

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้านาคารออมสินสาขาลำพูนที่มีต่อเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว สามารถแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1**      **สรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย**
- ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว
  - ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2**      **การอภิปรายผลการศึกษา** คือการนำผลการศึกษามาอภิปรายเปรียบเทียบกับทฤษฎีที่ใช้
- ส่วนที่ 3**      **ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา** คือการนำเสนอประเด็นที่น่าสนใจที่ค้นพบจากการศึกษา
- ส่วนที่ 4**      **ข้อเสนอแนะ** คือการนำแนวความคิดที่ได้จากการศึกษามาวางแผนทางการตลาดและแก้ไขปัญหา เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

## ส่วนที่ 1 สรุป

- ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการเงินฝากประเภท สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 315 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีอาชีพข้าราชการ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกรรมธรรม์เงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตแบบร่วมไทโร มีจำนวนกรรมธรรม์ 1 กรรมธรรม์ มีวงเงินสงเคราะห์ชีวิตรวมทั้งสิ้น 50,001-100,000 บาท มีระยะเวลากรรมธรรม์ 16-20 ปี มีรูปแบบการส่งเงินฝากแบบรายเดือน มีการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวด้วยตนเอง มีเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวคือ เพื่อเป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครองต่อตนเองและครอบครัว และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวจากพนักงานธนาคาร

- ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าทุกปัจจัยมีผลที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมากต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ยกเว้นปัจจัยด้านสถานที่ซึ่งมีผลน้อย โดยปัจจัยด้านพนักงานและการบริการมีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวมากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมากต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เงื่อนไขด้านความคุ้มครองชีวิตหรือทุพพลภาพ เงื่อนไขด้านความคุ้มครองอุบัติเหตุ และ รูปแบบกรรมธรรม์ที่มีให้เลือก ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมากต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยปัจจัยด้านราคาที่มีผลมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ อัตราผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัส หรือบำนาญ อัตรารักษาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต และ อัตรารักษาเงินคุ้มครองอุบัติเหตุ ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมีผลที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลน้อยต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ยกเว้นปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคาร ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมาก

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมากต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยพนักงานบริเวณเคาน์เตอร์ การแจกของที่ระลึกเมื่อเปิดบัญชีใหม่ เช่น กระเป๋า ร่ม และ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ แผ่นป้าย แผ่นพับ ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านพนักงานและการบริการ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านพนักงานและการบริการโดยรวมมีผลที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมากต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยปัจจัยด้านพนักงานและการบริการที่มีผลมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว การให้ข้อมูลและคำแนะนำอย่างถูกต้องและชัดเจน และ ความรับผิดชอบและเอาใจใส่ต่อลูกค้าของพนักงาน ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมากต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความถูกต้องและรวดเร็วในการฝากเงินแต่ละครั้ง ความถูกต้องและรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่และออกกรมธรรม์ และ ความถูกต้องและรวดเร็วในการรับเงินสงเคราะห์หรือเงินปันผล ตามลำดับ

- ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวที่มีค่าเฉลี่ยในระดับพึงพอใจมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านพนักงานและการบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจมาก โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เงื่อนไขด้านความคุ้มครองชีวิตหรือทุพพลภาพ รูปแบบกรมธรรม์ที่มีให้เลือก และ วงเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีให้เลือก ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจมาก โดยปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ อัตราเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต อัตราเงินคุ้มครองอุบัติเหตุ และ ระยะเวลาผ่อนผันในการฝากเงินเข้าเกินกำหนดตามลำดับ

### ปัจจัยด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจมาก โดยปัจจัยด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของธนาคาร สามารถส่งเงินฝากได้หลายแห่ง (ที่ธนาคารออมสินทุกสาขา) และบรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจมาก โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยพนักงานบริเวณเคาน์เตอร์ฝากเงิน การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ แผ่นป้าย แผ่นพับ และ การให้พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์เงินฝากนอกสถานที่ ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านพนักงานและการบริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านพนักงานและการบริการในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจมาก โดยปัจจัยด้านพนักงานและการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมาก

3 อันดับแรก ได้แก่ ความสุภาพ อ่อนน้อมของพนักงาน ความรับผิดชอบและเอาใจใส่ต่อลูกค้าของพนักงาน และการให้ข้อมูลและคำแนะนำอย่างถูกต้องและชัดเจน ตามลำดับ

#### ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการในการใช้บริการเงินฝากประเภทสбереกซ์วีวีทีและครอคริวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจมาก โดยปัจจัยด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความถูกต้องและรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่และออกกรมธรรม์ และการอำนวยความสะดวก เช่น การหักบัญชีเพื่อชำระเงินฝาก มากเท่าๆกัน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความถูกต้องและรวดเร็วในการรับเงินสбереกซ์วีวีที หรือเงินปันผล และ ความถูกต้องและรวดเร็วในการฝากเงินแต่ละครั้ง ตามลำดับ

- ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการเงินฝากประเภทสбереกซ์วีวีทีและครอคริวของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาในการใช้บริการเงินฝากประเภทสбереกซ์วีวีทีและครอคริวทุกด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับพบน้อยที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านกระบวนการมาเป็นอันดับแรก ตามด้วยปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านพนักงานและการบริการ ปัญหาด้านสถานที่ ปัญหาด้านราคา และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

#### ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการเงินฝากประเภทสбереกซ์วีวีทีและครอคริวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพบน้อยที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านสิทธิประโยชน์ในการกู้เงิน หรือถอนเงินตามมูลค่าเงินสดไม่เหมาะสม มาเป็นอันดับแรก

#### ปัญหาด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาด้านราคาในการใช้บริการเงินฝากประเภทสбереกซ์วีวีทีและครอคริวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพบน้อยที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านมูลค่าเงินสดที่สามารถกู้หรือเวนคืนกรมธรรม์ไม่เหมาะสม มาเป็นอันดับแรก

### **ปัญหาด้านสถานที่**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาด้านสถานที่ในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพบน้อยที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านสถานที่จอดรถไม่สะดวกหรือไม่เพียงพอ มาเป็นอันดับแรก

### **ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพบน้อยที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านไม่มีการแจกของที่ระลึกเมื่อเปิดบัญชีใหม่ มาเป็นอันดับแรก

### **ปัญหาด้านพนักงานและการบริการ**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาด้านพนักงานและการบริการในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพบน้อยที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านพนักงานไม่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์หลังจากฝากเงิน มาเป็นอันดับแรก

### **ปัญหาด้านกระบวนการ**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาด้านกระบวนการในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพบน้อยที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงข้อมูลไม่ถูกต้องหรือล่าช้า เช่น เปลี่ยนงวดส่งฝาก เปลี่ยนผู้รับผลประโยชน์ โอนย้ายสาขา เว้นคืนกรมธรรม์ มาเป็นอันดับแรก

ข้อมูลการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว และข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 126 แสดงการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวที่พบมากที่สุด จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	ข้อมูลการใช้บริการ	รูปแบบ กรมธรรม์	จำนวน กรมธรรม์	วงเงินสงเคราะห์ชีวิต	ระยะเวลา กรมธรรม์	บุคคลที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจ	เหตุผลที่ตัดสินใจฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต
เพศ	ชาย	รวม/โทร	1 กรมธรรม์	50,001 – 100,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักประกันคุ้มครอง และ เป็นการออมเงินเพื่ออนาคต
	หญิง	รวม/โทร	1 กรมธรรม์	50,001 – 100,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครอง
	ต่ำกว่า 20 ปี	รวม/โทร	1 กรมธรรม์	50,001 – 100,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครอง และ ได้รับค่าแนะนำที่จากพนักงาน
	20 – 30 ปี	รวม/โทร	1 กรมธรรม์	50,001 – 100,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครอง
	31 – 40 ปี	รวม/โทร	1 กรมธรรม์	50,001 – 100,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครอง
	41 – 50 ปี	รวม/โทร	1 กรมธรรม์	100,001 – 200,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครอง เป็นการออมเงินเพื่ออนาคต และ สามารถมีสภาพหนี้ความมั่นคง
อายุ	51 – 60 ปี	รวม/โทร	1 กรมธรรม์	100,001 – 200,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	ธนาคารมีสภาพหนี้ความมั่นคง
	มากกว่า 60 ปี	ทุนการศึกษา	1 กรมธรรม์	50,001 – 200,000 บาท	10 – 15 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	ธนาคารมีสภาพหนี้ความมั่นคง
	ข้าราชการ	รวม/โทร	1 กรมธรรม์	50,001 – 100,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นการออมเงินเพื่ออนาคต
	พนักงาน	รวม/โทร	1 กรมธรรม์	100,001 – 200,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครอง
	รัฐวิสาหกิจ	รวม/โทร	1 กรมธรรม์	50,001 – 100,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครอง
	พนักงาน บริษัทเอกชน	รวม/โทร	1 กรมธรรม์	50,001 – 100,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครอง และ เป็นการออมเงินเพื่ออนาคต
อาชีพ	รับจ้างทั่วไป	รวม/โทร และ ทุนการศึกษา	1 กรมธรรม์	5,000 – 50,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครอง
	ค้าขาย	ทุนการศึกษา	1 กรมธรรม์	50,001 – 100,000 บาท	10 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครอง
	เกษตรกร	รวม/โทร	1 กรมธรรม์	50,001 – 100,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	ธนาคารมีสภาพหนี้ความมั่นคง
	อื่นๆ	รวม/โทร	1 กรมธรรม์	50,001 – 100,000 บาท	16 – 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นการออมเงินเพื่ออนาคต

