

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

วิวัฒนาการของพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจการ
ประกันชีวิต: กรณีศึกษาผู้บริโภคในนครเชียงใหม่
สาธารณรัฐประชาชนจีน

ชื่อผู้เขียน

นางสาว อู่ เอียน

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ. ดร. ปราณี กุเจริญไพศาล ประธานกรรมการ
อาจารย์ ชรินทร์ สิงห์รุ่งเรือง กรรมการ
อาจารย์ บุญสวาท พฤทธิกันนัท กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มุ่งศึกษาวิวัฒนาการของพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อประกันชีวิตในนครเชียงใหม่ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยเริ่มจากการกล่าวถึงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของประชาชนจีน การปฏิรูประบบประกันสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อประกันชีวิต ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจในภูมิหลังของพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค การค้นคว้าแบบอิสระนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ แหล่งข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความคิดเห็นต่างๆของผู้จัดการบริษัทที่ทำธุรกิจประกันชีวิตในนครเชียงใหม่ จำนวน 4 ราย และนักเศรษฐศาสตร์อาวุโสของหน่วยงานที่ออกกฎหมายควบคุมดูแลธุรกิจประกันในนครเชียงใหม่จำนวน 1 ราย ตลอดจนข้อมูลต่างๆที่มีการเผยแพร่

ธุรกิจประกันชีวิตในประเทศจีน แบ่งออกเป็น 3 ช่วงเวลา คือ ช่วงยังไม่พัฒนา (ก่อนปี 1978) ช่วงผูกขาด (1978-1987) และช่วงพัฒนาแล้ว (1988-ปัจจุบัน) ความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคในช่วงต่างๆสามารถอธิบายได้โดยโมเดลสิ่งกระตุ้น และการตอบสนอง (The Stimulus-Response Model) ทฤษฎีบันไดความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) และโมเดลดุลยภาพ (General Equilibrium Model) การศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจและการปฏิรูปการประกันสังคมของประเทศจีนมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการพัฒนาธุรกิจประกันชีวิตของจีน ในช่วงของการพัฒนาธุรกิจประกันชีวิต ธุรกิจประกันจากต่างประเทศได้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนให้ธุรกิจประกันของท้องถิ่นมีความสามารถในการแข่งขันและมีความเป็นนานาชาติมากขึ้น

เหตุผลในการซื้อประกันชีวิตที่สำคัญของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ซึ่งหมายถึง กลุ่มที่มีรายได้ระดับปานกลาง ได้แก่ ผลตอบแทนที่เป็นเงิน ผลประโยชน์ด้านการป้องกันโรคร้ายไข้เจ็บ ผล

ผลตอบแทนของเงินสงเคราะห์ ผลประโยชน์ของการป้องกันความเสี่ยง การแนะนำของเพื่อนฝูงและผลประโยชน์ของบุตร ในบรรดาเหตุผลในการซื้อเหล่านี้ การแนะนำของเพื่อนฝูงและผลประโยชน์ของบุตรจะเป็นเหตุผลอันดับต้นๆในระยะแรกของช่วงการพัฒนา ขณะที่ผลตอบแทนที่เป็นเงินและผลประโยชน์ในการป้องกันโรคร้ายไข้เจ็บจะเป็นเหตุผลอันดับต้นๆในปัจจุบัน

การศึกษาได้เสนอกลยุทธ์ธุรกิจประกันชีวิตที่สำคัญ 2 กลยุทธ์ ได้แก่ ให้มีการเน้นกลุ่มลูกค้าที่เฉพาะเจาะจงและออกแบบกลยุทธ์การตลาดให้แตกต่างจากคู่แข่ง การศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นประเด็นการที่สาธารณรัฐประชาชนจีนเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลกว่า มีผลกระทบค่อนข้างมากต่อนครเซี่ยงไฮ้ ตลาดประกันชีวิตจะมีโอกาสมากขึ้น ขณะที่การแข่งขันระหว่างบริษัทประกันชีวิตท้องถิ่นและต่างชาติจะรุนแรงมากขึ้น บริษัทขนาดเล็กอาจจำเป็นต้องรวมกิจการกันเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดประกันได้ ขณะที่บริษัทขนาดใหญ่อาจต้องการสร้างชื่อเสียงของบริษัทสร้างเอกลักษณ์ของการบริการ หรืออาศัยกลยุทธ์การร่วมทุนเพื่อการขยายธุรกิจในอนาคต

Independent Study Title The Evolution of Consumer Behavior in the Life Insurance
Business: A Case Study of Consumers in Shanghai,
the People's Republic of China

Author Miss Wu Yan

M.B.A.

Examining Committee:

Assistant Professor Dr. Pranee Koojaroenpaisan Chairman

Lecturer Chanin Singrungruang Member

Lecturer Boonsawart Prugsiganont Member

ABSTRACT

This independent study focuses on the evolution of consumer behavior in purchasing life insurance in Shanghai, the People's Republic of China. Several important parts of China's economic environment, social security reform and Chinese consumer behavior in buying life insurance are presented for a better understanding of the background of consumer behavior in purchasing life insurance. This independent study is qualitative. The opinions of managers of four life insurance companies in Shanghai, a senior economist of China Insurance Regulatory Commission, Shanghai Office, and the published data are the major data sources for the analysis.

The life insurance business in China can be divided into 3 stages: the underdevelopment stage (before 1978), the monopoly stage (1978-1987), and the development stage (1988-present). The differences of consumer behavior in each

stage are explained by the stimulus-response model, Maslow's theory and general equilibrium model. The study found that the changes of China's economic system and its social security reform had the most influence on the development of China's life insurance business. During the development of life insurance business, the foreign insurers had a very important role in driving the local insurance business to be more competitive and international.

The major buying reasons of the primary target customers, which are middle-level income, are monetary return, disease-prevention benefits, pension return, risk-prevention benefits, friends' recommendation and child benefits. Among those buying reasons, friends' recommendation and child benefits were the top two reasons during the beginning of the development stage. The monetary return and disease-prevention benefits are the top two reasons in the present time.

The study proposes that targeting a specific group of customers and differentiating marketing strategies are two major business strategies for the life insurers. This study also points out that WTO membership of the People's Republic of China have a deepen impact to Shanghai, and the life insurance market will have more opportunities while there is strong competition between domestic and foreign life insurance companies. Small companies may need to merge with others to be able to compete in the insurance market, while big companies may want to build their own brand, service identity, or rely on joint venture strategies for their future business expansion.