

## สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารหนี้ของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ ที่แต่เดิมนักลงทุนเหล่านี้เป็นผู้ออมเงินกับธนาคารมาเป็นระยะเวลานานจนมาถึงยุคที่ดอกเบี้ยเงินฝากในระบบไม่สามารถให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมสำหรับการบริโภคในอนาคต ส่งผลให้เกิดการนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านการลงทุนประเภทต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในบางกรณีผู้ออมเงินก็อาจไม่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลตอบแทนและความเสี่ยงที่จะได้รับการลงทุน ดังนั้น การวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ ศึกษาระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้กับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ จึงเป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางกำหนดกลยุทธ์การเสนอขายตราสารหนี้ ตลอดจนเพิ่มทางเลือกด้านการลงทุนให้นักลงทุนและสร้างโอกาสในการทำธุรกรรมด้านการเงินให้แก่ธนาคารพาณิชย์

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารหนี้ของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ พบว่า นักลงทุนบุคคลรายใหญ่ส่วนใหญ่ตัดสินใจลงทุนในตราสารหนี้เพราะได้รับผลตอบแทนสูงกว่าเงินฝากและสามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ ซึ่งในการตัดสินใจลงทุนจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้มากกว่าปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ หรือร้อยละ 62 สำหรับปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้และร้อยละ 38 สำหรับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้

ทั้งนี้ สามารถสรุปผลปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้ต่อปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ที่ระดับต่างๆ ซึ่งนักลงทุนพิจารณาสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ที่ระดับ 70:30 คิดเป็นร้อยละ 18.1 ที่ระดับ 50:50 คิดเป็นร้อยละ 18.1 ที่ระดับ 60:40 คิดเป็นร้อยละ 17.8 ตามลำดับถัดมาคือ ที่ระดับ 90:10 คิดเป็นร้อยละ 13.9 ที่ระดับ 80:20 คิดเป็นร้อยละ 13.6 ที่ระดับ 40:60

คิดเป็นร้อยละ 11.0 ที่ระดับ 30:70 คิดเป็นร้อยละ 4.0 ที่ระดับ 20:80 คิดเป็นร้อยละ 2.8 และน้อยที่สุดคือที่ระดับ 10:90 คิดเป็นร้อยละ 0.6

ในขณะเดียวกัน หากพิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้ที่นักลงทุนให้ความสำคัญ พบว่า นักลงทุนให้ความสำคัญต่ออัตราดอกเบี้ยหรืออัตราผลตอบแทนที่คาดหวังอยู่ในระดับสูงสุด โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่หนึ่งถึงสอง อันดับสองคือ ความเชื่อมั่นในตัวผู้ออกตราสารหนี้ โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่สองถึงสาม อันดับสามคือ วันครบกำหนดไถ่ถอนหรืออายุของตราสารหนี้ โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่สามถึงสี่ ถัดมาคือ จำนวนครั้งของการจ่ายดอกเบี้ยในแต่ละปี โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่สี่ถึงห้า ประเภทของตราสารหนี้โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่สี่ถึงห้า ข้อสัญญาหรือเงื่อนไขที่ผู้ออกตราสารหนี้จะต้องปฏิบัติตามหรือเงื่อนไขการปฏิบัติตามตลอดอายุของตราสารหนี้ โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่ห้าถึงหก ตามลำดับ และที่อยู่ในระดับสุดท้ายคือราคาต่อหน่วยของตราสารหนี้ซึ่งนักลงทุนให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่ห้าถึงหก

หากพิจารณาจากปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ที่นักลงทุนให้ความสำคัญ พบว่า อันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านการให้คำแนะนำได้ตรงตามวัตถุประสงค์และความต้องการ โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่สามถึงสี่ อันดับสองคือ มีความรู้ทางด้านวิชาการและแนะนำการลงทุนเหมาะสมต่อสภาพเศรษฐกิจ โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่สี่ถึงห้า อันดับสามคือมีความสามารถในการสื่อสารและให้ข้อมูลได้ดี โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่ห้าถึงหก ถัดมาคือ มีความคุ้นเคยในการทำธุรกรรมด้านต่างๆ มานานจึงทำให้เกิดความไว้วางใจจากนักลงทุนโดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่ห้าถึงหก สามารถรักษาความลับของลูกค้าได้ โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่ห้าถึงหก มีประสบการณ์การให้คำแนะนำมานาน โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่ห้าถึงหก มีการให้เอกสารหรือคู่มือเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่หกถึงเจ็ด มีเวลาในการให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่เจ็ดถึงแปด มีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่เจ็ดถึงแปด บุคลิกภาพดีมีความน่าเชื่อถือ โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่แปดถึงเก้า มีการให้เกียรติลูกค้าและไม่เลือกปฏิบัติ โดยให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่แปดถึงเก้า และอันดับสุดท้ายคือ มีความสุภาพเรียบร้อย ซึ่งให้ความสำคัญอยู่ในช่วงอันดับที่แปดถึงเก้า

ผลการศึกษาตามที่กล่าวมานั้น ได้มาจากการสำรวจความคิดเห็นของนักลงทุน บุคคลรายใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวของตลาดตราสารหนี้จำนวน 353 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 56.9 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 43.1 มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาคือช่วงอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.5 และน้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 17 ซึ่งนักลงทุนส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ทำอาชีพประกอบ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 27.2 และเกษียณอายุหรือไม่ประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 24.4 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 49.9 และร้อยละ 38.8 ตามลำดับ มีระดับรายได้ 300,001-500,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมา มีระดับรายได้ 500,001-1,000,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 25.5

