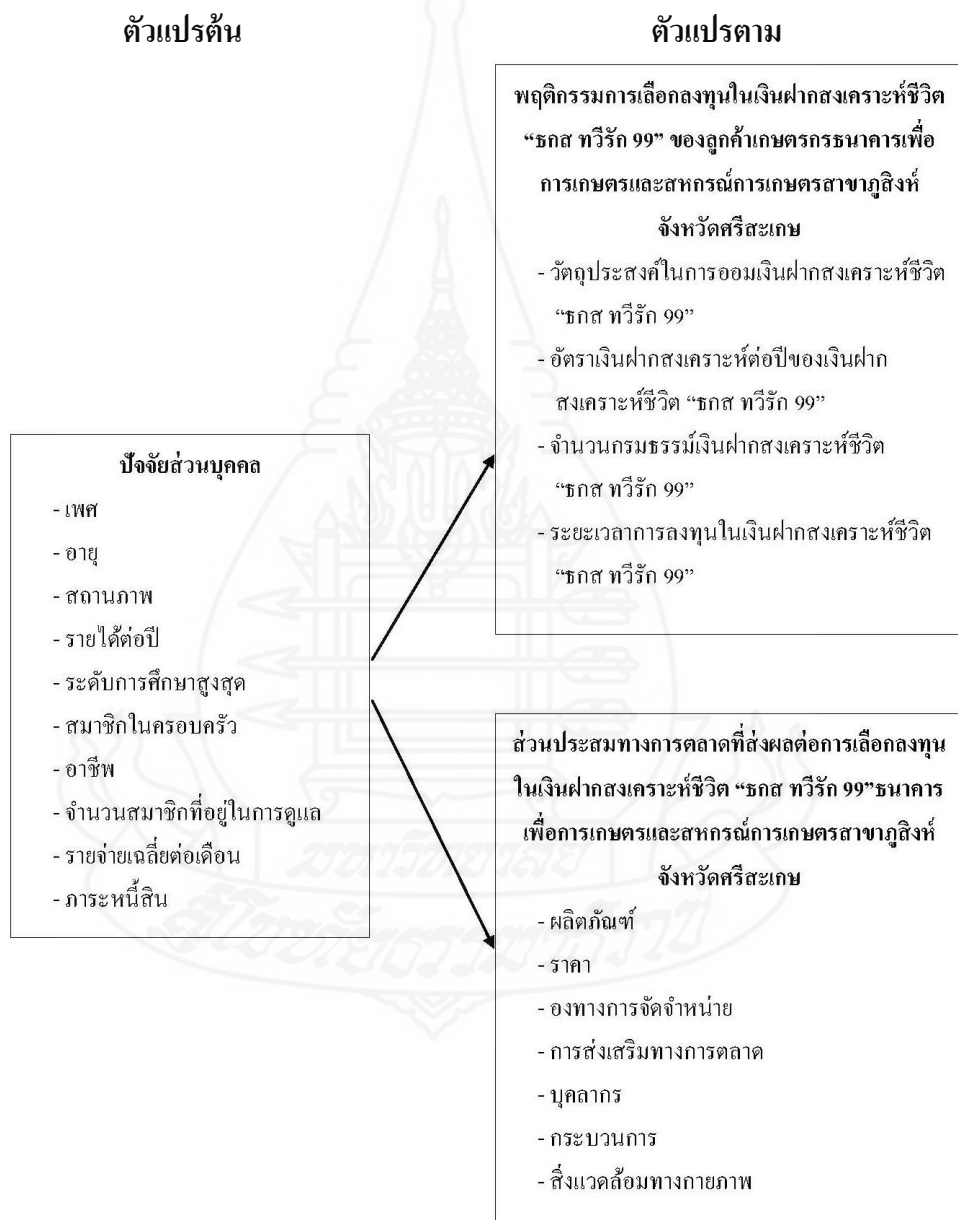
## 3. คำถามการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษหรือไม่



#### 4. กรอบแนวคิดของการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา

## 5. สมมติฐานการศึกษา

5.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

5.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน

## 6. ขอบเขตของการศึกษา

### 6.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่จะศึกษาในครั้งนี้ คือลูกค้าเกษตรกรที่ใช้บริการฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวนทั้งสิ้น 1,128 ราย (อ้างอิงจากข้อมูลลูกค้าเกษตรกรที่ใช้บริการฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ณ วันที่ 30 เมษายน 2564)

### 6.2 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาดังแต่เดือนเมษายน-เดือนสิงหาคม 2564 รวมเป็นระยะเวลา 5 เดือน

### 6.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ลูกค้าเกษตรกรที่ใช้บริการฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

## 7. นิยามศัพท์เฉพาะ

7.1 ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือต่างๆ ทางการตลาดที่กิจการใช้เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ



**7.2 ธนาคาร** หมายถึง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

**7.3 ลูกค้าเกษตรกร** หมายถึง เกษตรกรที่เป็นลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ที่มีอายุระหว่าง 20-60 ปีบริบูรณ์ ที่ประกอบอาชีพในการทำนา การทำสวนยางพารา การทำไร่มันสำปะหลัง เลี้ยงโค เลี้ยงกระบือ รับจ้างทำการเกษตร หรืออาชีพการเกษตรอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด โดยให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา และให้หมายความรวมถึงเกษตรกรตามกฎหมาย ว่าด้วยการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม

**7.4 ผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต** เป็นรูปแบบหนึ่งของการทำประกันชีวิต ซึ่งเป็นการรับฝากเงิน โดยมีข้อตกลงว่าจะจ่ายเงินทุนสงเคราะห์หรือเงินครบกำหนดสัญญา โดยอาศัยการมรณกรรมหรือการมีชีวิตของผู้ฝากเงินสงเคราะห์ เพื่อให้ความคุ้มครองชีวิตหรือการมีชีวิตอยู่จนครบกำหนดอายุของสัญญาตามสิทธิประโยชน์และระยะเวลาของสงเคราะห์ชีวิต (กฎหมายฉบับที่ 2560)

**7.5 ธกส ทวีรัก 99** หมายถึง กรมธรรม์การฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตรายบุคคล เพื่อการคุ้มครองชีวิตตลอดชีพถึงอายุ 99 ปีบริบูรณ์

## 8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

8.1 ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อเป็นประโยชน์ในพัฒนาผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเลือกลงทุนและความต้องการของผู้ใช้บริการ

8.2 ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคาร

8.3 ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ และผู้เกี่ยวข้องให้สามารถข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ส่งเสริมการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” รวมไปถึงบุคคลทั่วไปสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปเป็นแนวทาง ในการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ผู้ศึกษาได้รวบรวม แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับดังนี้

1. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
2. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

การตลาด (Marketing) เป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับผลิตภัณฑ์ที่สนองความจำเป็นและความต้องการได้ โดยมีเครื่องมือสำหรับการสร้าง การเสนอและการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ากับบุคคลอื่น กล่าวได้ว่าการตลาด ประกอบด้วย ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความต้องการซื้อ (Demands) ของกลุ่มเป้าหมาย การกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าจำเป็นเป็นหน้าที่หลักของการตลาด ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์ (Product) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณค่าและมีคุณภาพที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้ (Kotler, 2003) ในการสร้างความพึงพอใจ จึงต้องคำนึงถึงสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาด ที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

ภาวิณี กาญจนภา (2554) ส่วนประสมทางการตลาด เป็นการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยนักการตลาดจะต้องมีการตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายขององค์กรธุรกิจ ส่วนประสมทางการตลาดนี้นับเป็นกิจกรรมทางการตลาด ที่องค์กรธุรกิจสามารถควบคุมได้

Kotler (2003) ส่วนประสมทางการตลาดเป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร ซึ่งแต่ละกลุ่มบุคคลจะได้รับสิ่งที่สนองความต้องการจากการเสนอ (Offering) และการแลกเปลี่ยน (Exchanging) ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่ากับบุคคลอื่น สามารถแสดงความหมายของการตลาดได้ดังนี้ เป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร มีวัตถุประสงค์คือ ทำให้บุคคลแต่ละบุคคลได้รับผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการและบริการที่มีคุณค่าให้กับบุคคลอื่น ในความหมายของการจัดการ (Management) การตลาด (Marketing) เป็นกระบวนการวางแผนและการบริหารแนวความคิด (Concepting) เกี่ยวกับการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย ความคิด สินค้าและบริการ เพื่อสร้างการแลกเปลี่ยนที่ตอบสนองความพึงพอใจของบุคคล

Kotler (2000) ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลุ่มเครื่องมือด้านการตลาดที่บริษัทนำมาใช้เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการตลาดของบริษัทในตลาดเป้าหมาย ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่มีอิทธิพลและมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจการตลาดเป็นปัจจัยที่ควบคุมได้ นักการตลาดจะกำหนดปรับเปลี่ยน ปรับปรุงแก้ไขได้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และวัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อตอบสนองความพอใจและความต้องการของตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย

ดังนั้นผู้วิจัยให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการติดต่อสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาด ซึ่งปัจจัยทั้ง 4 ล้วนมีความสำคัญไม่ต่างกัน ดังนั้น ปัจจัยทั้ง 4 จะเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ส่วนประสมทางการตลาดจะเป็นตัวกระตุ้นทางการตลาดในการสร้างความต้องการซื้อในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งหมายถึงการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนั่นเอง

Philip Kotler (1973) ได้ให้นิยาม/แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะมีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

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

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการ ที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการ ติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติ ที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถ สร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย สะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติ ในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ หมายถึง ตัวแปรทางการตลาด ที่ควบคุมได้ซึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค โดยมีส่วนประสมการตลาดเป็นตัวสื่อสาร ข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อที่มีศักยภาพเพื่อชักจูงทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อส่วนประสมการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) ประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนอง ต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

- (1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างทางการแข่งขัน
- (2) พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ
- (3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

(4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

- (5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และสายผลิตภัณฑ์

2) ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน และราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ กับราคาของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

(1) คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

- (2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

(3) สภาพการแข่งขันในตลาด

- (4) กลยุทธ์การตลาดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาพลักษณ์ของสินค้า การส่งเสริมการขาย

3) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันหรือกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันการตลาดส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

(1) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์หรือกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

(2) การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมการกระจายตัวสินค้า

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้



หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสาน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน ได้เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ มีดังนี้

(1) การ โฆษณา เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิดที่ต้องการมีการจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์รายการ

(2) การขายโดยใช้พนักงาน เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสาร และจุดตลาดโดยใช้บุคคล

(3) การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้หรือการซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น

(4) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน กระบวนการ ประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มี การวางแผนโดยองค์กรหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

(5) การตลาดทางตรง และการตลาดเชื่อมตรง เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที

5) บุคลากร (People) หรือ พนักงาน (Employee) เป็นส่วนประสมการตลาดซึ่งต้องอาศัย การคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ และสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้ รวมทั้งมีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท จะครอบคลุม 2 ประเด็น ดังนี้

(1) บทบาทของบุคลากร สำหรับธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตบริการแล้วยังต้องทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์บริการไปพร้อมๆ กันด้วย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีส่วนจำเป็นอย่างมากสำหรับการบริการ

(2) ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าด้วยกัน คุณภาพการบริการของลูกค้ารายหนึ่ง อาจมีผลมาจากลูกค้าอื่นแนะนำมา ตัวอย่างที่เกิดขึ้น เช่น กลุ่มลูกค้าหรือลูกค้าจากร้านอาหารที่บอกต่อกันไปแต่ปัญหาหนึ่งที่ผู้บริหารการตลาดจะพบก็คือการควบคุมระดับของคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับคงที่

6) กระบวนการ (Process) ในกลุ่มธุรกิจบริการ กระบวนการในการส่งมอบบริการ มีความสัมพันธ์เช่นเดียวกับเรื่องทรัพยากรบุคคล แม้ว่าผู้ให้บริการจะมีความสนใจดูแลลูกค้าอย่างดี ก็ไม่สามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ทั้งหมด เช่น การเข้าแถวรอ ระบบการส่งมอบบริการจะครอบคลุมถึงนโยบายและกระบวนการที่นำมาใช้ ระดับการใช้เครื่องจักรกลในการให้บริการอำนาจตัดสินใจของพนักงาน การที่มีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการให้บริการ อย่างไรก็ตามความสำคัญของประเด็นปัญหาดังกล่าวไม่เพียงแต่จะสำคัญต่อฝ่ายปฏิบัติการเท่านั้น แต่ยังมีมีความสำคัญต่อฝ่ายการตลาดด้วย เนื่องจากเกี่ยวข้องกับความพอใจที่ลูกค้าได้รับ จะเห็นได้ว่าการจัดการตลาดต้องให้ความสนใจในเรื่องของกระบวนการให้บริการและการนำเสนอ ดังนั้นส่วนประสมการตลาดก็ควรครอบคลุมถึงประเด็นของกระบวนการนี้ด้วย

7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การพัฒนาทางด้านกายภาพ ซึ่งลูกค้ามองเห็นได้และรูปแบบการให้บริการ โดยการสร้างภาพรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า ได้ทราบถึงภาพลักษณ์ของการให้บริการอย่างชัดเจน

## 2. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

### 2.1 ประวัติการก่อตั้ง

พ.ศ. 2509 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

นายจำเนียร สาระนาค ผู้จัดการ ธ.ก.ส. คนแรกได้วางรากฐานการดำเนินงาน พร้อมทั้งอุดมการณ์การทำงานให้พนักงาน ธ.ก.ส. ทุกคนละเว้นการอันควรต่างๆ โดยได้อบรมสั่งสอนให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็ว ซื่อสัตย์ สุจริต และไม่เบียดเบียนลูกค้า เพราะงานสินเชื่อเพื่อการเกษตรเป็นงานที่กว้างขวางและซับซ้อน ต้องศึกษาและค้นคว้าเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อให้มีความรู้ ความชำนาญยิ่งขึ้น ขอให้ท่านละเว้นการอันควรละเว้น ไม่เบียดเบียนเกษตรกรลูกค้า จงทำงานหนัก เร่งรัด ทุ่มเท ทุ่มต้อง และแม่นยำ กอปรด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งพนักงาน ธ.ก.ส. ถือปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบัน (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2562)

## 2.2 วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นธนาคารพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน มุ่งสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชนบท

## 2.3 พันธกิจ (Mission)

2.3.1 เป็นศูนย์กลางทางการเงินที่ให้บริการทางการเงินครบวงจรและทันสมัย ในภาคชนบท

2.3.2 พัฒนาการบริหารและจัดการทรัพยากร เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรประสิทธิภาพสูง อย่างมีธรรมาภิบาล

2.3.3 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและเพิ่มรายได้ของคนในชนบท

2.3.4 สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน โดยให้ความรู้และเงินทุน ที่คำนึงถึงคุณค่าร่วมที่สมดุลด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

## 2.4 ปรับบทบาท ธนาคารพัฒนาชนบท

ทศวรรษที่ 5 (พ.ศ. 2550-ปัจจุบัน) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อย และให้บริการสินเชื่อที่หลากหลาย

เข้าสู่ทศวรรษที่ 5 ธ.ก.ส. ยังคงมุ่งมั่นกับภารกิจพัฒนาชนบทภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อย อีกทั้งขยายการให้บริการสินเชื่อไปสู่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้านหรือชุมชน องค์กรที่เกี่ยวข้อง และสหกรณ์ทุกประเภท ให้สามารถเข้าถึงแหล่งทุนในระบบ พร้อมทั้งสนับสนุนสินเชื่อเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม เพื่อให้เกษตรกรลูกค้ามีฐานะและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อีกทั้งสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานทำงานเป็นทีม มีความซื่อสัตย์ มีสำนึกรับผิดชอบ และใช้ชีวิตพอเพียงบนมาตรฐานเดียวกัน ทุกช่วงเวลาที่ผ่านมา ธ.ก.ส. มุ่งมั่นต่อพันธกิจที่มีต่อเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนเกษตรกร และเศรษฐกิจภาคเกษตรในชนบทให้เติบโตได้อย่างมั่นคงยั่งยืน

## 2.5 วัตถุประสงค์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

2.5.1 ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตรสำหรับการ

- 1) ประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม
- 2) ประกอบอาชีพอย่างอื่นเพื่อเพิ่มรายได้
- 3) พัฒนาความรู้ในด้านเกษตรกรรมหรืออาชีพอย่างอื่นเพื่อเพิ่มรายได้

หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร



4) ดำเนินกิจการตามโครงการที่เป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบ เกษตรกรรม ซึ่งเป็นการดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิต ของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

2.5.2 ประกอบธุรกิจอื่นอันเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม

2.5.3 ดำเนินงานเป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาชนบท โดยให้ความช่วยเหลือ ทางการเงินหรือการบริหารจัดการแก่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้าน หรือชุมชน รวมทั้งองค์กรที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบใด ที่มีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการประกอบอาชีพ ของเกษตรกรหรือชุมชน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์ของเกษตรกร หรือชุมชนให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการลงทุน การผลิต การแปรรูป และการตลาด หรือเพื่อส่งเสริม ให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจหรือเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต

2.5.4 ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์ เพื่อใช้ดำเนินงานภายใต้ขอบเขต วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสหกรณ์

## 2.6 แนวนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐ (Statement of Directions : SODs)

กระทรวงการคลัง โดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ได้กำหนดให้รัฐวิสาหกิจจัดทำแผนงานรายปีและแผนวิสาหกิจระยะ 5 ปี ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ รัฐวิสาหกิจภาพรวมและรายสาขา เพื่อให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจอย่างเป็นระบบและสอดคล้อง กับยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนให้นำไปปฏิบัติและประเมินผลการดำเนินงาน ดังนี้

### 2.6.1 ยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจภาพรวม

รัฐวิสาหกิจมีบทบาทในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ โดยสามารถเร่งการลงทุน ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และมีความแข็งแกร่งทางการเงิน โดยเน้นการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยี มาพัฒนางานและเพิ่มประสิทธิภาพ ภายใต้ระบบธรรมาภิบาลที่โปร่งใสและมีคุณธรรม และการน้อมนำ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้

### 2.6.2 ยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจสาขาสถาบันการเงิน

เป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนา ในการสร้างโอกาสให้ประชาชน เข้าถึงแหล่งเงินทุนอย่างทั่วถึงควบคู่กับการให้ความรู้ทางการเงินเพื่อสนับสนุนความเข้มแข็ง เศรษฐกิจฐานราก พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและลดความเหลื่อมล้ำ ในสังคมภายใต้การบริหารจัดการองค์กรที่มั่นคง โปร่งใส และยั่งยืนโดยการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและให้บริการทางการเงิน

## 2.7 เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

หากกล่าวถึงเรื่องการออมเงินแล้ว คนส่วนใหญ่มักจะนิยมเก็บเงินออมไว้ในรูปแบบของการฝากเงินเนื่องจากความสะดวกในการนำเงินไปฝากไว้กับธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินที่อยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงานสามารถติดต่อได้ง่าย มีสภาพคล่องที่สามารถเบิกถอนได้เมื่อมีความจำเป็นต้องใช้เงิน อีกทั้งยังมีความเสี่ยงต่อการสูญเสียของเงินต้นน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับการลงทุนในตราสารการเงินประเภทอื่นๆ เงินฝากที่เป็นที่รู้จักกันดี ได้แก่ เงินฝากออมทรัพย์ และเงินฝากประจำ แต่ในปัจจุบันนี้ ธนาคารของรัฐได้มีบริการเงินฝากอีกประเภทหนึ่งเรียกว่า เงินฝากเพื่อสงเคราะห์ชีวิต และครอบครัว โดยรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนเงินฝากดังกล่าว เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนมีการออมเงินและเสริมสร้างหลักประกันทางการเงิน และได้ออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 326 (พ.ศ. 2560) ให้เงินฝากดังกล่าวสามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีได้เช่นเดียวกับเบี้ยประกันชีวิต การบริการรับฝากเงินเพื่อสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวเป็นรูปแบบหนึ่งของการทำประกันชีวิต ซึ่งเป็นการรับฝากเงินโดยมีข้อตกลงว่าจะจ่ายเงินทุนสงเคราะห์หรือเงินครบกำหนดสัญญา โดยอาศัยการมรณกรรมหรือการมีชีวิตของผู้ฝากเงินสงเคราะห์เพื่อให้ความคุ้มครองชีวิตหรือการมีชีวิตอยู่จนครบกำหนดอายุของสัญญาตามสิทธิประโยชน์และระยะเวลาของสงเคราะห์ชีวิต เช่น เงินฝากคุ้มครองชีวิต และออมทรัพย์ระยะเวลาคุ้มครอง 12 ปี ระยะเวลาส่งเงินฝาก 10 ปี ให้ความคุ้มครองการเสียชีวิตจากเจ็บป่วยหรืออุบัติเหตุ เมื่อครบกำหนดมีเงินคืนพร้อมเงินสมนาคุณ 8 เท่าของจำนวนเงินที่ส่งฝากรายเดือน โดยสามารถเลือกส่งเงินออมเป็นรายเดือน เดือนละ 300-1,000 บาท (ฤทัยกาญจน์ นาคปรารภ, 2560)

