



การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต
กรณีศึกษา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะโค จังหวัดอุดรธานี

A Study on Guidelines for Increasing Living Allowance Deposit:

Case Study of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Pakho Branch, Udon

Thani Province

สถาพร กำใจ¹ และ ประสิทธิ์ มะหะหมัด²

¹บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย Email:stpkachai@gmail.com

²กลุ่มวิชาการเงิน, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย Email:pmahamad2004@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาสาเหตุของปัญหายอดการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตลดลงและหาแนวทางแก้ไขปัญหายอดการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตลดลงของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะโค จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้ายกธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะโค จังหวัดอุดรธานี จำนวน 370 คน พนักงานสาขาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต จำนวน 6 คน ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุที่กรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. ของลูกค้าบางส่วนขาดผลบังคับเกิดจาก เงินในบัญชีไม่พอชำระเบี้ยประกัน สาเหตุที่เลือกใช้กรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. พบว่าส่วนใหญ่เพื่อป้องกันความเสี่ยงคุ้มครองสินเชื่อ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่คือบุคคลในครอบครัว ทางเลือกที่เหมาะสมคือการประชาสัมพันธ์และรับฝากกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. นอกสถานที่ เป็นการแสวงหาลูกค้าเชิงรุกประหยัดค่าใช้จ่ายและสามารถให้บริการกับลูกค้าที่สนใจได้ทันที ทั้งยังสามารถสร้างยอดรับฝากกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. ได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

คำสำคัญ: เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส., พฤติกรรมผู้บริโภค, ประกันชีวิต

ABSTRACT

The objective of this study was to investigate the causes of the problem of the reduction of the life support deposit amount and to find a solution to the reduction of the life support deposit amount of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Pako Branch, Udon Thani Province. The sample used in this research consisted of 370 customers of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Pako Branch, Udon Thani Province, and 6 employees of branch who were involved in life support deposit products. The results of the study showed that the cause for the Life Support Deposit Policy of some of the customer's BAAC was ineffective due to insufficient funds in the account to pay for the insurance premiums. The reason for choosing to purchase the BAAC Life Support



Deposit Policy of most of the sample were to protect against credit risk. Most of the people who influenced the decision to purchase the BAAC Life Support Deposit Policy were customer's family members. The appropriate option is public relations and offering the BAAC Life Support Deposit Policy offsite which is proactive strategy, cost-effective and able to provide immediate service to customers who are interested in the product. It will also be able to gain money from the BAAC Life Support Deposit Policy rapidly and continuously.

Keywords: BAAC Life Support Deposit, Consumer Behavior, Life Insurance

1. บทนำ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้มีบริการด้านการประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองวงเงินสินเชื่อที่ลูกค้ากู้กับธนาคารและลดภาระของทายาทของลูกค้าที่จะต้องมารับใช้หนี้ของลูกค้าในกรณีที่ลูกค้าเสียชีวิตแล้วภาระหนี้สินยังมีต่อธนาคาร นอกจากนี้ยังเป็นการขยายภารกิจการดำเนินงานของธนาคาร โดยเป็นการสร้างหลักประกันที่มั่นคง สร้างฐานเงินออม ให้ความคุ้มครองชีวิต และเป็นภูมิคุ้มกันในการดำรงชีพให้กับลูกค้า

ผลการดำเนินงานของ ธ.ก.ส. สาขาปะโคในปี บัญชี 2563 พบว่ายอดฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตลดลงจากปีบัญชีก่อนหน้าค่อนข้างมากและมีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปีบัญชี 2561 เป็นต้นมา จากข้อมูลของธนาคารพบว่ายอดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. สาขาปะโค ปีบัญชี 2560 มียอดรับฝาก เพิ่มขึ้น 2.74% จากปีก่อนหน้าปีบัญชี 2561 มียอดรับฝาก ลดลง 3.73% จากปีก่อนหน้า ปีบัญชี 2562 มียอดรับฝาก ลดลง 17.46% จากปีก่อนหน้าปีบัญชี 2563 (ณ 22/10/2563) ลดลง 345.88% จากปีก่อนหน้า เมื่อเทียบกับการเติบโตของสินเชื่อ ธ.ก.ส. สาขาปะโคพบว่าปีบัญชี 2560 มียอดรวมสินเชื่อ เพิ่มขึ้น 10.95% จากปีก่อนหน้าปีบัญชี 2561 มียอดรวมสินเชื่อ เพิ่มขึ้น 8.81% จากปีก่อนหน้าปีบัญชี 2562 มียอดรวมสินเชื่อ เพิ่มขึ้น 4.66% จากปีก่อนหน้าปีบัญชี 2563 (ณ 22/10/2563) เพิ่มขึ้น 1.83% จากปีก่อนหน้า (ที่มา:ระบบรายงานข้อมูลเพื่อการบริหารสาขา ธ.ก.ส.)

