



## แนวทางการลดจำนวนกรมธรรม์ช.ก.ส.มอบรักสาขาพยุห้ขาดผลบังคับ

### Guidelines for reducing the number of lapsed policies BAAC Mob Rak of Phayu branch

#### ชั้นยาภรณ์ บุญตระกูล<sup>1</sup> และ ธฤตพน อุ้วสวัสดิ์<sup>2</sup>

<sup>1</sup>บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, porthanyaporn2810@gmail.com

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, tousawat@riped.org

#### บทคัดย่อ

เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ช.ก.ส.มอบรักเป็นผลิตภัณฑ์ที่คุ้มครองวงเงินสินเชื่อให้แก่ลูกค้า งานวิจัยเรื่องแนวทางการลดจำนวนกรมธรรม์ ช.ก.ส.มอบรักสาขาพยุห้ขาดผลบังคับ เป็นการศึกษาเพื่อหาสาเหตุที่ลูกค้าไม่ต่อประกัน ช.ก.ส.มอบรัก ทำให้กรมธรรม์ขาดผลบังคับ และหาแนวทางแก้ไขปัญหจำนวนกรมธรรม์ช.ก.ส.มอบรักสาขาพยุห้ขาดผลบังคับที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากปีบัญชี 2560 ถึงปีบัญชี 2562 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ อัตราร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ในการวิจัยครั้งนี้เลือกใช้วิธีตอบแบบสอบถามโดยการแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคาร จากการศึกษาแบบสอบถามลูกค้าจำนวน 100 คน พบว่าสาเหตุที่ลูกค้าไม่ทำการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตมอบรัก เนื่องจากลูกค้าไม่มีความเข้าใจเรื่องกรมธรรม์ขาดผลบังคับ ลูกค้าไม่ได้รับข้อความแจ้งเตือนค่าเบี้ยประกันมอบรักครบกำหนดชำระ ลูกค้าไม่ทราบถึงช่องทางการต่อประกันมอบรักช่องทางอื่น นอกจากการใช้บริการชำระเงินสดที่ธนาคาร และราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ ในกรณีที่ให้ลูกค้ามีความพร้อมทางด้านการเงิน จะตัดสินใจชำระค่าต่อประกัน ช.ก.ส. มอบรักเป็นส่วนใหญ่ พร้อมกันนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหา สำหรับกำหนดเป็นแนวทางในการดำเนินงานให้ได้ตามเป้าหมายขององค์กร คือ การสร้างนักขายมืออาชีพ เพื่อให้พนักงานที่มีความรู้ในผลิตภัณฑ์คอยบริการอธิบายรายละเอียดกรมธรรม์ให้ลูกค้า ติดตามลูกค้าให้มาชำระค่าเบี้ยประกันภัยปีต่อ โดยสร้างแรงจูงใจพนักงานด้วยการมอบรางวัลสำหรับผู้ที่มีผลงานเป็นลำดับ

**คำสำคัญ:** เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมอบรัก, ประกันหนี้สิน, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ช.ก.ส.)

#### ABSTRACT

BAAC Life Refund Deposit is a product that protects the credit limit for customers. The research on guidelines for reducing the number of lapsed policies, BAAC Mob Rak of Phayu branch is a study to find out the reasons why customers do not renew the BAAC Life Refund policy causing the lapse of policy and find a solution to the problem of the lapsed policies, BAAC Mob Rak of Phayu branch, which constantly increasing every year by comparing the data from fiscal year 2017 to fiscal year 2019. Statistics use in data analysis are percentage and mean. From a survey of 100 clients, it was found that the reason that customers did not make a deposit for the BAAC Mob Rak because the customers did not understand the lapse of the policy, did not receive a warning



message of the due policy, unaware of other ways to renew their insurance other than using cash payment services at the banks, and their lower agricultural product prices. However, if with the good financial record, the customers are ready to pay. At the same time, the researcher has present solutions to be considered as guidelines to reach the target of the organization by having staff with good knowledge of the product to educate customers, explain them with the policy details, and keep them update regarding annual payment. This can be done by motivating employees and rewarding those who have a top performance

**Keywords:** Relief Fund Deposit, BAAC, Mob Rak, Liability Insurance, Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC)

## 1. บทนำ

ธ.ก.ส.มอปรักเป็นผลิตภัณฑ์ประกันคุ้มครองสินเชื่อของลูกค้าธ.ก.ส. จำนวนของธ.ก.ส.มอปรักสาขาพยุห้มีจำนวนกรมธรรม์ขาดผลบังคับเพิ่มขึ้นทุกปีทำให้รายได้ค่าธรรมเนียมสงเคราะห์ชีวิตของสาขาลดลงและเกิดความเสียหายจากการที่ลูกค้าเสียชีวิตและไม่มีประกันคุ้มครอง

ตารางที่ 1 จำนวนกรมธรรม์มอปรักที่ขาดผลบังคับสาขาพยุห้ (จากระบบงานสงเคราะห์ชีวิต)