โดยนักลงทุนที่มีความแตกต่างกันด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ และระดับรายได้จะมีรูปแบบของการใช้ชีวิตตลอดจนระดับการยอมรับความเสี่ยงจากการลงทุนที่แตกต่างกัน เช่น อายุของนักลงทุน โดยผู้ลงทุนที่มีอายุมาก โดยปกติจะมีพฤติกรรมการลงทุนที่สั้นกว่าผู้ลงทุนที่มีอายุน้อย สถานภาพการสมรส โดยผู้ลงทุนที่มีครอบครัวแล้วจะรับความเสี่ยงที่ต่ำกว่าผู้ลงทุนที่มีสถานภาพโสด หรือรายได้ โดยผู้ลงทุนที่มีรายได้สูงมักจะมีความเสี่ยงที่สูงกว่าผู้ลงทุนที่มีรายได้ต่ำ ซึ่งรูปแบบดังกล่าวจะมีการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไปตามขั้นตอนของวงจรชีวิต

จากการศึกษาพบว่านักลงทุนในช่วงอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีรายได้ระหว่าง 300,001-500,000 บาทต่อเดือน ตัดสินใจลงทุนโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้มากกว่าปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ คือที่ระดับ 70 ต่อ 30 คิดเป็นร้อยละ 42 และที่ระดับ 60 ต่อ 40 คิดเป็นร้อยละ 23 ซึ่งก่อนตัดสินใจลงทุนจะหาข้อมูลโดยขอคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ และถามเพื่อนหรือบุคคลอื่นที่เคยลงทุนมาก่อน เพราะนักลงทุนกลุ่มนี้คิดว่าข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ นั้นค่อนข้างน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม นักลงทุนกลุ่มนี้เป็นวัยหนุ่มสาวและเป็นช่วงต้นของวัยกลางคน ที่อยู่ในระยะสะสมทรัพย์สินเพื่อสนองตอบความต้องการในช่วงระยะเวลาอันใกล้ สามารถยอมรับความเสี่ยงได้สูงกว่านักลงทุนในวัยอื่น จึงทำให้นักลงทุนกลุ่มนี้พิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้มากกว่า เพื่อแลกกับผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินที่สูงกว่าปกติตนเอง

นักลงทุนในช่วงอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 50,001-300,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 36 และระหว่าง 300,001-500,000 คิดเป็นร้อยละ 34 ตัดสินใจลงทุนโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน

องค์ประกอบของตราสารหนี้มากกว่าปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ที่ระดับ 80 ต่อ 20 คิดเป็นร้อยละ 28 และที่ระดับ 90 ต่อ 10 คิดเป็นร้อยละ 22 ก่อนตัดสินใจลงทุนจะหาข้อมูลโดยขอคำแนะนำด้านการลงทุนจากเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ และศึกษาข้อมูลจากหนังสือชี้ชวนหรือเอกสารต่างๆ ซึ่งพบว่า นักลงทุนที่อยู่ในช่วงวัยกลางคนเหล่านี้ มักกลัวจะพลาดจากภาระหนี้สินที่มีอยู่ มีเงินได้ส่วนเกินจากความจำเป็นพื้นฐานที่สามารถนำมาลงทุนได้ แต่ในการตัดสินใจลงทุนจะใช้หลักการและเหตุผลหรือพิจารณาจากปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้มากกว่า เนื่องจากนักลงทุนในช่วงนี้มีสถานภาพทางสังคมที่ต้องมีความรับผิดชอบเพิ่มสูงขึ้น และสามารถยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลาง จึงมุ่งเน้นการลงทุนที่จะสามารถเพิ่มความมั่งคั่งและรักษาเงินต้นไว้มิให้สูญหาย

นักลงทุนในช่วงอายุ 51-60 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและเกษียณอายุ มีรายได้ระหว่าง 500,001-1,000,000 และ 300,001-500,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 39 และร้อยละ 27 ตามลำดับ ตัดสินใจลงทุนโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้ใกล้เคียงกับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้คือ ที่ระดับ 50 ต่อ 50 คิดเป็นร้อยละ 22 ที่ระดับ 40 ต่อ 60 คิดเป็นร้อยละ 21 และที่ระดับร้อยละ 60 ต่อ 40 คิดเป็นร้อยละ 15 โดยก่อนลงทุนจะหาข้อมูลโดยขอคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ ซึ่งนักลงทุนกลุ่มนี้คิดว่าข้อมูลที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับปานกลาง แต่ค่อนข้างมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน ซึ่งจัดเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจในระดับที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์แวดล้อม เพราะนักลงทุนกลุ่มนี้กำลังจะก้าวเข้าสู่วัยเกษียณจึงมีการลงทุนอย่างจริงจังโดยมีเป้าหมายหลักเพื่อใช้จ่ายยามเกษียณและรักษาเงินต้นไว้มิให้สูญหาย ส่งผลให้นักลงทุนกลุ่มนี้พึงได้รับการดูแลเอาใจใส่เป็นพิเศษ ทั้งนี้จึงทำให้คำแนะนำและการบริการของเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน

ขณะที่นักลงทุนที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และเป็นนักลงทุนที่เกษียณอายุหรือไม่ได้ประกอบอาชีพแล้วในปัจจุบัน มีรายได้มากกว่า 1,000,000 บาทต่อเดือน ตัดสินใจลงทุนโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้มากกว่าปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้คือ ที่ระดับ 90 ต่อ 10 คิดเป็นร้อยละ 24 และที่ระดับ 60 ต่อ 40 คิดเป็นร้อยละ 23 โดยก่อนลงทุนจะหาข้อมูลโดยขอคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ ซึ่งนักลงทุนกลุ่มนี้คิดว่าข้อมูลที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือและมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ จะพบว่านักลงทุนกลุ่มนี้มีความพร้อมในการลงทุน เนื่องจากเป็นวัยที่หมดภาระหนี้สินและการทำงาน มีแนวโน้มที่จะรับความเสี่ยงได้ลดลง และตระหนักถึงความมั่นคงของ



การลงทุนควบคู่ไปกับการพยายามปกป้องความเสี่ยงจากภาวะเงินเฟ้อที่จะทำให้ค่าที่แท้จริงของเงินลงทุนเสื่อมค่าลง

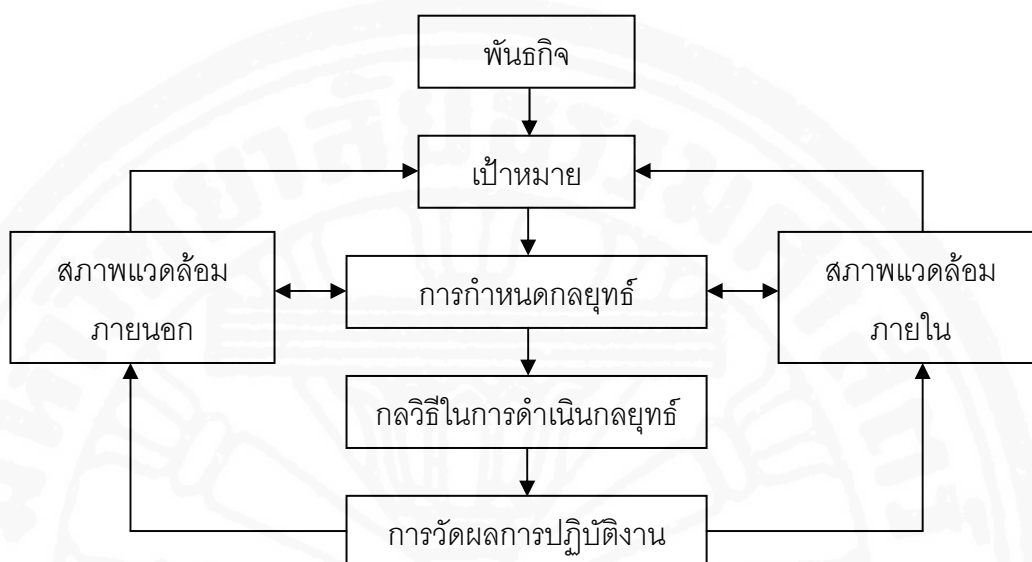
## 5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อวางแนวทางกลยุทธ์

คำกล่าวที่ว่า “การตัดสินใจลงทุนขึ้นอยู่กับลูกค้า ไม่มีใครสามารถบังคับลูกค้าได้” จากข้อความนี้ได้สะท้อนการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่เต็มไปด้วยการแข่งขันกันอย่างดุเดือดเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของตน ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงการทำธุรกิจอย่างรวดเร็ว ธุรกิจการเงินและการลงทุนถือเป็นเรื่องที่ได้ได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั่วไปเป็นจำนวนมาก และความเสี่ยงก็คือฝันร้ายของนักลงทุนหลายๆ คนที่เคยได้ผ่านช่วงวิกฤตเศรษฐกิจและต้องการที่จะหลีกเลี่ยงนี้ ดังนั้น ทิศทางในการทำธุรกรรมของธนาคารพาณิชย์ในอนาคตจึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนางานกลยุทธ์โดยให้ความสำคัญต่อการนำเสนอตราสารหนี้หรือผลิตภัณฑ์การลงทุนที่สามารถสร้างผลตอบแทนได้มากพร้อมกับการบริหารความเสี่ยงให้นักลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพเหมาะสม ในขณะที่เดียวกันธนาคารพาณิชย์ก็ต้องปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการควบคู่กันไปด้วย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้นักลงทุน

โดยจากการศึกษาจะพบว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้ที่นักลงทุนให้ความสำคัญในการตัดสินใจลงทุนนั้น ยังคงเน้นหนักไปในเรื่องของผลตอบแทนและความเสี่ยงซึ่งนักลงทุนยังคงต้องการผลตอบแทนที่คาดหวังภายใต้ความเสี่ยงที่สามารถยอมรับได้ ส่วนปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ที่นักลงทุนให้ความสำคัญคือ จะต้องเสนอคำแนะนำที่สามารถตอบสนองความต้องการและเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถอยู่ในเกณฑ์ดี สามารถสื่อสารและสร้างความไว้วางใจให้กับนักลงทุน เนื่องจากนักลงทุนกลุ่มนี้จะไม่ได้ให้ความสนใจกับผลตอบแทนเพียงอย่างเดียวแต่นักลงทุนยังต้องการข้อมูลที่ถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นศักยภาพของเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้จึงเป็นสิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาควบคู่ไปกับการค้นหาผลิตภัณฑ์การลงทุนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักลงทุน

การวางแผนการเสนอขายตราสารหนี้ให้มีประสิทธิผล ธนาคารพาณิชย์ควรจัดวางแนวทางที่เป็นกระบวนการ โดยกำหนดกลยุทธ์และแปลงกลยุทธ์ให้เป็นการปฏิบัติ ซึ่งต้องจัดทำเป็นกระบวนการในลักษณะของชุดกิจกรรม มีการแปลงปัจจัยนำเข้า (Input) ไปสู่ผลลัพธ์ (Output) กระบวนการดังกล่าวปรากฏดังภาพที่ 5.1

