



การศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการดำเนินงานด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

A Study of the Problems and Solutions for the Operation of the Bank for Agriculture and
Agricultural Cooperatives' Life Allowance Deposits Wiang Pa Pao Branch Chiang Rai

พาววิญ กล้วยสุข¹ และ วรณรพี บานชื่นวิจิตร²

¹บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Email: mooyamp123@gmail.com

²กลุ่มวิชาการเงิน, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ถนนวิภาวดีรังสิต เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

Email: dr.wanrapee@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย ผู้ศึกษามีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารและพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำนวน 15 คน และผู้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำนวน 366 คน การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา มีการนำแนวคิดทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) 7Ps มาวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. โดยวิธีการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าส่วนผสมทางการตลาดใดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. มากที่สุด รวมถึงใช้ผังก้างปลา เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาการดำเนินงานด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย มีสาเหตุมาจาก พนักงานมีการสื่อสารกับลูกค้าน้อยเกินไปและอธิบายผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน ทำให้ลูกค้าได้รับการสื่อสารหรือแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากพนักงานไม่ครบถ้วน รวมถึงการจัดส่งเอกสารของไปรษณีย์ ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับจดหมายแจ้งเตือน และไม่ทราบงวดที่กำหนดชำระ แนวทางการแก้ไขปัญหา พบว่า ด้านการตลาดเป็นแนวทางที่ดีต่อสาขา สามารถเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายช่วยสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์และตัวธนาคารเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์และประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ทำให้ลูกค้าตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ที่ได้จากการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

คำสำคัญ: ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหา, เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร



ABSTRACT

This study aimed to investigate problems encountered and guidelines for solving a problem in life support deposit operations of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC), Wiang Pa Pao branch, Chiangrai province. Questionnaire and interview were Used for data collection conducted with 15 administrators and personnel as well as 366 clienteles of the bank. Obtained data were analyzed by using descriptive statistics and marketing mix (7Ps) concept was used for analyzing clientele satisfaction with the life support deposit through standard deviation finding. This aimed to analyze arhich market mix had an effect on the selection to use the life support deposit service of the bank most. Besides, fishbone diagram was also used for data analysis. Results of the study revealed that the problem in the life support deposit operations of the bank caused by too little communication with clienteles and unclear product explanation. This made the clienteles gained inadequate information of the bank's product. Besides, incomplete delivery of documents by post made clienteles did not receive the notification letter and did not know due installment. According to guidelines for solving the problems, it was found that marketing was a good guideline for the branch. This was because it could penetrate target groups and create reliability in the bank and its product. also used for data analysis, bank caused Also it helped increase perception about products and benefits which the clienteles would gain from the life support deposit. Consequently, the clienteles would realize values and benefits of the life support deposit.

Keywords: Problems and solutions, Life support deposit, Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives

1. บทนำ

จากสถานการณ์ปัจจุบันสถาบันการเงินต่าง ๆ มีการแข่งขันสูง รายได้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย จากการประกาศปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ การนำเทคโนโลยี Mobile Banking หรือระบบ PromptPay มาใช้ในด้านธุรกรรมการเงิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงรายจึงจำเป็นต้องหารายได้อื่นมาทดแทน ทั้งยังส่งผลให้เป้าหมายในการหาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเพิ่มมากขึ้นทุกปี ปัญหาคือปีที่ผ่านมามีผลการดำเนินงานด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงรายยังไม่เคยทำได้ตามเป้าหมายเลข ดังตารางที่ 1

สำนักงานเงินฝากเพื่อสงเคราะห์ชีวิต (สงช.) เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปีบัญชี 2557 ถึงปัจจุบันเพื่อขับเคลื่อนงานเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตสร้างความมั่นคงและสร้างภูมิคุ้มกันทางการเงินให้กับเกษตรกรครอบครัวเกษตรกรอย่างมั่นคงและยั่งยืนดำเนินงานรับฝากเงินเพื่อสงเคราะห์ชีวิตของเกษตรกรและครอบครัวของเกษตรกรภายใต้กรอบพระราชบัญญัติ ร.ก.ส. พ.ศ. 2509 (แก้ไขเพิ่มเติมครั้งที่ 6 พ.ศ. 2549) มาตรา 10 (2) และข้อบังคับฉบับที่ 51 ว่าด้วยการรับฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตของเกษตรกรและครอบครัวเกษตรกร มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเกษตรกรและครอบครัวของเกษตรกรอย่างยั่งยืนให้มีโอกาสเข้าถึงหลักประกันพร้อมไปกับการเสริมสร้างวินัยการออมอย่างมีแบบแผนตามความสามารถทางการเงินด้วยความสมัครใจโดยกำหนดวิสัยทัศน์ (VISION) “เป็นองค์กรชั้นนำที่เสริมสร้างหลักประกันชีวิตให้แก่เกษตรกรและครอบครัว” อีกทั้งลูกค้าเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีสวัสดิการต่าง ๆ และ



เมื่อเสียชีวิตอาจจะไม่มีเงินสำรองสำหรับการชำระหนี้ หรือจัดการภาระทางการเงินได้ ทำให้เป็นภาระของทายาท เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะสร้างหลักประกัน เพื่อลดความเสี่ยงให้กับธนาคาร, ลูกค้าเกษตรกรและครอบครัว อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการออมเงินไว้ใช้ในอนาคตให้แก่ลูกค้าอีกด้วย

ตารางที่ 1 รายงานผลการดำเนินงานด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตรายไตรมาสย้อนหลัง 3 ปี

