

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้กล่าวถึงการสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงาน

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 76.60 และเพศชายร้อยละ 23.40 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปีมากที่สุด ร้อยละ 43.62 รองลงมาอายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 28.72 ด้านสถานภาพส่วนบุคคล สถานภาพสมรสมากที่สุด ร้อยละ 53.19 รองลงมาสถานภาพโสด ร้อยละ 38.30 การศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 56.38 รองลงมาระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ร้อยละ 20.21 ตำแหน่งพนักงานปฏิบัติการมากที่สุด ร้อยละ 85.11 ตำแหน่งนักบริหาร ร้อยละ 14.89 อัตราเงินเดือน 10,000 – 20,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 42.55 รองลงมาอัตราเงินเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 26.60 เข้าทำงานก่อน พ.ศ. 2525 และช่วงปี 2526 – 2530 ร้อยละ 26.60 รองลงมา พ.ศ. 2531 – 2536 ร้อยละ 24.46 สำหรับการฝึกอบรมเกี่ยวกับธุรกิจประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวนั้น มีพนักงานที่ไม่เคยได้รับการฝึกอบรมมากที่สุด ร้อยละ 34.05 รองลงมาเป็นพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรม ช่วงปี พ.ศ. 2532 – 2538 และได้รับการฝึกอบรมหลังปี 2538 ร้อยละ 23.40 สำหรับจำนวนลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่พนักงานหาได้โดยประมาณ แบบร่วมโทรมากที่สุด ร้อยละ 39.96 รองลงมาเป็นแบบทุนการศึกษา ร้อยละ 38.15 โดยเหตุผลในการหาลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของพนักงานเพื่อแนะนำธุรกิจของธนาคารให้ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.28 รองลงมาเพื่อหารายได้พิเศษจากเงินค่าตอบแทนในการหาเงินฝาก ร้อยละ 28.84 มากกว่าด้านอื่น

ส่วนที่ 2 ปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงาน

จากผลการศึกษาปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงาน พบว่า

ปัญหาด้านการตลาดภายใน พนักงานพบปัญหาด้านการตลาดภายในที่มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ได้แก่ ปัญหาอำนาจในการอนุมัติกรรมธรรม์ของภาคมีวงเงินต่ำทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรรมธรรม์ ปัญหาการฝึกอบรมเทคนิคการขายมีน้อยทำให้พนักงานขาดทักษะในการหาลูกค้าเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว ปัญหาการฝึกอบรมด้านการหาเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวมีน้อยทำให้พนักงานไม่มีความรู้ด้านเงินฝากประเภทนี้อย่างแท้จริง และปัญหาการไม่มีค่าตอบแทนในการติดตามการส่งเงินงวดทำให้เกิดปัญหาการเวนคืนกรรมธรรม์ก่อนครบอายุ ตามลำดับ

ปัญหาด้านการตลาดภายนอก พนักงานพบปัญหาด้านการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก สำหรับด้านอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อยเรียงตามลำดับคือ ปัญหาด้านกระบวนการ ปัญหาด้านสถานที่ ปัญหาด้านพนักงานและการบริการ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านราคา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พนักงานพบปัญหาสิทธิประโยชน์หรือการถอนเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสมเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย

ด้านราคา พนักงานพบปัญหามูลค่าเงินสดต่ำไม่จูงใจลูกค้าเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย

ด้านสถานที่ พนักงานพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ปัญหาไม่มี สถานที่รับชำระเงิน โดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคอยนาน ปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว และปัญหาสถานที่ของธนาคารคับแคบไม่สะดวกในการมาใช้บริการของลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด พนักงานพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ได้แก่ ปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวทำให้ลูกค้าไม่ทราบว่าธนาคารมีเงินฝากประเภทนี้ ปัญหาไม่มีการโฆษณาธุรกิจเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตให้ลูกค้าทราบผลประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้

ด้านพนักงานและการบริการ พนักงานพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ได้แก่ ปัญหาพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากประเภทนี้แก่ลูกค้า

ที่มาติดต่อหน้าเคาน์เตอร์ ปัญหาลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินนอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้ และปัญหามีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ พนักงานพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ได้แก่ ปัญหาการอนุมัติกรมธรรม์ล่าช้า

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย พนักงานพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ได้แก่ ปัญหาขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบ ปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้ ปัญหาลูกค้าคิดว่าการฝากเงินประเภทนี้เป็นการประกันชีวิตควรคุ้มครองด้านการรักษาพยาบาลด้วย ปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์งานการส่งเสริมการตลาด ปัญหาไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน ปัญหาธนาคารไม่มีระบบติดตามการให้บริการลูกค้า ปัญหาไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน ทำให้ไม่สามารถประมาณเวลาคอยแก่ลูกค้าได้ ปัญหาขาดการฝึกอบรมทักษะการสื่อสารให้พนักงานเพื่อเสริมสร้างคุณภาพในการสื่อสารแก่พนักงาน และปัญหาธนาคารไม่มีระบบการตรวจสอบและประเมินผลการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าของพนักงาน ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงาน จำแนกตามเพศ

ผลการศึกษาพบว่า

ปัญหาด้านการตลาดภายใน พนักงานชายและเพศหญิงพบปัญหาอำนาจการอนุมัติกรมธรรม์ของภาคมีวงเงินต่ำทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรมธรรม์เป็นอันดับแรกเหมือนกัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ปัญหาด้านการตลาดภายนอก พนักงานชายและเพศหญิงพบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรกเหมือนกัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พนักงานชายพบปัญหาลักษณะเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตคล้ายการประกันชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ต้องการทำเพราะเชื่อว่าเป็นการแข่งตัวเองเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย สำหรับพนักงานหญิงพบปัญหาด้านรูปแบบของเงินฝากมีให้ลูกค้าเลือกน้อย เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย

ด้านราคา พนักงานขายพบปัญหาอัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้ต่ำ เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย สำหรับพนักงานหญิงพบปัญหามูลค่าเงินสดต่ำไม่พอใจ ลูกค้าเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย

ด้านสถานที่ เพศชายพบปัญหาสถานที่ของธนาคารคับแคบไม่สะดวกในการมาใช้ บริการของลูกค้า ปัญหาไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวดโดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคอยนาน และปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้เป็นอันดับแรก เท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย สำหรับเพศหญิงพบปัญหาไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวด โดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคอยนานเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด เพศชายพบปัญหาไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ให้ลูกค้า ที่มาติดต่อธนาคารเนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่นเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก สำหรับเพศหญิงพบปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจ ประเภทนี้ของธนาคารเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ด้านพนักงานและการบริการ เพศชายพบปัญหาด้านพนักงานและการให้บริการ เรื่อง พนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้า หน้าเคาน์เตอร์เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก สำหรับเพศหญิงพบปัญหาลูกค้าต้องการ ให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ด้านกระบวนการ เพศชายและเพศหญิงพบปัญหาการอนุมัติกรมธรรม์ล่าช้า เป็นอันดับแรกเหมือนกัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย พนักงานขายพบปัญหา ลูกค้าคิดว่าการฝากเงินประเภทนี้เป็นการประกันชีวิตควรคุ้มครองด้านการรักษาพยาบาลด้วย เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก สำหรับเพศหญิงพบปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์เงิน ฝากสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้ และปัญหาขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงาน จำแนกตามอายุ

ผลการศึกษาพบว่า

ปัญหาด้านการตลาดภายใน พนักงานอายุ 21-30 ปี พนักงานอายุ 31-40 ปี และพนักงานอายุ 41-50 ปีพบปัญหาอำนาจในการอนุมัติกรมธรรม์ของภาคมีวงเงินต่ำทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรมธรรม์เป็นอันดับแรกเหมือนกัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก สำหรับพนักงานอายุ 51-60 ปีพบปัญหาไม่มีการจัดทีมงานหาลูกค้านอกสถานที่ ปัญหามีการแบ่งค่าตอบแทนในการหาลูกค้าเข้ากองกลางทำให้พนักงานไม่อยากหาลูกค้า และปัญหาไม่มีเครื่องมือประกอบการขายให้พนักงานในการหาลูกค้า เป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ปัญหาด้านการตลาดภายนอก พนักงานทุกช่วงอายุพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรกเหมือนกัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ยกเว้นอายุ 21 – 30 ปี ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พนักงานอายุ 21-30 ปีพบปัญหาสิทธิประโยชน์ในการกู้หรือการถอนเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสมเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย พนักงานอายุ 31-40 ปีพบปัญหาวงเงินฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย และปัญหาลักษณะเงินฝากคล้ายการประกันชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ต้องการทำเพราะเชื่อว่าเป็นการแข่งตัวเองเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย พนักงานอายุ 41-50 ปีพบปัญหารูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อยเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย พนักงานอายุ 51-60 ปีพบปัญหาระยะเวลาฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย และปัญหาเงื่อนไขการคุ้มครองของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตไม่เหมาะสมเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ด้านราคา พนักงานอายุ 21-30 ปีพบปัญหาอัตราดอกเบี้ยปรับกรณีส่งเงินฝากช้ากว่ากำหนดสูงเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย พนักงานอายุ 31-40 ปีพบปัญหาอัตราค่าเงินฝากต้องงวดสูง และปัญหามูลค่าเงินสดต่ำไม่ดึงดูดใจลูกค้าเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย พนักงานอายุ 41-50 ปีพบปัญหาอัตราค่าเงินฝากต้องงวดสูงเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย พนักงานอายุ 51-60 ปีพบปัญหาอัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้น้อยเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ด้านสถานที่ พนักงานอายุ 21-30 ปี และพนักงานอายุ 31-40 ปี พบปัญหาไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวดโดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคอยนานเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก พนักงานอายุ 41-50 ปี พบปัญหาสถานที่ของธนาคารคับแคบไม่สะดวกในการมาใช้บริการ

ของลูกค้าเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก พนักงานอายุ 51-60 ปีพบปัญหาสถานที่ของธนาคารคับแคบไม่สะดวกในการมาใช้บริการของลูกค้า และปัญหาไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวด โดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคายนานเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

ด้านการส่งเสริมการตลาด พนักงานอายุ 21-30 ปีพบปัญหาไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ให้ลูกค้าที่มาติดต่อธนาคารเนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่นเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

มาก พนักงานอายุ 31-40 ปี พบปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคาร และปัญหาไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้เป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

มาก พนักงานอายุ 41-50 ปีพบปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคารเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

มาก พนักงานอายุ 51-60 ปีพบทุกปัญหาเท่ากัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

ด้านพนักงานและการบริการ พนักงานอายุ 21-30 ปี และพนักงานอายุ 41-50 ปีพบปัญหาพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

มาก พนักงานอายุ 31-40 ปีพบปัญหาเรื่องลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

มาก สำหรับพนักงานอายุ 51-60 ปีพบปัญหาพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์และปัญหาไม่มีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้าเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

ด้านกระบวนการ พนักงานทุกช่วงอายุ พบปัญหาด้านกระบวนการเรื่องการอนุมัติกรรมกรรมล่าช้าเป็นอันดับแรกเหมือนกัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย พนักงานอายุ 21-30 ปีพบปัญหาไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน เช่น จำนวนวันอนุมัติกรรมกรรมเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

มาก พนักงานอายุ 31-40 ปี และพนักงานอายุ 41-50 ปีพบปัญหาขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

มาก พนักงานอายุ 51-60 ปีพบปัญหาไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน และปัญหาไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานทำให้ไม่สามารถประมาณเวลาคอยแก่ลูกค้าได้เป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงาน จำแนกตามสถานภาพ

ผลการศึกษาพบว่า

ปัญหาด้านการตลาดภายใน พนักงานที่มีสถานภาพโสด พนักงานที่มีสถานภาพสมรส พบปัญหาอำนาจในการอนุมัติกรรมธรรม์ของภาคมีวงเงินต่ำทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรรมธรรม์เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก และสถานภาพหย่าร้าง ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก สำหรับพนักงานที่มีสถานภาพหม้ายพบปัญหาที่มีการแบ่งค่าตอบแทนในการหาลูกค้าเข้ากองกลาง ทำให้พนักงานไม่อยากหาลูกค้าเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ปัญหาด้านการตลาดภายนอก พนักงานที่มีสถานภาพโสดและสมรสพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก พนักงานที่มีสถานภาพหม้ายและสถานภาพหย่าร้าง พบปัญหาด้านสถานที่เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พนักงานที่มีสถานภาพโสดพบปัญหาสิทธิประโยชน์ในการกู้หรือการถอนเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย พนักงานที่มีสถานภาพสมรสพบปัญหาเงื่อนไขการคุ้มครองของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตไม่เหมาะสมเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย พนักงานที่มีสถานภาพหม้ายพบปัญหารูปแบบเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้เลือกน้อยเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามากที่สุด พนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาวงเงินฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อยเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ด้านราคา พนักงานที่มีสถานภาพโสด พนักงานที่มีสถานภาพสมรสพบปัญหามูลค่าเงินสดต่ำไม่จูงใจลูกค้าเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย พนักงานที่มีสถานภาพหม้ายพบปัญหาอัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้น้อย ปัญหาอัตราเงินฝากต้องงวดสูง และปัญหามูลค่าเงินสดต่ำไม่จูงใจลูกค้าเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย สำหรับพนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาทุกปัญหายกเว้นปัญหามูลค่าเงินสดต่ำไม่จูงใจลูกค้าเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย

ด้านสถานที่ พนักงานที่มีสถานภาพโสดพบปัญหาไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวด โดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคอยนานเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก พนักงานที่มีสถานภาพสมรส และพนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อยและมากที่สุด ตามลำดับ

พนักงานที่มีสถานภาพหม้ายพบปัญหาเท่ากันทุกปัญหาเกี่ยวปัญหาการหาลูกค้านอกสถานที่และการเข้าพบลูกค้าไม่สะดวกทำให้พนักงานไม่ยอมออกไปหาลูกค้า ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด พนักงานที่มีสถานภาพโสดพบปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคารเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก พนักงานที่มีสถานภาพสมรสพบปัญหาไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก พนักงานที่มีสถานภาพหม้ายพบปัญหาทุกปัญหาเท่ากัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก พนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์ในการทำการส่งเสริมการตลาด และปัญหาไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ให้ลูกค้าที่มาติดต่อบริการเนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่นเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ด้านพนักงานและการบริการ พนักงานที่มีสถานภาพโสดพบปัญหาลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก พนักงานที่มีสถานภาพสมรสและพนักงานที่มีสถานภาพหม้ายพบปัญหาพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก สำหรับพนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาไม่มีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้าเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ด้านกระบวนการ พนักงานที่มีสถานภาพโสดและพนักงานที่มีสถานภาพสมรสพบปัญหาเรื่องการอนุมัติค่าธรรมเนียมล่าช้าเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก พนักงานที่มีสถานภาพหม้ายพบปัญหาการเปิดบัญชียุ่งยาก ซับซ้อนเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามากที่สุด สำหรับพนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาการอนุมัติค่าธรรมเนียมล่าช้าและปัญหาการเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ ในกรมธรรม์ยุ่งยาก ล่าช้า เป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย พนักงานที่มีสถานภาพโสดพบปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์งานการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก พนักงานที่มีสถานภาพสมรส พบปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้มาก และปัญหาขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก พนักงานที่มีสถานภาพหม้ายพบปัญหาลูกค้าเคยมีประสบการณ์ไม่ดีด้านการทำประกันชีวิตทำให้ไม่ยอมฝากเงินประเภทนี้เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามากที่สุด พนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาลูกค้าคิดว่าการฝากเงิน

ประเภทนี้เป็นการประกันชีวิตควรรู้มั่งคั่งด้านการรักษาพยาบาลด้วย และปัญหาการขาดการประชาสัมพันธ์งานการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

ส่วนที่ 6 ปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่ง

ผลการศึกษาพบว่า

ปัญหาด้านการตลาดภายใน พนักงานปฏิบัติการพบปัญหาอำนาจการอนุมัติกรมธรรม์ของภาคมีวงเงินต่ำทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรมธรรม์เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา สำหรับนักบริหารพบปัญหาการฝึกอบรมเทคนิคการขายน้อยทำให้ขาดทักษะในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

ปัญหาด้านการตลาดภายนอก พนักงานปฏิบัติการและนักบริหารพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรกเหมือนกัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา โดยมียาละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พนักงานปฏิบัติการพบปัญหารูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมิให้ลูกค้าเลือกน้อย และปัญหาสิทธิประโยชน์ในการกู้หรือการถอนเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสมเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย สำหรับนักบริหารพบปัญหาลักษณะเงินฝากคล้ายการประกันชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ต้องการทำเพราะเชื่อว่าเป็นการแข่งตัวเอง ปัญหารูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมิให้ลูกค้าเลือกน้อย และปัญหาสิทธิประโยชน์ในการกู้หรือถอนเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสมเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อยที่สุด

ด้านราคา พนักงานปฏิบัติการพบปัญหามูลค่าเงินสดต่ำไม่จูงใจลูกค้าเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย สำหรับนักบริหารพบปัญหาอัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้น้อยเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย

ด้านสถานที่ พนักงานปฏิบัติการและนักบริหารพบปัญหาไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวด โดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาชอนนานเป็นอันดับแรกเหมือนกัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

ด้านการส่งเสริมการตลาด พนักงานปฏิบัติการพบปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคารเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา สำหรับนักบริหารพบปัญหาไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ให้ลูกค้าที่มาติดต่อธนาคาร เนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่นเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหา

ด้านพนักงานและการบริการ พนักงานปฏิบัติการพบปัญหาพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่นๆด้วย ทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก สำหรับนักบริหารพบปัญหาไม่มีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้าเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

ด้านกระบวนการ พนักงานทั้งสองตำแหน่งพบปัญหาการอนุมัติกรมธรรม์ล่าช้าเป็นอันดับแรก โดยพนักงานปฏิบัติการมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก และนักบริหารมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย พนักงานปฏิบัติการพบปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้ และปัญหาการขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบเป็นอันดับแรกเท่าๆกัน ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก สำหรับนักบริหารพบปัญหาลูกค้าคิดว่าการฝากเงินประเภทนี้เป็น การประกันชีวิตควรคุ้มครองด้านการรักษาพยาบาลด้วยเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก

เมื่อนำข้อมูลระดับปัญหาของพนักงานโดยรวมมาพิจารณา พบว่าพนักงานมีระดับปัญหาโดยรวมที่มากกว่าระดับอื่น ดังตารางที่ 56 ดังนี้

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานโดยรวมที่มากกว่าระดับอื่น

ปัญหาด้านต่าง ๆ	ระดับปัญหา (ร้อยละ)	ไม่มีปัญหา (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย โดยรวม
1. ด้านการตลาดภายใน	น้อย (36.34)	16.18	2.38
2. ด้านการตลาดภายนอก			
- ด้านผลิตภัณฑ์	น้อย (34.40)	24.47	2.13
- ด้านราคา	น้อย (40.42)	22.13	2.15
- ด้านสถานที่	น้อย (32.18)	17.82	2.60
- ด้านการส่งเสริมการตลาด	มาก (40.43)	8.25	2.80
- ด้านพนักงานและการบริการ	น้อย (35.11)	10.64	2.47
- ด้านกระบวนการ	น้อย (35.74)	7.45	2.45
- ส่วนประสมทางการตลาด โดยสรุป	น้อย (39.89)	10.99	2.41
3. ด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย	น้อย (36.17)	9.28	2.49

จากตารางที่ 56 พบว่า ระดับปัญหาส่วนใหญ่ของพนักงาน คือ ระดับปัญหาน้อย มากกว่าระดับอื่น ยกเว้น ด้านการส่งเสริมการตลาดที่พนักงานส่วนใหญ่มีระดับปัญหามากกว่าระดับอื่น สำหรับค่าเฉลี่ยระดับปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ยโดยรวม 2.80) และด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ยโดยรวม 2.60)

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงานธนาคารออมสินสาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

รูปแบบกลยุทธ์ 3 ประการในธุรกิจบริการ (Three types of marketing strategy in the service business)

การตลาดธุรกิจบริการจะต้องใช้เครื่องมือทั้งด้านการตลาดภายใน (Internal marketing) ซึ่งต้องอาศัยพนักงานเข้าช่วยและต้องอาศัยการตลาดภายนอก (External marketing) โดยการใช้สื่อสารกับลูกค้า และการตลาดที่มีความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing) ดังนี้

ด้านการตลาดภายใน การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานขายบริการ ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการ โดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า จากการศึกษาพบปัญหา ดังนี้

- ด้านการฝึกอบรม พบว่า ปัญหาการฝึกอบรมเทคนิคการขายให้แก่พนักงานน้อย ทำให้พนักงานขาดทักษะและเทคนิคในการหาเงินฝาก พบปัญหามากเป็นอันดับสอง และการฝึกอบรมด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวน้อยทำให้พนักงานไม่มีความรู้ด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตอย่างแท้จริง พบปัญหามากเป็นอันดับสาม ซึ่ง Kotler กล่าวว่า การที่พนักงานไม่ได้รับการฝึกอบรมจะไม่สามารถทำงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานทำให้เกิดความขัดแย้งกับมาตรฐานการทำงาน และจากตารางที่ 8 จะเห็นว่า มีพนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับธุรกิจสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวมากถึงร้อยละ 34.05 จากรายงานการค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาการทำงานและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธุรกิจประกันชีวิต” ของ ชูชาติ น้าฟ้า มีข้อเสนอแนะว่าควรมีการเพิ่มการฝึกอบรมให้แก่พนักงานเพื่อให้มีความรู้ ความสามารถในด้านการขายมากขึ้น

- ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า พบว่ามีระดับปัญหาน้อยเป็นอันดับแรก และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าพบว่ามีระดับปัญหาน้อยเป็นอันดับที่สอง

- ปัญหาการไม่มีคำตอบแทนในการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้าทำให้ไม่มีแรงจูงใจให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นในการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามากเป็นอันดับที่สี่ กลยุทธ์ด้านการตลาดภายในนั้น ต้องมีจูงใจพนักงานขายในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งคำตอบแทนเป็นสิ่งที่สร้างแรงจูงใจแก่พนักงาน

ด้านการตลาดภายนอก เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้า ในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการให้บริการแก่ลูกค้า จากการศึกษาพบว่า โดยรวมแล้วพนักงานพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ด้านสถานที่ ด้านพนักงานและการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ พนักงานพบปัญหาสิทธิประโยชน์หรือการถอนเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อยเป็นอันดับแรก

- ด้านราคา พนักงานพบปัญหามูลค่าเงินสดต่ำไม่จูงใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อยเป็นอันดับแรก

- ด้านสถานที่ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ได้แก่ ไม่มีสถานที่รับชำระเงิน โดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคอยนานเป็นอันดับแรก ปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากประเภทชีวิตและครอบครัวเป็นอันดับที่สอง และปัญหาสถานที่ของธนาคารคับแคบไม่สะดวกในการมาใช้บริการของลูกค้า เป็นอันดับที่สาม

- ด้านการส่งเสริมการตลาด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ได้แก่ ปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทชีวิตและครอบครัวทำให้ลูกค้าไม่ทราบว่าธนาคารมีเงินฝากประเภทนี้เป็นอันดับแรก ปัญหาไม่มีการโฆษณาธุรกิจเงินฝากประเภทชีวิตให้ลูกค้าทราบผลประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้เป็นอันดับที่สอง ปัญหาไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ให้ลูกค้าที่มาติดต่อธนาคารเนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่นเป็นอันดับที่สาม และปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์ในการทำส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับที่สี่

- ด้านพนักงานและการบริการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ได้แก่ ปัญหาพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากประเภทนี้แก่ลูกค้าที่มาติดต่อหน้าเคาน์เตอร์เป็นอันดับแรก ปัญหาลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินนอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้เป็นอันดับที่สอง และปัญหาไม่มีระบบการติดตามการชำระเงินงวดของลูกค้าเป็นอันดับที่สาม

- ด้านกระบวนการ พบปัญหาการอนุมัติกรมธรรม์ล่าช้า มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก เป็นอันดับแรก

รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะอธิบายว่าธุรกิจบริการต้องอาศัยเครื่องมือทางการตลาด คือ ส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ (Marketing mix for service firms) เพื่อมุ่งสู่การบริหารคุณภาพรวม (TQM) โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้า (Customer's satisfaction) เป็นสำคัญ

ด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เป็นการสร้างคุณภาพบริการ ให้เป็นที่เชื่อถือเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการ โดยพิจารณาจากด้านต่าง ๆ ดังนี้ (1) คุณภาพด้านเทคนิค (Technical quality) (2) คุณภาพด้านหน้าที่ (Functional quality) (3) คุณภาพบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนซื้อ (Search qualities) (4) คุณภาพด้านประสบการณ์ (Experience qualities) (5) คุณภาพความเชื่อถือได้ว่าเป็นจริง (Credence qualities) เป็นความรู้สึกที่ลูกค้าจะประเมินความเชื่อถือที่ได้รับ จากการศึกษาพบว่าพนักงานพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยของปัญหาในระดับมาก คือคุณภาพด้านเทคนิค ได้แก่ ปัญหาไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน เช่น จำนวนวันอนุมัติกรมธรรม์เป็นอันดับที่ห้า ปัญหาไม่มีระบบติดตามการให้บริการลูกค้า เป็นอันดับที่หก ปัญหาไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานทำให้ไม่สามารถประมาณเวลาดำเนินการลูกค้าเป็นอันดับที่เจ็ด และปัญหาระบบการตรวจสอบและประเมินผลการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า เป็นอันดับที่เก้า