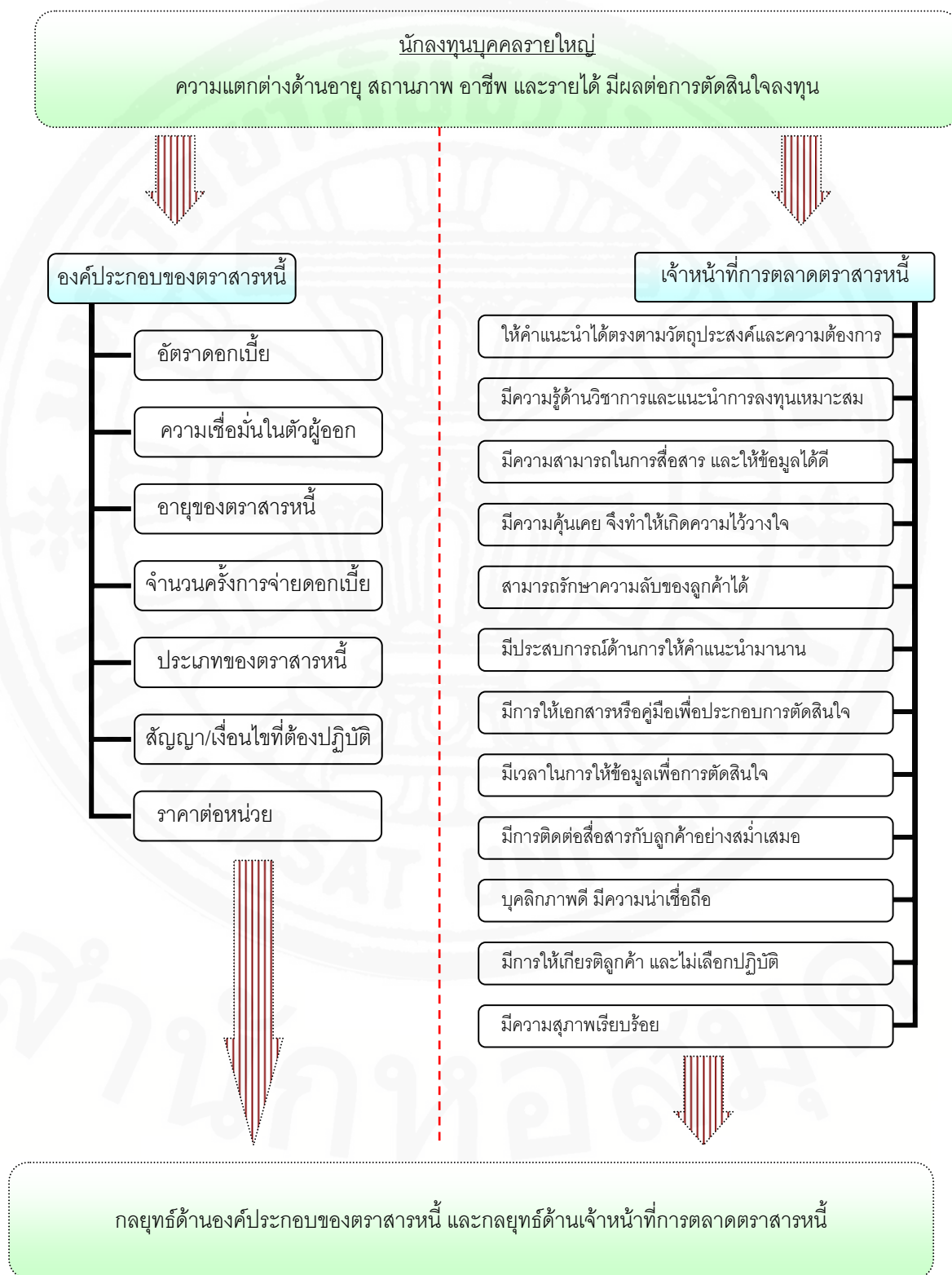
ภาพที่ 5.1  
กระบวนการของกลยุทธ์



โดยก่อนที่จะมีการกำหนดกลยุทธ์ องค์กรควรกำหนดให้มีการจัดทำพันธกิจที่ชัดเจน ต่อการตอบสนองความพึงพอใจให้แก่พนักงาน และมีผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่สำคัญครบถ้วน เพื่อบรรลุเป้าหมายที่องค์กรต้องการ ทั้งในด้านผลประโยชน์ การรักษาไว้ซึ่งจำนวนลูกค้าเดิม และการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ ทั้งยังต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไป กฎระเบียบ เศรษฐศาสตร์มหภาค คู่แข่ง เทคโนโลยี และพันธมิตรที่มีศักยภาพ รวมถึงสภาพแวดล้อมภายใน เช่น ผลการปฏิบัติงานในปัจจุบัน พลังของตราสินค้า โครงสร้างของต้นทุน ทักษะของบุคลากร วัฒนธรรมองค์กร และการวิเคราะห์พัฒนาการของสินค้า จนกระทั่งสามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ ทั้งด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้และด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ โดยสามารถสรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนและนำเสนอแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ได้ ดังนี้

