



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

แนวทางการเพิ่มยอดขายประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อของลูกค้าสินเชื่อธนาคารออมสินสาขาเลย
Way to Increasing the Purchase of Credit Protection Insurance for Customers of the
Government Savings Bank Loans at Loei Branches

ปิยนุช พุทธบัว

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

E-mail : Piyanuchch1992@gmail.com

นงนภัส แก้วพลอย

อาจารย์ที่ปรึกษา กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

E-mail : ajarnying@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้กำหนดวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจทำประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อธนาคารออมสินสาขาเลย 2) เพื่อหาแนวทางการเพิ่มยอดขายประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อธนาคารออมสินสาขาเลย ซึ่งการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบเจาะจงกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการขอสินเชื่อจำนวน 100 คน รวบรวมแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยจำแนกตามด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ขอใช้บริการ ด้านปัจจัยในธนาคาร และด้านปัจจัยนอกธนาคาร เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นแบบพรรณนาประกอบไปด้วย ค่าเฉลี่ย(Mean)และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) จากผลการศึกษาพบว่าระดับความมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจทำประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อธนาคารออมสินเลยโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.92) เมื่อพิจารณาจากรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านปัจจัยภายในธนาคาร ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.95) ด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ขอใช้บริการ ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.92) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือด้านปัจจัยภายนอกธนาคาร ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 1) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

คำสำคัญ : ประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อ

Abstract

A study on ways to increase the sales of the Loan Protection Insurance, Loei Branch have a purpose (1.) to study the level of influence on the decision-making process for credit protection insurance, Loei Branch. (2.) to find ways to increase sales of the Government Savings Bank loan protection insurance, Loei branch. A survey study using a specific type of group of customers who came to apply for a loan of 100 people gathered secondary data as information that the researcher has collected data from research, thesis, article, and related



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

research to bring data. be used as a guideline for conducting research. Classified by factors related to service applicants factors in the bank and factors outside the bank. The instrument used in the study was a statistical questionnaire used to analyze the data in a descriptive way, consisting of mean and Standard Deviation From the results of the study, it was found that the level of influence on the decision-making process for credit protection insurance of the Government Savings Bank was visual. The average was at a high level ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.92). It was found that the side with the highest averages were the internal factors of the bank ($\bar{X} = 3.80$, S.D.= 0.95), the factors related to the applicant ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.92), and the with the lowest mean, the average is the external factor ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 1), which is consistent with the hypothesis.

Keywords : Credit line protection insurance

บทนำ

เนื่องด้วยธนาคารออมสินมีผลิตภัณฑ์หลักที่ต้องให้บริการต่อประชาชน นักธุรกิจ ผู้ประกอบการร้านค้า หรือผู้ลงทุนรายย่อยตามคำสั่งธนาคารและงานนโยบายของรัฐโดยสินเชื่อแต่ละประเภทจะมีเงื่อนไขข้อปฏิบัติที่แตกต่างกันเมื่อปล่อยวงเงินสินเชื่อจะมีการนำเสนอการรับประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อโดยการรับประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อเป็นเครื่องมือป้องกันความเสี่ยงที่จะช่วยให้ลูกหนี้ลดความเสี่ยงหากมีเรื่องราวที่ไม่คาดฝันและช่วยแก้ปัญหาให้ธนาคาร ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นกระทบต่อธนาคารผู้ให้สินเชื่อแน่ชัดว่าอาจจะก่อให้เกิดรายได้ที่สงสัยจะสูญ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับธนาคารออมสินสาขาเลย คือ ปริมาณการจ่ายเงินกู้ มีปริมาณมากแต่มีการรับประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อน้อยมากและแนวโน้มลดลง ดังตารางที่ 1 แสดงเปรียบเทียบการจ่ายเงินเชื่อ – การทำประกันสินเชื่อคุ้มครองวงเงิน ของ ธนาคารออมสินสาขาเลย (หมายเหตุ : สินเชื่อทุกประเภท ปี2565) ข้อมูลถึง เดือนตุลาคม 2565 ที่มา : ธนาคารออมสินสาขาเลย (2565)