KPIs		เป้าหมายที่กำหนด (TARGET)	ผลการดำเนินงาน (ACTUAL)
รายได้เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต		(ล้านบาท)**	(ล้านบาท)
ปีบัญชี 2560	ไตรมาสที่1 (30/06/2560)	0.156	0.13
	ไตรมาสที่2 (30/09/2560)	0.168	0.14
	ไตรมาสที่3 (31/12/2560)	0.239	0.20
	ไตรมาสที่4 (31/03/2561)	0.347	0.29
ปีบัญชี 2561	ไตรมาสที่1 (30/06/2561)	0.177	0.14
	ไตรมาสที่2 (30/09/2561)	0.164	0.13
	ไตรมาสที่3 (31/12/2561)	0.265	0.21
	ไตรมาสที่4 (31/03/2562)	0.504	0.40
ปีบัญชี 2562	ไตรมาสที่1 (30/06/2562)	0.182	0.16
	ไตรมาสที่2 (30/09/2562)	0.227	0.20
	ไตรมาสที่3 (31/12/2562)	0.261	0.23
	ไตรมาสที่4 (31/03/2563)	0.510	0.45

ที่มา: สำนักเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีสวนประสมการตลาด 7Ps

ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ตามแนวคิดของ Kotler and Keller ได้กล่าวถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ว่ามี (1) ผลิตภัณฑ์หมายถึงสินค้าและบริการอันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลักและผลิตภัณฑ์เสริมซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการเพื่อการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (2) ราคา (3) ช่องทางการจัดจำหน่ายหมายถึงการที่จะส่งมอบบริการให้กับลูกค้าเมื่อไหร่และต้องใช้เวลาในการที่จะส่งมอบบริการเท่าไรและเกิดขึ้นสถานที่ไหนและส่งมอบกันอย่างไร (4) การส่งเสริมการตลาดเป็นกิจกรรมด้านการออกแบบสิ่งจูงใจและการสื่อสารด้านการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า (5) บุคลากรต้องใช้ความพยายามในการวางแผนทั้งด้านกำลังคนการสรรหาการคัดเลือกบุคลากรและการฝึกอบรมพัฒนาและต้องสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด (6) หลักฐานทางกายภาคคือสถานที่และสิ่งแวดล้อมรวมถึงองค์ประกอบต่างๆที่สามารถจับต้องได้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่อผู้ปฏิบัติงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ (7) กระบวนการเป็นวิธีในการทำงานสร้างและส่งมอบผลิตภัณฑ์โดยต้องอาศัยการออกแบบและปฏิบัติให้ได้ตามกระบวนการที่มีประสิทธิผล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)



ผังก้างปลา

ผังก้างปลา (Fishbone diagram) เป็นผังที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหากับสาเหตุของปัญหาทั้งหมด ชื่อเรียกผังก้างปลานี้เนื่องจากเป็นผังที่มีลักษณะคล้ายปลาที่ประกอบด้วยหัวปลา โครงร่างกระดูกแกนกลางและก้างปลาโดยระบุปัญหาที่หัวปลาระบุสาเหตุหลักของปัญหาเป็นลูกศรเข้าสู่กระดูกแกนกลางและระบุสาเหตุย่อยที่เป็นไปได้ที่ส่งผลกระทบต่อปัญหาเป็นลูกศรเข้าสู่สาเหตุหลักนอกจากนี้ผังก้างปลาที่มีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าแผนผังอิชิกาวา (วันรัตน์ จันทกิจ, 2556)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อภิชา แสนเมือง (2559) ได้ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส. มอบุรี 1/1 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส. มอบุรี 1/1 ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส. โดยรวม

เขาวเรศ คำวงษ์ (2563) ได้ศึกษา แนวทางการเพิ่มและต่ออายุเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมอบุรี ธ.ก.ส. สาขาชุมแพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุหลักของยอดเงินฝากและการต่ออายุกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมอบุรีของลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาชุมแพ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น ที่มีแนวโน้มลดลงทุกปี ผลการศึกษาพบว่าแนวทางในการแก้ไขปัญหาสำหรับกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้ได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร คือ 1) กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด 2) กลยุทธ์ขยายตลาด และ 3) การสร้างความจงรักภักดีเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมอบุรีของลูกค้า ธ.ก.ส. ให้ได้ ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

จิตราทิพย์ ธัญญะเจริญ (2563) ได้ศึกษา การเพิ่มยอด FBI เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ของ ธ.ก.ส. สาขาบางปะอิน มีวัตถุประสงค์เพื่อ ต้องการเพิ่มยอด FBI เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ให้กับสาขาบางปะอิน ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่สนใจในผลิตภัณฑ์ทวีรัก 99 เนื่องจากคุ้มครองได้ตลอดชีวิต ค่าเบี้ยประกันถูก และยังสามารถลดหย่อนภาษีได้อีกด้วย และให้มีการคัดกรองลูกค้าที่ต่ออายุและยังไม่มาต่ออายุ โดยส่งจดหมายแจ้งเตือนวันครบกำหนดชำระทุกเดือน โทรศัพท์แจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 2 สัปดาห์

ธีระวัฒน์ ขวัญพงษ์ดี (2562) ได้ศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาหายได้จากค่าธรรมเนียมจากการขายกองทุนของธนาคารออมสินไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาหายได้ค่าธรรมเนียมขายกองทุนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ผลการศึกษาพบว่าสาเหตุของปัญหา คือปัญหาด้านการกำหนดเป้าหมายของรายได้ค่าธรรมเนียม แนวทางการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม คือ การแก้ไขปัญหาด้านกลยุทธ์ มุ่งเน้นกลยุทธ์ผสมผสานกันระหว่างกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่เหมาะสม



2. วัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการดำเนินงานด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบปัญหาการดำเนินงานด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย เพื่อให้ธนาคารหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานต่อไป
2. ทำให้มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

3. การดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร โดยกำหนดประชากร เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

3.1.1.1 ผู้บริหารและพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำนวน 15 คน เพื่อสอบถามความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการใช้งานระบบเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคาร และความเข้าใจในปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของสาขา ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง เนื่องจากผลการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงรายไม่เคยทำได้ตามเป้าหมายเลย

3.1.1.2 ผู้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำนวน 1,567 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