ภาพที่ 5.2

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนและการกำหนดกลยุทธ์



## ตารางที่ 5.1

กลยุทธ์ด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้และด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้

| กลยุทธ์ด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้<br>(ด้านผลิตภัณฑ์)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | กลยุทธ์ด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้<br>(ด้านบริการ)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1) กลยุทธ์การสร้างผลประโยชน์ที่ต่อเนื่อง (Continual Benefit Strategy)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ เสนอทางเลือกในการลงทุน ซึ่งจะพิจารณาจากระดับการยอมรับความเสี่ยงและลักษณะนิสัยของนักลงทุน โดยจัดทำ Risk profile เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์และข้อจำกัดของการลงทุน</li> <li>○ ติดตามและตรวจสอบ Portfolio ของนักลงทุน เพื่อปรับเปลี่ยนการลงทุนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป</li> <li>○ จัดหาตราสารหนี้ที่มีคุณลักษณะที่สร้างผลประโยชน์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ</li> </ul> | <p>1) กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM Strategy)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ การให้สิทธิพิเศษ รวมถึงการบริการส่วนบุคคล โดยอำนวยความสะดวกด้านช่องทางการสื่อสาร การเข้าพบ และการทำธุรกรรมอื่นๆ ของลูกค้า</li> <li>○ จัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์อันดีกับนักลงทุน</li> </ul> <p>2) กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรด้านการลงทุน (Human Resource Strategy)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ คัดสรรบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการลงทุนที่อยู่ในเกณฑ์ดี</li> <li>○ พัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้อย่างต่อเนื่อง โดยจัดให้มีการ Training และการประชุมแลกเปลี่ยนกับนักวิชาการเพื่อนำข้อมูลไปใช้แนะนำการลงทุนได้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาด</li> <li>○ จัดให้มีหน่วยงานสนับสนุนข้อมูลเพิ่มขึ้น เพื่อให้บุคลากรเหล่านี้ทุ่มเทเวลาได้อย่างเต็มที่ในการค้นหาข้อมูลเพื่อนำไปใช้สนับสนุนเจ้าหน้าที่การตลาดที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง</li> </ul> |
| <p>2) กลยุทธ์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continual Learning Strategy)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ติดตามและเก็บข้อมูลการลงทุนอย่างต่อเนื่องเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาวิธีการตอบสนองต่อความต้องการนั้น</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>3) กลยุทธ์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continual Learning Strategy)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ดูแลและปรับปรุงข้อมูลการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนาการให้บริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาดและการแข่งขัน</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |



ทั้งนี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ โดยจะแยกเป็นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์หรือด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้ และกลยุทธ์ด้านการให้บริการหรือด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ ดังนี้

#### 5.2.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์หรือด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้

##### 1) กลยุทธ์การสร้างผลประโยชน์ที่ต่อเนื่อง (Continual Benefit Strategy)

การสร้างผลประโยชน์ที่ต่อเนื่องจากการลงทุนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในการสร้างความมั่งคั่งให้แก่ลูกค้า จากผลการวิจัย พบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันของนักลงทุนจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้ที่ต่างกันออกไปซึ่งก็จะเป็นลักษณะเฉพาะของคนแต่ละลักษณะนิสัย แต่สิ่งเดียวที่นักลงทุนเหล่านี้ต้องการเหมือนกันคือ ผลตอบแทนตามที่คาดหวัง ดังนั้นเพื่อให้การทำธุรกรรมในการจำหน่ายตราสารหนี้มีประสิทธิภาพสูงสุด ธนาคารพาณิชย์จะต้องพิจารณาระดับการยอมรับความเสี่ยงและลักษณะนิสัยของลูกค้าแต่ละคนอย่างละเอียด โดยก่อนการลงทุนธนาคารควรจัดให้มีการวัดระดับความเสี่ยงหรือการทำ Risk profile ให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ ข้อจำกัดการลงทุน และระดับการยอมรับความเสี่ยง โดยนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อเสนอทางเลือกในการลงทุนได้อย่างเหมาะสม และสามารถบริหาร Portfolio ได้อย่างสมบูรณ์แบบมากที่สุด

ธนาคารควรจัดให้มีการติดตามและตรวจสอบ Portfolio ของนักลงทุนอย่างสม่ำเสมอ เช่น มีการตรวจสอบทุกๆ ไตรมาส หรือทุกๆ ครึ่งปี เพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนการลงทุนให้เหมาะสมต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ในช่วงภาวะดอกเบี้ยขาขึ้น การลงทุนในตราสารหนี้ของลูกค้าก็ควรจะมีการจัดสัดส่วนการลงทุนในตราสารหนี้ระยะสั้นสูงกว่าปกติเพื่อลดความเสี่ยงด้าน Interest risk เป็นต้น

โดยปกติตราสารหนี้จัดเป็นหลักทรัพย์ที่มีกำหนดเวลาในการไถ่ถอนที่แน่นอน ดังนั้นธนาคารควรมีการบริหารจัดการกับตราสารหนี้ที่กำลังจะครบกำหนดของลูกค้ายิ่งให้ลูกค้าทราบและพิจารณาลงทุนต่ออีก เนื่องจากเมื่อตราสารหนี้เหล่านั้นครบกำหนดและหากไม่มีการบริหารจัดการที่ดี เงินลงทุนเหล่านั้นก็จะไม่ได้ไหลกลับมาลงทุนใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่เสียโอกาสสำหรับลูกค้า การจัดหาตราสารหนี้ที่มีคุณลักษณะที่สร้างผลประโยชน์อย่างต่อเนื่อง จึงเป็นวิธีการที่จะจัดการและบริหารความมั่งคั่งของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 2) กลยุทธ์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continual Learning Strategy)

จัดให้มีการติดตามและเก็บรวบรวมข้อมูลการลงทุนของนักลงทุน เพื่อสร้างความเข้าใจและตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงตามแต่ละช่วงเวลาและสถานการณ์ กลยุทธ์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องจึงเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างนักลงทุนกับธนาคารพาณิชย์ เพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งธนาคารพาณิชย์จะสามารถเรียนรู้ความต้องการของนักลงทุนได้มากขึ้น และจัดหาผลิตภัณฑ์การลงทุนเพื่อสนองตอบความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 5.2.2 กลยุทธ์ด้านการให้บริการหรือด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้

#### 1) กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management Strategy)

การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) ถือเป็นกิจกรรมที่ทำขึ้นตลอดกระบวนการของการซื้อขายสินค้าหรือบริการของลูกค้า ตั้งแต่ก่อนการขายจนถึงหลังการขายและกลับมาครอบงำใหม่ ซึ่งระบบ CRM ที่ดีจะต้องทำให้วงจรนี้เกิดขึ้นไม่รู้จบ นานที่สุดหรือบ่อยครั้งที่สุด เนื่องจากต้นทุนในการสร้างลูกค้าใหม่นั้นมีมากกว่าการรักษาลูกค้าเก่ามาก ธนาคารพาณิชย์จึงควรพิจารณาให้สิทธิพิเศษ รวมถึงจัดให้มีบริการส่วนบุคคลโดยเฉพาะขึ้น เนื่องจากนักลงทุนกลุ่มนี้คือนักลงทุนที่มีความสำคัญต่อการขยายตัวของตลาดตราสารหนี้อย่างมาก โดยธนาคารอาจจัดให้มีการอำนวยความสะดวกด้านช่องทางการสื่อสาร การเข้าพบ และการทำธุรกรรมอื่นๆ ของลูกค้า ตลอดจนการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ มีการรับรู้ที่ดี ตลอดจนรู้สึกชอบบริษัทและสินค้าหรือบริการของบริษัท ทั้งนี้จะมุ่งเน้นที่กิจกรรมการสื่อสารแบบสองทาง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้าให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่ายเป็นระยะเวลายาวนาน

#### 2) กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรด้านการลงทุน (Human Resource Strategy)

บุคลากรด้านการลงทุน ถือเป็นคนกลางที่มีความสำคัญต่อระบบการทำธุรกรรมด้านการลงทุนเป็นอย่างมาก เพราะเป็นบุคคลที่มีการติดต่อกับลูกค้าหรือนักลงทุนโดยตรงซึ่งในที่นี้ก็คือเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้นั่นเอง และด้วยเหตุนี้ทำให้สำนักงาน ก.ล.ต. มีการออกใบอนุญาตในการประกอบวิชาชีพ โดยมีการขึ้นทะเบียนเพื่อป้องกันการทำธุรกรรมอย่างเลินเล่อของเจ้าหน้าที่

การตลาด และเป็นกลไกหนึ่งในการคุ้มครองนักลงทุน แต่อย่างไรก็ตาม มาตรการดังกล่าวไม่อาจเป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จต่อการทำธุรกรรมการจำหน่ายตราสารหนี้ของธนาคารพาณิชย์ได้ ดังนั้น ธนาคารจึงควรให้ความสำคัญในการคัดสรรบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการลงทุนที่อยู่ในเกณฑ์ดีเข้ามาฝึกอบรมให้เป็นพนักงานที่มีความสามารถเป็นที่ชื่นชมและสร้างความไว้วางใจต่อนักลงทุน

ในขณะเดียวกันธนาคารพาณิชย์ควรจัดให้มีการพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้อย่างต่อเนื่อง โดยการจัดให้มีการ Training และการประชุมแลกเปลี่ยนกับนักวิชาการในสายงานที่เกี่ยวข้อง เช่น อาจจัดการประชุมย่อยอย่างน้อยเดือนละ 2 ครั้ง หรือจัดให้มีการพบปะระหว่างองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ไตรมาส เป็นต้น เพื่อให้เจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปปรับใช้ในการแนะนำการลงทุนได้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาด ในขณะเดียวกันธนาคารอาจจัดให้มีหน่วยงานในการสนับสนุนข้อมูลเพิ่มขึ้น เพื่อให้บุคลากรเหล่านี้ทุ่มเทเวลาได้อย่างเต็มที่ในการค้นหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนเจ้าหน้าที่การตลาดที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

### 3) กลยุทธ์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continual Learning Strategy)

จัดให้มีการดูแลและปรับปรุงข้อมูลการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนาบริการตามสภาพการแข่งขันและเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้มีความทันสมัย และต่อเนื่องต่อการให้บริการอยู่เสมอ กลยุทธ์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องจึงเกิดขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างนักลงทุนกับธนาคารพาณิชย์

#### 5.2.3 การวางแผนกลยุทธ์ด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้และด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ของนักลงทุนในแต่ละช่วงอายุ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารหนี้ของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ ศึกษาระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้กับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ พบว่า นักลงทุนในแต่ละช่วงอายุจะมีโครงสร้างในด้านต่างๆ ตลอดจนรูปแบบของการพิจารณาลงทุนที่แตกต่างกันซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2

