

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการประกัน
ชีวิตของธุรกิจสถาบันธนาคารผ่านธนาคารพาณิชย์
แห่งหนึ่งในจังหวัดแพร่

ผู้เขียน

นายชนกฤต ภิญโญ

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.พิบูล โคว์สุวรรณ

ประธานที่ปรึกษา

รศ.สุวรรรัตน์ ยิบมันตะศิริ

กรรมการ

ผศ.วัชรวิ พฤทธิกันนัท

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) ศึกษาข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้เลือกใช้
บริการประกันชีวิตของ บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) 2) ศึกษา
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประกันชีวิตของ บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต
จำกัด (มหาชน) ผ่านช่องทางธุรกิจของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานสาขาแพร่
3) ศึกษาปัญหาที่ผู้เลือกใช้บริการประกันชีวิตของ บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต
จำกัด (มหาชน) ประสบโดยการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชากรที่ถือกรรมสิทธิ์ของ
บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) 3 ประเภท คือ แบบเซฟเวอร์พลาส
แบบเอ็ดดูเคชั่นพลาส และแบบเทรเชอร์พลาส จำนวนทั้งหมด 114 คน ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 ถึง
31 สิงหาคม 2548

ผลการศึกษาพบว่า ประชากรที่ศึกษาประกอบไปด้วยหญิงมากกว่าชาย ส่วนใหญ่มีอายุ
ระหว่าง 41-60 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เกือบครึ่งหนึ่ง
ของประชากรมีอาชีพค้าขาย ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาท ขึ้นไป และรายได้ต่อ

เดือนของครัวเรือนระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท ผู้เอาประกันเกือบครึ่งหนึ่งมีสถานภาพเป็นผู้นำครอบครัว

สำหรับพฤติกรรมของผู้เลือกใช้บริการประกันชีวิตเกือบทั้งหมดเลือกประกันแบบ เซฟเวอร์พอลิต โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 41-60 ปี และมีอาชีพค้าขายและธุรกิจส่วนตัว เนื่องจากแบบเซฟเวอร์พอลิต มีอายุกรมธรรม์สั้นกว่าแบบอื่น ๆ และมีผลตอบแทนเหมือนการสะสมทรัพย์ สำหรับแบบเทรเซอร์พอลิต ผู้เอาประกันทั้งหมดมีอายุ 20-40 ปี มีรายได้ปานกลาง เนื่องจากมีอัตราค่าเบี้ยประกันต่ำ วงเงินคุ้มครองสูง และระยะเวลาคุ้มครองนาน สำหรับเอ็ดยูเคชั่นพอลิต ผู้เอาประกันทั้งหมดมีสถานภาพสมรสแล้ว เนื่องจากการประกันแบบนี้เพื่อการคุ้มครองการศึกษาของบุตร

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประกันชีวิต ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แบบประกันที่ตรงตามต้องการของผู้เอาประกัน ปัจจัยทางด้านราคา คือ การมีเงินคืนที่สม่าเสมอ ปัจจัยทางด้านสถานที่คือ ธนาคารที่เป็นช่องทางให้บริการจัดจำหน่ายมีความมั่นคงทางการเงิน ปัจจัยทางด้านการตลาด คือ มีศูนย์ข้อมูลที่สามารถสอบถามได้ตลอดเวลา

ปัญหาที่ผู้เลือกเอาประกันพบมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานงานธนาคารไม่มีความรู้ความชำนาญในการให้คำปรึกษา แบบประกันไม่คุ้มครองด้านค่ารักษาพยาบาล และพนักงานตัวแทนบริษัทประกันไม่มีความชำนาญในการแก้ไขปัญหา ตามลำดับ

เนื่องจากลูกค้าที่เลือกเอาประกันให้ความเชื่อถือในองค์กรธนาคาร ธนาคารควรพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิตให้มากขึ้น รวมทั้งจัดสถานที่การบริการประกันชีวิตอย่างเป็นสัดส่วน

Independent Study Title	Factors Affecting Customers' Choice of Bancassurance of a Commercial Bank in Phrae Province	
Author	Mr. Thanakrit Phinyo	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Assoc. Prof. Phikul Kowsuwan	Chairperson
	Assoc.Prof. Suwarat Gypmantasiri	Member
	Asst.Prof. Watcharee Prugsiganont	Member

ABSTRACT

This study has three objectives : 1) to study the general characteristics and behavior of customers in buying Bancassurance from the Siam Commercial New York Life Public Company Limited, 2) to study what are the factors affecting their choices, and 3) to study problems relating to their purchases of Bancassurance. Secondary and primary data are used in this study. Secondary data are obtained from relating publications and printed matters. Primary data are obtained from a population of 114 insurance holders of Saver Plus, Treasure Plus, and Education Plus who bought their insurance policies from the Siam Commercial New York Life Public Company between 1 October, 2003 and 31 August, 2005.

The results of the study show that the population of the study constitute of women more than men. Most are in the age group of 41-60 years old, married, and with bachelor's degree of education. Slightly more than half of the populations are merchants with average monthly income of higher than 20,001 Baht, and with household income per month in the range of 30,001-50,000 Baht. Nearly half of them are family leaders.

With regard to the behavior of customers, most choose the Saver Plus, especially those who are in the age range of 41-60 years old, work as merchants with their own business. This is so because the Saver Plus type covers shorter period than the other two types, and with rates of return similar to general savings. For the Treasure Plus type, all customers are in the age group of 20-40 years old with middle range income as this type of insurance policies have low premium, but high insurance amount and long coverage period. For the Education Plus type, all customers are married as this type of policies provide protection for the education of their children.

As for factors affecting the customers' choice of bancassurance, the results of the study show that for factors relating to products, the most important factor is types of policies offered are in accordance to customers' needs. For factors relating to prices, the most important factor is constant redemption of the amount insured. For factors relating to place, the most important factor is the trust in bank institution as being financially stable. For factors relating to marketing, the most important factor is the access to call centers that are open all the time.

On the study of problems of bancassurance, the top three problems in order of importance are bank personnel do not have enough knowledge to give proper advice to customers, policies purchased do not cover medical expenses, and insurance agents do not have enough skill in problem solving.

Because of customers' trust in bank institution, the Siam Commercial Bank should engage in more personnel development in the area of insurance services so as to make their personnel more knowledgeable in insurance services. A separate section for insurance services should be provided.