## 2.8 ผลกระทบที่เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

### 2.8.1 เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบรัก ๑/๑

- 1) ประเภทผลิตภัณฑ์ กรมธรรม์การฝากเงินสงเคราะห์ แบบคุ้มครองเงินเชื่อแก่ลูกค้าผู้กู้ ลูกหนี้ร่วม และคู่สมรส ตามข้อบังคับที่ธนาคารกำหนด (ฉ.44 และ ฉ.45)
- 2) ระยะเวลาดำเนินโครงการ เปิดรับฝากฯ ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2561 ถึงปัจจุบัน
- 3) วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นหลักประกันแบบคุ้มครองเงินเชื่อให้กับลูกค้าผู้กู้ ธ.ก.ส. ลูกหนี้ร่วม และคู่สมรส ยามเสียชีวิตก่อนวัยอันควร บรรเทาความเดือดร้อนแก่ครอบครัวเกษตรกร
- 4) กลุ่มเป้าหมาย/คุณสมบัติ
  - (1) เกษตรกรลูกค้าผู้กู้ ลูกหนี้ร่วม และคู่สมรส ตามข้อบังคับ ฉ.44 และ ฉ.45 โดยต้องมีวงเงินกู้กับธนาคาร
  - (2) อายุ 20 – 60 ปีบริบูรณ์ ซึ่งสามารถส่งชำระต่อเนื่องได้จนถึงอายุ 70 ปีบริบูรณ์

(3) สุขภาพร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ ภาวะครบถ้วนไม่มีส่วนหนึ่งส่วนใดพิการ

5) ระยะเวลาให้ความคุ้มครอง ระยะเวลาคุ้มครอง 1 ปี ครอบคลุมไม่มีเงินคืนคุ้มครองตั้งแต่วันที่วันที่ธนาคารระบุวันเริ่มคุ้มครองถึงวันที่สิ้นสุดตามกรมธรรม์ และสามารถส่งชำระต่อไปปีถัดไป เพื่อรับความคุ้มครองอย่างต่อเนื่อง

6) อัตราเงินฝากสงเคราะห์ขั้นต่ำและสูงสุด

(1) อัตราเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตขั้นต่ำสุด สำหรับผู้ฝากฯ ที่มีอายุ 20 ปี บริบูรณ์ เท่ากับ 365 บาท / ปี ต่อวงเงินคุ้มครอง 100,000 บาท

(2) อัตราเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตขั้นสูงสุด สำหรับผู้ฝากฯ ที่ส่งชำระต่อเนื่องถึงอายุ 70 ปีบริบูรณ์ เท่ากับ 1,265 บาท / ปี ต่อวงเงินคุ้มครอง 100,000 บาท

7) อัตราเงินฝากสงเคราะห์

(1) อัตราเงินฝากสงเคราะห์แยกตามช่วงอายุของผู้ฝากฯ โดยส่งชำระเป็นรายปี

ตารางที่ 2.1 อัตราเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอประกัน ๑/๑ ต่อเงินทุนสงเคราะห์ 100,000 บาท ตามช่วงอายุ

ตารางอัตราเงินฝากสงเคราะห์ ต่อเงินทุนสงเคราะห์ 100,000 บาท	
ช่วงอายุ	อัตราเงินฝากสงเคราะห์ต่อปี
20-50	365
51-60	665
61-65	965
66-70	1,265

(2) ขยายคุ้มครองอุบัติเหตุ (อบ.1) อัตรา 150 บาทต่อเงินทุนสงเคราะห์ ความคุ้มครองอุบัติเหตุเพิ่มเติม 100,000 บาทต่อปี สูงสุดไม่เกินจำนวนเงินทุนสงเคราะห์หลัก

8) วงเงินคุ้มครอง

(1) คุ้มครองตามจำนวนเงินทุนสงเคราะห์ สูงสุดไม่เกิน 1,000,000 บาท ต่อราย สำหรับลูกค้าผู้กู้ และลูกหนี้ร่วม ตามข้อบังคับ ฉ.44 และ ฉ.45 โดยไม่รวมถึงหนี้ที่เป็นโครงการและนโยบายภาครัฐ วงเงินคุ้มครองไม่เกิน 500,000 บาท อ้างอิงกับ จำนวนวงเงินกู้ ที่มีกับธนาคาร

อำนาจอนุมัติสาขา วงเงินคุ้มครองที่รวมแล้ว เกินกว่า 500,000 บาท อ้างอิงกับ จำนวนหนี้คงเหลือ ที่มีอยู่จริงกับธนาคาร ซึ่งส่ง สนง. เพื่อพิจารณา

(2) สำหรับคู่สมรส คุ้มครองตามจำนวนเงินทุนสงเคราะห์สูงสุด ไม่เกิน 200,000 บาทต่อราย กำหนดเงินทุนสงเคราะห์ขั้นต่ำ และเพิ่มขึ้นขั้นละ 100,000 บาท

9) ความคุ้มครอง (หลัก) เสียชีวิตหรือทุพพลภาพวาระสิ้นเชิง ผู้รับประโยชน์ หรือผู้ฝากเงินสงเคราะห์ตามแต่กรณี จะได้รับเงิน 100% ของเงินทุนสงเคราะห์ส่วนที่เหลือ หลังจากหักชำระหนี้ที่มีกับธนาคาร

10) ความคุ้มครอง (พิเศษ) กรณีขอรับความคุ้มครองอุบัติเหตุเพิ่มเติม

(1) กรณีเสียชีวิตจากอุบัติเหตุ รับเพิ่มอีก 100% ของเงินทุนสงเคราะห์

(2) คุ้มครองสูญเสียอวัยวะ สายตา และทุพพลภาพวาระสิ้นเชิง อันเนื่องมาจากการประสบอุบัติเหตุ ภายใน 180 วันนับตั้งแต่วันที่เกิดอุบัติเหตุ รับเงินผลประโยชน์ ตามเงื่อนไขกรมธรรม์สัญญาเพิ่มเติมอุบัติเหตุ

11) ระยะเวลารอคอย กรมธรรม์มีผลบังคับ โดยสมบูรณ์หลังจากระยะเวลา รอคอย 90 วัน

12) ระยะเวลาบอกล้างสัญญา ธนาคารมีสิทธิโต้แย้งหรือคัดค้านความไม่สมบูรณ์ ของสัญญา หรือบอกล้างสัญญาได้ภายใน 1 ปี

13) ข้อยกเว้นความคุ้มครอง

(1) ฆ่าตัวตายภายใน 1 ปี นับแต่วันที่กรมธรรม์มีผลบังคับ

(2) ถูกผู้รับประโยชน์ฆ่าตายโดยเจตนา

(3) เสียชีวิตจากกรณีเจ็บป่วยภายในกำหนดระยะเวลารอคอย 90 วัน นับแต่วันที่กรมธรรม์มีผลบังคับ ยกเว้นการเสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุ

(4) การเสียชีวิตของผู้ฝากเงิน ซึ่งเป็นผลโดยตรงจากสาเหตุต่อไปนี้

ก. สงคราม (ไม่ว่าจะประกาศหรือไม่ก็ตาม) การรุกราน/ การกระทำ ของศัตรูต่างชาติ สงครามกลางเมือง การปฏิวัติ การกบฏ การจลาจล การก่อความไม่สงบหรือการ ต่อต้านรัฐบาล การนัดหยุดงานหรือการปฏิบัติการของผู้ก่อการร้าย

ข. การกระทำความผิดทางอาญา โดยเจตนาหรือขณะถูกจับกุม หรือหลบหนีการจับกุม เพราะการกระทำผิดทางอาญานั้น

ค. ขณะที่ผู้ฝากเงินสงเคราะห์ปฏิบัติหน้าที่เป็นทหารตำรวจ หรืออาสาสมัครในการปฏิบัติการสงครามหรือเยี่ยงสงครามในกรณีปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวเป็นเวลา ติดต่อกันเกินกว่า 30 วัน

## (5) ข้อยกเว้นความคุ้มครองอุบัติเหตุ

- ก. การมีครรภ์หรือการให้กำเนิดเด็กหรือการแท้งบุตร
- ข. การดำน้ำ การถูกสัตว์ทำร้ายหรือการเข้าป่าล่าสัตว์
- ค. การทำการแข่งขันหรือการพนันขั้นต่อทุกชนิด รวมทั้งการแสดงหรือการเล่นผาดโผน
- ง. การโดยสารยานพาหนะใดๆ ที่มีได้รับการจดทะเบียนหรือได้รับอนุญาตเพื่อการโดยสาร
- จ. การฆ่าตัวตายหรือการทำร้ายร่างกายตนเอง หรือพยายามกระทำเช่นว่านั้น
- ฉ. การกระทำของผู้ฝากเงินสงเคราะห์ฯ อยู่ภายใต้ฤทธิ์สุรายาเสพติด หรือสารเสพติดให้โทษ
- ช. การได้รับเชื้อโรค เว้นแต่การติดเชื้อโรคหรือบาดเจ็บหรือโรคกลัวน้ำซึ่งเกิดขึ้นจากบาดแผลที่ได้รับอุบัติเหตุ
- ซ. การรักษาทางเวชกรรมหรือศัลยกรรม เว้นแต่ที่จำเป็นจะต้องกระทำเนื่องจากได้รับอุบัติเหตุ
- ฌ. อาวุธนิวเคลียร์ การแผ่รังสีหรือกัมมันตภาพรังสีจากเชื้อเพลิงนิวเคลียร์ หรือจากกากนิวเคลียร์ใดๆ อันเกิดจากการเผาไหม้ของเชื้อเพลิงนิวเคลียร์และจากกรรมวิธีใดๆ แห่งการแตกแยกตัวทางนิวเคลียร์ ซึ่งดำเนินการติดต่อกันไปโดยตัวเอง
- ญ. การเสียชีวิตซึ่งเป็นผลโดยตรงจากสาเหตุของข้อ ก-ง ข้างต้น โดยธนาคารจะจ่ายเงินฝากสงเคราะห์ที่ได้รับชำระไว้แล้วทั้งหมดให้แก่ผู้รับประโยชน์

## 14) การส่งใบแจ้งชำระงวดถัดไป (ตามรอบปีกรมธรรม์)

- (1) ธนาคารจัดส่งใบแจ้งชำระงวดถัดไป ทางไปรษณีย์ ล่วงหน้า 2 เดือน ก่อนถึงวันครบกำหนด
- (2) ธนาคารส่งข้อความแจ้งเตือน SMS ครั้งที่ 1 ก่อนวันครบกำหนดชำระงวดถัดไป 7 วัน และครั้งที่ 2 ก่อนวันครบกำหนดระยะเวลาผ่อนผัน 7 วัน

## 15) รูปแบบการชำระ

- (1) หักบัญชีตามทีระบุนในใบคำขอฝากเงินสงเคราะห์ โดยนำเงินเต็มจำนวนที่กำหนดตามงวดส่งชำระเข้าบัญชีของผู้ฝากเงินสงเคราะห์ตามวันที่ระบุในใบคำขอฝากเงินสงเคราะห์
- (2) ชำระเป็นเงินสด โดยติดต่อเคาน์เตอร์สาขาทั่วประเทศ เพื่อส่งชำระภายในวันที่ครบกำหนด หรือภายในระยะเวลาผ่อนผัน 31 วัน นับจากวันที่ครบกำหนด

(3) การชำระค่าเช่าเกินกว่าระยะเวลาผ่อนผัน 31 วัน มีผลให้กรมธรรม์ขาดผลบังคับและความคุ้มครองสิ้นสุดทันที

16) การต่ออายุกรมธรรม์กรณีขาดผลบังคับ ไม่สามารถขอต่ออายุสัญญากรมธรรม์ได้ ให้ดำเนินการขอฝากฯ ใหม่เท่านั้น

17) เอกสารประกอบใบคำขอฝาก

(1) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน พร้อมลงนามรับรอง

(2) สำเนาสมุดบัญชีเงินฝาก ธ.ก.ส. เพื่อหักบัญชีส่งฝาก

18) การเวนคืนกรมธรรม์ - ไม่มี -

19) การรับเงินตามมูลค่าใช้เงินสำเร็จ - ไม่มี -

### 2.8.2 เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส เพิ่มรัก 2 12/10

1) ประเภทผลิตภัณฑ์ เป็นกรมธรรม์การฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต เพื่อการคุ้มครองชีวิตและออมทรัพย์แบบมีระยะเวลา

2) ระยะเวลาดำเนินโครงการ เปิดรับฝากฯ ตั้งแต่ 15 ตุลาคม 2559 - ปัจจุบัน

3) วัตถุประสงค์

(1) เพื่อสร้างหลักประกันและวินัยการออมอย่างมีแบบแผน แก่เกษตรกรและครอบครัว เป็นภูมิคุ้มกันและยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

(2) ส่งชำระล่วงหน้าตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป รับส่วนลดเงินสดร้อยละ 4

(3) สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ตามที่กรมสรรพากรกำหนด

4) กลุ่มเป้าหมาย/คุณสมบัติ

(1) เป็นเกษตรกรหรือครอบครัวเกษตรกร

(2) อายุ 20-60 ปีบริบูรณ์

(3) มีสุขภาพร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์

5) ระยะเวลาให้ความคุ้มครอง คุ้มครองตั้งแต่วันที่ธนาคารระบุวันเริ่มคุ้มครองตามกรมธรรม์ มีระยะเวลาการส่งฝาก 10 ปี ระยะเวลาคุ้มครอง 12 ปี เมื่อครบกำหนดผู้ฝากจะได้รับเงินครบกำหนดพร้อมเงินสมนาคุณ 8 เท่าของจำนวนเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งฝากรายเดือน

6) อัตราเงินฝากสงเคราะห์ขั้นต่ำและสูงสุด

(1) อัตราเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตขั้นต่ำสุด สำหรับผู้ฝากฯ ที่ส่งฝากเดือนละ 300 บาท เท่ากับ 3,600 บาท / ปี ต้องวงเงินคุ้มครอง ประมาณ 36,000 บาท โดยขึ้นอยู่กับเพศ และอายุขณะขอฝากฯ



(2) อัตราเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตขั้นสูงสุด สำหรับผู้ฝากฯ ที่ส่งฝากเดือนละ 1,000 บาท เท่ากับ 12,000 บาท / ปี ต่อวงเงินคุ้มครองประมาณ 120,000 บาท โดยขึ้นอยู่กับเพศ และอายุขณะขอฝากฯ

7) อัตราเงินฝากสงเคราะห์

อัตราเงินฝากสงเคราะห์เป็นจำนวนเต็มร้อย ตั้งแต่ 300 - 1,000 บาทต่อเดือน

8) วงเงินคุ้มครอง ผู้ฝากฯ สามารถมีได้มากกว่า 1 กรมธรรม์ โดยมีจำนวนเงินทุนสงเคราะห์คุ้มครองสูงสุดไม่เกิน 200,000 บาทต่อราย (ไม่นับรวม เพิ่มรัก 12/10)

9) ความคุ้มครอง (หลัก)

(1) กรณีมีชีวิตอยู่:

เมื่อครบกำหนดกรมธรรม์ รับ 100% ของเงินทุนสงเคราะห์พร้อมเงินสมนาคุณ 8 เท่าของจำนวนเงินที่ส่งฝากรายเดือน

(2) กรณีเสียชีวิตตามเงื่อนไขกรมธรรม์:

ก. เสียชีวิตจากการเจ็บป่วยรับ 100% ของเงินทุนสงเคราะห์

ข. เสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุ รับเพิ่มอีก 100% ของเงินทุนสงเคราะห์

(3) ความคุ้มครอง (พิเศษ)

ก. กรณีทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง จะได้รับสิทธิพิเศษ ไม่ต้องส่งเงินฝากสงเคราะห์ โดยยังคงได้รับผลประโยชน์ตามเงื่อนไขกรมธรรม์

ข. ได้รับชดเชยรายได้รายวันตามจำนวนเงินที่ส่งฝากรายเดือน กรณีนอนพักรักษาตัวเป็นผู้ป่วยในโรงพยาบาลเนื่องมาจากการประสบอุบัติเหตุสูงสุด 30 วันต่อปี กรมธรรม์ ทั้งนี้ไม่สามารถยกยอดคงเหลือสะสมไปยังปีกรมธรรม์ถัดไปได้

ค. คุ้มครองสูญเสียอวัยวะ สายตา และทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง อันเนื่องมาจากการประสบอุบัติเหตุตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในบันทึกแนบท้ายกรมธรรม์

ทั้งนี้ ความคุ้มครองข้อ ข. และ ค. ข้างต้นจะสิ้นสุดทันทีที่กรมธรรม์ขาดผลบังคับจากการขาดส่งเงินฝากสงเคราะห์หรือพิสูจน์พบข้อเท็จจริงการขอรับความคุ้มครองไม่เป็นไปตามที่กำหนด

10) ระยะเวลารอคอย กรมธรรม์มีผลบังคับโดยสมบูรณ์หลังจากระยะเวลา รอคอย 180 วัน

11) ระยะเวลาบอกล้างสัญญา ธนาคารมีสิทธิโต้แย้งหรือคัดค้านความไม่สมบูรณ์ของสัญญา หรือบอกล้างสัญญาได้ภายใน 2 ปี

## 12) ข้อยกเว้นความคุ้มครอง

- (1) ฆ่าตัวตายภายใน 1 ปี นับแต่วันที่กรมธรรม์มีผลบังคับ
- (2) ถูกผู้รับประโยชน์ฆ่าตายโดยเจตนา
- (3) เสียชีวิตจากกรณีเจ็บป่วยภายในกำหนดระยะเวลารอคอย 180 วัน นับแต่วันที่กรมธรรม์มีผลบังคับ ยกเว้นการเสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุ
- (4) การเสียชีวิตของผู้ฝากเงิน ซึ่งเป็นผลโดยตรงจากสาเหตุต่อไปนี้
  - ก. สงคราม (ไม่ว่าจะประกาศหรือไม่ก็ตาม) การรุกราน/ การกระทำของศัตรูต่างชาติ สงครามกลางเมือง การปฏิวัติ การกบฏ การจลาจล การก่อความไม่สงบหรือการต่อต้านรัฐบาล การนัดหยุดงานหรือการปฏิบัติการของผู้ก่อการร้าย
  - ข. การกระทำความผิดทางอาญา โดยเจตนาหรือขณะถูกจับกุม หรือหลบหนีการจับกุม เพราะการกระทำผิดทางอาญานั้น
  - ค. ขณะที่ผู้ฝากเงินสงเคราะห์ปฏิบัติหน้าที่เป็นทหารตำรวจ หรืออาสาสมัครในการปฏิบัติการสงครามหรือเชิงสงครามในกรณีปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวเป็นเวลาติดต่อกันเกินกว่า 30 วัน
- (5) ความคุ้มครองอุบัติเหตุ
  - ก. การมีครรภ์หรือการให้กำเนิดเด็กหรือการแท้งบุตร
  - ข. การดำน้ำ การถูกสัตว์ทำร้ายหรือการเข้าป่าล่าสัตว์
  - ค. การทำการแข่งขันหรือการพนันขั้นต่อทุกชนิด รวมทั้งการแสดง หรือการเล่นผาดโผน
  - ง. การโดยสารยานพาหนะใดๆ ที่มีได้รับการจดทะเบียนหรือได้รับอนุญาตเพื่อการโดยสาร
  - จ. การถูกฆ่าหรือทำร้ายร่างกายโดยเจตนา
  - ฉ. การฆ่าตัวตายหรือการทำร้ายร่างกายตนเอง หรือพยายามกระทำ เช่นว่านั้น
  - ช. การกระทำของผู้ฝากเงินสงเคราะห์ขณะอยู่ภายใต้ฤทธิ์สุรา ยาเสพติด หรือสารเสพติดให้โทษ
  - ซ. การได้รับเชื้อโรค เว้นแต่การติดเชื้อโรคหรือบาดทะยัก หรือโรคกัณฐักซึ่งเกิดขึ้นจากบาดแผลที่ได้รับอุบัติเหตุ
  - ณ. การรักษาทางเวชกรรมหรือศัลยกรรม เว้นแต่ที่จำเป็นจะต้องกระทำ เนื่องจากได้รับอุบัติเหตุ



ญ. อาวุธนิวเคลียร์ การแผ่รังสีหรือกัมมันตภาพรังสีจากเชื้อเพลิงนิวเคลียร์ หรือจากกากนิวเคลียร์ใดๆ อันเกิดจากการเผาไหม้ของเชื้อเพลิงนิวเคลียร์และจากกรรมวิธีใดๆ แห่งการแตกแยกตัวทางนิวเคลียร์ ซึ่งดำเนินการติดต่อกันไปโดยตัวเอง

ฎ. การเสียชีวิตซึ่งเป็นผลโดยตรงจากสาเหตุของข้อ ก-ค ข้างต้น โดยธนาคารจะจ่ายเงินฝากสงเคราะห์ที่ได้รับชำระไว้แล้วทั้งหมดให้แก่ผู้รับประโยชน์

13) การส่งใบแจ้งชำระงวดถัดไป (ตามรอบกรมธรรม์ 1 เดือน / 3 เดือน / 6 เดือน / 12 เดือน)

(1) ธนาคารจัดส่งใบแจ้งชำระ งวดถัดไป ทางไปรษณีย์ ล่วงหน้า 2 เดือน ก่อนถึงวันครบกำหนด (เฉพาะผู้ที่ส่งฝากราย 12 เดือนเท่านั้น)

(2) ธนาคารส่งข้อความแจ้งเตือน SMS ครั้งที่ 1 ก่อนวันครบกำหนดชำระงวดถัดไป 7 วัน และครั้งที่ 2 ก่อนวันครบกำหนดระยะเวลาผ่อนผัน 7 วัน

#### 14) รูปแบบการชำระ

(1) หักบัญชีตามที่ระบุในใบคำขอฝากเงินสงเคราะห์ โดยนำเงินเต็มจำนวนที่กำหนดตามงวดส่งชำระเข้าบัญชีของผู้ฝากเงินสงเคราะห์ตามที่ระบุในใบคำขอฝากเงินสงเคราะห์

(2) ชำระเป็นเงินสด โดยติดต่อเคาน์เตอร์สาขาทั่วประเทศ เพื่อส่งชำระภายในวันที่ครบกำหนด หรือภายในระยะเวลาผ่อนผัน 2 เดือน นับจากวันที่ครบกำหนด

(3) การชำระล่าช้าเกินกว่าระยะเวลาผ่อนผัน 2 เดือน มีผลให้กรมธรรม์ขาดผลบังคับและความคุ้มครองสิ้นสุดทันที

15) การต่ออายุกรมธรรม์กรณีขาดผลบังคับ หากกรมธรรม์ขาดผลบังคับสามารถขอต่ออายุสัญญากรมธรรม์ได้ภายใน 5 ปี

#### 16) เอกสารประกอบใบคำขอฝาก

(1) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนพร้อมลงนามรับรอง

(2) สำเนาสมุดบัญชีเงินฝาก ธ.ก.ส. เพื่อหักบัญชีส่งฝาก

17) การเวนคืนกรมธรรม์ ผู้ฝากเงินสงเคราะห์ที่ขอยกเลิกกรมธรรม์ จะได้รับเงินสดตามมูลค่าเวนคืนกรมธรรม์ในปีกรมธรรม์นั้นๆ ตามตารางท้ายกรมธรรม์ โดยติดต่อได้ที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขาทั่วประเทศ

18) การรับเงินตามมูลค่าใช้เงินสำเร็จ ผู้ฝากเงินสงเคราะห์จะได้รับเงินมูลค่าใช้เงินสำเร็จในกรณีกรมธรรม์ขาดผลบังคับแล้ว เสียชีวิต หรือครบกำหนดสัญญา ซึ่งอ้างอิงจากการคำนวณและอัตราตามตารางท้ายกรมธรรม์ โดยติดต่อรับเงินได้ที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขาทั่วประเทศ

### 2.8.3 เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส ทวีรัก 99

1) ประเภทผลิตภัณฑ์ กรมธรรม์การฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตรายบุคคล เพื่อการคุ้มครองชีวิตตลอดชีพถึงอายุ 99 ปีบริบูรณ์

2) ระยะเวลาคํานินโครงการ เปิดรับฝากฯ ตั้งแต่ 20 พฤศจิกายน 2560 – ปัจจุบัน

3) วัตถุประสงค์

(1) เพื่อจูงใจเกษตรกรและครอบครัวเกษตรกรยุคใหม่หรือกลุ่มที่อายุน้อย มาสมัครเป็นสมาชิกสมาคมฯ มากยิ่งขึ้น และมีภาระจ่ายเงินสงเคราะห์ลดลง

(2) เพื่อให้สมาชิกปัจจุบันยังคงสภาพการเป็นสมาชิกมากยิ่งขึ้น

(3) เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนแก่สมาคมฌาปนกิจสงเคราะห์ ลูกค้า ธ.ก.ส.

4) กลุ่มเป้าหมาย/คุณสมบัติ

(1) สมาชิกสมาคมฌาปนกิจสงเคราะห์ลูกค้า ธ.ก.ส.

(2) เกษตรกรหรือครอบครัวเกษตรกร

(3) อายุ 20 – 60 ปีบริบูรณ์

(4) สุขภาพร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ อวัยวะครบถ้วนไม่มีส่วนใดส่วนหนึ่งพิการ

5) ระยะเวลาให้ความคุ้มครอง คุ้มครองตลอดชีพ ตั้งแต่วันที่วันที่ธนาคาร ระบุวันเริ่มคุ้มครองตามกรมธรรม์ ถึงวันที่ผู้ฝากเงินสงเคราะห์อายุครบ 99 ปีบริบูรณ์ และสถานะ กรมธรรม์มีผลบังคับ

6) อัตราเงินฝากสงเคราะห์ขั้นต่ำและสูงสุด

(1) อัตราเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตขั้นต่ำสุด สำหรับผู้ฝากฯ ที่มีอายุ 20 ปี บริบูรณ์ เท่ากับ 1,120 บาท / ปี ต่อวงเงินคุ้มครอง 100,000 บาท

(2) อัตราเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตขั้นสูงสุด สำหรับผู้ฝากฯ ที่มีอายุ 60 ปี บริบูรณ์ เท่ากับ 4,630 บาท / ปี ต่อวงเงินคุ้มครอง 100,000 บาท

7) อัตราเงินฝากสงเคราะห์ อัตราเงินฝากสงเคราะห์แยกตามอายุของผู้ฝากฯ โดยส่งชำระรายปีคงที่ตลอดสัญญาตารางอัตราเงินฝากสงเคราะห์ ต่อเงินทุนสงเคราะห์ 100,000 บาท

ตารางที่ 2.2 อัตราเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต รกส มอปรัก ๑/๑ ต่อเงินทุนสงเคราะห์ 100,000 บาท  
ตามอายุ

ตารางอัตราเงินฝากสงเคราะห์ ต่อเงินทุนสงเคราะห์ 100,000 บาท							
อายุ	บาท/ปี	อายุ	บาท/ปี	อายุ	บาท/ปี	อายุ	บาท/ปี
20	1,120	30	1,480	40	2,050	50	2,980
21	1,150	31	1,520	41	2,120	51	3,110
22	1,180	32	1,570	42	2,200	52	3,240
23	1,210	33	1,620	43	2,280	53	3,380
24	1,250	34	1,670	44	2,360	54	3,530
25	1,280	35	1,730	45	2,450	55	3,690
26	1,320	36	1,790	46	2,550	56	3,850
27	1,350	37	1,850	47	2,650	57	4,030
28	1,390	38	1,910	48	2,750	58	4,220
29	1,440	39	1,980	49	2,860	59	4,420
						60	4,430

(1) สำหรับผู้ฝากฯ ที่คงสภาพเป็นสมาชิกสมาคมฯ อย่างต่อเนื่อง ขยายความคุ้มครองอุบัติเหตุฟรี ตามจำนวนเงินทุนสงเคราะห์หลัก

(2) สำหรับผู้ฝากฯ ที่ไม่เป็นสมาชิกสมาคมฯ สามารถขยายคุ้มครองอุบัติเหตุ (อบ.1) อัตรา 150 บาทต่อความคุ้มครองอุบัติเหตุเพิ่มเติม 100,000 บาทต่อปี สูงสุดไม่เกิน จำนวนเงินทุนสงเคราะห์หลัก

8) **วงเงินคุ้มครอง** คุ้มครองตามจำนวนเงินทุนสงเคราะห์สูงสุดไม่เกิน 200,000 บาท ต่อราย (นับรวมกับผลิตภัณฑ์ รกส ทวีรัก ฌปก 1/1)

9) **ความคุ้มครอง (หลัก)**

(1) เสียชีวิตทุกกรณี รับ 100% ของเงินทุนสงเคราะห์

(2) ทูพพลภาพถาวรสิ้นเชิงจนถึงอายุครบ 70 ปีบริบูรณ์รับ 100% ของเงินทุนสงเคราะห์

(3) กรณีมีชีวิต อยู่จนถึงอายุครบ 99 ปีบริบูรณ์ รับ 100% ของเงินทุนสงเคราะห์

10) ความคุ้มครอง (พิเศษ) กรณีเสียชีวิตหรือทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง ด้วยสาเหตุอุบัติเหตุภายในอายุ 70 ปีบริบูรณ์ (มีข้อยกเว้นความคุ้มครองตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์)

(1) สำหรับผู้ฝากเงินสงเคราะห์ที่เป็นสมาชิกสมาคมฌาปนกิจสงเคราะห์ ลูกค้า ช.ก.ส. โดยขณะที่เกิดอุบัติเหตุผู้ฝากเงินสงเคราะห์ต้องยังคงสภาพการเป็นสมาชิกสมาคมฯ ตามที่ระบุไว้ในใบคำขอฝากเงินสงเคราะห์ รับเพิ่มอีก 100% ของเงินทุนสงเคราะห์

(2) สำหรับผู้ฝากเงินสงเคราะห์ที่ไม่เป็นสมาชิกสมาคมฯ แต่ขอขยายความคุ้มครองอุบัติเหตุเพิ่มเติม รับเพิ่ม 100% ตามวงเงินคุ้มครองอุบัติเหตุเพิ่มเติม

11) ระยะเวลารอคอย กรมธรรม์มีผลบังคับโดยสมบูรณ์หลังจากระยะเวลา รอคอย 180 วัน

12) ระยะเวลาบอกล้างสัญญา ธนาคารมีสิทธิโต้แย้งหรือคัดค้านความไม่สมบูรณ์ของสัญญา หรือบอกล้างสัญญาได้ภายใน 2 ปี

13) ข้อยกเว้นความคุ้มครอง

(1) ฆ่าตัวตายภายใน 1 ปี นับแต่วันที่กรมธรรม์มีผลบังคับ

(2) ถูกผู้รับประโยชน์ฆ่าตายโดยเจตนา

(3) เสียชีวิตจากกรณีเจ็บป่วยภายในกำหนดระยะเวลารอคอย 180 วัน นับแต่วันที่กรมธรรม์มีผลบังคับ ยกเว้นการเสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุ

(4) การเสียชีวิตของผู้ฝากเงิน ซึ่งเป็นผลโดยตรงจากสาเหตุต่อไปนี้

ก. สงคราม (ไม่ว่าจะประกาศหรือไม่ก็ตาม) การรุกราน/ การกระทำของศัตรูต่างชาติ สงครามกลางเมือง การปฏิวัติ การกบฏ การจลาจล การก่อความไม่สงบหรือการต่อต้านรัฐบาล การนัดหยุดงานหรือการปฏิบัติการของผู้ก่อการร้าย

ข. การกระทำความผิดทางอาญา โดยเจตนาหรือขณะถูกจับกุม หรือหลบหนีการจับกุม เพราะการกระทำผิดทางอาญานั้น

ค. ขณะที่ผู้ฝากเงินสงเคราะห์ปฏิบัติหน้าที่เป็นทหารตำรวจ หรืออาสาสมัครในการปฏิบัติการสงครามหรือเยี่ยงสงครามในกรณีปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวเป็นเวลาติดต่อกันเกินกว่า 30 วัน

(5) ข้อยกเว้นความคุ้มครองอุบัติเหตุ

ก. การมีครรภ์หรือการให้กำเนิดเด็กหรือการแท้งบุตร

ข. การดำน้ำ การถูกสัตว์ทำร้ายหรือการเข้าป่าล่าสัตว์

ค. การทำการแข่งขันหรือการพนันขันต่อทุกชนิด รวมทั้งการแสดง หรือการเล่นผาดโผน

ง. การโดยสารยานพาหนะใดๆ ที่มีได้รับการจดทะเบียนหรือได้รับอนุญาตเพื่อการโดยสาร

จ. การถูกฆ่าหรือทำร้ายร่างกาย โดยเจตนาของผู้รับประโยชน์

ฉ. การฆ่าตัวตายหรือการทำร้ายร่างกายตนเอง หรือพยายามกระทำเช่นว่านั้น

ช. การกระทำของผู้ฝากเงินสงเคราะห์ฯ ขณะอยู่ภายใต้ฤทธิ์สุรา ยาเสพติด หรือสารเสพติดให้โทษ

ซ. การได้รับเชื้อโรค เว้นแต่การติดเชื้อโรคหรือบาดทะยัก หรือโรคกลัวน้ำซึ่งเกิดขึ้นจากบาดแผลที่ได้รับอุบัติเหตุ

ฌ. การรักษาทางเวชกรรมหรือศัลยกรรม เว้นแต่ที่จำเป็นจะต้องกระทำเนื่องจากได้รับอุบัติเหตุ

ญ. อาวุธนิวเคลียร์ การแผ่รังสีหรือกัมมันตภาพรังสีจากเชื้อเพลิงนิวเคลียร์ หรือจากกากนิวเคลียร์ใดๆ อันเกิดจากการเผาไหม้ของเชื้อเพลิงนิวเคลียร์และจากกรรมวิธีใดๆ แห่งการแตกแยกตัวทางนิวเคลียร์ ซึ่งดำเนินการติดต่อกันไปโดยตัวเอง

ฎ. การเสียชีวิตซึ่งเป็นผลโดยตรงจากสาเหตุของข้อ ก-ง ข้างต้น โดยธนาคารจะจ่ายเงินฝากสงเคราะห์ที่ได้รับชำระไว้แล้วทั้งหมดให้แก่ผู้รับประโยชน์

#### 14) การส่งใบแจ้งชำระงวดถัดไป (ตามรอบปีกรมธรรม์)

(1) ธนาคารจัดส่งใบแจ้งชำระ งวดถัดไป ทางไปรษณีย์ ล่วงหน้า 2 เดือน ก่อนถึงวันครบกำหนด

(2) ธนาคารส่งข้อความแจ้งเตือน SMS ครั้งที่ 1 ก่อนวันครบกำหนดชำระงวดถัดไป 7 วัน และครั้งที่ 2 ก่อนวันครบกำหนดระยะเวลาผ่อนผัน 7 วัน

#### 15) รูปแบบการชำระ

(1) หักบัญชีตามที่ระบุในใบคำขอฝากเงินสงเคราะห์ โดยนำเงินเต็มจำนวนที่กำหนดตามงวดชำระเข้าบัญชีของผู้ฝากเงินสงเคราะห์ตามที่ระบุในใบคำขอฝากเงินสงเคราะห์

(2) ชำระเป็นเงินสด โดยติดต่อเคาน์เตอร์สาขาทั่วประเทศ เพื่อส่งชำระภายในวันที่ครบกำหนด หรือภายในระยะเวลาผ่อนผัน 31 วัน นับจากวันที่ครบกำหนด

(3) การชำระล่าช้าเกินกว่าระยะเวลาผ่อนผัน 31 วัน มีผลให้กรมธรรม์ขาดผลบังคับและความคุ้มครองสิ้นสุดทันที

16) การต่ออายุกรมธรรม์กรณีขาดผลบังคับ หากกรมธรรม์ขาดผลบังคับสามารถขอต่ออายุสัญญากรมธรรม์ได้ ภายใน 1 ปี

17) เอกสารประกอบใบคำขอฝาก

- (1) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน พร้อมลงนามรับรอง
- (2) สำเนาสมุดบัญชีเงินฝาก ธ.ก.ส. เพื่อหักบัญชีส่งฝาก

18) การเวนคืนกรมธรรม์ ผู้ฝากเงินสงเคราะห์ที่ขอยกเลิกกรมธรรม์ จะได้รับเงินสดตามมูลค่าเวนคืนกรมธรรม์ในปีกรมธรรม์นั้นๆ ตามตารางท้ายกรมธรรม์ โดยติดต่อได้ที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขาทั่วประเทศ

19) การรับเงินตามมูลค่าใช้เงินสำเร็จ ผู้ฝากเงินสงเคราะห์จะได้รับเงินมูลค่าใช้เงินสำเร็จในกรณีกรมธรรม์ขาดผลบังคับแล้ว เสียชีวิต หรือครบกำหนดสัญญา ซึ่งอ้างอิงจากกรณาคำนวณและอัตราตามตารางท้ายกรมธรรม์ โดยติดต่อรับเงินได้ที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขาทั่วประเทศ

### 3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกวิทย์ ธนอัสวานนท์และอริสรา เสขานนท์ (2562) ศึกษาเรื่องแนวทางการหากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส เพิ่มรัก 12/10 ของ ธ.ก.ส สาขาวังจันทน์การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและหาแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส เพิ่มรัก 12/10 ของ ธ.ก.ส สาขาวังจันทน์ ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภายในและภายนอกองค์กร คือ การสัมภาษณ์พนักงานสังกัด ธ.ก.ส สาขาวังจันทน์ จำนวน 10 คน ด้วยวิธีการการสรุปประเด็นปัญหาแล้วนำเสนอด้วยการบรรยาย การทำแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ประเภท ธกส เพิ่มรัก 12/10 และความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ซื้อที่มีผลต่อการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส เพิ่มรัก 12/10 ของ ธ.ก.ส สาขาวังจันทน์ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ลูกค้าผู้ออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต เพิ่มรัก 12/10 ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังจันทน์ จำนวน 200 คน โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อคำนวณหาค่าร้อยละสำหรับปัจจัยส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้ซื้อที่มีผลต่อการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส เพิ่มรัก 12/10 ผลการศึกษา พบว่า 1) ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 36.54 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 38.94 ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ในส่วนธนาคารยังมีการส่งเสริมการตลาดที่ยังไม่เพียงพอ ไม่ว่าจะเป็นด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและการที่มีพนักงานออกไปประชาสัมพันธ์ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภทเพิ่มรัก 12/10 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเกือบทุกด้านอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยระดับมากเป็นอันดับแรก คือ ด้านการสร้าง



และรูปแบบการเสนอ รองลงมา คือ ด้านพนักงาน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ จากผลการศึกษาผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจเพื่อค้นหาทางเลือกในการแก้ไขปัญหา ทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดพร้อมเหตุผลประกอบ ซึ่งสามารถกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดขายฝากสงเคราะห์ชีวิต เพิ่มรัก 12/10 ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังจันทน์ คือ มีกระบวนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการขายฐานลูกค้าใหม่ มีการแบ่งกลยุทธ์หรือวางแผนการประชาสัมพันธ์ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ

บุญชู บุญชื่นชม (2560) ศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายลูกค้าผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภท ธกส เพิ่มรัก 12/10 และ ธกส ทวีรัก 99 กรณีศึกษา จังหวัดจันทบุรี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจออมเงินกับกรรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ประเภท ธกส เพิ่มรัก และ ธกส ทวีรัก 99 การกำหนดกลยุทธ์การตลาด และจัดทำแนวทางการเพิ่มยอดขายลูกค้าผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ประเภท ธกส เพิ่มรัก และ ธกส ทวีรัก 99 กรณีศึกษา จังหวัดจันทบุรี โดยผู้ทำการศึกษาได้รวบรวมความคิดเห็นจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เป็นผู้บริหารของ ธ.ก.ส. ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 10 คน และลูกค้าที่มาใช้บริการที่ ธ.ก.ส. สาขาในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน จากการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด จึงเสนอแนวทางกลยุทธ์ โดยให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนกลางจะเป็นผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย ด้านกระบวนการการบริการลดขั้นตอนการทำงานให้รวดเร็ว และทันสมัย สำหรับด้านพนักงานต้องเสริมความรู้สร้างความมั่นใจเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร ให้สามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า และเพิ่มเติมกลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาดให้มีความหลากหลายช่องทาง เน้นใช้การสื่อสารแบบออนไลน์ส่งข่าวสารรวดเร็ว เข้าถึงง่ายเพิ่มการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายมากขึ้น เสนอให้มีการเชื่อมโยงไปยังระบบคะแนน A-Reward ซึ่งเป็นคะแนนสำหรับลูกค้าที่ทำธุรกรรมกับธนาคาร เป็นช่องทางหนึ่งในการทำ CRM ของธนาคารผ่านระบบ Line เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมายเกิดการซื้อผลิตภัณฑ์และใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตอย่างต่อเนื่อง และกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงการบอกต่อบุคคลในครอบครัว คนรู้จักให้มาใช้บริการกับธนาคาร



อภิชา แสนเมืองและคณะ (2559) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบุรี 1/1 ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดมหาสารคาม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบุรี 1/1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบุรี 1/1 ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าผู้ออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบุรี 1/1 ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 396 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น 0.963 โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบุรี 1/1 กับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 51-60 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประถมศึกษา และมีอาชีพเกษตรกรเกษตรกร (2) กลยุทธ์ทางการตลาด ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส. มอบุรี 1/1 โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ และด้านราคารายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบุรี 1/1 กำหนดหลักเกณฑ์การสมัครที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ด้านราคา เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบุรี 1/1 กำหนดให้มีการเพียงชำระครั้งเดียว และค่ามีราคาไม่สูง (กำหนดอัตรา 365 บาทต่อปี และทุนคุ้มครองอุบัติเหตุ ค่าเบี้ยประกัน 150 บาท) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดมหาสารคาม มีการจัดให้มีการฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบุรี 1/1 ประจำปี สามารถฝากได้หลายช่องทาง เช่น หน้าเคาน์เตอร์ธนาคารทุกสาขา โอนผ่านระบบ ATM ด้านส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์การออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบุรี 1/1 ได้อย่างทั่วถึง ด้านกระบวนการให้บริการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดมหาสารคาม มีระเบียบขั้นตอนการการรับฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบุรี 1/1 ไม่ยุ่งยาก รวดเร็ว ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดมหาสารคาม มีความรู้ความสามารถในการให้คำปรึกษาและแนะนำการฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบุรี 1/1 ได้เป็นอย่างดี ด้านลักษณะทางกายภาพ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดมหาสารคาม ตกแต่งพื้นที่บริการไว้อย่างสวยงามทันสมัยและจัดวางสิ่งของไว้เป็นระเบียบเรียบร้อย (3) กระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบุรี 1/1 โดยรวมอยู่ในระดับมาก

เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ การตัดสินใจซื้อหรือการซื้อ ความรู้สึก หลังการซื้อ และการรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น รายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านการรับรู้ ปัญหาหรือความจำเป็น ท่านมีความต้องการสร้างหลักประกันที่มั่นคงและให้ความคุ้มครองชีวิต ด้านการแสวงหาข้อมูล ท่านได้รับคำแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเงินฝากสงเคราะห์ ชกส มอบรัก 1/1 จากพนักงานธนาคาร ด้านการประเมินทางเลือก ท่านประเมินความคุ้มครองเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ชกส มอบรัก 1/1 แล้วเห็นว่าอัตราความคุ้มครองและผลตอบแทนดีกว่าการฝากเงินประเภทอื่น ด้านการตัดสินใจซื้อหรือการซื้อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดมหาสารคาม มีความมั่นคง (เมื่อเทียบกับธนาคารอื่นๆ) เนื่องจากเป็นรัฐวิสาหกิจ ด้านความรู้สึกหลังการซื้อ ชกส มอบรัก 1/1 มีการคุ้มครอง และสิทธิประโยชน์เป็นไปตามที่ธนาคารมีการโฆษณาไว้ และการให้บริการที่ได้รับตรงตามความต้องการ (4) กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านผลิตภัณฑ์ (SPO) ด้านราคา (SPI) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (SPL) ด้านกระบวนการให้บริการ (SPC) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (SPP) และด้านลักษณะทางกายภาพ (SPH) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ชกส มอบรัก 1/1 โดยรวม (DMT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านส่งเสริม การตลาด (SPR) ไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ชกส มอบรัก 1/1

ฉันทูธนิษา ละวันนา (2561) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมตลาด บริการในการเลือกฝากเงินประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่าด้านพฤติกรรมลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ส่วนใหญ่ ทำประกันชีวิต และเคยทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตอื่น โดยมีความต้องการความคุ้มครองชีวิตในวงเงิน 100,000 – 500,000 บาท และต้องการฝาก 10,001 บาทขึ้นไป/เดือน โดยมีระยะเวลา ความคุ้มครอง 11 – 15 ปีในรูปแบบของการสะสมทรัพย์ โดยส่วนมากตัดสินใจฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ด้วยตนเอง และแหล่งข้อมูลส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นในภาพรวม กระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาคือด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง จากการทดสอบความสัมพันธ์ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีค่าสูงที่สุดคือ ท่านเลือกฝากเพราะธนาคารมีรูปแบบของเงินฝากให้เลือกพิจารณาหลากหลายรูปแบบ สามารถเลือกฝากได้ตรงความต้องการของลูกค้า และมีเงื่อนไขของเงินฝากที่กำหนดได้ชัดเจน ด้านกระบวนการ ให้บริการพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีค่าสูงที่สุดคือ ธนาคารมีระบบเช็คข้อมูลการให้บริการ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว และน่าเชื่อถือ ธนาคารมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย มีขั้นตอนการดำเนินงานที่สะดวกและรวดเร็ว ด้านราคาพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีค่าสูงที่สุด

คือ ท่านเลือกฝากเพราะเงินงวดที่ส่งฝากค่อนข้างถูก มีอัตราค่าธรรมเนียมที่มีความเหมาะสมให้ลูกค้าได้สามารถส่งฝากได้ตามความต้องการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าสูงที่สุดคือ ธนาคารมีสาขาให้บริการอย่างทั่วถึง ลูกค้าใช้บริการได้สะดวก สามารถสอบถามการบริการผ่านระบบ Electronic ได้อย่างรวดเร็ว มีเจ้าหน้าที่ธนาคารอำนวยความสะดวกอย่างทั่วถึง ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าสูงที่สุดคือ ธนาคารมีการส่งข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์ถึงลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ธนาคารดูแลผลประโยชน์ของลูกค้าตลอดอายุการคุ้มครอง ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าสูงที่สุดคือ พนักงานดูแลลูกค้าตลอดอายุสัญญาการส่งฝากปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็วและถูกต้องมีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าสูงที่สุดคือ ธนาคารก่อตั้งมาเป็นเวลานานมีรูปลักษณ์ที่ทันสมัยและมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีส่วนประสมตลาดบริการในภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตในประเด็นวงเงินความต้องการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ระยะเวลาการคุ้มครองของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและรูปแบบของการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อมรรัตน์ บุตรราช (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตในด้านส่วนประสมการตลาดเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.25 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 23.50 มีสถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 41.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 48.25 อาชีพผู้ประกอบการ ร้อยละ 31.00 มีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 30.25 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตในด้านส่วนประสมการตลาดเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 7 ด้าน ตามลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 4.50 ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย 4.33 ด้านกระบวนการ 4.29 ด้านราคา 4.23 ด้านลักษณะทางกายภาพ 4.13 ด้านส่งเสริม การตลาด 4.12 และด้านบุคลากรที่ให้บริการ 4.07 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ และอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อ การเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จิตราทิพย์ ชาญญะเจริญและชฤตพน อุ่สวัสดิ์ (2560) ศึกษาเรื่อง การเพิ่มยอด FBI เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ของ ธ.ก.ส. สาขาบางปะอิน ธนาคารถือเป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทสูงในการดำเนินธุรกิจและมีผลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในประเทศในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยเฉพาะ ด้านเงินฝากจึงเป็นความท้าทายที่แต่ละธนาคารต้องแข่งขัน

กันเพื่อดำเนินกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้า ให้มาใช้บริการเงินฝากกับธนาคารของตน ดังนั้น การส่งมอบบริการของธนาคารต่างๆ แก่ลูกค้า จึงถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการธนาคารต่างๆ จะต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าเพื่อจะได้ สามารถแข่งขันในตลาดได้เป็นอย่างดีผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการการตัดสินใจทาประกันชีวิตประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้า เพื่อที่ผู้ประกอบการธนาคารจะได้นำข้อมูลจากการวิจัยไป สร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และออกผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

ปัทิตา จำปาเต็ม และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ GEN Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 24-27 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลตอบแทน สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจออมเงิน อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลตอบแทน และสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อนงนาฏ สุภกิจวิชกุลและประสพชัย พสุนนท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบพฤติกรรมการออมกับการบริหารการเงินก่อนเกษียณอายุ กรณีศึกษาบุคลากรมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยพฤติกรรมการออมเงินก่อนเกษียณอายุของบุคลากรมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์จำนวน 327 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามพฤติกรรมการออมและการบริหารการเงินก่อนเกษียณอายุ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.93 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การทดสอบไคร้สแควร์ (Chi-Square) T-test และ F-test (ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า

1) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด จำนวนสมาชิกในครอบครัวจำนวนบุตร บุคคลที่อยู่ในความรับผิดชอบ ประเภทของบุคลากร หน่วยงานที่สังกัด รายได้ต่อเดือนและรายจ่ายต่อเดือนมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการออม

2) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว ประเภทของบุคลากร หน่วยงานที่สังกัด รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการบริหารการเงินแตกต่างกัน ส่วนข้อมูลส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ จำนวนบุตร บุคคลที่อยู่ในความรับผิดชอบ และรายจ่ายต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการบริหารการเงินไม่แตกต่างกัน

3) พฤติกรรมการออม ได้แก่ อัตราการออม ลักษณะการออม วัตถุประสงค์ในการออม การเลือกรูปแบบการออม ระยะเวลาในการเก็บออม แหล่งข้อมูลในการเก็บออมและการวางแผนการออมเพื่อการเกษียณ



ตารางที่ 2.3 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	ผลการศึกษา
เอกวิทย์ ธนอัศวานนท์ และอริศรา เสขานนท์	เพื่อศึกษาและหาแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส. เพิ่มรัก 12/10 ของ ธ.ก.ส สาขาวังจันทน์	ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ระดับปริญญาตรี ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ ธนาคารมีการส่งเสริมการตลาด ที่ยังไม่เพียงพอ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจ ของลูกค้าอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการสร้างรูปแบบการนำเสนอ ผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจเพื่อค้นหา ทางเลือกในการแก้ไข้ปัญหา โดยเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการขายฐานลูกค้าใหม่ มีการ แบ่งกลยุทธ์หรือวางแผนการประชาสัมพันธ์ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ
บุญชู บุญชื่นชม	เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการธนาคารตัดสินใจออมเงิน กับกรรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ประเภท ธกส. เพิ่มรัก และ ธกส. ทวีรัก 99 การกำหนดกลยุทธ์การตลาด และจัดทำ แนวทางการเพิ่มยอดลูกค้าผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ประเภท ธกส. เพิ่มรัก และ ธกส. ทวีรัก 99	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด จึงเสนอแนวทางการกลยุทธ์ โดยให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการบริการ และด้านพนักงาน เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้า ทุกกลุ่มเป้าหมายเกิดการซื้อผลิตภัณฑ์และใช้บริการเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิตอย่างต่อเนื่อง และกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึง การบอกต่อบุคคลในครอบครัว คนรู้จักให้มาใช้บริการกับธนาคาร



ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	ผลการศึกษา
อภิชา แสนเมือง และคณะ	เพื่อศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต มอบริก 1/1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบริก 1/1 ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดมหาสารคาม	กลยุทธ์ทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ และด้านราคา มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของกระบวนการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับกระบวนการตัดสินใจ สำหรับด้านส่งเสริมการตลาด "ไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจ"
ณัฐธนิษา ละวันนา	พฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมตลาดบริการในการเลือกฝากเงินประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดอุดรดิตต์	ในภาพรวมกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับสูงสุด ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ในประเด็นวงเงินความถี่ของการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ระยะเวลาการคุ้มครองของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและรูปแบบของการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
อมรรัตน์ บุตรราช	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต เพศ อายุ และอาชีพแตกต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแตกต่างกัน สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	ผลการศึกษา
จิตรทิพย์ รัชฎะเจริญ และภฤตพณ อู่สวัสดิ์	ต้องการเพิ่มยอด FBI เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตให้กับสาขา บางปะอิน และวิเคราะห์ปัญหาพฤติกรรมกรรมการออมเงิน ของลูกค้า	ธนาคารถือเป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทสูงในการดำเนินธุรกิจ และมีผลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในประเทศไทยในปัจจุบัน ธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยเฉพาะ ด้านเงินฝาก จึงเป็นความท้าทายที่แต่ละธนาคารต้องแข่งขันกันเพื่อดำเนินกลยุทธ์ ในการดึงดูดลูกค้า ให้มาใช้บริการเงินฝากกับธนาคารของตน ดังนั้น การส่งเสริมบริการของธนาคารต่างๆ แก่ลูกค้า จึงถือเป็นสิ่งสำคัญ ที่ผู้ประกอบการธนาคารต่างๆ จะต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อจะได้ สามารถแข่งขันในตลาดได้เป็นอย่างดี
ปัทมา จำปาเต็ม และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์	เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจผลตอบแทน ที่มีอิทธิพล ในการตัดสินใจ และสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ที่มี อิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร	ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลตอบแทน และสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงิน ของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	ผลการศึกษา
อนงนาฎ สุภกิจวิชญกุล และประสพพัช พสุนนท์	เพื่อศึกษาคำความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยพฤติกรรมการออมเงินก่อนเกษียณอายุของบุคลากรมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์	ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนบุตร บุคคลที่อยู่ในความรับผิดชอบ ประเภทของบุคลากร หน่วยงานที่สังกัด รายได้ต่อเดือนและรายจ่าย ต่อเดือนมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการออม ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว ประเภทของบุคลากร หน่วยงานที่สังกัด รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการบริหารการเงินแตกต่างกัน ส่วนข้อมูลส่วนบุคคล ในด้านเพศอายุ จำนวนบุตร บุคคลที่อยู่ในความรับผิดชอบและรายจ่าย ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการบริหารการเงินไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการออม ได้แก่ อัตราการออม ลักษณะการออม วัตถุประสงค์ในการออม การเลือกรูปแบบการออม ระยะเวลาในการเก็บออม แหล่งข้อมูลในการเก็บออมและการวางแผนการออมเพื่อการเกษียณ

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการศึกษา

งานศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีแบบสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่จะศึกษาในครั้งนี้ คือลูกค้าเกษตรกรที่ใช้บริการฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวนทั้งสิ้น 1,128 ราย (อ้างอิงจากข้อมูลลูกค้าเกษตรกรที่ใช้บริการฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ณ วันที่ 30 เมษายน 2564)

กลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) และเป็นการศึกษาที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนแล้ว (พรรณงาม อารยวุฒิ, 2561, น. 4) ซึ่งกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ใช้สูตร ดังนี้

สูตรการหาขนาดตัวอย่าง

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

โดยที่

n = จำนวนของขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ความคลาดเคลื่อนจากการประมาณค่า (เท่ากับ 0.05)

$$\begin{aligned} \text{เมื่อแทนค่า จะได้} \\ n &= \frac{1,128}{1+1,128 (0.05)^2} \\ &= 295.287 \approx 296 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ผลการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตร Taro Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 295.87 หรือ 296 ตัวอย่าง ซึ่งจากการรวบรวมได้มาทั้งหมด 300 ตัวอย่าง โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ แจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าเกษตรกรของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

## 2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยแหล่งข้อมูลสำหรับการศึกษานี้สามารถแยกได้เป็น 2 ส่วน คือ

2.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ คือ ข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน

2.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ คือ การค้นหาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร วารสาร บทความทางอินเทอร์เน็ต และผลงานวิจัยต่างๆ เพื่อใช้ในการสร้างแบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 ผู้ศึกษาชี้แจงวัตถุประสงค์การศึกษาในครั้งนี้ พร้อมแนะนำวิธีการตอบแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ก่อนแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง

## 3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

3.1 ค้นหาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความทางอินเทอร์เน็ต แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยต่างๆ เพื่อสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.2 ร่างแบบสอบถาม พร้อมทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากแบบสอบถามที่ร่างไว้ โดยนำแบบสอบถามที่ร่างไว้ ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบและให้คำแนะนำ

3.3 แก้วไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คนที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการมากที่สุด แล้วนำมาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

3.4 ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง จากนั้นนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ที่มีคำถามชนิดปลายปิด เป็นเครื่องมือหลักที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเนื้อหาของแบบสอบถามกำหนดขึ้นตามวัตถุประสงค์ในการศึกษา ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิดทั้งหมด 10 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อปี ระดับการศึกษาสูงสุด สมาชิกในครอบครัว อาชีพ จำนวนสมาชิกที่อยู่ในการดูแล รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ภาระหนี้สิน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยเป็นคำถามปลายปิดทั้งหมด 4 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” อัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อเดือน จำนวนกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” และระยะเวลาการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” แบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด บุคลากร กระบวนการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

รูปแบบคำถามเป็นแบบ Likert's Scale ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยวัดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” 5 ระดับ ซึ่งกำหนดระดับคะแนนดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน	ผู้ตอบมีความคิดเห็น
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด



### เกณฑ์การแปลผล

การแปลผลใช้มาตรวัดแบบ Liker Scale ที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ กำหนดเกณฑ์ในการประเมินค่าคะแนนที่ได้จากคำตอบตามสัดส่วนการประมาณ มีระดับการตัดข้อมูลเป็นแบบมาตรวัดอันตรภาค หรือ ช่วง (Interval Scale) ที่มีค่าถามเชิงนิยามหรือมีความหมายในเชิงบวก (Positive) มีสูตร (อ้างอิงจาก ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์, 2543, น.15) ดังนี้

$$\text{Interval (I)} = \frac{\text{Rang(R)}}{\text{Class(C)}}$$

$$\text{เมื่อ R แทน คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด} = 5-1$$

$$\text{C แทน จำนวนชั้น} = 5$$

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

ระดับคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” (อ้างอิงจาก ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์, 2543, น. 15)

ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 0.80	น้อยที่สุด

### การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ดำเนินการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

1) การทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ร่างไว้ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศนันท อูปรมย์ (2) อาจารย์ ดร.กัลย์ ปิ่นเกษตร (3) นางพิสมัย ชาชุมพร พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของเครื่องมือ ตลอดจนการสื่อสารความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาหรือไม่ โดยใช้เกณฑ์การประเมิน ดังนี้

+1	คือ	ข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
0	คือ	ข้อความวัดได้ค่อนข้างตรงตามวัตถุประสงค์
-1	คือ	ข้อความวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence หรือ IOC) โดยคำนวณจากสูตร

$$IOC = \sum R/N$$

IOC = ดัชนีความสอดคล้องระหว่างผลการทดสอบกับจุดประสงค์

$\sum R$  = ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยคำถามแต่ละข้อต้องมีค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.5 (Rovinelli & Hambleton, 1977) ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้มีค่า IOC ที่ได้จากการทดสอบ เท่ากับ 0.954

2) การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการมากที่สุดจำนวน 30 คน แล้วจึงนำมาทดสอบความน่าเชื่อถือ โดยการคำนวณสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ซึ่งได้ผลทดสอบความน่าเชื่อถือเครื่องมือที่ 0.818

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการ ดังนี้

4.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้ศึกษาตรวจสอบดูความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

4.2 ทำการกำหนดรหัสข้อมูล (Code Book) ลงตามคู่มือลงรหัสที่ได้กำหนดไว้

4.3 ทำการประมวลผลข้อมูลนำข้อมูลที่กำหนดรหัสมาประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยผ่านโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

## 5. สถิติที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ ดังนี้

5.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ใช้สถิติสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

5.2 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ใช้สถิติสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ได้แก่ การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square test)

5.4 เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ได้แก่ การทดสอบที (t - test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA หรือ F - test)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ประชากรที่จะศึกษาในครั้งนี้ คือลูกค้าเกษตรกรที่ใช้บริการฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวนทั้งสิ้น 1,127 ราย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง ประมวลผลข้อมูลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผู้ศึกษาได้กำหนดใช้สัญลักษณ์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	กลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
$X^2$	แทน	ค่าสถิติทดสอบความสัมพันธ์โดยค่าสถิติ Chi – Square test
C.	แทน	ค่าสถิติวัดความสัมพันธ์โดยค่าสถิติ Contingency Coefficient
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบที่ใช้ในการพิจารณาใน t – Distribution
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบที่ใช้ในการพิจารณาใน f – Distribution
sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ผลทดสอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
$H_0$	แทน	สมมติฐานหลัก
$H_1$	แทน	สมมติฐานรอง

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนสมาชิกในการดูแล รายได้ต่อปี รายจ่ายต่อเดือน ภาระหนี้สิน มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละด้านปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 300)

ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	100	33.33
หญิง	200	66.67
รวม	300	100.00
<b>อายุ</b>		
อายุ 20 - 30 ปี	16	5.34
อายุ 31 - 40 ปี	105	35.00
อายุ 41 - 50 ปี	112	37.33
อายุ 51 - 60 ปี	67	22.33
รวม	300	100.00
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	66	22.00
สมรส	152	50.67
หย่าร้าง	18	6.00
หม้าย	22	7.33
แยกกันอยู่	18	6.00
อื่นๆ	24	8.00
รวม	300	100.00
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษา	145	48.33
มัธยมศึกษาตอนต้น	84	28.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	27	9.00
ปริญญาตรี/ปวส.	18	6.00
สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.67
อื่นๆ	24	8.00
รวม	300	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
การทำงาน	198	66.00
การทำสวนยางพารา	33	11.00
การทำไร่มันสำปะหลัง	52	17.33
เลี้ยงโค	5	1.67
เลี้ยงกระบือ	5	1.67
รับจ้างทำการเกษตร	4	1.33
อื่นๆ	3	1.00
รวม	300	100.00
สมาชิกในครอบครัว		
จำนวน 1 - 2 คน	43	14.33
จำนวน 3 - 4 คน	140	46.67
จำนวน 5 - 6 คน	102	34.00
มากกว่า 6 คน	15	5.00
รวม	300	100.00
จำนวนสมาชิกในการดูแล		
ไม่มี	54	18.00
จำนวน 1 - 2 คน	40	13.33
จำนวน 3 - 4 คน	114	38.00
จำนวน 5 - 6 คน	86	28.67
มากกว่า 6 คน	6	2.00
รวม	300	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อปี		
น้อยกว่า 30,000 บาท	3	1.00
30,000 - 100,000 บาท	14	4.67
100,001 - 150,000 บาท	32	10.67
150,001 - 200,000 บาท	56	18.67
200,001 - 250,000 บาท	98	32.66
250,001 - 300,000 บาท	68	22.66
สูงกว่า 300,000 บาท	29	9.67
รวม	300	100.00



ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท	5	1.67
1,000 - 3,000 บาท	12	4.00
3,001 - 5,000 บาท	33	11.00
5,001 - 8,000 บาท	68	22.66
8,001 - 10,000 บาท	93	31.00
10,001 - 12,000 บาท	54	18.00
12,001 - 15,000 บาท	21	7.00
มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป	14	4.67
รวม	300	100.00
ภาระหนี้		
ไม่มีภาระหนี้	40	13.33
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100,000 บาท	35	11.67
100,001 - 200,000 บาท	61	20.33
200,001 - 500,000 บาท	131	43.67
500,000 บาทขึ้นไป	33	11.00
รวม	300	100.00