ปี	การจ่ายเงินกู้		การทำประกันคุ้มครองวงเงิน		สัดส่วน %	
	ราย	จำนวนเงิน(บาท)	ราย	จำนวนเงิน(บาท)	%ราย	%จำนวนเงิน
2565	2,220	884,711,980	325	217,867,304	14.64	24.63
2564	391	648,711,965	198	142,721,000	50.64	22
2563	2,275	831,653,164	412	235,457,000	18.11	28.31

ข้อมูลจากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าในปี2563มีการจ่ายเงินกู้ผู้กู้จำนวน 2,275ราย จำนวนเงิน 831,653,164 บาท มีการทำประกัน จำนวน 412 ราย จำนวนเงิน 235,457,000 บาท คิดเป็น 28.31 % ของจำนวนเงินที่จ่ายเงินกู้ ในปี 2564 มีการจ่ายเงินกู้ ผู้กู้จำนวน 391 ราย จำนวนเงิน 648,711,965 บาท มีการทำประกัน จำนวน 198 ราย จำนวนเงิน 142,721,000 บาท คิดเป็น22%ของจำนวนเงินที่จ่ายเงินกู้ และใน



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

ปี2565 มีการจ่ายเงินกู้ผู้กู้จำนวน2,220ราย จำนวนเงิน 884,711,980 บาท มีการทำประกัน จำนวน 325 ราย จำนวนเงิน 217,867,304 บาทคิดเป็น24.63%ของจำนวนเงินที่จ่ายเงินกู้จำนวนผู้กู้และวงเงินที่ปล่อยกู้มีมากขึ้นแต่สัดส่วนของการทำประกันค้ำ ครองวงเงินสินเชื่อลดน้อยลงเรื่อยๆซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับธนาคารออมสินสาขาเลยเมื่อเทียบ สัดส่วนการจ่ายเงินกู้กับการทำประกันค้ำครองวงเงินแล้วหากมีผู้กู้เสียชีวิตธนาคารออมสินต้องสำรองเงินไม่ต่ำกว่า70%ของหนี้คงเหลือซึ่งธนาคารก็ต้องมาแบกรับภาระส่วนนี้ด้วย(ธนาคารออมสินสาขาเลย,2565)

จากข้อมูลที่รวบรวมและการวิเคราะห์ปัญหาดังกล่าวผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “แนวทางการเพิ่มยอดซื้อประกันค้ำครองวงเงินสินเชื่อของลูกค้าสินเชื่อธนาคารออมสินสาขาเลย” เพื่อเพิ่มยอดขายและช่วยลดปัญหาที่จะเกิดหนี้ค้ำชำระกรณีผู้กู้เสียชีวิตและช่วยลดภาระให้ธนาคารออมสินในการสำรองเงินนำมาพัฒนาปรับปรุงในส่วนอื่นที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ใช้บริการกับธนาคารออมสินในด้านอื่นๆซึ่งธนาคารมีเกณฑ์ในการสำรองเงินตามชั้นหนี้ อาทิเช่น ชั้นปกติ คือ ค้ำชำระน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 เดือน ต้องกันเงินสำรองร้อยละ 1 ของหนี้คงเหลือชั้นกล่าวถึงเป็นพิเศษ คือ ค้ำ 1 ถึง 3 เดือน ต้องสำรองเงิน ร้อยละ 2 ของหนี้คงเหลือ ชั้นต่ำกว่ามาตรฐาน คือ ค้ำ 3 เดือนขึ้นไป ธนาคารต้องสำรองเงินถึง ร้อยละ 100 ของหนี้คงเหลือนั้นแสดงให้เห็นว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นหากธนาคารมีหนี้ค้ำชำระเป็นจำนวนมากย่อมส่งผลให้ธนาคารต้องใช้จ่ายเงินสำรองหนี้มากเช่นกันส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธนาคารที่ต้องมีต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นและมีผลกำไรลดน้อยลงไปเช่นกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจทำประกันค้ำครองวงเงินสินเชื่อ
2. เพื่อหาแนวทางการเพิ่มยอดขายประกันค้ำครองวงเงินสินเชื่อ