การศึกษานี้จึงเกิดขึ้นเพื่อศึกษาหาสาเหตุและหาแนวทางแก้ไข ปัญหายอดการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตลดลงของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะโค จังหวัดอุดรธานี

นิยามศัพท์เฉพาะ

เกษตรกร หมายถึง ผู้ประกอบอาชีพ การทำนา การทำไร่ การทำสวน การเลี้ยงสัตว์ การประมง การเลี้ยงไหมและสาวไหม การทำนาเกลือ การปลูกกล้วยไม้ หรือไม้ดอก การปลูกไม้สน การปลูกสวนป่า การเลี้ยงผึ้ง การเลี้ยงกุ้ง การเพาะเห็ด หรืออาชีพการเกษตรอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด โดยให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา

เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต หมายถึง จำนวนเงินซึ่งผู้ฝากเงินสงเคราะห์จะต้องนำส่งไว้กับธนาคาร ตามวิธีการและกำหนดระยะเวลาที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์

ธ.ก.ส. มอประกัน หมายถึง เป็นกรมธรรม์การรับฝากเงินสงเคราะห์ ประเภทรายบุคคล เพื่อการคุ้มครองสินเชื่อแก่ลูกค้าผู้กู้ของธนาคาร ระยะเวลาคุ้มครอง 1 ปี

ธ.ก.ส. เพิ่มรัก หมายถึง กรมธรรม์ฝากเงินสงเคราะห์ แบบออมทรัพย์มีระยะเวลาคุ้มครอง 12 ปี ระยะเวลาส่งฝาก 10 ปี คุ้มครองการเสียชีวิตจากการเจ็บป่วย หรืออุบัติเหตุ ครอบคลุมมีเงินคืนพร้อมเงินสมนาคุณ สามารถเลือกส่งฝากเป็น รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน หรือ ราย 1 ปี



ช.ก.ส. ทวีรัก หมายถึง กรมธรรม์การรับฝากเงินสงเคราะห์ประเภทรายบุคคล เพื่อการคุ้มครองชีวิตแก่เกษตรกร หรือครอบครัวเกษตรกร ส่งฝากเงินสงเคราะห์เป็นรายปีจนอายุถึง 99 ปีบริบูรณ์ คุ้มครองตลอดชีพถึงวันที่ผู้ฝากอายุครบ 99 ปีบริบูรณ์

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

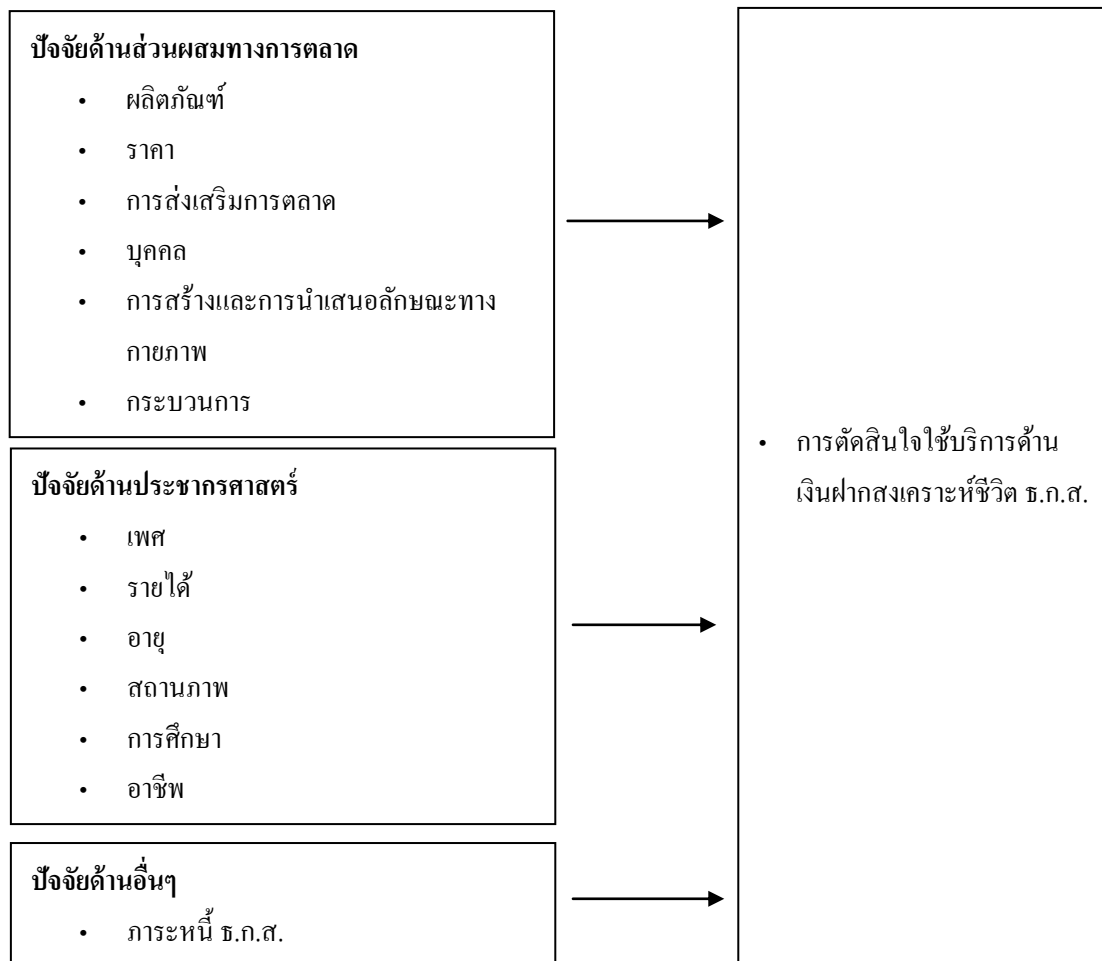
1. เพื่อศึกษาหาสาเหตุของปัญหาขอลดการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตลดลงของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะโค จังหวัดอุดรธานี

2. เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาขอลดการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตลดลงของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะโค จังหวัดอุดรธานี

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม





4. สมมุติฐานงานวิจัย

- สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ศ. ที่แตกต่างกัน
- สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ศ. ที่แตกต่างกัน
- สมมุติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ศ. ที่แตกต่างกัน
- สมมุติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านสถานะภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ศ. ที่แตกต่างกัน
- สมมุติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ศ. ที่แตกต่างกัน
- สมมุติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ศ. ที่แตกต่างกัน
- สมมุติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านภาระหนี้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ศ. ที่แตกต่างกัน

5. การดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้วิธีการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ จากแบบสอบถามเรื่อง “แนวทางการเพิ่มยอดการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะโค จังหวัดอุดรธานี” โดยรวบรวมจากลูกค้าที่มาติดต่อขอรับบริการที่สาขา ที่จุดบริการเคลื่อนที่ สถานที่ประชุมลูกค้า และเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงาน ร.ก.ศ. สาขาปะโค เก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ จากระบบงานสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรประกอบด้วยข้อมูลยอดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต เอกสารคู่มือเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

กลุ่มตัวอย่าง

ลูกค้า ร.ก.ศ. สาขาปะโค ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 370 ราย จากจำนวนลูกค้าที่ขึ้นทะเบียน ผู้ติดตามข้อบังคับ จ.44 (ลูกค้าเกษตรกร) จำนวน 4,643 คน

ผู้บริหารและพนักงานสาขาปะโคที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สงเคราะห์ชีวิต จำนวน 6 ราย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้แบบสอบถามกับลูกค้าที่เขามาใช้บริการใน ร.ก.ศ. สาขาปะโค และตามสถานที่ประชุมกลุ่มลูกค้าภายในหมู่บ้าน โดยทำการสแกน QR Code เพื่อตอบแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google form จำนวน 370 คน ระยะเวลาประมาณ 1 เดือน

สัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานสาขาปะโค โดยผู้วิจัย ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สงเคราะห์ชีวิตจำนวน 6 ราย



การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำมาวิเคราะห์และอธิบายผลโดยแสดงค่าของข้อมูลประกอบการอธิบายผลในลักษณะตารางและรูปภาพ ได้แก่ การแจกแจงความถี่(Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 จำนวน 14 ข้อ สำหรับอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก อาชีพเสริม รายได้ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อเดือน ภาระหนี้ ร.ก.ส. และวิเคราะห์ข้อมูลด้านการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ส.

การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ส. โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ ส่วนที่ 3 ตามสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น วิเคราะห์ระดับความสำคัญ ตามระดับชั้นของคะแนนเฉลี่ย

การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่า t-test ในการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรซึ่งจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ค่า F-test ในการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรซึ่งจำแนกเป็น 3 กลุ่มขึ้นไป โดยระดับความเชื่อมั่นที่ 95%วิเคราะห์ค่าให้สัมพันธ์จากกลุ่มตัวอย่าง ร่วมกับแนวคิดทฤษฎี เพื่อหาสาเหตุของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ลดลงรวมทั้งสรุปข้อปัญหาและแนวทางในการแก้ไข

6. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ส.และยังมีผลคุ้มครองอยู่ คิดเป็นร้อยละ 50.8 สาเหตุที่กรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ส.ของลูกค้านบางส่วนขาดผลบังคับเกิดจาก เงินในบัญชีไม่พอชำระเบี้ยประกัน คิดเป็นร้อยละ 23.26 ลูกค้านที่ส่วนใหญ่มีหรือเคยมี กรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ส.มอปรัก คิดเป็นร้อยละ 75.5 สาเหตุที่เลือกใช้กรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ส. พบว่าส่วนใหญ่เพื่อป้องกันความเสี่ยงคุ้มครองสินเชื่อ จำนวน 131 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 45.02 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ส. ส่วนใหญ่คือบุคคลในครอบครัวจำนวน 80 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 32 ในกลุ่มตัวอย่างไม่เคยมีกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ส. ส่วนใหญ่รู้จักกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ส. คิดเป็นร้อยละ 57.7