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง ในด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 และเพศชาย จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 โดยมีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 37.33 รองลงมา 31-40 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และอายุ 51-60 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 22.33 น้อยสุด อายุ 20-30 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.31 โดยมีสถานภาพสมรส จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 50.67 รองลงมา โสด จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ส่วนน้อย คือ อื่นๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 หม้าย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 น้อยสุด หย่าร้าง และแยกกันอยู่ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ในด้านระดับการศึกษา มากที่สุด คือ ประถมศึกษา จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมา มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ส่วนน้อย คือ อื่นๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ปริญญาตรี/ปวส. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากประกอบอาชีพการทำนา จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมา การทำไร่มันสำปะหลัง จำนวน 52 คน คิดเป็น ร้อยละ 17.33 และการทำสวนยางพารา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ส่วนน้อย คือ เลี้ยงโค และเลี้ยงกระบือ จำนวน 5 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.67 รับจ้างทำการเกษตร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ส่วนมากมีสมาชิกในครอบครัว จำนวน 3-4 คน มีจำนวน 140 คน คิดเป็น ร้อยละ 46.67 รองลงมา จำนวน 5-6 คน มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และ จำนวน 1-2 คน มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.33 น้อยสุดมากกว่า 6 คน มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 โดยมีจำนวนสมาชิกในการดูแล พบว่า ไม่มีสมาชิกในการดูแล จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และกลุ่มที่มีสมาชิกในการดูแล จำนวน 3-4 คน มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา จำนวน 5-6 คน มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 28.67 และ จำนวน 1-2 คน มีจำนวน 40 คน คิดเป็น ร้อยละ 13.33 และมากกว่า 6 คน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ด้านรายได้ พบว่า ส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อปี 250,001 - 300,000 บาท มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.66 รองลงมา จำนวน 250,001 - 300,000 บาท มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.66 และ รายได้ 150,001 - 200,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 ส่วนน้อย คือ รายได้ เฉลี่ยต่อปี 100,001 - 150,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 และสูงกว่า 300,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.67 ส่วนน้อย คือ 30,000 - 100,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.67 น้อยสุด น้อยกว่า 30,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ในด้านรายจ่าย เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนมากคือ 8,001 - 10,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมา จำนวน 5,001 - 8,000 บาท มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.66 และจำนวน 10,001 - 12,000 บาท มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ส่วนน้อย คือ 3,001 - 5,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.00, รายจ่าย 12,001 - 15,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00, รายจ่าย มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 และรายจ่าย 1,000 - 3,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 โดยน้อยสุด รายจ่าย น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีภาระหนี้ โดยมากที่สุด จำนวน 200,001 - 500,000 บาท มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 43.67 รองลงมา จำนวน 100,001 - 200,000 บาท มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.33 ภาระหนี้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 และ 500,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และกลุ่มไม่มีภาระหนี้สินมีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ตามลำดับ

## ผลการศึกษา

### 1. พฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้า เกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

ผลการวิเคราะห์การเลือกลงทุนในเงินฝากฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการออม อัตราเงินฝากฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อเดือน จำนวนกรมธรรม์เงินฝาก และระยะเวลาการลงทุนในเงินฝาก สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละการเลือกลงทุนในเงินฝากฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”

(n = 300)

การเลือกลงทุนในเงินฝากฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการออม		
ได้รับการคุ้มครองชีวิตตลอดชีพถึงอายุ 99 ปีบริบูรณ์	46	15.34
มีความมั่นคง	7	2.33
มีหลักประกันคุ้มครอง	72	24.00
มีความน่าเชื่อถือ	15	5.00
ได้ผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจ	39	13.00
ได้รับการชักชวน	110	36.67
อัตราการออมทรัพย์ขั้นต่ำอยู่ในขีดความสามารถที่จะออมได้	7	2.33
อื่นๆ	4	1.33
รวม	300	100.00
อัตราเงินฝากฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อเดือน		
1,120 - 1,500 บาท	9	3.00
1,501 - 2,000 บาท	64	21.33
2,001 - 2,500 บาท	60	20.00
2,501 - 3,000 บาท	49	16.33
3,001 - 3,500 บาท	35	11.67
3,501 - 4,000 บาท	26	8.67
สูงกว่า 4,000 บาท	57	19.00
รวม	300	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

การเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนกรมธรรม์เงินฝาก		
จำนวน 1 กรมธรรม์	269	89.67
จำนวน 2 กรมธรรม์	31	10.33
รวม	300	100.00
ระยะเวลาการลงทุนในเงินฝาก		
จำนวน 1 ปี	72	24.00
จำนวน 2 ปี	121	40.33
จำนวน 3 ปี	49	16.33
จำนวน 4 ปี	58	19.34
รวม	300	100.00

ผลวิเคราะห์การเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” กลุ่มตัวอย่าง มีวัตถุประสงค์ในการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” เพราะได้รับการชักชวน มากสุด จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมา เพราะมีหลักประกันคุ้มครอง จำนวน 72 คน คิดเป็น ร้อยละ 24.00 เพราะได้รับการคุ้มครองชีวิตตลอดชีพถึงอายุ 99 ปีบริบูรณ์ จำนวน 46 คน คิดเป็น ร้อยละ 15.34 และได้ผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ส่วนน้อย คือ เพราะมีความน่าเชื่อถือ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 เพราะมีความมั่นคงและอัตรา การออมทรัพย์ขั้นต่ำอยู่ในขีดความสามารถที่จะออมได้ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.33 และอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 โดยมีอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปี มากสุด จำนวน 1,501 - 2,000 บาท มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 รองลงมา 2,001 - 2,500 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.00 และ สูงกว่า 4,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และ 2,501 - 3,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.33 ส่วนน้อยอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปี จำนวน 3,001 - 3,500 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 และจำนวน 3,501 - 4,000 บาท มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.67 น้อยสุด จำนวน 1,120 - 1,500 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 โดยมีจำนวนกรมธรรม์เงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” มากสุด จำนวน 1 กรมธรรม์ มีจำนวน 269 คน คิดเป็น ร้อยละ 89.67 และจำนวน 2 กรมธรรม์ จำนวน 31 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.33 โดยมีระยะเวลาการลงทุนในเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” มากสุด จำนวน 2 ปี มีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 40.33 รองลงมา จำนวน 1 ปี มีจำนวน 72 คน คิดเป็น ร้อยละ 24.00 และจำนวน 4 ปี มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.34 และจำนวน 3 ปี มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.33 ตามลำดับ

## 2. ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” โดยรวม

(n = 300)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.74	0.52	มาก	(3)
ด้านราคา	3.76	0.61	มาก	(2)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.80	0.62	มาก	(1)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.65	0.69	มาก	(4)
ด้านบุคลากร	3.44	0.75	มาก	(6)
ด้านกระบวนการ	3.16	0.75	ปานกลาง	(7)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.50	0.64	มาก	(5)
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	3.58	0.38	มาก	

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.58 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.38 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยสูงสุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร และในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านกระบวนการ ตามลำดับ สรุปเป็นรายด้านในตารางที่ 4.4 – 4.10

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการ  
เลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ด้านผลิตภัณฑ์

(n = 300)

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
ความคุ้มครองของกรมธรรม์ครอบคลุมตามความต้องการ	3.98	0.72	มาก
กรมธรรม์มีความคุ้มครองชัดเจนเข้าใจง่าย	3.42	0.84	มาก
วงเงินทุนประกันต่อเบี้ยประกันมีความเหมาะสม	3.83	0.92	มาก
ระยะเวลาคุ้มครองของกรมธรรม์ได้ถึงอายุ 99 ปี	4.16	0.63	มาก
กรมธรรม์สามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้	3.32	0.90	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>3.74</b>	<b>0.52</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝาก  
สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.74 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 อยู่ในเกณฑ์  
ระดับมาก ซึ่งในรายด้านนั้นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากจำนวน 4 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด  
คือ “ระยะเวลาคุ้มครองของกรมธรรม์ได้ถึงอายุ 99 ปี” มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา “ความคุ้มครอง  
ของกรมธรรม์ครอบคลุมตามความต้องการ” ( $\bar{X} = 3.98$ ), “วงเงินทุนประกันต่อเบี้ยประกัน  
มีความเหมาะสม” ( $\bar{X} = 3.83$ ), และ “กรมธรรม์มีความคุ้มครองชัดเจนเข้าใจง่าย” ( $\bar{X} = 3.42$ )  
และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง คือ “กรมธรรม์สามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้”  
( $\bar{X} = 3.32$ ) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ด้านราคา

(n = 300)

ด้านราคา	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
ค่าเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับความคุ้มครอง	3.37	0.78	ปานกลาง
สามารถส่งชำระค่าเบี้ยเป็นรายปีได้	4.10	0.93	มาก
สามารถเลือกทุนประกันตามความสามารถในการจ่ายได้	3.38	0.61	ปานกลาง
อัตราค่าเบี้ยที่ต้องส่งชำระค้อยข้างถูก	3.46	0.93	มาก
อัตราค่าเบี้ยคงที่ตลอดอายุสัญญา	4.50	0.61	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>3.76</b>	<b>0.61</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ซึ่งในรายด้านนั้นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ “อัตราค่าเบี้ยคงที่ตลอดอายุสัญญา” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 และมีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 2 ด้าน คือ “สามารถส่งชำระค่าเบี้ยเป็นรายปีได้” ( $\bar{X} = 4.10$ ), และ “อัตราค่าเบี้ยที่ต้องส่งชำระค้อยข้างถูก” ( $\bar{X} = 3.46$ ), และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง จำนวน 2 ด้าน คือ “สามารถเลือกทุนประกันตามความสามารถในการจ่ายได้” ( $\bar{X} = 3.38$ ) และ “ค่าเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับความคุ้มครอง” ( $\bar{X} = 3.37$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

(n = 300)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
ธนาคารมีสาขาอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ใกล้เคียงบ้าน	3.85	0.57	มาก
ธนาคารมีเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ ทำให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย	3.55	0.75	มาก
ธนาคารมีช่องบริการสำหรับผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ	3.72	0.85	มาก
ธนาคารมีสถานที่ที่กว้างขวางสะอาดและทันสมัย ทำให้น่าเข้ามาใช้บริการ	3.69	0.85	มาก
ธนาคารมีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ	4.19	0.67	มาก
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>3.80</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ซึ่งในรายค้านั้นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ “ธนาคารมีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ” มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมา “ธนาคารมีสาขาอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ใกล้เคียงบ้าน” ( $\bar{X} = 3.85$ ), “ธนาคารมีช่องบริการสำหรับผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ” ( $\bar{X} = 3.72$ ), “ธนาคารมีสถานที่ที่กว้างขวางสะอาดและทันสมัยทำให้น่าเข้ามาใช้บริการ” ( $\bar{X} = 3.69$ ), และ “ธนาคารมีเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ ทำให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย” ( $\bar{X} = 3.55$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ด้านการส่งเสริมการตลาด

(n = 300)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ	3.70	0.92	มาก
ข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน	3.85	0.88	มาก
มีโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง	3.47	0.73	มาก
มีความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลถึงลูกค้าโดยตรง	3.59	0.59	มาก
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>3.65</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ซึ่งในรายด้านนั้นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ “ข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน” มีค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมา “มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ” ( $\bar{X} = 3.70$ ), “มีความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลถึงลูกค้าโดยตรง” ( $\bar{X} = 3.59$ ), และ “มีโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง” ( $\bar{X} = 3.47$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการ  
เลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ด้านบุคลากร

(n = 300)

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
พนักงานมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.66	0.78	มาก
พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย/ข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	3.70	0.88	มาก
พนักงานมีมารยาท ยิ้มแย้ม และเต็มใจให้บริการ	3.16	0.81	ปานกลาง
พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและมีความกระตือรือร้น ในการให้บริการ	3.25	1.10	ปานกลาง
พนักงานให้บริการผู้มารับบริการอย่างเป็นกันเอง	3.50	1.03	มาก
จำนวนพนักงานมีเพียงพอสำหรับบริการผู้มารับบริการ	3.38	0.87	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>3.44</b>	<b>0.75</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝาก  
สงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 อยู่ในเกณฑ์  
ระดับมาก ซึ่งในรายด้านนั้นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากจำนวน 3 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด  
คือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย/ข้อซักถามได้เป็นอย่างดี” มีค่าเฉลี่ย 3.70 รองลงมา “พนักงาน  
มีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์” ( $\bar{X} = 3.66$ ), และ “พนักงานให้บริการผู้มารับบริการ  
อย่างเป็นกันเอง” ( $\bar{X} = 3.50$ ) และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ “จำนวน  
พนักงานมีเพียงพอสำหรับบริการผู้มารับบริการ” ( $\bar{X} = 3.38$ ), “พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว  
และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ” ( $\bar{X} = 3.25$ ), และ “พนักงานมีมารยาท ยิ้มแย้ม และเต็มใจ  
ให้บริการ” ( $\bar{X} = 3.16$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ด้านกระบวนการ

(n = 300)

ด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.36	0.70	ปานกลาง
มีหลายช่องในการชำระค่าเบี้ยประกัน	2.67	0.97	ปานกลาง
กรมธรรม์ได้รับการอนุมัติและจัดส่งอย่างรวดเร็ว	3.47	0.75	มาก
ช่องทางการชำระเบี้ยสะดวก รวดเร็ว	2.82	0.99	ปานกลาง
มีการให้บริการที่ถูกต้อง	3.47	0.80	มาก
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>3.16</b>	<b>0.75</b>	<b>ปานกลาง</b>

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 3.16 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง ซึ่งในรายด้านนั้นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ “กรมธรรม์ได้รับการอนุมัติและจัดส่งอย่างรวดเร็ว” และ “มีการให้บริการที่ถูกต้อง” มีค่าเฉลี่ย 3.47 และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ “ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน” ( $\bar{X} = 3.36$ ), “ช่องทางการชำระเบี้ยสะดวก รวดเร็ว” ( $\bar{X} = 3.82$ ), และ “มีหลายช่องในการชำระค่าเบี้ยประกัน” ( $\bar{X} = 2.67$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ด้านลักษณะทางกายภาพ (n = 300)

ด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
เป็นธนาคารของรัฐ	4.02	0.66	มาก
ธนาคารมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี	3.43	0.68	มาก
ธนาคารมีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ	3.28	0.70	ปานกลาง
ธนาคารมีระบบรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี	3.40	0.70	ปานกลาง
เครื่องมือและอุปกรณ์ของธนาคารทันสมัย	3.38	0.95	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>3.50</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ซึ่งในรายด้านนั้นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “เป็นธนาคารของรัฐ” มีค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมา “ธนาคารมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี” ( $\bar{X} = 3.43$ ) และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ “ธนาคารมีระบบรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี” ( $\bar{X} = 3.40$ ), “เครื่องมือและอุปกรณ์ของธนาคารทันสมัย” ( $\bar{X} = 3.38$ ), และ “ธนาคารมีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ” ( $\bar{X} = 3.28$ ) ตามลำดับ

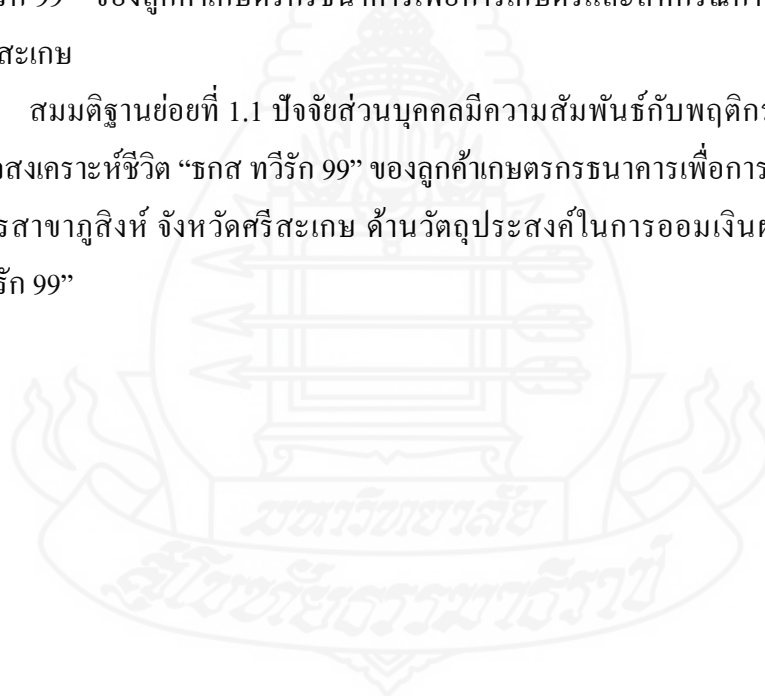
**3. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล**

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

$H_0$  ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

$H_1$  ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ด้านวัตถุประสงค์ในการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”





ตารางที่ 4.11 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านวัตถุประสงค์ในการออมเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”

(n = 300)

ปัจจัยส่วนบุคคล	การลงทุนในด้านวัตถุประสงค์ในการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”			
	Chi-Square ( $X^2$ )	df.	Sig.	Contingency (C.)
เพศ	5.225	7.0	0.633	-
อายุ	50.991	21.0	0.000*	0.381
สถานภาพ	51.323	35.0	0.037*	0.382
ระดับการศึกษา	52.192	35.0	0.031*	0.385
อาชีพ	50.785	42.0	0.166	-
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	36.163	21.0	0.021*	0.328
จำนวนสมาชิกในการดูแล	53.731	28.0	0.002*	0.390
รายได้เฉลี่ยต่อปี	65.475	42.0	0.012*	0.423
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	103.853	49.0	0.000*	0.507
ภาระหนี้สิน	54.142	28.0	0.002*	0.391

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านวัตถุประสงค์ในการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล มีค่า Sig. < 0.05 จำนวน 8 ด้าน คือ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนสมาชิกในการดูแล รายได้เฉลี่ยต่อปี รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และภาระหนี้สิน

สรุปผลการทดสอบได้ว่า ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ด้านวัตถุประสงค์ในการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนสมาชิกในการดูแล รายได้เฉลี่ยต่อปี รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และภาระหนี้สิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต“ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ด้านอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปี

ตารางที่ 4.12 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปี

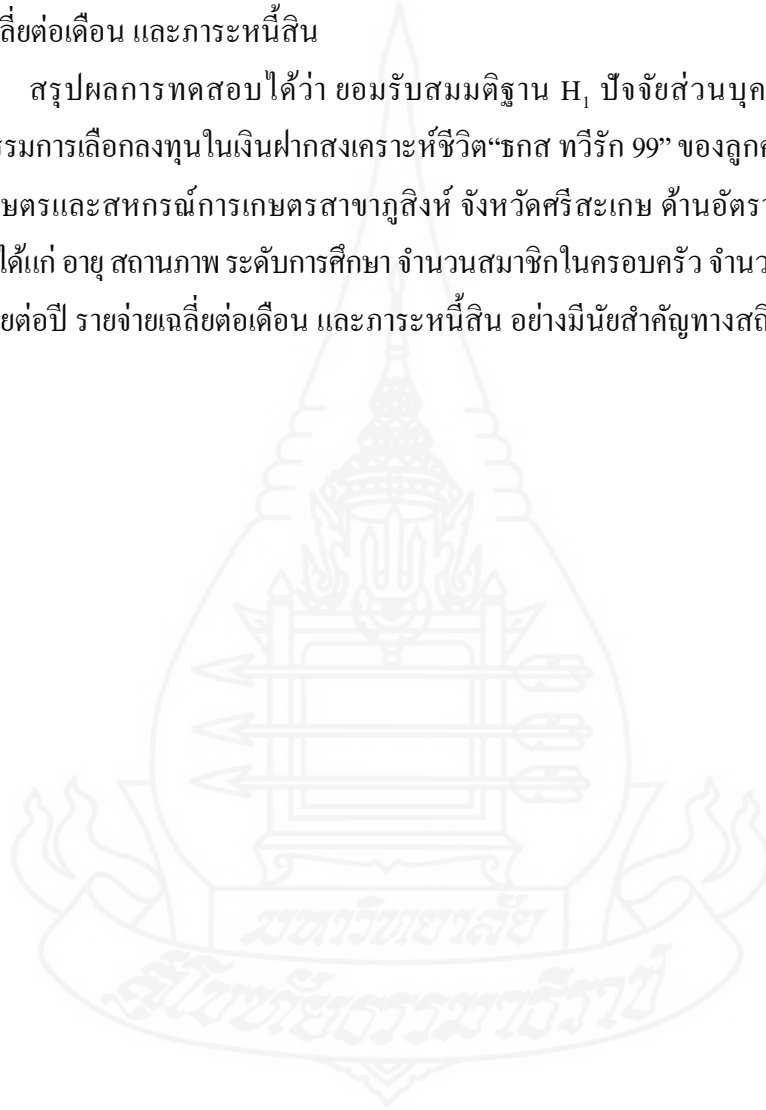
(n = 300)

ปัจจัยส่วนบุคคล	การเลือกลงทุนในด้านอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ท่านส่งต่อปี			
	Chi-Square ( $X^2$ )	df.	Sig.	Contingency (C.)
เพศ	8.042	6.0	0.235	-
อายุ	668.112	18.0	0.000*	0.831
สถานภาพ	158.433	30.0	0.000*	0.588
ระดับการศึกษา	210.775	30.0	0.000*	0.642
อาชีพ	44.730	36.0	0.151	-
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	48.833	18.0	0.000*	0.374
จำนวนสมาชิกในการดูแล	57.686	24.0	0.000*	0.402
รายได้เฉลี่ยต่อปี	62.760	36.0	0.004*	0.416
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	62.749	42.0	0.021*	0.416
ภาระหนี้สิน	40.787	24.0	0.018*	0.346

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล มีค่า Sig. < 0.05 จำนวน 8 ด้าน คือ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนสมาชิกในการดูแล รายได้เฉลี่ยต่อปี รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และภาระหนี้สิน

สรุปผลการทดสอบได้ว่า ขอมรับสมมติฐาน  $H_1$  ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ด้านอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปี ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนสมาชิกในการดูแล รายได้เฉลี่ยต่อปี รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และภาระหนี้สิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



สมมติฐานย่อยที่ 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ด้านจำนวนกรรมสิทธิ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”

ตารางที่ 4.13 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนกรรมสิทธิ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”

(n = 300)

ปัจจัยส่วนบุคคล	การเลือกลงทุนในด้านจำนวนกรรมสิทธิ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”			
	Chi-Square ( $X^2$ )	df.	Sig.	Contingency (C.)
เพศ	0.072	1.0	0.789	-
อายุ	28.347	3.0	0.000*	0.294
สถานภาพ	25.589	5.0	0.000*	0.280
ระดับการศึกษา	26.966	5.0	0.000*	0.287
อาชีพ	7.359	6.0	0.289	-
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	0.713	3.0	0.870	-
จำนวนสมาชิกในการดูแล	5.283	4.0	0.260	-
รายได้เฉลี่ยต่อปี	5.054	6.0	0.537	-
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	7.962	7.0	0.336	-
ภาระหนี้สิน	1.163	4.0	0.884	-

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ มีค่า Sig. < 0.05 จำนวน 3 ด้าน คือ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา

สรุปผลการทดสอบได้ว่า ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ด้านจำนวนกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



สมมติฐานย่อยที่ 1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต“ธกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ด้านระยะเวลาการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”

ตารางที่ 4.14 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระยะเวลาการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”

(n = 300)

ปัจจัยส่วนบุคคล	การเลือกลงทุนในด้านระยะเวลาการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”			
	Chi-Square ( $X^2$ )	df.	Sig.	Contingency (C.)
เพศ	7.671	3.0	0.053	-
อายุ	276.158	9.0	0.000*	0.692
สถานภาพ	87.208	15.0	0.000*	0.475
ระดับการศึกษา	113.662	15.0	0.000*	0.524
อาชีพ	22.569	18.0	0.208	-
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	15.977	9.0	0.067	-
จำนวนสมาชิกในการดูแล	34.073	12.0	0.001*	0.319
รายได้เฉลี่ยต่อปี	15.739	18.0	0.611	-
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	25.970	21.0	0.208	-
ภาระหนี้สิน	22.176	12.0	0.036*	0.262

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระยะเวลาการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ มีค่า Sig. < 0.05 จำนวน 5 ด้าน คือ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว และภาระหนี้สิน

สรุปผลการทดสอบได้ว่า ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ด้านระยะเวลาการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว และภาระหนี้สิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05





ตารางที่ 4.15 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐาน	ผลทดสอบ	ความสัมพันธ์
ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกร ธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ		
- วัตถุประสงค์ในการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”	ยอมรับ	อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวน สมาชิกในครอบครัว จำนวนสมาชิก ในการดูแล รายได้เฉลี่ยต่อปี รายจ่าย เฉลี่ยต่อเดือน ภาระหนี้สิน
- อัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปี	ยอมรับ	อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวน สมาชิกในครอบครัว จำนวนสมาชิก ในการดูแล รายได้เฉลี่ยต่อปี รายจ่าย เฉลี่ยต่อเดือน ภาระหนี้สิน
- จำนวนกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”	ยอมรับ	อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา
- ระยะเวลาการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”	ยอมรับ	อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว ภาระหนี้สิน

#### 4. เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน

$H_0$  ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

(n = 300)

ส่วนประสมการตลาด	เพศ	N	$\bar{X}$	SD.	t	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	100	3.59	0.58	-3.396	0.001*
	หญิง	200	3.82	0.47		
	รวม	300	3.74	0.52		
ด้านราคา	ชาย	100	3.70	0.64	-1.294	0.197
	หญิง	200	3.79	0.59		
	รวม	300	3.76	0.61		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย	100	3.70	0.68	-1.949	0.052
	หญิง	200	3.85	0.58		
	รวม	300	3.80	0.62		

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	เพศ	N	$\bar{X}$	SD.	t	Sig.
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ชาย	100	3.53	0.72	-2.226	0.027*
	หญิง	200	3.72	0.67		
	รวม	300	3.65	0.69		
ด้านบุคลากร	ชาย	100	3.32	0.78	-1.994	0.047*
	หญิง	200	3.50	0.73		
	รวม	300	3.44	0.75		
ด้านกระบวนการ	ชาย	100	2.92	0.65	-4.268	0.000*
	หญิง	200	3.28	0.77		
	รวม	300	3.16	0.75		
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ชาย	100	3.38	0.65	-2.423	0.016*
	หญิง	200	3.57	0.63		
	รวม	300	3.50	0.64		
ภาพรวม	ชาย	100	3.45	0.35	-4.400	0.000*
	หญิง	200	3.65	0.38		
	รวม	300	3.58	0.38		

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ใช้สถิติทดสอบแบบ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในด้านส่วนประสมทางการตลาดผลทดสอบมีค่า Sig. < 0.05 จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ผลการทดสอบในภาพรวม มีค่า t-test = -4.400, Sig. = 0.000 < 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่าเป็นการยอมรับ  $H_1$  ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มเพศหญิงจะมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ สูงกว่า กลุ่มเพศชาย

สมมติฐานย่อย 2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

(n = 300)

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน	องศาอิสระ	ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนกำลังสอง	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.632	3.0	0.211	0.780	0.506
	ภายในกลุ่ม	79.872	296.0	0.270		
	รวม	80.504	299.0			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.062	3.0	0.354	0.962	0.411
	ภายในกลุ่ม	108.938	296.0	0.368		
	รวม	110.000	299.0			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.624	3.0	1.541	4.156	0.007*
	ภายในกลุ่ม	109.776	296.0	0.371		
	รวม	114.400	299.0			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	6.267	3.0	2.089	4.511	0.004*
	ภายในกลุ่ม	137.068	296.0	0.463		
	รวม	143.336	299.0			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.850	3.0	0.950	1.712	0.165
	ภายในกลุ่ม	164.276	296.0	0.555		
	รวม	167.126	299.0			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	8.130	3.0	2.710	4.961	0.002*
	ภายในกลุ่ม	161.701	296.0	0.546		
	รวม	169.831	299.0			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ส่วนประสม ทางการตลาด	แหล่งความ แปรปรวน	ผลรวม ของกำลังสอง ของค่าเบี่ยงเบน	องศา อิสระ	ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบน กำลังสอง	F	Sig.
ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	15.304	3.0	5.101	13.990	0.000*
	ภายในกลุ่ม	107.935	296.0	0.365		
	รวม	123.239	299.0			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.549	3.0	1.183	8.851	0.000*
	ภายในกลุ่ม	39.557	296.0	0.134		
	รวม	43.105	299.0			

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ใช้สถิติทดสอบแบบ F – test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในด้านส่วนประสมทางการตลาดผลทดสอบมีค่า Sig. < 0.05 จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ผลการทดสอบในภาพรวม มีค่า F-test = 8.851, Sig. = 0.000 < 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า เป็นการยอมรับ  $H_1$  ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงนำมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparison) วิธีการทดสอบ Least Significant Difference (LSD) ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

(n = 300)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	อายุ 20 - 30 ปี	อายุ 31 - 40 ปี	อายุ 41 - 50 ปี	อายุ 51 - 60 ปี
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		3.89	3.85	3.88	3.57
อายุ 20 - 30 ปี	3.89				-0.32*
อายุ 31 - 40 ปี	3.85				-0.28*
อายุ 41 - 50 ปี	3.88				-0.31*
อายุ 51 - 60 ปี	3.57				
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด		3.58	3.80	3.67	3.41
อายุ 20 - 30 ปี	3.58		0.22		-0.17*
อายุ 31 - 40 ปี	3.80				-0.39*
อายุ 41 - 50 ปี	3.67				-0.26*
อายุ 51 - 60 ปี	3.41				
ด้านกระบวนการ		2.83	3.35	3.14	2.96
อายุ 20 - 30 ปี	2.83		0.52*	0.32*	
อายุ 31 - 40 ปี	3.35			-0.21*	-0.38*
อายุ 41 - 50 ปี	3.14				
อายุ 51 - 60 ปี	2.96				
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ		3.29	3.76	3.50	3.16
อายุ 20 - 30 ปี	3.29		0.47*	0.21*	
อายุ 31 - 40 ปี	3.76			-0.26*	-0.59*
อายุ 41 - 50 ปี	3.50				-0.34*
อายุ 51 - 60 ปี	3.16				
ภาพรวม		3.49	3.69	3.60	3.40
อายุ 20 - 30 ปี	3.49		0.20*		
อายุ 31 - 40 ปี	3.69				-0.29*
อายุ 41 - 50 ปี	3.60				-0.20*
อายุ 51 - 60 ปี	3.40				



สมมติฐานย่อย 2.3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

(n = 300)

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน	องศาอิสระ	ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนกำลังสอง	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.615	5.0	0.323	1.204	0.307
	ภายในกลุ่ม	78.889	294.0	0.268		
	รวม	80.504	299.0			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.169	5.0	0.234	0.632	0.676
	ภายในกลุ่ม	108.831	294.0	0.370		
	รวม	110.000	299.0			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.741	5.0	0.148	0.383	0.860
	ภายในกลุ่ม	113.659	294.0	0.387		
	รวม	114.400	299.0			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.485	5.0	0.097	0.200	0.962
	ภายในกลุ่ม	142.850	294.0	0.486		
	รวม	143.336	299.0			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4.660	5.0	0.932	1.686	0.138
	ภายในกลุ่ม	162.467	294.0	0.553		
	รวม	167.126	299.0			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	5.056	5.0	1.011	1.804	0.112
	ภายในกลุ่ม	164.774	294.0	0.560		
	รวม	169.831	299.0			

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน	องศาอิสระ	ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนกำลังสอง	F	Sig.
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.407	5.0	0.281	0.679	0.640
	ภายในกลุ่ม	121.832	294.0	0.414		
	รวม	123.239	299.0			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.796	5.0	0.159	1.106	0.357
	ภายในกลุ่ม	42.310	294.0	0.144		
	รวม	43.105	299.0			

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ใช้สถิติทดสอบแบบ F – test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในด้านส่วนประสมทางการตลาดผลทดสอบมีค่า Sig. > 0.05 ทั้งหมด 7 ด้าน

ผลการทดสอบในภาพรวม มีค่า F-test = 1.106, Sig. = 0.357 > 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่าเป็นการปฏิเสธ  $H_1$  หรือปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

(n = 300)

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน	องศาอิสระ	ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนกำลังสอง	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.629	6.0	0.272	1.009	0.420
	ภายในกลุ่ม	78.875	293.0	0.269		
	รวม	80.504	299.0			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.718	6.0	0.286	0.775	0.590
	ภายในกลุ่ม	108.282	293.0	0.370		
	รวม	110.000	299.0			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.482	6.0	0.247	0.641	0.697
	ภายในกลุ่ม	112.918	293.0	0.385		
	รวม	114.400	299.0			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.726	6.0	0.454	0.947	0.462
	ภายในกลุ่ม	140.610	293.0	0.480		
	รวม	143.336	299.0			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4.324	6.0	0.721	1.297	0.258
	ภายในกลุ่ม	162.803	293.0	0.556		
	รวม	167.126	299.0			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	4.307	6.0	0.718	1.271	0.271
	ภายในกลุ่ม	165.523	293.0	0.565		
	รวม	169.831	299.0			

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน	องศาอิสระ	ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนกำลังสอง	F	Sig.
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.540	6.0	0.590	1.444	0.197
	ภายในกลุ่ม	119.699	293.0	0.409		
	รวม	123.239	299.0			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.296	6.0	0.216	1.513	0.173
	ภายในกลุ่ม	41.809	293.0	0.143		
	รวม	43.105	299.0			

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ใช้สถิติทดสอบแบบ F – test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ผลทดสอบมีค่า Sig. > 0.05 ทั้งหมด 7 ด้าน

ผลการทดสอบในภาพรวม มีค่า F – test = 1.513, Sig. = 0.173 > 0.05 สรุปผลทดสอบได้ว่าเป็นการปฏิเสธ  $H_1$  หรือปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.5 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

(n = 300)

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน	องศาอิสระ	ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนกำลังสอง	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.285	5.0	0.257	0.954	0.446
	ภายในกลุ่ม	79.219	294.0	0.269		
	รวม	80.504	299.0			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.026	5.0	0.605	1.663	0.143
	ภายในกลุ่ม	106.974	294.0	0.364		
	รวม	110.000	299.0			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.021	5.0	0.804	2.142	0.061
	ภายในกลุ่ม	110.379	294.0	0.375		
	รวม	114.400	299.0			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	7.795	5.0	1.559	3.382	0.005*
	ภายในกลุ่ม	135.541	294.0	0.461		
	รวม	143.336	299.0			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	6.167	5.0	1.233	2.253	0.049*
	ภายในกลุ่ม	160.959	294.0	0.547		
	รวม	167.126	299.0			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	10.324	5.0	2.065	3.806	0.002*
	ภายในกลุ่ม	159.507	294.0	0.543		
	รวม	169.831	299.0			

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน	องศาอิสระ	ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนกำลังสอง	F	Sig.
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	13.109	5.0	2.622	6.999	0.000*
	ภายในกลุ่ม	110.130	294.0	0.375		
	รวม	123.239	299.0			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.768	5.0	0.754	5.632	0.000*
	ภายในกลุ่ม	39.337	294.0	0.134		
	รวม	43.105	299.0			

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ใช้สถิติทดสอบแบบ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในด้านส่วนประสมทางการตลาดผลทดสอบมีค่า Sig. < 0.05 จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ผลการทดสอบในภาพรวม มีค่า F-test = 5.632, Sig. = 0.000 < 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า เป็นการยอมรับ  $H_1$  ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงนำมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparison) วิธีการทดสอบ Least Significant Difference (LSD) test ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายการคู้ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ

(n = 300)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	ปริญญาตรี/ปวส.	สูงกว่าปริญญาตรี	อื่นๆ
<b>ด้านการส่งเสริมทางการตลาด</b>		3.57	3.69	3.67	4.24	4.00	3.55
ประถมศึกษา	3.57				0.67*	0.43*	
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.69				0.55*	0.31*	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.67				0.57*	0.33*	
ปริญญาตรี/ปวส.	4.24					-0.24*	-0.68*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.00						-0.45*
อื่นๆ	3.55						
<b>ด้านบุคลากร</b>		3.37	3.52	3.57	3.78	3.92	3.15
ประถมศึกษา	3.37				0.41*	0.55*	
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.52				0.26*	0.40*	-0.37*
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.57				0.20*	0.34*	-0.42*
ปริญญาตรี/ปวส.	3.78						-0.63*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.92						-0.76*
อื่นๆ	3.15						



ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	ปริญญาตรี/ปวส.	สูงกว่าปริญญาตรี	อื่นๆ
<b>ด้านกระบวนการ</b>		3.05	3.23	3.29	3.78	3.10	2.98
ประถมศึกษา	3.05				0.73*		
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.23				0.55*		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.29				0.49*		-0.31*
ปริญญาตรี/ปวส.	3.78					-0.68*	-0.80*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.10						
อื่นๆ	2.98						
<b>ด้านกระบวนการ</b>		3.05	3.23	3.29	3.78	3.10	2.98
ประถมศึกษา	3.05				0.73*		
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.23				0.55*		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.29				0.49*		-0.31*
ปริญญาตรี/ปวส.	3.78					-0.68*	-0.80*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.10						
อื่นๆ	2.98						

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	ปริญญาตรี/ปวส.	สูงกว่าปริญญาตรี	อื่นๆ
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>							
ประถมศึกษา	3.44	3.44	3.49	3.60	4.27	2.80	3.33
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.49				0.83*	-0.64*	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.60				0.78*	-0.69*	
ปริญญาตรี/ปวส.	4.27				0.67*	-0.80*	-0.27*
สูงกว่าปริญญาตรี	2.80					-1.47*	-0.93*
อื่นๆ	3.33						0.53*
<b>ภาพรวม</b>							
ประถมศึกษา	3.53	3.53	3.58	3.65	3.99	3.70	3.49
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.58				0.46*		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.65				0.40*		
ปริญญาตรี/ปวส.	3.99				0.34*		
สูงกว่าปริญญาตรี	3.70					-0.28*	-0.50*
อื่นๆ	3.49						-0.21*

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานย่อย 2.6 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสมาชิกในครอบครัว มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านสมาชิกในครอบครัว มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

(n = 300)

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน	องศาอิสระ	ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนกำลังสอง	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.214	3.0	0.405	1.511	0.212
	ภายในกลุ่ม	79.290	296.0	0.268		
	รวม	80.504	299.0			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.375	3.0	0.125	0.338	0.798
	ภายในกลุ่ม	109.625	296.0	0.370		
	รวม	110.000	299.0			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.967	3.0	0.322	0.841	0.472
	ภายในกลุ่ม	113.433	296.0	0.383		
	รวม	114.400	299.0			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.529	3.0	0.843	1.772	0.153
	ภายในกลุ่ม	140.807	296.0	0.476		
	รวม	143.336	299.0			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.365	3.0	0.788	1.416	0.238
	ภายในกลุ่ม	164.761	296.0	0.557		
	รวม	167.126	299.0			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.255	3.0	0.752	1.327	0.266
	ภายในกลุ่ม	167.576	296.0	0.566		
	รวม	169.831	299.0			

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน	องศาอิสระ	ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนกำลังสอง	F	Sig.
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.493	3.0	0.164	0.397	0.756
	ภายในกลุ่ม	122.746	296.0	0.415		
	รวม	123.239	299.0			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.032	3.0	0.011	0.073	0.975
	ภายในกลุ่ม	43.073	296.0	0.146		
	รวม	43.105	299.0			

ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านสมาชิกในครอบครัว มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ใช้สถิติทดสอบแบบ F – test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในรายด้านส่วนประสมทางการตลาด ผลทดสอบมีค่า Sig. > 0.05 ทั้งหมด 7 ด้าน

ผลการทดสอบในภาพรวม มีค่า F –test = 0.073, Sig. = 0.975 > 0.05 สรุปผลทดสอบได้ว่าเป็นการปฏิเสธ  $H_1$  หรือปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.7 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.2.4 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ

(n = 300)

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน	องศาอิสระ	ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนกำลังสอง	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.713	6.0	0.452	1.703	0.120
	ภายในกลุ่ม	77.791	293.0	0.265		
	รวม	80.504	299.0			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.535	6.0	0.256	0.691	0.657
	ภายในกลุ่ม	108.465	293.0	0.370		
	รวม	110.000	299.0			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.784	6.0	0.797	2.131	0.050
	ภายในกลุ่ม	109.616	293.0	0.374		
	รวม	114.400	299.0			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.951	6.0	0.325	0.674	0.671
	ภายในกลุ่ม	141.385	293.0	0.483		
	รวม	143.336	299.0			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.090	6.0	0.182	0.321	0.926
	ภายในกลุ่ม	166.037	293.0	0.567		
	รวม	167.126	299.0			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	5.517	6.0	0.919	1.640	0.136
	ภายในกลุ่ม	164.314	293.0	0.561		
	รวม	169.831	299.0			

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน	องศาอิสระ	ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนกำลังสอง	F	Sig.
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.289	6.0	0.048	0.115	0.995
	ภายในกลุ่ม	122.949	293.0	0.420		
	รวม	123.239	299.0			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.629	6.0	0.105	0.723	0.632
	ภายในกลุ่ม	42.477	293.0	0.145		
	รวม	43.105	299.0			

ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ใช้สถิติทดสอบแบบ F – test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในรายด้านส่วนประสมทางการตลาด ผลทดสอบมีค่า Sig.  $\leq 0.05$  จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการทดสอบในภาพรวม มีค่า F –test = 0.073, Sig. = 0.975 > 0.05 สรุปผลทดสอบได้ว่าเป็นการปฏิเสธ  $H_1$  หรือปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ไม่แตกต่างกัน

## ตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐาน	ผลทดสอบ
ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “รทส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน	
- เพศ	ยอมรับ
- อายุ	ยอมรับ
- สถานภาพ	ปฏิเสธ
- รายได้	ปฏิเสธ
- ระดับการศึกษา	ยอมรับ
- สมาชิกในครอบครัว	ปฏิเสธ
- อาชีพ	ปฏิเสธ





## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ 2) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล 4) เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ประชากร คือลูกค้าเกษตรกรที่ใช้บริการฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99” ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวนทั้งสิ้น 1,128 ราย วิธีกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ จึงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคสแควร์ การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนมากประกอบอาชีพการทำนา โดยมีสมาชิกในครอบครัวจำนวน 3-4 คน และมีสมาชิกในการดูแลจำนวน 3-4 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 250,001-300,000 บาท รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 8,001-10,000 บาท และมีภาระหนี้ 200,001-500,000 บาท

## 1. สรุปผลการศึกษา

1.1 พฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” เพราะได้รับการชักชวนมากที่สุด โดยมีอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปีมากที่สุดจำนวน 1,501-2,000 บาท มีระยะเวลาการลงทุน 2 ปี และส่วนมากเลือกลงทุนเพียง 1 วรรณธรรม์

1.2 ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่ามีผลอยู่ในระดับมาก 6 ด้าน ตามลำดับดังนี้ คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร และมีผลอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านกระบวนการ โดยที่ระดับปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ สูงสุดคือ “ระยะเวลาคุ้มครองของกรมธรรม์ได้ถึงอายุ 99 ปี” ด้านราคา สูงสุดคือ “อัตราค่าเบี้ยคงที่ตลอดอายุสัญญา” ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สูงสุดคือ “ธนาคารมีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ” ด้านการส่งเสริมการตลาด สูงสุดคือ “ข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน” ด้านบุคลากร สูงสุดคือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย/ข้อซักถามได้เป็นอย่างดี” ด้านกระบวนการ สูงสุดคือ “กรมธรรม์ได้รับการอนุมัติและจัดส่งอย่างรวดเร็ว” และ “มีการให้บริการที่ถูกต้อง” ด้านลักษณะทางกายภาพ สูงสุดคือ คือ “เป็นธนาคารของรัฐ”

