

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมของผู้เอาประกันที่มีกรรมธรรม์มากกว่าหนึ่งกรรมธรรม์ :
กรณีศึกษาบริษัทประกันหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน นายพรพัฒน์ วัฒนากุล
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ :

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วสันต์	ศิริพุด	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เสถียร	ศรีบุญเรือง	กรรมการ
อาจารย์ ดร. สังคม	สุวรรณรัตน์	กรรมการ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ (1) ศึกษาพฤติกรรมการออมในรูปแบบของการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิต (2) วิเคราะห์พฤติกรรมในการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่ม (3) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่ม และ (4) วิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อตลาดประกันชีวิต

วิธีการศึกษามีดังนี้ คือ

(1) สุ่มแบบสอบถาม แบบสุ่มตัวอย่างตามความประสงค์ (purposive sampling) ไปยังผู้เอาประกันจำนวน 185 ราย ที่ถือกรรมธรรม์มากกว่าหนึ่งกรรมธรรม์กับบริษัทประกันชีวิตหนึ่งในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

(2) วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ เพื่อหาพฤติกรรมของผู้เอาประกันตามแนวทฤษฎี S-R (stimulus-response theory) เพื่อหาสิ่งกระตุ้นภายนอก ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อและการตอบสนองในการซื้อประกันเพิ่ม

ผลการศึกษาแสดงว่า

(1) ผู้เอาประกันเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อยู่ในวัยทำงาน (อายุระหว่าง 21-50 ปี) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและค้าขาย และมากกว่า 3 ใน 4 (ร้อยละ 76.8) มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษาขึ้นไป กลุ่มผู้เอาประกันทั้งหมดประมาณ 3 ใน 4 มีสถานภาพสมรส เกือบ 2 ใน 3 (ร้อยละ 69.4) มีรายได้ของครอบครัวมากกว่าเดือนละ 30,000 บาท นอกจากนี้ยังพบว่า มากกว่าครึ่งของกลุ่มผู้เอาประกันมีสถานภาพเป็นหัวหน้าครอบครัว และร้อยละ 64 มีบุคคลอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบในครอบครัวมากกว่า 4 คน แสดงว่ารายได้ และจำนวนบุคคลภายในความดูแลเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้เอาประกันต้องถือประกันเพิ่ม

(2) ส่วนใหญ่คือประมาณ 3 ใน 4 (ร้อยละ 71.5) ของผู้เอาประกันถือกรมธรรม์จำนวน 2 กรมธรรม์ และประมาณ 1 ใน 5 (ร้อยละ 19) ถือกรมธรรม์จำนวน 3 กรมธรรม์ หรือโดยเฉลี่ยถือ 2.4 กรมธรรม์ต่อราย ส่วนใหญ่กรมธรรม์ที่ถือเป็นแบบตลอดชีพ นอกจากนี้ผู้เอาประกันในบริษัทประกันที่ทำการศึกษานี้ ยังมีกรมธรรม์กับบริษัทประกันอื่นเฉลี่ย 1.5 กรมธรรม์ต่อราย วงเงินเอาประกันโดยเฉลี่ย 675,180 บาทต่อราย และเบี้ยประกันที่ต้องชำระเฉลี่ย 42,646 บาทต่อปีต่อราย ยิ่งกว่านั้น 2 ใน 3 (ร้อยละ 65.3) ของผู้เอาประกันยังถือกรมธรรม์ประกันภัยอีกด้วย

(3) เมื่อพิจารณาพฤติกรรมของผู้เอาประกันพบว่า สิ่งกระตุ้นภายนอก หรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (marketing stimulus) และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ประกอบไปด้วย สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมายและการเมือง และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลอย่างสูงต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้เอาประกัน (buyers' attitudes) และพบว่า ลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อมีอิทธิพลต่อการตอบสนองของผู้เอาประกัน (buyers' response) ในการซื้อกรมธรรม์เพิ่ม

(4) เมื่อพิจารณาความเห็นของผู้เอาประกันเกี่ยวกับปัญหาในการซื้อประกัน ได้ข้อเสนอแนะจากผู้ซื้อประกันว่า ควรจะมีการปรับปรุงเบี้ยประกัน และเห็นควรให้ปรับปรุงคุณภาพของตัวแทนขายประกันโดยให้มีความรอบรู้เกี่ยวกับแผนประกัน กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ผู้ซื้อเห็นว่าในการซื้อกรมธรรม์กับบริษัทประกัน ผู้เอาประกันจะไม่คำนึงถึงการเป็นบริษัทต่างชาติ หรือบริษัทของคนไทยแต่จะคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับเป็นสำคัญ

Independent Title	Behavior of Policyholders Holding More Than One Policy : A Case Study of One Insurance Company in Muang District, Chiang Mai Province		
Author	Mr. Pornpat Wattanakul		
M.Econ.	Economics		
Examination Committee :	Assist. Prof. Vasant	Siripool	Chairman
	Assist. Prof. Dr.Satiean	Sriboonruang	Member
	Lecturer Dr. Sangkom	Suwanarat	Member

Abstract

The objectives of this study are (1) to study saving behavior in the form of holding life insurance policy, (2) to analyse policy holders' behavior in buying more than one insurance policy, (3) to study factors effecting policyholders' decisions to buy more insurance policies, and (4) to analyse the problems effecting the life insurance market.

The methods of this study are conducted (1) by sending questionnaires using purposive sampling method to 185 insurance policyholders holding more than one policy with one insurance company in Muang district of Chiang Mai, and (2) to analyse collected data to find the behavior of policyholders according to stimulus-response theory (S-R theory) in order to find outside stimulus, buyers' attitudes, and responses of policyholders on buying additional insurance policies.

The results of this study showed :

(1) Insurance policy holders are males more than females, they are in working ages (age between 21 to 50) almost half of them engage in their own private business and trade, more than 3/4 (76.8%) finish vocational and higher education, about 3 out of 4 of them are married about 2/3 (69.4%) earn monthly family income more than 30,000 baht. In addition, it

is also showed that more than half (53.1%) of policyholders are the heads of the family and 64% of them have more than 4 dependents in the family. This indicates that income and number of dependents are important factors influencing the policyholders to buy additional insurance policies.

(2) Almost 3/4 (71.5%) of policyholders held 2 policies and about 1/5 (19%) held 3 policies and by average each policyholder held 2.4 policies. Most of them held whole life insurances. In addition, the policyholders of the studied company also have average 1.5 policy each with other insurance companies. Average of sum assure is 675,180 baht per policyholder and average premium is 42,646 baht per annum per policyholder. Furthermore about 2/3(65.3%) also held non-life policy.

(3) Marketing stimulus (i.e. products, place, and promotion) and others factors i.e. economic, technological, law and political and cultural are highly influenced the buyers' attitudes. The buyers' characteristics and buyers's decision to buy more policies are also highly influenced to buyers' responses in buying more insurance policy.

(4) Considering the buyers' opinions on the problems of buying insurance policies. They recommended that insurance companies should improve insurance premium and should also improve the quality of insurance agents in the aspects of insurance plan, insurance regulations and law. In addition, the insurance buyers are indifference to buy insurance policies from either foreign or domestic insurance companies but what they consider most is the policy's benefits and the services from those companies.