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความคุ้มครองของกรมธรรม์ครอบคลุมตามความต้องการ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ร.ก.ส.เพิ่มรักมีความคุ้มครองของกรมธรรม์ครอบคลุมตามความต้องการมากที่สุด $\bar{X}=4.14$ S.D.= 0.78 แปลผล เห็นด้วยมาก ด้านความคุ้มครองชัดเจนเข้าใจง่าย ร.ก.ส.เพิ่มรักมีเงื่อนไขความคุ้มครองชัดเจนเข้าใจง่ายมากที่สุด $\bar{X}=4.09$ S.D.=0.80 แปลผล เห็นด้วยมาก ด้านวงเงินทุนประกันต่อเบี้ยประกันมีความเหมาะสม ร.ก.ส.รักคุณมีวงเงินทุนประกันต่อเบี้ยประกันมีความเหมาะสม มากที่สุด $\bar{X}=4.07$ S.D.= 0.82 แปลผล เห็นด้วยมากซื้อ ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าค่าเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับความคุ้มครอง มากที่สุด $\bar{X}=4.07$ S.D.= 0.77 แปลผล เห็นด้วยมาก ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า การที่ ร.ก.ส.มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศมีผลมากที่สุด $\bar{X}=4.20$ S.D.= 0.73 แปลผล เห็นด้วยมาก ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ มีผลมากที่สุด $\bar{X}=4.16$ S.D.= 0.77



แปลผล เห็นด้วยมาก ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ มีผลมากที่สุด $\bar{X} = 4.30$ S.D. = 0.68 แปลผล เห็นด้วยมากที่สุดปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการมีมีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ มีผลมากที่สุด $\bar{X} = 4.31$ S.D. = 0.69 แปลผลเห็นด้วยมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปัจจัยด้านกระบวนการผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการมีหลายช่องในการชำระค่าเบี้ยประกันมีผลมากที่สุด $\bar{X} = 4.20$ S.D. = 0.71 แปลผล เห็นด้วยมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

เปรียบเทียบความสัมพันธ์ของลูกค้ำที่มีกรรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต t-test

ปัจจัยด้าน	ข้อมูล	n	Mean	S.D.	t	p	Sig.
เพศ	ชาย	86	1.83	.706	2.664	.008	.064
	หญิง	284	1.59	.730			

เปรียบเทียบความสัมพันธ์ของลูกค้ำที่มีกรรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต F-test

ปัจจัยด้าน	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	3.144	5	.629	1.181	.318
	ภายในกลุ่ม	193.764	364	.532		
	รวม	196.908	369			
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	2.218	4	.555	1.040	.387
	ภายในกลุ่ม	194.690	365	.533		
	รวม	196.908	369			
สถานภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.110	2	.055	.102	.903
	ภายในกลุ่ม	196.798	367	.536		
	รวม	196.908	369			
การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	3.955	5	.791	1.492	.192
	ภายในกลุ่ม	192.953	364	.530		
	รวม	196.908	369			
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	4.574	3	1.525	2.901	.035*
	ภายในกลุ่ม	192.334	366	.526		
	รวม	196.908	369			
ภาระหนี้ ธ.ก.ส.	ระหว่างกลุ่ม	7.417	6	1.236	2.368	.029*
	ภายในกลุ่ม	189.491	363	.522		
	รวม	196.908	369			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว จำแนกตามข้อมูลทั่วไป สรุปว่า เพศ รายได้ อายุ สถานภาพ การศึกษา มีการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ไม่แตกต่างกัน ในด้านอาชีพและภาระหนี้ ธ.ก.ส. ที่แตกต่างกัน มีการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการสัมภาษณ์ พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้ยอดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตลดลงประกอบด้วย ผลจากนโยบายพักชำระหนี้ การแพร่ระบาดของโรค โควิด-19 ผลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากช่องทางการจำหน่ายยังมีน้อย โดยผลิตภัณฑ์จะต้องจำหน่ายผ่านสาขาของธนาคารและจุดบริการเคลื่อนที่ของธนาคารเท่านั้น ยังไม่มีระบบจำหน่ายทางออนไลน์ต่างๆ จึงเป็นข้อจำกัดของลูกค้าที่มีความประสงค์จะฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ที่ไม่มีเวลามาติดต่อกับธนาคาร ด้านพนักงานพนักงานอาจไม่มีความชำนาญพอเพราะปริมาณงานมีมากไม่มีเวลาศึกษาเข้าใจผลิตภัณฑ์ ไม่มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ เนื่องจากไม่ได้รับการอบรมหรือผ่านการเทรนด้านการขายและด้วยปริมาณงานที่มากเกินไปในแต่ละวัน ทำให้พนักงานไม่สามารถดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างแท้จริง ด้านอาคารสถานที่ อาคารมีความคับแคบเมื่อเทียบกับปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการซึ่งในบางช่วงมีลูกค้าจำนวนมากเมื่อลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมากทำให้เกิดปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอ เกิดความแออัด ประกอบกับ ธ.ก.ส.เป็นธนาคารของรัฐ ที่มีหน้าที่ต้องสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลทำให้ในบางช่วงที่มีเงินการโอนเงินช่วยเหลือของรัฐบาลมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก เช่น เงินโครงการเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ เงินประกันรายได้ที่ผลทางการเกษตร เกษตรสนับสนุนโครงการเกษตรอินทรีย์ เงินเยียวยาเกษตรกร เป็นต้น

7. การอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส.และยังมีผลคุ้มครองอยู่ สาเหตุที่กรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส.ของลูกค้าบางส่วนขาดผลบังคับเกิดจาก เงินในบัญชีไม่พอชำระเบี้ยประกัน ลูกค้าที่ส่วนใหญ่มีหรือเคยมี กรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส.มอบริก สาเหตุที่เลือกใช้กรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. พบว่าส่วนใหญ่เพื่อป้องกันความเสี่ยงคุ้มครองเงินเชื่อ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่คือบุคคลในครอบครัว ส่วนใหญ่รู้จักกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่รู้จักกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส.มอบริก สาเหตุที่ไม่เคยทำกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. พบว่าส่วนใหญ่มีสมาคมพาณิชยกรรมอยู่แล้วผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความคุ้มครองของกรรมกรรมครอบคลุมตามความต้องการ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ธ.ก.ส.เพิ่มรักมีความคุ้มครองของกรรมกรรมครอบคลุมตามความต้องการมากที่สุด ด้านความคุ้มครองชัดเจนเข้าใจง่าย ธ.ก.ส.เพิ่มรักมีเงื่อนไขความคุ้มครองชัดเจนเข้าใจง่ายมากที่สุด ด้านวงเงินทุนประกันต่อเบี้ยประกันมีความเหมาะสมธ.ก.ส.รักคุณมีวงเงินทุนประกันต่อเบี้ยประกันมีความเหมาะสม ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าค่าเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับความคุ้มครอง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า การที่ธ.ก.ส.มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศมีผลมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอมีผลมากที่สุด ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ มีผลมากที่สุด ปัจจัย



ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า การมีมีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ มีผลมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า การมีหลายช่องในการชำระค่าเบี่ยประกันมีผลมากที่สุด

จากการสัมภาษณ์ความเห็นเกี่ยวกับธุรกิจเงินฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส.

- สาเหตุที่ส่งผลให้ยอดเงินฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. สาขาปะโค จึงลดลงจากปีก่อนๆ เป็นผลจากนโยบายพักชำระหนี้เกษตรกร ซึ่งได้รับผลกระทบจากโรคโควิด ส่งผลให้ลูกค้าไม่ต้องชำระหนี้เมื่อถึงกำหนด สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ลูกค้าที่มากู้เงินลดลงลูกค้าขาดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์

- สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อยอดเงินฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. สาขาปะโค ส่งผลกระทบต่อให้ยอดเงินฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตลดลงอย่างเห็นได้ชัด รายได้ของเกษตรกรซึ่งไม่มีเงินนำมาฝากเพื่อหักชำระทางบัญชีไม่ต่อเนื่อง ผลกระทบต่อการลงทุนเมื่อเศรษฐกิจไม่ดีลูกค้าก็ไม่กู้เงินไปลงทุนประกอบอาชีพจึงกระทบต่อการหาเงินฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ส่งผลกระทบต่อรายได้ของลูกค้า จึงทำให้ไม่มีเงินมาต่อประกัน

- แนวทางในการปรับตัว หรือแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยการมาปรับทัศนคติของพนักงานให้คิดบวกและมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกันให้ได้ติดตามกำกับและสะท้อนข้อมูลให้พนักงานผู้ปฏิบัติงานทราบตามสถานการณ์ตลอดสร้างความรู้และความเข้าใจให้ลูกค้าตระหนักถึงความจำเป็นที่ต้องฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตสร้างนิสัยการออมและพฤติกรรมการใช้ชีวิตให้ลูกค้า ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเข้าใจถึงผลดีผลเสียการทำประกันเพื่อจะได้มีแรงจูงใจในการทำประกัน ธนาคารต้องเน้นในการหาลูกค้าที่มีคุณภาพและจ่ายสินเชื่อเชิงรุกโดยต้องให้พนักงานออกพื้นที่เพื่อค้นหาลูกค้าที่ดีและมีความต้องการเงินเชื่อจริงๆ

ความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจแบบส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 7P's)

-ผลิตภัณฑ์เงินฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. ทั้งในด้านการคุ้มครอง ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มีความเหมาะสมผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ครบ ประโยชน์ให้คุณค่ากับลูกค้า

-ราคาค่าเบี่ยประกันมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับธนาคาร/บริษัท/สมาคมฉบับกิจอื่นเพราะราคาค่าเบี่ยมีการนับตามอายุซึ่งเป็นช่วงอายุและการต่ออายุผลิตภัณฑ์ก็ทำให้ลูกค้าเกิดความคุ้มค่าไม่ขาดโอกาสและไม่ต้องจ่ายเบี่ยในราคาที่สูงขึ้น

-ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันยังมีน้อยอยู่ธนาคารควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายเพื่อความสะดวกในการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

-การส่งเสริมการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ การให้ส่วนลดของสมนาคุณเหมาะสมธนาคารมีการเชิญชวนลูกค้าให้สมัครใช้แอปพลิเคชันของธนาคารและมีการเข้ากลุ่มไลน์ Baac connect แต่น่าจะมีช่วงฤดูกาล promote ผลิตภัณฑ์นั้นๆ หรือแนะนำช่วงอายุที่ทำให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

-พนักงานมีเพียงพอ แต่ความชำนาญใน ผลิตภัณฑ์อาจไม่มีความชำนาญพอเพราะปริมาณงานมีมากไม่มีเวลาศึกษาเข้าใจผลิตภัณฑ์ เนื่องจากไม่ได้รับการอบรมหรือผ่านการเทรนด้านการขายและด้วยปริมาณงานที่มากเกินไปในแต่ละวันทำให้พนักงานไม่สามารถดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างแท้จริง

-อาคารสถานที่มีความเหมาะสมแต่ความคับแคบเมื่อเทียบกับปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการซึ่งในบางช่วงมีลูกค้าจำนวนมาก

- กระบวนการในการพิจารณาสินไหม การชำระเบี่ยประกันมีความเหมาะสม



ด้านแนวทางในการแก้ปัญหา

1. การประชาสัมพันธ์และรับฝากกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส.นอกสถานที่

ข้อดี ทำให้เกิดการรับรู้ที่รวดเร็วและกว้างขวาง โดยเฉพาะลูกค้าธ.ก.ส.กลุ่มที่ยังไม่ทราบรายละเอียดของผลิตภัณฑ์จะได้มีโอกาสในการรับรู้รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ซักถามข้อมูลต่างๆเมื่อเกิดความสงสัย รวมถึงการการออกไปประชาสัมพันธ์พร้อมกับการบริการรับฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตนอกสถานที่ เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้เกิดความสะดวกสบายและลดความแออัดของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในธนาคาร

ข้อเสีย เมื่อออกไปดำเนินการรับฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตนอกสถานที่ จำเป็นต้องนำพนักงานการเงินออกไปพื้นที่ไปด้วย 1 คน อาจส่งผลกระทบต่อค่าบริการลูกค้าภายในสาขา รวมถึงมีความเสี่ยงเมื่อธนาคารต้องนำเงินสดออกไปบริการนอกสถานที่จากการโจรกรรมต่างๆ

งบประมาณที่กำหนดไว้ในงานศึกษา 36,000 บาท

2. การฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

ข้อดี พนักงานสาขาจะเกิดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และมีศักยภาพในการทำงานเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้เกิดความสามารถในการให้บริการ สามารถชี้แจงรายละเอียดผลิตภัณฑ์รวมถึงแนะนำจุดใจให้ลูกค้าสามารถเลือกกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตได้อย่างเหมาะสม และเกิดความประทับใจกับลูกค้า

ข้อเสีย สาขาจะต้องใช้จ่ายกับค่าจัดการฝึกอบรมและกระทบต่อวันหยุดของพนักงาน

งบประมาณที่กำหนดไว้ในงานศึกษา 140,000 บาท

3. การต่อเติมขยายต่อเติมและปรับภาพลักษณ์ อาคารสถานที่

ข้อดี การต่อเติมขยายและปรับภาพลักษณ์ อาคารสถานที่ ทำให้เกิดการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าผู้มาใช้บริการและเกิดความประทับใจเมื่อเห็นอาคารสถานที่กว้างขวางทันสมัย ลดความแออัดของลูกค้า และการแพร่ระบาดของโรคติดต่อต่างๆ

ข้อเสีย สาขาต้องลงทุนกับค่าใช้จ่ายในการต่อเติมอาคารสถานที่จำนวนมากและเกิดความไม่สะดวกต่อลูกค้าและผู้มาใช้บริการในช่วงที่มีการดำเนินการก่อสร้าง

งบประมาณที่กำหนดไว้ในงานศึกษา 1,280,000 บาท

ทางเลือกที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาคือการประชาสัมพันธ์และรับฝากกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส.นอกสถานที่เป็นการแสวงหาลูกค้าเชิงรุกประหยัดค่าใช้จ่ายและสามารถให้บริการกับลูกค้าที่สนใจได้ทันทีทั้งยังสามารถสร้างยอดรับฝากกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส.ได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่องรวมถึงเน้นอบรมพนักงานที่จะออกไปประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เพื่อแนะนำให้กับลูกค้าและครอบครัวของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

