



การศึกษสาเหตุและแนวทางการแก้ปัญหากรณีลูกค้าขาดชำระ  
เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 กรณีศึกษา ธ.ก.ส. สาขาเวียงแหง  
The causes and solutions to the problem of customers' inadequate payment  
for life support deposit, BAAC Permrak 12/10, case study; BAAC Wiang Haeng branch

ขนิษฐา โนชัย<sup>1</sup> และ ธฤตพน อุ้วสวัสดิ์<sup>2</sup>

<sup>1</sup> กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, khanittha.no@baac.or.th

<sup>2</sup> คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, tousawat@riped.utcc.ac.th

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาถึงสาเหตุและแนวทางการแก้ปัญหากรณีลูกค้าขาดชำระเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 กรณีศึกษา ธ.ก.ส. สาขาเวียงแหง โดยผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 ชุด ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุของปัญหาประกอบด้วยปัจจัยหลายด้าน คือ ด้านบุคคลกร กรณีที่ลูกค้าประสบปัญหาหรือข้อสงสัยไม่มีพนักงานที่สามารถติดต่อได้โดยตรงหรือให้บริการเฉพาะด้านกระบวนการ ได้รับกรมธรรม์หรือใบแจ้งเดือนชำระค่าเบี้ยประกันล่าช้า ด้านการส่งเสริมการขาย มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ น้อย ไม่มีการแจ้งรายละเอียดข้อมูลและข่าวสารที่น่าสนใจอย่างสม่ำเสมอ และด้านผลิตภัณฑ์ ผลตอบแทนที่ได้รับเมื่อครบกำหนดไม่เป็นที่น่าพอใจ และผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้ว่างงาน ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายให้ได้มากที่สุด จึงได้นำมาวางแผนกำหนดแนวทางการแก้ปัญหา 3 แนวทาง คือ 1. จัดพิมพ์ใบแจ้งชำระจัดส่งให้ลูกค้าก่อนครบกำหนด 30 วัน 2. โทรมแจ้งลูกค้าที่อยู่ในระยะผ่อนผันโดยตรง และ 3. ตรวจสอบสถานะกรมธรรม์ให้ลูกค้าทุกครั้งที่มาใช้บริการที่ธนาคาร โดยได้เลือกแนวทางที่ 3 ในการแก้ปัญหา ซึ่งหากดำเนินการตามแนวทางดังกล่าว คาดว่าจะสามารถลดยอดกรมธรรม์ที่มีสถานะผ่อนผันและขาดผลบังคับลงได้

คำสำคัญ: สาเหตุและแนวทางแก้ปัญหา, ประกัน, ธนาคาร

### ABSTRACT

This independent study studies the causes and solutions to the problem of customers' inadequate payment for life support deposit, BAAC Permrak 12/10, case study; BAAC Wiang Haeng branch. The researcher collected data from 250 sample questionnaires. The results of the study showed that the cause of the problem had many aspects; the human resource, in case of problems or inquiries, there were no employees who could be contacted directly or provided specific services, the procedure, the customers received insurance policy or notification of late payment of insurance premiums, the promotion, there were few advertisements through various media, without providing details and interesting news on a regular basis, and the product, the returns received at maturity were not satisfactory and the impact of the COVID-19 virus outbreak has led to unemployment and the



need of saving money as much as possible. The researcher has therefore devised a 3 solutions plan to the problems:  
1. Print payment notification and deliver to customers 30 days before the deadline, 2. Call directly to notify customers who are in the grace period and 3. Check the policy status of customer every time they come to the bank. The researcher choosing the Third solution to solve the problem. If it is implemented in accordance with the aforementioned guidelines. It is expected to be able to reduce the policy amount which has respite status and lack of enforcement.

**Keywords:** Causes and Solutions, Insurance, Bank

## 1. บทนำ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จึงถือเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม โดยธนาคารมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย

การศึกษาครั้งนี้จะมุ่งเน้นที่ผลิตภัณฑ์ ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อคุ้มครองชีวิตและออมทรัพย์แบบมีระยะเวลา โดยมีระยะเวลาในการส่งฝาก 10 ปี ระยะเวลาคุ้มครอง 12 ปี ได้รับเงินทุนสงเคราะห์เมื่อครบกำหนดสัญญา ระยะเวลารอคอยความคุ้มครอง 180 วันและธนาคารมีสิทธิโต้แย้งหรือคัดค้านความไม่สมบูรณ์ของสัญญา หรือบอกล้างสัญญาได้ภายใน 2 ปีนับตั้งแต่วันที่กรมธรรม์มีผลบังคับ ในส่วนของสาขาเวียงแหงลูกค้าด้านสินเชื่อส่วนใหญ่จะให้ความสนใจผลิตภัณฑ์นี้ ซึ่งถือเป็นการออมเงินและยังช่วยแบ่งเบาภาระหนี้สินกรณีผู้ฝากเงินสงเคราะห์เสียชีวิต โดยสามารถนำเงินที่ได้จากกรมธรรม์มาชำระหนี้สินของผู้ฝากเงินสงเคราะห์ได้ ถือเป็นการลดความเสี่ยงจากการไม่ได้รับชำระหนี้ของสาขา และสาขายังได้รับรายได้ค่าส่งเสริมการขายจากการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าทั้งในกรณีทำใหม่และต่ออายุกรมธรรม์ซึ่งถือเป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้ของสาขา

จากรายงานสรุปผลการดำเนินงานเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 ของทุกสาขาทั่วประเทศ ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2563 พบว่ามีกรมธรรม์ที่มีสถานะผ่อนผัน และกรมธรรม์ที่ขาดผลบังคับ ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่ากรมธรรม์ที่มีสถานะผ่อนผันจะกลายเป็นกรมธรรม์ที่ขาดผลบังคับ จากปัญหาดังกล่าวจึงเป็นที่มาของความสนใจในการศึกษาถึงสาเหตุที่ลูกค้าไม่ชำระเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนด

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุที่ลูกค้าขาดชำระเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 ในปีถัดไป
2. เพื่อหาแนวทางในการกระตุ้นให้ลูกค้าชำระเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 ในปีถัดไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดปริมาณกรมธรรม์ขาดผลบังคับ



### 3. การดำเนินการวิจัย

#### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษารั้วนี้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาเป็นกรอบและแนวทางการศึกษา ดังนี้

#### ทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ เป็นการศึกษาลักษณะของประชากร ซึ่งบุคคลแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา โครงสร้างของครอบครัว และสถานทางเศรษฐกิจและสังคม บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรม และความสนใจในการรับข่าวสารที่แตกต่างกัน (ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง, 2558)

#### ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6WIH

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการแต่ละบุคคลตัดสินใจหรือกระทำเกี่ยวกับการเลือก การซื้อ การบริโภคและการเลิกใช้สินค้าหรือบริการ พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเครื่องมือสำหรับกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายตามข้อมูลที่วิเคราะห์ โดยการนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจมาใช้ ช่วยให้เห็นถึงปัญหาและวิธีแก้ไข และได้ผลลัพธ์ในการขายสินค้าหรือบริการได้ดีขึ้น คำถามที่ใช้ในการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os

#### ทฤษฎีแผนผังก้างปลา

ทฤษฎีแผนผังก้างปลา หรือเรียกเป็นทางการว่า แผนผังสาเหตุและผล (Cause and Effect Diagram) ซึ่งเป็นแผนผังที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหา (Problem) กับสาเหตุทั้งหมดที่เป็นไปได้ที่อาจก่อให้เกิดปัญหานั้น (Possible Cause) เนื่องจากแผนภูมิมี่ลักษณะคล้ายปลาที่ประกอบด้วย หัวปลา โครงร่างกระดูกแกนกลาง และก้างปลา โดยมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า แผนผังอิชิกาวา (Ishikawa Diagram) โดยในการศึกษารั้วนี้เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจของธนาคาร ผู้ศึกษาเลือกใช้วิธี 4P ประกอบด้วย Place Procedure People และ Policy ในการแบ่งกลุ่มปัจจัยเพื่อใช้ในการแยกแยะสาเหตุ และเนื่องจากในปัจจุบันการดำเนินงานของธุรกิจธนาคารมีความซับซ้อนมากขึ้น ไม่ได้ให้บริการเพียงการฝาก-ถอนเงิน และการให้สินเชื่อแต่ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงมีการนำส่วนประสมทางการตลาด 4P เข้ามารวมในแผนผังก้างปลา เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดด้วย ส่วนประสมทางการตลาด คือ เครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญในการนำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างคุณค่าและความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 4P คือ Product Price Place และ Promotion จึงทำให้เกิดแผนผังก้างปลา 8P (8P Fishbone)

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติศักดิ์ กิตติวรรัตน์ (2562) ได้ทำการศึกษารั้วเกี่ยวกับการแก้ปัญหาการยกเลิกและเวนคืนกรมธรรม์ก่อนครบกำหนดสัญญา ผลผลิตหนี้เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต (ชกส เพิ่มรัก) ผลสรุปการวิจัยพบว่าสาเหตุที่ถูกคัดยกเลิกกรมธรรม์ก่อนครบกำหนดสัญญา เนื่องจากต้องการลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ซึ่งเกิดจากปัญหาการค่าใช้จ่ายหนี้สินและค่าครองชีพที่สูงขึ้น



อวยชัย ตระกูลมุกดา (2563) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์สาเหตุและแนวทางแก้ไขปัญหาลูกค้าไม่ต่อสัญญากรรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ผลิตภัณฑ์ ธ.ก.ส. ทวีรัก 99 ผลสรุปการวิจัยพบว่าสาเหตุหลักที่ทำให้ลูกค้าไม่ต่อสัญญาเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. ทวีรัก 99 เนื่องจากจดจำวันและจำนวนเงินที่ต้องชำระไม่ได้ และมีผลิตภัณฑ์อื่นที่มีลักษณะคล้ายกันเข้ามาทดแทนโดยให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า สาเหตุหลักของการไม่ต่อกรรมธรรม์ เกิดจากลูกค้าไม่ได้รับข่าวสารแจ้งเตือนจากธนาคาร ทำให้ไม่ได้มาชำระเงินในวันที่ครบกำหนดการต่อสัญญา ส่งผลให้กรรมธรรม์ขาดผลบังคับในที่สุด

ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลสรุปการวิจัยพบว่าวัตถุประสงค์ในการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บออมเงินเป็นวัตถุประสงค์หลัก รองลงมาคือ เพื่อลดหย่อนภาษี โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องกระบวนการต่าง ๆ เช่น ขั้นตอนการเรียกร้องสินไหมทดแทน การให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ความรับผิดชอบของพนักงานหรือตัวแทนจำหน่ายของบริษัทประกันชีวิตรวมถึงชื่อเสียงของบริษัทประกันภัย และการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น ในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

## วิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาต้องการศึกษาสาเหตุและแนวทางการแก้ปัญหากรณีลูกค้าขาดชำระเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 กรณีศึกษา ธ.ก.ส. สาขาเวียงแหง โดยใช้วิธีวิจัยในรูปแบบการสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเลือกใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย

## กลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลแบบปฐมภูมิเป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 ที่อยู่ในอำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่อายุ 20 ปีขึ้นไป โดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 250 ราย

ข้อมูลแบบทุติยภูมิเป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมโดยการใช้รายงานผลการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น รายงานผลการดำเนินงานเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต รายงานกรรมธรรม์ที่ขาดผลบังคับ และรายงานสรุปการต่ออายุกรรมธรรม์ เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการออกแบบแบบสอบถามเกี่ยวกับสาเหตุและแนวทางการแก้ปัญหากรณีลูกค้าขาดชำระเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 โดยใช้แนวทางการจัดทำแบบสอบถาม จากการรวบรวมข้อมูลและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งรายละเอียดของคำถามที่ใช้ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพ โดยลักษณะคำถามที่ใช่จะเป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended Questions)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่เป็นสาเหตุทำให้ขาดชำระเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 เป็นแบบสอบถามที่อ้างอิงจากพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ่ายชำระเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 ในปีต่อไป และคำถามเพื่อประเมินการตัดสินใจจ่ายชำระเงินในปีต่อ ๆ ไป ด้วยการนำแผนผังก้างปลา 8P (8P Fishbone) มาประยุกต์ใช้ในการค้นหาสาเหตุของปัญหาเพื่อนำไปใช้ในการจัดทำ



แบบสอบถาม โดยแบ่งสาเหตุของปัญหาออกเป็น 8 ปัจจัย ได้แก่ สถานที่ ขั้นตอน บุคคล นโยบาย ผลลัพธ์ ราคา การส่งเสริมการขาย และกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่น ๆ เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions)

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้ เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้จัดสร้างขึ้น จำนวน 250 ชุด ซึ่งการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยการนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ต่อเดือน ระดับการศึกษา โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาโดยทฤษฎีแผนผังก้างปลา

#### 4. ผลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาเลือกแจกแบบสอบถามให้แก่ลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 ที่อยู่ในอำเภอเวียงแหง จำนวน 250 ราย โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 47.60 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.40 โดยอยู่ในช่วงอายุ 20-35 ปี และ 36-49 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 42.40 และร้อยละ 52 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงประถมและมัธยม โดยคิดเป็นร้อยละ 30 และร้อยละ 34.80 และประกอบอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 35.20

เมื่อนำข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ราย มาวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 โดยมีปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านสถานที่ คือ ไม่มีจุดบริการภายในสาขาสำหรับติดต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตโดยตรง มีพื้นที่สำหรับจอดรถน้อย และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสาขา เช่น แก้อื้อ วารสารต่าง ๆ มีปริมาณจำกัด
2. ปัจจัยด้านขั้นตอน คือ กรณีหากลูกค้าต้องการเคลมประกันหรือเบิกเงินชดเชยรายวันกรณีพักรักษาตัวที่โรงพยาบาล ลูกค้าไม่ทราบขั้นตอนตลอดจนเอกสารที่ต้องใช้ โดยหากยื่นเอกสารไปแล้วไม่สามารถตรวจสอบสถานะของเอกสารได้ว่าขณะนี้อยู่ในขั้นตอนใด และระยะเวลาในการเคลมประกันหรือเบิกเงินชดเชยรายได้ใช้เวลานาน
3. ปัจจัยด้านบุคคล คือ หากลูกค้ามีปัญหาหรือข้อสงสัยไม่มีพนักงานที่สามารถติดต่อให้บริการได้โดยตรง และสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง คือ พนักงานบริการล่าช้า และบางครั้งให้ข้อมูลไม่ถูกต้อง
4. ปัจจัยด้านราคา คือ ผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับคืนเมื่อครบกำหนด 12 ปี สมเหตุสมผลกับอัตราค่าเบี้ยประกันที่จ่ายไป และความคุ้มครองที่ได้รับมีความเหมาะสม
5. ปัจจัยด้านผลลัพธ์ คือ ผลลัพธ์ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งหมด เนื่องจากเงินชดเชยรายได้กรณีเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล จะสามารถเบิกได้ในกรณีที่เป็นการเจ็บป่วยจากอุบัติเหตุเท่านั้น และไม่ครอบคลุมโรคระบาดใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น COVID-19 ซึ่งกำลังระบาดอยู่ในปัจจุบัน



6. ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ การได้รับเอกสารแจ้งเดือนวันครบกำหนดชำระ ธรรมเนียมและเอกสารต่าง ๆ มีการจัดส่งที่ล่าช้า และที่อยู่ในการจัดส่งบางครั้งไม่ถูกต้อง

7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และโปรโมชั่นส่งเสริมการขายน้อย

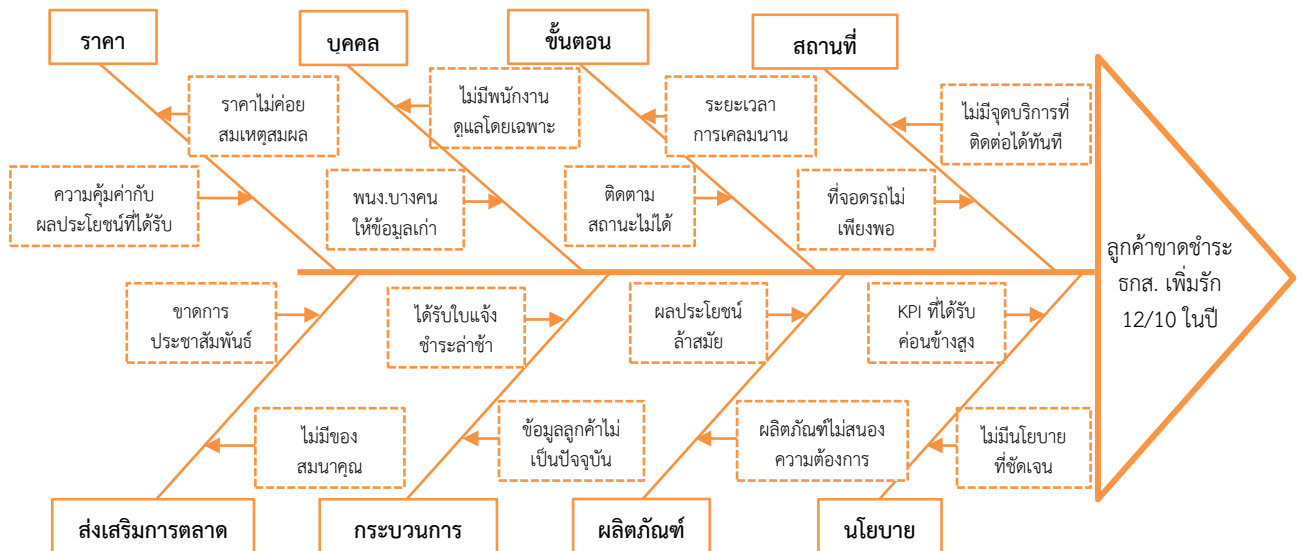
สรุปข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่น ๆ จากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ดังนี้

1. ไม่ได้รับใบแจ้งเดือนการจ่ายชำระเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 ในงวดถัดไป
2. ต้องการลดค่าใช้จ่ายในครอบครัว เนื่องจากบางรายต้องว่างงานเนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 โดยบางรายเลือกที่จะเวนคืนกรมธรรม์ถึงแม้ว่าเงินที่ได้รับคืนจะน้อยกว่าจำนวนเงินที่เคยจ่ายชำระไป
3. รายได้ลดลงจากปีก่อน เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องตัดค่าใช้จ่ายบางอย่าง
4. บริษัทซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการประกัน โดยเฉพาะให้การดูแลและให้บริการที่ดีกว่า เนื่องจากมีตัวแทนซึ่งคอยดูแลโดยตรง

ตัวแทนซึ่งคอยดูแลโดยตรง

#### การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำแผนผังก้างปลา 8P (8P Fishbone) มาประยุกต์ใช้ในการค้นหาสาเหตุของปัญหากรณีลูกค้าขาดชำระเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 โดยแบ่งสาเหตุของปัญหาออกเป็น 8 ปัจจัย ได้แก่ สถานที่ ขั้นตอน บุคคล ราคา ซึ่งได้แบ่งระดับความคิดเห็น/ระดับการตัดสินใจ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากน้อยไปมาก (Likert Scale)



ข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 250 ชุด สามารถสรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 โดยเมื่อพิจารณาปัจจัย 7 ด้าน จำนวน 21 ปัจจัย พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นสูงสุด 5 อันดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ในเรื่อง กรณีที่มีปัญหาหรือมีเรื่องสอบถามไม่มีพนักงานที่สามารถติดต่อได้โดยตรง/ให้บริการเฉพาะ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 (มีผลมาก) ปัจจัยด้านกระบวนการ ในเรื่อง ได้รับกรมธรรม์/ใบแจ้งเดือนชำระค่าเบี้ยประกันล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (มีผลมาก) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด



ในเรื่อง มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ น้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90. (มีผลมาก) และในเรื่อง ไม่มีการแจ้งรายละเอียดข้อมูลและข่าวสารที่น่าสนใจอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (มีผลมาก) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 (มีผลมาก) เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง ผลตอบแทนที่ได้รับเมื่อครบกำหนดไม่เป็นที่น่าสนใจเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย เช่น การตั้งบูธ การให้ของสมนาคุณ ของที่ระลึกเมื่อซื้อประกันน้อย

สำหรับปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 5 อันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านบุคคล ในเรื่อง พนักงานให้บริการล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70 (มีผลปานกลาง) ปัจจัยด้านกระบวนการ ในเรื่อง มีการส่งมอบเอกสารต่าง ๆ เช่น กรมธรรม์ ใบแจ้งเตือนชำระ ข้อมูลภายในเอกสารถูกต้อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 (มีผลปานกลาง) ปัจจัยด้านบุคคล ในเรื่อง พนักงานบางคนไม่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 (มีผลปานกลาง) ปัจจัยด้านกระบวนการ ในเรื่อง ฐานข้อมูลของลูกค้าไม่ครบถ้วนและไม่เป็นปัจจุบัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 (มีผลปานกลาง) และปัจจัยด้านสถานที่ ในเรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสาขา เช่น เก้าอี้ น้ำดื่ม ของว่างและนิตยสาร มีปริมาณจำกัด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 (มีผลปานกลาง)

## 5. การอภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ กิตติวรรัตน์ (2562) ศึกษาเรื่อง การแก้ปัญหาการยกเลิกและการเวนคืนกรมธรรม์ก่อนครบกำหนดผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต (ธกส เพิ่มรัก) พบว่า สาเหตุที่ลูกค้ายกเลิกกรมธรรม์ก่อนครบกำหนดสัญญา เนื่องจากต้องการลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ซึ่งเกิดจากปัญหาภาระค่าใช้จ่าย หนี้สินและค่าครองชีพที่สูงขึ้น โดยคิดเป็นร้อยละ 68

ผลการศึกษาจากปัจจัยด้านการกระบวนการ พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อวยชัย ตระกูลมุกดา (2563) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์สาเหตุและแนวทางแก้ไขปัญหาลูกค้าไม่ต่อสัญญากรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ผลิตภัณฑ์ ธ.ก.ส. ทวีรัก 99 พบว่า สาเหตุหลักของการไม่ต่อกรมธรรม์ เกิดจากลูกค้าไม่ได้รับข่าวสารแจ้งเตือนจากธนาคาร ทำให้ไม่ได้ชำระเงินในวันครบกำหนดการต่อสัญญา ส่งผลให้กรมธรรม์ขาดผลบังคับ

ผลการศึกษาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกวิทย์ ธนอัสวานนท์ (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส. เพิ่มรัก 12/10 ของ ธ.ก.ส. สาขาวังชัน พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ และรูปแบบผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยมีปัจจัยบางอย่างที่ต้องนำมาปรับปรุงในตัวผลิตภัณฑ์ เช่น ผลประโยชน์และอัตราผลตอบแทนที่ยังไม่เป็นที่น่าพอใจ โดยภาพรวมของราคาอยู่ในระดับมากแต่อัตราผลประโยชน์ที่ได้รับไม่ค่อยเหมาะสม

ผลการศึกษาปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อกรมธรรม์ประกันชีวิตในปีต่อไป พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ เพื่อเก็บออมเงินและเพื่อลดหย่อนภาษี โดยปัจจัยในการเลือกซื้อที่สำคัญคือ ปัจจัยด้านกระบวนการต่าง ๆ เช่น ขั้นตอนในการเรียกร้องสินไหมทดแทน การให้บริการที่



สะดวกรวดเร็ว ความรับผิดชอบของพนักงานหรือตัวแทนจำหน่ายของบริษัทประกันชีวิต เป็นต้น รวมถึงชื่อเสียงและการส่งเสริมการขายของบริษัทประกันภัย

## 6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาสาเหตุและแนวทางการแก้ปัญหากรณีลูกค้าขาดชำระเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 ที่อยู่ในอำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่อายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งหมด 250 ชุด สามารถแบ่งออกเป็นเพศชายร้อยละ 47.60 และเพศหญิงร้อยละ 52.40 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ในช่วงอายุ 20 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.40 และ 36 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 52 ตามลำดับ โดยมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 65.60 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ในระดับประถมศึกษาและมัธยม คิดเป็นร้อยละ 30 และร้อยละ 34.80 ตามลำดับ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของ ธ.ก.ส. จะเป็นลูกค้าที่มีอาชีพเกษตรกร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 35.20 ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 ในด้านต่าง ๆ 5 อันดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคคล กรณีที่มีปัญหาหรือมีเรื่องสอบถามไม่มีพนักงานที่สามารถติดต่อได้โดยตรง/ให้บริการเฉพาะ โดยลูกค้าของธนาคารส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเปราะบางทางด้านการศึกษา จึงทำให้มีปัญหาในการทำความเข้าใจขั้นตอนหรือเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์ จึงให้ความสำคัญในเรื่องมีพนักงานหรือตัวแทนในการดูแลให้คำปรึกษาที่แน่นอน
2. ปัจจัยด้านกระบวนการ ได้รับกรมธรรม์/ใบแจ้งเดือนชำระค่าเบี้ยประกันล่าช้า เนื่องจากใบแจ้งเดือนการชำระค่าเบี้ยประกันจะถูกส่งมาจากสำนักงานใหญ่ล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระ เป็นเวลา 2 เดือน จึงทำให้ลูกค้าหลงลืมหรือทำใบแจ้งเดือนชำระดังกล่าวสูญหาย ส่งผลให้ขาดชำระค่าเบี้ยประกัน
3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ น้อย ลูกค้าส่วนใหญ่ยังไม่ทราบผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 เนื่องจากมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ค่อนข้างน้อย
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีการแจ้งรายละเอียดข้อมูลและข่าวสารที่น่าสนใจอย่างสม่ำเสมอ กรณีที่ธนาคารมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขหรือขยายเวลาการจ่ายชำระค่าเบี้ยประกันไม่มีการแจ้งรายละเอียดให้แก่ลูกค้าโดยตรง จึงทำให้ลูกค้าไม่ทราบข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
5. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลตอบแทนที่ได้รับเมื่อครบกำหนดไม่เป็นที่น่าพอใจเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ภายหลังจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้เศรษฐกิจโลกและภายในประเทศหยุดชะงัก ลูกค้าจึงเกิดความกังวลในผลตอบแทนที่จะได้รับเมื่อครบกำหนดเป็นอย่างไรภายใต้สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน และลูกค้าบางรายได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้ว่างงาน จึงต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายให้ได้มากที่สุด





### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 ซึ่งเป็นสาเหตุของปัญหากรณีลูกค้าชาวจังหวัดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและได้นำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์มุ่งใจให้ลูกค้าชาวจังหวัดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตในปีถัดไปอย่างต่อเนื่อง โดยได้นำมากำหนดแนวทางในการดำเนินงาน 3 แนวทางดังนี้

1. สาขาจัดพิมพ์ใบแจ้งเตือนชำระค่าเบี้ยประกันจากระบบงานสงเคราะห์ชีวิต เพื่อแจ้งเตือนให้ลูกค้าทราบอีกครั้งหนึ่ง ก่อนวันครบกำหนด 30 วัน ภายหลังจากการส่งใบแจ้งเตือนชำระค่าเบี้ยประกันจากสำนักงานใหญ่ และกรณีกรรมกรรมที่อยู่ในช่วงระยะเวลาผ่อนผันควรมอบหมายให้หัวหน้าการเงินดำเนินการ โทรติดตามลูกค้าชำระเงิน โดยเร่งด่วน เพื่อลดปัญหากรรมกรรมขาดผลบังคับ

2. สาขาคำเนินการติดต่อลูกค้าโดยตรงด้วยการ โทรแจ้งวันครบกำหนดชำระให้ลูกค้าทราบ ก่อนวันครบกำหนด 30 วัน เนื่องจากปัจจัยด้านบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 ของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด จึงควรให้ความสำคัญกับการกำหนดพนักงานเพื่อดูแลให้คำปรึกษากับลูกค้าเสมือนเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทประกันภัย โดยการมอบหมายให้หัวหน้าการเงินดำเนินการ

3. สาขาคำเนินการตรวจสอบสถานะกรรมกรรมให้แก่ลูกค้าทุกครั้งที่ลูกค้ามาติดต่อใช้บริการที่ธนาคาร เพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับกรรมกรรม เช่น วันครบกำหนดชำระ เงื่อนไขการชำระเงิน เป็นต้น และแนะนำช่องทางในการจ่ายชำระอื่น ๆ เช่น ชำระผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส เป็นต้น และเนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อกรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธ.ก.ส. เพิ่มรัก 12/10 ของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากภายหลังจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบ จึงจำเป็นที่จะต้องลดรายจ่ายลง ดังนั้นพนักงานการเงินควรเสนอทางเลือกในการชำระเงินให้ลูกค้า โดยจากเดิมหากลูกค้าชำระแบบรายปี ลูกค้าสามารถแบ่งชำระเป็นแบบรายเดือน รายไตรมาส หรือราย 6 เดือน เพื่อเป็นการกระจายรายจ่ายทดแทนการจ่ายชำระเงินจำนวนมากในคราวเดียว

จากแนวทางเลือกทั้ง 3 แนวทางข้างต้น แนวทางเลือกที่มีความเป็นไปได้และจะประสบความสำเร็จมากที่สุด คือ แนวทางเลือกที่ 3 คือ การดำเนินการตรวจสอบสถานะกรรมกรรมให้แก่ลูกค้าทุกครั้งที่ลูกค้ามาติดต่อใช้บริการที่ธนาคาร เพราะจะทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าและสามารถอธิบายข้อมูลต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าได้โดยตรง

### เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ กิตติวีรัตน์. (2562). รายงานผลการวิจัย เรื่อง การแก้ไขปัญหาการยกเลิกและเวนคืนกรรมกรรมก่อนครบกำหนดสัญญา ผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต (ชกส เพิ่มรัก). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นภวรรณ คณานุรักษ์. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นภัตสร อธิชาดนนท์. (2555). รายงานผลการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า iPad ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ประคิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง. (2558). รายงานผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



- อวยชัย ตระกูลมุกดา. (2563). รายงานผลการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์สาเหตุและแนวทางแก้ไขปัญหาลูกค้าไม่ต่อสัญญากรรมกรรมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ผลิตภัณฑ์ ช.ก.ส. ทวีรัก ๑๑. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- เอกวิทย์ ธนอัสวนนท์. (2562). รายงานผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ชกส. เพิ่มรัก 12/10 ของ ช.ก.ส. สาขา วังขึ้น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย