

## บทที่ 2

### แนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์

จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยของ อูรุวรรณ ศิโรรัตน์ (2546, น. 25 – 29) ศึกษาเรื่อง ความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กล่าวถึงปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังนี้

##### 2.1.1 เพศ (Gender)

โดยลักษณะของสังคมไทย ถึงแม้ได้มีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดและทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องเพศแล้วก็ตาม แต่ก็ยังมีงานวิจัยหลายชิ้นที่พิสูจน์ว่าคุณลักษณะบางอย่างของเพศชายและหญิงนั้นมีความแตกต่างกัน เช่น การศึกษาการใช้เวลาของนักเรียนหญิงและนักเรียนชายกลับพบว่านักเรียนหญิงทำการบ้านและทบทวนบทเรียนมากกว่านักเรียนชาย การวิจัยทางด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของชายและหญิงก็แตกต่างกัน ดังเช่น การวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการชมภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่น พบว่า เด็กวัยรุ่นชายสนใจภาพยนตร์สงครามมากที่สุด ในขณะที่เด็กวัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์มากที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่แสดงให้เห็นว่าชายและหญิงนั้นไม่ต่างกัน เช่น จากการศึกษาวิจัยแบบทดลอง พบว่าผู้รับสารชายและหญิงไม่มีความสัมพันธ์ทางการโน้มน้ำหนักจิตใจจากผู้พูด หรือจากการวิจัยเกี่ยวกับความคล่องในการคิด ความยืดหยุ่นในการคิดและความคิดริเริ่ม พบว่าไม่มีความแตกต่างกันระหว่างนักศึกษาชายและหญิง

แม้ตามธรรมชาติแล้วชายและหญิงจะมีลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกัน แต่ทางด้านความนึกคิด ทัศนคติและพฤติกรรมก็มีทั้งลักษณะที่ทั้งแตกต่างกันและเหมือนกัน และถึงแม้สภาพสังคมปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงไปมาก ชายและหญิงมีสิทธิเท่าเทียมกันในหลายๆด้าน แต่อย่างไรก็ตาม ยังคงพบความแตกต่างอีกหลายๆด้านในเพศชายและหญิงเช่นกัน ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับระดับบุคคล กลุ่มหรือมวลชนจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างทางด้านทัศนคติพฤติกรรมของเพศหญิงและเพศชายด้วย

### 2.1.2 อายุ (Age)

บุคคลในช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น กลุ่มบุคคลสูงอายุมักจะสนใจเกี่ยวกับเรื่องของสุขภาพและพลาสมา บุคคลกลุ่มนี้จึงมักให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพ และการชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น นอกจากนี้แล้วอายุยังมีความสัมพันธ์ต่อข่าวสารและสื่ออีกด้วย ตัวอย่างเช่น การรับรู้ข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะพบว่าคนหนุ่มสาวจะมีการรับข่าวสารมากกว่าผู้สูงอายุ จะเห็นได้ว่า นอกจากเรื่องของความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการของบุคคลในช่วงอายุต่างๆ ที่มีความแตกต่างกันแล้ว เรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ของผู้ที่มีระดับอายุที่แตกต่างกันก็จะแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้น ในการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ให้แก่ลูกค้า จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยในเรื่องของอายุของกลุ่มลูกค้าด้วย

### 2.1.3 อาชีพ (Occupation)

อาชีพของบุคคลที่แตกต่างกัน จะนำมาซึ่งความจำเป็นและความต้องการในการอุปโภค/บริโภคสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น บุคคลที่มีอาชีพเป็นข้าราชการมักจะสินค้าที่มีความจำเป็นและมักจะไม่นิยมซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย ส่วนกลุ่มบุคคลที่มีอาชีพเป็นผู้บริหารนอกจากจะซื้อสินค้าจำเป็นแล้วจะมีแนวโน้มที่ต้องการสินค้าและบริการฟุ่มเฟือยอีกด้วย ดังนั้น ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่นักการตลาดจะต้องศึกษาว่า ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทในแต่ละประเภทเหมาะสมกับบุคคลในกลุ่มอาชีพใดบ้าง เพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดและนำเสนอให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มอาชีพได้อย่างเหมาะสม

### 2.1.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือรายได้ (Income)

บุคคลที่มีรายได้แตกต่างกันย่อมจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกันไป โดยส่วนใหญ่แล้ว บุคคลที่มีรายได้น้อย มักจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีพเท่านั้น ไม่มีรายได้เหลือพอที่จะใช้ในการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างๆ ส่วนบุคคล

ที่มีรายได้สูง นอกจากจะซื้อสินค้าที่มีความจำเป็นแล้วยังมีความต้องการในสินค้าและบริการที่เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยอีกด้วย เนื่องจากยังคงมีรายได้ส่วนที่เหลือจากการซื้อสินค้าจำเป็น

โอกาสทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและบริการของบุคคล ประกอบไปด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย โดยในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ คนส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำ การบริหารกิจการจะต้องทำการปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา รวมทั้งลดจำนวนการผลิตและจำนวนสินค้าคงคลัง และวิธีต่างๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทหรือองค์กร

#### 2.1.5 การศึกษา (Education)

การศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างกันในเรื่องของพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการ โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากจะมีการวิเคราะห์เปรียบเทียบทั้งทางด้านคุณภาพและราคา ก่อนจะตัดสินใจเลือกซื้อหรือเลือกใช้บริการนั้นๆ ส่วนผู้ที่มีการศึกษาต่ำ มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ โดยการพิจารณาเปรียบเทียบเฉพาะปัจจัยทางด้านราคาเพียงอย่างเดียว

#### 2.1.6 สถานภาพ (Status)

สถานภาพของผู้บริโภค ถือได้ว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการ โดยผู้ที่มีสถานภาพโสดจะมีแนวโน้มที่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยมากกว่าผู้ที่สมรสแล้ว ทั้งนี้เนื่องจากมีโอกาสที่จะมีรายได้ที่เหลือจ่ายมากกว่าผู้ที่สมรสแล้ว โดยส่วนใหญ่นั้น ผู้ที่สมรสแล้วจะมีค่าใช้จ่ายต่างๆมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด และในกรณีที่มีบุตร ก็จะต้องมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเลี้ยงดูบุตร รวมไปถึงค่าใช้จ่ายในเรื่องของการศึกษา จึงส่งผลให้ผู้ที่สมรสแล้ว มีแนวโน้มที่จะบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยน้อยกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบริการเงินฝาก

แนวคิดเกี่ยวกับบริการเงินฝาก อรุณี นรินทรกุล ณ อยุธยา (2527, น. 75) กล่าวไว้ในหนังสือ การบริหารธนาคารพาณิชย์ ความว่า “เงินฝาก (Deposit) คือเงินที่ธนาคารรับฝากจากลูกค้า เพื่อนำไปให้กู้ยืมเพื่อได้รับผลตอบแทน อาจเป็นเงินฝากจริงที่ได้รับจากลูกค้า หรือเงินฝากที่ธนาคารสร้างขึ้นเมื่อธนาคารให้กู้ยืม หรือให้เครดิตก็ได้” ซึ่งเราสามารถแบ่งเงินฝากออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 3 ประเภท คือ เงินฝากที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม เงินฝากออมทรัพย์ และ เงินฝากประจำหรือเงินฝากที่ต้องการจ่ายคืนเมื่อสิ้นระยะเวลา ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียดของเงินฝากแต่ละประเภทตามลำดับ ดังต่อไปนี้