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory of motivation)

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ได้จัดประเภทความต้องการตามความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ จากต่ำไปสูง คือ ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) ความต้องการด้านสังคม (Social needs) ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization needs) ซึ่งจากเหตุผลในการหาเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงาน (ตารางที่ 10) มีเหตุผลเพื่อแนะนำธุรกิจของธนาคารให้ลูกค้าใช้บริการเป็นอันดับแรก รองลงมาเพื่อหารายได้พิเศษจากเงินค่าตอบแทนในการหาเงินฝากนั้น จะเห็นว่าพนักงานมีลำดับขั้นความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ในระดับ 1-2 ได้แก่ความต้องการทางร่างกายและความต้องการความปลอดภัยและมั่นคงในหน้าที่การทำงานเท่านั้น

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพบว่า พนักงานหญิงมากกว่าพนักงานชาย โดยมีพนักงานหญิงร้อยละ 76.60 พนักงานที่มีอายุระหว่าง 50 – 60 ปี มีจำนวนน้อย เพียงร้อยละ 6.38 มีพนักงานที่มีความรู้สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีร้อยละ 9.57 มีพนักงานที่มีอัตราเงินเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีจำนวนมากถึงร้อยละ 17.02 พนักงานที่ไม่ได้รับการอบรมเกี่ยวกับธุรกิจสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวมากถึง ร้อยละ 34.04 และพนักงานที่ได้รับการอบรม มีร้อยละ 66.96 โดยที่เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวแบบบำนาญสงเคราะห์ แบบเพิ่มพูนทรัพย์ แบบออมสินคลอจีฟ และแบบออมสินสะสมทรัพย์ พนักงานหาได้น้อย เหตุผลในการหาลูกค้าของพนักงานเพื่อแนะนำธุรกิจของธนาคารให้ลูกค้าใช้บริการเป็นอันดับแรก รองลงมาเพื่อหารายได้พิเศษจากเงินค่าตอบแทนในการหาเงินฝากมากกว่าเหตุผลอื่น โดยที่เหตุผลในการหาลูกค้าเพื่อต้องการได้รับรางวัลพนักงานหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวดีเด่นและเหตุผลต้องการผลงานในการพิจารณาความดีความชอบอยู่ในระดับท้ายและรองสุดท้าย

สำหรับค่าเฉลี่ยระดับปัญหาโดยรวมของพนักงานจำแนกตามเพศ อายุ และตำแหน่ง สรุปได้ดังตารางที่ 57 ดังนี้

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน โดยรวม จำแนกตามเพศ อายุ และตำแหน่ง

ปัญหา	เพศ		อายุ (ปี)				ตำแหน่ง	
	ชาย	หญิง	21-30	31-40	41-50	50-60	ปฏิบัติการ	บริหาร
1. ด้านการตลาดภายใน	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย
2. ด้านการตลาดภายนอก								
- ด้านผลิตภัณฑ์	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อยที่สุด
- ด้านราคา	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย
- ด้านสถานที่	น้อย	มาก	มาก	มาก	น้อย	มาก	มาก	น้อย
- ด้านส่งเสริมการตลาด	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
- ด้านพนักงานและบริการ	น้อย	มาก	มาก	น้อย	มาก	มาก	น้อย	น้อย

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน โดยรวม จำแนกตามเพศ อายุ และ ตำแหน่ง

ปัญหา	เพศ		อายุ (ปี)				ตำแหน่ง	
	ชาย	หญิง	21-30	31-40	41-50	50-60	ปฏิบัติการ	บริหาร
3. ด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	มาก	น้อย	มาก	น้อย

จากตารางที่ 57 พบว่า โดยรวมแล้ว เพศชายมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อยกว่าเพศหญิง และพนักงานปฏิบัติการมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามากกว่านักบริหาร เมื่อจำแนกตามเพศ พนักงานมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาแตกต่างกันในด้านสถานที่และด้านพนักงานและการบริการ โดยพนักงานหญิงมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก พนักงานชายมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่ามีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่แตกต่างกันในด้านสถานที่ ด้านพนักงานและการบริการ ด้านกระบวนการและด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยด้านสถานที่ พนักงานอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย ขณะที่พนักงานช่วงอายุอื่นมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ด้านพนักงานและการบริการ พนักงานอายุ 31 – 40 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย ขณะที่พนักงานช่วงอายุอื่นมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ด้านกระบวนการ พนักงานอายุ 21 – 30 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ขณะที่พนักงานช่วงอายุอื่นมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย ด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย พนักงานอายุ 41 – 50 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ขณะที่พนักงานช่วงอายุอื่นมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย เมื่อจำแนกตามตำแหน่ง พนักงานมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาแตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยด้านผลิตภัณฑ์ พนักงานปฏิบัติการมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย สำหรับนักบริหารมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อยที่สุด ด้านสถานที่ พนักงานปฏิบัติการมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก สำหรับนักบริหารมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย และด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย พนักงานปฏิบัติการมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก สำหรับนักบริหารมีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย

ปัญหาด้านการตลาดภายใน โดยภาพรวมแล้วพบ พนักงานมีปัญหาในระดับปัญหาน้อย ร้อยละ 36.34 ระดับปัญหามาก ร้อยละ 26.99 ไม่มีปัญหา ร้อยละ 16.18 ระดับปัญหาน้อยที่สุด ร้อยละ 11.81 และระดับปัญหามากที่สุด ร้อยละ 8.68 พนักงานที่เห็นว่าไม่พบปัญหา ร้อยละ 10.05 เมื่อนำข้อมูลระดับปัญหาจำแนกตามเพศ อายุ และตำแหน่ง พบว่าแล้วปรากฏข้อค้นพบดังตารางที่ 58 ดังนี้

ตารางที่ 58 แสดงความแตกต่างของระดับปัญหาด้านการตลาดภายในกับข้อมูลทั่วไป
ของพนักงาน จำแนกตามเพศ อายุ และตำแหน่ง

ปัญหาด้านการตลาดภายใน	ข้อมูลทั่วไปของพนักงาน		
	เพศ	อายุ	ตำแหน่ง
การฝึกอบรมด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตน้อย ทำให้พนักงาน ไม่มีความรู้ด้านเงินฝากนี้อย่างแท้จริง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
การฝึกอบรมเทคนิคการขายน้อย ทำให้พนักงานขาดทักษะในการ หาลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
อัตราผลตอบแทนในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตน้อยทำให้ ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ขั้นตอนการเบิกค่าตอบแทนในการหาลูกค้ายุ่งยากทำให้พนักงาน ไม่อยากหาลูกค้า	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
การจ่ายผลตอบแทนในการหาลูกค้าช้า ทำให้ขาด แรงจูงใจในการ หาลูกค้า	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ลักษณะของเงินฝากประเภทนี้คล้ายธุรกิจประกันชีวิตทำให้ พนักงานไม่อยากหาเงินฝากนี้	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
พนักงานมีภาระอื่นทำให้ไม่ต้องการหาลูกค้านอกเวลาทำงาน	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ไม่มีการแบ่งเป้าเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคลทำให้พนักงาน ไม่สนใจหาลูกค้า	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ไม่มีการแบ่งเป้าเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคล ทำให้ พนักงานไม่สนใจหาลูกค้า	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ไม่มีการแบ่งเป้าเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคลทำให้ขาด แรงจูงใจในการหาลูกค้า	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ไม่มีการจัดทีมงานไปหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตนอกสถานที่	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ไม่มีแผนงานเพื่อกำหนดเป้าเงินฝากที่ต้องหาในแต่ละเดือนหรือ แต่ละไตรมาส	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ไม่มีการกำหนดระยะเวลาและเป้าเงินฝากที่ชัดเจน ในการหา ลูกค้าสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงความแตกต่างของระดับปัญหาด้านการตลาดภายในกับข้อมูลทั่วไป
ของพนักงาน จำแนกตามเพศ อายุ และตำแหน่ง

ปัญหาด้านการตลาดภายใน	ข้อมูลทั่วไปของพนักงาน		
	เพศ	อายุ	ตำแหน่ง
ไม่มีเครื่องมือประกอบการขายให้พนักงานในการหาลูกค้า เช่น แฟ้มเอกสาร เอกสารประกอบ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
มีการแบ่งค่าตอบแทนในการหาลูกค้าเข้ากองกลางทำให้พนักงานไม่ยอมหาลูกค้า	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
มีการแย่งลูกค้ากันของพนักงานในสาขา ทำให้ไม่ยอมหาลูกค้า	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ไม่มีค่าตอบแทนในการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้าทำให้เกิดการปัญหาการเวรคืนกรรมธรรม์ก่อนครบอายุ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
อำนาจในการอนุมัติกรรมธรรม์ของภาคมีวงเงินต่ำ ทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรรมธรรม์	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ไม่มีการสร้างแรงจูงใจในการหาลูกค้าในสาขา เช่น การให้รางวัล	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ขาดการประเมินความพึงพอใจของพนักงานในการหาเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง

จากตาราง 58 พบว่า พนักงานเมื่อจำแนกตามเพศ และจำแนกตามตำแหน่ง พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับปัญหาด้านการตลาดภายในไม่แตกต่างกัน ในขณะที่เมื่อจำแนกตามอายุส่วนใหญ่ มีระดับปัญหาแตกต่างกัน

ปัญหาด้านการตลาดภายนอก โดยภาพรวมแล้วพบ พนักงานมีปัญหาในระดับปัญหาน้อย ร้อยละ 39.89 ระดับปัญหามาก ร้อยละ 25.89 ระดับปัญหาน้อยที่สุด ร้อยละ 11.88 ระดับปัญหามากที่สุด ร้อยละ 11.35 และไม่มีปัญหา ร้อยละ 10.99 โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหามาก ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา พบว่ามีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย ทุก ๆ ปัจจัย สำหรับด้านกระบวนการ ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับปัญหาน้อย

เมื่อนำปัญหาด้านการตลาดภายนอกตามส่วนประสมทางการตลาด โดยสรุป จำแนกตามเพศ พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรกเหมือนกัน

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าพนักงานทุกช่วงมีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรกเหมือนกัน เมื่อจำแนกตามตำแหน่งพบว่าพนักงานปฏิบัติการและนักบริหารพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรกเหมือนกัน เมื่อนำมาระดับปัญหาจำแนกตามเพศ อายุ และตำแหน่งแล้วปรากฏข้อค้นพบดังตารางที่ 59 ดังนี้

ตารางที่ 59 แสดงความแตกต่างของระดับปัญหาด้านการตลาดภายนอกในส่วนของผู้มีส่วนประสมทางการตลาด โดยสรุปกับข้อมูลทั่วไปของพนักงาน จำแนกตามเพศ อายุ และตำแหน่ง

ปัญหาด้านการตลาดภายนอก	ข้อมูลทั่วไปของพนักงาน		
	เพศ	อายุ	ตำแหน่ง
ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านราคา	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านสถานที่	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านพนักงานและการบริการ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านกระบวนการ	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง

จากตาราง 59 พบว่า พนักงานเมื่อจำแนกตามเพศ พบว่ามีระดับปัญหาด้านสถานที่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า พนักงานมีระดับปัญหาด้านราคาและสถานที่ไม่แตกต่างกัน และเมื่อจำแนกตามตำแหน่งพบว่าพนักงานมีระดับปัญหาด้านกระบวนการแตกต่างกัน

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยภาพรวมแล้วพบว่าพนักงานมีปัญหาในระดับปัญหาน้อย ร้อยละ 36.17 ระดับปัญหามาก ร้อยละ 32.80 ระดับปัญหามากที่สุด ร้อยละ 11.17 ระดับปัญหาน้อยที่สุด ร้อยละ 10.64 และไม่มีปัญหา ร้อยละ 9.28 เมื่อนำมาระดับปัญหาจำแนกตามเพศ อายุ และตำแหน่งแล้ว ปรากฏข้อค้นพบดังตารางที่ 60 ดังนี้

ตารางที่ 60 แสดงความแตกต่างของระดับปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย
กับข้อมูลทั่วไปของพนักงาน จำแนกตามเพศ อายุ และตำแหน่ง

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	ข้อมูลทั่วไปของพนักงาน		
	เพศ	อายุ	ตำแหน่ง
ภาพลักษณ์ของธนาคารเป็นสถาบันการเงิน ทำให้ ลูกค้าไม่สนใจ ธุรกิจรูปแบบอื่นของธนาคาร	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ลูกค้านิยมประสบการณ์ไม่ดีด้านการทำประกันชีวิตทำให้ไม่ยอม ฝากเงินประเภทนี้	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ลูกค้านำได้ขึ้นการพูดปากต่อปากเกี่ยวกับปัญหาในการฝากเงินประเภท นี้	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ลูกค้านำคิดว่าการฝากเงินประเภทนี้เป็นภาระประกัน ชีวิตควรคุ้มครอง ด้านการรักษาพยาบาลด้วย	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ทำให้ลูกค้านำทราบ รายละเอียดของเงินฝากนี้	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง
ไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง
ไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานทำให้ไม่สามารถประมาณเวลา คอยแก่ลูกค้านำได้	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ไม่มีการนำระบบคิวมาใช้ในการให้บริการลูกค้านำที่มาคิดต่อธนาคาร	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้านำทราบ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
รูปแบบของการโฆษณาไม่ดี ไม่ดึงดูดความสนใจลูกค้านำ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ลูกค้านำไม่เปิดโอกาสให้อธิบายรูปแบบเงินฝากหรือการ เข้าถึงลูกค้านำทำได้ยาก	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ขาดการฝึกอบรมทักษะการสื่อสารให้พนักงาน เพื่อเสริมสร้างคุณ ภาพในการสื่อสารแก่พนักงาน	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ภาพลักษณ์ของพนักงานธนาคารทำให้ลูกค้านำไม่ให้ความสำคัญกับ แก่พนักงาน	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ธนาคาร ไม่มีระบบการเปิดรับปัญหา ข้อเสนอแนะหรือ ข้อติชมต่างๆ จากลูกค้านำ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง

ตารางที่ 60 (ต่อ) แสดงความแตกต่างของระดับปัญหาค้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายกับข้อมูลทั่วไปของพนักงาน จำแนกตามเพศ อายุ และตำแหน่ง

ปัญหาค้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	ข้อมูลทั่วไปของพนักงาน		
	เพศ	อายุ	ตำแหน่ง
ไม่มีการส่งเสริมด้านลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธนาคารกับลูกค้า	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ขาดการประชาสัมพันธ์งานการส่งเสริมการตลาด	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ธนาคารไม่มีระบบการตรวจสอบและประเมินผลการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าของพนักงาน	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ธนาคารไม่มีระบบติดตามการให้บริการลูกค้า	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง

จากตาราง 60 พบว่า พนักงานเมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าส่วนใหญ่มีระดับปัญหาค้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่เมื่อจำแนกตามอายุ และตำแหน่งส่วนใหญ่มีระดับปัญหาแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตของพนักงานธนาคารออมสินสาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะว่าธนาคารควรมีการแก้ไขปัญหามูลทุกปัญหาไม่ว่าจะเป็นปัญหาระดับมากหรือน้อยก็ตาม เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และให้พนักงานสามารถระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยใช้รูปแบบกลยุทธ์ 3 ประการในธุรกิจการให้บริการ ดังต่อไปนี้

ด้านการตลาดภายใน การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานขายบริการ ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการ โดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ดังนั้นควรมีการแก้ไขปรับปรุงปัญหา ดังนี้

- ควรมีการฝึกอบรมพนักงานที่ยังไม่ได้รับการฝึกอบรมหลักสูตรสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวทุกคน และเพิ่มการฝึกอบรมให้แก่พนักงานมากขึ้น ทั้งด้านความรู้เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว ด้านเทคนิคการขาย และทักษะการพูด การสื่อสาร เพื่อให้พนักงานสามารถนำเสนอหรือตอบข้อซักถามของลูกค้าได้ถูกต้อง ชัดเจน และเข้าใจง่าย สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความผิดพลาดน้อย ให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการให้บริการ

- มีการสร้างแรงจูงใจให้พนักงาน โดยมีรางวัลและค่าตอบแทนที่เหมาะสมในการหาลูกค้านอกเวลาทำงาน และปรับปรุงกระบวนการจ่ายผลตอบแทนให้รวดเร็วขึ้น นอกจากนี้ควรมีการตั้งเป้าเงินฝากเป็นรายบุคคลและกำหนดรางวัลในการหาลูกค้าที่ชัดเจน และควรมีการให้ค่าตอบแทนในการติดตามการส่งเงินงวดลูกค้าเป็นกรณีพิเศษ เพื่อลดปัญหาการเวนคืนกรมธรรม์ของลูกค้าและสร้างแรงจูงใจในการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้าแก่พนักงาน

นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมให้พนักงานทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อสร้างความพึงพอใจในการให้บริการลูกค้า และมีการกระจายอำนาจอนุมัติกรมธรรม์ให้ธนาคารออมสินภาค เพื่อที่จะทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ในกระบวนการอนุมัติกรมธรรม์ เนื่องจากปัจจุบันอำนาจอนุมัติกรมธรรม์ของธนาคารออมสินภาคต่ำ ขณะที่แนวโน้มของวงเงินสงเคราะห์ที่ลูกค้าเลือกมากกว่าอำนาจอนุมัติของธนาคารออมสินภาคเพิ่มมากขึ้น และควรมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ในการหาเงินฝาก เช่น กระเป๋าสตางค์ เอกสาร คู่มือ เอกสารต่าง ๆ ให้พนักงานทุกคน เพื่อให้มีความพร้อมในการหาลูกค้า

ด้านการตลาดภายนอก เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านการตลาดภายนอก จะต้องมีการใช้เครื่องมือทางการตลาดให้เหมาะสม สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ เช่น

- ด้านการส่งเสริมการตลาด ธนาคารควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวในสื่อต่าง ๆ มากขึ้น โดยเน้นถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการฝากเงินประเภทนี้ และมีรูปแบบการโฆษณาที่ดึงดูดความสนใจ มีการจัดนิทรรศการและทีมงานออกไปประชาสัมพันธ์ธุรกิจเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวตามสถานที่หรือในงานเทศกาลต่าง ๆ ที่สำคัญในแต่ละท้องถิ่น มีการแนะนำธุรกิจสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว โดยส่งแผ่นพับหรือจดหมายเชิญชวนให้ลูกค้าของธนาคาร ให้รับทราบผลประโยชน์ของเงินฝากนี้ทางไปรษณีย์ รวมถึงข่าวสารต่าง ๆ ที่ทันสมัย เพื่อให้ลูกค้ารู้จักธนาคารและธุรกิจของธนาคารมากขึ้น จะทำให้พนักงานสามารถเสนอบริการด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตได้มากขึ้นเนื่องจากลูกค้ารู้จักและอาจมีความต้องการใช้บริการ จากการโฆษณาประชาสัมพันธ์

- ด้านกระบวนการ ควรมีการกระจายอำนาจอนุมัติกรรมธรรม์ให้ธนาคารออมสินภาคมากขึ้น และลดขั้นตอนของกระบวนการอนุมัติกรรมธรรม์ มีการปรับปรุงเอกสารเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและการเปิดบัญชีใหม่ง่ายขึ้น มีการกำหนดระยะเวลาในการการอนุมัติกรรมธรรม์ และกำหนดให้พนักงานผู้รับผิดชอบในการตรวจสอบคุณสมบัติของลูกค้าและตรวจสอบเอกสารต่าง ๆ ก่อนที่จะขออนุมัติกรรมธรรม์ เพื่อให้รวดเร็วและผิดพลาดน้อยที่สุด

- ด้านสถานที่ ปัญหาธนาคารไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวดโดยเฉพาะ และลูกค้าไม่สะดวกในการมาใช้บริการในธนาคารนั้น ควรมีการขยายช่องทางในการชำระเงินงวด เช่น การจ่ายเงินงวดผ่านธนาคารอื่น หรือตามร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ เป็นต้น มีการให้คำตอบแทนสำหรับพนักงานในการติดตามการส่งเงินงวดและการออกไปรับชำระเงินงวดนอกสถานที่ นอกจากนี้ควรมีการจัดสถานที่สำหรับการให้บริการสอบถามและให้ข้อมูลธุรกิจธนาคารซึ่งรวมถึงธุรกิจ เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต โดยมีการจัดพนักงานให้ดูแลงานด้านนี้โดยเฉพาะ และจัดทีมงานหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวนอกสถานที่

- ด้านพนักงานและการบริการ ควรมีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า และมีพนักงานติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า เพื่อแก้ปัญหาการเวนคืนกรรมธรรม์ก่อนครบอายุจากการขาดส่งเงินงวดของลูกค้าหลายงวด

สำหรับด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา แม้ว่าพนักงานพบปัญหาน้อย แต่ธนาคารควรจะพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบเงินฝากให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ได้แก่ การเพิ่มผลประโยชน์ และปรับปรุงเงื่อนไขเงินฝากให้ดึงดูดใจลูกค้าให้เกิดความสนใจมาใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวมากขึ้น

ด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย มีการสร้างคุณภาพการบริการเพื่อให้เกิดความเชื่อถือ เกิดการยอมรับและพึงพอใจในการให้บริการ เช่น

- มีการส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ทันสมัยให้ลูกค้าทราบ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญของธนาคาร และรู้จักธนาคาร รวมถึงธุรกิจของธนาคารมากขึ้น จะทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และยอมรับบริการที่พนักงานนำเสนอ

- ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในการทำการส่งเสริมการตลาดให้ลูกค้าทราบว่า มีการทำการส่งเสริมการตลาด เช่น มีการแจกของเมื่อเปิดบัญชีใหม่

- มีระบบการเปิดรับปัญหา ข้อเสนอแนะ หรือข้อติชมต่างๆ จากลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขการให้บริการให้ดีขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการให้บริการของธนาคาร

โดยสรุปแล้วธนาคารควรมีการปรับปรุงกลยุทธ์ในการดำเนินงานของธุรกิจเงินฝาก ประเภทสбереกซ์ชีวิตเพื่อให้เป็นที่รู้จัก และให้เป็นที่ต้องการใช้บริการของลูกค้า รวมถึงเพื่อให้พนักงานสามารถระดมเงินฝากประเภทนี้ให้ได้ตามเป้าหมาย ดังนี้

- สร้างแรงจูงใจในการหาลูกค้า ควรมีการให้ค่าตอบแทนและรางวัลในการหาลูกค้า มากพอที่จะจูงใจพนักงานให้ไปหาลูกค้านอกเวลาทำงาน

- เพิ่มการฝึกอบรมทั้งด้านเงินฝากสбереกซ์ชีวิตและครอบครัว รวมถึงด้านเทคนิค การขาย ทักษะการพูด การสื่อสารให้พนักงานมีความรู้ความสามารถในการอธิบายรายละเอียด ของเงินฝากสбереกซ์ชีวิตและครอบครัว

- มีการตั้งเป้าหมายรายบุคคลให้พนักงานในการหาลูกค้าเงินฝากสбереกซ์ชีวิต เพื่อให้พนักงานมีส่วนรับผิดชอบในการหาลูกค้า โดยกำหนดให้เป็นผลงานของพนักงานในการ ประเมินผลงาน

- เพิ่มผลประโยชน์และปรับปรุงเงื่อนไขในการฝากเงินประเภทสбереกซ์ชีวิตและ ครอบครัว ให้จูงใจลูกค้ามาใช้บริการธุรกิจนี้ของธนาคาร เช่น ลดระยะเวลาจ่ายเงินปันผล เพิ่ม เงินปันผล ลดระยะเวลาครบอายุกรมธรรม์ รวมถึงการปรับปรุงจำนวนเงินที่ต้องส่งฝากแต่ละงวด ให้เหมาะสม

- เพิ่มช่องทางในการชำระเงินงวดเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการชำระเงินงวด เช่น รับชำระเงินงวดผ่านทางไปรษณีย์ รับชำระเงินงวดผ่านธนาคารอื่น หรือมีจุดบริการรับชำระ เงินงวดตามห้างสรรพสินค้าหรือร้านปลีกขนาดใหญ่ต่าง ๆ

- เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ให้มากขึ้น เพื่อให้เป็นที่รู้จัก ของคนทั่วไป เป็นการนำทางให้พนักงานสามารถนำเสนอบริการเงินฝากนี้ง่ายขึ้นเนื่องจาก คนทั่วไปรู้จักเงินฝากประเภทนี้มาก่อนแล้ว รายละเอียดของโฆษณาควรเน้นถึงผลประโยชน์ ที่ลูกค้าจะได้รับในการฝากเงินประเภทนี้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความต้องการฝากเงินประเภทสбереกซ์ชีวิตและครอบครัว

- มีการประชาสัมพันธ์เพื่อแจ้งประโยชน์พิเศษลูกค้าที่จะได้รับในการฝากเงินประเภท นี้ หรือมีการทำการส่งเสริมการตลาด เช่น มีการแจกของเมื่อเปิดบัญชีใหม่ หรือมีส่วนลดเงินฝาก ในการเปิดบัญชีใหม่ โดยการใช้สื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าทราบโดยทั่วกัน

- กระจายอำนาจอนุมัติกรมธรรม์ให้ธนาคารออมสินภาคให้มากขึ้น รวมถึงการ ปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ในการอนุมัติกรมธรรม์ และเปลี่ยนแปลงข้อมูลในกรมธรรม์ เพื่อให้เกิดความคล่องตัว และความรวดเร็วในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการ ให้บริการ