ตารางที่ 126 (ต่อ) แสดงการใช้บริการเงินฝากประเภทฝากประจำประเภทที่พบมากที่สุด จำนวนตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	ข้อมูลการใช้บริการ	รูปแบบ ค่าธรรมเนียม	จำนวนค่าธรรมเนียม	วงเงินฝากประจำที่ชีวิต	ระยะเวลา ค่าธรรมเนียม	บุคคลที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจ	เหตุผลที่ตัดสินใจฝากเงินลงในประเภทชีวิต
การศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	ทุนการศึกษา	1 ค่าธรรมเนียม	50,001 - 100,000 บาท	16 - 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักกับประกันที่ให้ความคุ้มครอง
	มัธยมศึกษาไปวช.	ทุนการศึกษา	1 ค่าธรรมเนียม	50,001 - 100,000 บาท	16 - 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักกับประกันที่ให้ความคุ้มครอง และ เป็นการออมเงินเพื่ออนาคต
	อนุวิทยาลัยไปวช.	ร่วมโทร	1 ค่าธรรมเนียม	50,001 - 100,000 บาท	16 - 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักกับประกันที่ให้ความคุ้มครอง
	ปริญญาตรี	ร่วมโทร	1 ค่าธรรมเนียม	50,001 - 100,000 บาท	16 - 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นการออมเงินเพื่ออนาคต
รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	สูงกว่า 10,000 บาท	ทุนการศึกษา	1 ค่าธรรมเนียม	50,001 - 100,000 บาท	16 - 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักกับประกันที่ให้ความคุ้มครอง และ ธนาคารมีภาพพจน์ดีมีความมั่นคง
	10,001 - 15,000 บาท	ร่วมโทร	1 ค่าธรรมเนียม	50,001 - 100,000 บาท	16 - 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักกับประกันที่ให้ความคุ้มครอง
	15,001 - 20,000 บาท	ร่วมโทร	1 ค่าธรรมเนียม	100,001 - 200,000 บาท	16 - 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นการออมเงินเพื่ออนาคต
	20,001 - 25,000 บาท	ร่วมโทร	1 ค่าธรรมเนียม	100,001 - 200,000 บาท	16 - 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักกับประกันที่ให้ความคุ้มครอง
รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	25,001 - 30,000 บาท	ร่วมโทร	1 - 2 ค่าธรรมเนียม	100,001 - 300,000 บาท	16 - 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักกับประกันที่ให้ความคุ้มครอง และ ธนาคารมีภาพพจน์ดีมีความมั่นคง
	มากกว่า 30,000 บาท	ทุนการศึกษา	2 ค่าธรรมเนียม	100,001 - 200,000 บาท และ 400,001 - 2,000,000 บาท	16 - 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นหลักกับประกันที่ให้ความคุ้มครอง เป็นการออมเงินเพื่ออนาคต และ ธนาคารมีภาพพจน์ดีมีความมั่นคง
	ส่งฝากจากรายได้ บุคคลอื่น	ร่วมโทร	1 ค่าธรรมเนียม	5,000 - 50,000 บาท	16 - 20 ปี	ตัดสินใจด้วยตนเอง	เป็นการออมเงินเพื่ออนาคต

จากตารางที่ 126 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบค่าธรรมเนียมแบบรวมโทร ยกเว้นผู้ที่อายุมากกว่า 60 ปี ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย ผู้ที่มีการศึกษาไม่เกินระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีกิจกรรม



แบบทุนการศึกษา ส่วนผู้ที่มิอาจชำระค่าจ้างทั่วไปส่วนใหญ่มีกรรมธรรมทั้งแบบรวมไพรและแบบทุนการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนกรรมธรรม 1 กรรมธรรม ยกเว้นผู้ที่มิอาจชำระค่าจ้างได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีจำนวนกรรมธรรม 1-2 กรรมธรรม และผู้ที่มิอาจชำระค่าจ้างได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีจำนวนกรรมธรรม 2 กรรมธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวงเงินสงเคราะห์ชีวิต 50,001-100,000 บาท ยกเว้นผู้ที่มิอาจชำระค่าจ้างได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001-200,000 บาท ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีซึ่งส่วนใหญ่มักทำงานรัฐวิสาหกิจ และผู้ที่มิอาจชำระค่าจ้างได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีวงเงินสงเคราะห์ชีวิต 100,001-300,000 บาท และผู้ที่มิอาจชำระค่าจ้างได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-50,000 บาท ผู้ที่มิอาจชำระค่าจ้างได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีวงเงินสงเคราะห์ชีวิต 100,001-300,000 บาท และผู้ที่มิอาจชำระค่าจ้างได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีวงเงินสงเคราะห์ชีวิต 100,001-200,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลากรรมธรรม 16-20 ปี ยกเว้นผู้ที่มิอาจชำระค่าจ้างได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001-200,000 บาท และ 400,001-2,000,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลากรรมธรรม 10-15 ปี และผู้ที่มิอาจชำระค่าจ้างซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลากรรมธรรม 10-20 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ตัดสินใจฝากเงินคือ เพื่อเป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครองต่อตนเองและครอบครัว ยกเว้นผู้ที่มิอาจชำระค่าจ้างได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกรซึ่งส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ตัดสินใจฝากเงินคือ ฐานะการมีสภาพพจนที่ด้อยและมีความมั่นคง ส่วนผู้ที่มิอาจชำระค่าจ้าง อาชีพอื่นๆ ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้ที่มิอาจชำระค่าจ้างได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ ผู้ที่ส่งฝากจากรายได้บุคคลอื่นส่วนใหญ่มีเหตุผลคือ เป็นการออมเงินระยะยาวที่ให้ผลตอบแทนใน

อนาคต

ตารางที่ 127 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสแตงคราะห์ชีวิตและครอครอครว จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	เพศ		อายุ			
	ชาย	หญิง	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เงินฝากกลุ่มครองชีวิต/ทุกประเภท		เงินฝากกลุ่มครองชีวิต/ทุกประเภท			
ปัจจัยด้านราคา	เงินฝากกลุ่มครองชีวิต/ทุกประเภท		เงินฝากกลุ่มครองชีวิต/ทุกประเภท			
ปัจจัยด้านสถานที่	อัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ยเงินฝาก		อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ยเงินฝาก/เงินปันผล/โบนัส/บ้านเช่า และมูลค่าเงินสด			
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานให้ข้อมูลและคำแนะนำบริเวณเคาน์เตอร์		พนักงานให้ข้อมูลและคำแนะนำบริเวณเคาน์เตอร์			
ปัจจัยด้านพนักงานและ การบริการ	พนักงานให้ข้อมูลและคำแนะนำบริเวณเคาน์เตอร์		พนักงานให้ข้อมูลและคำแนะนำบริเวณเคาน์เตอร์			
ปัจจัยด้านกระบวนการ	พนักงานให้ข้อมูลและคำแนะนำบริเวณเคาน์เตอร์		พนักงานให้ข้อมูลและคำแนะนำบริเวณเคาน์เตอร์			