### 2.2.1 เงินฝากที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม (Demand Deposit)

เงินฝากที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม คือ เงินฝากธนาคารที่มีพันธะที่จะต้องจ่ายคืนให้แก่ลูกค้าเมื่อเรียกร้องหรือตามคำสั่งด้วยการใช้เช็คในการถอน ได้แก่ เงินฝากกระแสรายวัน (Checking Account หรือ Current Accounts) และเงินฝากที่ธนาคารต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม ชนิดอื่นๆ เช่น เช็คสั่งจ่ายของธนาคาร (Cashier's Order หรือ Manager's Cheque) และเช็คที่ธนาคารรับรอง (Certified Cheque) เป็นต้น

2.2.1.1 เงินฝากกระแสรายวันหรือบัญชีเดินสะพัด คือ เงินฝากที่ธนาคารต้องจ่ายคืนแก่ผู้ฝากทันทีเมื่อผู้ฝากเรียกร้องด้วยการใช้เช็คในการสั่งจ่าย (ถอน) ลูกค้าบัญชีกระแสรายวันสามารถทำการขอเบิกเงินเกินบัญชีกระแสรายวันได้ ซึ่งคือ การกู้ยืมเงินจากธนาคารโดยวิธีสั่งจ่ายเงินเกินจากจำนวนเงินฝากที่ลูกค้าผู้นั้นมีอยู่กับธนาคาร การเบิกเงินเกินบัญชียังนั้น ถ้าเป็นการเบิกเกินเป็นครั้งคราว โดยปกติธนาคารมักจะไม่กระทำ เว้นแต่กรณีลูกค้าที่คุ้นเคย และจะยินยอมให้เบิกเกินวงเงินได้ภายในวงเงินอำนาจที่เจ้าหน้าที่ผู้รับมอบอำนาจได้รับจากธนาคารเท่านั้น ธนาคารอาจจะอนุมัติจ่ายเงินตามจำนวนในเช็คสั่งจ่ายไปก่อน โดยลูกค้าสัญญาว่าจะรับนำเงินมาเข้าบัญชีโดยเร็วและธนาคารพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นลูกค้าที่ดีของธนาคาร ซึ่งเรียกการเบิกเงินบัญชียังนี้เป็นแบบชั่วคราว

เมื่อลูกค้ามีความประสงค์ขอเบิกเงินเกินบัญชีจากธนาคาร ธนาคารจะคิดดอกเบี้ยเงินเบิกเกินบัญชียังนั้น โดยที่ดอกเบี้ยที่เกิดจากบัญชีกระแสรายวัน กฎหมายยอมให้คิดดอกเบี้ยซ้อน

ดอกเบีย คือ การเอาดอกเบียทบเข้ากับเงินต้น แล้วคิดดอกเบียจากจำนวนที่ทบเข้าไปแล้วได้ เพราะตามบทบัญญัติเรื่องบัญชีเดินสะพัดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้มีบัญญัติห้ามไว้ แต่ความในวรรคที่สองของมาตรา 655 ได้บัญญัติยกเว้นไว้ คือ ไม่ห้ามการคิดดอกเบียใน ดอกเบียที่ค้างชำระดังเหมือนเช่นความในวรรคแรกของมาตรา 655 ซึ่งความในวรรคที่สองบัญญัติไว้ดังนี้

“มาตรา 655 ท่านห้ามมิให้คิดดอกเบียในดอกเบียที่ค้างชำระ แต่ทว่าเมื่อดอกเบีย ค้างชำระไม่น้อยกว่าปีหนึ่ง คู่สัญญาผู้ยืมจะตกลงกันให้เอาดอกเบียนั้นทบเข้ากับเงินต้น แล้วคิด ดอกเบียในจำนวนเงินที่ทบเข้ากันนั้นก็ได้ แต่การตกลงเช่นนั้นต้องทำเป็นหนังสือ

ส่วนประเพณีการค้าขายที่คำนวณดอกเบี้ยต้นในบัญชีเดินสะพัดก็ดี ในการค้าอย่าง อื่นทำนองเช่นว่านี้ก็ดี หากอยู่ในบังคับแห่งบทบัญญัติซึ่งกล่าวมาในวรรคก่อนนั้นไม่”

รายละเอียดในเรื่องของการเบิกเงินเกินบัญชีจะขอกล่าวถึงในส่วนของแนวคิด เกี่ยวกับบริการด้านสินเชื่อต่อไป

บัญชีเงินฝากกระแสรายวันในปัจจุบัน ธนาคารจะไม่จ่ายดอกเบี้ยเงินฝากให้แก่ผู้ฝาก เงิน แต่ธนาคารสามารถจ่ายดอกเบี้ยให้แก่สถาบันการเงินต่างๆ เช่น ธนาคารพาณิชย์ ธนาคาร ออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร บริษัทเงินทุน เป็นต้น โดย ดอกเบียเงิน ฝากกระแสรายวันจะคำนวณและนำเข้าบัญชีกระแสรายวันตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ การคำนวณ ดอกเบียโดยทั่วไป จะคำนวณจากการนำเอาจำนวนวันของแต่ละเดือนคูณด้วยยอดคงเหลือที่ต่ำ ที่สุดของบัญชีเงินฝากในเดือนนั้นๆ หรืออีกวิธีหนึ่งจะเอายอดเงินฝากคงเหลือเมื่อสิ้นวันคูณด้วย จำนวนวันที่เงินฝากจำนวนนั้นเปลี่ยนแปลง แต่ในปัจจุบันธนาคารมักจะไม่คิดดอกเบี้ยให้ ยกเว้น กรณีที่ลูกค้ามีเงินฝากคงค้างในบัญชีสูงมาก เช่น ธนาคารพาณิชย์อื่นๆ เป็นต้น

2.2.1.2 เช็คสั่งจ่ายของธนาคาร คือ เช็คของธนาคารที่สั่งธนาคารตนเองให้จ่ายเงิน จำนวนหนึ่งให้แก่บุคคลหนึ่ง การที่ธนาคารออก “เช็คสั่งจ่ายของธนาคาร” ก็เพื่อชำระค่าใช้จ่าย หรือการซื้อทรัพย์สินของธนาคาร เพื่อจ่ายเงินให้ลูกค้าของธนาคารเนื่องในการที่ธนาคารให้ลูกค้า กู้ยืมหรืออาจจะเนื่องจากลูกค้านำเช็คหรือเงินสดของตนมาแลกกับเช็คสั่งจ่ายของธนาคาร โดย ธนาคารจะคิดค่าธรรมเนียมในการออกเช็คสั่งจ่ายเอาจากลูกค้าเพียงเล็กน้อย