3.1.2.1 ผู้บริหารและพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำนวน 15 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ ได้แก่ การเลือกแบบเจาะจง โดยกำหนดเป็นเกณฑ์/คุณสมบัติว่าเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ มีความรู้ความเข้าใจและสามารถให้ข้อมูลได้ลึกซึ้งที่สุด

3.1.2.2 ผู้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำนวน 319 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างจากตามแนวทางของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลคือ 319 คน แต่ผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูลจำนวน 366 คน เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ผล แล้วจึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก



3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.2.1 แบบสัมภาษณ์ ผู้บริหารและพนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำนวน 15 คน โดยเป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด เพื่อสอบถามความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการใช้งานระบบเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต รวมถึงการแนะนำลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

3.2.2 แบบสอบถาม ลูกค้าเกษตรกรผู้กู้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย โดยการสุ่มลูกค้าจำนวน 366 คน โดยเป็นลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ และเติมคำแบบปลายเปิด เพื่อให้ทราบว่าลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด และเพื่อทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. และเพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าส่วนผสมทางการตลาดใดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. มากที่สุด

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ ธ.ก.ส. สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย แบบสอบถามเป็นคำถามแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับคือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำมาวิเคราะห์และอธิบายผลโดยแสดงค่าของข้อมูลประกอบการอธิบายผลในลักษณะตาราง รวมถึงใช้ฟังก์ชันกราฟ เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย

สำหรับแบบสอบถามลูกค้าเกษตรกรผู้กู้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย มีการนำแนวคิดทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) 7Ps มาวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. โดยวิธีการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าส่วนผสมทางการตลาดใดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. มากที่สุด

4. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ของผู้ซื้อกรมธรรม์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย สรุปรายละเอียดได้ดังนี้ เพศชาย ร้อยละ 51.60 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 45.90 สถานภาพสมรส ร้อยละ 72.10 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ร้อยละ 37.70 อาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 27.90 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 ร้อยละ 45.10 มีเงินออมต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 43.00 มีหนี้เงินกู้ยืมอยู่ที่ 100,000-500,000 บาท ร้อยละ 53.78 พบว่ามีการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตเพียง 1 กรมธรรม์ เหตุผลที่เลือกซื้อประกันเพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคงให้ชีวิต ครอบครัวและคนที่อยู่ในอุปการะ โดยเป็นกรมธรรม์แบบสะสมทรัพย์ จะเลือกซื้อประกันเมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ โดยจะเลือกซื้อประกันผ่านตัวแทนขาย/นายหน้าประกัน โดยตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ



มากที่สุด ลูกค้ำมีรูปแบบการออม โดยนำเงินไปฝากธนาคาร ร้อยละ 43.29 สามารถส่งเบี้ยประกันได้ปีละ 10,000 บาท ผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของ ธ.ก.ส. ที่เลือกซื้อคือประเภท ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 สาเหตุที่เลือกผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เพื่อเป็นการออม ร้อยละ 69.49 โดยสะดวกส่งชำระเบี้ยประกันโดยหักผ่านบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ ร้อยละ 72.77 ต้องการให้ธนาคารแจ้งกำหนดการชำระเบี้ยประกันผ่านช่องทางข้อความทางโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 87.19 และช่องทางการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทราบจาก พนักงาน ธ.ก.ส. มากที่สุด ร้อยละ 85.41

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. มากที่สุดคือ กรรมธรรม์เงินฝากเป็นหลักประกันเงินกู้ได้ ด้านราคา (Price) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. มากที่สุดคือ กรณีส่งเงินฝากไม่ทันตามกำหนดสามารถผ่อนผันให้อีก 31 วัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. มากที่สุดคือ อยู่ในแหล่งชุมชนสะดวกต่อการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. มากที่สุดคือ มีการดูแลผลประโยชน์ของลูกค้าตลอดอายุกรรมธรรม์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. มากที่สุดคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเป็นกันเอง ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. มากที่สุดคือ ด้านภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของธนาคาร ด้านกระบวนการ (Process) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. มากที่สุดคือ มีการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและมีมาตรฐาน

สำหรับสาเหตุที่ลูกค้ำไม่ต่ออายุกรรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมากที่สุดคือ ไม่ทราบงวดที่ถึงกำหนดชำระฝากส่ง สาเหตุรองลงมาคือ จำนวนเงินในการส่งเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตแต่ละครั้ง ไม่พอหักบัญชีอัตโนมัติเมื่อครบกำหนด มีภาระค่าใช้จ่ายครัวเรือนมาก จึงไม่มีเงินต่ออายุกรรมธรรม์ และมีภาระหนี้สินจำนวนมาก ต้องนำเงินไปชำระหนี้สินก่อนการต่ออายุกรรมธรรม์ ตามลำดับ

สรุปผลการสัมภาษณ์ ผู้บริหารและพนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำนวน 15 คน โดยเป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด เพื่อสอบถามความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการใช้งานระบบเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จากการสัมภาษณ์ พบว่า

ส่วนที่ 1

1. เพศชายร้อยละ 68 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 32
2. อายุ ต่ำกว่า 30 มากที่สุด รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี อายุมากกว่า 51 ปี และ อายุ 41-50 ปี ตามลำดับ
3. สถานภาพสมรส โสดมากที่สุด รองลงมาคือสมรส
4. ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรีสูงสุด รองลงมาคือปริญญาโท
5. ตำแหน่งพนักงานพัฒนาธุรกิจมากที่สุด รองลงมา คือ ตำแหน่งพนักงานการเงิน/พนักงานธุรการ และ ผู้ช่วยพนักงานธุรการ ตามลำดับ



ส่วนที่ 2

1. พนักงานรู้จักผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต คิดเป็น 100%
2. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธ.ก.ส. คิดเป็นร้อยละ 70 และมีความเข้าใจปานกลาง ร้อยละ 30
3. พนักงาน ร้อยละ 80 สามารถตอบได้ว่า ผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมี 4 ประเภท ได้แก่
 - 3.1 ธ.ก.ส. มอบริก
 - 3.2 ธ.ก.ส. เพิ่มรัก
 - 3.3 ธ.ก.ส. ทวีรัก
 - 3.4 ธ.ก.ส. รักคุณ
4. พนักงาน ร้อยละ 70 สามารถอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตแต่ละประเภทได้อย่างเข้าใจได้แก่
 - 4.1 ธ.ก.ส. มอบริก คือ ประกันการคุ้มครองเงินออมตามวงเงินกู้
 - 4.2 ธ.ก.ส. เพิ่มรัก คือ ประกันเงินออม
 - 4.3 ธ.ก.ส. ทวีรัก คือ ประกันคุ้มครองตลอดชีพ
 - 4.4 ธ.ก.ส. รักคุณ คือ ประกันอุบัติเหตุ
5. พนักงานเคยซื้อหรือมีความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ร้อยละ 70 และไม่เคยซื้อ ร้อยละ 30 เนื่องจากมีภาระค่าใช้จ่าย
6. พนักงานคิดว่าผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 100 เนื่องจากเป็นธนาคารที่มีความมั่นคง มีระบบและเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้ฝากมีความมั่นใจ
7. พนักงาน จะแนะนำให้ผู้กล้าซื้อผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ตามความเหมาะสมและสนใจของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 100 แต่มีบางคนขาดความรู้ความเข้าใจในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ทำให้ไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างชัดเจน

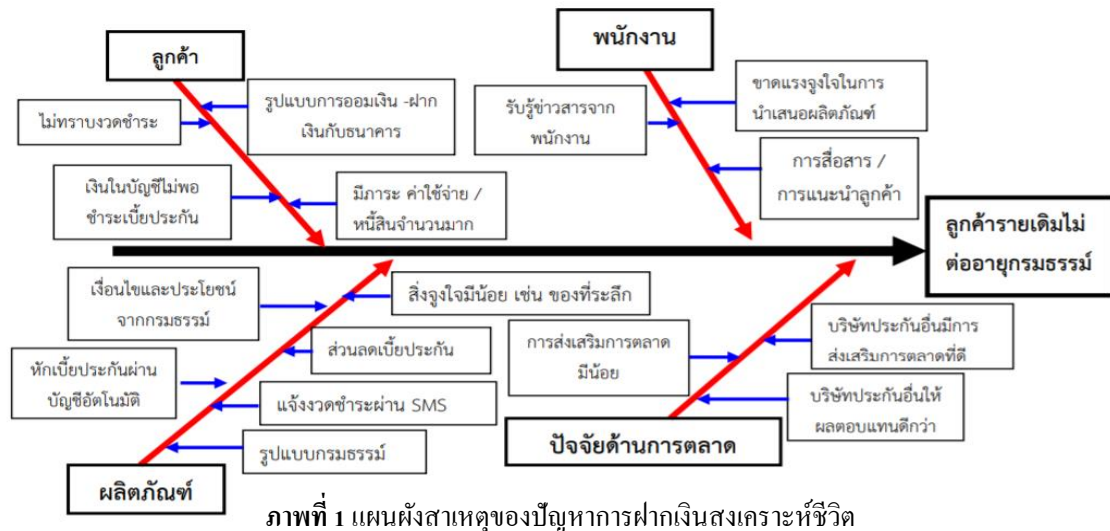
ส่วนที่ 2 สาเหตุของปัญหาการรับฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ของ ธ.ก.ส. สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

1. ลูกค้ารายเดิมไม่ต่ออายุกรมธรรม์

พบว่าสาเหตุที่ลูกค้ารายเดิมไม่ต่ออายุกรมธรรม์เนื่องจากสาเหตุ 4 ประการ ได้แก่ สาเหตุที่เกิดจากตัวพนักงาน คือ มีการสื่อสารกับลูกค้าน้อยเกินไปและอธิบายผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน ทำให้ลูกค้าไม่เข้าใจรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งลูกค้าที่ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ไปแบบไม่เข้าใจมีจำนวนมาก กอปรกับพนักงานของสาขาเองขาดแรงจูงใจในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า สาเหตุจากตัวลูกค้าคือ ลูกค้าได้รับการสื่อสารหรือแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากพนักงานไม่ครบถ้วน ทำให้เข้าใจผิดพลาด กอปรกับลูกค้ามีภาระค่าใช้จ่ายและหนี้สินจำนวนมาก ทำให้มีเงินออมไม่เพียงพอสำหรับการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตสาเหตุจากผลิตภัณฑ์ คือ รูปแบบกรมธรรม์ เงื่อนไขประโยชน์จากกรมธรรม์ ลูกค้ามีความเข้าใจไม่ครบถ้วน กอปรกับช่องทางการสื่อสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ของสาขานี้น้อยเกินไป ไม่ครอบคลุม ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับงวดชำระเบี้ยประกัน ช่องทาง ขั้นตอนการติดตาม



ลูกค้าทั้งรายใหม่และรายเก่าของสาขาข้างขาดประสิทธิภาพ มีการส่งจดหมายแจ้งเตือนลูกค้า สาเหตุจากปัจจัยภายนอก ซึ่ง ได้แก่ การจัดส่งเอกสารของไปรษณีย์ ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับจดหมายแจ้งเตือน และไม่ทราบเวลาที่กำหนดชำระ ทำให้กรมธรรม์ขาดต่ออายุ สาเหตุจากปัจจัยด้านการตลาด คือ การทำการตลาดการส่งเสริมการขายในเรื่องของ โปรโมชันและผลตอบแทนจากผลิตภัณฑ์ ยังไม่จูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส.



ส่วนที่ 3 แนวทางการแก้ไขปัญหาการรับฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ของ ธ.ก.ส. สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัด

เชียงราย

ทางเลือกที่ 1 การแก้ไขปัญหาในส่วนพนักงาน

(1) กำหนดตัวชี้วัดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเป็นรายบุคคลในอัตราส่วนที่เท่ากันมีการสร้างแรงจูงใจและให้ผลตอบแทนพนักงานที่มีผลการดำเนินงานดีเยี่ยมสูงสุด 3 อันดับแรกเพื่อเป็นขวัญกำลังใจและแรงจูงใจในการทำงาน ได้แก่ การมอบรางวัลให้กับพนักงานเป็นของขวัญมูลค่า 5,000 บาทจำนวน 3 รางวัลและการให้ชั้นพิเศษอย่างน้อยระดับ D สำหรับพนักงาน 3 ท่านนี้เพื่อความก้าวหน้าในสายอาชีพ

(2) มอบหมายการดูแลลูกค้าแยกเป็นรายบุคคล ลูกค้าเงินกู้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย มอบหมายให้พนักงานดูแลลูกค้า โดยพนักงานต้องมีข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นของลูกค้าที่ตนเองดูแล ได้แก่ ประเภทประกันหรือเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ลูกค้ามีอยู่ ณ ปัจจุบันเบี้ยประกันที่ลูกค้าต้องชำระวันครบกำหนดชำระเบี้ยประกันหรือต่ออายุกรมธรรม์ข้อมูลผู้รับผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นต้น

(3) จัดอบรมให้ความรู้และพัฒนาความรู้ด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทักษะด้านสินไหมการต่ออายุสัญญา กรมธรรม์บริการหลังการขายรวมทั้งที่ปรึกษาการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตให้กับพนักงานกำหนดให้พนักงานในสาขาทุกคนต้องอบรมและสอบใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตและวินาศภัย



ทางเลือกที่ 2 การแก้ไขปัญหาในส่วนของกระบวนการและขั้นตอนในการรับฝากการพิจารณาและการเคลมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

(1) ปรับปรุงช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตให้สามารถสื่อสารแก่ลูกค้าได้อย่างทั่วถึงสะดวกรวดเร็วและเข้าใจง่าย

(2) การนำเทคโนโลยี InsurTech เข้ามาช่วยในระบบฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตดังนี้

- ด้านการเลือกซื้อเข้ามาช่วยสร้างฐานข้อมูลของลูกค้าช่วยวิเคราะห์และประมวลผลจากข้อมูลที่มีอยู่ว่าความต้องการของลูกค้ามีความเสี่ยงด้านไหนควรทำประกันหรือเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภทใดเท่าไรบ้างถึงจะเหมาะสมและคัดเลือกหรือแนะนำผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์และคุ้มค่าที่สุดจากฐานข้อมูลมาแนะนำให้ได้ทันทีช่วยลดปัญหาลูกค้าที่ไม่ต้องการซื้อกับพนักงานเพราะกลัวอึดอัดใจหรือกลัวว่าพนักงานจะหลอกขายหรือให้คำแนะนำที่ไม่เหมาะสม

- ด้านการขายและการบริหารเทคโนโลยี InsurTech ช่วยให้พนักงานมีความสะดวกในการจัดการกับระบบข้อมูลของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเช่นประวัติข้อมูลส่วนตัวสุขภาพทรัพย์สินแบบประกันที่มีอยู่ครบกำหนดและวันสำคัญต่าง ๆ ที่จะช่วยแจ้งเตือนพนักงาน ทำให้พนักงานวางแผนงานในการเข้าพบทบทวนและบริการลูกค้าได้อย่างเป็นระบบมากขึ้นลดเวลาและความผิดพลาดในการสมัครทำเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทำให้ธนาคารสามารถอนุมัติได้รวดเร็วขึ้นและลูกค้าก็สามารถฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น

- ด้านการพิจารณาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตสามารถวิเคราะห์ความเสี่ยงเฉพาะบุคคลในด้านของสุขภาพการใช้ชีวิตการเดินทางหรือการขับขี่ได้อย่างละเอียดผ่านการใช้อุปกรณ์ในการตรวจวัดและเก็บข้อมูลเพื่อประเมินสุขภาพและความแข็งแรง

- ด้านการเคลมเดิมการเคลมแต่ละครั้งใช้เอกสารหลักฐานจำนวนมากและใช้เวลานานในการสืบค้นเพื่อพิสูจน์ว่าใครผิดใครถูกหรือมีการเคลมอย่างซื่อสัตย์หรือไม่เทคโนโลยี InsurTech จะช่วยพัฒนาระบบการรับแจ้งเคลมให้เป็นแบบออนไลน์เชื่อมต่อข้อมูลกันทั้งหมดซึ่งจะช่วยให้การติดตามและสืบค้นข้อมูลมีความสะดวกมากขึ้น

ทางเลือกที่ 3 การแก้ไขปัญหาในส่วนใน ส่วนโปรโมชั่นและการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์

(1) ประชาสัมพันธ์ / สร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Facebook / YouTube ซึ่งเป็นช่องทางสื่อที่มีต้นทุนต่ำกว่าสื่อโทรทัศน์และสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้สาขา มีการเดินตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และช่วยเพิ่มการรับรู้ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

(2) สร้างการตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ที่ได้จากการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตซึ่งเมื่อลูกค้าผู้เสียชีวิตภาระเงินกู้ดังกล่าวจะได้ไม่ตกเป็นภาระของทายาทและทายาทก็จะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์จากกรรมธรรม์เพื่อเป็นเงินออมและเป็นมรดกสำหรับทายาทต่อไปทำให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ของการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตที่นอกเหนือจากการคุ้มครองชีวิตแล้วยังเป็นการออมเงินที่ได้รับคืนเมื่อฝากส่งครบกำหนดและเป็นหลักประกันที่มั่นคงของชีวิต

(3) สาขามีการทำโปรโมชั่นเองนอกเหนือจากที่ธนาคารมี ได้แก่ กิจกรรมกรรมธรรม์นำโชคสำหรับลูกค้าที่ฝากเงินสงเคราะห์รายใหม่และสำหรับลูกค้าที่ต่ออายุสัญญากรรมธรรม์หรือส่งชำระงวดถัดไปดังนี้

- ลูกค้ารายใหม่ทุกรายที่ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตรับกระเป๋าสะพาย ธ.ก.ส. จำนวน 1 ใบมูลค่า 250 บาท



ทางเลือกที่ 4 พัฒนาผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์คุ้มครองชีวิตเกษตรกรทั่วไปและชุมชน ผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ ผลิตภัณฑ์คุ้มครองอุบัติเหตุ

(1) พัฒนาการบริการทางการเงินครบวงจรและทันสมัย ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มแบบเชิงรุกอย่างน้อยปีละ 1 ผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่มลูกค้า อาทิ ผลิตภัณฑ์คุ้มครองชีวิตเกษตรกรทั่วไปและชุมชน ผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ผลิตภัณฑ์คุ้มครองอุบัติเหตุ เพื่อรักษฐานและขยายฐานลูกค้ารายคนและชุมชน เข้าถึงระบบภูมิคุ้มกันเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

แนวทางที่เลือกในการแก้ไขปัญห ผู้ศึกษาได้พบว่าแนวทางที่ 3 ด้านการตลาดเป็นแนวทางที่ดีที่สุดสาขาสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายช่วยสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์และตัวธนาคารเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์และประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ที่ได้จากการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของแนวทางเลือกด้านการตลาด

1. ความร่วมมือของผู้บริหารและพนักงาน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย และทุกคนที่เกี่ยวข้องจึงสามารถนำไปสู่ทัศนคติในเชิงบวกและส่งผลให้พฤติกรรมออกมาดีในที่สุด ผู้บริหารควรต้อง “สนับสนุน” และ “ใส่ใจ” เพื่อกระตุ้นให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในองค์กรเกิดการตื่นตัวและตระหนักถึงความสำคัญของเป้าหมายหรือผลการดำเนินงาน เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเป็นสิ่งที่สำคัญที่ทุกคนต้องช่วยกันและทำให้เกิดระบบบริหารจัดการที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

2. การติดต่อสื่อสารระหว่างกันทั้งพนักงานต่อพนักงานและพนักงานต่อลูกค้า พนักงานควรได้รับการฝึกอบรมให้เกิดความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ พนักงานกับลูกค้ามีการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน

3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตรวมถึงการให้บริการของพนักงานในสาขาที่ปฏิบัติต่อลูกค้า ทั้งผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่มีคุณภาพดีกว่าหรือสูงกว่าคู่แข่ง สาขาที่มีโอกาสขยายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้นเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โอกาสที่จะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์หรือมีการบอกต่อในอนาคตก็มีมากขึ้นด้วย โอกาสที่จะแข่งขันกับคู่แข่งก็เพิ่มมากขึ้นด้วย การบริการที่ดีทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นไว้วางใจและนำไปสู่การตัดสินใจเป็นลูกค้าประจำ

4. การยกย่องชมเชยและการให้รางวัลเป็นการสร้างขวัญกำลังใจ สามารถขับเคลื่อนงานเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย ทำให้พนักงานหรือบุคลากรเกิดความมุ่งมั่นและตั้งใจที่จะทำให้การดำเนินการตามเป้าหมายให้ประสบความสำเร็จ

แผนสำรอง / แผนฉุกเฉิน (Contingency Plan)

1. มีการศึกษาเทคโนโลยีอื่น ๆ เพื่อรองรับในกรณีที่มีการนำเทคโนโลยี InsurTech มาใช้ในระบบฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตแล้วไม่ประสบความสำเร็จ

2. มีการปรับปรุงรูปแบบแผนการตลาดเพิ่มการจัด โปรโมชันและกิจกรรมทางการตลาดรูปแบบอื่นเพื่อให้ผลการรับฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เป็นไปตามเป้าหมาย มีการรับฝากกรมธรรม์ใหม่เพิ่มขึ้น

3. มีการเปรียบเทียบงบประมาณในการจัดกิจกรรมทางการตลาดกับผลตอบรับ และผลตอบแทนที่ได้ว่าคุ้มค่าต่อการทำการตลาดหรือไม่ วางแผนจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติม อาจมีการตัดกิจกรรมบางอย่างที่ไม่คุ้มค่าต่อการทำการตลาดออก



5. การอภิปรายผล

จากการศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการดำเนินงานด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย พบว่าปัญหา คือ ลูกค้ายรายเดิมไม่ต่ออายุกรรมธรรม์ เนื่องจากสาเหตุ 4 ประการ ได้แก่ สาเหตุที่เกิดจากตัวพนักงาน คือ มีการสื่อสารกับลูกค้าน้อยเกินไปและอธิบายผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน ทำให้ลูกค้าไม่เข้าใจรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งลูกค้าที่ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตไปแบบไม่เข้าใจมีจำนวนมาก กอปรกับพนักงานของสาขาเองขาดแรงจูงใจในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า สาเหตุจากตัวลูกค้าคือ ลูกค้าได้รับการสื่อสารหรือแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากพนักงาน ไม่ครบถ้วน ทำให้เข้าใจผิดพลาด กอปรกับ ลูกค้ามีภาระค่าใช้จ่ายและหนี้สินจำนวนมาก ทำให้มีเงินออมไม่เพียงพอสำหรับการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต สาเหตุจากผลิตภัณฑ์ คือ รูปแบบกรรมธรรม์ เงื่อนไข ประโยชน์จากกรรมธรรม์ ลูกค้ามีความเข้าใจไม่ครบถ้วน กอปรกับช่องทางการสื่อสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ของสาขามีน้อยเกินไป ไม่ครอบคลุม ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับงวดชำระเบี้ยประกัน ช่องทาง ขั้นตอนการติดตามลูกค้าทั้งรายใหม่และรายเก่าของสาขายังขาดประสิทธิภาพ มีการส่งจดหมายแจ้งเตือนลูกค้า สาเหตุจากปัจจัยภายนอกซึ่ง ได้แก่ การจัดส่งเอกสารของไปรษณีย์ ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับจดหมายแจ้งเตือน และไม่ทราบงวดที่กำหนดชำระ ทำให้กรรมธรรม์ขาดต่ออายุ สาเหตุจากปัจจัยด้านการตลาด คือ การทำการตลาดการส่งเสริมการขายในเรื่องของ โปรโมชันและผลตอบแทนจากผลิตภัณฑ์ ยังไม่จูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. ซึ่งมีความแตกต่างกับงานวิจัยของ ชีระวัฒน์ ขวัญพงษ์ดี (2562) เรื่อง แนวทางการแก้ไขปัญหารายได้จากค่าธรรมเนียมจากการขายกองทุนของธนาคารออมสิน ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด ซึ่งพบว่าปัญหา คือ การกำหนดเป้าหมายของรายได้

แนวทางการแก้ไขปัญหารับฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ของ ธ.ก.ส. สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย ได้แก่ ด้านการตลาดเป็นแนวทางที่ดีต่อสาขาสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายช่วยสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์และตัวธนาคารเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์และประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ที่ได้จากการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ แดกต่าง จากงานวิจัยของ เขาวเรศ คำวงษ์ (2563) เรื่อง แนวทางการเพิ่มและต่ออายุเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมอริรักธ.ก.ส.สาขารวมแพ ซึ่งพบว่า แนวทางในการแก้ไขปัญหสำหรับกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้ได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร คือ 1) กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด 2) กลยุทธ์ขยายตลาด และ 3) การสร้างความจงรักภักดีเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมอริรักธ.ก.ส.ให้ได้ ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตราทิพย์ ธีชญะเจริญ (2563) เรื่อง การเพิ่มยอด FBI เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ของ ธ.ก.ส. สาขาบางปะอิน โดยให้มีการคัดกรองลูกค้าที่ต่ออายุและยังไม่มาต่ออายุ โดยส่งจดหมายแจ้งเตือนวันครบกำหนดชำระทุกเดือน โทรศัพท์แจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 2 สัปดาห์

จากผลการศึกษา เหตุผลที่ลูกค้าเลือกซื้อประกันเพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคงให้ชีวิตครอบครัวและคนที่อยู่ในอุปการะเหตุผลที่ฝากเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเพื่อเป็นการออมเงินซึ่งสอดคล้องกับประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. ที่ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการคือเพิ่มรัก 12/10

ผลการศึกษา ด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นการวางแผนการตลาดในแต่ละส่วนให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะทำให้ผลการดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมาย



คุณค่าและประโยชน์จากการศึกษา วิชาการและสาขา สามารถนำไปเป็นข้อมูล เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต ที่สามารถตอบ โจทย์ทางเลือก ให้กับลูกค้าได้มากขึ้น ได้แก่ การเพิ่มความคุ้มครองลูกค้าที่มีอายุเกิน 60 ปี การเพิ่มสิทธิประโยชน์ จากตัวกรมธรรม์และผลตอบแทนอื่น ๆ เพื่อสามารถแข่งขันกับ บริษัทประกันภัยอื่น ๆ ได้

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

สาเหตุของปัญหาการรับฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตของ ธ. ก. ส. สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย เกิดจากลูกค้า รายเดิม ไม่ต่ออายุกรมธรรม์ พบว่าสาเหตุที่ลูกค้ารายเดิม ไม่ต่ออายุกรมธรรม์เนื่องจากสาเหตุ 4 ประการ ได้แก่ สาเหตุ ที่เกิดจากตัวพนักงาน คือ มีการสื่อสารกับลูกค้าน้อยเกินไปและอธิบายผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน ทำให้ลูกค้าไม่เข้าใจ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งลูกค้าที่ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตไปแบบไม่เข้าใจมีจำนวนมาก กอปรกับพนักงานของ สาขาเองขาดแรงจูงใจในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า สาเหตุจากตัวลูกค้าคือ ลูกค้าได้รับการสื่อสารหรือ แนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากพนักงานไม่ครบถ้วน ทำให้เข้าใจผิดพลาด กอปรกับลูกค้ามีภาระค่าใช้จ่ายและหนี้สิน จำนวนมาก ทำให้มีเงินออมไม่เพียงพอสำหรับการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตสาเหตุจากผลิตภัณฑ์ คือ รูปแบบกรมธรรม์ เงื่อนไข ประโยชน์จากกรมธรรม์ ลูกค้ามีความเข้าใจไม่ครบถ้วน กอปรกับช่องทางการสื่อสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ของสาขามีน้อยเกินไป ไม่ครอบคลุม ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับงวดชำระเบี้ยประกัน ช่องทาง ขั้นตอนการ ติดตามลูกค้าทั้งรายใหม่และรายเก่าของสาขาซึ่งขาดประสิทธิภาพ มีการส่งจดหมายแจ้งเตือนลูกค้า สาเหตุจากปัจจัย ภายนอกซึ่ง ได้แก่ การจัดส่งเอกสารของไปรษณีย์ ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับจดหมายแจ้งเตือน และไม่ทราบงวดที่กำหนด ชำระ ทำให้กรมธรรม์ขาดต่ออายุ สาเหตุจากปัจจัยด้านการตลาด คือ การทำการตลาดการส่งเสริมการขายในเรื่องของ โปรโมชันและผลตอบแทนจากผลิตภัณฑ์ ยังไม่จูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส.

สำหรับแนวทางในการแก้ไขปัญหา และนำมาปรับใช้ในการบริหารจัดการการรับฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ของ ธ.ก.ส. สาขาเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย ได้แก่ การพัฒนาด้านการตลาดเป็นแนวทางที่ดีต่อสาขาสามารถเจาะ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายช่วยสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์และตัวธนาคารเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์และ ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตทำให้ลูกค้าตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ที่ได้จากการ ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต รวมถึงธนาคารหรือสาขาต้องมีสิ่งตอบแทน หรือสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้เกิดความกระตือรือร้น และเกิดการร่วมแรงร่วมใจของพนักงาน เพื่อให้สาขามีผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย สำหรับเครื่องมือ ใน การติดตามเพื่อรักษาสถานลูกค้าเก่าของสาขายังมีไม่เพียงพอ ประกอบกับผลิตภัณฑ์ ไม่มีโปรโมชันทางการตลาดที่จูง ใจมากพอ ซึ่งลูกค้าเกิดการเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นทำให้ไม่เกิดการต่ออายุกรมธรรม์ สาขาต้องสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ ตัวผลิตภัณฑ์ ให้เกิดคุณค่า และส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับทั้งลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่

ข้อเสนอแนะ

ธนาคารควรให้ความสำคัญในส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ได้แก่ ในด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านพนักงาน ควรพิจารณาออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะใหม่หรือ ปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ธนาคารควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่สามารถรองรับลูกค้าที่มีการเพิ่มระดับอายุที่มากขึ้นเช่นจาก การคุ้มครองถึงอายุ 60 ปีก็เพิ่มความคุ้มครองเป็นช่วงอายุ 20-70 ปี เป็นต้น เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารมี



สุขภาพแข็งแรง และอายุเกิน 60 ปีเป็นจำนวนมาก และควรมีการเพิ่มข้อ จำกัด ในการรับคุ้มครองหรือทายาทของลูกค้า
เกษตรกรเงินกู้ให้สามารถฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. มอปรัก 1/1 เพิ่มเติมได้ด้วย

2. ด้านราคา ธนาคารควรกำหนดราคาหลายระดับ และหลายทางเลือก เช่น การผ่อนชำระ การให้ส่วนลด
และการกำหนดราคาแบบขั้นบันได เพื่อให้ลูกค้าที่อายุแตกต่างกันมาก ๆ จะได้มีความรู้สึกที่ลูกค้าได้รับความคุ้มค่า
ในการตัดสินใจฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส.

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธนาคารควรเพิ่มช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้สะดวกเช่น ทางกลุ่ม
Applications สื่อออนไลน์ของธนาคาร และสามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วประเทศไม่ จำกัด ว่าเป็นลูกค้าของสาขาใด
จังหวัดใด

4. ด้านกระบวนการให้บริการ ควรลดขั้นตอนและการจัดทำกระบวนการสมัครเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต การ
รับผลประโยชน์ การเคลมหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ให้มีความรวดเร็วและสามารถดำเนินการเบ็ดเสร็จในขั้นตอนเดียว

5. ด้านประเมินทางเลือก ธนาคารควรเพิ่มช่องทางการให้บริการในการจ่ายเบี้ยประกันการรับผลตอบแทน
และการแจ้งสิทธิประโยชน์ของลูกค้าที่หลากหลาย เช่นระบบ ATM ของธนาคาร Applications สื่อออนไลน์ของ
ธนาคาร

6. ด้านความรู้สึกลูกค้าหลังการซื้อ ธนาคารมีการพัฒนาช่องทางการให้บริการ เช่น การทำธุรกรรมทาง
อินเทอร์เน็ต (E-Banking) การให้บริการจัดส่งเอกสาร เช่น กรมธรรม์ ใบแจ้งงวดชำระ ใบเสร็จการชำระเงิน ให้
เป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว มีการติดต่อลูกค้าเป็นประจำแจ้งเตือนการต่อกรมธรรม์ให้ทันเวลาเพื่อรักษา
ผลประโยชน์ของลูกค้าและได้รับการคุ้มครองอย่างต่อเนื่องจากกรมธรรม์

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงสาเหตุปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการเพิ่มเติมเพื่อนำผลมาพัฒนาการให้บริการ
ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าและความคาดหวังของ
ลูกค้าต่อการให้บริการเฉพาะผลิตภัณฑ์

2. ควรมีการศึกษาโดยเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่นเพื่อเปรียบเทียบผลในธุรกิจที่มีสภาพแวดล้อมใน
การดำเนินงานแตกต่างกัน ซึ่งอาจทำให้การศึกษามีประสิทธิผลและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมาย
มากขึ้น

3. ควรศึกษาผลกระทบของตัวแปรแทรกที่มีผลต่อการบริหารงานที่มุ่งเน้นศักยภาพและผลการดำเนินงาน
เช่น ประสิทธิภาพของการดำเนินงาน หรือปรับแนวทางแก้ไขให้ตอบสนองการแข่งขัน

เอกสารอ้างอิง

จิตราทิพย์ ธัญญะเจริญ. (2563). การเพิ่มยอด *FBI* เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของ ธ.ก.ส. สาขาบางปะอิน (การค้นคว้า
อิสระ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).

ธีระวัฒน์ ขวัญพงษ์ดี. (2562). แนวทางการแก้ไขปัญหารายได้ค่าธรรมเนียมจากการขายกองทุนของธนาคารออมสิน
ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด (การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).

เขาวเรศ คำวงษ์. (2563). แนวทางการเพิ่มและต่ออายุเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมอปรักธ.ก.ส. สาขาชุมแพ (การค้นคว้า
อิสระ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).



วันรัตน์ จันทกิจ. (2556). *แผนผังก้างปลา 17 เครื่องมือนักคิด*. กรุงเทพฯ : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. โรงพิมพ์ ซีเอ็ด
ยูเคชั่น จำกัด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : บริษัท วลีทรีพัฒนา จำกัด.

อภิชา แสนเมือง. (2559). *กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต รกส มอ
รัก 1/1 ของลูกค้ำธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดมหาสารคาม (การค้นคว้าอิสระ,
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม)*.