ตารางที่ 127 (ต่อ) แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	อาชีพ				
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	รับจ้างทั่วไป	ค้าขาย
ปัจจัยปี ๑ อ ย ค ำ น ศดิคภัณต์	เงินเดือน/ค่าจ้าง/ค่าตอบแทน/ค่าเช่า/ค่ารถ/ค่าบ้าน/ค่าโทรศัพท์/ค่าอินเทอร์เน็ต/ค่าเดินทาง/ค่าอาหาร/ค่าเสื้อผ้า/ค่าเครื่องสำอาง/ค่าการศึกษา/ค่าสุขภาพ/ค่าประกันชีวิต/ค่าประกันภัย/ค่ากองทุน/ค่าเงินฝาก/ค่าบัตรเครดิต/ค่าบัตรเครดิต	เงินเดือน/ค่าจ้าง/ค่าตอบแทน/ค่าเช่า/ค่ารถ/ค่าบ้าน/ค่าโทรศัพท์/ค่าอินเทอร์เน็ต/ค่าเดินทาง/ค่าอาหาร/ค่าเสื้อผ้า/ค่าเครื่องสำอาง/ค่าการศึกษา/ค่าสุขภาพ/ค่าประกันชีวิต/ค่าประกันภัย/ค่ากองทุน/ค่าเงินฝาก/ค่าบัตรเครดิต/ค่าบัตรเครดิต	เงินเดือน/ค่าจ้าง/ค่าตอบแทน/ค่าเช่า/ค่ารถ/ค่าบ้าน/ค่าโทรศัพท์/ค่าอินเทอร์เน็ต/ค่าเดินทาง/ค่าอาหาร/ค่าเสื้อผ้า/ค่าเครื่องสำอาง/ค่าการศึกษา/ค่าสุขภาพ/ค่าประกันชีวิต/ค่าประกันภัย/ค่ากองทุน/ค่าเงินฝาก/ค่าบัตรเครดิต/ค่าบัตรเครดิต	เงินเดือน/ค่าจ้าง/ค่าตอบแทน/ค่าเช่า/ค่ารถ/ค่าบ้าน/ค่าโทรศัพท์/ค่าอินเทอร์เน็ต/ค่าเดินทาง/ค่าอาหาร/ค่าเสื้อผ้า/ค่าเครื่องสำอาง/ค่าการศึกษา/ค่าสุขภาพ/ค่าประกันชีวิต/ค่าประกันภัย/ค่ากองทุน/ค่าเงินฝาก/ค่าบัตรเครดิต/ค่าบัตรเครดิต	เงินเดือน/ค่าจ้าง/ค่าตอบแทน/ค่าเช่า/ค่ารถ/ค่าบ้าน/ค่าโทรศัพท์/ค่าอินเทอร์เน็ต/ค่าเดินทาง/ค่าอาหาร/ค่าเสื้อผ้า/ค่าเครื่องสำอาง/ค่าการศึกษา/ค่าสุขภาพ/ค่าประกันชีวิต/ค่าประกันภัย/ค่ากองทุน/ค่าเงินฝาก/ค่าบัตรเครดิต/ค่าบัตรเครดิต
ปัจจัยด้านราคา	อัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ย/เงินปันผล/เงินฝาก	อัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ย/เงินปันผล/เงินฝาก	อัตราเงินฝาก	อัตราเงินฝาก	อัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ย/เงินปันผล/เงินฝาก
ปัจจัยด้านสถานที่	ทำเลที่ตั้งของธนาคาร				
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานให้ข้อมูลและคำแนะนำแบบส่วนตัว				
ปัจจัยด้านบริการ	ให้บริการรวดเร็ว	ให้บริการถูกต้อง	ให้บริการรวดเร็ว	ให้บริการรวดเร็ว	ให้บริการถูกต้องรวดเร็ว
ปัจจัยด้านกระบวนการ	ให้บริการรวดเร็ว	ให้บริการถูกต้อง	ให้บริการรวดเร็ว	ให้บริการรวดเร็ว	ให้บริการถูกต้องรวดเร็ว
ปัจจัยด้านกระบวนการ	ถูกต้องรวดเร็วในการฝากเงิน				



ตารางที่ 127 (ต่อ) แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสหกรณ์ชีวิตและครอบครัว จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป				การศึกษา	
ปัจจัย	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาปวช.	อนุปริญญาปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เลื่อนไปหาความคุ้มครองชีวิต/สุขภาพ				
ปัจจัยด้านราคา	อัตราผลตอบแทนในรูปแบบออมทรัพย์เป็นหลัก/ใบนี้กว่าบ้านอยู่				
ปัจจัยด้านสถานที่	ทำเลที่ตั้งของธนาคาร				
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	แจ้งของเมื่อเปิดบัญชีใหม่	โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ พนักงานให้ข้อมูลและคำแนะนำบริเวณเคาน์เตอร์ และ แจกของเมื่อเปิดบัญชีใหม่			
ปัจจัยด้านพนักงานและบริการ	รับผิดชอบเอาใจใส่ลูกค้า	ให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว และ รับผิดชอบเอาใจใส่ลูกค้า			
ปัจจัยด้านกระบวนการ	ถูกต้องรวดเร็วในการฝากเงิน				

ตารางที่ 127 (ต่อ) แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสหกรณ์ชีวิตและครอบครัว จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	25,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เลื่อนไปหาความคุ้มครองชีวิต/สุขภาพ					
ปัจจัยด้านราคา	อัตราผลตอบแทนในรูปแบบออมทรัพย์/เงินปันผล/ใบนี้/บ้านอยู่	อัตราผลตอบแทนในรูปแบบออมทรัพย์/บ้านอยู่	อัตราผลตอบแทนในรูปแบบออมทรัพย์/บ้านอยู่	อัตราผลตอบแทนในรูปแบบออมทรัพย์/บ้านอยู่	อัตราผลตอบแทนในรูปแบบออมทรัพย์/เงินปันผล/ใบนี้/บ้านอยู่	อัตราผลตอบแทนในรูปแบบออมทรัพย์/เงินปันผล/ใบนี้/บ้านอยู่
ปัจจัยด้านสถานที่	ทำเลที่ตั้งของธนาคาร					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานให้ข้อมูลและคำแนะนำบริเวณเคาน์เตอร์					
ปัจจัยด้านพนักงานและบริการ	ให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว	ให้ข้อมูลและคำแนะนำลูกค้าอย่างรวดเร็ว และ ให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว				
ปัจจัยด้านกระบวนการ	ถูกต้องรวดเร็วในการฝากเงิน					

จากตารางที่ 127 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวไม่แตกต่างกันตามเพศ แต่แตกต่างกันตามอายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเงื่อนไขด้านความคุ้มครองชีวิตหรือคุณภาพมากเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ที่มิใช่อายุต่ำกว่า 20 ปี ผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ เกษตรกร และอาชีพอื่นๆ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท และผู้ที่ส่งฝากจากรายได้บุคคลอื่นซึ่งให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเงื่อนไขด้านความคุ้มครองชีวิตหรือคุณภาพ และปัจจัยด้านเงื่อนไขความคุ้มครองอุบัติเหตุมากกว่าเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีซึ่งให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านรูปแบบการออมทรัพย์ รูปแบบการส่งเงินฝาก เงื่อนไขด้านความคุ้มครองชีวิตหรือคุณภาพ และเงื่อนไขความคุ้มครองอุบัติเหตุมากที่สุด อาชีพ และการศึกษา แต่แตกต่างกันตามอายุ อาชีพ ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวไม่แตกต่างกันตามเพศ และการศึกษา แต่แตกต่างกันตามอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอัตราผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผล โบนัส หรือบำนาญ มากเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ที่มิใช่อายุมากกว่า 60 ปีซึ่งให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัส หรือบำนาญ และมูลค่าทรัพย์สินตามเท่ากันเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และผู้ที่มิใช่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ซึ่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอัตราเงินฝาก อัตราผลตอบแทน และอัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัส หรือบำนาญมากเท่ากันเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่ส่งฝากจากรายได้บุคคลอื่นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัส หรือบำนาญมากเท่ากันเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวไม่แตกต่างกันตามเพศ และการศึกษา แต่แตกต่างกันตามอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอัตราผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผล โบนัส หรือบำนาญ มากเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ที่มิใช่อายุมากกว่า 60 ปีซึ่งให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัส หรือบำนาญ และมูลค่าทรัพย์สินตามเท่ากันเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และผู้ที่มิใช่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ซึ่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอัตราเงินฝาก อัตราผลตอบแทน และอัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัส หรือบำนาญมากเท่ากันเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่ส่งฝากจากรายได้บุคคลอื่นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัส หรือบำนาญมากเท่ากันเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวไม่แตกต่างกันตามเพศ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่แตกต่างกันตามอายุ และอาชีพ โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารมากเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ที่มิใช่มีอายุ 51-60 ปีซึ่งให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสามารถส่งเงินฝากได้หลายแห่ง(ที่ธนาคารออมสินทุกสาขา) มากเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่มีอาชีพเกษตรกรให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของธนาคารและสามารถส่งเงินฝากได้หลายแห่ง(ที่ธนาคารออมสินทุกสาขา) มากเท่ากันเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอาจมีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทคงที่หรือประเภทที่ผันแปรได้แตกต่างกันตามอายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยพนักงานบริการมากเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปีและผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีซึ่งให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยพนักงานบริการ และการศึกษาของทักษะเมื่อเปิดบัญชีใหม่ เช่น กระเป๋า ร่ม มากเท่ากับเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร และอาชีพอื่นๆ ผู้ที่ส่งฝากจาก รายได้บุคคลอื่นให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการศึกษาและอาชีพอื่นๆ ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร ส่วนผู้ที่มีการศึกษามากกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้าน การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ แผ่นป้าย การให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยพนักงานบริการ และบริการแจก ของที่ระลึกเมื่อเปิดบัญชีใหม่ เช่น กระเป๋า ร่ม มากเท่ากับเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านพนักงานและบริการมีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทคงที่หรือประเภทที่ผันแปรได้แตกต่างกันตามอายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วมากเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและเกษตรกร ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาทซึ่งให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้าน การให้ข้อมูลและคำแนะนำอย่างถูกต้องและชัดเจน มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และผู้ที่มีการศึกษามากกว่ามัธยมศึกษาให้ความสำคัญและเอาใจใส่ต่อลูกค้าของพนักงาน มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 51-60 ปี และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้าน การให้ข้อมูลและคำแนะนำอย่างถูกต้องและชัดเจน และการให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้าน ความรับผิดชอบและเอาใจใส่ต่อลูกค้าของพนักงาน การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้ามีปัญหาหรือข้อสงสัย และการดูแลให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สม่ำเสมอ หลังฝากเงิน มากเท่ากับเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้าน การให้บริการอย่างถูกต้องและเอาใจใส่ต่อลูกค้าของพนักงาน มากเท่ากับเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่มีการศึกษามากกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้าน การให้ข้อมูลและคำแนะนำอย่างถูกต้อง และชัดเจน การให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว และความรับผิดชอบต่อลูกค้าของพนักงาน มากเท่ากับเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวไม่แตกต่างกันตามเพศ อาชีพ และการศึกษามาก แต่แตกต่างกันตามอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความถูกต้องและรวดเร็วในการฝากเงินแต่ละครั้งมากที่สุดเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ความถูกต้องและรวดเร็วในการรับเงินสงเคราะห์หรือเงินปันผล มากเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ความถูกต้องและรวดเร็วในการฝากเงินแต่ละครั้ง และความถูกต้องและรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่และออกกรมธรรม์ มากเท่ากันเป็นอันดับแรก





ตารางที่ 128 (ต่อ) แสดงความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลในการใช้บริการเงินฝากประเภทสกราะชีวิตและครอบครัว จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ						
ข้อมูลทั่วไป	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	รับจ้างทั่วไป	ค้าขาย	เกษมศการ
ปัจจัย	วงเงินสกราะชีวิตและรูปแบบการส่งเงินฝาก					
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เงินไปความคุ้มครองชีวิต/สุขภาพ					
ปัจจัยด้านราคา	อัตราเงินฝาก	อัตราเงินอุปถัมภ์เหตุ	อัตราเงินฝาก และ อัตราเงินอุปถัมภ์เหตุ	อัตราเงินฝาก	อัตราเงินฝาก	อัตราเงินฝาก อุปถัมภ์เหตุ
ปัจจัยด้านสถานที่	ทำเลที่ตั้งของธนาคาร		ทำเลที่ตั้งของธนาคาร และ ส่งเงินฝากได้หลายแห่ง	ทำเลที่ตั้งของธนาคาร		
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานให้ข้อมูลและคำแนะนำบริเวณเคาน์เตอร์					
ปัจจัยด้านพนักงานและบริการ	ความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงาน					
ปัจจัยด้านกระบวนการ	ถูกต้องรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่	จำนวนความสะดวก เช่นหักบัญชี	ถูกต้องรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่	ถูกต้องรวดเร็วในการรับเงิน	จำนวนความสะดวกเช่นหักบัญชี	
					ความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงาน และ รับผิดชอบเอาใจใส่ต่อลูกค้า	ความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงาน

ตารางที่ 128 (ต่อ) แสดงความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลในการใช้บริการเงินฝากประเภทสกราะชีวิตและครอบครัว จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป				การศึกษา	
ปัจจัย	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาปวช.	อนุปริญญาปวช.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เงินไปความคุ้มครองชีวิต/สุขภาพ				
ปัจจัยด้านราคา	อัตราเงินฝาก	อัตราเงินฝาก และ อัตราเงินอุปถัมภ์เหตุ	อัตราเงินฝาก		
ปัจจัยด้านสถานที่	ทำเลที่ตั้งของธนาคาร				
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานให้ข้อมูลและคำแนะนำบริเวณเคาน์เตอร์				
ปัจจัยด้านพนักงานและบริการ	จำนวนความสะดวก เช่นหักบัญชี		ความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงาน		
ปัจจัยด้านกระบวนการ	จำนวนความสะดวก เช่นหักบัญชี	ถูกต้องรวดเร็วในการฝากเงิน	ถูกต้องรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ และ จำนวนความสะดวกเช่นหักบัญชี	ให้ข้อมูลและคำแนะนำถูกต้องชัดเจน	
				รูปแบบกรมธรรม์ วงเงินสกราะชีวิต ระยะเวลากรมธรรม์ และ เงื่อนไขความคุ้มครองชีวิต/สุขภาพ	อัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ยเงินฝาก/โบนัสบำนาญ



จากตารางที่ 128 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันตามเพศ แต่แตกต่างกันตามอายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านเงินเดือน ใจความคุ้มครองชีวิตหรือสุขภาพมากเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ที่มิอายุ 51-60 ปี ซึ่งมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน ทางการเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีให้เลือก มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-25,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน รูปแบบกรมธรรม์ มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านรูปแบบ กรมธรรม์และวงเงินสงเคราะห์ชีวิตมากที่สุดเท่ากันเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านวงเงินสงเคราะห์ชีวิตและรูปแบบการส่งเงินฝาก มากเท่ากันเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านเงินออม ใจความคุ้มครองชีวิตหรือสุขภาพ เงิน ใจความคุ้มครองอุบัติเหตุ และ สิทธิในการกู้หรือถอนเงินตามมูลค่าเงินสด มากเท่ากันเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านรูปแบบกรมธรรม์ วงเงินสงเคราะห์ ชีวิต รูปแบบการส่งเงินฝาก เงิน ใจความคุ้มครองชีวิตหรือสุขภาพ และเงิน ใจความคุ้มครองอุบัติเหตุ มากเท่ากันเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านรูปแบบกรมธรรม์ วงเงินสงเคราะห์ชีวิต ระยะเวลากกรมธรรม์ และเงิน ใจความคุ้มครองชีวิตหรือสุขภาพ มากเท่ากันเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ส่งฝากจากรายได้บุคคลอื่นมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านรูปแบบกรมธรรม์ เงิน ใจความคุ้มครองชีวิตหรือสุขภาพ เงิน ใจความ คุ้มครองอุบัติเหตุ และสิทธิในการกู้หรือถอนเงินตามมูลค่าเงินสด มากเท่ากันเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาไม่แตกต่างกันตามเพศ แต่แตกต่างกันตามอายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดย ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านอัตราเงินฝากมากเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ที่มิอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนซึ่งมีความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้าน อัตราเงินคุ้มครองอุบัติเหตุมากเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่มิอาชีพอื่น ๆ และผู้ที่มิรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ด้าน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษามากกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน อัตราผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัส หรือบำนาญมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001- 25,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านอัตราเงินฝาก และอัตราเงินกู้มากที่สุดเท่ากันเป็นอันดับแรก ผู้ที่ส่งฝากจากราย ได้บุคคลอื่นบาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านระยะเวลาผ่อนผันและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ มากเท่ากันเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจต่อ

ปัจจัยด้านอัตราเงินฝาก อัตราเงินกู้ยืมดอกเบี้ยสูงและอัตราดอกเบี้ยสูงมากทำกันเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านอัตราเงินฝาก อัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัส หรือบำนาญ ระยะเวลาผ่อนผันและอัตราดอกเบี้ยสูงมากทำกันเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่ไม่มีอาชีพเกษตรกรรมมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านอัตราเงินกู้ยืมดอกเบี้ยสูง อัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัส หรือบำนาญ ระยะเวลาผ่อนผันและอัตราดอกเบี้ยสูงมากทำกันเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ไม่แตกต่างกันตามเพศ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่แตกต่างกันตามอายุ และอาชีพ โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารมากเป็นอันดับแรกยกเว้นส่วนผู้ที่ไม่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน สามารถส่งเงินฝากได้หลายแห่ง (ที่ธนาคารออมสินทุกสาขา) มากเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่ไม่มีอายุ 51-60 ปี และผู้ที่ไม่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน ทำเลที่ตั้งของธนาคาร และสามารถส่งเงินฝากได้หลายแห่ง (ที่ธนาคารออมสินทุกสาขา) มากทำกันเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกันตามเพศ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่แตกต่างกันตามอายุ โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยพนักงานบริเวณเคาน์เตอร์ ยกเว้นผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน การแจกของที่ระลึกเมื่อเปิดบัญชีใหม่ เช่น กระเป๋า ร่ม มากเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการไม่แตกต่างกันตามเพศ แต่แตกต่างกันตามอายุ อาชีพ การศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความรู้และความเชี่ยวชาญของพนักงานเกี่ยวกับเงินฝากมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน การให้ข้อมูลและคำแนะนำอย่างถูกต้องและชัดเจน มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว และความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานมากทำกันเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่ไม่มีอาชีพเกษตรกรรมมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงาน และความรับผิดชอบต่อลูกค้าของพนักงาน มากทำกันเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการแตกต่างกันตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยส่วนใหญ่มิมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความถูกต้องและรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่และออกกรมธรรม์ และการอำนวยความสะดวกเช่น การหักบัญชีเพื่อชำระเงินฝาก มากเท่ากับเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ที่มิอาชีพรับจ้างทั่วไปมีความพึงพอใจต่อยังด้าน ความถูกต้องและรวดเร็วในการรับเงินสงเคราะห์หรือเงินปันผล มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่ทำการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. มีความพึงพอใจต่อยังด้าน ความถูกต้องและรวดเร็วในการฝากเงินแต่ละครั้ง มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความถูกต้องและรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่และออกกรมธรรม์ และความถูกต้องและรวดเร็วในการฝากเงินแต่ละครั้ง มากเท่ากับเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจต่อยังด้านความถูกต้องและรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่และออกกรมธรรม์ ความถูกต้องและรวดเร็วในการรับเงินสงเคราะห์หรือเงินปันผล และความถูกต้องและรวดเร็วในการกู้เงินมากกว่ากันเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีและผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีความพึงพอใจต่อยังด้านความถูกต้องและรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่และออกกรมธรรม์ ความถูกต้องและรวดเร็วในการฝากเงินแต่ละครั้ง การอำนวยความสะดวกเช่น การหักบัญชีเพื่อชำระเงินฝาก ความถูกต้องและรวดเร็วในการรับเงินสงเคราะห์หรือเงินปันผล และความถูกต้องและรวดเร็วในการกู้เงินมากกว่ากันเป็นอันดับแรก

## ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาในหัวข้อเรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้านาคารออมสินสาขาลำพูนที่มีต่อเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว” พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการของ Kotler (Marketing Mix for Service Firms) และ โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler (Consumer Behavior Model) ดังนี้

### 1. ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation)

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ได้อธิบายถึงลำดับขั้นของความต้องการของมนุษย์ 5 ระดับ จากต่ำไปสูง คือ ความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) ความต้องการยกย่อง (Esteem Needs) และ ความต้องการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ (Self-Actualization Needs) ตามลำดับ จากผลการศึกษาพบว่า สอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ในลำดับความต้องการขั้นที่ 2 คือ ความต้องการความปลอดภัย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวคือ เพื่อเป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครองต่อตนเองและครอบครัวมากเป็นอันดับแรก

### 2. โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้บริโภค แล้วก็จะมีการตอบสนองของผู้บริโภค (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค

จากผลการศึกษาพบว่าสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) 6 ด้านคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงานและการบริการ และปัจจัยด้านกระบวนการ ทุกปัจจัยมีผลที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมากต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ยกเว้นปัจจัยด้านสถานที่ซึ่งมีผลน้อย เรียงตามลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านพนักงานและการบริการ โดยการให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว เป็นปัจจัยด้านพนักงานและการบริการที่มีผลมากเป็นอันดับแรก
2. ปัจจัยด้านราคา โดยอัตราผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัสหรือบำนาญ เป็นปัจจัยด้านราคาที่มีผลมากเป็นอันดับแรก

3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเงื่อนไขด้านความคุ้มครองชีวิตหรือทุพพลภาพ เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลมากเป็นอันดับแรก

4. ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยความถูกต้องและรวดเร็วในการฝากเงินแต่ละครั้ง เป็นปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลมากเป็นอันดับแรก

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยพนักงานบริเวณเคาน์เตอร์ เป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลมากเป็นอันดับแรก

6. ปัจจัยด้านสถานที่ โดยทำเลที่ตั้งของธนาคารเป็นปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลมากเป็นอันดับแรก

ในส่วนของกล่องดำ หรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) นั้นได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ซึ่งมีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนคือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยผลจากการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าวในประเด็นต่อไปนี้คือ

- ปัจจัยส่วนบุคคล จากผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ปัจจัยด้านสังคม จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวคือ ทำตามเพื่อนเพราะเห็นประโยชน์ที่เพื่อนได้รับจริงเมื่อเกิดเหตุไม่คาดถึง เป็นลำดับรองสุดท้ายเท่านั้น

- ปัจจัยด้านจิตวิทยา จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวคือ ทำประกันชีวิตเพราะอาชีพที่ทำอยู่นั้นมีความเสี่ยงสูงมากเป็นลำดับสุดท้าย และต้องการผลประโยชน์จากกรมธรรม์เงินฝากเช่น การทำประกันกู้ เป็นลำดับที่ 9 เท่านั้น

- การรับรู้ปัญหา จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวคือ เพื่อเป็นหลักประกันที่ให้ความคุ้มครองต่อตนเองและครอบครัว มากเป็นอันดับแรก และทำประกันชีวิตเพราะอาชีพที่ทำอยู่นั้นมีความเสี่ยงสูงมากเป็นลำดับสุดท้าย

- การค้นหาข้อมูล (Information Search) ในกระบวนการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวที่ได้รับแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

1. แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว ญาติพี่น้องและเพื่อน และผู้ที่ฝากเงินประเภทนี้อยู่แล้ว

2. แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ พนักงานธนาคาร แผ่นพับโฆษณา แผ่นป้าย นิตยสาร วารสารหรือหนังสือพิมพ์ และ วิทยุหรือโทรทัศน์

จากผลการศึกษาพบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับมากที่สุดคือ พนักงานธนาคาร รองลงมาคือ แผ่นพับโฆษณา และครอบครัว ญาติพี่น้องและเพื่อน ตามลำดับ

ในส่วนของการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจในประเด็นต่อไปนี้คือ

- การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเลือกเงินฝากประเภท สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวจากรูปแบบกรรมธรรม์ที่มีให้เลือก 4 แบบคือ เพิ่มพูนทรัพย์ ร่มไทร บำนาญสงเคราะห์ และทุนการศึกษา โดยจากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกรรมธรรม์เงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวแบบร่มไทรมากที่สุด รองลงมาคือ แบบทุนการศึกษา และแบบเพิ่มพูนทรัพย์ ตามลำดับ

- การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเลือกจำนวนกรรมธรรม์เงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว และวงเงินสงเคราะห์ชีวิตจากวงเงินที่มีอยู่คือ ตั้งแต่ 5,000-2,000,000 บาท โดยจากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนกรรมธรรม์เงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวจำนวน 1 กรรมธรรม์ และมีวงเงินสงเคราะห์ชีวิตรวมทั้งสิ้น 50,001-100,000 บาท

### ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบจากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งเพศชายและเพศหญิง มีทุกกลุ่มอายุ มีทั้งสถานภาพโสด สมรส และหม้าย มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน รับจ้างทั่วไป ค้าขาย เกษตรกร และอาชีพอื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน มีการศึกษาตั้งแต่ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาจนถึงระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่น้อยกว่า 10,000 บาทจนถึงมากกว่า 30,000 บาท และมีผู้ที่ส่งฝากจากรายได้บุคคลอื่น

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบกรรมธรรม์แบบเพิ่มพูนทรัพย์ และแบบบำนาญสงเคราะห์ เป็นส่วนน้อย พบผู้ที่มีจำนวนกรรมธรรม์ตั้งแต่ 3 กรรมธรรม์ขึ้นไปเป็นส่วนน้อย มีวงเงินสงเคราะห์ชีวิตรวมทั้งสิ้นตั้งแต่ 200,001 บาทขึ้นไปเป็นส่วนน้อย มีระยะเวลากรรมธรรม์ 21-30 ปีเพียงส่วน



น้อย มีรูปแบบการส่งเงินฝากทั้งแบบรายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือน และรายเดือน พบว่านิคมารดา ญาติพี่น้อง และพนักงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อย มีเหตุผลที่ตัดสินใจฝากเงินได้แก่ พอใจใน รูปแบบกรรมธรรม์ที่มีให้เลือกมาก ได้รับประโยชน์จากการนำเงินฝากไปลดหย่อนภาษี อัตราเงิน ฝากน้อยกว่าของบริษัทประกันชีวิตเอกชน ต้องการผลประโยชน์จากกรรมธรรม์เงินฝาก เช่น การค้า ประกันกู้ ได้รับอัตราผลตอบแทนที่สูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝากทั่วไปของธนาคาร ทำตามเพื่อนเพราะ เห็นประโยชน์ที่เพื่อนได้รับจริงเมื่อเกิดเหตุไม่คาดถึง และทำประกันชีวิตเพราะอาชีพที่ทำอยู่นั้นมี ความเสี่ยงสูง เป็นส่วนน้อย มีแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากแผ่นป้าย นิตยสาร วารสารหรือ หนังสือพิมพ์ วิทยุหรือโทรทัศน์ ครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อน และผู้ที่ฝากเงินประเภทนี้อยู่แล้ว เป็นส่วนน้อย

**ข้อค้นพบจากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ พบว่า**

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวมากเป็น อันดับสุดท้าย ได้แก่ รูปแบบการส่งเงินฝากที่มีให้เลือก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับสุดท้าย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการกู้หรือถอนเงินตามมูลค่าเงินสด
- ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวมากเป็น อันดับสุดท้าย ได้แก่ รูปแบบการส่งเงินฝากที่มีให้เลือก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับสุดท้าย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการกู้หรือถอนเงินตามมูลค่าเงินสด
- ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวมากเป็น อันดับสุดท้าย ได้แก่ รูปแบบการส่งเงินฝากที่มีให้เลือก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับสุดท้าย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการกู้หรือถอนเงินตามมูลค่าเงินสด
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวมากเป็นอันดับสุดท้าย ได้แก่ รูปแบบการส่งเงินฝากที่มีให้เลือก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับสุดท้าย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการกู้หรือถอนเงินตามมูลค่าเงินสด
- ปัจจัยด้านพนักงานและการบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวมากเป็นอันดับสุดท้าย ได้แก่ รูปแบบการส่งเงินฝากที่มีให้เลือก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับสุดท้าย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการกู้หรือถอนเงินตามมูลค่าเงินสด

- ปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวมากเป็นอันดับสุดท้าย ได้แก่ รูปแบบการส่งเงินฝากที่มีให้เลือก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับสุดท้าย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการกู้หรือถอนเงินตามมูลค่าเงินสด

เมื่อนำข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว และข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว มาจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว ปรากฏข้อค้นพบดังตารางที่ 129 และ 130 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 129 แสดงความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม				
	เพศ	อายุ	อาชีพ	การศึกษา	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ปัจจัยด้านราคา	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง
ปัจจัยด้านสถานที่	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ปัจจัยด้านพนักงานและ การบริการ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ปัจจัยด้านกระบวนการ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง

จากตารางที่ 129 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 6 ด้านที่มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวไม่แตกต่างกันตามเพศ แต่แตกต่างกันตามอายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยกเว้นปัจจัยด้านราคาซึ่งไม่แตกต่างกันตามการศึกษา ปัจจัยด้านสถานที่ซึ่งไม่แตกต่างกันตามการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านกระบวนการซึ่งไม่แตกต่างกันตามอาชีพและการศึกษา

ตารางที่ 130 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิต และครอบครัวจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม				
	เพศ	อายุ	อาชีพ	การศึกษา	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ปัจจัยด้านราคา	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ปัจจัยด้านสถานที่	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ปัจจัยด้านพนักงานและ การบริการ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ปัจจัยด้านกระบวนการ	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง

จากตารางที่ 130 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 6 ด้านในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวไม่แตกต่างกันตามเพศ แต่แตกต่างกันตามอายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยกเว้นปัจจัยด้านสถานที่ซึ่งไม่แตกต่างกันตามการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งไม่แตกต่างกันตามอาชีพ การศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ข้อค้นพบเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาด้านต่างๆในระดับพบน้อยที่สุด สามารถเรียงตามลำดับปัญหาที่พบ 10 อันดับแรกจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ

1. สถานที่จอดรถไม่สะดวกหรือไม่เพียงพอ
2. ไม่มีการแจกของที่ระลึกเมื่อเปิดบัญชีใหม่ เช่น กระเป๋า ร่ม
3. การเปลี่ยนแปลงข้อมูลไม่ถูกต้องหรือล่าช้า เช่น เปลี่ยนงวดส่งฝาก เปลี่ยนผู้รับผลประโยชน์ โอนย้ายสาขา เว้นคืนกรมธรรม์
4. การฝากเงินแต่ละครั้งไม่ถูกต้องหรือล่าช้า
5. มูลค่าเงินสดที่สามารถกู้หรือเว้นคืนกรมธรรม์ไม่เหมาะสม
6. ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ แผ่นป้าย แผ่นพับ

7. พนักงานไม่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์หลังจากฝากเงิน
8. พนักงานให้บริการผิดพลาดหรือล่าช้า
9. การเปิดบัญชีใหม่และออกกรมธรรม์ไม่ถูกต้องหรือล่าช้า
10. ไม่มีการให้พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์เงินฝากอย่างสม่ำเสมอ

#### ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาลำพูนที่มีต่อเงินฝากประเภท สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว มีข้อเสนอแนะว่าธนาคารควรดำเนินการแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบในการใช้บริการเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว โดยเฉพาะปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถาม พบ 10 อันดับแรก มีแนวทางในการแก้ไขดังนี้คือ

1. สถานที่จอดรถไม่สะดวกหรือไม่เพียงพอ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัญหาในการใช้บริการที่ผู้ฝากพบมาเป็นอันดับแรกคือ สถานที่จอดรถไม่สะดวกหรือไม่เพียงพอ ดังนั้นธนาคารควรดำเนินการปรับปรุงบริเวณสถานที่จอดรถของธนาคารให้มีทางเข้า ออกได้สะดวก จัดทำโรงจอดรถที่มีหลังคาปกคลุมทั่วถึง และสามารถรองรับปริมาณรถได้เพิ่มขึ้นด้วย

2. ไม่มีการแจกของที่ระลึกเมื่อเปิดบัญชีใหม่ เช่น กระเป๋า ร่ม

จากผลการศึกษาพบว่า ปัญหาย่อยด้านไม่มีการแจกของที่ระลึกเมื่อเปิดบัญชีใหม่เป็นปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่พบมาเป็นอันดับแรก ดังนั้นควรมีการปรับปรุงในเรื่องของการให้ของแจก (Premium) ทั้งในด้านรูปแบบของแจกให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า โดยทำการสำรวจความต้องการด้านของแจกที่ลูกค้าต้องการ อีกทั้งควรเพิ่มปริมาณของแจกให้สามารถแจกได้อย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

3. การเปลี่ยนแปลงข้อมูลไม่ถูกต้องหรือล่าช้า เช่น เปลี่ยนงวดส่งฝาก เปลี่ยนผู้รับผลประโยชน์ โอนย้ายสาขา เว้นคืนกรมธรรม์

ธนาคารควรพิจารณาถึงลำดับขั้นต่างๆของการเปลี่ยนแปลงข้อมูลในกรมธรรม์ว่ามีความสัมพันธ์กันและมีจำนวนขั้นตอนที่เหมาะสมหรือไม่เพียงใด ทั้งนี้ควรลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนหรือไม่จำเป็นลงและกระจายอำนาจจากหน่วยงานส่วนกลางให้หน่วยงานส่วนภูมิภาคมากยิ่งขึ้น ตลอดจนควรปรับปรุงระบบให้สามารถกรอกข้อมูลการเปลี่ยนผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ Online สำหรับระบบงานเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวได้ทุกสาขาทั่วประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกและรวดเร็วให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

4. การฝากเงินแต่ละครั้งไม่ถูกต้องหรือล่าช้า

ธนาคารควรพิจารณาการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน โดยดำเนินการติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ Online สำหรับระบบงานเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวที่สาขาทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการมากยิ่งขึ้น

#### 5. มูลค่าเงินสดที่สามารถกู้หรือเวนคืนกรมธรรม์ไม่เหมาะสม

จากผลการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบมาเป็นอันดับแรกได้แก่ มูลค่าเงินสดที่สามารถกู้หรือเวนคืนกรมธรรม์ไม่เหมาะสม ดังนั้นธนาคารจึงควรรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางในการทบทวนเกี่ยวกับการคำนวณมูลค่าเงินสดต่อไป โดยธนาคารอาจพิจารณาเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขให้ผู้ฝากสามารถนำกรมธรรม์เงินฝากมาขอกู้เงินก่อนครบกำหนด 2 ปี หรือนำมาเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันในการกู้เงินในลักษณะอื่นๆเพิ่มเติม นอกเหนือจากการกู้เงินตามมูลค่าเงินสดก็ได้ ซึ่งจะยังเป็นประโยชน์สำหรับธนาคารในการเพิ่มยอดสินเชื่ออีกทางหนึ่งด้วย

#### 6. ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ แผ่นป้าย แผ่นพับ

เนื่องจากการประกันชีวิตจัดเป็นสินค้าไม่แสวงซื้อ (Unsought Products) ดังนั้นผู้ขายจะต้องเน้นการให้ข้อมูลเพื่อทำให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย โดยเน้นการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ จากผลการศึกษาพบว่า สื่อโฆษณาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับ ได้แก่ แผ่นพับโฆษณา (Brochure) มีสื่อโฆษณาที่เป็น Mass Media เช่น นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุหรือโทรทัศน์เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ในขณะที่ยังมีผู้บริโภคจำนวนมากไม่รู้ว่าธนาคารออมสินก็มีธุรกิจประกันชีวิตด้วย ดังนั้นธนาคารควรเพิ่มการโฆษณาผ่าน Mass Media ให้มากขึ้นเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น โดยเลือกใช้สื่อที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากที่สุด นอกจากนั้นยังควรใช้ Direct Mail ในการจัดส่งรายละเอียดของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวทางไปรษณีย์ไปถึงลูกค้าเป้าหมายโดยเฉพาะเจาะจงชื่อ รวมทั้งโฆษณาผ่านทาง Internet โดยปรับปรุง Web Site ของธนาคารออมสินให้มีความทันสมัยและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

#### 7. พนักงานไม่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์หลังจากฝากเงิน

จากผลการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านพนักงานและการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมาเป็นอันดับแรกได้แก่ พนักงานไม่ดูแลให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างสม่ำเสมอหลังจากฝากเงิน ดังนั้นควรมีการจัดอบรมพนักงานให้เห็นถึงความสำคัญของการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย โดยหลังจากสามารถปิดการขายได้แล้ว พนักงานควรมีการติดตามผลและรักษาลูกค้า โดยอำนวยความสะดวกต่างๆในการฝากเงิน มีการให้ข้อมูลและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์รวมทั้งข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวอย่างสม่ำเสมอ มีการเขียนเขียนลูกค้าเป็นครั้งคราว หรือส่งการ์ดอวยพรเนื่องในโอกาสวันเกิดของลูกค้า เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจในบริการที่ให้และใช้บริการต่อไป

#### 8. พนักงานให้บริการผิดพลาดหรือล่าช้า

ธนาคารควรอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในด้านเวลาโดยการจัดลำดับลูกค้าก่อนและหลัง ซึ่งอาจพิจารณานำระบบคิว (Queuing System) มาใช้ เพื่อหลีกเลี่ยงการให้ลูกค้าต้องคอยนาน ตลอดจนมีระบบการตรวจสอบภายในที่ดีเพื่อควบคุมความถูกต้องครบถ้วนของระบบงานต่างๆ

#### 9. การเปิดบัญชีใหม่และออกกรมธรรม์ไม่ถูกต้องหรือล่าช้า

ควรปรับปรุงระบบให้สามารถกรอกข้อมูลการเปิดบัญชีใหม่ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ Online สำหรับระบบงานเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวได้ทุกสาขาทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและถูกต้องในการเปิดบัญชีใหม่และออกกรมธรรม์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งในช่วงเวลาที่เร่งด่วนอาจให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการให้บริการ เช่น ให้ลูกค้าอ่านรายละเอียดของเงินฝากจากแผ่นพับโฆษณาด้วยตนเองก่อนแล้วพนักงานจึงค่อยอธิบาย ให้ลูกค้าเป็นผู้พิจารณาเลือกรูปแบบกรมธรรม์ที่เหมาะสมด้วยตนเอง ให้ลูกค้ากรอกแบบฟอร์มในการเปิดบัญชีใหม่ด้วยตนเอง หรือจัดให้มีการนัดหมายทางโทรศัพท์ล่วงหน้าเพื่อจัดเตรียมเอกสารให้พร้อมก่อนที่ลูกค้าจะมาติดต่อเพื่อเปิดบัญชี เป็นต้น

#### 10. ไม่มีการให้พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์เงินฝากอย่างสม่ำเสมอ

ธนาคารควรจัดแบ่งพนักงานออกเป็นกลุ่มเพื่อออกไปประชาสัมพันธ์และระดมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว ณ หน่วยงาน ชุมชน และสถานที่สำคัญต่างๆ ในช่วงเวลาพักหรือหลังจากธนาคารปิดทำการ นอกจากนี้ ยังควรเข้าร่วมในการแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Fairs and Trade Shows Exhibitions) ที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานต่างๆ ในโอกาสต่างๆ อีกด้วย

และนอกจากนี้ ธนาคารควรแก้ไขปัญหาอื่นๆ ที่พบทุกปัญหา ถึงแม้ว่าจะเป็นปัญหาที่พบในระดับพบน้อยที่สุดก็ตาม เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

จากนั้น ธนาคารควรวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวสำหรับแต่ละกลุ่ม (Segment) ของลูกค้าให้สอดคล้องกับผลการศึกษา โดยมีแนวทางในการจัดส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 6 ด้าน ดังนี้

##### 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลมากเป็นอันดับแรกคือ เงื่อนไขความคุ้มครองชีวิตหรือทุพพลภาพ ยกเว้นผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ เกษตรกร แม่บ้าน ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป และผู้ที่ส่งฝากจากรายได้ของบุคคลอื่น ซึ่งให้ความสำคัญกับเงื่อนไขความคุ้มครองอุบัติเหตุ และผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีซึ่งให้ความสำคัญกับรูปแบบกรมธรรม์ที่มีให้เลือกด้วย ดังนั้น ธนาคารจึงควรมุ่งเน้นการกำหนดเงื่อนไขความคุ้มครองชีวิตหรือทุพพลภาพ และเงื่อนไข

ความคุ้มครองอุบัติเหตุ ตลอดจนรูปแบบกิจกรรมที่มีให้เลือกให้มีความเหมาะสมมากและตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มมากยิ่งขึ้น โดยเสนอกรรมวิธีหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้มีโอกาสเลือกรูปแบบที่เหมาะสมกับตนเองมากที่สุด

## 2. ปัจจัยด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลมากเป็นอันดับแรกคือ อัตราผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัส หรือเงินบำนาญ ยกเว้นผู้ที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ซึ่งให้ความสำคัญกับอัตราเงินฝากด้วย ดังนั้นธนาคารจึงควรมุ่งเน้นการกำหนดอัตราผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัส หรือเงินบำนาญ ตลอดจนอัตราเงินฝากให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้นด้วย โดยเน้นถึงอัตราเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวที่ต่ำกว่าอัตราเบี่ยประกันชีวิตของบริษัทเอกชนทั่วไป

## 3. ปัจจัยด้านสถานที่

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลมากเป็นอันดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งของธนาคาร ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 51-60 ปี และผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร ซึ่งให้ความสำคัญกับการสามารถส่งเงินฝากได้หลายแห่ง(ที่ธนาคารออมสินทุกสาขา) ด้วย ดังนั้นธนาคารจึงควรเน้นการเลือกทำเลที่ตั้งของในสาขาย่อยของธนาคารให้อยู่ใจกลางชุมชน ตลอดจนสถานที่สำคัญต่างๆเช่น ศูนย์การค้า และตลาดสด เป็นต้น และควรอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการรับชำระเงินฝากต่างสาขาอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

## 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลมากเป็นอันดับแรกคือ การให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยพนักงานบริเวณเคาน์เตอร์ ยกเว้นผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 60 ปี ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร แม่บ้าน ผู้ที่มีการศึกษาค่ำกว่ามัธยมศึกษา และผู้ที่ส่งฝากจากรายได้บุคคลอื่น ซึ่งให้ความสำคัญกับการแจกของที่ระลึกเมื่อเปิดบัญชีใหม่ด้วย ดังนั้นธนาคารจึงควรมุ่งเน้นการให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยพนักงานบริเวณเคาน์เตอร์ โดยมีการฝึกอบรมให้ความรู้และความเข้าใจแก่พนักงานที่ให้บริการบริเวณเคาน์เตอร์ ตลอดจนใช้การแจกของที่ระลึกที่น่าสนใจเมื่อเปิดบัญชีใหม่เป็นการจูงใจลูกค้า

## 5. ปัจจัยด้านพนักงานและการบริการ

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานและการบริการที่มีผลมากเป็นอันดับแรกคือ การให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 51-60 ปี ผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และ

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ซึ่งให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลและคำแนะนำอย่างถูกต้องและชัดเจนด้วย ดังนั้นธนาคารจึงควรมุ่งเน้นการฝึกอบรมพนักงานให้มีการบริการที่ดี มีการให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่ลูกค้าอย่างละเอียด โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่มีอายุ 51-60 ปี ผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทดังกล่าวข้างต้น

#### 6. ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลมากเป็นอันดับแรกคือ ความถูกต้องและรวดเร็วในการฝากเงินแต่ละครั้ง ยกเว้นผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีซึ่งให้ความสำคัญกับความถูกต้องและรวดเร็วในการรับเงินสงเคราะห์หรือเงินปันผล และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทซึ่งให้ความสำคัญกับความถูกต้องและรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่และออกกรมธรรม์ด้วย ดังนั้นธนาคารจึงควรนำเทคโนโลยีและระบบตรวจสอบความถูกต้องที่มีประสิทธิภาพมาใช้เพื่อให้กระบวนการต่างๆมีความถูกต้องและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในขั้นตอนการฝากเงินแต่ละครั้ง การเปิดบัญชีใหม่และออกกรมธรรม์ รวมทั้งการจ่ายเงินสงเคราะห์หรือเงินปันผลด้วย

ทั้งนี้ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 6 ด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับพึงพอใจมาก แต่เป็นค่าเฉลี่ยที่นับว่ายังต่ำอยู่ ดังนั้นธนาคารจึงควรพยายามสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ให้เกิดขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นจนถึงระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยการนำเสนอคุณภาพของการบริการ (Service Quality) ตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ และมีการควบคุมคุณภาพการให้บริการโดยเน้นการตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานให้มีการบริการที่ดี รวมทั้งต้องสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยควรนำระบบเพื่อแก้ไขปัญหาข้อเสนอนะของลูกค้ำ (Systems for Satisfying Customers' Complaints) มาใช้เพื่อรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอนะของลูกค้ำ การสำรวจข้อมูลลูกค้ำและการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อนำไปแก้ไขปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ดีขึ้น และส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้ำเพื่อให้ลูกค้ำประทับใจในความเอาใจใส่ของธนาคาร

โดยในการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันนั้น ธนาคารควรสร้างความแตกต่างที่สามารถสนองความพึงพอใจของลูกค้ำในแต่ละด้าน ดังนี้

**ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)** เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของรูปแบบกรมธรรม์ในระดับมาก ดังนั้นธนาคารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบกรมธรรม์ให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความ



ต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยทำการสำรวจถึงลักษณะกรรมธรรม์ที่ลูกค้าต้องการ ตลอดจนอาจนำเอาลักษณะกรรมธรรม์ของบริษัทประกันชีวิตและธนาคารอื่นๆ มาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบกรรมธรรม์ของธนาคารในอนาคต