โครงสร้างในด้านต่างๆ ของนักลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในแต่ละช่วงอายุ

| ช่วงอายุ                                                                              | 31-40 ปี                                                                            | 41-50 ปี                                                                                              | 51-60 ปี                                 | มากกว่า 60 ปี                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| โครงสร้างด้านต่างๆ                                                                    |                                                                                     |                                                                                                       |                                          |                                                                                                                       |
| การประกอบอาชีพ                                                                        | ประกอบธุรกิจส่วนตัว                                                                 | พนักงานบริษัทเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัว                                                              | ประกอบธุรกิจส่วนตัว                      | ประกอบธุรกิจส่วนตัวและเกษียณอายุ                                                                                      |
| ระดับรายได้ต่อเดือน (บาท)                                                             | 300,000 -500,000                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>50,001-300,000 (36%)</li> <li>300,001-500,000 (34%)</li> </ul> | 500,001 - 1 ล้าน                         | มากกว่า 1 ล้าน                                                                                                        |
| สถานภาพ                                                                               | โสด                                                                                 | สมรส                                                                                                  | สมรส                                     | สมรส                                                                                                                  |
| ระดับการตัดสินใจลงทุน (ปัจจัยด้านองค์ประกอบต่อปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้) | 70:30                                                                               | 80:20                                                                                                 | 40:60                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>90:10 (24%) (ประกอบธุรกิจส่วนตัว)</li> <li>60:40 (23%) (เกษียณอายุ)</li> </ul> |
| วิธีหาข้อมูลก่อนลงทุน                                                                 | ขอคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ และถามเพื่อนหรือบุคคลอื่นที่เคยลงทุนมาก่อน | ขอคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้และศึกษาข้อมูลจากหนังสือชี้ชวน                                | ขอคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ | ขอคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้                                                                              |

จากตารางสรุปผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาวางแผนทางกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการลงทุนของนักลงทุนในแต่ละช่วงอายุได้ ดังนี้

1) นักลงทุนในช่วงอายุ 31-40 ปี จัดเป็นกลุ่มนักลงทุนบุคคลรายได้สูงที่มีเป้าหมายในการสะสมทรัพย์สินเพื่อตอบสนองความต้องการอันใกล้ เช่น การซื้อรถยนต์ การกู้เงินเพื่อซื้อบ้าน และสะสมทรัพย์สินเพื่อความต้องการในอนาคต นอกจากนั้น อาจจัดสรรเงินรายได้ส่วนหนึ่งเพื่อการลงทุนระยะยาวที่ค่อนข้างมั่นคง และเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในยามเกษียณ ประกอบกับมีสถานภาพทางสังคมที่ยังไม่สมรส ทำให้สามารถยอมรับความเสี่ยงได้สูงเพื่อแลกกับผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินที่สูงกว่าปกติ ซึ่งหากพิจารณาจากตารางที่ 5.2 จะพบว่ากลุ่มนักลงทุนในช่วงอายุ

31-40 ปี มีการตัดสินใจลงทุนโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้มากกว่าปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์จึงควรวางแผนกลยุทธ์เพื่อมุ่งเน้นการสร้างผลประโยชน์ที่ต่อเนื่อง (Continual Benefit Strategy) โดยการเสนอทางเลือกในการลงทุนที่จะสามารถสร้างผลตอบแทนได้ในระดับสูง ซึ่งลักษณะของตราสารหนี้ที่เสนอให้นักลงทุนในกลุ่มนี้จะเป็นตราสารหนี้ซึ่งมีลักษณะที่มีความเสี่ยงสูงกว่าตราสารหนี้ที่เสนอให้แก่ลูกค้าในกลุ่มอื่น เนื่องจากตราสารหนี้ที่มีความเสี่ยงที่สูงขึ้นก็จะมีผลตอบแทนส่วนเพิ่มที่ชดเชยความเสี่ยงที่นักลงทุนจะได้รับนั่นเอง

ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์ควรให้ความสำคัญกับการวางแผนกลยุทธ์ในด้านปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้สำหรับนักลงทุนในช่วงอายุ 31-40 ปี โดยจากผลการวิจัยพบว่า นักลงทุนในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีวิธีการหาข้อมูลโดยการขอคำแนะนำการลงทุนจากเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์จึงควรมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลได้สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการของนักลงทุน เนื่องจากตราสารหนี้ที่จะนำเสนอให้นักลงทุนในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะมีความเสี่ยงสูง ดังนั้น เจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ต้องสามารถให้ข้อมูล และสามารถสื่อสารให้นักลงทุนได้รับทราบถึงข้อจำกัดตลอดจนความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการลงทุนได้อย่างชัดเจน

2) นักลงทุนในช่วงอายุ 41-50 ปี มีการตัดสินใจลงทุนโดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้มากกว่าปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ ซึ่งมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้มากกว่าเหมือนนักลงทุนในกลุ่มแรก แต่ลักษณะโครงสร้างของนักลงทุนมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสถานภาพ ลักษณะการประกอบอาชีพ รวมถึงระดับรายได้ โดยนักลงทุนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะมีเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และสมรสแล้วซึ่งจะเป็นกลุ่มนักลงทุนที่มีภาระหน้าที่และระดับการตัดสินใจที่จำเป็นจะต้องใช้ข้อมูลประกอบ ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์จึงควรมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์โดยการจัดให้มีการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของนักลงทุนอย่างละเอียดก่อนการนำเสนอและให้ข้อมูลการลงทุน และเนื่องจากกลุ่มนักลงทุนที่มีภาระหน้าที่เพิ่มสูงขึ้นจึงทำให้นักลงทุนกลุ่มนี้มีระดับการยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลาง ธนาคารพาณิชย์จึงควรนำเสนอตราสารหนี้ที่ให้ผลตอบแทนสูงสุด ภายใต้ความเสี่ยงที่กลุ่มนักลงทุนนี้ยอมรับได้ เนื่องจากกลุ่มนักลงทุนกลุ่มนี้มีเป้าหมายในการลงทุนเพื่อรักษาความมั่งคั่งและรักษาเงินต้น ในขณะที่เดียวกันธนาคารพาณิชย์ควรจัดให้มีการอำนวยความสะดวก