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาระดับความมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันค้ำครองวงเงินสินเชื่อประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ขอใช้บริการ ปัจจัยภายในธนาคาร และ ปัจจัยภายนอกธนาคาร ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในธนาคารออมสินเลย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เข้ามาขอรับบริการในธนาคารออมสินสาขาเลย ในช่วงวันที่ 1 กุมภาพันธ์ – 31 มีนาคม 2566 จำนวน 100 คน

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อศึกษาถึงระดับความอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจทำประกันค้ำครองวงเงินสินเชื่อ
2. ขั้นตอนการวิจัย การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามแบบเจาะจงกลุ่มลูกค้าที่มาขอใช้บริการสินเชื่ออยู่กับธนาคารออมสินสาขาเลย ณ สิ้น มกราคม 2566 มีบัญชีสินเชื่ออยู่ประมาณ 1,300 บัญชีในช่วงวันที่ 1 กุมภาพันธ์ – 31 มีนาคม 2566 ทำการสุ่มแบบง่าย จำนวน 100 คน มีการออกแบบเครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับ ระดับความมีอิทธิพลต่อกระบวนการ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

ตัดสินใจทำประกันคุ้มครองวงเงิน โดยศึกษาเอกสารต่างๆ หนังสือ บทความ รายงานการวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานรวบรวมแบบสอบถามตรวจสอบความเรียบร้อย นำไปวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติสำหรับใช้เพื่อดำเนินการต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยมีวิธีการดำเนินการดังนี้ ผู้วิจัยขอความร่วมมือกรอกแบบสอบถาม และทำการรวบรวมแบบสอบถาม ตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถาม นำไปวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติสำหรับการใช้เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นแบบพรรณนา ประกอบไปด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจทำประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อ มีการกำหนดระดับมาตราส่วน 5 ระดับ ไม่มีอิทธิพลเลย มีอิทธิพลน้อย มีอิทธิพลปานกลาง มีอิทธิพลมาก มีอิทธิพลอย่างยิ่ง ความกว้างของอันตรภาคชั้น

$$= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด
1.81 – 2.60	น้อย
2.61 – 3.40	ปานกลาง
3.41 – 4.20	มาก
4.21 – 5.00	มากที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นแบบพรรณนาประกอบไปด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “แนวทางการเพิ่มยอดขายประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อธนาคารออมสินสาขาเลย” ซึ่งในการวิจัยได้สังเคราะห์จากแบบสอบถามจำนวน 100 ฉบับ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแนวทางการเพิ่มยอดขายประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อธนาคารออมสินสาขาเลย ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาไว้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62 มีอายุระหว่าง 30ปี-45ปี คิดเป็นร้อยละ 53 มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70 มีสถานภาพ สมรส คิดเป็นร้อยละ 49 ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/ลูกจ้างของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 55 ส่วนใหญ่มีสวัสดิการกองทุน กบข./กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ คิดเป็นร้อยละ 43 และมีระดับรายได้ 15,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46

ด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ขอใช้บริการ ระดับความมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจทำประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อธนาคารออมสินเลย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.92) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ รายได้ของผู้กู้ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.95) รองลงมา คือ ความรู้และความ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

เข้าใจเกี่ยวกับการทำประกัน ($\bar{X}=3.84$ S.D =0.96) อายุของผู้กู้ ($\bar{X}=3.56$, S.D =0.89) อาชีพของผู้กู้ ($\bar{X}=3.49$, S.D = 0.89) และ สวัสดิการที่มี ณ ปัจจุบัน ($\bar{X}=3.41$, S.D =0.85) ตามลำดับส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ สถานะ(โสด/สมรส/หย่า/หม้าย) ($\bar{X}=3.22$, S.D =0.98)

แนวทางเลือกการแก้ไขปัญหาแนวทางที่ 1 ปัจจัยด้านผู้ขอใช้บริการโดยมีรายละเอียดดังนี้

- สอบถามข้อมูลของลูกค้าถึงเรื่องส่วนตัวเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของผู้ขอใช้บริการพนักงานสินเชื่อเชื่อจะได้มีเหตุผลที่เป็นแรงจูงใจต่อผู้ขอใช้บริการ เช่น มีบุตร หรือ มีครอบครัวที่ต้องคอยดูแลไม่ หรือ อาชีพ ลักษณะการปฏิบัติ ของผู้ขอใช้บริการว่ามีความเสี่ยงมากน้อยเพียงใด ต่อเหตุการณ์ไม่คาดฝัน
- ทำความเข้าใจและให้ความรู้กับลูกค้าผู้ขอสินเชื่อในเรื่องของรายละเอียดผลดีและผลเสียของสินเชื่อและประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้ขอใช้บริการหรือผู้ต้องการใช้บริการได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารเรื่องประโยชน์ที่ผู้ขอใช้บริการจะได้รับผลประโยชน์ต่อการทำประกันครั้งนี้ได้อย่างทั่วถึงผ่านช่องทางธนาคารหรือ Social Media ต่างๆ

ด้านปัจจัยภายในธนาคาร ระดับความมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจทำประกัน คุ้มครองวงเงินสินเชื่อธนาคารออมสินสาขาเลย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$, S.D. = 0.96) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ค่าเบี้ยประกันที่ต้องชำระ ($\bar{X}=3.94$, S.D =0.91) รองลงมา คือ เงื่อนไขความคุ้มครอง($\bar{X}=3.92$, S.D =0.96) วงเงินที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อ($\bar{X}=3.92$, S.D =0.98) วิชี้นำเสนอข้อมูลของพนักงาน ($\bar{X}=3.90$, S.D =1) และทุนประกันและจำนวนปีที่เอาประกัน ($\bar{X}=3.89$, S.D =0.93) ตามลำดับส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก คือ มีหลักประกันแทนการทำประกันคุ้มครองวงเงิน ($\bar{X}=3.47$, S.D =0.97)

แนวทางเลือกการแก้ปัญหาแนวทางที่ 2 แก้ปัญหาปัจจัยภายในธนาคารโดยมีรายละเอียดดังนี้

- การจัดให้พนักงานสินเชื่อธนาคารออมสินสาขาเลยมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการพบปะกันกับผู้ขอใช้บริการที่เลือกทำประกันคุ้มครองวงเงินและไม่ทำประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อเพื่อจะได้แชร์ประสบการณ์ว่าเหตุผลที่ผู้ขอใช้บริการตกลงทำประกันและปฏิเสธการทำประกันมีเหตุผลอย่างไร เพื่อให้พนักงานหาแนวทางการจูงใจและเหตุผลสนับสนุนเพื่อให้ผู้ขอใช้บริการตัดสินใจเลือกทำประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อ
- ทางธนาคารออมสินและบริษัทประกันภัยที่รับทำประกันให้กับธนาคารควรมีการจัดอบรมขนาดย่อม โอบการลงมาให้ความรู้และแนวทางการเจรจาการขายประกันคุ้มครองวงเงินไตรมาสละ 1 ครั้ง เนื่องจากในแต่ละภาคบริษัทที่รับทำประกัน จะมีพนักงานที่ดูแลแต่ละสาขา อยู่แล้ว
- ธนาคารควรมีข้อเสนอที่แตกต่างเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อต่างๆในกรณีหากเลือกทำประกันและไม่ทำประกันให้ผู้ขอใช้บริการมีตัวเลือกในการตัดสินใจเลือกมากขึ้น เช่น เรื่องของอัตราดอกเบี้ยไปโรมันชั่นที่เกี่ยวข้อง ธนาคารและบริษัทที่รับทำประกันควรมีการจัดทำเอกสารเสนอขายโดยแสดงข้อมูลที่มีเนื้อหาชัดเจนกระชับง่ายต่อการนำเสนอเพื่อแสดงความชัดเจนให้แก่ผู้ขอใช้บริการ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