ปีบัญชี (เม.ย.-มี.ค.)	จำนวนกรมธรรม์ ที่ครบกำหนดต่อ อายุกรมธรรม์	จำนวนกรมธรรม์ที่ขาด ผลบังคับในปี	ร้อยละกรมธรรม์ที่ขาดผลบังคับ
2560	1,416	288	20.34
2561	1,572	320	20.36
2562	2,119	450	21.24

ที่มาของข้อมูล : ระบบงานสงเคราะห์ชีวิต

สถานการณ์ในปัจจุบันของธ.ก.ส.สาขาพยุห้ จ.ศรีสะเกษ ลูกค้าธนาคารมีแนวโน้มรายได้ลดลง หนี้สินเพิ่มขึ้นเนื่องจากเศรษฐกิจชะลอตัว ราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ สถานการณ์ของธนาคารธ.ก.ส.อยู่ในทิศทางเดียวกันกับธนาคารพาณิชย์คือรายได้ดอกเบี้ยมีแนวโน้มลดลง กำไรสุทธิมีแนวโน้มลดลง มีการตั้งสำรองหนี้มากขึ้น คาดการณ์ว่าจะมีหนี้ผิวนัดชำระเพิ่มขึ้นถึงแม้เกษตรกรจะได้รับเงินช่วยเหลือจากรัฐบาลแต่ยังไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตและการชำระหนี้สินของเกษตรกร ส่งผลให้รายได้จากการต่อประกันมอปรักมีแนวโน้มลดลงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้

1.ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้าและปัจจัยในการตัดสินใจต่อประกันและไม่ต่อประกันของลูกค้าที่ทำประกัน ธ.ก.ส. มอปรักของ ธ.ก.ส. สาขาพยุห้ สาขาสามารถนำมาแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าเพื่อลดจำนวนกรมธรรม์ที่ขาดผลบังคับได้



2. ธนาคารลดความเสี่ยงด้านเครดิตจากการปล่อยสินเชื่อ โดยไม่มีประกันค้ำประกันวงเงินสินเชื่อและมีแหล่งเงินทุนของธนาคารที่เพิ่มขึ้นจากการทำประกัน ธ.ก.ส. มอบรักเพื่อนำไปบริหารจัดการเงินทุนเพื่อก่อให้เกิดสมดุลพอเพียง

3. นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อหาสาเหตุของปัญหาจำนวนกรรมธรรม์ ธ.ก.ส. มอบรักขาดผลบังคับที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปีและสาขานำมาใช้แก้ไขปัญหากรรมธรรม์มอบรักขาดผลบังคับให้มีจำนวนลดลง

## 3. การดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เลือกใช้วิธีตอบแบบสอบถามโดยการแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคาร โดยต้องเป็นลูกค้าที่ทำประกันธ.ก.ส.มอบรักของธ.ก.ส.สาขาพยุห์ เป็นแบบพิมพ์เพื่อให้ลูกค้าตอบคำถามได้สำหรับลูกค้าทุกกลุ่มอายุและทุกระดับการศึกษาลูกค้าสะดวกในการตอบคำถามและต้องเป็นคำถามที่ชัดเจนเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของธ.ก.ส.สาขาพยุห์เป็นผู้มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่จึงไม่สะดวกหากทำแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ประชากรของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือลูกค้าที่มีกรรมธรรม์ธ.ก.ส.มอบรักครบกำหนดชำระในปีบัญชี2563(เมษายน 2563 ถึง มีนาคม 2564) ของธ.ก.ส.สาขาพยุห์ทั้งหมดจำนวน 2,154 คน การคำนวณกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้เลือกใช้วิธีของทาโร ยามานะ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนคือ 2,154 คน โดยคำนวณจากสูตร

$$n = N \div 1 + Ne^2$$

$n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = จำนวนประชากร

$e$  = ค่าความคาดเคลื่อน (นิยมใช้ 0.05)

แต่เนื่องจากปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์แพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา -19 จึงลดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้มีการป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส การวิจัยครั้งนี้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ค่าระดับความคาดเคลื่อนสูงสุดไม่เกินร้อยละ 10 คำนวณได้ 95 คน แต่เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลจึงเพิ่มเป็น 100 คน อายุ 20-70 ปี กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวต้องเป็นเป็นลูกค้าที่มีกรรมธรรม์ครบกำหนดชำระในปีบัญชี2563 (เมษายน 2563-มีนาคม 2564) ใช้แผนการแจกแบบสอบถามกับลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคาร โดยพนักงานการเงินจำนวน 50 คนและแจกแบบสอบถามผ่านพนักงานสินเชื่อที่ออกพื้นที่ไปหาลูกค้าจำนวน 50 คน รวมทั้งสิ้น 100 คน ในช่วงเดือนมกราคม 2564 ถึง กุมภาพันธ์ 2564

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ในครั้งนี้เลือกเป็นแบบสอบถามข้อมูลโดยทั่วไปและแบบสอบถามพฤติกรรมในการใช้บริการต่อประกันของลูกค้า ธกส.สาขาพยุห์ที่ทำประกันธกส.มอบรัก มีคำถามปลายปิด(Close-Ended Response Question) แบ่งค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย เฉยๆ เห็นด้วย เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าคะแนนมีดังนี้



ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนนเท่ากับ 1
ไม่เห็นด้วย	ค่าคะแนนเท่ากับ 2
เฉยๆ	ค่าคะแนนเท่ากับ 3
เห็นด้วย	ค่าคะแนนเท่ากับ 4
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนนเท่ากับ 5

หลังจากที่รวบรวมข้อมูลได้ครบ นำค่าคะแนนนั้นมาวิเคราะห์โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ อัตราร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) หาค่าเฉลี่ย นำหนักความสำคัญ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายโดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย แบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในระดับความเห็น
4.50 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.50 – 4.49	เห็นด้วย
2.50 – 3.49	เฉยๆ
1.50 – 2.49	เห็นด้วย
1.00 – 1.49	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คำถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อเสนอแนะ และการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

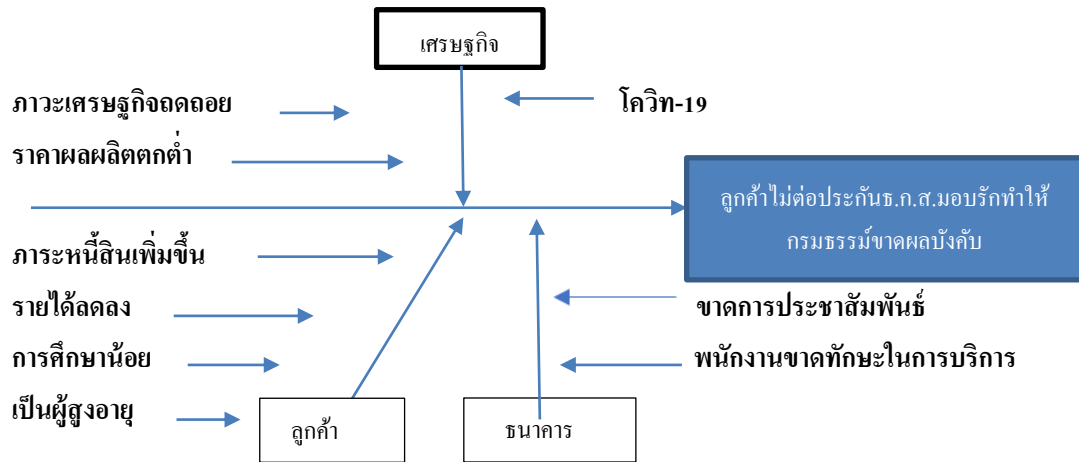
ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่อยู่อาศัย วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าเฉลี่ย (Average) และ ร้อยละ (Percentage) อธิบายข้อมูลที่ได้มาว่ามีความสัมพันธ์อย่างไรในการตัดสินใจต่อประกันฯ.ก.ส.มอบรัก

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า การบริการของพนักงานและธนาคาร การประชาสัมพันธ์ช่องทางติดต่อประกัน การรับรู้และมีความเข้าใจในความคุ้มครองของกรมธรรม์มอบรัก รับรู้ความจำเป็นที่ต้องต่อประกันฯ.ก.ส.มอบรักของลูกค้า สภาพเศรษฐกิจในครอบครัว โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และ ร้อยละ (Percentage) เพื่อทราบสาเหตุของปัญหาในการที่ลูกค้าไม่ต่อประกัน ชกส.มอบรักและธ.ก.ส.สาขาพยุหะจะได้หากลยุทธ์วิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาจากการแจกแบบสอบถามมา วิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงอนุมานร่วมกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาสาเหตุของปัญหาและหาวิธีแก้ไข ปัญหา

#### 4. ผลการวิจัย

จากสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และสถานการณ์โควิด-19 ที่สังคมโลกกำลังเผชิญ ปัญหาจากตัวของลูกค้าเองที่ต้องมีภาระหนี้สินที่เพิ่มมากขึ้น รายได้ลดลง การศึกษาน้อย มีอายุมาก การปฏิบัติงานของพนักงานธนาคาร ที่ขาดการประชาสัมพันธ์ พนักงานขาดทักษะในการบริการ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมุติฐานว่าอาจจะเป็นสาเหตุที่ทำให้มีจำนวนกรมธรรม์ธ.ก.ส.มอบรักสาขาพยุหะขาดผลบังคับเพิ่มจำนวนมากขึ้นในทุกๆปี ดังรูปภาพ



รูปภาพที่ 1 แผนผังก้างปลาวิเคราะห์สาเหตุที่ลูกค้ายกเลิกประกัน

สรุปผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างจากการแจกแบบสอบถามลูกค้ายกเลิกประกัน 100 คนของลูกค้ายกเลิกประกัน สาขาพยุหะที่มีกรมธรรม์มอประกัครบกำหนดชำระส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 61-70 ปี สมรส จบการศึกษาระดับประถมศึกษา อาชีพเกษตรกร รายได้ต่ำกว่า 100,000 บาทต่อปี ที่พักอาศัยเป็นบ้านสองชั้นครึ่งไม้ครึ่งปูน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4 คน ลูกค้ายกเลิกประกันส่วนใหญ่รู้จักประกันมอประกัผ่านพนักงาน

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเชิงปริมาณ

หัวข้อ	ค่าคะแนนเฉลี่ย
1. ลูกค้ายกเลิกประกันเรื่องความคุ้มครองภัยการทำประกันช.ก.ส.มอประกัจากกรมธรรม์ที่ได้รับ	3.67
2. ลูกค้ายกเลิกประกันช่องทางทำประกันมอประกัว่าชำระผ่านร้าน 7-11 ผ่านแอป ช.ก.ส. A-Mobile Mobile banking ทุกธนาคาร ผ่านตู้ ATM CDM ธกส และการหักบัญชีเงินฝาก	3.32
3. พนักงานธนาคาร ได้อธิบายรายละเอียดกรมธรรม์และระยะเวลาคุ้มครองของประกันรวมถึงระยะเวลาออกคอย 90 วันกรณีทำประกันมอประกัใหม่	3.53
4. ลูกค้ายกเลิกประกันได้รับใบแจ้งงวดชำระงวดถัดไปทางไปรษณีย์ล่วงหน้า 2 เดือน	4.15
5. ลูกค้ายกเลิกประกันได้รับข้อความทางโทรศัพท์ (SMS) ครั้งที่ 1 ก่อนวันครบกำหนดชำระงวดถัดไป 7 วัน ครั้งที่ 2 ก่อนวันครบกำหนดผ่อนผัน 7 วัน	3.3
6. ลูกค้ายกเลิกประกันทราบว่าหากประกันมอประกัขาดผลบังคับไม่สามารถต่อประกันได้ต้องทำใหม่เท่านั้น และมีระยะเวลาออกคอย 90 วันหากเสียชีวิตในระยะเวลาออกคอยจะไม่ได้รับความคุ้มครอง	3.49
7. ท่านทราบว่าช.ก.ส.มอประกัรับทำประกันให้ผู้มีอายุ 20-60 ปีบริบูรณ์สามารถส่งชำระต่อประกันต่อเนื่องจนถึงอายุ 70 ปีบริบูรณ์	3.77
8. ท่านจะชำระค่าต่อประกันช.ก.ส.มอประกั	4
9. ท่านพึงพอใจในราคาเบี้ยประกันตามช่วงอายุ	3.86
10. ท่านจะบอกต่อให้คนที่รู้จักทำประกันช.ก.ส.มอประกั	3.91



จากตารางแสดงให้เห็นว่าค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้คะแนนในระดับเลขๆมี 3 ข้อ คือ ลูกค้าทราบถึงช่องทางการ  
ต่อประกันมอริกว่าชำระผ่านร้าน 7-11 ผ่านแอป ธ.ก.ส. A-Mobile Mobile banking ทุกธนาคาร ผ่านตู้ ATM CDM  
ชกส และการหักบัญชีเงินฝากมีคะแนนเฉลี่ย 3.32 ลูกค้าได้รับข้อความทางโทรศัพท์(SMS)ครั้งที่ 1 ก่อนวันครบกำหนด  
ชำระงวดถัดไป 7 วันครั้งที่ 2 ก่อนวันครบกำหนดผ่อนผัน 7 วัน ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.3 และลูกค้าทราบว่าหากประกันมอ  
ริขาดผลบังคับไม่สามารถต่อประกันได้ต้องทำใหม่เท่านั้น และมีระยะเวลารอคอย 90 วัน หากเสียชีวิตในช่วงเวลา  
รอคอยจะไม่ได้รับความคุ้มครองค่าคะแนนเฉลี่ย 3.49 ส่วนค่าคะแนนที่อยู่เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ลูกค้า  
ศึกษาเรื่องความคุ้มครองภัยการทำประกัน ธ.ก.ส. มอริจากกรมธรรม์ที่ได้รับ ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.67 พนักงานธนาคาร  
ได้อธิบายรายละเอียดกรมธรรม์และระยะเวลาคุ้มครองของประกันรวมถึงระยะเวลารอคอย 90 วันกรณีทำประกัน  
มอริใหม่ ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.53 ลูกค้าได้รับใบแจ้งงวดชำระงวดถัดไปทางไปรษณีย์ล่วงหน้า 2 เดือน ค่าคะแนน  
เฉลี่ย 4.15 ท่านทราบว่าชกส. มอริรับประกันทำประกันให้ผู้มีอายุ 20-60 ปีบริบูรณ์สามารถส่งชำระต่อประกันต่อเนื่องจนถึง  
อายุ 70 ปีบริบูรณ์ ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.77 ท่านจะชำระค่าต่อประกันชกส. มอริ ค่าคะแนนเฉลี่ย 4 ท่านพึงพอใจใน  
ราคาเบี้ยประกันตามช่วงอายุ ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.86 ท่านจะบอกต่อให้คนที่รู้จักทำประกัน ธ.ก.ส. มอริ ค่าคะแนน  
เฉลี่ย 3.91 มีลูกค้าให้ข้อเสนอแนะ 2 คน ได้แก่เรื่องช่วยเหลือเนื่องจากราคาผลผลิตตกต่ำทำให้ไม่มีเงิน  
เพียงพอชำระค่าเบี้ยประกันและอยากให้มีช่องทางด่วนในการรับชำระที่เคาน์เตอร์ธนาคารเพื่อความรวดเร็ว

เมื่อทราบสาเหตุที่ลูกค้าไม่ต่อประกันแล้วนำมาสู่การหาแนวทางเพื่อลดจำนวนกรมธรรม์ที่ขาดผลบังคับ  
ของสาขาต่อไป

แนวทางการแก้ไขปัญหามีผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการแก้ไขปัญหามี 3 แนวทางคือ

1. ทางเลือกการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์มอริและช่องทางการต่อประกันให้ลูกค้าทราบทุกช่องทาง  
2. ทางเลือกสร้างนักขายมืออาชีพจัดการประชุมให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ เพื่ออธิบาย  
ลูกค้าให้มีความเข้าใจในกรมธรรม์ที่พนักงานจัดทำและมอบหมายพนักงานออกหนังสือเตือนครั้งที่ 2 โดยสาขา  
ดำเนินการเอง

3. ทางเลือกจัดโปรโมชันแจกของชำร่วยสำหรับลูกค้าที่ต่อประกัน ธ.ก.ส. มอริ สาขาทุกแห่ง

วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของแต่ละแนวทาง

1. ทางเลือกการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์มอริและช่องทางการต่อประกันให้ลูกค้าทราบทุกช่องทาง

ข้อดี

1. ใช้งบประมาณน้อยในการประชาสัมพันธ์ผ่านไลน์ เฟสบุ๊ก การทำป้ายประชาสัมพันธ์ เครื่องขาย  
ผู้ใหญ่บ้าน เครื่องขายกองทุนหมู่บ้าน ใช้ความสัมพันธ์อันดีที่ธนาคาร ธ.ก.ส. มีกับลูกค้ามายาวนาน

2. ได้ใช้ประโยชน์จากสังคมโซเชียลที่มีความรวดเร็วในการส่งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์งานธนาคารต่างๆ ได้  
ง่ายเพียงลูกค้าสัมผัสหน้าจอโทรศัพท์ สื่อสังคมออนไลน์หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทาง  
สังคม เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกัน เครื่องขายทางสังคม โดยเน้นให้ผู้ใช้งานเป็นผู้ส่งสารและเป็นผู้รับสาร ทำให้กระจาย  
ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วได้อย่างกว้างขวางเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในด้านการสื่อสาร

ข้อเสีย

1. ต้องเสียบุคลากรในองค์กรมาดูแลงานด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านไลน์ เฟสบุ๊กไว้คอยบริการตอบคำถาม  
ไขข้อข้องใจต่างๆ ให้กับลูกค้าซึ่งต้องเป็นผู้มีความรู้ความสามารถตอบคำถามต่างๆ อย่างถูกต้อง ชัดเจนและรวดเร็ว



2. การตอบคำถามให้กับลูกค้าผ่านไลน์ เฟสบุ๊ก หากตอบช้าหรือคำตอบไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ อาจกลายเป็นผลเสียเพราะหากมีลูกค้าไม่พอใจในการบริการจะนำไปโพสต์ในโซเชียลทันที และมีลูกค้าหรือไม่ใช้ลูกค้าเข้ามาแสดงความคิดเห็นไปในทางลบเกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์ของธนาคารในการให้บริการได้

3. ไม่สามารถแจ้งข้อมูลเป็นรายคนได้ เนื่องจากข้อมูลส่วนบุคคลบางประเภทไม่สามารถเปิดเผยกับบุคคลภายนอกหากไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อมูล ทำให้ธนาคารไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลให้เครือข่ายกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เครือข่ายกองทุนหมู่บ้านดังนั้นเครือข่ายจึงไม่สามารถช่วยติดตามกิจกรรมที่ครบกำหนดได้โดยตรง พนักงานต้องดำเนินการด้วยตนเองเท่านั้น

2. สร้างนักขายมืออาชีพจัดการประชุมให้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ เพื่ออธิบายลูกค้าให้มีความเข้าใจในกิจกรรมที่พนักงานจัดทำให้และมอบหมายพนักงานออกหนังสือเตือนครั้งที่ 2 โดยสาขาดำเนินการเอง

ข้อดี

1. เอกสารใบแจ้งเตือนประกันมอริครบกำหนดที่ออกโดยสาขาเอง จะส่งถึงบ้านลูกค้าทุกรายจากการติดตามของพนักงานสินเชื่อที่ออกพื้นที่

2. เพื่อเป็นการป้องกันกรณีลูกค้าลืมวันครบกำหนดชำระค่าเบี้ยประกันหรือกรณีไม่ได้รับใบแจ้งเตือนหรือใบเตือนหาย

ข้อเสีย

1. หากพนักงานสินเชื่อไม่ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายไม่ใบแจ้งเตือนประกันครบกำหนดทำให้ลูกค้าไม่ได้รับใบแจ้งเตือนได้

2. เพิ่มค่าใช้จ่าย จากค่ากระดาษ ค่าหมึกพิมพ์ และค่าเบี้ยเลี้ยง มากขึ้น โดยค่าใช้จ่ายขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่ครบกำหนดชำระ

3. ทางเลือกจัดโปรโมชันแจกของชำร่วยสำหรับลูกค้าที่ต่อประกัน ธ.ก.ส. มอริครบสาขาพุด

ข้อดี

1. สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่ได้รับของชำร่วย

2. สร้างแรงจูงใจให้ลูกค้ามาชำระต่อประกัน ธ.ก.ส. มอริครบ

ข้อเสีย

1. ใช้งบประมาณจำนวนมากเพื่อจัดหาของชำร่วยให้กับลูกค้า

2. ต้องมีการจัดหาพนักงานไว้เพื่อบริการดูแลจัดหาของชำร่วยให้กับลูกค้า

การกำหนดระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาและงบประมาณในแต่ละแนวทางเลือก

1. แนวทางการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์มอริครบและช่องทางการต่อประกันให้ลูกค้าทราบทุกช่องทาง ระยะเวลาในการดำเนินการ 12 เดือน เริ่มเดือนเมษายน ถึง เดือนมีนาคม

งบประมาณ

1. ค่าป้ายประชาสัมพันธ์ 5,000 บาท

2. ค่ารับรองกำนันผู้ใหญ่บ้านและเครือข่ายกทพ. 20,000 บาท

รวม 25,000 บาท



2.แนวทางการสร้างนักขายมืออาชีพและการออกหนังสือเดือนครั้งที่ 2 โดยสาขาคำเนินการเองระยะเวลาในการดำเนินการ 12 เดือน เริ่มเดือน เมษายน ถึง เดือน มีนาคม

งบประมาณ

1.ค่าเบี้ยเลี้ยงพนักงานสินเชื่อ	50,000 บาท
2.ค่ากระดาษ	10,000 บาท
3.ค่าจัดอบรมพนักงานสาขา	100,000 บาท
4.ค่าหมึกพิมพ์	<u>40,000</u> บาท
รวม	<u>200,000</u> บาท

3.แนวทางการจัดโปรโมชั่นแจกของชำร่วยสำหรับลูกค้าที่จ่ายค่าต่อประกันช.ก.ส.มอประกันสาขาพยุห้ ระยะเวลาในการดำเนินการ 12 เดือน เริ่มเดือนเมษายน ถึงเดือนมีนาคม

งบประมาณ

1.ค่าของชำร่วย	200,000 บาท
2.ค่าป้ายประชาสัมพันธ์	<u>2,000</u> บาท
รวม	<u>202,000</u> บาท

สำหรับเกณฑ์ในการประเมินทางเลือกในครั้งนี้จะเลือกทางเลือกที่สามารถดำเนินการได้ทันที ประเมินผลงานได้และถูกต้องตามวิธีปฏิบัติงานของธนาคาร สามารถติดตามลูกค้าได้ทุกราย ทุกกลุ่มต้องมีการปฏิบัติงานที่สัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น จากการวิจัยครั้งนี้เลือกใช้แนวทางการสร้างนักขายมืออาชีพโดยการจัดอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะสามารถอธิบายรายละเอียดของกรมธรรม์ความจำเป็นต้องจัดทำกรมธรรม์มอประกันและป้องกันกรมธรรม์ไม่ให้ขาดผลบังคับ ติดตามลูกค้าให้มาชำระค่าเบี้ยประกันภัยปีต่อ โดยมอบหมายให้พนักงานการเงินออกหนังสือเดือนครั้งที่2ที่สาขาคำเนินการเอง โดยจะทำการออกหนังสือเดือนครบกำหนดชำระค่าเบี้ยประกันมอประกันที่อยู่ในระยะเวลาผ่อนผัน 1 เดือนเมื่อพนักงานการเงินออกหนังสือเดือนแล้วให้พนักงานสินเชื่อที่ออกพื้นที่นำส่งให้ลูกค้าพร้อมแจ้งช่องทางการชำระที่ลูกค้าสะดวกในการติดต่อชำระเพื่อป้องกันลูกค้าหลงลืมวันที่ครบกำหนดชำระระหว่างที่อยู่ในระยะเวลาผ่อนผันยังสามารถชำระได้

## 5. การอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัยเพื่อหาแนวทางลดจำนวนกรมธรรม์ขาดผลบังคับ จำเป็นต้องทราบสาเหตุของปัญหา ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาหาสาเหตุของปัญหาที่กรมธรรม์มอประกันขาดผลบังคับ ทำให้ทราบสาเหตุของปัญหากรมธรรม์มอประกันสาขาพยุห้ขาดผลบังคับ ว่าเกิดเนื่องมาจากลูกค้าไม่ทราบถึงช่องทางการต่อประกันมอประกันว่ามีหลากหลายช่องทางนอกจากการชำระเป็นเงินสดที่สาขา ลูกค้าได้รับจดหมายแจ้งเดือนครบกำหนดล่วงหน้าแต่ไม่ได้รับข้อความเตือนทางโทรศัพท์ และลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดการขาดผลบังคับของกรมธรรม์ว่าเมื่อต้องการทำกรมธรรม์ใหม่กรณีขาดผลบังคับต้องมีระยะเวลารอย เนื่องจากลูกค้าของช.ก.ส.สาขาพยุห้ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ มีปัญหาเรื่องการอ่านและเขียนหนังสือทำให้เมื่อได้รับจดหมายเตือนแล้วไม่ได้อ่าน อ่านแล้วไม่เข้าใจ หลงลืมวันครบกำหนด เปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์บ่อย บางรายไม่มีโทรศัพท์ พนักงานแจ้งรายละเอียดกรมธรรม์ไม่ละเอียดครบถ้วน ประกอบกับปัจจุบันสภาวะเศรษฐกิจถดถอย ราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ หนี้สินครัวเรือนมีเพิ่มขึ้นแต่รายได้ลดลงทำให้





ความสามารถในการชำระหนี้สินและความสามารถในการชำระประกันปีต่อลดลง หากลูกค้ามีความเข้าใจรายละเอียด  
กรมธรรม์มอแบร์กและเศรษฐกิจในครัวเรือนก็จะต่อประกันมอแบร์กแน่นอน

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการตอบแบบสอบถามลูกค้าทราบถึงช่องทางการต่อประกันมอแบร์กว่าชำระผ่านร้าน 7-11 ผ่าน  
แอปทกส A-Mobile Mobile banking ทุกธนาคาร ผ่านตู้ ATM CDMทกส และการหักบัญชีเงินฝากได้ค่าเฉลี่ยที่ได้คือ  
3.32 เป็นค่าคะแนนในระดับเฉยๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตราทิพย์ ธัญญะเจริญ (2562) เรื่องการเพิ่มยอด FBI เงิน  
ฝากสงเคราะห์ชีวิต ของ ธ.ก.ส.สาขาบางปะอินที่ได้ศึกษาช่องทางการชำระค่าประกันปีถัดไปของลูกค้าสาขาบางปะ  
อินมีการชำระเป็นเงินสดที่สาขาคิดเป็นร้อยละ 80 และหักบัญชีเงินฝากคิดเป็นร้อยละ 20 คือลูกค้าส่วนใหญ่ยังต้องมา  
ชำระค่าประกันที่สาขาและในการศึกษาคั้งนี้คือลูกค้าไม่ทราบว่า ธ.ก.ส.มอแบร์กเพิ่มช่องทางการรับชำระค่าเบี้ย  
ประกัน ธ.ก.ส.มอแบร์ก เช่น ชำระผ่านแอปทกส. A-Mobile Mobile Banking ทุกธนาคาร ร้าน 7-11 และระบบหักบัญชี  
อัตโนมัติ เนื่องจากลูกค้าเป็นผู้สูงอายุ การศึกษาน้อยมีปัญหาในการอ่านจดหมายแจ้งเตือนที่ได้รับจากธนาคาร ลูกค้า  
ได้รับข้อความทางโทรศัพท์ (SMS) คั้งที่ ก่อนวันครบกำหนดชำระงวดถัดไป 7 วัน คั้งที่ 2 ก่อนวันครบกำหนดผ่อนผัน  
7 วัน ค่าเฉลี่ยที่ได้คือ 3.3 อยู่ในช่วงคะแนนเฉยๆ เนื่องจากเบอร์โทรศัพท์หาซื้อได้ง่ายเป็นปัจจัยให้ลูกค้าสามารถ  
เปลี่ยนเบอร์ติดต่อได้สะดวกมากกว่าในอดีต และไม่ได้มาติดต่อขอเปลี่ยนเบอร์ติดต่อกับพนักงานที่สาขา จึงเป็น  
สาเหตุที่ลูกค้าไม่ได้รับข้อความแจ้งเตือนดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของมิ่งขวัญ คณิงการ (2562) เรื่องการแก้ไข  
ปัญหาการรับฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ของ ธ.ก.ส.สาขาบางสะพาน ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้โดยผลการศึกษา  
ลูกค้าต้องการให้ธนาคารแจ้งกำหนดการชำระเบี้ยประกันผ่านช่องทางข้อความทางโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 81.79 และ  
ลูกค้าทราบว่าหากประกันมอแบร์กขาดผลบังคับไม่สามารถต่อประกันได้ต้องทำใหม่เท่านั้นและมีระยะเวลารอคอย 90  
วัน หากเสียชีวิตในช่วงเวลารอคอยจะไม่สามารถคุ้มครองค่า คะแนนเฉลี่ยที่ได้คือ 3.49 อยู่ในช่วงคะแนนเฉยๆ  
เป็นผลคะแนนที่ทำให้ทราบว่าลูกค้าขาดความเข้าใจเรื่องความเสี่ยงจากการไม่ได้ต่อประกันมอแบร์กและขาดผลบังคับ  
ต้องมีระยะเวลารอคอย 90 วัน พนักงานต้องเน้นย้ำความจำเป็นในการมีกรมธรรม์มอแบร์กไว้คุ้มครองวงเงินหนี้สินที่  
ลูกค้ามีกับธนาคารค่าเบี้ยประกันที่ราคาไม่สูง สามารถคุ้มครองวงเงินหนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเยาวเรศ คำวงษ์  
(2563) เรื่องแนวทางการเพิ่มและต่ออายุเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมอแบร์ก ธ.ก.ส.สาขาชุมแพ ได้ศึกษาว่าดัชนีชี้วัด  
ความสำเร็จคือลูกค้าเงินกู้ของ ธ.ก.ส.สาขาชุมแพทุกคน มีความรู้ ความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อการจัดทำเงินฝาก  
สงเคราะห์ชีวิตมอแบร์ก หรือประกันชีวิต เพื่อประกันหนี้ของตนเอง มีความตื่นตัวและตระหนักถึงความสำคัญของเงิน  
ฝากสงเคราะห์ชีวิต และพนักงานผู้รับผิดชอบด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทุกคนมีความใส่ใจดูแลสมาชิกเงินฝาก  
สงเคราะห์ชีวิตมอแบร์กทุกคน

### 6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาคั้งนี้มี 3 สาเหตุคั้งนี้ สาเหตุที่หนึ่งลูกค้าไม่ได้ต่อประกันมอแบร์กคือไม่ได้รับข้อความแจ้งเตือน  
ทางโทรศัพท์ จึงแนะนำให้พนักงานแจ้งลูกค้าให้แจ้งเบอร์โทรศัพท์ที่ปัจจุบันในระบบสงเคราะห์ชีวิต สาเหตุที่สอง  
จากการที่ลูกค้าไม่ทราบช่องทางการรับชำระค่าต่อประกันควรต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบจากพนักงาน  
ผ่านก้านผู้นำหมู่บ้านผู้นำของชุมชน และสุดท้ายสาเหตุจากการที่ลูกค้าไม่ทราบว่าหากประกันมอแบร์กขาดผลบังคับ



ต้องทำใหม่และมีระยะเวลารอคอย ต้องกำชับให้พนักงานแจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียมให้ลูกค้าทราบตั้งแต่ครั้งแรกที่จัดทำค่าธรรมเนียมพนักงานต้องมีความรู้ความเข้าใจและต้องอธิบายรายละเอียดประกันมอบรักให้ถูกต้องครบถ้วนให้กับลูกค้าได้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป สำหรับการศึกษาครั้งต่อไปควรนำข้อมูลเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าให้อยู่ในแอปช.ก.ศ.A-Mobile ของช.ก.ศ.เป็นการต่อยอดพัฒนาแอปของธนาคารให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ารุ่นใหม่ที่จะมาทดแทนลูกค้ากลุ่มเดิมที่เป็นผู้สูงอายุ

### เอกสารอ้างอิง

จิราทิพย์ ธัญญะเจริญ. (2562). การเพิ่มยอด *FBI* เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ของ ช.ก.ศ.สาขาบางปะอิน (งานวิจัย ภาควิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).

ฐิติวดี ชัยวัฒน์. (2552). การบริหารความเสี่ยงภัยและการประกันภัยในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชธีร์ธร ชีรขวัญโรจน์. (2551). การบริหารงานขาย (*Sale Management*). กรุงเทพฯ:ซีเอ็ดยูเคชั่น.

นชกฤต วันตะเมลล์. (2555). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มิ่งขวัญ คะนิงการ. (2562). การแก้ไขปัญหาการรับฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ของ ช.ก.ศ. สาขาบางสะพาน ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ (งานวิจัยกลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).

เขาวเรศ คำวงษ์. (2563). แนวทางการเพิ่มและต่ออายุเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมอบรัก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขาชุมแพ จังหวัดขอนแก่น (งานวิจัยภาควิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ . มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัทสำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.