2.2.1.3 เช็คที่ธนาคารรับรอง คือ เช็คของผู้ฝากเงินที่มาขอให้ธนาคารรับรองว่ามี เงินในบัญชีเงินฝากของผู้ฝากนั้นเพียงพอที่ธนาคารจะจ่ายเงินตามเช็คนั้นได้ กล่าวคือ บางครั้งเมื่อผู้

ฝากเงินสั่งจ่ายเช็คของตนให้แก่บุคคลอื่น บุคคลนั้นอาจไม่เต็มใจหรือปฏิเสธที่จะรับเช็คนั้น เพราะไม่แน่ใจว่าเช็คนั้นจะมีเงินในบัญชีพอจ่ายหรือไม่เมื่อตนนำเช็คไปยื่นขอรับเงิน ฉะนั้น เพื่อความสบายใจของทั้งสองฝ่าย ผู้ฝากเงินหรือผู้ทรงเช็ค จึงไปยื่นคำขอต่อธนาคาร เพื่อให้ธนาคารรับรองเช็คนั้น ในการรับรองเช็คนี้ ธนาคารอาจเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการรับรองจากลูกค้าด้วย

## 2.2.2 เงินฝากออมทรัพย์

เงินฝากสะสมทรัพย์เป็นบัญชีเงินฝากประเภทที่ไม่มีกำหนดระยะเวลาในการฝากหรือถอนเงิน วัตถุประสงค์ของเงินฝากประเภทออมทรัพย์ตามทฤษฎีธนาคาร มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์ของลูกค้าธนาคาร โดยที่สามารถให้ลูกค้าฝากเงินที่ละเล็กทีละน้อยได้ การฝากและการถอนเงินสามารถทำได้โดยไม่จำกัดจำนวนเงินและจำนวนครั้งได้ที่ธนาคาร ยกเว้นในการฝากครั้งแรกเมื่อทำการเปิดบัญชีจะต้องไม่ต่ำกว่า 500 บาท เงินฝากประเภทออมทรัพย์ไม่สามารถถอนเงินโดยใช้เช็ค แต่ลูกค้าจะสามารถถอนเงินได้โดยการเขียนคำสั่งจ่ายในใบถอนเงิน และจะต้องไปถอนเงินด้วยตนเอง (หรือมอบฉันทะให้ผู้อื่นไปถอนแทน) หรือจะถอนเงินผ่านทางเครื่อง ATM (Automated Teller Machines) ก็ได้ เงินฝากออมทรัพย์นี้ ธนาคารจะออกสมุดคู่ฝาก (Pass Book) สำหรับบันทึกรายการฝาก รายการถอน รายการเคลื่อนไหวอื่นๆ และยอดคงเหลือของบัญชี

เนื่องจากเงินฝากประเภทออมทรัพย์มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการออมทรัพย์ของประชาชน จึงเป็นเงินฝากชนิดที่ธนาคารคิดดอกเบี้ยให้อัตราที่ค่อนข้างสูง และสภาพเงินฝากออมทรัพย์นั้นจะไม่ค่อยมีการเคลื่อนไหวเพราะจะเป็นการฝากเพื่อเก็บออม ธนาคารจึงสามารถนำไปหาผลประโยชน์เต็มที่จึงสามารถจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่ค่อนข้างสูงได้ แต่อย่างไรก็ตามธนาคารพาณิชย์จะไม่สามารถจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่ไม่เกินกว่าอัตราที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

การคำนวณดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ จะคำนวณดอกเบี้ยและนำเงินเข้าบัญชีเงินให้ลูกค้าทุกงวดปิดบัญชี 6 เดือนครั้ง และคำนวณโดยวิธีการหาผลคูณจากยอดคงเหลือของเงินฝากที่ต่ำสุดของเดือน คูณด้วยจำนวนวันในเดือนนั้น หรืออีกวิธีหนึ่งคือ การนำเอายอดเงินฝากคงเหลือเมื่อสิ้นสุดวันคูณด้วยจำนวนวันที่เงินฝากนั้นไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อสิ้นงวดจะเอาผลคูณของแต่ละเดือนรวมยอด แล้วนำมาคำนวณกับอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดไว้เพื่อหาจำนวนดอกเบี้ยที่จะต้องจ่ายให้แก่ผู้ฝาก เมื่อได้จำนวนดอกเบี้ยที่คิดให้แก่ลูกค้าแต่ละคนแล้ว ธนาคารจะนำเข้า

บัญชีดอกเบี้ยค้างจ่ายเป็นรายเดือน แล้วเมื่อสิ้นงวดจะโอนจากบัญชีดอกเบี้ยค้างจ่ายไปเข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ของลูกค้าแต่ละคน (วันที่ 30 มิถุนายน และวันที่ 31 ธันวาคม ของทุกปี)

### 2.2.3 เงินฝากประจำหรือเงินฝากที่ต้องการจ่ายคืนเมื่อสิ้นระยะเวลา

เงินฝากที่ต้องจ่ายคืนเมื่อสิ้นเวลา (Time Deposit) หรือที่เรียกกันทั่วไปว่าเงินฝากประจำ (Fixed Deposit) คือเงินฝากที่โดยปกติผู้ฝากจะถอนคืนได้เมื่อสิ้นระยะเวลาที่กำหนดฝากไว้ จุดประสงค์ของผู้ฝากเงินประเภทนี้เพื่อเป็นการลงทุนหาผลตอบแทน ระยะเวลาของเงินฝากประจำที่ธนาคารพาณิชย์ให้บริการ แบ่งเป็นระยะเวลา 3 เดือน 6 เดือน 12 เดือนและระยะเวลาที่เกินกว่า 1 ปีขึ้นไป โดยจะได้รับดอกเบี้ยเมื่อฝากครบตามกำหนดระยะเวลาที่ตกลงไว้กับธนาคาร และการฝากเงินจะไม่จำกัดจำนวนเงินที่ฝาก ธนาคารจะออกสมุดคู่ฝากให้กับลูกค้าเพื่อใช้ในการบันทึกบัญชีการรับเงินฝากประจำด้วย เงินฝากประเภทนี้ธนาคารจะคิดดอกเบี้ยให้อัตราที่สูงลดหลั่นตามลำดับของระยะเวลาที่ฝาก แต่จะต้องคิดอัตราดอกเบี้ยไม่สูงกว่าอัตราที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดไว้ สาเหตุที่ธนาคารสามารถจ่ายดอกเบี้ยเงินฝากประเภทนี้ในอัตราที่สูง เนื่องจากการที่มีกำหนดระยะเวลาการฝากเป็นระยะเวลานานพอสมควร ทำให้ธนาคารคาดการณ์ระยะเวลาถอนเงินของเงินฝากประเภทนี้ได้ค่อนข้างแน่นอน จึงสามารถจัดสรรเงินไปลงทุนหาผลประโยชน์ได้เต็มที่ นอกจากนี้ ธนาคารจะต้องหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่ายดอกเบี้ยที่ธนาคารจ่ายไว้ตามที่กรมสรรพากรกำหนด

ถึงแม้ว่าทางธนาคารพาณิชย์และผู้ฝากเงินจะมีการตกลงกำหนดระยะเวลาฝากไว้เป็นที่แน่นอน แต่ในทางปฏิบัติแล้ว จะพบว่า เมื่อมีความจำเป็นผู้ฝากอาจจะขอถอนเงินก่อนครบกำหนดระยะเวลาการฝากได้ โดยธนาคารจะไม่จ่ายดอกเบี้ยให้ หรืออาจจะจ่ายในอัตราที่ลดต่ำลงตามระยะเวลาที่ฝาก หรือในบางธนาคารจะมีการลงโทษโดยหักดอกเบี้ยเงินฝากด้วยอัตราลงโทษที่กำหนดไว้ที่เรียกว่า Penalty Rate แต่อย่างไรก็ตาม การจะคิดดอกเบี้ยให้แก่เงินฝากที่ถอนก่อนครบกำหนดนี้ ได้หรือไม่ในอัตราเท่าใด จะขึ้นอยู่กับประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ด้วย

การคิดดอกเบี้ยเงินฝากที่ต้องจ่ายคืนเมื่อสิ้นระยะเวลานั้น ทางธนาคารพาณิชย์จะไม่คิดดอกเบี้ยให้กับยอดเงินฝากที่มีระยะเวลารวมตั้งแต่เริ่มฝากถึงระยะเวลาที่ทวงถามไม่ถึง 3 เดือน และในการคิดดอกเบี้ยนั้นจะคำนวณโดยการนำจำนวนเงินฝากคูณกับระยะเวลาที่ฝากแล้วจึง

นำไปคูณกับอัตราดอกเบี้ย จากนั้นนำดอกเบี้ยที่คำนวณได้มาคิดภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย จึงจะได้ดอกเบี้ยที่ผู้ฝากได้รับจริง

#### 2.2.4 มูลเหตุของการฝากเงินกับระบบธนาคารพาณิชย์

ผู้มีเงินออม (Saver) มีทางเลือกจากการใช้เงินออมนั้นหลายทาง ทางหนึ่งคือการเก็บเงินไว้กับตนเอง ทางที่สองคือการนำเงินออมไปหาผลประโยชน์ เงินออมที่ถูกเก็บไว้กับตนเองจะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งกับผู้มีเงินออมคือ ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และกับระบบเศรษฐกิจคือ ไม่ก่อให้เกิดการลงทุนเพิ่มเพื่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ผู้มีเงินออมจึงนิยมนำเงินไปหาผลประโยชน์ซึ่งมีทางเลือกต่างๆ ได้หลายทาง เช่น การฝากธนาคาร การลงทุนในหลักทรัพย์ทางการเงิน การให้กู้ยืมส่วนบุคคล ฯลฯ แต่ละทางเลือกมีผลดีและผลเสียในแง่ของรายได้ (Return) สภาพคล่อง (Liquidity) และความเสี่ยงภัย (Risk) การนำเงินไปหาผลประโยชน์ในทางเลือกที่ก่อให้เกิดรายได้สูง อาจนำมาซึ่งความเสี่ยงภัยสูงและสภาพคล่องน้อยตามไปด้วย การนำเงินไปหาผลประโยชน์โดยการฝากเงินกับระบบธนาคารอาจก่อให้เกิดรายได้ต่ำ แต่ความเสี่ยงภัยน้อยและสภาพคล่องค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม การฝากเงินกับระบบธนาคารมิได้ก่อให้เกิดประโยชน์เพียงเท่าที่กล่าวเท่านั้น ยังมีประโยชน์อื่นอีกหลายประการ ซึ่งพอสรุปได้ว่า มูลเหตุการฝากเงินกับระบบธนาคารมีดังนี้

1. เพื่อความปลอดภัย ความปลอดภัยนับเป็นมูลเหตุสำคัญประการแรกของผู้ฝากประเภทบุคคลธรรมดา เนื่องจากการเก็บเงินไว้กับตนเองอาจสูญหายได้ง่าย ธนาคารมีห้องเก็บเงินที่มั่นคงและแข็งแรง และการนำเงินไปให้กู้ยืมของธนาคารถูกควบคุมใกล้ชิดโดยธนาคารแห่งประเทศไทย จึงเป็นที่แน่ใจได้ว่าผู้ฝากจะได้รับความปลอดภัยและความปลอดภัยจากเงินฝากนั้น
2. เพื่อความคล่องตัว บุคคลธรรมดาได้รับประโยชน์ทางด้านความคล่องตัวในแง่ของความคล่องตัวจากการถอนเงิน กล่าวคือ ผู้ฝากเงินที่มีความจำเป็นต้องใช้เงินจะสามารถถอนเงินจากระบบธนาคารได้ทันทีโดยไม่เกิดผลขาดทุน การนำเงินออมไปลงทุนซื้อหลักทรัพย์ทางการเงินซึ่งแม้จะมีรายได้สูงแต่อาจถอนคืนไม่ได้ หรือถ้าถอนได้ก็อาจเกินผลขาดทุนจากการถอนนั้น ความคล่องตัวนั้นเป็นมูลเหตุสำคัญประการที่สองของผู้ฝากประเภทบุคคลธรรมดา

ธุรกิจได้รับประโยชน์ทางด้านความสะดวกในการสั่งจ่ายเงินด้วยเช็ค เพราะไม่ต้องมีการนับเงินหรือส่งเงินไปไกลๆ ความคล่องตัวหรือความสะดวกในการจ่ายเงินจึงนับเป็นมูลเหตุสำคัญของผู้ฝากประเภทธุรกิจเช่นเดียวกัน

3. เพื่อรายได้ ดังที่ได้กล่าวแล้วว่าบุคคลธรรมดาที่ดี ธุรกิจที่ฝากเงินกับระบบธนาคารที่ดี ฝากเงินด้วยวัตถุประสงค์เพื่อความปลอดภัย และความคล่องตัวของเงินฝาก ความต้องการรายได้จึงเป็นเป้าหมายรอง แต่กระนั้นผู้ฝากจะได้รับรายได้ค่าดอกเบี้ยมากน้อยตามประเภทของเงินฝาก ผู้ฝากที่มีลักษณะการใช้เงินไม่รวดเร็วนักอาจฝากประเภทประจำซึ่งจะได้รับรายได้สูงกว่าประเภทอื่น

4. เพื่อสิทธิกู้เงิน เนื่องจากธนาคารประกอบธุรกิจการค้าขายเงิน หน้าที่หนึ่งของธนาคารได้แก่การนำเงินไปให้กู้ยืม ผู้ฝากโดยเฉพาะผู้ฝากรายใหญ่ที่มีความเดือดร้อนทางการเงิน อาจขอกู้จากธนาคารโดยธนาคารจะพิจารณาเป็นกรณีพิเศษ หรือธนาคารให้ใช้บัญชีเงินฝากค้ำประกันก็ได้

5. เพื่อรับบริการอื่นๆจากธนาคาร ผู้ฝากอาจขอรับบริการบางประเภทที่บุคคลทั่วไปไม่อาจขอจากธนาคารได้ เช่น การสอบถามข่าวสารทางการเงิน การขอยกเว้นค่าธรรมเนียมบางชนิด เป็นต้น

## 2.2.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเงินฝากของธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่ง

ผู้มีเงินออมที่ถูกจูงใจด้วยสาเหตุต่างๆ ให้นำเงินมาฝากกับธนาคารพาณิชย์ จะเลือกธนาคารพาณิชย์ที่ตนคิดว่าเหมาะสมที่สุด ปัจจัยต่อไปนี้จะเป็มูลเหตุให้ลูกค้าเลือกฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ใดธนาคารพาณิชย์หนึ่ง

1. อาคารที่ทำการและพนักงาน อาคารที่ทำการมีลักษณะสวยงาม พร้อมทั้งก่อให้เกิดความรู้สึกมั่นคง ย่อมเป็นสิ่งดึงดูดใจลูกค้า เนื่องจากโดยทั่วไปมนุษย์มีอุปนิสัยรักสวยรักงาม ในขณะเดียวกันย่อมต้องการความรู้สึกมั่นคงในเงินฝากนั้น ลักษณะอาคารธนาคารในปัจจุบันนิยมให้มีความสวยงามและทันสมัยเพื่อชักชวนลูกค้าให้เข้ามาติดต่อ ธนาคารหลายแห่งในปัจจุบันตระหนักถึงความจริงในข้อนี้ จึงได้มีการก่อสร้างอาคารใหม่ที่สวยงามทันสมัย หรือได้ซ่อมแซมปรับปรุงอาคารเก่าเพื่อดึงดูดเงินฝาก และเพื่อให้บริการต่อประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ความสะดวกสบายและความมีระเบียบในธนาคารนับเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง เพราะนำมาซึ่งความสบายใจ สบายตา แก่ผู้พบเห็น นอกจากนี้ อาคารที่ทำการควรตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สะดวกแก่การติดต่อทั้งในด้านการเดินทางและการหาสถานที่จอดรถ ธนาคารที่มีสถานที่ที่ไม่อำนวยต่อการจอดรถอาจจะต้องเสียลูกค้าให้กับธนาคารคู่แข่งได้

คุณสมบัติและท่าทีของพนักงานมีผลกระทบต่อจำนวนเงินฝากเช่นเดียวกัน ปกติมนุษย์ทุกคนต้องการให้ตนเองมีความสำคัญ และท่าทีที่เป็นมิตรนำมาซึ่งความพอใจ พนักงานธนาคารจึงควรมีความสุภาพ อ่อนโยน และให้บริการด้วยความเต็มใจ

2. นโยบายขั้นมูลฐานและพลังของธนาคาร นโยบายขั้นพื้นฐานเช่น นโยบายการให้กู้ยืม สำหรับแต่ละธนาคารอาจแตกต่างกันบางธนาคารมีการให้กู้ยืมแบบผ่อนส่ง บางธนาคารมีการให้กู้ยืมเพื่อเคหะสงเคราะห์ บางธนาคารให้กู้ยืมโดยไม่มีหลักประกัน บางธนาคารมีความชำนาญในการให้กู้ยืมเพื่อกิจการบางชนิดโดยเฉพาะ นโยบายของธนาคารโดยตรงกับความประสงค์ของลูกค้าส่วนใหญ่ย่อมมุ่งใจให้ลูกค้านำเงินมาฝากเพิ่มขึ้นเพื่อหวังผลประโยชน์จากการกู้ยืมจากธนาคารนั้น

นโยบายเกี่ยวกับความเจริญของท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อความรู้สึกของประชาชนที่จะเป็นลูกค้าของธนาคารในอนาคต (Potential Customer) ธนาคารที่ไม่เคยให้เงินอุดหนุนการศึกษาแก่นักเรียน นักศึกษาสถาบันใดเลย อาจไม่เป็นที่รู้จัก หรือรู้จักในแง่ของความเห็นแก่ประโยชน์ของธนาคารเท่านั้น ธนาคารเหล่านี้มีโอกาสที่จะได้รับเงินฝากจากธนาคารจากลูกค้าน้อยกว่าธนาคารที่เคยให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่นักเรียนนักศึกษาที่ขาดโอกาสทางการเงิน นอกจากนี้ การให้เงินช่วยเหลือเพื่อพัฒนาท้องถิ่น เช่น การปลูกต้นไม้ตามเกาะกลางถนน การให้กู้ยืมแก่ธุรกิจที่ก่อให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่น นำไปสู่ความรู้สึกในแง่ดีต่อธนาคาร

นโยบายเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อปริมาณเงินฝากเช่นเดียวกัน อัตราดอกเบี้ยในที่นี้หมายถึงอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ธนาคารที่มีนโยบายจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินฝากตามวิธีการที่ลูกค้าจะได้ประโยชน์มากที่สุด ย่อมเป็นมูลเหตุจูงใจให้ลูกค้าฝากเงิน อย่างไรก็ตาม ผู้ฝากเงินทั่วไปอาจไม่มีความรู้หรือไม่เข้าใจวิธีการคำนวณดอกเบี้ย ทราบแต่เพียงอัตราดอกเบี้ย ซึ่งมักถูกกำหนดโดยธนาคารกลาง ดังนั้นโดยทั่วไปจะไม่เห็นความแตกต่างเกี่ยวกับจำนวนเงินค่าดอกเบี้ยเงินฝาก ดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารแต่ละแห่งอาจแตกต่างกัน ธนาคารที่คิดดอกเบี้ยต่ำทำให้ประชาชนทั่วไปเข้าใจว่าธนาคารไม่เอาเปรียบลูกค้า เมื่อมีเงินออมอาจเลือกฝากเงินกับธนาคารที่คิดดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ

พลังของธนาคารหมายถึง ความสามารถของผู้บริหารที่จะทำให้ธนาคารประสบผลสำเร็จ ธนาคารที่มีผู้บริหารที่มีประสบการณ์ มีความสามารถสูง มีระเบียบแบบแผนในการปฏิบัติงาน ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นและศรัทธา รวมทั้งแน่ใจว่าแม้ธนาคารจะประสบภาวะวิกฤตก็อาจรักษาเงินฝากของลูกค้าไว้ให้ปลอดภัยได้

3. ภาวะเศรษฐกิจ ภาวะเศรษฐกิจที่ดีหรือแย่ มีผลกระทบต่อปริมาณเงินฝากของระบบธนาคารพาณิชย์ ในภาวะเศรษฐกิจรุ่งเรือง ภาวะการลงทุนโดยทั่วไปมีมากขึ้นมีการจ้างงานมากขึ้น ประชาชนมีงานทำ มีรายได้จับจ่ายใช้สอย ธุรกิจจำหน่ายสินค้าได้ ก่อให้เกิดความคล่องตัวทางการค้า ประชาชนมีรายได้อาจมีเงินเหลือเป็นเงินออม ทั้งประชาชนและธุรกิจที่มีเงินฝากธนาคารพาณิชย์มากขึ้น เงินฝากในระบบธนาคารจะสูงขึ้นเมื่อวัฏจักรทางธุรกิจอยู่ในระยะรุ่งเรือง

4. อายุของธนาคาร ธนาคารที่ก่อตั้งมานาน หรือก่อตั้งก่อนธนาคารอื่น มักได้เปรียบกว่าธนาคารอื่นในด้านของความรู้สึกของประชาชนที่มักประเมินว่าการที่ดำเนินกิจการมาได้เป็นเวลานานแสดงถึงความสามารถในการดำเนินกิจการที่อยู่ในเกณฑ์ดี ผู้ฝากมักมีแนวโน้มฝากเงินกับธนาคารประเภทนี้มากกว่าธนาคารใหม่ซึ่งยังไม่มีโอกาสเห็นความสามารถในการดำเนินงาน

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับบริการสินเชื่อ

บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ที่จะกล่าวถึงในที่นี้มีสองประเภทคือ เงินให้กู้ยืม (Loans) และเงินเบิกเกินบัญชี (Overdraft)

### 2.3.1 เงินให้กู้ยืม

แนวคิดเกี่ยวกับบริการสินเชื่อ อำนวย สิยาทิพย์กุล (2531, น. 240) กล่าวไว้ในหนังสือ การธนาคารพาณิชย์การดำเนินงานและเทคโนโลยี ความว่า “เงินให้กู้ยืม หมายถึง การที่ธนาคารให้ลูกค้ากู้ยืมเงินเป็นเงินก้อนจำนวนหนึ่ง โดยมีกำหนดเวลาชำระหนี้ที่แน่นอน ซึ่งอาจจะมีการชำระหนี้คืนกันเพียงครั้งเดียวเต็มจำนวน (Single Payment) หรือโดยผ่อนชำระเป็นงวดๆ (Installment Basis) โดยธนาคารจะคิดดอกเบี้ยตามอัตราที่ตกลงกัน แต่ต้องไม่เกินอัตราสูงสุดที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดไว้”

การปฏิบัติเกี่ยวกับดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมนั้น โดยหลักวิชาแล้ว ธนาคารจะคิดดอกเบี้ยเงินกู้ปีละครั้ง แต่ถ้าระยะเวลาที่กู้ไม่ถึงปี ดอกเบี้ยจะคำนวณตามระยะเวลาที่กำหนด และจำนวนดอกเบี้ยก็จะลดลงตามส่วนของระยะเวลาที่กู้ แต่ในทางปฏิบัติแล้วธนาคารจะคิดและเรียกเก็บดอกเบี้ยจากผู้กู้เป็นรายเดือน ซึ่งดอกเบี้ยจะถูกคำนวณจากการนำเงินต้นคูณเข้ากับอัตราดอกเบี้ยต่อปีและคูณกับระยะเวลา โดยที่ ถ้าเงินให้กู้ยืมนั้น ลูกหนี้ได้ผ่อนชำระเงินต้นเป็นรายเดือน จำนวนดอกเบี้ยก็ต้องคำนวณเป็นรายเดือนตามยอดเงินต้นที่ลดลงด้วย

### 2.3.2 เงินเบิกเกินบัญชี

เงินเบิกเกินบัญชีเป็นวิธีการให้กู้ยืมโดยวิธีให้ลูกค้าสามารถเบิกเงินเกินกว่าจำนวนเงินฝากในบัญชีกระแสรายวันของตนเอง โดยธนาคารจะกำหนดวงเงิน (Limit) เอาไว้ซึ่งลูกค้าจะสามารถเบิกเงินเป็นจำนวนเท่าใดก็ได้แล้วแต่ความจำเป็นแต่จะต้องไม่เกินวงเงินที่กำหนดไว้

สิ่งที่ถือปฏิบัติกันมาเกี่ยวกับการคำนวณดอกเบี้ยเงินเบิกเกินบัญชี ธนาคารจะคิดดอกเบี้ยเงินเบิกเกินบัญชีของลูกค้าเป็นรายเดือนทุกๆเดือน โดยคำนวณเป็นผลคูณออกมาทุกรายการที่มีการเบิกเกินบัญชี แล้วรวมออกมาเป็นผลคูณของรอบเดือนหนึ่งๆ แล้วนำมาคำนวณหาจำนวนดอกเบี้ยของแต่ละเดือน ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. หาผลคูณของเงินเบิกเกินบัญชีแต่ละรายการ ซึ่งหาได้โดยการนำจำนวนเงินที่เบิกเกินบัญชีรายหนึ่ง (เงินต้น) คูณกับจำนวนวันที่ยอดไม่เปลี่ยนแปลง (ระยะเวลา)
2. รวมยอดผลคูณของทุกรายการในรอบเดือน
3. คำนวณหาดอกเบี้ยเงินเบิกเกินบัญชี โดยนำยอดรวมผลคูณ คูณเข้ากับอัตราดอกเบี้ยต่อวัน

### 2.3.3 ข้อแตกต่างระหว่างการให้กู้ยืมในรูปเงินให้กู้ยืมและเงินเบิกเกินบัญชี

อำนาจ สียาทิพย์กุล (2531, น. 241-242) ให้แนวคิดในเรื่องของข้อแตกต่างระหว่างเงินให้กู้ยืมเงินเบิกเกินบัญชี ไว้ในหนังสือ การธนาคารพาณิชย์การดำเนินงานและเทคโนโลยี ดังต่อไปนี้

1. ปกติการให้กู้ยืมนั้น ลูกค้านำเงินจำนวนที่กู้ไปหมดทั้งจำนวนครั้งเดียว โดยลูกหนี้จะต้องเสียดอกเบี้ยตามจำนวนเงินกู้คืนเต็มจำนวน สำหรับการให้เบิกเกินบัญชี ลูกค้านำ

ถอนเงินออกจากบัญชีเงินฝากกระแสรายวันตามจำนวนที่ต้องการใช้จริง โดยจะเสียดอกเบี้ยตามจำนวนเงินที่ถอนออกไป

2. การให้ลูกค้าเบิกเงินเกินบัญชีนั้น โดยปกติจะมีเงินหมุนเวียนเข้าออกในบัญชีเงินฝากกระแสรายวันนั้นอยู่เสมอ กล่าวคือ บางเวลาลูกค้าก็ถอนเงินเกินบัญชีออกไป ซึ่งทางธนาคารเรียกว่า บัญชีเป็น “ตัวแดง” บางเวลาก็นำเงินฝากเข้าบัญชีทำให้บัญชีเดินสะพัดอยู่เสมอ จนบางครั้งบัญชีอาจกลับกลายเป็นเงินฝาก เรียกว่าบัญชีเป็น “ตัวดำ” คือ มียอดเงินคงเหลือทางด้านเจ้าหนี้ ผิดกับเงินให้กู้ยืม ซึ่งลูกค้าจะไม่นำเงินมาใช้คืนจนกว่าจะครบกำหนดชำระ ในทางปฏิบัติ ธนาคารนิยมให้ลูกค้ากู้ยืมในรูปเงินเบิกเกินบัญชีมากกว่า เนื่องจากกระแสเงินของลูกค้าหมุนเวียนอยู่กับธนาคาร

3. ธนาคารสามารถคิดดอกเบี้ยทบต้นได้ทุกเดือนกับการกู้ยืมในรูปเงินเบิกเกินบัญชีได้ตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 655 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ แต่เงินให้กู้ยืมไม่สามารถคิดดอกเบี้ยทบต้นได้

4. ในปัจจุบันตลาดเงินภายในประเทศมีการเคลื่อนไหวมาก ธนาคารไม่สามารถทำหน้าที่บริหารการเงินให้กับลูกค้าของธนาคารได้ เพราะธนาคารจะต้องดำรงสภาพคล่องไว้สูงจนทำให้เกิดปัญหาในด้านการบริหารสภาพคล่องของธนาคารต่างๆ ขึ้น ธนาคารส่วนมากมีนโยบายจำกัดจำนวนสินเชื่อเงินเบิกเกินบัญชีลง เพื่อให้ลูกค้าใช้สินเชื่อประเภทนี้เฉพาะเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนเท่านั้น เนื่องจากลูกค้าบางรายใช้เงินเบิกเกินบัญชีในลักษณะที่ไม่ถูกต้อง เช่น ใช้เพื่อการลงทุนในทรัพย์สินถาวร เครื่องจักรและอาคารโรงงาน ทำให้ต้นทุนของเงินสูงอันจะเป็นผลให้ลูกค้าต้องรับภาระมาก ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในที่สุด และมีผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจส่วนรวมด้วย

#### 2.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

จากงานวิจัยของ จุฬาลงกรณ์ บวรจรัสดี (2546) เรื่อง การบูรณาการ “การสร้างสรรค์มูลค่าในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่” ได้กล่าวถึงแนวคิดในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขององค์กรไว้ ซึ่งพอจะสรุปประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องการศึกษาความต้องการใช้บริการทางการเงินเพื่อการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ของธนาคารได้ดังต่อไปนี้

สิ่งที่เป็นผลลัพธ์ (Output) ของกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process) คือ ผลิตภัณฑ์ที่องค์กรสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่มีความหลากหลายและไม่จำกัด

ของลูกค้า ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ผลิตภัณฑ์นับเป็นสะพานเชื่อมโยงระหว่างองค์กรและลูกค้า และจะทำให้องค์กรมีผลกำไรและสร้างความเจริญเติบโตให้กับธุรกิจ

แรงผลักดันที่ทำให้องค์กรสามารถครองใจลูกค้า หรือผู้บริโภคได้นั้น จะต้องเป็นสิ่งที่สร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กรนั้น นั่นคือ การพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) โดยที่ผลิตภัณฑ์นั้นๆ จะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้

เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าและสร้างมูลค่าให้กับองค์กรนั้น องค์กรสามารถที่จะทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในลักษณะต่างๆ ตามที่ Kotler (1999) แบ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) ออกเป็น 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Innovated Product) คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการริเริ่มเป็นครั้งแรกโดยยังไม่มีเคยมีมาก่อนในตลาด
2. ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modified Product) คือ การนำผลิตภัณฑ์เดิมมาปรับปรุงในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เพื่อทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดอีกครั้ง
3. ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ (Me-too Product) คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ขององค์กรที่พัฒนาขึ้นโดยเลียนแบบคู่แข่งในตลาด

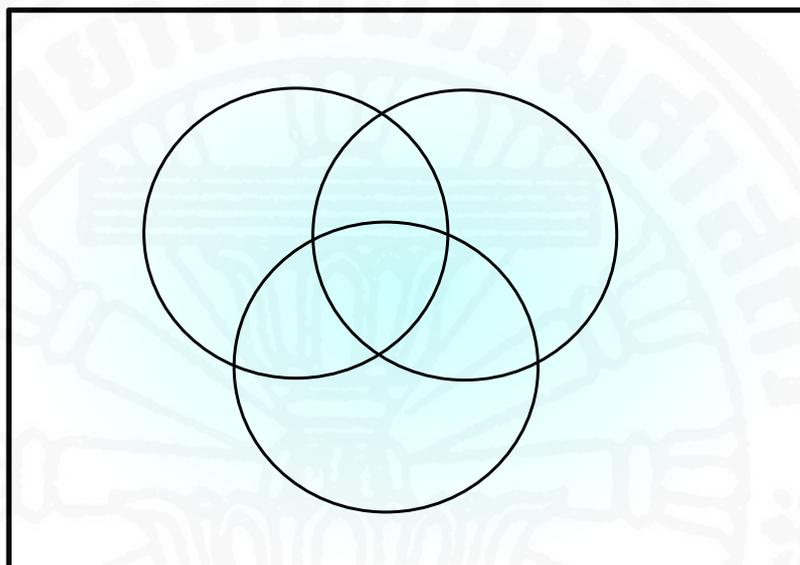
นอกจากนี้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ยังมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการออกแบบแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนเสียก่อน ทั้งนี้ก็เพื่อให้้องค์กรสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณค่าและเป็นที่ต้องการของตลาด โดย C. Merle Crawford (1994) กล่าวถึงปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ ในการสร้างแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบไปด้วย ผลประโยชน์และความต้องการของลูกค้า (Need) รูปแบบและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Form) และปัจจัยสุดท้ายคือ เครื่องมือที่ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Technology)

องค์กรสามารถเริ่มต้นที่องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง แล้วจึงเชื่อมต่่องค์ประกอบอื่นๆ ในการสร้างแนวความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่กระบวนการในการสร้างแนวความคิดเพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เกิดประสิทธิผลสูงสุด คือ เริ่มจากการสำรวจผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ (Need) เพื่อนำมาเป็นปัจจัยในการออกแบบคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ (Form) ที่สามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้ หลังจากนั้นองค์กรจะต้องคัดสรรเทคโนโลยี (Technology) ที่เหมาะสมในการสร้างผลิตภัณฑ์ตามรูปแบบที่กำหนดจากการสำรวจ

ความต้องการของลูกค้า กระบวนการดังกล่าวนี้จะนำมาซึ่งแนวความคิดของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้อย่างมีทิศทาง ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1

The New Product Concept



นอกจากนี้ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2546) ได้สรุปเกี่ยวกับ ปัญหาที่พบในช่วงของการดำเนินงานในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Implementation) ว่าสามารถแบ่งปัญหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1) การที่โครงสร้างของทีมงานขาดความเหมาะสมในการดำเนินงาน จะก่อให้เกิดปัญหาในการบริหารหน้าที่ พนักงานมิได้มีเป้าหมายเดียวกันในการดำเนินงาน เกิดการทำงานที่ซ้ำซ้อน นำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของต้นทุนแอบแฝงขององค์กร

2) องค์กรมีระบบการดำเนินงานโครงการที่ขาดประสิทธิภาพ พบว่า องค์กรขาดความรู้ในการบริหารโครงการ โดยองค์กรขาดการตระหนักถึงความสำคัญในช่วงออกแบบแนวความคิด ซึ่งเป็นจุดอ่อนสำคัญและส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นอย่างยิ่ง ดังสามารถกล่าวถึงประเด็นดังกล่าวดังนี้

- การกำหนดกลยุทธ์ องค์กรขาดการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค อย่างเป็นระบบ
- องค์กรขาดการสำรวจความต้องการของลูกค้า

The

- การออกแบบแนวความคิดรวมศูนย์อยู่ที่ทีมงานที่รับผิดชอบ โดยมีได้ให้ความสำคัญกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ คือ ลูกค้า ผู้จัดหาจัดจ้าง บุคคลฝ่ายที่สาม และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ องค์กรยังขาดการวางแผนกิจกรรม เวลา และงบประมาณที่เป็นระบบ รวมถึงการขาดระบบการควบคุมและติดตามผลการดำเนินโครงการอย่างเหมาะสมด้วย

3) องค์กรขาดความสามารถหลักที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจการธนาคาร ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นด้านต่างๆ ดังนี้

- ความสามารถหลักในส่วนของพนักงาน องค์กรมิได้ให้ความสำคัญ และให้ผลตอบแทนอันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจและความจงรักภักดี ส่งผลให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ นำมาซึ่งคุณภาพในสินค้าและบริการ ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งต่อผลสำเร็จขององค์กร
- ความสามารถหลักในส่วนของความรู้ พนักงานในองค์กรยังขาดความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารและคู่แข่ง รวมถึงขาดความรู้และทักษะในการดำเนินงาน บุคคลผู้มีความรู้ในงานโดยมากจะเป็นพนักงานระดับอาวุโสและมีเพียงจำนวนน้อย หากบุคคลเหล่านี้โยกย้ายออกไป ความรู้ก็จะค่อนข้างหายไป นอกจากนี้ระบบการประเมินผลส่วนบุคคล ยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ไม่เกิดการถ่ายโอนความรู้ระหว่างพนักงาน
- ความสามารถทางด้านข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีนับเป็นอุปสรรคสำคัญในการดำเนินงานโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นอย่างยิ่ง หากองค์กรสามารถกำจัดข้อจำกัดเหล่านี้ได้จะช่วยเพิ่มความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจขององค์กรในที่สุด

## 2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุรวรรณ ศิโรรัตน์ (2546, น. 90) ได้ศึกษาวิจัยความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และมีข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัยในครั้งนี้อย่างต่อเนื่อง

1. จากผลการวิจัยพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญต่อประเภทของการให้บริการธนาคาร ดังนั้น ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จึงควรปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้สูงกว่ามาตรฐานของธนาคารอื่นๆ เช่น ปรับปรุงระบบงานให้มีกระบวนการบริการที่รวดเร็ว โดยจัดอบรมพนักงานให้มีการบริการลูกค้าอย่างมีอัธยาศัย มีความรอบรู้และให้บริการที่เหนือความคาดหวังของลูกค้า

2. ผู้บริหารธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารให้มีความทันสมัย มีเงื่อนไขที่ชัดเจนโปร่งใส และออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับช่องทางการให้บริการใหม่ๆ เช่น บริการทางอินเทอร์เน็ต (Internet) หรือบริการอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ เพื่อให้ตรงกับปัจจัยที่ลูกค้าใช้ในการเลือกใช้บริการ และนอกจากนี้ยังต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการบริการ รองลงมาจากด้านความมั่นคงและด้านคุณภาพการให้บริการ

3. ผู้บริหารต้องกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันด้านภาพพจน์และการประชาสัมพันธ์ มีการแบ่งลูกค้าตามอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ โดยนำเสนอจุดแข็งด้านความมั่นคงของธนาคาร นำเสนอด้านความมั่นคงของเงินกองทุน เพื่อให้ลูกค้าทุกกลุ่มเห็นความสำคัญและใช้บริการของธนาคาร

4. ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริหารธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ต้องให้ความสนใจในเรื่องของการใช้พนักงานส่งเสริมโดยตรง (Personal promotion) โดยให้พนักงานเป็นตัวแทนของธนาคาร โดยที่พนักงานของธนาคารต้องมีความสัมพันธ์สูงกับลูกค้าผู้ใช้บริการ ซึ่งจะนำไปสู่การฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีความความชำนาญ ให้การทำงานมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพสูงสุด

5. ผู้บริหารธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ควรทบทวนบริการต่างๆ ว่าสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หรือไม่ อีกทั้งยังต้องคิดค้นการบริการใหม่ๆ แก่ลูกค้า และพัฒนาประสิทธิภาพการบริการด้านอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ธนาคารสามารถอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าได้ นอกจากนี้ยังต้องพยายามสร้างมาตรฐานในการจัดเก็บค่าธรรมเนียม เพื่อสร้างความแตกต่างที่เด่นชัดในสายตาของลูกค้า

จุฬารัตน บรรจงศักดิ์ (2545, น. 113-114) ได้ศึกษาวิจัยการบูรณาการ “การสร้างสรรคมูลค่า” ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ พบว่า การบูรณาการ “การสร้างสรรคมูลค่า” ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จะเกิดขึ้นได้อย่างมีคุณค่านั้น องค์กรต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของการพัฒนาแนวทางการบริหารการสร้างสรรคมูลค่าในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการบริหารช่องว่างของโอกาสทางการตลาด (Market Opportunity

Management) เป็นองค์ประกอบหนึ่งของกรอบแนวคิดแห่งการสร้างสรรค์มูลค่าที่มุ่งสู่การยกระดับในผลประกอบการและความสามารถทางการแข่งขัน ผลการวิจัยกล่าวถึง การบริหารโอกาสทางการตลาดไว้ดังนี้

การบริหารโอกาสทางการตลาด (Market Opportunity Management) เป็นการศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยแวดล้อมภายนอก (External Environment) โดยปัจจัยสำคัญที่องค์กรจะต้องพิจารณาถึงนั้น ประกอบด้วย ลูกค้า (Customer) คู่แข่งขัน (Competitor) เครือข่ายธุรกิจ (Collaborative) และสภาพแวดล้อมภายนอก (Environment) สำหรับประเด็นหลักที่ควรพิจารณาประกอบด้วย

- การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดโดยรวม
- การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า
- การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์
- การวิเคราะห์คู่แข่ง
- การศึกษาถึงเครือข่ายธุรกิจที่มีความสำคัญ อันประกอบด้วย ผู้จัดหาจัดจ้าง (Supplier) พันธมิตรทางธุรกิจ (Partner) มูลค่าบุคคลฝ่ายที่สาม (Third Party)
- การวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่าย
- การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม

ประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการสร้างสรรค์มูลค่าในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น คือ การสำรวจมูลค่าที่ลูกค้าต้องการ (Customer Value) มูลค่าของคู่แข่ง (Competitive Value) มูลค่าของพันธมิตรทางธุรกิจ (Partner) มูลค่าบุคคลฝ่ายที่สาม (Third Party) มูลค่าวัฒนธรรมของสังคมแวดล้อม (External Culture Value) เพื่อสามารถสร้างสรรค์มูลค่าที่มีความหมายสอดคล้องตรงตามความต้องการของบุคคลฝ่ายต่างๆ

แนวคิดและผลการวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องการศึกษาความต้องการใช้บริการทางการเงินที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ของธนาคาร ที่ได้รวบรวมไว้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับการบริการเงินฝาก แนวคิดเกี่ยวกับการบริการสินเชื่อ และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จะเป็นแนวคิดที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานวิจัยในลำดับต่อไป