ด้านปัจจัยภายนอก ธนาคารระดับความมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจทำประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อธนาคารออมสินเลย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.20$, S.D. = 1) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ ($\bar{X}=3.56$, S.D =0.91) รองลงมา คือ ความเสี่ยงต่ออาชีพ ($\bar{X}=3.45$, S.D =0.95) ข่าวสารที่ได้รับมา ($\bar{X}=3.39$, S.D =0.98) และความคิดเห็นในโซเชียลมีเดียตามลำดับ ($\bar{X}=2.78$, S.D =1.10) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง คือ โฆษณาชวนเชื่อ ($\bar{X}=2.78$, S.D =1.10)

แนวทางเลือกการแก้ปัญหาแนวทางที่ 3 แก้ปัญหาปัจจัยภายนอกธนาคารโดยมีรายละเอียดดังนี้

- ธนาคารออมสินควรลงมาดูแลผลประโยชน์จากบริษัทประกัน ให้แก่ลูกค้าเพราะมีบางเงื่อนไขที่ไม่สามารถดูแลผลประโยชน์ที่ลูกค้าควรจะได้รับอย่างเต็มประโยชน์ ศึกษาแนวโน้มของข้อเสนอสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ขอใช้บริการหรือผู้ที่ต้องการขอใช้บริการได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารเรื่องประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่ออย่างทั่วถึงผ่านช่องทางต่างๆทั้งทางธนาคารและ Social Media ต่างๆเศรษฐกิจและติดตามเรื่องของเทรนการบริโภคในปัจจุบันความต้องการของลูกค้า เพื่อจะได้สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกับผู้ขอใช้บริการ เสริมสร้างความรู้และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่แท้จริงที่ผู้ขอใช้บริการสินเชื่อจะได้รับประโยชน์ อย่างเต็มที่

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา ระดับความมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาเลย ซึ่งผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษาไว้ดังนี้

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ขอใช้บริการระดับความมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจทำประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อธนาคารออมสินเลยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ รายได้ของผู้กู้ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการที่ลูกค้าจะเลือกทำ รอง ลง มา คือ ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการทำประกัน อาชีพของผู้กู้ ก็มีปัจจัยเสี่ยงตามสาขาอาชีพ สวัสดิการ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ สถานะ(โสด/สมรส/หย่า/หม้าย) ผลการศึกษาตรงกับข้อมูลการศึกษาของ ญัฐิยา ภักทรกิจจานุรักษ์(2560)ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ผลการวิจัยพบว่า อย่างไรก็ตาม เพศ อายุ อาชีพ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่แตกต่างกัน

ปัจจัยภายในธนาคารระดับความมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจทำประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อธนาคารออมสินสาขาเลย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ค่าเบี้ยประกันที่ต้องชำระ ที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจ รองลงมา คือ เงื่อนไขความคุ้มครอง วงเงินที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อ วิธีนำเสนอข้อมูลของพนักงานและทุนประกันและจำนวนปีที่เอาประกันตามลำดับส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดมีค่า เฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก คือ มีหลักประกันแทนการทำประกันคุ้มครองวงเงิน ซึ่งผลการศึกษาขึ้นอยู่กับผลการศึกษา สุทธิศา นนทพันธ์ (2559) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของผู้บริโภคต่อบริษัทเอไอเอจำกัดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วน



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

ประสมทางการตลาดโดยรวมมีผลต่อกระบวนการ ตัดสินใจซื้อประกัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญ ในระดับมากที่สุด