1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ด้านวัตถุประสงค์ในการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” มีความสัมพันธ์กับอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนสมาชิกในการดูแล รายได้เฉลี่ยต่อปี รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และภาระหนี้สิน ด้านอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปี มีความสัมพันธ์กับอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนสมาชิกในการดูแล รายได้เฉลี่ยต่อปี รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และภาระหนี้สิน ด้านจำนวนกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” มีความสัมพันธ์กับอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ด้านระยะเวลาการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” มีความสัมพันธ์กับอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว และภาระหนี้สิน

1.4 เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่สถานภาพ รายได้ สมาชิกในครอบครัว อาชีพ ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ไม่แตกต่างกัน

## 2. อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ นำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังนี้

2.1 จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า วัตถุประสงค์ในการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” เพราะได้รับการชักชวน อัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปีจำนวน 1,501-2,000 บาท มีระยะเวลาการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” มากสุดจำนวน 2 ปี และส่วนมากเลือกลงทุนเพียง 1 กรรมธรรม์ อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตดังกล่าวจึงเป็นลูกค้าที่ได้รับการชักชวนเป็นส่วนใหญ่ หรืออาจจะเป็นการชักชวนจากพนักงานธนาคารเพื่อคุ้มครองวงเงินสินเชื่อ อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุเฉลี่ยไม่มาก และมีกรรมธรรม์เพียง 1 กรรมธรรม์ ทำให้อัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปียังไม่มากนัก ซึ่งเหตุผลดังกล่าวนำมาซึ่งพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต สอดคล้องกับแนวคิด Kotler (2009) ที่กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาเกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คำตอบที่ได้ช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

2.2 จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่ามีผลอยู่ในระดับมาก 6 ด้าน ตามลำดับดังนี้

คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร และมีผลอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านกระบวนการ โดยที่ระดับปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ สูงสุดคือ “ระยะเวลาคุ้มครองของกรรมธรรม์ได้ถึงอายุ 99 ปี” ด้านราคาสูงสุดคือ “อัตราค่าเบี้ยคงที่ตลอดอายุสัญญา” ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สูงสุดคือ “ธนาคารมีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ” ด้านการส่งเสริมการตลาด สูงสุดคือ “ข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน” ด้านบุคลากร สูงสุดคือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย/ข้อซักถามได้เป็นอย่างดี” ด้านกระบวนการ สูงสุดคือ “กรรมธรรม์ได้รับการอนุมัติและจัดส่งอย่างรวดเร็ว” และ “มีการให้บริการที่ถูกต้อง” ด้านลักษณะทางกายภาพ สูงสุดคือ คือ “เป็นธนาคารของรัฐ” อาจจะเป็นเพราะธนาคารมีสาขที่ตั้งอยู่ตามพื้นที่ชุมชนครอบคลุมทั่วประเทศ ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย กรรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์มีอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปีคงที่ตลอดสัญญา สามารถส่งชำระเป็นรายปีได้ ระยะเวลาคุ้มครองถึงอายุ 99 ปี เงื่อนไขเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน จึงทำให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ใน 3 ลำดับแรก ส่วนด้านกระบวนการ ที่อยู่ในระดับปานกลาง อาจจะเป็นเพราะช่องทางการชำระเบี้ยยังคงต้องชำระที่เคาน์เตอร์สาขาของธนาคาร ยังไม่สามารถชำระผ่านช่องทางอื่นๆ ได้ ทำให้ไม่ได้รับความสะดวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรัตน์ บุตรราช (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตในด้านส่วนประสมการตลาดเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตในด้านส่วนประสมการตลาดเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 7 ด้าน ตามลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร

2.3 จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ด้านวัตถุประสงค์ในการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” มีความสัมพันธ์กับอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนสมาชิกในการดูแล รายได้เฉลี่ยต่อปี รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และภาระหนี้สิน ด้านอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปี มีความสัมพันธ์กับอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนสมาชิกในการดูแล รายได้เฉลี่ยต่อปี รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และภาระหนี้สิน ด้านจำนวนกรรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” มีความสัมพันธ์กับอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ด้านระยะเวลาการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” มีความสัมพันธ์กับอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว และภาระหนี้สิน ซึ่งพบว่า อายุ

สถานภาพ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ทั้ง 4 ด้าน อาจจะเป็นเพราะอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปีในการลงทุนปีแรก ขึ้นอยู่กับช่วงอายุของลูกค้า ลูกค้าที่มีอายุน้อยอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปีจะค่อนข้างต่ำ ลูกค้าที่มีอายุมากอัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ส่งต่อปีนั้นจะสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนงนาฏ ศุภกิจวิชกุลและประสพชัย พสุนนท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบพฤติกรรมการออมกับการบริหารการเงินก่อนเกษียณอายุ กรณีศึกษาบุคลากรมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ พบว่าข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนบุตร บุคคลที่อยู่ในความรับผิดชอบ ประเภทของบุคลากร หน่วยงานที่สังกัด รายได้ต่อเดือนและรายจ่ายต่อเดือนมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการออม

2.4 จากวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่สถานภาพ รายได้ สมาชิกในครอบครัว อาชีพ ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทิตตา จำปาเต็ม และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ GEN Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของอมรรัตน์ บุตรราช (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตในด้านส่วนประสมการตลาดเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร พบว่าสถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแตกต่างกัน



### 3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่ค้นพบนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้และข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไปดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

3.1.1 ผลการศึกษาพบว่าระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการเลือกลงทุนมากที่สุดดังนั้นธนาคารจึงควรให้ความสำคัญต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของสาขาให้บริการ มีความครอบคลุม มีความสะดวกในการเข้ารับติดต่อหรือการให้บริการต่างๆ ได้อย่างสะดวก ช่องบริการสำหรับผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ มีสถานที่ที่กว้างขวางสะอาดและทันสมัย ทำให้น่าเข้ามาใช้บริการและมีเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ทำให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ตลอดจนควรมีระบบความเป็นส่วนตัวในการทำงานควรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนความสามารถในการติดต่อเจ้าหน้าที่ได้อย่างรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหาการใช้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

3.1.2 ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนมากมีการตัดสินใจเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” โดยได้รับการชักชวน ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารและรายละเอียดต่อฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” รวมไปถึงควรให้ความสำคัญกับจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอ และมีความพร้อมในการปฏิบัติงาน มีความสามารถในการแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนควรให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ และมีความน่าเชื่อถือ เพราะเจ้าหน้าที่ธนาคารจะเป็นผู้ให้ข้อมูลและแนะนำรูปแบบกรมธรรม์ฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของผู้ใช้บริการได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

3.1.3 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ต่ำสุดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ดังนั้นธนาคารควรให้ความสำคัญต่อกระบวนการให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง มีการให้ข้อมูลเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ที่หลากหลายรูปแบบ เช่น เอกสารแนะนำกรมธรรม์ การให้ข้อมูลการส่งเบี้ยเงินฝาก รายละเอียดและวิธีการสมัคร รวมไปถึงควรให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องและชัดเจน การมีขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีช่องทางการชำระเบี้ยสะดวกรวดเร็วและหลากหลายช่องในการชำระค่าเบี้ยประกัน ควรมีระบบการรักษาความปลอดภัยในการให้บริการธุรกรรมทางการเงินที่มีระบบ ควรมีการแนะนำ

วิธีการใช้และการแก้ปัญหาในการใช้บริการตลอดเวลาควรมีระบบการให้บริการให้มีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจมากยิ่งขึ้น ตลอดจนควรมีการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ เช่น การมีศูนย์บริการลูกค้าผ่าน โทรศัพท์สายตรง หรือ Call Center การรับให้คำปรึกษา และการแก้ปัญหาเมื่อเกิดปัญหาในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” เป็นต้น

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

3.2.1 ควรทำการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำแนกหรือเปรียบเทียบสาขา ให้บริการหรือในพื้นที่ระดับภูมิภาคและระดับเขตธนาคารเพื่อทราบถึงความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าในกลุ่มลูกค้าที่มีสภาพแวดล้อมต่างกัน ในเชิงเปรียบเทียบเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่หลากหลายของผู้ใช้บริการที่มีพื้นที่ที่มีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันว่ามีเกณฑ์การตัดสินใจแตกต่างกันเป็นอย่างไร

3.2.2 การศึกษาครั้งต่อไปผู้ศึกษาได้เสนอแนะให้มีการศึกษาความคิดเห็น ทักษะคิด และความพึงพอใจต่อการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อทราบถึงความคิดเห็นความพึงพอใจในการต่อการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” เพื่อผลการศึกษาจะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการพัฒนาการให้บริการการให้บริการให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

3.2.3 การศึกษาครั้งต่อไปควรเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพื่อรับทราบข้อปัญหาและความต้องการในการใช้บริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตในรูปแบบอื่นๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการผู้ใช้บริการสูงสุด





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ

## บรรณานุกรม

- นิตยาพร เสมอใจและมัทนี ยาสมมิ. (2551). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ชรรคมลการพิมพ์.
- ��ชาวลัย เรื่องประพันธ์. (2539). *สถิติพื้นฐาน*. ขอนแก่น: คลังนนานาวิทยา.
- \_\_\_\_\_. (2543). *สถิติพื้นฐานพร้อมตัวอย่างการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Minitab SPSS และ SAS*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณัฐธินิชา ละวันนา. (2561). *พฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมตลาดบริการในการเลือกฝากเงินประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวงของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดอุดรดิคตต์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณัติต ไม่ได้ดีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิคตต์, อุดรดิคตต์.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2563). *ผลการดำเนินงาน*. สืบค้นจาก [https://www.baac.or.th/th/content-report.php?content\\_group\\_sub=4](https://www.baac.or.th/th/content-report.php?content_group_sub=4)
- \_\_\_\_\_. (2563). *ผลิตภัณฑ์และบริการ*. สืบค้นจาก <https://www.baac.or.th/th/content-product.php>
- \_\_\_\_\_. (2563). *รู้จักช.ก.ส.*. สืบค้นจาก [https://www.baac.or.th/th/content-about.php?content\\_group\\_sub=0001/](https://www.baac.or.th/th/content-about.php?content_group_sub=0001/)
- ชญธิดา บุนนาค. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของลูกค้าบริษัทกรุงไทย-แอกซ่า จำกัด(มหาชน) ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทย เขตเชียงใหม่ 1*. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณัติต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ฤทัยกาญจน์ นาคนปรารภ. (2560). *เงินฝากเพื่อสงเคราะห์ชีวิตหักลดหย่อนภาษีได้*. *วารสารสรรพากรมสรรพากร*, 6(65), 6-9.
- วรรณิ ชลนภาสติด. (2561). *การวิจัยทางธุรกิจ การวางแผน และการควบคุมทางการเงิน*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: ไดมอน อิน บิสสิเนตเวิร์ล.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2562). *สื่อความรู้ประกันภัย*. สืบค้นจาก <https://www.oic.or.th/th/education/home>

อภิชา แสนเมือง. (2559). กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ชกส. มอบรัก 1/1 ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดมหาสารคาม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.

อมรรัตน์ บุตรราช. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตในด้านส่วนประสมการตลาดเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ



ภาคผนวก ก

ร่างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย (IOC)

### ร่างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย (IOC)

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต  
“ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

สาขาอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ

\*\*\*\*\*

#### คำชี้แจง:

1. แบบสอบถามฉบับนี้มุ่งตรวจสอบ เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence หรือ IOC) ของแบบสอบถาม และข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุน  
ในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”

3. ขอความกรุณาผู้เชี่ยวชาญ ช่วยพิจารณาแบบสอบถามว่ามีความสอดคล้องกับตัวแปรของการวิจัยเรื่องนี้หรือไม่ ด้วยการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ซึ่งมีเกณฑ์ในการประเมิน ดังนี้

ให้คะแนน +1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 หมายถึง ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

4. ผู้วิจัยขอความกรุณาผู้เชี่ยวชาญ ให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นที่ยังไม่สมบูรณ์ โดยการเขียนข้อเสนอแนะไว้ท้ายข้อความนั้นๆ

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสอบถาม: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน  ที่ตรงกับความเป็นจริงและความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ: โปรดพิจารณาว่าข้อความเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

ข้อ	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1.	<b>เพศ</b> <input type="checkbox"/> 1) ชาย <input type="checkbox"/> 2) หญิง				
2.	<b>อายุ</b> <input type="checkbox"/> 1) 20 - 30 ปี <input type="checkbox"/> 2) 31 - 40 ปี <input type="checkbox"/> 3) 41 - 50 ปี <input type="checkbox"/> 4) 51 - 60 ปี				
3.	<b>สถานภาพ</b> <input type="checkbox"/> 1) โสด <input type="checkbox"/> 2) สมรส <input type="checkbox"/> 3) หย่าร้าง <input type="checkbox"/> 4) หม้าย <input type="checkbox"/> 5) แยกกันอยู่ <input type="checkbox"/> 6) อื่นๆ.....				



ข้อ	ข้อความถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
4.	<b>รายได้ต่อปี</b> <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 30,000 บาท <input type="checkbox"/> 2) 30,001 - 100,000 บาท <input type="checkbox"/> 3) 100,001 - 150,000 บาท <input type="checkbox"/> 4) 150,001 - 200,000 บาท <input type="checkbox"/> 5) 200,001 - 250,000 บาท <input type="checkbox"/> 6) 250,001 - 300,000 บาท <input type="checkbox"/> 7) สูงกว่า 300,000 บาท <input type="checkbox"/> 8) ไม่มีรายได้				
5.	<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b> <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่าประถมศึกษา <input type="checkbox"/> 2) ประถมศึกษา <input type="checkbox"/> 3) มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช <input type="checkbox"/> 4) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส <input type="checkbox"/> 5) ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> 6) สูงกว่าปริญญาตรี				
6.	<b>สมาชิกในครอบครัว</b> <input type="checkbox"/> 1) 1-2 คน <input type="checkbox"/> 2) 3-4 คน <input type="checkbox"/> 3) 5-6 คน <input type="checkbox"/> 4) 7 คนขึ้นไป				

ข้อ	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
7.	<b>อาชีพ</b> <input type="checkbox"/> 1) การทำนา <input type="checkbox"/> 2) การทำสวนผลไม้ <input type="checkbox"/> 3) การทำไร่ <input type="checkbox"/> 4) ปลุกผัก <input type="checkbox"/> 5) เลี้ยงสัตว์ <input type="checkbox"/> 6) รับจ้างทั่วไป <input type="checkbox"/> 7) อื่นๆ (ระบุ).....				
8.	<b>จำนวนสมาชิกที่อยู่ในการดูแลของท่าน</b> <input type="checkbox"/> 1) ไม่มี <input type="checkbox"/> 2) 1-2 คน <input type="checkbox"/> 3) 3-4 คน <input type="checkbox"/> 4) 5-6 คน <input type="checkbox"/> 5) 7 คนขึ้นไป				
9.	<b>รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน</b> <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 1,000 บาท <input type="checkbox"/> 2) 1,001 - 3,000 บาท <input type="checkbox"/> 3) 3,001 - 5,000 บาท <input type="checkbox"/> 4) 5,001 - 8,000 บาท <input type="checkbox"/> 5) 8,001 - 10,000 บาท <input type="checkbox"/> 6) 10,001 - 12,000 บาท <input type="checkbox"/> 7) 12,001 - 15,000 บาท <input type="checkbox"/> 8) มากกว่า 15,001 บาทขึ้นไป <input type="checkbox"/> 9) อื่นๆ (ระบุ).....				

ข้อ	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
10.	<b>ภาระหนี้สิน</b> <input type="checkbox"/> 1) ไม่มี <input type="checkbox"/> 2) ต่ำกว่า 100,000 บาท <input type="checkbox"/> 3) 100,001 - 200,000 บาท <input type="checkbox"/> 4) 200,001 - 500,000 บาท <input type="checkbox"/> 5) 500,001 บาทขึ้นไป <input type="checkbox"/> 6) อื่นๆ (ระบุ).....				
11.	<b>ระยะเวลาการเป็นสมาชิกของท่าน</b> <input type="checkbox"/> 1) ไม่น้อยกว่า 6 เดือน <input type="checkbox"/> 2) 6 เดือนขึ้นไป - 1 ปี <input type="checkbox"/> 3) 1 ปีขึ้นไป - 3 ปี <input type="checkbox"/> 4) 3 ปีขึ้นไป - 5 ปี <input type="checkbox"/> 5) มากกว่า 5 ปี				
12.	<b>โรคทางพันธุกรรมที่มีผลต่อการเลือก ลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”</b> <input type="checkbox"/> 1) ความดัน <input type="checkbox"/> 2) เบาหวาน <input type="checkbox"/> 3) มะเร็ง <input type="checkbox"/> 4) หัวใจ <input type="checkbox"/> 5) โรคอื่นๆ <input type="checkbox"/> 6) ไม่มีโรคประจำตัว				

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”

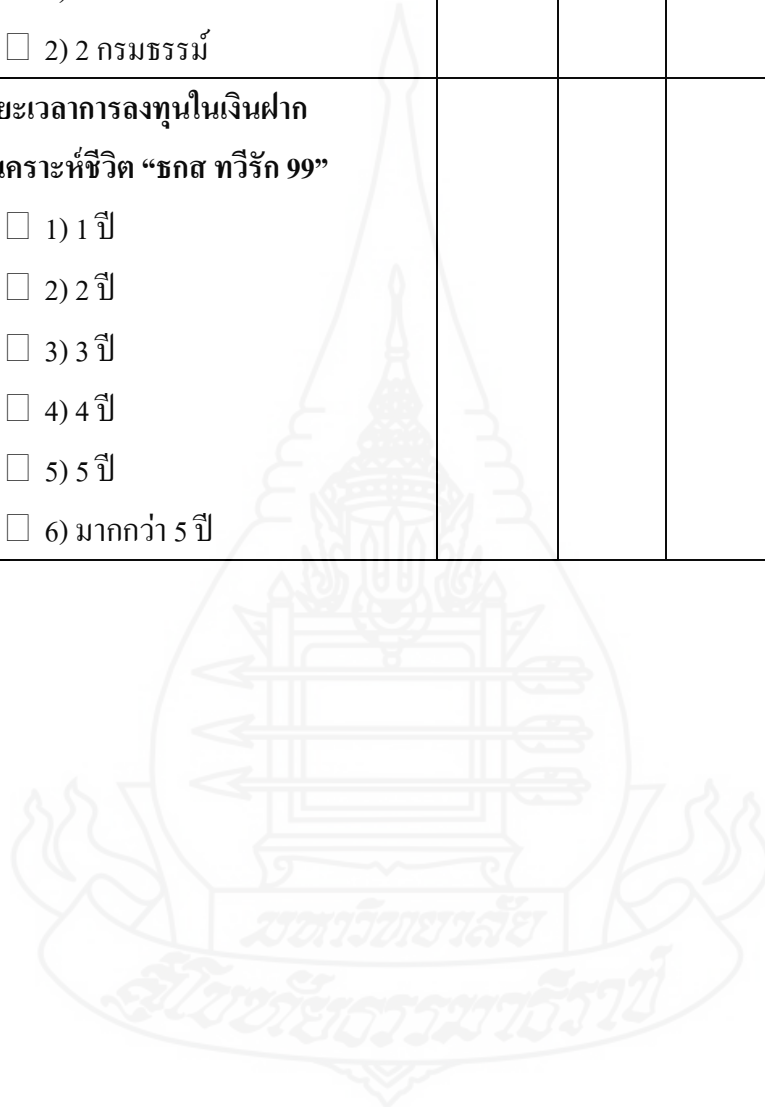
คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสอบถาม: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน  ที่ตรงกับความเป็นจริงและความคิดเห็น  
ของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ: โปรดพิจารณาว่าข้อความเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกลงทุนในเงินฝาก  
สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตร  
และสหกรณ์การเกษตรสาขาภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษเหมาะสมหรือไม่  
อย่างไร

ข้อ	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1.	<p>ท่านศึกษาข้อมูลเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” มาจากแหล่งใด</p> <p><input type="checkbox"/> 1) สื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์</p> <p><input type="checkbox"/> 2) เพื่อน</p> <p><input type="checkbox"/> 3) ค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์</p> <p><input type="checkbox"/> 4)ญาติ คนในครอบครัว</p> <p><input type="checkbox"/> 5) เจ้าหน้าที่ของธนาคาร</p> <p><input type="checkbox"/> 6) อื่นๆ (ระบุ).....</p>				
2.	<p>บุคคลที่อิทธิพลต่อการออมเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99” ของท่าน</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ตนเอง</p> <p><input type="checkbox"/> 2) เพื่อน</p> <p><input type="checkbox"/> 3) ญาติ คนในครอบครัว</p> <p><input type="checkbox"/> 4) สถานะทางการเงิน</p> <p><input type="checkbox"/> 5) อื่นๆ (ระบุ) .....</p>				

ข้อ	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
3.	<p>วัตถุประสงค์ในการออมเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ได้รับการคุ้มครองชีวิตตลอดชีพ ถึงอายุ 99 ปีบริบูรณ์</p> <p><input type="checkbox"/> 2) มีความมั่นคง</p> <p><input type="checkbox"/> 3) มีหลักประกันคุ้มครอง</p> <p><input type="checkbox"/> 4) มีความน่าเชื่อถือ</p> <p><input type="checkbox"/> 5) ได้ผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> 6) มีความสะดวก</p> <p><input type="checkbox"/> 7) ได้รับการชักชวน</p> <p><input type="checkbox"/> 8) ได้รับการยกเว้นภาษี</p> <p><input type="checkbox"/> 9) ได้ผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> 10) อัตราการออมทรัพย์ขั้นต่ำ อยู่ในขีดความสามารถ ที่จะออมได้</p> <p><input type="checkbox"/> 11) อื่นๆ (โปรดระบุ).....</p>				
4.	<p>อัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ท่านส่งต่อเดือน</p> <p><input type="checkbox"/> 1) 1,120 - 1,500 บาท</p> <p><input type="checkbox"/> 2) 1,501 - 2,000 บาท</p> <p><input type="checkbox"/> 3) 2,001 - 2,500 บาท</p> <p><input type="checkbox"/> 4) 2,501 - 3,000 บาท</p> <p><input type="checkbox"/> 5) 3,001 - 3,500 บาท</p> <p><input type="checkbox"/> 6) 3,501 - 4,000 บาท</p> <p><input type="checkbox"/> 7) สูงกว่า 4,000 บาท</p>				

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
5.	<p>จำนวนกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”</p> <p><input type="checkbox"/> 1) 1 กรมธรรม์</p> <p><input type="checkbox"/> 2) 2 กรมธรรม์</p>				
6.	<p>ระยะเวลาการลงทุนในเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”</p> <p><input type="checkbox"/> 1) 1 ปี</p> <p><input type="checkbox"/> 2) 2 ปี</p> <p><input type="checkbox"/> 3) 3 ปี</p> <p><input type="checkbox"/> 4) 4 ปี</p> <p><input type="checkbox"/> 5) 5 ปี</p> <p><input type="checkbox"/> 6) มากกว่า 5 ปี</p>				



ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในเงินฝาก  
สงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”

คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสอบถาม: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและความคิดเห็น  
ของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียวโดยที่

คะแนน 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนน 4 คือ เห็นด้วย

คะแนน 3 คือ เฉยๆ

คะแนน 2 คือ ไม่เห็นด้วย

คะแนน 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ: โปรดพิจารณาว่าข้อความเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผล  
ต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”  
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ  
เหมาะสมหรือไม่อย่างไร

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1)	ความคุ้มครองของกรมธรรม์ครอบคลุมตามความต้องการ				
2)	กรมธรรม์มีความคุ้มครองชัดเจนเข้าใจง่าย				
3)	วงเงินทุนประกันต่อเบี้ยประกันมีความเหมาะสม				
4)	ระยะเวลาคุ้มครองของกรมธรรม์ได้ถึงอายุ 99 ปี				
5)	กรมธรรม์สามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้ได้				
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>					
6)	ค่าเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับความคุ้มครอง				
7)	การส่งชำระค่าเบี้ยเป็นรายปี				
8)	สามารถเลือกทุนประกันตามความสามารถในการจ่ายได้				
9)	อัตราค่าเบี้ยที่ต้องส่งชำระค้ำข้างถูก				
10)	อัตราค่าเบี้ยคงที่ตลอดอายุสัญญา				



ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
<b>ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
11)	ธนาคารมีสาขาอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ใกล้เคียงบ้าน				
12)	ธนาคารมีเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ทำให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย				
13)	ธนาคารมีช่องบริการสำหรับผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ				
14)	ธนาคารมีสถานที่ที่กว้างขวางสะอาดและทันสมัยทำให้น่าเข้ามาใช้บริการ				
15)	ธนาคารมีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ				
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด</b>					
16)	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ				
17)	ข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน				
18)	มีโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง				
19)	มีความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลถึงลูกค้าโดยตรง				
<b>ปัจจัยด้านบุคลากร</b>					
20)	พนักงานมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์				
21)	พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย/ข้อซักถามได้เป็นอย่างดี				
22)	พนักงานมีมารยาท ยิ้มแย้ม และเต็มใจให้บริการ				
23)	พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ				
24)	พนักงานให้บริการผู้มารับบริการอย่างเป็นกันเอง				
25)	จำนวนพนักงานมีเพียงพอสำหรับบริการผู้มารับบริการ				

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการ</b>					
26)	ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน				
27)	มีหลายช่องในการชำระค่าเบี้ยประกัน				
28)	กรมธรรม์ได้รับการอนุมัติและจัดส่งอย่างรวดเร็ว				
29)	ช่องทางการชำระเบี้ยสะดวก รวดเร็ว				
30)	มีการให้บริการที่ถูกต้อง				
<b>ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>					
31)	ธนาคารอยู่ในความดูแลของรัฐบาล				
32)	ธนาคารมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี				
33)	ธนาคารมีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ				
34)	ธนาคารมีระบบรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี				
35)	เครื่องมือและอุปกรณ์ของธนาคารทันสมัย				

ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ

ภาคผนวก ข  
แบบสอบถาม



## แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต  
 “ชกส ทวีรัก 99” ของลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร  
 สาขาอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ

\*\*\*\*\*

คำชี้แจง: แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุน  
 ในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน  ที่ตรงกับความเป็นจริงและความคิดเห็นของท่านมากที่สุด  
 เพียงคำตอบเดียว

1. เพศ  1) ชาย  2) หญิง
2. อายุ  1) 20 - 30 ปี  2) 31 - 40 ปี  
 3) 41 - 50 ปี  4) 51 - 60 ปี
3. สถานภาพ  1) โสด  2) สมรส  3) หย่าร้าง  
 4) หม้าย  5) แยกกันอยู่  6) อื่นๆ
4. รายได้ต่อปี  
 1) น้อยกว่า 30,000 บาท  2) 30,001 - 100,000 บาท  
 3) 100,001 - 150,000 บาท  4) 150,001 - 200,000 บาท  
 5) 200,001 - 250,000 บาท  6) 250,001 - 300,000 บาท  
 7) สูงกว่า 300,000 บาท  8) ไม่มีรายได้

## 5. ระดับการศึกษาสูงสุด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ประถมศึกษา            | <input type="checkbox"/> 2) มัธยมศึกษาตอนต้น |
| <input type="checkbox"/> 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช | <input type="checkbox"/> 4) ปริญญาตรี/ปวส    |
| <input type="checkbox"/> 5) สูงกว่าปริญญาตรี      | <input type="checkbox"/> 6) อื่นๆ            |

## 6. สมาชิกในครอบครัว

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1) 1 - 2 คน | <input type="checkbox"/> 2) 3 - 4 คน   |
| <input type="checkbox"/> 3) 5 - 6 คน | <input type="checkbox"/> 4) 7 คนขึ้นไป |

## 7. อาชีพ

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) การทำนา             | <input type="checkbox"/> 2) การทำสวนยางพารา   |
| <input type="checkbox"/> 3) การทำไร่มันสำปะหลัง | <input type="checkbox"/> 4) เลี้ยงโค          |
| <input type="checkbox"/> 5) เลี้ยงกระบือ        | <input type="checkbox"/> 6) รับจ้างทำการเกษตร |
| <input type="checkbox"/> 7) อื่นๆ (ระบุ).....   |   |

## 8. จำนวนสมาชิกที่อยู่ในการดูแลของท่าน

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1) ไม่มี      | <input type="checkbox"/> 2) 1 - 2 คน |
| <input type="checkbox"/> 3) 3 - 4 คน   | <input type="checkbox"/> 4) 5 - 6 คน |
| <input type="checkbox"/> 5) 7 คนขึ้นไป |                                      |

## 9. รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 1,001 - 3,000 บาท        |
| <input type="checkbox"/> 3) 3,001 - 5,000 บาท             | <input type="checkbox"/> 4) 5,001 - 8,000 บาท        |
| <input type="checkbox"/> 5) 8,001 - 10,000 บาท            | <input type="checkbox"/> 6) 10,001 - 12,000 บาท      |
| <input type="checkbox"/> 7) 12,001 - 15,000 บาท           | <input type="checkbox"/> 8) มากกว่า 15,001 บาทขึ้นไป |
| <input type="checkbox"/> 9) อื่นๆ (ระบุ).....             |  |

## 10. ภาระหนี้สิน

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ไม่มี                 | <input type="checkbox"/> 2) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3) 100,001 - 200,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4) 200,001 - 500,000 บาท           |
| <input type="checkbox"/> 5) 500,001 บาทขึ้นไป     |   |

**ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”**

**1. วัตถุประสงค์ในการออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”**

- 1) ได้รับการคุ้มครองชีวิตตลอดชีพถึงอายุ 99 ปีบริบูรณ์
- 2) มีความมั่นคง
- 3) มีหลักประกันคุ้มครอง
- 4) มีความน่าเชื่อถือ
- 5) ได้ผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจ
- 6) มีความสะดวก
- 7) ได้รับการชักชวน
- 8) ได้รับการยกเว้นภาษี
- 9) อัตราการออมทรัพย์ขั้นต่ำอยู่ในขีดความสามารถที่จะออมได้
- 10) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**2. อัตราเงินฝากสงเคราะห์ที่ท่านส่งต่อปี**

- 1) 1,120 - 1,500 บาท
- 2) 1,501 - 2,000 บาท
- 3) 2,001 - 2,500 บาท
- 4) 2,501 - 3,000 บาท
- 5) 3,001 - 3,500 บาท
- 6) 3,501 - 4,000 บาท
- 7) สูงกว่า 4,000 บาท

**3. จำนวนกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”**

- 1) 1กรมธรรม์
- 2) 2 กรมธรรม์

**4. ระยะเวลาการลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ชกส ทวีรัก 99”**

- 1) 1 ปี
- 2) 2 ปี
- 3) 3 ปี
- 4) 4 ปี
- 5) 5 ปี
- 6) มากกว่า 5 ปี

**ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุน  
ในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก 99”**

**คำชี้แจง:** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและความคิดเห็นของท่านมากที่สุด  
เพียงคำตอบเดียว โดยที่คะแนน 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนน 4 คือ เห็นด้วย

คะแนน 3 คือ เฉยๆ

คะแนน 2 คือ ไม่เห็นด้วย

คะแนน 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

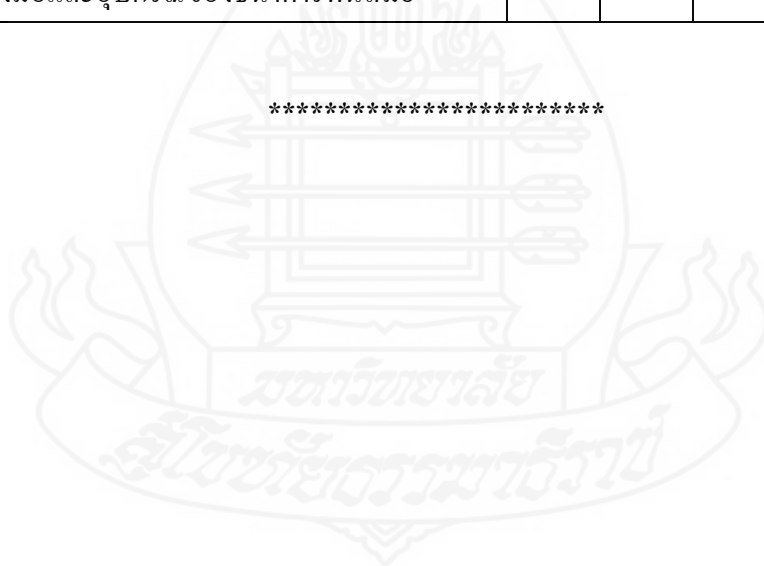
ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b><u>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</u></b>					
1) ความคุ้มครองของกรมธรรม์ครอบคลุมตามความต้องการ					
2) กรมธรรม์มีความคุ้มครองชัดเจนเข้าใจง่าย					
3) วงเงินทุนประกันต่อเบี้ยประกันมีความเหมาะสม					
4) ระยะเวลาคุ้มครองของกรมธรรม์ได้ถึงอายุ 99 ปี					
5) กรมธรรม์สามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้ได้					
<b><u>ปัจจัยด้านราคา</u></b>					
6) ค่าเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับความคุ้มครอง					
7) สามารถส่งชำระค่าเบี้ยเป็นรายปีได้					
8) สามารถเลือกทุนประกันตามความสามารถในการจ่ายได้					
9) อัตราค่าเบี้ยที่ต้องส่งชำระค่อนข้างถูก					
10) อัตราค่าเบี้ยคงที่ตลอดอายุสัญญา					



ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
11) ธนาคารมีสาขาอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ใกล้เคียงบ้าน					
12) ธนาคารมีเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ ทำให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย					
13) ธนาคารมีช่องบริการสำหรับผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ					
14) ธนาคารมีสถานที่ที่กว้างขวางสะอาดและทันสมัย ทำให้น่าเข้ามาใช้บริการ					
15) ธนาคารมีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ					
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด</b>					
16) มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ					
17) ข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัย และครบถ้วน					
18) มีโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง					
19) มีความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ถึงลูกค้าโดยตรง					
<b>ปัจจัยด้านบุคลากร</b>					
20) พนักงานมีความรู้และความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์					
21) พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย/ข้อซักถาม ได้เป็นอย่างดี					
22) พนักงานมีมารยาท ยิ้มแย้ม และเต็มใจให้บริการ					
23) พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและมี ความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
24) พนักงานให้บริการผู้มารับบริการอย่างเป็นกันเอง					
25) จำนวนพนักงานมีเพียงพอสำหรับบริการ ผู้มารับบริการ					

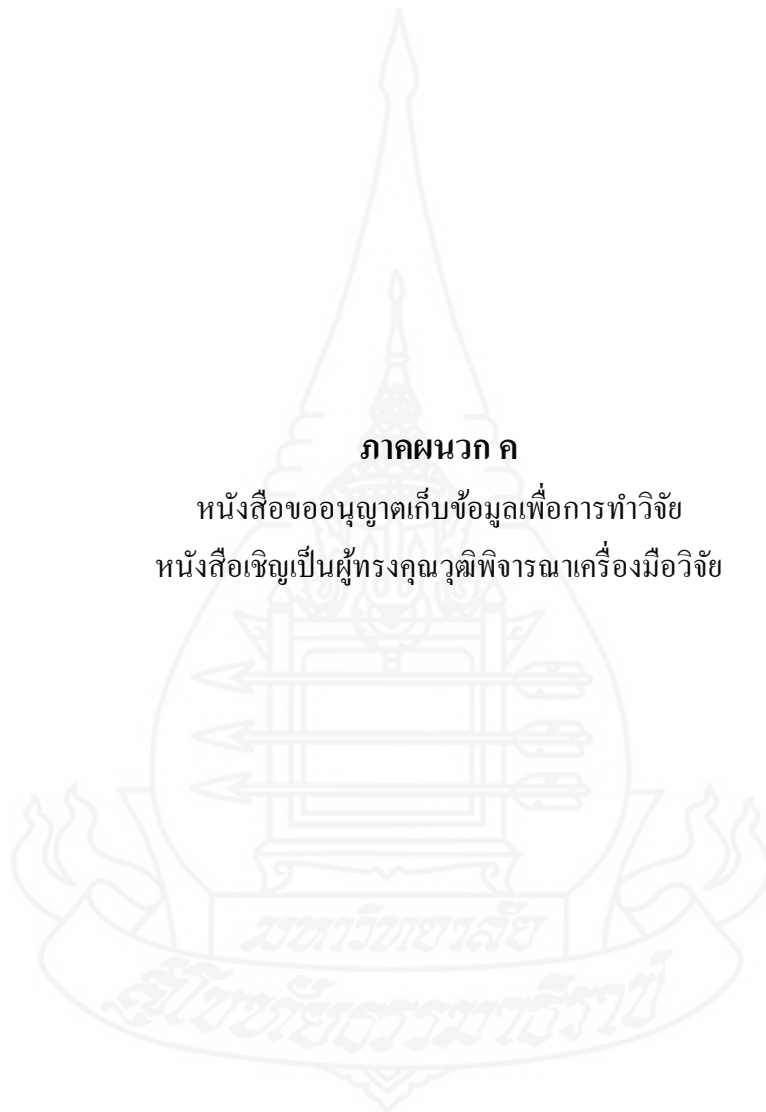
ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการ</b>					
26) ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
27) มีหลายช่องในการชำระค่าเบี้ยประกัน					
28) กรมธรรม์ได้รับการอนุมัติและจัดส่งอย่างรวดเร็ว					
29) ช่องทางการชำระเบี้ยสะดวก รวดเร็ว					
30) มีการให้บริการที่ถูกต้อง					
<b>ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>					
31) เป็นธนาคารของรัฐ					
32) ธนาคารมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี					
33) ธนาคารมีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ					
34) ธนาคารมีระบบรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี					
35) เครื่องมือและอุปกรณ์ของธนาคารทันสมัย					

\*\*\*\*\*



**ภาคผนวก ค**

หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัย  
หนังสือเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือวิจัย





ที่ อว ๐๕๒๒.๑๗/บ ๕๒๖

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด  
จังหวัดนนทบุรี ๑๑๑๒๐

๖ มิถุนายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานธนาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดศรีสะเกษ  
(คุณสุทัย ฉะนันท์)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงการการศึกษาค้นคว้าอิสระ จำนวน ๑ ชุด  
๒. แบบสอบถาม จำนวน ชุด

เนื่องด้วย นายธีระศักดิ์ ดวนใหญ่ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กำลังทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง "ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต "ธกส ทวีรัก ๙๙" ซึ่งมี รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาตามโครงการศึกษาค้นคว้าอิสระที่ส่งมาพร้อมนี้

ในการนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยจากหน่วยงานของท่าน สาขาวิชาวิทยาการจัดการ จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านในการขออนุญาตให้นักศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลในหน่วยงานของท่าน หากต้องการสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมโปรดติดต่อกับนักศึกษาโดยตรงได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๔-๔๕๕๕๘๒๓

สาขาวิชา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี จึงขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

โทร. ๐๒-๕๐๔-๘๑๘๑-๖

โทรสาร ๐๒-๕๐๓-๓๖๑๒





ที่ อว ๐๖๐๒.๑๗/บ ๕๖๓

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช  
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด  
จังหวัดนนทบุรี ๑๑๑๒๐

๖ มิถุนายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศนันท อูปรมัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงการการศึกษาค้นคว้าอิสระ จำนวน ๑ ชุด  
๒. แบบสอบถาม จำนวน ชุด

เนื่องด้วย นายธีระศักดิ์ ดวนใหญ่ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช กำลังทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก ๙๙” ตามโครงการศึกษาค้นคว้าอิสระที่ส่งมาพร้อมนี้

การจัดทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลและได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจาก รองศาสตราจารย์อัฉรา ชิวะตระกูลกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ไว้ขั้นหนึ่งแล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือวิจัยที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหาวิชา แนวปฏิบัติ และสอดคล้องกับหลักและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาวิทยาการจัดการ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือวิจัย โดยได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาดังกล่าว หากท่านต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมโปรดติดต่อกับนักศึกษาโดยตรงได้ที่ หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๔-๔๕๕๕๕๒๓

สาขาวิชา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี จึงขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

โทร. ๐๒-๕๐๔-๘๑๘๑-๖

โทรสาร ๐๒-๕๐๓-๓๖๑๒



ที่ อว ๐๖๐๒.๑๗/บ ๕๖๓

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช  
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด  
จังหวัดนนทบุรี ๑๑๑๒๐

๖ มิถุนายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.กัลย์ ปิ่นเกษร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงการการศึกษาค้นคว้าอิสระ จำนวน ๑ ชุด  
๒. แบบสอบถาม จำนวน ชุด

เนื่องด้วย นายธีระศักดิ์ ดวนใหญ่ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช กำลังทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก ๙๙” ตามโครงการศึกษาค้นคว้าอิสระที่ส่งมาพร้อมนี้

การจัดทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลและได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจาก รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ไว้ขั้นหนึ่งแล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือวิจัยที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหาวิชา แนวปฏิบัติ และสอดคล้องกับหลักและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาวิทยาการจัดการ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือวิจัย โดยได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาดังกล่าว หากท่านต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมโปรดติดต่อกับนักศึกษาโดยตรงได้ที่ หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๔-๔๕๕๕๘๒๓

สาขาวิชา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี จึงขอขอบคุณ ล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

โทร. ๐๒-๕๐๔-๘๑๘๑-๖

โทรสาร ๐๒-๕๐๓-๓๖๑๒





ที่ อว ๐๖๐๒.๑๗/บ ๕๒๗

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด  
จังหวัดนนทบุรี ๑๑๑๒๐

๒ มิถุนายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูสิงห์  
(คุณพิสมัย ชามุขพร)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงการการศึกษาค้นคว้าอิสระ จำนวน ๑ ชุด  
๒. แบบสอบถาม จำนวน ชุด

เนื่องด้วย นายธีระศักดิ์ ดวนใหญ่ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กำลังทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต “ธกส ทวีรัก ๙๙” ตามโครงการศึกษาค้นคว้าอิสระที่ส่งมาพร้อมนี้

การจัดทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลและได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจาก รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชิวะตระกูลกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ไว้ขั้นหนึ่งแล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือวิจัยที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหาวิชา แนวปฏิบัติ และสอดคล้องกับหลักและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาวิทยาการจัดการ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือวิจัย โดยได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาดังกล่าว หากท่านต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมโปรดติดต่อกับนักศึกษาโดยตรงได้ที่ หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๔-๔๕๕๕๕๘๒๓

สาขาวิชาฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี จึงขอขอบคุณ ล่วงหน้า  
ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

โทร. ๐๒-๕๐๔-๘๑๘๑-๖

โทรสาร ๐๒-๕๐๓-๓๖๑๒

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายธีระศักดิ์ ดวนใหญ่
วัน เดือน ปีเกิด	12 ตุลาคม 2534
สถานที่เกิด	อำเภอวังหิน จังหวัดศรีสะเกษ
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการ) เกียรตินิยมอันดับ 2 มหาวิทยาลัยขอนแก่น
สถานที่ทำงาน	ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ
ตำแหน่ง	พนักงานพัฒนาธุรกิจ 7

