

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้กล่าวถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม สอบถามข้อมูลจากพนักงานทั้งหมด ของธนาคารออมสินสาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 94 คน และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของพนักงานธนาคารออมสินสาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 1 - ตารางที่ 10)
2. ข้อมูลปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว ได้แก่
  - ปัญหาด้านการตลาดภายใน (Internal marketing)
  - ปัญหาด้านการตลาดภายนอก (External marketing)
  - ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing)(ตารางที่ 11 - ตารางที่ 19)
3. ข้อมูลปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงาน จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 20 - ตารางที่ 28)
4. ข้อมูลปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงาน จำแนกตามอายุ (ตารางที่ 29 - ตารางที่ 37)
5. ข้อมูลปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงาน จำแนกตามสถานภาพ (ตารางที่ 38 - ตารางที่ 46)
6. ข้อมูลปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่ง (ตารางที่ 47 - ตารางที่ 55)

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงาน

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	22	23.40
หญิง	72	76.60
รวม	94	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าพนักงานเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.60 และพนักงานเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 23.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
21 - 30	20	21.28
31 - 40	41	43.62
41 - 50	27	28.72
51 - 60	6	6.38
รวม	94	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าพนักงาน มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.62 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.72 อายุระหว่าง 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.28 อายุระหว่าง 51 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	36	38.30
สมรส	50	53.19
หม้าย	2	2.13
หย่าร้าง	6	6.38
รวม	94	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าพนักงานมีสถานภาพสมรสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.19 รองลงมาได้แก่ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 38.30 สถานภาพหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 6.38 และสถานภาพหม้าย คิดเป็นร้อยละ 2.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	13	13.83
อนุปริญญา หรือ ปวส.	19	20.21
ปริญญาตรี	53	56.38
สูงกว่าปริญญาตรี	9	9.57
รวม	94	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าพนักงานจบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.38 รองลงมาได้แก่ ระดับอนุปริญญาหรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 20.21 ระดับมัธยมหรือปวช. คิดเป็นร้อยละ 13.83 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานปฏิบัติการ	80	85.11
นักบริหาร	14	14.89
รวม	94	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าพนักงานตำแหน่งพนักงานปฏิบัติการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.11 และตำแหน่งนักบริหาร คิดเป็นร้อยละ 14.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามอัตราเงินเดือน

อัตราเงินเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000	13	13.83
10,000 - 20,000	40	42.55
20,001 - 30,000	25	26.60
มากกว่า 30,000	16	17.02
รวม	94	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าพนักงานมีอัตราเงินเดือนระหว่าง 10,000 - 20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.55 รองลงมาได้แก่ อัตราเงินเดือนระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.60 อัตราเงินเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.02 และอัตราเงินเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามปีที่เข้าทำงาน

ปี พ.ศ. ที่เข้าทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ก่อนปี พ.ศ.2525	25	26.60
2525 – 2530	25	26.60
2531 - 2536	23	24.46
หลังปี พ.ศ.2536	21	22.34
<b>รวม</b>	<b>94</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าพนักงานเข้าทำงานก่อน พ.ศ.2525 และช่วงปี พ.ศ.2526 – 2530 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.60 เท่า ๆ กัน รองลงมาได้แก่พนักงานที่เข้าทำงานช่วงปี พ.ศ.2531 - 2536 คิดเป็นร้อยละ 24.46 และพนักงานที่เข้าทำงานหลังปี พ.ศ.2536 คิดเป็นร้อยละ 22.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามปีที่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับธุรกิจ สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว

ปี พ.ศ. ที่รับการอบรม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้รับการอบรม	32	34.05
ก่อน ปี พ.ศ.2532	18	19.15
2532 – 2538	22	23.40
หลังปี พ.ศ.2538	22	23.40
<b>รวม</b>	<b>94</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 8 พบว่าพนักงานที่ไม่ได้รับการอบรมเกี่ยวกับธุรกิจสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.04 รองลงมาได้แก่ พนักงานที่ได้รับการอบรม ช่วงปี พ.ศ. 2532 –2538 และพนักงานที่ได้รับการอบรมหลังปี พ.ศ.2538 คิดเป็นร้อยละ 23.40 เท่า ๆ กัน และพนักงานที่ได้รับการอบรมก่อนปี พ.ศ.2532 คิดเป็นร้อยละ 19.15 ตามลำดับ

**ตารางที่ 9** แสดงจำนวนและร้อยละจำนวนลูกค้าเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวที่พนักงานหาได้ (โดยประมาณ)

ประเภทเงินฝาก	จำนวนลูกค้า (ราย)	ร้อยละ
แบบร่มไทร	2,562	39.96
แบบทุนการศึกษา	2,446	38.15
แบบเพิ่มพูนทรัพย์	567	8.85
แบบบำนาญสงเคราะห์	639	9.97
แบบออมสินสะสมทรัพย์	68	1.06
แบบออมสินตลอดชีพ	129	2.01
<b>รวม</b>	<b>6,411</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 9 พบว่าพนักงานหาลูกค้าเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวแบบร่มไทรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.96 รองลงมาได้แก่แบบทุนการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 38.15 แบบบำนาญสงเคราะห์ คิดเป็นร้อยละ 9.97 แบบเพิ่มพูนทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 8.85 แบบออมสินตลอดชีพ คิดเป็นร้อยละ 2.01 และแบบออมสินสะสมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 1.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามเหตุผลในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต และครอบครัว

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อหารายได้พิเศษจากเงินค่าตอบแทนในการหาเงินฝาก	62	28.84
แนะนำธุรกิจของธนาคาร ให้ลูกค้าใช้บริการ	78	36.28
ทำตามคำสั่งที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา	31	14.42
เพื่อให้ได้เงินฝากตามที่สาขาได้รับจัดสรร	34	15.80
ต้องการผลงานในการพิจารณาความดีความชอบ	8	3.72
ต้องการได้รับรางวัลพนักงานหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตดีเด่น	1	0.47
อื่น ๆ	1	0.47
รวม	215	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ  
อื่น ๆ ได้แก่ ต้องการหาประสบการณ์ด้านการขาย

จากตารางที่ 10 พบว่าเหตุผลในการหาเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงานมากที่สุดคือ เพื่อแนะนำธุรกิจของธนาคารให้ลูกค้าใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 36.28 รองลงมาได้แก่ หารายได้พิเศษจากค่าตอบแทนในการหาเงินฝาก คิดเป็นร้อยละ 28.84 เพื่อให้ได้เงินฝากตามที่ได้รับการจัดสรร คิดเป็นร้อยละ 15.80 ทำตามคำสั่งที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา คิดเป็นร้อยละ 14.42 เพื่อต้องการผลงานในการพิจารณาความดีความชอบ คิดเป็นร้อยละ 3.72 ต้องการได้รับรางวัลพนักงานหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตดีเด่นและอื่น ๆ ได้แก่ ต้องการหาประสบการณ์ในการขาย คิดเป็นร้อยละ 0.47 เท่า ๆ กัน ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน จำนวนตามปัญหาด้านการตลาดภายใน

ปัญหาด้านการตลาดภายใน	ระดับปัญหา						ไม่มีปัญหา		ระดับปัญหา	แปลค่า อันดับ		
	น้อยที่สุด		น้อย		มาก		มากที่สุด					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
การฝึกอบรมด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตน้อยทำให้พนักงานไม่มีความรู้ด้านเงินฝากมีอย่างแท้จริง	11	11.70	25	26.60	42	44.68	9	9.57	7	7.45	2.56	3
การฝึกอบรมเทคนิคการขายน้อยทำให้พนักงานขาดทักษะในการหาลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	8	8.51	30	31.91	39	41.49	12	12.77	5	5.32	2.62	2
อัตราผลตอบแทนในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตน้อย ทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	12	12.77	38	40.43	21	22.34	6	6.38	17	18.09	2.27	10
ขั้นตอนการเบิกค่าตอบแทนในการหาลูกค้ายุ่งยากทำให้พนักงานไม่อยากหาลูกค้า	12	12.77	38	40.43	16	17.02	4	4.26	24	25.53	2.17	15
การจ่ายผลตอบแทนในการหาลูกค้าทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	11	11.70	36	38.30	20	21.28	5	5.32	22	23.40	2.26	11
ลักษณะของเงินฝากประเภทนี้คล้ายธุรกิจประกันชีวิตทำให้พนักงานไม่อยากหาเงินฝากนี้	14	14.89	35	37.23	20	21.28	2	2.13	23	24.47	2.14	16
พนักงานมีภาระอื่นทำให้ไม่ต้องการหาลูกค้านอกเวลาทำงาน	8	8.51	32	34.04	37	39.36	5	5.32	12	12.77	2.48	5



ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน จำแนกตามปัญหาด้านการตลาดภายใน

ปัญหาด้านการตลาดภายใน	ระดับปัญหา												ระดับปัญหา	อันดับ	
	น้อยที่สุด				น้อย				มากที่สุด						ไม่มีปัญหา
	จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ไม่มีการแบ่งเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคล ทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	11	11.70	46	48.94	14	14.89	5	5.32	18	19.15	2.17	น้อย	15		
	9	9.57	45	47.87	15	15.96	5	5.32	20	21.28	2.22	น้อย	14		
ไม่มีการจัดทีมงาน ไปหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวนอกสถานที่	11	11.70	29	30.85	32	34.04	10	10.64	12	12.77	2.50	น้อย	4		
	10	10.64	34	36.17	27	28.72	9	9.57	14	14.89	2.44	น้อย	6		
ไม่มีการกำหนดระยะเวลาและเงินฝากที่ชัดเจนในการหาลูกค้า สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว	16	17.02	31	32.98	28	29.79	4	4.26	15	15.96	2.25	น้อย	12		
	14	14.89	33	35.11	21	22.34	13	13.83	13	13.83	2.41	น้อย	8		
ไม่มีการแบ่งค่าตอบแทนในการหาลูกค้าเข้ากองกลางทำให้พนักงานไม่อยากหาลูกค้า	13	13.83	31	32.98	18	19.15	14	14.89	18	19.15	2.43	น้อย	7		

ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน จำนวนตามปัญหาด้านการตลาดภายใน

ปัญหาด้านการตลาดภายใน	ระดับปัญหา										ไม่มีปัญหา		ระดับปัญหา	แปลค่า	อันดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		มาก		มากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
มีการแย่งลูกค้ากันของพนักงานในสาขาทำให้ไม่ยกยอกหาลูกค้า	13	13.83	37	39.36	20	21.28	7	7.45	17	18.09	2.27	น้อย	10		
ไม่มีค่าตอบแทนในการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้ำทำให้เกิดปัญหาการเว้นคืนกรมธรรม์ก่อนครบอายุ	10	10.64	26	27.66	33	35.11	11	11.70	14	14.89	2.56	มาก	3		
อำนาจในการอนุมัติกรมธรรม์ของภาคมีวงเงินต่ำ ทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรมธรรม์	4	4.26	27	28.72	28	29.79	23	24.47	12	12.77	2.85	มาก	1		
ไม่มีการสร้างแรงจูงใจในการหาลูกค้าในสาขา เช่น การให้รางวัล	11	11.70	39	41.49	27	28.72	7	7.45	10	10.64	2.36	น้อย	9		
ขาดการประเมินความพึงพอใจของพนักงานในการหาเงินฝากส่งเคราะห์ชีวิต	13	13.83	37	39.36	24	25.53	4	4.26	16	17.02	2.24	น้อย	13		
ค่าเฉลี่ย	11.81		36.34		26.99		8.68		16.18			2.38			

จากตารางที่ 11 พบว่า พนักงานพบปัญหาด้านการตลาดภายใน โดยแบ่งตามค่าเฉลี่ยระดับปัญหาได้ ดังนี้

ปัญหาที่พนักงานพบที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่

- อำนาจในการอนุมัติกรรมธรรม์ของภาคมีวงเงินต่ำ ทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรรมธรรม์ ระดับปัญหาสูงสุดเท่ากับ 2.85
- การฝึกอบรมเทคนิคการขายน้อยทำให้พนักงานขาดทักษะในการหาลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ระดับปัญหาเท่ากับ 2.62
- การฝึกอบรมด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตน้อยทำให้พนักงานไม่มีความรู้ด้านเงินฝากนี้อย่างแท้จริง ระดับปัญหาเท่ากับ 2.56
- ไม่มีคำตอบแทนในการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้าทำให้เกิดการปัญหาการเวนคืนกรรมธรรม์ก่อนครบอายุ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.56

ปัญหาที่พนักงานพบที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย เรียงตามลำดับ ได้แก่

- ไม่มีการจัดทีมงานไปหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ระดับปัญหาเท่ากับ 2.50
- พนักงานมีภาระอื่นทำให้ไม่ต้องการหาลูกค้านอกเวลาทำงาน ระดับปัญหาเท่ากับ 2.48
- ไม่มีแผนงานเพื่อกำหนดเป้าเงินฝากที่ต้องหาในแต่ละเดือนหรือแต่ละไตรมาส ระดับปัญหาเท่ากับ 2.44
- มีการแบ่งคำตอบแทนในการหาลูกค้าเข้ากองกลางทำให้พนักงานไม่อยากหาลูกค้า ระดับปัญหาเท่ากับ 2.43
- ไม่มีเครื่องมือประกอบการขายให้พนักงานในการหาลูกค้า เช่น แฟ้มเอกสาร เอกสารประกอบ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.41
- ไม่มีการสร้างแรงจูงใจในการหาลูกค้าในสาขา เช่น การให้รางวัล ระดับปัญหาเท่ากับ 2.36
- อัตราผลตอบแทนในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตน้อย ทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า ระดับปัญหาเท่ากับ 2.27
- มีการแย่งลูกค้ากันของพนักงานในสาขาทำให้ไม่อยากหาลูกค้า ระดับปัญหาเท่ากับ 2.27

- การจ่ายผลตอบแทนในการหาลูกค้าซ้ำทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า ระดับปัญหาเท่ากับ 2.26
- ไม่มีการกำหนดระยะเวลาและเป้าหมายเงินฝากที่ชัดเจนในการหาลูกค้าสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว ระดับปัญหาเท่ากับ 2.25
- ขาดการประเมินความพึงพอใจของพนักงานในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ระดับปัญหาเท่ากับ 2.24
- ไม่มีการแบ่งเป้าหมายเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคล ทำให้พนักงานไม่สนใจหาลูกค้า ระดับปัญหาเท่ากับ 2.22
- ขั้นตอนการเปิดค่าตอบแทนในการหาลูกค้ายุ่งยาก ทำให้พนักงานไม่อยากหาลูกค้า ระดับปัญหาเท่ากับ 2.17
- ไม่มีการแบ่งเป้าหมายเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคล ทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า ระดับปัญหาเท่ากับ 2.17
- ลักษณะเงินฝากประเภทนี้คล้ายธุรกิจประกันชีวิต ทำให้พนักงานไม่อยากหาเงินฝากประเภทนี้ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.14