**ความแตกต่างด้านการบริการ (Services Differentiation)** จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านพนักงานและการบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับแรก โดยมีปัจจัยย่อยด้านการให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็วเป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากเป็นอันดับแรก ดังนั้นพนักงานควรให้ความสำคัญต่อการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) โดยให้บริการและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างถูกต้องและรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้ควรมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่ลูกค้าอย่างถูกต้องชัดเจน โดยพนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว มีการอธิบายโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย มีการพูดจาซักถาม แนะนำชักจูง รับฟังความคิดเห็นของลูกค้า และสามารถตอบข้อข้องใจเกี่ยวกับสินค้าแต่ละชนิดให้แก่ลูกค้าได้

**ความแตกต่างด้านบุคลากร (Personnel Differentiation)** การที่ธนาคารใช้พนักงานของธนาคารเป็นตัวแทนขายแตกต่างจากบริษัทประกันชีวิตที่ใช้บุคคลหลากหลายอาชีพเป็นตัวแทนขายทำให้ธนาคารมีความมั่นใจในคุณภาพของตัวแทนขายได้อย่างเต็มที่ ดังนั้น ธนาคารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของพนักงาน ตั้งแต่ขั้นตอนการสรรหาและคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความรู้ความเชี่ยวชาญในงาน โดยพนักงานจะต้องมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต รวมถึงธุรกิจประเภทอื่นๆ ของธนาคารเป็นอย่างดี ตลอดจนมีทักษะด้านการขายที่มีประสิทธิภาพและมีจิตสำนึกที่ดีต่องานบริการ ธนาคารควรมีการจูงใจพนักงานโดยพิจารณาผลตอบแทนที่จะให้แก่พนักงาน (Incentives) ว่ามีความเหมาะสมและสามารถสร้างแรงจูงใจได้มากเพียงไร รวมทั้งสนับสนุนให้มีการแข่งขันการระดมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวระหว่างสาขาของธนาคารทั่วประเทศ นอกจากนี้ พนักงานต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า มีจรรยาบรรณและรักษาความลับของลูกค้า และยังคงแสดงความมีน้ำใจและเป็นกันเองต่อลูกค้า โดยธนาคารควรมุ่งเน้นให้พนักงานทั่วประเทศช่วยให้ความรู้ความเข้าใจและชี้ให้ลูกค้าเห็นถึงความสำคัญของการประกันชีวิต โดยให้พนักงานทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาทางการเงินของลูกค้า ช่วยจัดสรรเงินให้แก่ลูกค้า ตลอดจนหาวิธีสร้างรายได้เสริมและตัดทอนรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของลูกค้าลงด้วย

**ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image Differentiation)** เป็นการสร้างความแตกต่างด้านความรู้สึกรักใคร่ของลูกค้ายที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของธนาคาร ซึ่งในการ

พัฒนาภาพลักษณ์ในตราสินค้า (Brand Image) ให้กับธนาคารนั้นต้องอาศัยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ในรูปของสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ บรรยากาศ และเหตุการณ์ ดังนี้คือ

- สิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และ โทรทัศน์ (Written and Audio Media) ควรมีการพัฒนาและประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารและเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสารทางการเงิน วิทยุ โทรทัศน์ ตลอดจนผ่านทาง Internet โดยเน้นคุณสมบัติของเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวในด้านที่เป็นการออมระยะยาวที่ดำเนินการโดยธนาคารของรัฐที่มีชื่อเสียงและความมั่นคง และมีความแน่นอนในการจ่ายเงินตามกรรมธรรม์ รวมทั้งอธิบายถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับและจุดเด่นของกรรมธรรม์แต่ละรูปแบบ

- บรรยากาศ (Atmosphere) คือ ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ รวมถึงอุปกรณ์ เครื่องมือ และวัสดุต่างๆ ต้องสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและสามารถสื่อได้ถึงระดับคุณภาพในการให้บริการ ดังนั้นธนาคารควรมีสถานที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ มีการรักษาความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยโดยอาจนำหลักของกิจกรรม 5 ส. มาใช้ มีการเปิดเสียงดนตรีเบาๆ ประกอบเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีให้แก่ลูกค้า มีการจัดเตรียมน้ำดื่มสะอาดและหนังสือพิมพ์หรือวารสารไว้สำหรับบริการผู้ฝากขณะรอรับบริการ นอกจากนี้ วัสดุ เครื่องมือ และอุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยและมีประสิทธิภาพด้วย

- เหตุการณ์ (Events) ธนาคารควรใช้เหตุการณ์พิเศษต่างๆ ในการสร้างภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมสังคม โดยควรให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของธนาคารแก่สื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ โทรทัศน์ ในปริมาณที่เหมาะสม โดยเผยแพร่กิจกรรมที่ธนาคารสร้างประโยชน์ให้แก่ประชาชนโดยส่วนรวม เช่น การมอบทุนการศึกษาให้แก่เด็กนักเรียน การส่งเสริมอาชีพและรายได้ของประชาชนในชนบทตามแผนนโยบายกองทุนหมู่บ้าน และโครงการธนาคารประชาชนซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เป็นต้น เพื่อสร้างภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดีให้แก่ธนาคาร ซึ่งนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือนต่อธนาคารอันจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารแล้วยังจะทำให้พนักงานเกิดความเข้าใจ มีความภาคภูมิใจในองค์กร และเผยแพร่ข้อมูลที่ดีของธนาคารออกสู่บุคคลภายนอกอีกต่อหนึ่งด้วย ตลอดจนให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว เช่น การออกกรรมธรรม์รูปแบบใหม่ การจ่ายเงินสินไหมทดแทนให้ลูกค้ารายใหญ่ เป็นต้น ในหนังสือพิมพ์หรือวารสารที่เกี่ยวกับธุรกิจ การเงิน และการธนาคาร เพื่อสร้างความรู้จักในธุรกิจประกันชีวิตของธนาคารให้แก่ประชาชนทั่วไป นอกจากนี้แล้วยังอาจใช้พนักงานในการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวควบคู่กับการทำตลาดก่อนเปิดสาขาใหม่ในแต่ละพื้นที่ได้อีกด้วย

นอกจากนี้ ธนาคารควรใช้กลยุทธ์การปรับปรุงตลาด (Market Modification) ในการขยายตลาด โดยการเพิ่มปริมาณยอดขายจากปัจจัย 2 ประการคือ จำนวนผู้ใช้บริการ และอัตราการใช้ต่อคน ดังนี้คือ

- เพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ โดยธนาคารต้องพยายามดึงผู้ที่ไม่เคยฝากเงินประเภทสбереกซ์ชีวิตและครอบครัวให้กลายมาเป็นผู้ใช้บริการ เช่นลูกค้าเงินฝากประเภทอื่น และลูกค้าสินเชื่อของธนาคาร เป็นต้น นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป ผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ เกษตรกร รับจ้างทั่วไป และผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างสูงคือมากกว่า 25,000 บาท ยังมีสัดส่วนในการฝากเงินสбереกซ์ชีวิตและครอบครัวที่น้อยอยู่ น่าจะเป็นกลุ่มที่ธนาคารสามารถดึงมาเป็นผู้ใช้บริการได้ โดยเฉพาะผู้ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปและผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร ซึ่งส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ตัดสินใจฝากเงินคือ ธนาคารมีภาพพจน์ดี มีชื่อเสียงและความมั่นคง แสดงว่าเป็นกลุ่มที่มีความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) ของธนาคารสูง จึงควรใช้จุดเด่นของธนาคารในด้านชื่อเสียงและความมั่นคงนี้เป็นจุดขายให้กับกลุ่มดังกล่าว

- เพิ่มอัตราการใช้ต่อคน โดยพยายามกระตุ้นให้ลูกค้าในปัจจุบันเพิ่มจำนวนกรมธรรม์เงินฝากสбереกซ์ชีวิตและครอบครัว โดยซื้อกรมธรรม์รูปแบบเดิมที่มีอยู่หรือรูปแบบอื่นๆเพิ่มเติม โดยเฉพาะแบบเพิ่มพูนทรัพย์ และแบบบำนาญสбереกซ์ชีวิตซึ่งจากการศึกษาพบว่ามีสัดส่วนที่น้อยอยู่ โดยเน้นว่าเป็นทางเลือกในการลงทุนที่ได้ผลตอบแทนสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารทั่วไปในปัจจุบัน ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกรมธรรม์เพียง 1 กรมธรรม์เท่านั้น ยังมีกำลังซื้อเพียงพอที่จะสามารถซื้อกรมธรรม์เพิ่มเติมได้อีก โดยเฉพาะผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีกรมธรรม์เงินฝากเพียง 1 กรมธรรม์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลูกค้าบางรายไม่ทราบว่าสามารถฝากหลายๆกรมธรรม์ได้ ดังนั้นธนาคารควรชี้แจงให้ลูกค้าเข้าใจว่าผู้ฝากแต่ละคนสามารถเปิดบัญชีเงินฝากสбереกซ์ชีวิตและครอบครัวได้มากกว่า 1 กรมธรรม์ เพื่อเป็นการเพิ่มอัตราการซื้อซ้ำของลูกค้า