การควบคุมการทำงานโดยปกติธนาคารจะกำหนดยอดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเป็น KPI ให้สำหรับแต่ละสาขา โดยผู้บริหารสาขาจะดำเนินการจัดสรร KPI ให้กับพนักงานในแต่ละคนโดยจะมีการประเมินผลเมื่อปิดบัญชีคือเดือนสิ้นเดือนมีนาคมของแต่ละปีบัญชีโดยผลการประเมินนี้จะมีผลต่อการพิจารณาเลื่อนเงินเดือนประจำปีโดยพนักงานคนไหนมีผลงานโดดเด่นมีคะแนนการประเมินสูงก็จะได้ขึ้นการเลื่อนเงินเดือนที่สูงกว่าขั้นปกติ



การควบคุมและการประเมินผลของแนวทางเลือกในเชิงปริมาณ จะมีการเก็บตัวเลขโดยระบบงาน สงเคราะห์ชีวิตของธนาคารจะมีการเก็บข้อมูลรายละเอียดการจัดทำกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทั้งหมด ทั้งจำนวนราย ยอดเงินฝาก รายได้ของสาขา นอกจากนี้จะมีการเก็บตัวเลขจากการออกพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์ เป็นจำนวนครั้ง ยอดที่ได้ในการออกพื้นที่แต่ละครั้ง เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง

การควบคุมและการประเมินผลของแนวทางเลือกในเชิงคุณภาพ โดยดำเนินการพิจารณาจากความต้องการ ครบถ้วน สมบูรณ์ของใบคำขอฝากเงินกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ธนาคารได้กำหนด ไว้และความมุ่งมั่นตั้งใจของพนักงานแต่ละคนในการออกประชาสัมพันธ์และให้บริการนอกสถานที่ของธนาคาร

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจุบันยังมีลูกค้าที่ยังไม่เคยมีกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ส. หรือเคยมีแต่ขาดผลบังคับไป แล้วอีกจำนวนมาก รวมกันคิดเป็นร้อยละ 49.2 จึงสามารถที่จะขยายฐานลูกค้าและสร้างยอดการรับฝากเงิน ฝากสงเคราะห์ชีวิตให้เพิ่มสูงขึ้น โดยอาศัยทฤษฎีปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ ซึ่งจากจากการศึกษาพบว่าบุคคลในครอบครัวมี บทบาทมากที่สุดในการตัดสินใจฝากกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้า และนอกจากนี้ยังเป็น โอกาสตามทฤษฎี Swot Analysis
2. ด้านเหตุผลในการเลือกใช้กรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ส. พบว่าส่วนใหญ่เพื่อป้องกันความ เสี่ยงคุ้มครองสินเชื่อ ซึ่งการเข้าติดต่อขอสินเชื่อของลูกค้าในแต่ละครั้งพนักงานพัฒนาธุรกิจจะ แนะนำให้ลูกค้าทำกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ส. ซึ่งจะเกิดผลต่อลูกค้าทั้งการป้องกันความ เสี่ยง คุ้มครองสินเชื่อ เพื่อออมเงิน เพื่อลดภาระของทายาท/ผู้คู่ประกัน ในอนาคต สอดคล้องกับ การศึกษาของกนกวรรณ มาประจง (2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ลูกค้าในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของธนาคารออมสินในพื้นที่จังหวัด บุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของลูกค้า มีการใช้บริการออมสินคู่ขวัญมากที่สุด เหตุผลที่ใช้ บริการเนื่องจากต้องการความคุ้มครอง และโครงการวิจัยโดยเครือข่ายนักวิจัยจังหวัดสระบุรี (2559) ได้ ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต (มอบรัก) ของลูกค้า ร.ก.ส. ในพื้นที่จังหวัดสระบุรี ผลการวิจัยพบว่าสาเหตุที่ลูกค้าเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต เนื่องจากต้องการคุ้มครองชีวิตมากที่สุด
3. สาเหตุที่ไม่เคยทำกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร.ก.ส. ส่วนใหญ่มีสมาคมอาชีพ อยู่แล้ว ซึ่งลูกค้าที่สมัครเข้าเป็นลูกค้าเกษตรกรพนักงานสินเชื่อจะแนะนำให้ไปสมัครสมาชิกสมาคมอาชีพ สงเคราะห์ลูกค้า ร.ก.ส. ซึ่งหากลูกค้ามีภาระหนี้สินไม่มากเงินจากสมาคมอาชีพสงเคราะห์ลูกค้า ร.ก.ส. ก็เพียงพอที่จะชำระหนี้สินที่ค้างอยู่กับธนาคาร แต่ถ้าหากมีภาระหนี้สินจำนวนมากเงินจาก สมาคมอาชีพสงเคราะห์ลูกค้า ร.ก.ส. ก็ไม่เพียงพอที่จะชำระหนี้สินทั้งหมด จึงเป็นความจำเป็นที่