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน จำแนกตามปัญหาด้านการตลาดภายนอก ด้านผลิตภัณฑ์ (เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา										ไม่มีปัญหา		ระดับปัญหา	แปลค่า	อันดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		มาก		มากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
รูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต มีให้เลือกน้อย	15	15.96	34	36.17	13	13.83	7	7.45	25	26.60	2.17	น้อย	2		
วงเงินฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้เลือกน้อย	15	15.96	30	31.91	13	13.83	5	5.32	31	32.98	2.13	น้อย	3		
ระยะเวลาฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ดูค่าเล็กน้อย	15	15.96	33	35.11	18	19.15	1	1.06	27	28.72	2.07	น้อย	5		
เงื่อนไขการคุ้มครองของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตไม่เหมาะสม	17	18.09	35	37.23	20	21.28	3	3.19	19	20.21	2.12	น้อย	4		
สิทธิประโยชน์การกู้ยืมเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสม	18	19.15	34	36.17	22	23.40	5	5.32	15	15.96	2.18	น้อย	1		
ลักษณะเงินฝากคล้ายการประกันชีวิต ทำให้ดูค่าไม่ต้องการทำ เพราะเชื่อว่าเป็นการแข่งขันตัวเอง	18	19.15	28	29.79	27	28.72	-	-	21	22.34	2.12	น้อย	4		
ค่าเฉลี่ย	17.38		34.40		20.04		3.72		24.47			2.13			

จากตารางที่ 12 พบว่า พนักงานพบปัญหาด้านการตลาดภายนอกของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย เรียงตามลำดับ ดังนี้

- สิทธิประโยชน์ในการกู้/การถอนเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสม ระดับปัญหา สูงสุดเท่ากับ 2.18
- รูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต มีให้ลูกค้าเลือกน้อย ระดับปัญหา เท่ากับ 2.17
- วงเงินฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย ระดับปัญหา เท่ากับ 2.13
- เงื่อนไขการคุ้มครองของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตไม่เหมาะสม ระดับปัญหา เท่ากับ 2.12
- ลักษณะเงินฝากคล้ายการประกันชีวิต ทำให้ลูกค้าไม่ต้องการทำเพราะเชื่อว่าเป็นการแข่งตัวเอง ระดับปัญหาเท่ากับ 2.12
- ระยะเวลาฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย ระดับปัญหา เท่ากับ 2.07

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน จำแนกตามปัญหาด้านการตลาดภายนอก ด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	ระดับปัญหา												ไม่มีปัญหา		ระดับปัญหา	แปลค่า	อันดับ
	น้อยที่สุด			น้อย			มาก			มากที่สุด			จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
อัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้	13	13.83	35	37.23	25	26.60	1	1.06	20	21.28	2.19	น้อย	2				
อัตราค่าเงินฝากต้องวางสูง	11	11.70	47	50.00	18	19.15	2	2.13	16	17.02	2.14	น้อย	3				
มูลค่าเงินสดต่ำไม่ดึงดูดลูกค้า	13	13.83	40	42.55	20	21.28	7	7.45	14	14.89	2.26	น้อย	1				
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยใช้กรมธรรม์ค่าประกันสูง	15	15.96	38	40.43	15	15.96	2	2.13	24	25.53	2.06	น้อย	5				
อัตราดอกเบี้ยปรับกรณีส่งเงินฝากสูงกว่ากำหนดสูง	16	17.02	30	31.91	15	15.96	3	3.19	30	31.91	2.08	น้อย	4				
ค่าเฉลี่ย	14.47			40.42			19.79			3.19			22.13	2.15			

จากตารางที่ 13 พบว่า พนักงานพบปัญหาด้านการตลาดภายนอกของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย เรียงตามลำดับ ดังนี้

- มูลค่าเงินสดต่ำไม่จูงใจลูกค้า ระดับปัญหาสูงสุดเท่ากับ 2.26
- อัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้้น้อย ระดับปัญหาเท่ากับ 2.19
- อัตราค่าเงินฝากต้องวุดสูง ระดับปัญหาเท่ากับ 3.14
- อัตราดอกเบี้ยปรับกรณีส่งเงินฝากช้ากว่ากำหนดสูง ระดับปัญหาเท่ากับ 2.08
- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยใช้กรมธรรม์ค้ำประกันสูง ระดับปัญหาเท่ากับ 2.06

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University



ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน จำนวนตามปัญหาด้านการตลาดภายนอก ด้านสถานที่

ปัญหาด้านสถานที่	ระดับปัญหา										ไม่มีปัญหา		ระดับปัญหา	แปลค่า	อันดับ	
	น้อยที่สุด			น้อย			มาก			มากที่สุด		จำนวน				ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
											จำนวน	ร้อยละ				จำนวน
สถานที่ของธนาคารคับแคบ ไม่สะดวกในการมาใช้บริการของลูกค้า	9	9.57	21	22.34	26	27.66	13	13.83	25	26.60	2.62	3	มาก			
ไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวดโดยเฉพาะ ทำให้ลูกค้าใช้เวลาคอยนาน	5	5.32	31	32.98	26	27.66	17	18.09	15	15.96	2.70	1	มาก			
สถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้	5	5.32	29	30.85	30	31.91	13	13.83	17	18.09	2.66	2	มาก			
การหาลูกค้านอกสถานที่และการเจ้าพบลูกค้าไม่สะดวก ทำให้พนักงานไม่ยอมออกไปหาลูกค้า	9	9.57	40	42.55	26	27.66	9	9.57	10	10.64	2.42	4	น้อย			
ค่าเฉลี่ย	7.45		32.18		28.72		13.88		17.82		2.60					

จากตารางที่ 14 พบว่า พนักงานพบปัญหาด้านการตลาดภายนอกของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านสถานที่ แบ่งตามค่าเฉลี่ยระดับปัญหาได้ ดังนี้

ปัญหาที่พนักงานพบที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่

- ไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวด โดยเฉพาะ ทำให้ลูกค้าใช้เวลาคายนาน ระดับปัญหาสูงสุดเท่ากับ 2.70
- สถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.66
- สถานที่ของธนาคารคับแคบ ไม่สะดวกในการมาใช้บริการของลูกค้า ระดับปัญหา เท่ากับ 2.62

ปัญหาที่พนักงานพบที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่

- การหาตู้กดน้ำนอกสถานที่และการเข้าพบลูกค้าไม่สะดวก ทำให้พนักงานไม่อยากจะออกไปหาตู้กดน้ำ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.42

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน จำแนกตามปัญหาด้านการตลาดภายนอก ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปัญหา										ไม่มีปัญหา	ระดับปัญหา	แปลค่า	อันดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		มาก		มากที่สุด		ไม่มีปัญหา					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
"ไม่มีบริการประชาสัมพันธ์สินค้าประเภทนี้ ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคาร"	6	6.38	23	24.47	37	39.36	21	22.34	7	7.45	2.84	1		
	5	5.32	23	24.47	41	43.62	18	19.15	7	7.45	2.83	2		
"ไม่มีบริการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้"	5	5.32	29	30.85	34	36.17	18	19.15	8	8.51	2.76	3		
	4	4.26	27	28.72	40	42.55	14	14.89	9	9.57	2.75	4		
ค่าเฉลี่ย	5.32		27.13		40.43		18.88		8.25		2.80			

จากตารางที่ 15 พบว่า พนักงานพบปัญหาด้านการตลาดภายนอกของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้

- ไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคาร ระดับปัญหาสูงสุดเท่ากับ 2.84
- ไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.83
- ไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ให้ลูกค้าที่มาติดต่อธนาคารเนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่น ระดับปัญหาเท่ากับ 2.76
- ไม่มีการประชาสัมพันธ์ในการทำการส่งเสริมการตลาด ระดับปัญหาเท่ากับ 2.75

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน จำนวนตามปัญหาด้านการตลาดภายนอก ด้านพนักงานและการบริการ

ปัญหาด้านพนักงานและการบริการ	ระดับปัญหา								ไม่มีปัญหา		ระดับปัญหา	อันดับ
	น้อยที่สุด				มาก				จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ไม่มีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า	6	6.38	32	34.04	37	39.36	13	13.83	6	6.38	2.65	3
ลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้	9	9.57	21	22.34	40	42.55	15	15.96	9	9.57	2.72	2
พนักงานไม่ชัดเจนในพื้นที่ ลูกค้าไม่เข้าใจในการให้เข้าพบเพื่ออธิบายเงินฝากประเภทนี้	10	10.64	42	44.68	21	22.34	9	9.57	12	12.77	2.35	4
ภาพลักษณ์ของพนักงานธนาคาร ทำให้ลูกค้าไม่ให้ความเป็นกันเองเท่าที่ควร	20	21.28	46	48.94	13	13.83	1	1.06	14	14.89	1.94	5
พนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่นด้วย ทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์	6	6.38	24	25.53	40	42.55	15	15.96	9	9.57	2.75	1
ค่าเฉลี่ย	10.85		35.11		32.13		11.28		10.64			2.48

จากตารางที่ 16 พบว่า พนักงานพบปัญหาด้านการตลาดภายนอกของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านพนักงานและการบริการ โดยแบ่งตามค่าเฉลี่ยระดับปัญหาได้ ดังนี้

ปัญหาที่พนักงานพบที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่

- พนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่นๆ ด้วย ทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ ระดับปัญหาสูงสุดเท่ากับ 2.75
- ลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่ แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.72
- ไม่มีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า ระดับปัญหาเท่ากับ 2.65

ปัญหาที่พนักงานพบที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย เรียงตามลำดับ ได้แก่

- พนักงานไม่ใช่คนในพื้นที่ ลูกค้าไม่เชื่อใจในการให้เข้าพบเพื่ออธิบายเงินฝากประเภทนี้ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.35
- ภาพลักษณ์ของพนักงานธนาคาร ทำให้ลูกค้าไม่ให้ความเป็นกันเองเท่าที่ควร ระดับปัญหาเท่ากับ 1.94

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน จำแนกตามปัญหาด้านการตลาดภายนอก ด้านกระบวนการ

ปัญหาด้านการกระบวนการ	ระดับปัญหา												รวมปัญหา	ระดับปัญหา	แปลค่า	อันดับ
	น้อยที่สุด			น้อย			มาก			มากที่สุด						
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
การเปิดบัญชีซิงซาก เช่น แบบฟอร์มการขอเปิดบัญชีซิงซาก	14	14.89	31	32.98	32	34.04	6	6.38	11	11.70	2.36	น้อย	4			
การอนุมัติกรมธรรม์ล่าช้า	5	5.32	28	29.79	42	44.68	15	15.96	4	4.26	2.74	มาก	1			
เกิดข้อผิดพลาดในการออกกรมธรรม์บ่อย	11	11.70	48	51.06	26	27.66	2	2.13	7	7.45	2.22	น้อย	5			
การเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ ในกรมธรรม์ยุ่งยาก ล่าช้า	12	12.77	31	32.98	38	40.43	10	10.64	3	3.19	2.51	น้อย	2			
การจ่ายค่าตอบแทนให้ลูกค้าล่าช้า	15	15.96	30	31.91	29	30.85	10	10.64	10	10.64	2.40	น้อย	3			
ค่าเฉลี่ย	12.13			35.74			35.53			9.15			7.45	2.45		

จากตารางที่ 17 พบว่า พนักงานพบปัญหาด้านการตลาดภายนอกของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านกระบวนการ โดยแบ่งตามค่าเฉลี่ยระดับปัญหาได้ ดังนี้

ปัญหาที่พนักงานพบที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่

- การอนุมัติกรมธรรม์ล่าช้า ระดับปัญหาสูงสุดเท่ากับ 2.74

ปัญหาที่พนักงานพบที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย เรียงตามลำดับ ได้แก่

- การเปลี่ยนแปลงข้อมูลในกรมธรรม์ยุ่งยาก ล่าช้า ระดับปัญหาเท่ากับ 2.51
- การจ่ายค่าตอบแทนให้ลูกค้าล่าช้า ระดับปัญหาเท่ากับ 2.40
- การเปิดบัญชียุ่งยาก ระดับปัญหาเท่ากับ 2.36
- เกิดข้อผิดพลาดในการออกกรมธรรม์บ่อย ระดับปัญหาเท่ากับ 2.22



ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน จำนวนตามปัญหาด้านการตลาดภายนอก โดยสรุป

ปัญหาด้านส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา												ไม่มีปัญหา		ระดับปัญหา	แปลค่า	อันดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		มาก		มากที่สุด										
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ด้านผลิตภัณฑ์	14	14.89	40	42.55	18	19.15	8	8.51	14	14.89	2.25	น้อย	5				
ด้านราคา	10	10.64	49	52.13	19	20.21	3	3.19	13	13.83	2.19	น้อย	6				
ด้านสถานที่	9	9.57	37	39.36	26	27.66	10	10.64	12	12.77	2.45	น้อย	3				
ด้านการส่งเสริมการตลาด	9	9.57	26	27.66	29	30.85	23	24.47	7	7.45	2.76	มาก	1				
ด้านพนักงานและการบริการ	13	13.83	36	38.30	30	31.91	6	6.38	9	9.57	2.34	น้อย	4				
ด้านกระบวนการ	12	12.77	37	39.36	24	25.53	14	14.89	7	7.45	2.46	น้อย	2				
ค่าเฉลี่ย	11.88		39.89		25.89		11.35		10.99		2.41						

จากตารางที่ 18 พบว่า พนักงานพบปัญหาด้านการตลาดภายนอกของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยแบ่งตามค่าเฉลี่ยระดับปัญหาได้ ดังนี้

ปัญหาที่พนักงานพบที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่

- ด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับปัญหาสูงสุดเท่ากับ 2.76

ปัญหาที่พนักงานพบที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย เรียงตามลำดับ ได้แก่

- ด้านกระบวนการ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.46
- ด้านสถานที่ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.45
- ด้านพนักงานและการบริการ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.34
- ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.25
- ด้านราคา ระดับปัญหาเท่ากับ 2.19

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน จำนวนตามปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	ระดับปัญหา												ระดับปัญหา	อันดับ
	น้อยที่สุด				น้อย				มากที่สุด					
	จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ภาพลักษณ์ของธนาคารเป็นสถาบันการเงิน ทำให้ลูกค้าไม่สนใจธุรกิจรูปแบบอื่นของธนาคาร	17	18.09	43	45.74	14	14.89	3	3.19	17	18.09	2.04	น้อย	16	
ลูกค้าเคยมีประสบการณ์ไม่ดีด้านการทำประกันชีวิต ทำให้ไม่ยอมฝากเงินประเภทนี้	10	10.64	33	35.11	31	32.98	9	9.57	11	11.70	2.47	น้อย	10	
ลูกค้าได้รับการพูดปดตอบโต้เกี่ยวกับปัญหาในการฝากเงินประเภทนี้	10	10.64	43	45.74	30	31.91	3	3.19	8	8.51	2.30	น้อย	13	
ลูกค้าคิดว่าการฝากเงินประเภทนี้เป็นภาระประกันชีวิตควรคุ้มครองด้านการรักษาพยาบาลด้วย	7	7.45	25	26.60	40	42.55	14	14.89	8	8.51	2.71	มาก	3	
ขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ ทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้	11	11.70	22	23.40	34	36.17	20	21.28	7	7.45	2.72	มาก	2	
"ไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน เช่น จำนวนวันในการอนุมัติค่าธรรมเนียม"	7	7.45	32	34.04	30	31.91	16	17.02	9	9.57	2.65	มาก	5	
"ไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน ทำให้ไม่สามารถประมาณเวลาออกแต่ละลูกค้าได้"	10	10.64	31	32.98	33	35.11	12	12.77	8	8.51	2.55	มาก	7	

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน จำนวนตามปัญหาที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

ปัญหาคำถามการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	ระดับปัญหา												ไม่มีปัญหา		ระดับปัญหา	แปลค่า	อันดับ
	น้อยที่สุด			น้อย			มาก			มากที่สุด			จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
													จำนวน	ร้อยละ			
ไม่มีการนำระบบคิวมาใช้ในการให้บริการลูกค้าที่มีติดต่อธนาคาร	13	13.83	33	35.11	24	25.53	16	17.02	8	8.51	2.50	2.50	8	น้อย	8		
ขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบ เช่น การส่งข่าวสารต่างๆ ให้ลูกค้าทราบทางไปรษณีย์	9	9.57	21	22.34	43	45.74	15	15.96	6	6.38	2.73	2.73	1	มาก	1		
รูปแบบของการโฆษณาไม่ดี เช่น แผ่นพับเข้าใจยาก รูปแบบไม่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า	14	14.89	34	36.17	29	30.85	10	10.64	7	7.45	2.40	2.40	12	น้อย	12		
ลูกค้าไม่เปิดโอกาสให้อธิบายรูปแบบเงินฝากหรือการเข้าถึงลูกค้าทำได้ยาก	15	15.96	38	40.43	29	30.85	3	3.19	9	9.57	2.24	2.24	14	น้อย	14		
ขาดการฝึกอบรมทักษะการสื่อสารให้พนักงาน เพื่อเสริมสร้างคุณภาพในการสื่อสารแก่พนักงาน	11	11.70	32	34.04	31	32.98	14.89	15.91	6	6.38	2.55	2.55	7	มาก	7		
ภาพลักษณ์ของพนักงานธนาคารทำให้ลูกค้าไม่ให้ความเป็นกันเองแก่พนักงาน	15	15.96	50	53.19	12	12.77	4	4.26	13	13.83	2.06	2.06	15	น้อย	15		
ธนาคารไม่มีระบบการเปิดรับปัญหา ข้อเสนอแนะ หรือข้อติชมต่างๆ จากลูกค้า	9	9.57	37	39.36	27	28.72	10	10.64	11	11.70	2.46	2.46	11	น้อย	11		

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงาน จำแนกตามปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	ระดับปัญหา										ไม่มีปัญหา	ระดับปัญหา	แปลค่า	อันดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		มาก		มากที่สุด		ร้อยละ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
	5	5.32	40	42.55	35	37.23	6	6.38	8	8.51				
ไม่มีการส่งเสริมด้านลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธนาคารกับลูกค้า	4	4.26	30	31.91	41	43.62	12	12.77	7	7.45	2.70	มาก	4	
ธนาคารไม่มีระบบการตรวจสอบและประเมินผลการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าของพนักงาน	7	7.45	34	36.17	37	39.36	9	9.57	7	7.45	2.55	มาก	7	
ธนาคารไม่มีระบบติดตามการให้บริการลูกค้า เช่น การติดตามการส่งเงินงวด การติดตามการรับเงินตอบแทนของลูกค้า	6	6.38	34	36.17	35	37.23	12	12.77	7	7.45	2.61	มาก	6	
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>10.64</b>	<b>36.17</b>	<b>32.80</b>	<b>11.17</b>	<b>9.28</b>	<b>2.49</b>								

จากตารางที่ 19 พบว่า พนักงานพบปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยแบ่งตามแบ่งตามค่าเฉลี่ยระดับปัญหาได้ ดังนี้

ปัญหาที่พนักงานพบที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่

- ขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบ ระดับปัญหาสูงสุดเท่ากับ 2.73
- ขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.72
- ลูกค้าคิดว่าการฝากเงินประเภทนี้เป็นการประกันชีวิตควรคุ้มครองด้านการรักษาพยาบาลด้วย ระดับปัญหาเท่ากับ 2.71
- ขาดการประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการตลาด ระดับปัญหาเท่ากับ 2.70
- ไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน ระดับปัญหาเท่ากับ 2.65
- ธนาคารไม่มีระบบติดตามการให้บริการลูกค้า ระดับปัญหาเท่ากับ 2.61
- ไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน ทำให้ไม่สามารถประมาณเวลาคอยแก่ลูกค้าได้ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.55
- ขาดการฝึกอบรมทักษะการสื่อสารให้พนักงาน เพื่อเสริมสร้างคุณภาพในการสื่อสารแก่พนักงาน ระดับปัญหาเท่ากับ 2.55
- ธนาคารไม่มีระบบการตรวจสอบและประเมินผลการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าของพนักงาน ระดับปัญหาเท่ากับ 2.55

ปัญหาที่พนักงานพบที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย เรียงตามลำดับ ได้แก่

- ไม่มีการนำระบบคิวมาใช้ในการให้บริการลูกค้าที่มาติดต่อธนาคาร ระดับปัญหาเท่ากับ 2.50
- ไม่มีการส่งเสริมด้านลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธนาคารกับลูกค้า ระดับปัญหาเท่ากับ 2.49
- ลูกค้าเคยมีประสบการณ์ไม่ดีด้านการทำประกันชีวิต ทำให้ไม่อยากฝากเงินประเภทนี้ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.47
- ธนาคารไม่มีระบบการเปิดรับปัญหา ข้อเสนอแนะ หรือข้อติชมต่างๆ จากลูกค้า ระดับปัญหาเท่ากับ 2.46
- รูปแบบของการโฆษณาไม่ดี ระดับปัญหาเท่ากับ 2.40

- ลูกค้าได้ยื่นการพูดปากต่อปากเกี่ยวกับปัญหาในการฝากเงินประเภทนี้ ระดับปัญหาเท่ากับ 2.30
- ลูกค้าไม่เปิดโอกาสให้อธิบายรูปแบบเงินฝากหรือการเข้าถึงลูกค้าทำได้ยาก ระดับปัญหาเท่ากับ 2.24
- ภาพลักษณ์ของพนักงานธนาคารทำให้ลูกค้าไม่ให้ความเป็นกันเองแก่พนักงาน ระดับปัญหาเท่ากับ 2.06
- ภาพลักษณ์ของธนาคารเป็นสถาบันการเงิน ทำให้ลูกค้าไม่สนใจธุรกิจรูปแบบอื่นของธนาคาร ระดับปัญหาเท่ากับ 2.04

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงาน จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายใน จำแนกตามเพศ

ปัญหาการตลาดภายใน	เพศชาย			เพศหญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
การฝึกอบรมด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตน้อย ทำให้พนักงานไม่มีความรู้ด้านเงินฝากอย่างแท้จริง	2.47	น้อย	4	2.59	มาก	3
การฝึกอบรมเทคนิคการขายน้อย ทำให้พนักงานขาดทักษะในการหาลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	2.40	น้อย	6	2.68	มาก	2
อัตราผลตอบแทนในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตน้อยทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	2.24	น้อย	9	2.28	น้อย	10
ขั้นตอนการเบิกค่าตอบแทนในการหาลูกค้ายุ่งยากทำให้พนักงานไม่อยากหาลูกค้า	2.46	น้อย	5	2.11	น้อย	16
การจ่ายผลตอบแทนในการหาลูกค้าช้า ทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	2.21	น้อย	10	2.28	น้อย	10
ลักษณะของเงินฝากประเภทนี้คล้ายธุรกิจประกันชีวิตทำให้พนักงานไม่อยากหาเงินฝากนี้	2.20	น้อย	11	2.13	น้อย	15
พนักงานมีภาระอื่น เช่น ดูแลครอบครัว ทำให้ไม่ต้องการหาลูกค้านอกเวลาทำงาน	2.53	มาก	3	2.46	น้อย	6
ไม่มีการแบ่งเป้าเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคลทำให้พนักงานไม่สนใจหาลูกค้า	2.06	น้อย	13	2.20	น้อย	14
ไม่มีการแบ่งเป้าเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคลทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	2.06	น้อย	13	2.26	น้อย	12
ไม่มีการจัดทีมงานไปหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตนอกสถานที่	2.65	มาก	2	2.46	น้อย	6
ไม่มีแผนงานเพื่อกำหนดเป้าเงินฝากที่ต้องหาในแต่ละเดือนหรือแต่ละไตรมาส	2.19	น้อย	12	2.50	น้อย	5
ไม่มีการกำหนดระยะเวลาและเป้าเงินฝากที่ชัดเจนในการหาลูกค้าสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว	2.19	น้อย	12	2.27	น้อย	11
ไม่มีเครื่องมือประกอบการขายให้พนักงานในการหาลูกค้า เช่น แฟ้มเอกสาร เอกสารประกอบ	2.40	น้อย	6	2.41	น้อย	7



ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายใน จำแนกตามเพศ

ปัญหาการตลาดภายใน	เพศชาย			เพศหญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
มีการแบ่งค่าตอบแทนในการหาลูกค้าเข้ากองกลาง ทำให้พนักงานไม่อยากหาลูกค้า	2.53	มาก	3	2.41	น้อย	7
มีการแบ่งลูกค้ากันของพนักงานในสาขา ทำให้ไม่อยากหาลูกค้า	2.21	น้อย	10	2.29	น้อย	9
ไม่มีค่าตอบแทนในการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า ทำให้เกิดการปัญหาการเวนคืนกรมธรรม์ก่อนครบอายุ	2.53	มาก	3	2.57	มาก	4
อำนาจในการอนุมัติกรมธรรม์ของภาคมีวงเงินต่ำ ทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรมธรรม์	2.82	มาก	1	2.86	มาก	1
ไม่มีการสร้างแรงจูงใจในการหาลูกค้าในสาขา เช่น การให้รางวัล	2.29	น้อย	7	2.37	น้อย	8
ขาดการประเมินความพึงพอใจของพนักงานในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	2.25	น้อย	8	2.24	น้อย	13
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2.41</b>			<b>2.44</b>		

จากตาราง 20 พบว่าเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาด้านการตลาดภายในเรื่องอำนาจการอนุมัติกรมธรรม์ของภาคมีวงเงินต่ำทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรมธรรม์เป็นอันดับแรกเหมือนกัน ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.82 และ 2.86 ตามลำดับ) รองลงมาคือเพศชายพบปัญหาไม่มีการจัดทีมงานไปหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตนอกสถานที่ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.65) เพศหญิงพบปัญหารองลงมาคือปัญหาการฝึกอบรมเทคนิคการขายน้อยทำให้ขาดทักษะในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.68)

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านผลิตภัณฑ์) จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	เพศชาย			เพศหญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
รูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต มีให้ลูกค้าเลือกน้อย	1.92	น้อย	3	2.23	น้อย	1
วงเงินฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย	2.00	น้อย	2	2.16	น้อย	3
ระยะเวลาฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย	2.00	น้อย	2	2.09	น้อย	5
เงื่อนไขการคุ้มครองของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตไม่เหมาะสม	1.92	น้อย	3	2.16	น้อย	3
สิทธิประโยชน์ในการกู้/การถอนเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสม	2.00	น้อย	2	2.22	น้อย	2
ลักษณะเงินฝากคล้ายการประกันชีวิต ทำให้ลูกค้าไม่ต้องการทำเพราะเชื่อว่าเป็นการแข่งตัวเอง	2.14	น้อย	1	2.12	น้อย	4
ค่าเฉลี่ย	2.00			2.16		

จากตาราง 21 พบว่าเพศชายพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องลักษณะเงินฝากคล้ายการประกันชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ต้องการทำเพราะเชื่อว่าเป็นการแข่งตัวเองเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.14) รองลงมาคือปัญหาวงเงินฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย ปัญหาระยะเวลาฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย และปัญหาสิทธิประโยชน์ในการกู้/การถอนเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสม พบปัญหาเท่า ๆ กันระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.00) สำหรับเพศหญิงพบปัญหาเรื่องรูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้เลือกน้อยเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.23) รองลงมาคือปัญหาสิทธิประโยชน์ในการกู้หรือการถอนเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสม ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.22)

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านราคา) จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านราคา	เพศชาย			เพศหญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
อัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้้น้อย	2.27	น้อย	1	2.17	น้อย	3
อัตราค่าเงินฝากต่อวงวดสูง	1.94	น้อย	4	2.19	น้อย	2
มูลค่าเงินสดตำไม่จูงใจลูกค้า	2.13	น้อย	2	2.29	น้อย	1
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยใช้กรรมธรรม์ตำประกันสูง	1.93	น้อย	5	2.09	น้อย	5
อัตราดอกเบี้ยปรับกรณีส่งเงินฝากช้ากว่ากำหนดสูง	2.00	น้อย	3	2.10	น้อย	4
ค่าเฉลี่ย			2.05			2.17

จากตาราง 22 พบว่าเพศชายพบปัญหาด้านราคาเรื่องอัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้้น้อยไม่เหมาะสมเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.27) รองลงมาคือปัญหามูลค่าเงินสดไม่จูงใจลูกค้า ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.13) สำหรับเพศหญิงพบปัญหาเรื่องมูลค่าเงินสดตำไม่จูงใจลูกค้าเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.29) รองลงมาคือปัญหาอัตราเงินฝากต่อวงวดสูง ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.19)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทาง  
การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านสถานที่) จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านสถานที่	เพศชาย			เพศหญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
สถานที่ของธนาคารคับแคบ ไม่สะดวกในการมาใช้ บริการของลูกค้า	2.50	น้อย	1	2.65	มาก	3
ไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวดโดยเฉพาะ ทำให้ลูกค้า ใช้เวลาคายนาน	2.50	น้อย	1	2.75	มาก	1
สถานที่ในธนาคาร ไม่สะดวกในการอธิบายราย ละเอียดของเงินฝากนี้	2.50	น้อย	1	2.70	มาก	2
การหาลูกค้านอกสถานที่และการเข้าพบลูกค้าไม่ สะดวก ทำให้พนักงานไม่ยอมออกไปหาลูกค้า	2.29	น้อย	2	2.45	น้อย	4
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2.45</b>			<b>2.64</b>		

จากตาราง 23 พบว่าเพศชายพบปัญหาด้านสถานที่ เรื่องสถานที่ของธนาคารคับแคบ ไม่สะดวกในการมาใช้บริการของลูกค้า ปัญหาไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวดโดยเฉพาะ ทำให้ลูกค้า ใช้เวลาคายนาน และปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้ เป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50) รองลงมาคือปัญหาการหาลูกค้านอกสถานที่และการเข้าพบลูกค้าไม่สะดวกทำให้พนักงานไม่ยอมออกไปหาลูกค้า ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.29) สำหรับเพศหญิงพบปัญหาเรื่องไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวดโดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคายนานเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.75) รองลงมาคือปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.70)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด) จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศชาย			เพศหญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคาร	2.63	มาก	3	2.89	มาก	1
ไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้	2.69	มาก	2	2.86	มาก	2
ไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ให้ลูกค้าที่มาติดต่อธนาคารเนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่น	2.88	มาก	1	2.73	มาก	4
ไม่มีการประชาสัมพันธ์ในการทำการส่งเสริมการตลาด เช่น ไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบว่ามีการแจกของ	2.56	มาก	4	2.80	มาก	3
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2.69</b>			<b>2.82</b>		

จากตาราง 24 พบว่าเพศชายพบปัญหาไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ให้ลูกค้าที่มาติดต่อธนาคารเนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่นเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.88) รองลงมาคือปัญหาไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.69) สำหรับเพศหญิงพบปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคารเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.89) รองลงมาคือปัญหาไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.86)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านพนักงานและการบริการ) จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านพนักงานและการบริการ	เพศชาย			เพศหญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ไม่มีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า	2.53	มาก	2	2.68	มาก	3
ลูกค้าต้องการให้พนักงาน ไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่ แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้	2.41	น้อย	3	2.79	มาก	1
พนักงานไม่ใช่คนในพื้นที่ ลูกค้าไม่เชื่อใจในการให้เข้าพบเพื่ออธิบายเงินฝากประเภทนี้	2.06	น้อย	4	2.44	น้อย	4
ภาพลักษณ์ของพนักงานธนาคาร ทำให้ลูกค้าไม่ให้ความเป็นกันเองเท่าที่ควร	1.94	น้อย	5	1.94	น้อย	5
พนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่นๆด้วย ทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์	2.71	มาก	1	2.76	มาก	2
ค่าเฉลี่ย	2.33			2.52		

จากตาราง 25 พบว่าเพศชายพบปัญหาด้านพนักงานและการให้บริการ เรื่องพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่นๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์เป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.71) รองลงมาคือปัญหาไม่มีระบบติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.53) สำหรับเพศหญิงพบปัญหาลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้เป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.79) รองลงมาคือปัญหาพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.76)

ตารางที่ 26 แสดงปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับ  
ธุรกิจบริการ ด้านกระบวนการ) จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านกระบวนการ	เพศชาย			เพศหญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
การเปิดบัญชียุ่งยาก เช่น แบบฟอร์มการขอเปิดบัญชีซับซ้อน	2.37	น้อย	4	2.36	น้อย	4
การอนุมัติกรมธรรม์ล่าช้า	2.78	มาก	1	2.74	มาก	1
เกิดข้อผิดพลาดในการออกกรมธรรม์บ่อย	1.94	น้อย	5	2.29	น้อย	5
การเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ ในกรมธรรม์ยุ่งยาก ล่าช้า	2.58	มาก	2	2.49	น้อย	2
การจ่ายค่าตอบแทนให้ลูกค้าล่าช้า	2.39	น้อย	3	2.41	น้อย	3
ค่าเฉลี่ย		2.41		2.46		

จากตาราง 26 พบว่าเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาเหมือนกัน คือ ด้านกระบวนการเรื่องการอนุมัติกรมธรรม์ล่าช้าเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.78 และ 2.74 ตามลำดับ) รองลงมาคือปัญหาการเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ ในกรมธรรม์ยุ่งยาก ล่าช้า โดยเพศชายมีระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.58) สำหรับเพศหญิงมีระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.49)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยสรุป) จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านการตลาดภายนอก	เพศชาย			เพศหญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.00	น้อย	6	2.31	น้อย	5
ด้านราคา	2.07	น้อย	5	2.21	น้อย	6
ด้านสถานที่	2.19	น้อย	3	2.51	น้อย	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.53	มาก	1	2.81	มาก	1
ด้านพนักงานและการบริการ	2.39	น้อย	2	2.33	น้อย	4
ด้านกระบวนการ	2.12	น้อย	4	2.54	มาก	2
ค่าเฉลี่ย	2.22			2.45		

จากตาราง 27 พบว่าเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรกเหมือนกัน ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.53 และ 2.81 ตามลำดับ) รองลงมาเพศชายพบปัญหาด้านพนักงานและการบริการ ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.39) สำหรับเพศหญิงพบปัญหาด้านกระบวนการ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.54)



ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดสัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	เพศชาย			เพศหญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ภาพลักษณ์ของธนาคารเป็นสถาบันการเงิน ทำให้ลูกค้าไม่สนใจธุรกิจรูปแบบอื่นของธนาคาร	1.92	น้อย	14	2.06	น้อย	17
ลูกค้าเคยมีประสบการณ์ไม่ดีด้านการทำประกันชีวิต ทำให้ไม่ยอมฝากเงินประเภทนี้	2.20	น้อย	10	2.53	มาก	10
ลูกค้าได้ยินการพูดปากต่อปากเกี่ยวกับปัญหาในการ ฝากเงินประเภทนี้	2.31	น้อย	8	2.30	น้อย	14
ลูกค้าคิดว่า การฝากเงินประเภทนี้เป็นการประกันชีวิตควรคุ้มครองด้านการรักษาพยาบาลด้วย	2.69	มาก	1	2.71	มาก	3
ขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้	2.59	มาก	2	2.76	มาก	1
ไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน เช่น จำนวนวันในการอนุมัติกรมธรรม์	2.50	น้อย	4	2.68	มาก	4
ไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน ทำให้ไม่สามารถประมาณเวลาคอยแก่ลูกค้าได้	2.44	น้อย	5	2.57	มาก	6
ไม่มีการนำระบบคิวมาใช้ในการให้บริการลูกค้าที่มาติดต่อธนาคาร	2.29	น้อย	9	2.55	มาก	8
ขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบ เช่น การส่งข่าวสารต่างๆ ให้ลูกค้าทราบทางไปรษณีย์	2.59	มาก	2	2.76	มาก	1
รูปแบบของการโฆษณาไม่ดี เช่น แผ่นพับเข้าใจยาก รูปแบบไม่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า	2.12	น้อย	12	2.47	น้อย	13
ลูกค้าไม่เปิดโอกาสให้อธิบายรูปแบบเงินฝากหรือเข้าถึงลูกค้าทำได้ยาก	2.13	น้อย	11	2.26	น้อย	15
ขาดการฝึกอบรมทักษะการสื่อสารให้พนักงาน เพื่อเสริมสร้างคุณภาพในการสื่อสารแก่พนักงาน	2.50	น้อย	4	2.56	มาก	7
ภาพลักษณ์ของพนักงานธนาคารทำให้ลูกค้าไม่ให้ความเป็นกันเองแก่พนักงาน	2.00	น้อย	13	2.08	น้อย	16
ธนาคาร ไม่มีระบบการเปิดรับปัญหา ข้อเสนอแนะหรือข้อติชมต่างๆ จากลูกค้า	2.33	น้อย	7	2.49	น้อย	12

ตารางที่ 28 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดสัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	เพศชาย			เพศหญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ไม่มีการส่งเสริมด้านลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธนาคารกับลูกค้า	2.38	น้อย	6	2.51	น้อย	11
ขาดการประชาสัมพันธ์งานการส่งเสริมการตลาด เช่น ลูกค้าไม่ทราบว่ามีการแจกของเมื่อเปิดบัญชี	2.53	มาก	3	2.74	มาก	2
ธนาคารไม่มีระบบการตรวจสอบและประเมินผล การให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าของพนักงาน	2.59	มาก	2	2.54	มาก	9
ธนาคารไม่มีระบบติดตามการให้บริการลูกค้า เช่น การติดตามการส่งเงินงวดและเงินตอบแทนของลูกค้า	2.50	น้อย	4	2.63	มาก	5
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2.37</b>			<b>2.51</b>		

จากตาราง 28 พบว่าเพศชายพบปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เรื่องลูกค้าคิดว่า การฝากเงินประเภทนี้เป็น การประกันชีวิต ควรคุ้มครองด้านการรักษาพยาบาล ด้วยเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.69) รองลงมาคือปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้ ปัญหาขาดการส่งข้อมูล ข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบ และปัญหาธนาคารไม่มีระบบการตรวจสอบและประเมินผล การให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าของพนักงาน พบปัญหาเท่า ๆ กัน ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.59) สำหรับเพศหญิงพบปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ทราบ รายละเอียดของเงินฝากนี้ และปัญหาขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบเป็นอันดับแรก เท่า ๆ กัน ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.76) รองลงมาคือปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์งาน ส่งเสริมการตลาด ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.74)

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสбереกัฟชีวิตและครอปรอควอของพนักงาน จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายใน จำแนกตามอายุ

ปัญหาการตลาดภายใน	อายุ 21-30 ปี			อายุ 31-40 ปี			อายุ 41-50 ปี			อายุ 51-60 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
การฝึกอบรมด้านเงินฝากสбереกัฟชีวิตน้อยทำให้พนักงานไม่มีความรู้ด้านเงินฝากนี้อย่างแท้จริง	2.70	มาก	3	2.43	น้อย	5	2.72	มาก	3	2.20	น้อย	6
การฝึกอบรมเทคนิคการขายน้อยทำให้พนักงานขาดทักษะในการหาลูกค้าเงินฝากสбереกัฟชีวิต	2.70	มาก	3	2.55	มาก	3	2.72	มาก	3	2.33	น้อย	4
อัตราผลตอบแทนในการหาเงินฝากสбереกัฟชีวิตน้อยทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	2.20	น้อย	11	2.20	น้อย	14	2.38	น้อย	5	2.50	น้อย	2
ขั้นตอนการเบิกค่าตอบแทนในการหาลูกค้ายุ่งยากทำให้พนักงานไม่อยากหาลูกค้า	2.33	น้อย	10	2.16	น้อย	15	2.00	น้อย	8	2.40	น้อย	3
การจ่ายผลตอบแทนในการหาลูกค้าช้าทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	2.47	น้อย	8	2.34	น้อย	9	2.00	น้อย	8	2.00	น้อย	7
ลักษณะของเงินฝากประเภทนี้คล้ายธุรกิจประกันชีวิตทำให้พนักงานไม่อยากหาเงินฝากนี้	2.57	มาก	6	2.10	น้อย	17	2.00	น้อย	8	1.83	น้อย	8
พนักงานมีภาระอื่นทำให้ไม่ต้องการหากันนอกเวลาทำงาน	2.41	น้อย	9	2.56	มาก	2	2.42	น้อย	4	2.40	น้อย	3

ตารางที่ 29 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายใน จำแนกตามอายุ

ปัญหาการตลาดภายใน	อายุ 21-30 ปี			อายุ 31-40 ปี			อายุ 41-50 ปี			อายุ 51-60 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ไม่มีการแบ่งเป็นเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคล ทำให้พนักงานไม่สนใจหาลูกค้า	2.07	น้อย	13	2.12	น้อย	16	2.35	น้อย	3	2.00	น้อย	7
ไม่มีการแบ่งเป็นเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคล ทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	2.13	น้อย	12	1.97	น้อย	18	2.62	มาก	3	2.50	น้อย	2
ไม่มีการจัดทีมงานไปหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตนอกสถานที่	2.80	มาก	2	2.37	น้อย	7	2.50	น้อย	5	2.60	มาก	1
ไม่มีแผนงานเพื่อกำหนดเป้าหมายเงินฝากที่ต้องหาในแต่ละเดือนหรือแต่ละไตรมาส	2.53	มาก	7	2.35	น้อย	8	2.52	มาก	8	2.40	น้อย	3
ไม่มีการกำหนดระยะเวลาและเป้าหมายเงินฝากที่ชัดเจนในการหาลูกค้าสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว	2.20	น้อย	11	2.25	น้อย	12	2.30	น้อย	8	2.20	น้อย	6
ไม่มีเครื่องมือประกอบการขายให้พนักงานในการหาลูกค้า เช่น แฟ้มเอกสาร เอกสารประกอบ	2.59	มาก	5	2.39	น้อย	6	2.26	น้อย	8	2.60	มาก	1
มีการแบ่งค่าตอบแทนในการหาลูกค้าเข้ากองกลางทำให้พนักงานไม่ยอมหาลูกค้า	2.53	มาก	7	2.33	น้อย	10	2.50	น้อย	4	2.60	มาก	1

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายใน จำแนกตามอายุ

ปัญหาการตลาดภายใน	อายุ 21-30 ปี			อายุ 31-40 ปี			อายุ 41-50 ปี			อายุ 51-60 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
มีการแย่งลูกค้ากันของพนักงานในสาขาทำให้ไม่ยอดขายลูกค้า	2.64	มาก	4	2.22	น้อย	13	2.14	น้อย	7	2.25	น้อย	5
ไม่มีคำตอบแทนในการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า ทำให้เกิดการปัญหาการเว้นถิ่นกรรมกรก่อนครบอายุ	2.53	มาก	7	2.50	น้อย	4	2.74	มาก	2	2.25	น้อย	5
อำนาจในการอนุมัติกรรมกรของภาคมีวงเงินต่ำ ทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรรมกร	3.00	มาก	1	2.80	มาก	1	2.96	มาก	1	2.25	น้อย	5
ไม่มีการสร้างแรงงใจในการหาลูกค้าในสาขา เช่น การให้รางวัล	2.53	มาก	7	2.28	น้อย	11	2.42	น้อย	4	2.00	น้อย	7
ขาดการประเมินความพึงพอใจของพนักงานในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	2.13	น้อย	12	2.28	น้อย	11	2.30	น้อย	6	2.00	น้อย	7
ค่าเฉลี่ย	2.48			2.33			2.37			2.28		

จากตารางที่ 29 พบว่าพนักงานอายุ 21-30 ปี พนักงานอายุ 31-40 ปี และพนักงานอายุ 41-50 ปี พบปัญหาด้านการตลาดภายใน เรื่องอำนาจในการอนุมัติกรรมสิทธิ์ของภาคมีงเงินต้นทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรรมสิทธิ์เป็นอันดับแรก ระดับปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.00 2.80 และ 2.96 ตามลำดับ) รองลงมาพนักงานอายุ 21-30 ปีพบปัญหาไม่มีการจัดทีมงานไปหาลูกค้านอกสถานที่ ระดับปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.80) พนักงานอายุ 31-40 ปีพบปัญหาพนักงานมีภาระอื่นทำให้ไม่ต้องการหาค่าเงินนอกเวลาทำงานระดับปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.56) พนักงานอายุ 41-50 ปีพบปัญหาไม่มีค่าตอบแทนในการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้าทำให้เกิดการปัญหาการเว้นถิ่นกรรมสิทธิ์ก่อนครบอายุ ระดับปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.74) สำหรับพนักงานอายุ 51-60 ปี พบปัญหาไม่มีการจัดทีมงานหาลูกค้านอกสถานที่ ปัญหาเรื่องการแบ่งค่าตอบแทนในการหาลูกค้าเข้ากองกลางทำให้พนักงานไม่ยอมหาลูกค้า และปัญหาไม่มีเครื่องมือประกอบการขายให้พนักงานในการหาลูกค้าเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.60) รองลงมาคือปัญหาไม่มีการแบ่งเป้าเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคล ทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า และปัญหาอัตราผลตอบแทนในการหาเงินฝากสูงตระหง่าชีวิตน้อยทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า พบปัญหาเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านผลิตภัณฑ์) จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อายุ 21-30 ปี			อายุ 31-40 ปี			อายุ 41-50 ปี			อายุ 51-60 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
รูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต มีให้ลูกค้าเลือก น้อย	2.14	น้อย	6	2.12	น้อย	2	2.22	น้อย	1	2.50	น้อย	2
วงเงินฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือก น้อย	2.15	น้อย	5	2.17	น้อย	1	1.94	น้อย	6	2.50	น้อย	2
ระยะเวลาฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้า เลือกน้อย	2.19	น้อย	4	2.03	น้อย	4	1.95	น้อย	5	2.67	มาก	1
เงื่อนไขการคุ้มครองของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตไม่ เหมาะสม	2.27	น้อย	2	2.03	น้อย	4	2.09	น้อย	3	2.67	มาก	1
สิทธิประโยชน์ในการกู้ยืมเงินก่อนครบกำหนด ไม่เหมาะสม	2.35	น้อย	1	2.11	น้อย	3	2.13	น้อย	2	2.33	น้อย	3
ลักษณะเงินฝากคล้ายการประกันชีวิต ทำให้ลูกค้าไม่ ต้องการทำเพราะเชื่อว่าเป็นการแข่งตัวเอง	2.21	น้อย	3	2.17	น้อย	1	2.00	น้อย	4	2.00	น้อย	4
ค่าเฉลี่ย	2.22			2.11			2.06			2.45		

จากตารางที่ 30 พบว่าพนักงานอายุ 21-30 ปีพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องสิทธิประโยชน์ในการกู้/การถอนเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสมเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.35) รองลงมาก็คือปัญหาเงื่อนไขการคุ้มครองของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตไม่เหมาะสม ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.27) พนักงานอายุ 31-40 ปีพบปัญหาทางการเงินฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย และปัญหาลักษณะเงินฝากสวททำให้อูกทำไม่ต้องการทำเพราะเชื่อว่าเป็นการแข่งตัวเองเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.17) รองลงมาคือปัญหารูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย ระดับสำคัญน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.12) พนักงานอายุ 41-50 ปีพบปัญหาเรื่องรูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย เป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.22) รองลงมาก็คือปัญหาสิทธิประโยชน์ในการกู้หรือการถอนเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสม ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.13) พนักงานอายุ 51-60 ปีพบปัญหาระยะเวลาฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย และปัญหาเงื่อนไขการคุ้มครองของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตไม่เหมาะสมเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.67) รองลงมาคือปัญหารูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย และปัญหาทางการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย พบปัญหาเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50)



ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านราคา) จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านราคา	อายุ 21-30 ปี			อายุ 31-40 ปี			อายุ 41-50 ปี			อายุ 51-60 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
อัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้้น้อย	2.14	น้อย	4	2.06	น้อย	2	2.32	น้อย	1	2.80	มาก	1
อัตราค่าเงินฝากต้องวางสูง	2.31	น้อย	2	2.30	น้อย	1	2.14	น้อย	3	2.75	มาก	2
มูลค่าเงินสดค่าไม่สูงใจลูกค้า	2.24	น้อย	3	2.30	น้อย	1	2.23	น้อย	2	2.25	น้อย	4
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยให้กรรมธรรม์ค่าประกันสูง	2.00	น้อย	5	2.03	น้อย	3	2.11	น้อย	4	2.33	น้อย	3
อัตราดอกเบี้ยปรับกรณีส่งเงินฝากช้ากว่ากำหนดสูง	2.50	น้อย	1	1.94	น้อย	4	2.00	น้อย	5	2.33	น้อย	3
ค่าเฉลี่ย	2.24			2.13			2.16			2.49		

จากตารางที่ 31 พบว่าพนักงานอายุ 21-30 ปีพบปัญหาด้านราคา เรื่องอัตราดอกเบี้ยปรับกรณีส่งเงินฝากช้ากว่ากำหนดสูงเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50) รองลงมาคือปัญหาอัตราค่าเงินฝากต้องวางสูง ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.31) พนักงานอายุ 31-40 ปีพบปัญหาอัตราค่าเงินฝากต้องวางสูง และปัญหามูลค่าเงินสดค่าไม่สูงใจลูกค้าไม่สูงใจลูกค้าเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.30) รองลงมาคือปัญหาอัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้้น้อย ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.06) พนักงานอายุ 41-50 ปีพบปัญหาเรื่องอัตราค่าเงินฝากต้องวางสูงเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.32) รองลงมาคือปัญหามูลค่าเงินฝากต้องวางสูงไม่สูงใจลูกค้า ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.23) สำหรับพนักงานอายุ 51-60 ปีพบปัญหาเรื่องอัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้้น้อยเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.80) รองลงมาคือปัญหาอัตราค่าเงินฝากต้องวางสูง ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.75)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านสถานที่) จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านสถานที่	อายุ 21-30 ปี			อายุ 31-40 ปี			อายุ 41-50 ปี			อายุ 51-60 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
สถานที่ของธนาคารคับแคบ ไม่สะดวกในการมาใช้บริการของลูกค้า	2.57	มาก	4	2.59	มาก	3	2.71	มาก	1	2.75	มาก	1
ไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวด โดยเฉพาะ ทำให้ลูกค้าใช้เวลาคอยนาน	2.71	มาก	1	2.84	มาก	1	2.40	น้อย	3	2.75	มาก	1
สถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้	2.65	มาก	2	2.80	มาก	2	2.48	น้อย	2	2.50	น้อย	2
การหาลูกค้านอกสถานที่และการเจ้าพบลูกค้าไม่สะดวก ทำให้พนักงานไม่ยอมออกไปหาลูกค้า	2.61	มาก	3	2.49	น้อย	4	2.17	น้อย	4	2.25	น้อย	3
ค่าเฉลี่ย	2.64			2.68			2.44			2.56		

จากตารางที่ 32 พบว่าพนักงานอายุ 21-30 ปีพบปัญหาด้านสถานที่ที่ไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวด โดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคายนานเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาสูง (ค่าเฉลี่ย 2.71) รองลงมาคือปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้ ระดับปัญหาสูง (ค่าเฉลี่ย 2.65) พนักงานอายุ 31-40 ปีพบปัญหาเรื่องไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวด โดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคายนานเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาสูง (ค่าเฉลี่ย 2.84) รองลงมาคือปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้ ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.80) พนักงานอายุ 41-50 ปี พบปัญหาเรื่องสถานที่ของธนาคารคับแคบไม่สะดวกในการมาใช้บริการของลูกค้าเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาสูง (ค่าเฉลี่ย 2.71) รองลงมาคือปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.85) สำหรับพนักงานอายุ 51-60 ปีพบปัญหาสถานที่ของธนาคารคับแคบไม่สะดวกในการมาใช้บริการของลูกค้า และปัญหาไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวด โดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคายนานเป็นอันดับแรก เท่า ๆ กัน ระดับปัญหาสูง (ค่าเฉลี่ย 2.75) รองลงมาคือปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้ ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด)

จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ 21-30 ปี			อายุ 31-40 ปี			อายุ 41-50 ปี			อายุ 51-60 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ไม่มีการประชาสัมพันธ์สินค้าประเภทนี้ ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคาร	2.79	มาก	2	2.80	มาก	1	2.92	มาก	1	3.00	มาก	1
ไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้	2.79	มาก	2	2.80	มาก	1	2.88	มาก	2	3.00	มาก	1
ไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ ให้ลูกค้าที่มามีติดต่อธนาคารเนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่น	2.85	มาก	1	2.62	มาก	3	2.83	มาก	3	3.00	มาก	1
ไม่มีการประชาสัมพันธ์ในการทำ การส่งเสริมการตลาด เช่น ไม่มีการประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้าทราบว่ามีการแจกของแถม	2.61	มาก	3	2.75	มาก	2	2.83	มาก	3	3.00	มาก	1
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2.76</b>			<b>2.74</b>			<b>2.87</b>			<b>3.00</b>		

จากตารางที่ 33 พบว่าพนักงานอายุ 21-30 ปีพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ให้ลูกค้าที่มาติดต่อธนาคาร เนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่นเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามากที่สุดพบเงินฝากประเภทนี้ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคาร และปัญหาไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้ พบปัญหาเท่า ๆ กัน ระดับปัญหามากที่สุดพบเงินฝากประเภทนี้ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 2.80) และปัญหาไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้ เป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหามากที่สุดพบเงินฝากประเภทนี้ (ค่าเฉลี่ย 2.80) ระดับปัญหาไม่มีการส่งเสริมการตลาด ระดับปัญหามากที่สุดพบเงินฝากประเภทนี้ (ค่าเฉลี่ย 2.75) พนักงานอายุ 41-50 ปีพบปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคารมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.92) รองลงมาคือปัญหาไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ ระดับปัญหามากที่สุดพบเงินฝากประเภทนี้ (ค่าเฉลี่ย 2.88) พนักงานอายุ 51-60 ปีพบปัญหาทุกปัญหาเท่ากัน ระดับปัญหามากที่สุดพบเงินฝากประเภทนี้ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านพนักงานและการบริการ)  
จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านพนักงานและการบริการ	อายุ 21-30 ปี			อายุ 31-40 ปี			อายุ 41-50 ปี			อายุ 51-60 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ไม่มีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า	2.58	มาก	3	2.64	มาก	3	2.64	มาก	3	3.00	มาก	1
ลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดสถานที่ แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้	2.72	มาก	2	2.71	มาก	1	2.75	มาก	2	2.60	มาก	2
พนักงานไม่ใส่ใจคนในพื้นที่ ลูกค้าไม่เข้าใจในการให้เข้า พบเพื่ออธิบายเงินฝากประเภทนี้	2.38	น้อย	4	2.34	น้อย	4	2.39	น้อย	4	2.20	น้อย	3
ภาพลักษณ์ของพนักงานธนาคาร ทำให้ลูกค้าไม่ ความเชื่อมั่นเองเท่าที่ควร	2.00	น้อย	5	1.83	น้อย	5	2.04	น้อย	5	2.00	น้อย	4
พนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วย ทำให้ไม่มีเวลา แนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์	2.84	มาก	1	2.67	มาก	2	2.77	มาก	1	3.00	มาก	1
ค่าเฉลี่ย	2.52			2.44			2.52			2.56		

จากตารางที่ 34 พบว่าพนักงานอายุ 21-30 ปีพบปัญหาด้านพนักงานและการบริการ เรื่องพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์เป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.84) รองลงมาคือปัญหาลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.72) พนักงานอายุ 31-40 ปีพบปัญหาเรื่องลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้เป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.71) รองลงมาคือปัญหาพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ ระดับปัญหา 41-50 ปีพบปัญหาพนักงานลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ ระดับปัญหา 51-60 ปีพบปัญหาพนักงานต้องการให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์และไม่มีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้าเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.00) รองลงมาคือปัญหาลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้ ระดับปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.60)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านกระบวนการ)

จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านกระบวนการ	อายุ 21-30 ปี			อายุ 31-40 ปี			อายุ 41-50 ปี			อายุ 51-60 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
การเปิดบัญชีซิงก ซัมช็อน	2.75	มาก	2	2.21	น้อย	5	2.33	น้อย	3	2.40	น้อย	2
การอนุมัติกรรมธรรม์ล่าช้า	2.78	มาก	1	2.75	มาก	1	2.74	มาก	1	2.60	มาก	1
เกิดข้อผิดพลาดในการออกกรรมธรรม์บ่อย	2.47	น้อย	5	2.28	น้อย	4	2.00	น้อย	5	2.00	น้อย	3
การเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ ในกรรมธรรม์ซิงก ล่าช้า	2.61	มาก	3	2.54	มาก	2	2.41	น้อย	2	2.40	น้อย	2
การจ่ายค่าตอบแทนให้ลูกค้าล่าช้า	2.60	มาก	4	2.40	น้อย	3	2.29	น้อย	4	2.40	น้อย	2
ค่าเฉลี่ย	2.64			2.44			2.35			2.36		

จากตารางที่ 35 พบว่าพนักงานทุกช่วงอายุ พบปัญหาด้านกระบวนการเรื่องการอนุมัติกรรมธรรม์ล่าช้าเป็นอันดับแรกเหมือนกัน ระดับปัญหา มาก (ค่าเฉลี่ย 2.78 2.75 2.74 และ 2.60 ตามลำดับ) รองลงมาพนักงานอายุ 21 – 30 ปีพบปัญหาการเปิดบัญชีซิงกซัมช็อน ระดับปัญหา มาก (ค่าเฉลี่ย 2.75) สำหรับพนักงานอื่นพบปัญหาเรื่องการเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ ในกรรมธรรม์ซิงก ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 2.54 2.41 และ 2.40 ตามลำดับ)



ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยสรุป) จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านการตลาดภายนอก	อายุ 21-30 ปี			อายุ 31-40 ปี			อายุ 41-50 ปี			อายุ 51-60 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.20	น้อย	4	2.13	น้อย	5	2.50	น้อย	3	2.20	น้อย	4
ด้านราคา	2.00	น้อย	6	2.16	น้อย	4	2.35	น้อย	5	2.25	น้อย	3
ด้านสถานที่	2.28	น้อย	3	2.55	มาก	2	2.41	น้อย	4	2.50	น้อย	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.50	น้อย	1	2.78	มาก	1	2.92	มาก	1	2.75	มาก	1
ด้านพนักงานและบริการ	2.18	น้อย	5	2.26	น้อย	3	2.56	มาก	2	2.50	น้อย	2
ด้านกระบวนการ	2.44	น้อย	2	2.55	มาก	2	2.32	น้อย	6	2.50	น้อย	2
ค่าเฉลี่ย	2.27			2.41			2.51			2.45		

จากตารางที่ 36 พบว่าพนักงานทุกช่วงอายุ ยกเว้นช่วงอายุ 21 – 30 ปี พบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 2.78 2.92 และ 2.75 ตามลำดับ) รองลงมาพนักงานอายุ 21 – 30 ปีพบปัญหาด้านกระบวนการ ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.44) พนักงานอายุ 31-40 ปีพบปัญหาปัญหาสถานที่ และปัญหาด้านกระบวนการทำ ๆ กัน ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 2.55) พนักงานอายุ 41-50 ปีพบปัญหาด้านพนักงานและบริการ ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 2.56) พนักงานอายุ 51-60 ปีพบปัญหาด้านสถานที่ ปัญหาด้านพนักงานและการบริการ และปัญหาด้านกระบวนการ มีปัญหาทำ ๆ กัน ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ตารางที่ 3.7 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดสัมพันธ์กับระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	อายุ 21-30 ปี			อายุ 31-40 ปี			อายุ 41-50 ปี			อายุ 51-60 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ภาพลักษณ์ของธนาคารเป็นสถาบันการเงิน ทำให้ลูกค้าไม่สนใจธุรกิจรูปแบบอื่นของธนาคาร	1.93	น้อย	16	1.86	น้อย	17	2.30	น้อย	14	2.50	น้อย	3
ลูกค้าเคยมีประสบการณ์ไม่ดีด้านการทำประกันชีวิต ทำให้ไม่ยอมฝากเงินประเภทนี้	2.41	น้อย	12	2.51	น้อย	10	2.41	น้อย	12	2.60	มาก	2
ลูกค้าได้ยื่นการพูดบอกต่อปากเกี่ยวกับปัญหาในการฝากเงินประเภทนี้	2.18	น้อย	15	2.28	น้อย	14	2.46	น้อย	10	2.20	น้อย	5
ลูกค้าคิดว่าฝากเงินประเภทนี้เป็นภาระกันชีวิตควรคุ้มครองด้านการรักษาพยาบาลด้วย	2.53	มาก	8	2.75	มาก	2	2.79	มาก	2	2.60	มาก	2
ขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้	2.65	มาก	4	2.75	มาก	2	2.76	มาก	3	2.60	มาก	2
ไม่มีบริการกำหนดมาตรฐานการทำงาน เช่น จำนวนวันในการอนุมัติกรมธรรม์	2.81	มาก	1	2.53	มาก	9	2.71	มาก	4	2.80	มาก	1
ไม่มีบริการกำหนดมาตรฐานการทำงาน ทำให้ไม่สามารถประมาณเวลาคอยแก่ลูกค้าได้	2.39	น้อย	13	2.56	มาก	8	2.58	มาก	6	2.80	มาก	1
ไม่มีบริการระบบคิวมาใช้ในการให้บริการลูกค้าที่มาติดต่อธนาคาร	2.33	น้อย	14	2.61	มาก	6	2.48	น้อย	9	2.40	น้อย	4



ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดสัมพันธ์กับระยะเวลาปฏิบัติงานของผู้ซื้อและผู้ขาย จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กับระยะเวลาปฏิบัติงานของผู้ซื้อและผู้ขาย	อายุ 21-30 ปี			อายุ 31-40 ปี			อายุ 41-50 ปี			อายุ 51-60 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ธนาคารไม่มีระบบการตรวจสอบและประเมินผลการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าของพนักงาน	2.71	มาก	2	2.60	มาก	7	2.48	น้อย	9	2.00	น้อย	6
ธนาคารไม่มีระบบติดตามการให้บริการลูกค้า เช่น การติดตามการส่งเงินงวด การรับเงินตอบแทนของลูกค้ำ	2.56	มาก	7	2.68	มาก	4	2.63	มาก	5	2.20	น้อย	5
ค่าเฉลี่ย	2.49			2.48			2.52			2.38		

จากตาราง 37 พบว่าพนักงานอายุ 21-30 ปีพบปัญหาไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาสูง (ค่าเฉลี่ย 2.81) รองลงมาคือปัญหาธนาคารไม่มีระบบตรวจสอบและประเมินผลกำไรให้บริการที่เต็มมูลค่าของพนักงาน ระดับปัญหาสูง (ค่าเฉลี่ย 2.71) พนักงานอายุ 31-40 ปีและพนักงานอายุ 41-50 ปี พบปัญหาขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาสูง (ค่าเฉลี่ย 2.79) รองลงมาพนักงานอายุ 31-40 ปีพบปัญหาถูกจำกัดว่าการฝากเงินประเภทนี้เป็นการประกันชีวิตหรือคุ้มครองด้านการศึกษาพยาบาลด้วย พนักงานอายุ 41 – 50 ปี พบปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้ ระดับปัญหาสูง (ค่าเฉลี่ย 2.75) สำหรับพนักงานอายุ 51-60 ปีพบปัญหาไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานทำให้ไม่สามารถประเมินเวลาโดยเฉลี่ยลูกค้าได้เป็นอันดับแรก ระดับปัญหาสูง (ค่าเฉลี่ย 2.80) รองลงมาปัญหาลูกค้าเคยมีประสบการณ์ไม่ดีด้านการทำประกันชีวิตทำให้ไม่ยอมฝากเงินประเภทนี้ ปัญหาถูกจำกัดว่าการฝากเงินประเภทนี้เป็นประกันชีวิตหรือคุ้มครองด้านการศึกษาพยาบาลด้วย ปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้ ปัญหาไม่มีการส่งเสริมด้านลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธนาคารกับลูกค้า พบปัญหาเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาสูง (ค่าเฉลี่ย 2.60)

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสวทและครอบครัวของพนักงาน จำแนกตามสถานภาพ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายใน จำแนกตามสถานภาพเกี่ยวกับธุรกิจสวทและครอบครัว

ปัญหาการตลาดภายใน	โสด			สมรส			หย่าร้าง					
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ			
การฝึกอบรมด้านเงินฝากสวทและครอบครัวที่จัดน้อยทำให้พนักงาน ไม่มีความรู้ด้านเงินฝากอย่างแท้จริง	2.74	มาก	2	2.43	น้อย	8	3.50	มากที่สุด	2	2.25	น้อย	6
การฝึกอบรมเทคนิคการขายน้อยทำให้พนักงานขาดทักษะ ในการหาลูกค้าเงินฝากสวทและครอบครัว	2.63	มาก	3	2.59	มาก	3	3.50	มากที่สุด	2	2.50	น้อย	4
อัตราผลตอบแทนในการหาเงินฝากสวทและครอบครัว น้อย ทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	2.36	น้อย	10	2.20	น้อย	14	3.50	มากที่สุด	2	2.00	น้อย	9
ขั้นตอนการเบิกค่าตอบแทนในการหาลูกค้ายุ่งยาก ทำให้ พนักงานไม่อยากหาลูกค้า	2.27	น้อย	13	2.03	น้อย	18	3.50	มากที่สุด	2	2.00	น้อย	9
การจ่ายผลตอบแทนในการหาลูกค้าช้าทำให้ขาดแรงจูงใจ ในการหาลูกค้า	2.30	น้อย	11	2.17	น้อย	16	3.50	มากที่สุด	2	2.20	น้อย	7
ลักษณะของเงินฝากประเภทนี้คล้ายธุรกิจประกันชีวิตทำให้ พนักงานไม่อยากหาเงินฝากนี้	2.19	น้อย	15	2.16	น้อย	17	2.00	น้อย	5	1.83	น้อย	10
พนักงานมีภาระอื่น เช่น ดูแลครอบครัว ทำให้ไม่ต้องการหา ลูกค้านอกเวลาทำงาน	2.28	น้อย	12	2.67	มาก	2	2.00	น้อย	5	2.33	น้อย	5

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายใน จำแนกตามสถานภาพเกี่ยวกับธุรกิจสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว

ปัญหาการตลาดภายใน	โสด			สมรส			หม้าย			หย่าร้าง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
“ไม่มีการแบ่งปันเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคล ทำให้พนักงานไม่สนใจหาลูกค้า	2.23	น้อย	14	2.20	น้อย	14	2.00	น้อย	5	1.60	น้อยที่สุด	11
“ไม่มีการแบ่งปันเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคล ทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	2.27	น้อย	13	2.21	น้อย	13	2.00	น้อย	5	2.00	น้อย	9
“ไม่มีการจัดทีมงานไปหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตนอกสถานที่	2.47	น้อย	7	2.55	มาก	4	3.00	มาก	3	2.17	น้อย	8
“ไม่มีแผนงานเพื่อกำหนดเป้าหมายเงินฝากที่ต้องทำในแต่ละเดือนหรือแต่ละไตรมาส	2.42	น้อย	8	2.44	น้อย	7	2.50	น้อย	4	2.50	น้อย	4
“ไม่มีการกำหนดระยะเวลาและเป้าหมายเงินฝากที่ชัดเจนในการหาลูกค้าสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว	2.10	น้อย	16	2.40	น้อย	9	2.00	น้อย	5	2.17	น้อย	8
“ไม่มีเครื่องมือประกอบการขายให้พนักงานในการหาลูกค้า เช่น แฟ้มเอกสาร เอกสารประกอบ	2.61	มาก	4	2.33	น้อย	10	2.00	น้อย	5	2.00	น้อย	9
“มีการแบ่งค่าตอบแทนในการหาลูกค้าเข้ากองกลางทำให้พนักงานไม่ยอมหาลูกค้า	2.42	น้อย	8	2.47	น้อย	6	4.00	มากที่สุด	1	1.60	น้อยที่สุด	11

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายใน จำนวนตามสถานภาพเกี่ยวกับธุรกิจสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว

ปัญหาการตลาดภายใน	โสด			สมรส			หม้าย			หย่าร้าง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
มีการแย่งลูกค้ากันของพนักงานในสาขาทำให้ไม่ยอดขายลูกค้า	2.37	น้อย	9	2.18	น้อย	15	1.50	น้อยที่สุด	6	2.80	มาก	2
ไม่มีค่าตอบแทนในการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า ทำให้เกิดการปัญหาการเวนคืนกรมธรรม์ก่อนครบอายุ	2.56	มาก	5	2.51	น้อย	5	3.50	มากที่สุด	2	2.60	มาก	3
อำนาจในการอนุมัติกรมธรรม์ของภาคีมีเงินต่ำ ทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรมธรรม์	2.84	มาก	1	2.77	มาก	1	3.50	มากที่สุด	2	3.40	มากที่สุด	1
ไม่มีการสร้างแรงจูงใจในการหาลูกค้าในสาขา เช่น การให้รางวัล	2.48	น้อย	6	2.27	น้อย	12	3.00	มาก	3	2.00	น้อย	9
ขาดการประเมินความพึงพอใจของพนักงานในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	2.19	น้อย	15	2.32	น้อย	11	3.00	มาก	3	1.50	น้อยที่สุด	12
ค่าเฉลี่ย	2.41			2.36			2.82			2.18		



จากตารางที่ 38 พบว่าพนักงานที่มีสถานภาพโสด สถานภาพสมรส พบปัญหาด้านการตลาดภายใน เรื่องอำนาจในการอนุมัติกิจกรรมของภาค  
มีวงเงินต่ำทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกิจกรรมเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.84 และ 2.77 ตามลำดับ) สำหรับสถานภาพหย่าร้าง  
ให้ความสำคัญในระดับปัญหามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมาพนักงานสถานภาพโสดพบปัญหาการฝึกอบรมด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตน้อยทำให้  
พนักงานไม่มีความรู้ด้านเงินฝากอย่างแท้จริง ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.74) พนักงานที่มีสถานภาพสมรสพบปัญหาพนักงานมีภาระอื่นทำให้ไม่ยอมยก  
หาลูกค้านอกเวลา ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.67) พนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาการแย่งลูกค้านักงงานในสาขาทำให้ไม่ยอมยกหาลูกค้า  
ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.80) สำหรับพนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาเรื่องมีการแบ่งค่าตอบแทนในการหาลูกค้าเข้ากองกลางทำให้พนักงาน  
ไม่ยอมยกหาลูกค้าเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือปัญหาไม่มีค่าตอบแทนในการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้าทำให้  
เกิดการปัญหาการเว้นคืนกรมธรรม์ก่อนครบอายุ และปัญหาอำนาจในการอนุมัติกิจกรรมของความล่าช้าในการอนุมัติกิจกรรมธรรม์  
พบปัญหาเท่า ๆ กัน ระดับปัญหามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านผลิตภัณฑ์)

จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	โสด			สมรส			หม้าย			หย่าร้าง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
รูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต มีให้ลูกค้าเลือก น้อย	2.10	น้อย	4	2.15	น้อย	2	4.00	มากที่สุด	1	2.50	น้อย	2
วงเงินฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือก น้อย	2.08	น้อย	5	2.12	น้อย	3	2.00	น้อย	4	2.67	มาก	1
ระยะเวลาฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้า เลือกน้อย	2.13	น้อย	3	2.06	น้อย	5	3.00	มาก	2	1.60	น้อยที่สุด	6
เงื่อนไขการคุ้มครองของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตไม่ เหมาะสม	2.13	น้อย	3	2.17	น้อย	1	2.00	น้อย	4	1.80	น้อย	5
สิทธิประโยชน์ในการผู้การถอนเงินก่อนครบกำหนด ไม่เหมาะสม	2.38	น้อย	1	1.95	น้อย	6	2.50	น้อย	3	2.40	น้อย	3
ลักษณะเงินฝากคล้ายการประกันชีวิต ทำให้ลูกค้าไม่ ต้องการทำเพราะเชื่อว่าเป็นการแข่งตัวเอง	2.14	น้อย	2	2.11	น้อย	4	2.00	น้อย	4	2.20	น้อย	4
ค่าเฉลี่ย	2.16			2.09			2.58			2.20		

จากตารางที่ 39 พบว่าพนักงานที่มีสถานภาพโสดพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องสิทธิประโยชน์ในการกู้/การถอนเงินก่อนครบกำหนด ไม่เหมาะสม ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.38) รองลงมาคือปัญหาลักษณะเงินฝากคล้ายการประกันชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ต้องการทำเพราะถือว่าเป็นการแข่งตัวเอง ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.14) พนักงานที่มีสถานภาพสมรสพบปัญหาเงินออมในการคุ้มครองเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตไม่เหมาะสม เป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.17) รองลงมาคือปัญหารูปแบบเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้เลือกน้อย ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.15) พนักงานที่มีสถานภาพหย่าพบปัญหารูปแบบเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้เลือกน้อยเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือปัญหาระยะเวลาฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย ระดับปัญหาที่มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.00) พนักงานที่มีสถานภาพหย่าร่วมปัญหาวงเงินฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อยเป็นอันดับแรกระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.67) รองลงมาคือปัญหารูปแบบเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้เลือกน้อย ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านราคา) จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาด้านราคา	โศด			สมรส			หม้าย			หย่าร้าง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
อัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้	2.19	น้อย	3	2.21	น้อย	2	2.00	น้อย	1	2.00	น้อย	1
อัตราค่าเงินฝากต้องวางสูง	2.21	น้อย	2	2.10	น้อย	3	2.00	น้อย	1	2.00	น้อย	1
มูลค่าเงินสดค่าไม่สูงใจลูกค้า	2.38	น้อย	1	2.23	น้อย	1	2.00	น้อย	1	1.80	น้อย	2
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยใช้กรรมธรรม์ค่าประกันสูง	2.13	น้อย	5	2.03	น้อย	5	1.50	น้อยที่สุด	2	2.00	น้อย	1
อัตราดอกเบี้ยประกันมีส่งเงินฝากสูงกว่ากำหนดสูง	2.14	น้อย	4	2.07	น้อย	4	1.50	น้อยที่สุด	2	2.00	น้อย	1
ค่าเฉลี่ย	1.93			1.53			1.60			1.36		

จากตารางที่ 40 พบว่าพนักงานที่มีสถานภาพโศดพบปัญหาด้านราคา เรื่องมูลค่าเงินสดค่าไม่สูงใจลูกค้าเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.38) รองลงมาคือปัญหาอัตราค่าเงินฝากต้องวางสูง ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.21) พนักงานที่มีสถานภาพสมรสพบปัญหาเรื่องมูลค่าเงินสดค่าไม่สูงใจลูกค้าเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.23) รองลงมาคือปัญหาอัตราผลตอบแทนของเงินฝากต้องวางสูง และปัญหามูลค่าเงินฝากต้องวางสูงเป็นอันดับพนักงานที่มีสถานภาพหม้ายพบปัญหาอัตราผลตอบแทนของเงินฝากต้องวางสูง และปัญหาอัตราดอกเบี้ยประกันสูง และปัญหาอัตราดอกเบี้ยประกันสูงเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.50) สำหรับพนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาทุกปัญหา ยกเว้นปัญหามูลค่าเงินสดค่าไม่สูงใจลูกค้าเป็นอันดับแรกเท่ากัน ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.00) รองลงมาเป็นปัญหามูลค่าเงินฝากต้องวางสูง (ค่าเฉลี่ย 1.80)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านสถานที่)

จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาด้านสถานที่	โสด			สมรส			หย่าร้าง					
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ			
สถานที่ของธนาคารกับแคบ ไม่สะดวกในการมาใช้บริการของลูกค้า	2.66	มาก	3	2.47	น้อย	3	4.00	มากที่สุด	1	3.20	มาก	2
ไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวดโดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคายนาน	2.90	มาก	1	2.48	น้อย	2	4.00	มากที่สุด	1	3.00	มาก	3
สถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้	2.72	มาก	2	2.49	น้อย	1	4.00	มากที่สุด	1	3.40	มากที่สุด	1
การหาจุดค่านอกสถานที่และการเข้าพบลูกค้าไม่สะดวกทำให้พนักงานไม่ยอมออกไปหาลูกค้า	2.42	น้อย	4	2.36	น้อย	4	3.00	มาก	2	2.60	มาก	4
ค่าเฉลี่ย	2.68			2.45			3.75			3.05		

จากตารางที่ 41 พบว่าพนักงานที่มีสถานภาพโสดพบปัญหาด้านสถานภาพที่เรื่องไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวดโดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคอยนานเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.90) รองลงมาคือปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้ ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.72) พนักงานที่มีสถานภาพสมรสพบปัญหาเรื่องสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้เป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.49) รองลงมาคือปัญหาไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวดโดยเฉพาะทำให้ลูกค้าเวลาคอยนาน ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.48) พนักงานที่มีสถานภาพหย่าพบปัญหาทำกันทุกปัญหา ระดับปัญหามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.00) ยกเว้นปัญหาการหาลูกค้านอกสถานที่และการเข้าพบลูกค้าไม่สะดวกทำให้พนักงานไม่ยอมออกไปหาลูกค้า ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.00) สำหรับพนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้เป็นอันดับแรก ระดับปัญหามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมาคือปัญหาสถานที่ของธนาคารกับแคบไม่สะดวกในการมาใช้บริการของลูกค้า ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด)

จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	โสด			สมรส			หย่าร้าง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	
ไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคาร	2.94	มาก	1	2.73	มาก	2	3.00	มาก	2	
ไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้	2.92	มาก	2	2.75	มาก	1	3.00	มาก	3	
ไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ให้ลูกค้าที่มติดัดธนาคารเนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่น	2.83	มาก	3	2.63	มาก	3	3.00	มาก	1	
ไม่มีการประชาสัมพันธ์ในการทำการส่งเสริมการตลาด เช่น ไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบว่ามีการแจกของแถม	2.85	มาก	4	2.61	มาก	4	3.00	มาก	1	
ค่าเฉลี่ย	2.89			2.68			3.00			3.05

จากตารางที่ 42 พบว่าพนักงานที่มีสถานภาพโสดพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจของธนาคารเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 2.94) รองลงมาคือปัญหาไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้ ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 2.92) พนักงานที่มีสถานภาพสมรส พบปัญหาไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้ เป็นอันดับแรก ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 2.75) รองลงมาคือปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคาร ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 2.73) สำหรับพนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาทุกด้าน ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 3.00) พนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาเรื่องไม่มีการประชาสัมพันธ์ในการทำการส่งเสริมการตลาด และปัญหาไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ให้ลูกค้าที่มาติดต่อธนาคารเนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่นเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 3.20) รองลงมาคือปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคาร ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 3.00)



ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านพนักงานและการบริการ)

จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาด้านพนักงานและการบริการ	โศด			สมรส			หม้าย			หย่าร้าง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ไม่มีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า	2.64	มาก	3	2.68	มาก	2	1.50	น้อยที่สุด	4	2.83	มาก	1
ลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่ แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้	2.86	มาก	1	2.60	มาก	3	3.00	มาก	2	2.67	มาก	2
พนักงานไม่ใช่คนในพื้นที่ ลูกค้าไม่เชื่อถือใจในการให้เงินเพื่ออธิบายเงินฝากประเภทนี้	2.38	น้อย	4	2.38	น้อย	4	2.00	น้อย	3	2.17	น้อย	4
ภาพลักษณ์ของพนักงานธนาคาร ทำให้ลูกค้าไม่ให้ความเป็นกันเองเท่าที่ควร	1.88	น้อย	5	1.95	น้อย	5	2.00	น้อย	3	2.20	น้อย	3
พนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วย ทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์	2.80	มาก	2	2.69	มาก	1	3.50	มากที่สุด	1	2.67	มาก	2
ค่าเฉลี่ย	2.51			2.46			2.40			2.51		

จากตารางที่ 43 พบว่าพนักงานที่มีสถานภาพโสดพบปัญหาด้านพนักงานและการบริการ เรื่องลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวด นอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้เป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.86) รองลงมาคือปัญหาพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.80) พนักงานที่มีสถานภาพสมรสพบปัญหาพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์เป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.69) รองลงมาคือปัญหาไม่มีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.68) พนักงานที่มีสถานภาพหม้ายพบปัญหาพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ด้วยทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์เป็นอันดับแรก ระดับปัญหามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.50) รองลงมาคือปัญหาพนักงานไปเก็บเงินงวด นอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.00) สำหรับพนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาไม่มีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้าเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.83) รองลงมาคือปัญหาพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่น ๆ ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ และปัญหาลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้ พบปัญหาทำ ๆ กัน ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.67)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านกระบวนการ)

จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาด้านกระบวนการ	โสด			สมรส			หย่าร้าง		
	ค่าเฉลี่ย	เปิดค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	เปิดค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	เปิดค่า	อันดับ
การเปิดบัญชีผู้แยก ชำนาญ	2.45	น้อย	4	2.25	น้อย	4	4.00	มากที่สุด	1
การอนุมัติกรรมธรมล่าช้า	2.78	มาก	1	2.70	มาก	1	3.50	มากที่สุด	2
เกิดข้อผิดพลาดในการออกกรรมธรมบ่อย	2.31	น้อย	3	2.16	น้อย	5	2.00	น้อย	3
การเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ ในกรรมธรมผู้แยกล่าช้า	2.58	มาก	2	2.38	น้อย	3	3.50	มากที่สุด	2
การจ่ายค่าตอบแทนให้ลูกค้ล่าช้า	2.47	น้อย	3	2.39	น้อย	2	3.50	มากที่สุด	2
ค่าเฉลี่ย	2.52			2.38			3.30		
							2.35		

จากตารางที่ 44 พบว่าพนักงานที่มีสถานภาพโสดและสถานภาพสมรสพบปัญหาของการอนุมัติกรรมธรมล่าช้าเป็นอันดับแรกระดับปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.78 และ 2.70 ตามลำดับ) รองลงมาพนักงานสถานภาพสมรสคือปัญหาการเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ ในกรรมธรมผู้แยก ล่าช้า ระดับปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.58) พนักงานที่มีสถานภาพสมรสพบปัญหาการจ่ายค่าตอบแทนให้ลูกค้ล่าช้า ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.39) พนักงานที่มีสถานภาพหม้ายพบปัญหาการเปิดบัญชีผู้แยก ชำนาญเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.00) สำหรับพนักงาน ที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาการอนุมัติกรรมธรมล่าช้า และปัญหาการเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ ในกรรมธรมผู้แยก ล่าช้า เป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.67) รองลงมาคือปัญหาการอนุมัติกรรมธรมล่าช้า ปัญหาการเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ ในกรรมธรมผู้แยก ล่าช้า และปัญหาการจ่ายค่าตอบแทนให้ลูกค้ล่าช้า พบปัญหาเท่า ๆ กัน ระดับปัญหามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอกส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยสรุป) จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาด้านการตลาดภายนอก	โศด			สมรส			หม้าย			หย่าร้าง		
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	
	เปิดค่า	น้อย	ค่าเฉลี่ย	เปิดค่า	น้อย	ค่าเฉลี่ย	เปิดค่า	น้อย	ค่าเฉลี่ย	เปิดค่า	น้อย	
ด้านผลิตภัณฑ์	2.25	4	2.30	น้อย	5	3.00	มาก	3	1.67	น้อยที่สุด	5	
ด้านราคา	2.09	น้อย	2.24	น้อย	6	4.00	มากที่สุด	1	2.00	น้อย	4	
ด้านสถานที่	2.44	น้อย	2.36	น้อย	4	4.00	มากที่สุด	1	3.00	มาก	1	
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.66	มาก	2.87	มาก	1	3.00	มาก	3	2.40	น้อย	2	
ด้านพนักงานและบริการ	2.24	น้อย	2.45	น้อย	2	2.00	น้อย	4	2.20	น้อย	3	
ด้านกระบวนการ	2.51	น้อย	2.38	น้อย	3	3.50	มากที่สุด	2	2.40	น้อย	2	
ค่าเฉลี่ย	2.37			2.43			3.25			2.28		

จากตารางที่ 45 พบว่าพนักงานที่มีสถานภาพโศดพบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.66) รองลงมาด้านกระบวนการ ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.51) พนักงานที่มีสถานภาพสมรสพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.87) รองลงมาด้านพนักงานและบริการ ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.45) พนักงานที่มีสถานภาพหม้ายพบปัญหาด้านราคาและปัญหาด้านสถานที่เป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาเป็นด้านกระบวนการ ระดับปัญหา มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.50) สำหรับพนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาด้านสถานที่เป็นอันดับแรก ระดับปัญหา มาก (ค่าเฉลี่ย 3.00) รองลงมาด้านการ ส่งเสริมการตลาด และปัญหาด้านกระบวนการ พบปัญหาเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.40)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดสัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	โสด			สมรส			หม้าย			หย่าร้าง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ภาพลักษณ์ของธนาคารเป็นสถาบันการเงิน ทำให้ลูกค้าไม่สนใจธุรกิจรูปแบบอื่นของธนาคาร	2.00	น้อย	17	2.08	น้อย	14	2.00	น้อย	5	2.00	น้อย	6
ลูกค้าเคยมีประสบการณ์ไม่ดีด้านการทำประกันชีวิต ทำให้ไม่ยอมฝากเงินประเภทนี้	2.41	น้อย	12	2.45	น้อย	9	4.00	มากที่สุด	1	2.67	มาก	2
ลูกค้าได้ยินการพูดปดเกี่ยวกับปัญหาในการฝากเงินประเภทนี้	2.24	น้อย	15	2.30	น้อย	12	2.50	น้อย	4	2.67	มาก	2
ลูกค้าคิดว่าการฝากเงินประเภทนี้เป็นภาระประกันชีวิตควรคุ้มครองด้านการรักษาพยาบาลด้วย	2.65	มาก	5	2.77	มาก	2	2.00	น้อย	5	2.83	มาก	1
ขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากส่งเสริมชีวิต ทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้	2.62	มาก	6	2.80	มาก	1	3.50	มากที่สุด	2	2.50	น้อย	3
ไม่มีข้อกำหนดมาตรฐานการทำงาน เช่น จำนวนวันในการอนุมัติกรมธรรม์	2.67	มาก	3	2.61	มาก	5	3.50	มากที่สุด	2	2.50	น้อย	3
ไม่มีข้อกำหนดมาตรฐานการทำงาน ทำให้ไม่สามารถประมาณเวลาออกแก่ลูกค้าได้	2.49	น้อย	11	2.56	มาก	6	3.50	มากที่สุด	2	2.50	น้อย	3
ไม่มีกัรนำระบบคิวมาใช้ในการให้บริการลูกค้าที่มติดต่อธนาคาร	2.50	น้อย	10	2.45	น้อย	9	3.50	มากที่สุด	2	2.50	น้อย	3



ตารางที่ 46 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดสัมพันธ์กับผู้ซื้อและผู้ขาย จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	โสด			สมรส			หย่าร้าง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ธนาคาร ไม่มีระบบการตรวจสอบและประเมินผลการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าของพนักงาน	2.68	มาก	2	2.49	น้อย	8	3.00	มาก	3
ธนาคาร ไม่มีระบบติดตามการให้บริการลูกค้า เช่น การติดตามการส่งเงินงวด การรับเงินตอบแทนของลูกค้า	2.60	มาก	7	2.64	มาก	4	3.00	มาก	3
ค่าเฉลี่ย	2.48			2.48			2.81		
							2.44		

จากตารางที่ 46 พบว่าพนักงานที่มีสถานภาพโสดพบปัญหาด้านการศึกษาต่อที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เรื่องขาดการประชาสัมพันธ์ งานการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 2.69) รองลงมาคือปัญหาธนาคารไม่มีระบบการตรวจสอบและประเมินผลบริการ ให้บริการ ที่ดีแก่ลูกค้าของพนักงาน ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 2.68) พนักงานที่มีสถานภาพสมรส พบปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทำให้ ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้มาก และปัญหาขาดการส่งข้อมูลข่าวสารเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 2.80) รองลงมาคือปัญหาลูกค้าคิดว่าการเงินประเภทนี้เป็นประเภทนี้เป็นการประกันชีวิตควรคุ้มครองด้านการรักษาพยาบาลด้วย ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 2.77) พนักงาน ที่มีสถานภาพหม้ายพบปัญหาด้านลูกค้าเคยมีประสบการณ์ไม่ดีด้านการทำประกันชีวิตทำให้ไม่ยอมฝากเงินประเภทนี้เป็นอันดับแรก ระดับปัญหาสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้ ปัญหาไม่มีการกำหนด มาตรฐานการทำงาน เช่น จำนวนวันในการอนุมัติค่าธรรมเนียม ปัญหาไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานทำให้ไม่สามารรถประมาณเวลาคอยแก่ลูกค้าได้ ปัญหาไม่มีการนำระบบคิวมาใช้ในการให้บริการลูกค้าที่มีติดต่อธนาคาร ปัญหาขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบ พบปัญหาเท่า ๆ กัน ระดับปัญหา สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.50) สำหรับพนักงานที่มีสถานภาพหย่าร้างพบปัญหาสูงที่สุดคือการฝากเงินประเภทนี้เป็น การประกันชีวิตควรคุ้มครอง ด้านการรักษาพยาบาลด้วย และปัญหาการขาดการประชาสัมพันธ์งานการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 2.83) รองลงมา คือปัญหา ลูกค้าเคยมีประสบการณ์ไม่ดีด้านการทำประกันชีวิตทำให้ไม่ยอมฝากเงินประเภทนี้ ปัญหาสูงที่สุดคือการพูดปากต่อปากเกี่ยวกับปัญหาในการ ฝากเงินประเภทนี้ และปัญหาไม่มีการส่งเสริมด้านลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธนาคารกับลูกค้า พบปัญหาเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 2.67)



**ส่วนที่ 6 ปัญหาในการระดมเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่ง**

**ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายใน จำแนกตามตำแหน่ง**

ปัญหาการตลาดภายใน	พนักงานปฏิบัติการ			นักบริหาร		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
การฝึกอบรมด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตน้อย ทำให้พนักงาน ไม่มีความรู้ด้านเงินฝากนี้อย่างแท้จริง	2.62	มาก	2	2.23	น้อย	7
การฝึกอบรมเทคนิคการขายน้อย ทำให้พนักงานขาดทักษะในการหาลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	2.62	มาก	2	2.62	มาก	1
อัตราผลตอบแทนในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตน้อยทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	2.34	น้อย	10	1.92	น้อย	11
ขั้นตอนการเบิกค่าตอบแทนในการหาลูกค้ายุ่งยากทำให้พนักงาน ไม่อยากหาลูกค้า	2.26	น้อย	13	1.50	น้อยที่สุด	14
การจ่ายผลตอบแทนในการหาลูกค้าช้า ทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	2.32	น้อย	11	1.90	น้อย	12
ลักษณะของเงินฝากประเภทนี้คล้ายธุรกิจประกันชีวิตทำให้พนักงาน ไม่อยากหาเงินฝากนี้	2.19	น้อย	15	1.92	น้อย	11
พนักงานมีภาระอื่น เช่น ดูแลครอบครัว ทำให้ไม่ต้องการหาลูกค้านอกเวลาทำงาน	2.47	น้อย	7	2.50	น้อย	2
ไม่มีการแบ่งเป้าเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคลทำให้พนักงาน ไม่สนใจหาลูกค้า	2.21	น้อย	14	2.00	น้อย	10
ไม่มีการแบ่งเป้าเงินฝากให้พนักงานเป็นรายบุคคลทำให้ขาดแรงจูงใจในการหาลูกค้า	2.21	น้อย	14	2.23	น้อย	7
ไม่มีการจัดทีมงานไปหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตนอกสถานที่	2.54	มาก	5	2.31	น้อย	5
ไม่มีแผนงานเพื่อกำหนดเป้าเงินฝากที่ต้องการในแต่ละเดือนหรือแต่ละไตรมาส	2.45	น้อย	8	2.38	น้อย	4
ไม่มีการกำหนดระยะเวลาและเป้าเงินฝากที่ชัดเจนในการหาลูกค้าสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว	2.27	น้อย	12	2.15	น้อย	9
ไม่มีเครื่องมือประกอบการขายให้พนักงานหาลูกค้า	2.49	น้อย	6	1.92	น้อย	11

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายใน จำแนกตาม  
ตำแหน่ง

ปัญหาการตลาดภายใน	พนักงานปฏิบัติการ			นักบริหาร		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
มีการแบ่งค่าตอบแทนในการหาลูกค้าเข้ากองกลาง ทำให้พนักงานไม่อยากหาลูกค้า	2.55	มาก	4	1.73	น้อยที่สุด	13
มีการแย่งลูกค้ากันของพนักงานในสาขา ทำให้ไม่ อยาก หาลูกค้า	2.34	น้อย	10	1.92	น้อย	11
ไม่มีค่าตอบแทนในการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้าทำให้เกิดการปัญหาเวนคืนกรมธรรม์ก่อนครบอายุ	2.61	มาก	3	2.27	น้อย	6
อำนาจ ในการอนุมัติกรมธรรม์ของภาคมีวงเงินต่ำ ทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรมธรรม์	2.92	มาก	1	2.45	น้อย	3
ไม่มีการสร้างแรงจูงใจในการหาลูกค้าในสาขา เช่น การให้รางวัล	2.43	น้อย	9	1.92	น้อย	11
ขาดการประเมินความพึงพอใจของพนักงานในการหา เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	2.26	น้อย	13	2.17	น้อย	8
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2.43</b>			<b>2.11</b>		

จากตาราง 47 พบว่าพนักงานปฏิบัติการพบปัญหาด้านการตลาดภายในเรื่องอำนาจการอนุมัติกรมธรรม์ของภาคมีวงเงินต่ำทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติกรมธรรม์เป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.92) รองลงมาเป็นการฝึกอบรมด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตน้อยทำให้พนักงานไม่มีความรู้ด้านเงินฝากนี้อย่างแท้จริง และปัญหาการฝึกอบรมเทคนิคการขายน้อยทำให้ขาดทักษะในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว พบปัญหาเท่า ๆ กัน ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.62) สำหรับนักบริหารพบปัญหาการฝึกอบรมเทคนิคการขายน้อยทำให้ขาดทักษะในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.62) รองลงมาคือพนักงานมีภาระอื่นทำให้ไม่อยากหาลูกค้านอกเวลาทำงาน ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทาง การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านผลิตภัณฑ์) จำแนกตามตำแหน่ง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	พนักงานปฏิบัติการ			นักบริหาร		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
รูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต มีให้ลูกค้าเลือก น้อย	2.25	น้อย	1	1.70	น้อยที่สุด	1
วงเงินฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือก น้อย	2.20	น้อย	3	1.67	น้อยที่สุด	2
ระยะเวลาฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้า เลือกน้อย	2.14	น้อย	4	1.67	น้อยที่สุด	2
เงื่อนไขการคุ้มครองของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ไม่เหมาะสม	2.23	น้อย	2	1.45	น้อยที่สุด	3
สิทธิประโยชน์ในการกู้/การถอนเงินก่อนครบกำหนด ไม่เหมาะสม	2.25	น้อย	1	1.70	น้อยที่สุด	1
ลักษณะเงินฝากคล้ายการประกันชีวิต ทำให้ลูกค้า ไม่ต้องการทำเพราะเชื่อว่าเป็นการแข่งขันตัวเอง	2.13	น้อย	5	1.70	น้อยที่สุด	1
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2.20</b>			<b>1.65</b>		

จากตาราง 48 พบว่าพนักงานปฏิบัติการพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องรูปแบบ ของ เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย และปัญหาสิทธิประโยชน์ในการกู้/การถอนเงิน ก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสมเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.25) รองลงมา คือปัญหาเงื่อนไขการคุ้มครองเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตไม่เหมาะสม ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.23) สำหรับนักบริหารพบปัญหาลักษณะเงินฝากคล้ายการประกันชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ต้องการทำเพราะ เชื่อว่าเป็นการแข่งขันตัวเอง ปัญหา รูปแบบของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย และปัญหา สิทธิประโยชน์ในการกู้/การถอนเงินก่อนครบกำหนดไม่เหมาะสมเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.70) รองลงมาคือปัญหาวงเงินฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ ลูกค้าเลือกน้อย และปัญหาระยะเวลาฝากของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้ลูกค้าเลือกน้อย พบปัญหา เท่า ๆ กัน ระดับปัญหาน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.67)

ตารางที่ 49 แสดงปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านราคา) จำแนกตามตำแหน่ง

ปัญหาด้านราคา	พนักงานปฏิบัติการ			นักบริหาร		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
อัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้้น้อย	2.20	น้อย	2	2.10	น้อย	1
อัตราค่าเงินฝากต่อวงสูง	2.18	น้อย	3	1.91	น้อย	3
มูลค่าเงินสดต่ำไม่จูงใจลูกค้า	2.29	น้อย	1	2.09	น้อย	2
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยใช้กรรมธรรม์ค่าประกันสูง	2.08	น้อย	5	1.90	น้อย	4
อัตราดอกเบี้ยปรับกรณีส่งเงินฝากช้ากว่ากำหนดสูง	2.13	น้อย	4	1.80	น้อย	5
ค่าเฉลี่ย			2.18			1.96

จากตาราง 49 พบว่าพนักงานปฏิบัติการพบปัญหาด้านราคาเรื่องมูลค่าเงินสดต่ำไม่จูงใจลูกค้าเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.29) รองลงมาเป็นเรื่องอัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้้น้อย ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.20) สำหรับนักบริหารพบปัญหาอัตราผลตอบแทนของเงินฝากประเภทนี้้น้อยเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.10) รองลงมาเป็นเรื่องมูลค่าเงินสดต่ำไม่จูงใจลูกค้า ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.09)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านสถานที่) จำแนกตามตำแหน่ง

ปัญหาด้านสถานที่	พนักงานปฏิบัติการ			นักบริหาร		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
สถานที่ของธนาคารคับแคบ ไม่สะดวกในการมาใช้บริการของลูกค้า	2.65	มาก	3	2.44	น้อย	3
ไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวด โดยเฉพาะ ทำให้ลูกค้าใช้เวลาคอยนาน	2.71	มาก	1	2.60	มาก	1
สถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้	2.69	มาก	2	2.50	น้อย	2
การหาลูกค้านอกสถานที่และการเข้าพบลูกค้าไม่สะดวก ทำให้พนักงานไม่ยอมออกไปหาลูกค้า	2.47	น้อย	4	2.08	น้อย	4
ค่าเฉลี่ย	2.63			2.41		

จากตาราง 50 พบว่าพนักงานปฏิบัติการพบปัญหาด้านสถานที่ เรื่องไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวด โดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคอยนานเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.71) รองลงมาคือปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.69) สำหรับนักบริหารพบปัญหาไม่มีสถานที่รับชำระเงินงวด โดยเฉพาะทำให้ลูกค้าใช้เวลาคอยนานเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.60) รองลงมาคือปัญหาสถานที่ในธนาคารไม่สะดวกในการอธิบายรายละเอียดของเงินฝากนี้ ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด) จำแนกตามตำแหน่ง

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานปฏิบัติการ			นักบริหาร		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคาร	2.87	มาก	1	2.67	มาก	3
ไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้	2.84	มาก	2	2.75	มาก	2
ไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ให้ลูกค้าที่มาติดต่อธนาคารเนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่น	2.73	มาก	4	2.92	มาก	1
ไม่มีการประชาสัมพันธ์ในการทำการส่งเสริมการตลาด เช่น ไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบว่ามีการแจกของ	2.79	มาก	3	2.50	น้อย	4
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2.81</b>			<b>2.71</b>		

จากตาราง 51 พบว่าพนักงานปฏิบัติการพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องไม่มีการประชาสัมพันธ์เงินฝากประเภทนี้ทำให้ลูกค้าไม่ทราบธุรกิจประเภทนี้ของธนาคารเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.87) รองลงมาคือปัญหาไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.84) สำหรับนักบริหารพบปัญหาเรื่องไม่มีการแนะนำธุรกิจนี้ให้ลูกค้าที่มาติดต่อธนาคารเนื่องจากพนักงานต้องทำงานอื่นเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.92) รองลงมาคือปัญหาไม่มีการโฆษณาธุรกิจประเภทนี้ให้ลูกค้าทราบประโยชน์ของเงินฝากประเภทนี้ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.75)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านพนักงานและการบริการ) จำแนกตามตำแหน่ง

ปัญหาด้านพนักงานและการบริการ	พนักงานปฏิบัติการ			นักบริหาร		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ไม่มีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้า	2.64	มาก	3	2.69	มาก	1
ลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่ แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้	2.75	มาก	2	2.50	น้อย	2
พนักงานไม่ใช่คนในพื้นที่ ลูกค้าไม่เชื่อใจในการให้เข้าพบเพื่ออธิบายเงินฝากประเภทนี้	2.43	น้อย	4	1.92	น้อย	5
ภาพลักษณ์ของพนักงานธนาคาร ทำให้ลูกค้าไม่ให้ความเป็นกันเองเท่าที่ควร	1.93	น้อย	5	2.00	น้อย	4
พนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่นๆด้วย ทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์	2.81	มาก	1	2.46	น้อย	3
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2.51</b>			<b>2.31</b>		

จากตาราง 52 พบว่าพนักงานปฏิบัติการพบปัญหาด้านพนักงานและการให้บริการเรื่องพนักงานต้องให้บริการลูกค้าอื่นๆด้วย ทำให้ไม่มีเวลาแนะนำเงินฝากนี้ให้แก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์เป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.81) รองลงมาคือปัญหาลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่ แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.75) สำหรับนักบริหารพบปัญหาไม่มีระบบการติดตามการส่งเงินงวดของลูกค้าเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.69) รองลงมาคือปัญหาลูกค้าต้องการให้พนักงานไปเก็บเงินงวดนอกสถานที่ แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้ ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านกระบวนการ) จำแนกตามตำแหน่ง

ปัญหาด้านกระบวนการ	พนักงานปฏิบัติการ			นักบริหาร		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
การเปิดบัญชีผู้ขงยาก เช่น แบบฟอร์มการขอเปิดบัญชีซับซ้อน	2.39	น้อย	4	2.17	น้อย	3
การอนุมัติกรรมธรรมล่ำช้า	2.79	มาก	1	2.46	น้อย	1
เกิดข้อผิดพลาดในการออกกรรมธรรมบ่อย	2.26	น้อย	5	2.00	น้อย	4
การเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ ในกรรมธรรมผู้ขงยาก ล่ำช้า	2.55	มาก	2	2.23	น้อย	2
การจ่ายค่าตอบแทนให้ลูกค้ำล่ำช้า	2.48	น้อย	3	2.00	น้อย	4
ค่าเฉลี่ย		2.49			2.17	

จากตาราง 53 พบว่าพนักงานปฏิบัติการพบปัญหาด้านกระบวนการเรื่องการอนุมัติกรรมธรรมล่ำช้าเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.69) รองลงมาเป็น การเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ ในกรรมธรรมผู้ขงยาก ล่ำช้า ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.55) สำหรับนักบริหารพบปัญหาการอนุมัติกรรมธรรมล่ำช้าเป็นอันดับแรก ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.46) รองลงมาคือ ปัญหาการเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ ในกรรมธรรมผู้ขงยาก ล่ำช้า ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.23)



ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดภายนอก (ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยสรุป) จำแนกตามตำแหน่ง

ปัญหาด้านการตลาดภายนอก	พนักงานปฏิบัติการ			นักบริหาร		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.31	น้อย	5	1.92	น้อย	5
ด้านราคา	2.19	น้อย	6	2.18	น้อย	3
ด้านสถานที่	2.47	น้อย	3	2.33	น้อย	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.76	มาก	1	2.75	มาก	1
ด้านพนักงานและการบริการ	2.34	น้อย	4	2.33	น้อย	2
ด้านกระบวนการ	2.53	มาก	2	2.00	น้อย	4
ค่าเฉลี่ย	2.43			2.25		

จากตาราง 54 พบว่าพนักงานปฏิบัติการพบปัญหาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการของปัญหาด้านการตลาดภายนอกคือปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.76) รองลงมาคือปัญหาด้านกระบวนการ ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.53) ส่วนนักบริหารพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.75) รองลงมาปัญหาด้านสถานที่ และปัญหาด้านพนักงานและการบริการ พบปัญหาเท่า ๆ กัน ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.33)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดสัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จำแนกตามตำแหน่ง

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	พนักงานปฏิบัติการ			นักบริหาร		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ภาพลักษณ์ของธนาคารเป็นสถาบันการเงิน ทำให้ลูกค้าไม่สนใจธุรกิจรูปแบบอื่นของธนาคาร	2.06	น้อย	16	1.92	น้อย	12
ลูกค้าเคยมีประสบการณ์ไม่ดีด้านการทำประกันชีวิต ทำให้ไม่อยากฝากเงินประเภทนี้	2.46	น้อย	11	2.50	น้อย	2
ลูกค้าได้ยินการพูดปากต่อปากเกี่ยวกับปัญหาในการฝากเงินประเภทนี้	2.32	น้อย	13	2.17	น้อย	9
ลูกค้าคิดว่า การฝากเงินประเภทนี้เป็น การประกันชีวิตควรคุ้มครองด้านการรักษาพยาบาลด้วย	2.70	มาก	3	2.75	มาก	1
ขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้	2.77	มาก	1	2.46	น้อย	3
ไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน เช่น จำนวนวัน ในการอนุมัติกรมธรรม์	2.68	มาก	4	2.42	น้อย	4
ไม่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน ทำให้ไม่สามารถประมาณเวลาคอยแก่ลูกค้าได้	2.60	มาก	7	2.23	น้อย	8
ไม่มีการนำระบบคิวมาใช้ในการให้บริการลูกค้าที่มาติดต่อธนาคาร	2.60	มาก	7	1.92	น้อย	12
ขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบ เช่น การส่งข่าวสารต่างๆ ให้ลูกค้าทราบทางไปรษณีย์	2.77	มาก	1	2.46	น้อย	3
รูปแบบของการโฆษณาไม่ดี เช่น แผ่นพับเข้าใจยาก รูปแบบไม่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า	2.43	น้อย	12	2.23	น้อย	8
ลูกค้าไม่เปิดโอกาสให้อธิบายรูปแบบเงินฝากหรือเข้าถึงลูกค้าทำได้ยาก	2.26	น้อย	14	2.08	น้อย	11
ขาดการฝึกอบรมทักษะการสื่อสารให้พนักงานเพื่อเสริมสร้างคุณภาพในการสื่อสารแก่พนักงาน	2.56	มาก	8	2.46	น้อย	3
ภาพลักษณ์ของพนักงานธนาคารทำให้ลูกค้าไม่ให้ความเป็นกันเองแก่พนักงาน	2.10	น้อย	15	1.83	น้อย	13

ตารางที่ 55 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของพนักงานด้านการตลาดสัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จำแนกตามตำแหน่ง

ปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	พนักงานปฏิบัติการ			นักบริหาร		
	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า	อันดับ
ธนาคารไม่มีระบบการเปิดรับปัญหา ข้อเสนอแนะหรือข้อติชมต่างๆ จากลูกค้า	2.48	น้อย	10	2.33	น้อย	6
ไม่มีการส่งเสริมด้านลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธนาคารกับลูกค้า	2.52	มาก	9	2.31	น้อย	7
ขาดการประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการตลาด เช่น ลูกค้าไม่ทราบว่ามีการแจกของเมื่อเปิดบัญชี	2.76	มาก	2	2.38	น้อย	5
ธนาคารไม่มีระบบการตรวจสอบและประเมินผล การให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าของพนักงาน	2.62	มาก	6	2.15	น้อย	10
ธนาคารไม่มีระบบติดตามการให้บริการลูกค้า เช่น การติดตามการส่งเงินงวดและเงินตอบแทนของลูกค้า	2.65	มาก	5	2.33	น้อย	6
ค่าเฉลี่ย	2.52			2.27		

จากตาราง 55 พบว่าพนักงานปฏิบัติการพบปัญหาด้านการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เรื่องขาดการประชาสัมพันธ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดของเงินฝากนี้ และปัญหาการขาดการส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าทราบเป็นอันดับแรกเท่า ๆ กัน ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.77) รองลงมาคือปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการตลาด ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.76) สำหรับนักบริหารพบปัญหาลูกค้าคิดว่าการฝากเงินประเภทนี้เป็นภาระประกันชีวิตควรคุ้มครองด้านการรักษาพยาบาลด้วยเป็นอันดับแรก ระดับปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 2.75) รองลงมาคือปัญหาลูกค้าเคยมีประสบการณ์ไม่ดีด้านการทำประกันชีวิต ทำให้ไม่อยากฝากเงินประเภทนี้ ระดับปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50)