ด้านปัจจัยภายนอกธนาคารระดับความมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจทำประกัน คุ่มครองวงเงิน สินเชื่อธนาคารออมสินเลย เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ รongลงมา คือความเสี่ยงต่ออาชีพ ข่าวสารที่ได้รับมา ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง คือ โฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งผลการศึกษานี้ตรงกับ ฉัตรยาพร เสมอใจ (2556,15) ได้อธิบายว่า ทำไมต้องศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่าการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมีความจำเป็นและมีประโยชน์ด้านต่างๆ ดังนี้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้ เข้าใจและสามารถวางแผนในการตอบสนองความต้องการและการเปลี่ยนแปลงของผู้ บริโภคได้อย่างเหมาะสม ผู้บริโภคมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจเมื่อสามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและ ตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคได้ก็จะสร้างความพึงพอใจและทำให้เกิดการสื่อสารถ้าสามารถสร้างความพึงพอใจได้อย่างต่อเนื่องก็สามารถสร้างความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา แนวทางการเพิ่มยอดขายซื้อประกันคุ่มครองวงเงินสินเชื่อธนาคารออมสินสาขาเลย ในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ขอใช้บริการ จากผลการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดมีค่า เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ เรื่องของสถานะ(โสด/สมรส/หย่า/หม้าย) ซึ่งต้องส่งเสริมการเพิ่ม ข้อมูลความรู้ให้แก่ผู้ให้บริการให้ทราบถึงผลที่จะเกิดขึ้นกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่สมรส บุตร ที่อาจจะต้อง มาร่วมรับผิดชอบด้วย
2. ด้านปัจจัยภายในธนาคาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ค่าเบี้ยประกันที่ต้องชำระธนาคารต้อง สร้างความเข้าใจตั้งแต่เสนอขายว่า ค่าเบี้ยประกันคุ่มครองวงเงินสินเชื่อจะขึ้นกับปัจจัยใด เช่น เพศ อายุ หรือ วงเงินที่ได้รับอนุมัติ เป็นต้น
3. ด้านปัจจัยภายนอกธนาคารมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง ธนาคารต้องสร้างข้อมูลสื่อ ประชสัมพันธ์ ให้ผู้ขอใช้บริการ ได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือ และส่งเสริมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ที่ จะได้รับหากมีการทำประกันคุ่มครองวงเงิน

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารออมสิน. 2565. ข้อมูลทั่วไปของธนาคาร.ค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2565,เข้าถึงได้จาก

<https://www.gsb.or.th/about/%e0%b8%9b%e0%b8%a3%e0%b8%b0%e0%b8%a7%e>

ธนาคารออมสิน. 2565. ข้อมูลทั่วไปของธนาคาร.ค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2565,เข้าถึงได้จาก

<https://www.gsb.or.th/about/organization-structure/>

ธนาคารออมสิน. 2565. ข้อมูลทั่วไปของธนาคาร.ค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2565,เข้าถึงได้จาก

<https://www.gsb.or.th/about/%e0%b8%a7%e0%b8%b4%e0%b8%aa%e0%b8%b1%e>



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

- ธนาคารออมสิน. 2565. ข้อมูลทั่วไปของธนาคาร.ค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2565,เข้าถึงได้จาก
<http://gsnet.gsb/department/dev.brn/ratio.html>
- ธนาคารออมสิน. 2565. ข้อมูลทั่วไปของธนาคาร.ค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2565,เข้าถึงได้จาก
https://www.gsb.or.th/media/2022/10/O3_65-รายงานผลการรับฟังเสียงของลูกค้า.pdf
- ธนาคารออมสิน. 2566. ข้อมูลทั่วไปของธนาคาร.ค้นเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2566,เข้าถึงได้จาก
<https://www.gsb.or.th/personals/%e0%b9%81%e0%b8%9a%e0%b8%9a%e0%b8%84%e>
- จิราภรณ์ ธิศาลา.2559.ความต้องการการทำประกันของผู้สูงอายุอยู่ในเขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา.สาร
นิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการสาธารณะ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐยา ภัทรกิจจานุรักษ์.2560.ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
และปริมณฑล.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุทิสภา นนทพันธ์.2559.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของ
ผู้บริโภค ต่อบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.สารนิพนธ์
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- จุฑามาศ พงษ์สุนัย.2554.การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และแนวโน้มการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์
ประกันชีวิต ผ่านช่องทางการตลาดทางโทรศัพท์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ.2556.พฤติกรรมผู้บริโภค.www.se-ed.com
<https://images-se-ed.com/ws/Storage/Pdf/978974/212/9789742124489PDF.pdf>