พนักงานจะแนะนำให้ลูกค้าจัดทำกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส.เพิ่มเติม สอดคล้องกับการศึกษาของโครงการวิจัยโดยเครือข่ายนักวิจัยจังหวัดสระบุรี (2559) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต (มอบริก) ของลูกค้า ธ.ก.ส.ในพื้นที่จังหวัดสระบุรี ผลการวิจัยพบว่าสาเหตุที่ลูกค้าไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ฯ เนื่องจากสมัครสมาชิกมาปนกิจสงเคราะห์ ธ.ก.ส. แล้ว

8. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

ผลการศึกษาพบว่าสาเหตุที่กรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส.ของลูกค้าบางส่วนขาดผลบังคับเกิดจากเงินในบัญชีไม่พอชำระเบี้ยประกัน สาเหตุที่เลือกใช้กรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. พบว่าส่วนใหญ่เพื่อป้องกันความเสี่ยงคุ้มครองสินเชื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่คือบุคคลในครอบครัว ทางเลือกที่เหมาะสมคือการประชาสัมพันธ์และรับฝากกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. นอกสถานที่ เป็นการแสวงหาลูกค้าเชิงรุกประหยัดค่าใช้จ่ายและสามารถให้บริการกับลูกค้าที่สนใจได้ทันที ทั้งยังสามารถสร้างยอดรับฝากกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. ได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

1. ธนาคารควรออกกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเพิ่มเติมให้ครอบคลุมมากขึ้น เช่น ประกันอัคคีภัย ประกันสุขภาพ ประกันอุบัติเหตุระยะสั้นสำหรับการศึกษาดูงานต่างๆ ซึ่งจะสามารถช่วยให้ยอดการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตเพิ่มมากขึ้น
2. ธนาคารควรมีการออกโปรโมชั่นส่งเสริมทางการตลาดเพื่อจูงใจให้กับลูกค้าได้มาสนใจ ผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเพิ่มขึ้น เช่น ดอกเบี้ยอัตราพิเศษสำหรับลูกค้าที่ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต หรือมอบของสมนาคุณต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. กลุ่มลูกค้า ธ.ก.ส. มีความหลากหลาย การแจกแบบสอบถามให้ลูกค้าตอบเองทั้งหมดจึงอาจได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วน จึงควรจัดเจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือลูกค้าในการตอบแบบสอบถามในการทำการศึกษาครั้งนี้ได้จัดเจ้าหน้าที่ช่วยเหลือลูกค้าในการตอบแบบสอบถาม แต่เมื่อไปลงพื้นที่สำรวจข้อมูลจริงๆ พบว่ามีลูกค้าจำนวนมากทำให้การดูแลการตอบแบบสอบถามไม่ทั่วถึง
2. ควรศึกษาถึงความต้องการของลูกค้าว่ามีความต้องการให้ธนาคารออกรูปแบบผลิตภัณฑ์ใดเพิ่มเติมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ ดร.ประสิทธิ์ มะหะหมัด ที่ได้ให้ความกรุณาแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขเนื้อหา ตลอดจนให้กำลังใจในการทำศึกษาค้นคว้าอิสระด้วยความเอาใจใส่จนสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ รวมถึงขอขอบพระคุณคณะกรรมการศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์เพื่อปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาให้



สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบคุณลูกค้า ธ.ก.ส.สาขาปะโคทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณผู้บริหารและพนักงาน ธ.ก.ส.สาขาปะโคที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้สัมภาษณ์และตอบคำถามของผู้ศึกษา

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ มาประจง. (2558). การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการใช้บริการเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของธนาคารออมสินในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).

โครงการวิจัยโดยเครือข่ายนักวิจัยจังหวัดสระบุรี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต (มอปรัก) ลูกค้า ธ.ก.ส.ในพื้นที่จังหวัดสระบุรี. ทีมวิจัย สำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดสระบุรี.

จารุวรรณ สิทธิโชค. (6 ธันวาคม 2563). *PEST Analysis*. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/457255>

ชีวรรณ เจริญสุขโชค. 6 ธันวาคม 2563. *ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค*. สืบค้นจาก

<https://maymayny.wordpress.com/2014/12/06/บทที่2-ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค>

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2563). *ข้อมูลทั่วไป*. สืบค้นจาก <https://www.baac.or.th/>

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2563). *ระบบข้อมูลเพื่อบริหารสาขา*. สืบค้นจาก

<https://www.baacnet.or.th/>

มิ่งขวัญ คณิงการ. (2561). *การศึกษาการแก้ไขปัญหาการรับฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ของ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพานไม่ เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้* (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).

สำนักเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. (2563). *คู่มือเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต*. สืบค้นจาก <https://www.baacnet.or.th/>

อภิชา แสนเมือง. (2559). *กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. มอปรัก 1/1 ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดมหาสารคาม* (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม).

Donlaya, C. (2563). *SWOT Analysis คืออะไร การวิเคราะห์ส่วติดต่อธุรกิจ SME อย่างไรบ้าง*. Retrieved from

<https://www.moneywecan.com/swot-analysis/>

bluebik.com. (2563). *สร้างกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix*. Retrieved from <https://bluebik.com/th/blogs/2676>