ด้านช่องทางการเข้าพบและการทำธุรกรรมในด้านต่างๆ แก่นักลงทุน พร้อมทั้งให้คำแนะนำทางด้านการลงทุนและจัดให้มีเอกสารประกอบอย่างครบถ้วนในทุกโอกาสที่มีการเข้าพบ

3) นักลงทุนในช่วงอายุ 51-60 ปี มีการตัดสินใจลงทุนโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้มากกว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบตราสารหนี้ และเนื่องจากนักลงทุนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัวและเกษียณอายุ ประกอบกับมีความต้องการในการลงทุนอย่างจริงจังเพื่อเก็บออมเงินไว้ใช้ในยามเกษียณและรักษาเงินต้น ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มนักลงทุนนี้จัดเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ให้ความสำคัญอย่างมากต่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านการลงทุน ดังนั้น คุณภาพของการให้บริการหรือปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้จึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ธนาคารพาณิชย์จำเป็นต้องพัฒนาให้มีประสิทธิภาพโดยแนวทางและทิศทางของความสำเร็จสำหรับงานบริการประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 7 ประการ คือ การทำให้ลูกค้าพอใจและประทับใจ การประกันคุณภาพ วิธีการ ระบบ และเทคโนโลยี การตระหนักถึงคุณภาพ การฝึกอบรม การมีส่วนร่วม และการเป็นที่รู้จัก ยอมรับนับถือ ดังนั้น กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM Strategy) ซึ่งธนาคารควรให้สิทธิพิเศษต่างๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมพิเศษอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวควรเป็นกิจกรรมที่มีความน่าสนใจและสามารถสร้างความประทับใจเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักลงทุน อย่างไรก็ตาม การให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้ก็ต้องทำควบคู่กันไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการจัดหาตราสารหนี้เพื่อตอบสนองความต้องการ รวมถึงการติดตามและการให้คำแนะนำให้ปรับเปลี่ยน Portfolio ให้มีความสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและการลงทุนในขณะนั้นเพื่อเป็นการประกันคุณภาพและสร้างความมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นระหว่างธนาคารพาณิชย์กับนักลงทุน

4) นักลงทุนในช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ซึ่งโดยทั่วไปมีแนวโน้มในการรับความเสี่ยงได้ลดลงแม้ว่าจะยังคงมีระดับรายได้ที่สูงมากก็ตาม จากผลการศึกษาพบว่า มีการตัดสินใจลงทุนโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้มากกว่าปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ โดยมีเป้าหมายการลงทุนเพื่อหลีกเลี่ยงเงินเฟ้อและรักษาเงินต้นเพื่อการส่งต่อความมั่งคั่ง ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์ควรให้ความสำคัญต่อการจัดหาตราสารหนี้ให้มีความเหมาะสมระหว่างผลตอบแทนและความเสี่ยง เพิ่มความระมัดระวังในเรื่องของการจัดสรรเงินลงทุนมากกว่าปกติ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันด้านการให้บริการควรให้ความสำคัญต่อการ

วางแผนกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM Strategy) โดยอำนวยความสะดวกในด้าน การเข้าพบและการติดต่อเพื่อทำธุรกรรมประเภทต่างๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ตลอดจนการจัด กิจกรรมที่เป็นเรื่องที่น่าสนใจจากกลุ่มนักลงทุนอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามเจ้าหน้าที่ การตลาดตราสารหนี้จะต้องคอยทบทวนและประเมินความพึงพอใจของการให้บริการในด้านต่างๆ เพื่อนำข้อมูลมาปรับใช้ในการพัฒนาการให้บริการให้มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของ นักลงทุนเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

ทั้งนี้ เมื่อมีการกำหนดกลยุทธ์เรียบร้อยแล้ว ธนาคารพาณิชย์จำเป็นต้องนำกลยุทธ์ เหล่านี้ไปสร้างกลวิธีในการดำเนินกลยุทธ์ และควรจัดให้มีการวัดผลการปฏิบัติงานดังกล่าวเพื่อ เปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ เนื่องจากการตรวจสอบและวัดผลจะทำให้ ธนาคารพาณิชย์ทราบว่าต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการปฏิบัติหรือไม่ เพื่อช่วยปรับแต่งให้ กระบวนการต่างๆ ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพตรงตามเป้าหมายมากขึ้น

จะเห็นได้ว่า การนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์สำหรับนัก ลงทุนในแต่ละช่วงอายุจะทำให้ธนาคารพาณิชย์สามารถทราบว่า นักลงทุนในแต่ละช่วงอายุมี ความต้องการแบบใด ทำให้ธนาคารพาณิชย์สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้อย่างตรง จจุดมากขึ้น อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์ด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้และกลยุทธ์ด้านเจ้าหน้าที่ การตลาดตราสารหนี้ตามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จัดเป็นกลยุทธ์โดยทั่วไปที่ธนาคารพาณิชย์พึงให้ ความสำคัญในการนำไปใช้เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการตอบสนอง ความต้องการของนักลงทุนทุกกลุ่มหรือทุกช่วงอายุ แต่การเน้นหนักหรือการให้ความสำคัญกับ กลยุทธ์ใดๆ ต้องขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักลงทุนกลุ่มนั้นและต้อง สอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดของธนาคารพาณิชย์ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์และการ บริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด