

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
ประกันชีวิต ของลูกค้าบริษัทกรุงไทย-แอกซ่า จำกัด
(มหาชน) ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทย เขตเชียงใหม่ 1

ผู้เขียน

นางสาวรัชชิตา บุนนาค

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษา

ผศ.ดร.กัญญาสุดา นิ่มอนุสรณ์กุล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
ผศ.ดร.ชัยวัฒน์ นิ่มอนุสรณ์กุล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ของ ลูกค้าบริษัท กรุงไทย-แอกซ่า จำกัด(มหาชน) ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทยเขตเชียงใหม่ 1 ครั้งนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต ของลูกค้าบริษัท กรุงไทย-แอกซ่า จำกัด(มหาชน)ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทย เขตเชียงใหม่ 1 และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานกับพฤติกรรมการเลือกประกันชีวิตของลูกค้าบริษัท กรุงไทย-แอกซ่า จำกัด(มหาชน) ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทย เขตเชียงใหม่ 1 จำนวน 373 ราย

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตมีส่วนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 ถึง 50 ปี ส่วนมากมีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพ สมรสส่วนมากไม่มีบุตร ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 ถึง 30,000 บาท และ 50,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากมีการชำระเบี้ยประกันต่อปี เป็นเงิน 50,001 บาทขึ้นไป โดยทุนประกันส่วนมากคือ 100,000 ถึง 200,000 บาท ประกันเภทประกันชีวิต แบบสะสมทรัพย์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตพบว่าบุคคลกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านบุคลากรมากที่สุด ตัวแทนมีความห่วงใยและเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ รองมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นบริษัทประกันชีวิตที่ดำเนินการมายาวนาน และมีความมั่นคง และอันดับสามคือ ปัจจัยด้านราคา สามารถแบ่งชำระเบี้ยประกัน ได้หลายงวด และอัตราเบี้ยประกันที่ไม่แพงเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น

ผลการศึกษาพบว่า การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ของบุคคลกลุ่มตัวอย่าง เมื่อทดสอบค่า Chi-Square พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับทุนประกัน ส่วนใหญ่ถือครอง 1 กรมธรรม์ ระยะเวลาทำประกันส่วนใหญ่ 25 ปี ได้รับคำแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก และมีความสัมพันธ์กับตัวแทน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Factors Affecting Customers' Decision to Purchase Bancassurance Products from Krungthai –Axa Company Limited at Krungthai Bank in Chiang Mai 1 Area

Author Ms.Thunthita Boonmark

Degree Master of Economics

Advisory Committee Asst.Prof.Dr. Kunsuda Nimanussornkul Advisor
Asst.Prof.Dr. Chaiwat Nimannussornkul Co-advisor

ABSTRACT

The study “Factors Affecting Customers’Decision to Purchase Bancassurance Products from Krungthai –Axa Company Limited at Krungthai Bank in Chiang Mai 1 Area” aims to examine the factors of the influence in purchasing life insurance of Krung Thai AXA Company Limited through Krung Thai Bank, Chiang Mai section 1 branch, and to find out the relationship between basic information and selection behavior in purchasing life insurance of 373 customers.

The result finds that the majority of the data who purchase life insurance are female at the age between 31-50. Moreover, most of them work in public enterprises and private sectors, and are married with no children. In term of education, most of the customer have bachelor degree with the average income at 20,000-30,000 baht and more than 50,001 baht per month. In addition, the popular purchased insurance is saving with 100,000 - 200,000 life fund. The factor that is influent the most in purchasing life insurance is agent. The data prefer agents who are attentive and caring.

The second influence is product since the company is experienced and stable. The last influence is price. The price is considered as lower compared to other companies and the customers are able to pay in installments.

Furthermore, the Chi-Square which is examined from the purchasing behavior of the data shows that the average income is related to the life fund. Besides, the majority of the customers hold one life insurance with 25 years of contract, and they are recommended by friends or people who know the agents.