พฤติกรรมในการซื้อประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร

นายสุชาย ศรีรุ่งเรืองจิต

005713

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาพาณิชย์ศาสตรมหาบัณฑิต
ภาควิชาการตลาด
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2524

i17945185

INDUSTRIAL LIFE INSURANCE PURCHASING BEHAVIOR IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

Mr. Suchai Srirongraungjit

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Commerce
Department of Marketing
Graduate School
Chulalongkorn University
1981

หัวข้อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมในการซื้อประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย นายสุชาย ศรีรุ่งเรืองจิต

ภาควิชา การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์นงนิตย์ ศิริโภคากิจ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุประดิษฐ์ บุนนาค)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ปรียา วอนขอพร)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จลีพร โกลากุล)

.....กรรมการ

(อาจารย์ธีระพล เมฆอธิคม)

.....กรรมการ

(อาจารย์นงนิตย์ ศิริโภคากิจ)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... ช
กิตติกรรมประกาศ..... ฐ
รายการตารางประกอบ..... ฑ
บทที่
1. บทนำ..... 1
2. ธุรกิจของบริษัทประกันชีวิต..... 5
3. ประเภทของการประกันชีวิต..... 20
4. ลักษณะของกรมธรรม์ประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรมในประเทศไทย... 39
5. การวิจัย..... 111
6. ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ..... 146
บรรณานุกรม..... 155
ภาคผนวก..... 157
ประวัติ..... 164

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมในการซื้อประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อนิสิต นายสุชาย ศรีรุ่งเรืองจิต
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์นงนิตย์ ศิริโภคากิจ
ภาควิชา การตลาด
ปีการศึกษา 2523

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

จากรายงานธุรกิจประกันชีวิต ปี 2521 – 2522 เกี่ยวกับการประกันชีวิต ประเภทอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่าจำนวนกรมธรรม์มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งหมายถึง บริษัทประกันชีวิตต่าง ๆ จะขายประกันชีวิตได้มากขึ้น และสามารถนำเงินเหล่านั้นมาลงทุนหาผลตอบแทนได้มากขึ้นด้วย แต่ในขณะเดียวกันปัญหาต่าง ๆ ระหว่างผู้เอาประกันชีวิต กับผู้รับประกันชีวิต เกี่ยวกับการขัดแย้งในกรณีการจ่ายสินไหมต่าง ๆ รวมทั้งมาตรการในการให้ความคุ้มครองต่อผู้เอาประกันยังไม่ดีพอ ซึ่งอาจจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประเภทนี้ขยายตัวได้น้อยกว่าที่ควร

ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ซื้อประกันชีวิต มีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธทางการตลาดของบริษัทประกันชีวิตมาก ด้วยเหตุที่ในอดีตมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครน้อยมาก เพราะฉะนั้นถึงวาระแล้วที่จะต้องทำการศึกษาวิจัย เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และเพื่อที่บริษัทประกันชีวิตและรัฐบาลจะนำไปใช้ประโยชน์

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ได้เลือกผู้เอาประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรมที่มีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสุ่มรายชื่อผู้เอาประกันชีวิตจากสมุดทะเบียนรับประกันชีวิต ปี 2522 ของบริษัทประกันชีวิตต่าง ๆ และออกแบบสอบถาม ส่ง

ทางไปรษณีย์ไปให้ผู้เอาประกันชีวิตตอบและส่งกลับคืนมา จากนั้นก็นำมาเลือกฉบับที่ไม่สมบูรณ์ออกและทำการสุ่มหยิบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ออกมาจนครบ 300 ฉบับ ซึ่งเป็นตัวอย่างที่มากพอที่จะเชื่อถือได้

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้เอาประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรมส่วนใหญ่แต่งงานแล้ว เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษามากที่สุด ซึ่งมีอายุในช่วง 20 ปีและต่ำกว่า ถึง 30 ปี ผู้เอาประกันชีวิตประกอบอาชีพลูกจ้างเอกชนมากที่สุด และอาชีพธุรกิจส่วนตัว รองลงมาสำหรับอาชีพอื่น ๆ มีน้อย รายได้ต่อเดือนของผู้เอาประกันชีวิตอยู่ระหว่าง 2,000 บาท และต่ำกว่าถึง 4,000 บาท มากที่สุดและส่วนใหญ่มีบ้านและที่ดินเป็นของตนเอง ผู้เอาประกันชีวิตส่วนใหญ่ทำประกันชีวิตกับบริษัทไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย จำกัด มากที่สุด และทำประกันชีวิตกับบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด รองลงมา สำหรับการประกันแบบต่าง ๆ ปรากฏว่า การประกันแบบออมทรัพย์สงเคราะห์ ระยะเวลาประกันชีวิต 16 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันชีวิต 11 ปี ได้รับความนิยมมากที่สุด และการประกันแบบสะสมปันผลรายเดือน ระยะเวลาประกันชีวิต 15 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันชีวิต 15 ปี ได้รับความนิยมรองลงมา ส่วนอัตราเบี้ยประกันชีวิตต่อเดือนอยู่ระหว่าง 50 บาท และต่ำกว่าถึง 300 บาท กรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทประกันชีวิตต่าง ๆ มีการประกันอุบัติเหตุควบกับการประกันชีวิตด้วยทุกบริษัทส่วนใหญ่กรมธรรม์ประกันชีวิตจะมีเงินปันผล และทุนประกันชีวิตอยู่ระหว่าง 10,000 บาทและต่ำกว่าถึง 30,000 บาท มากที่สุด การซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่เป็นการซื้อครั้งแรก สำหรับการพิจารณาหาซื้อประกันชีวิตในอนาคตส่วนใหญ่ไม่แตกต่างไปจากการซื้อประกันชีวิตในปัจจุบัน

ผลจากการวิจัยนี้ปรากฏว่า ได้ข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปใช้สำหรับบริษัทประกันชีวิตและรัฐบาลได้ดังต่อไปนี้

1. บริษัทประกันชีวิตควรกำหนดกลยุทธทางการตลาด โดยเน้นหนัก

ธรรมธรรม์ประกันชีวิต ที่มีทุนประกันชีวิตระหว่าง 10,000 บาทและต่ำกว่าถึง 30,000 บาท ระยะเวลาประกันชีวิต 16 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันชีวิต 11 ปี และระยะเวลาประกันชีวิต 15 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันชีวิต 15 ปี เบี้ยประกันชีวิตไม่ควรเกิน 500 บาทต่อเดือน การโฆษณาควรเน้นทางด้านโทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร และหนังสือพิมพ์รายวัน จากการสัมภาษณ์ การวิจัย และจากประสพการณ์ของผู้เขียน มีความเห็นว่าบริษัทประกันชีวิตต่าง ๆ ควรให้ความสนใจต่อการประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น ถึงแม้ว่าบริษัทต้องใช้กำลังคนและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก รวมทั้งการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ แต่บริษัทก็จะสามารถขายประกันชีวิตได้มากขึ้น เพราะคนในประเทศส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้น้อย และปานกลาง ซึ่งมีความสามารถที่จะซื้อประกันชีวิตประเภทนี้ได้ และสามารถนำเงินเหล่านี้มาลงทุนหาผลตอบแทนได้มากขึ้นด้วย จะเห็นได้จากบริษัทไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย จำกัด เป็นบริษัทตัวอย่างที่มีทรัพย์สินมากที่สุดในบริษัทประกันชีวิตด้วยกัน และการขายประกันชีวิตของบริษัทส่วนใหญ่เน้นหนักทางด้านการประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังมีบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด อีกบริษัทหนึ่งซึ่งเล็งเห็นถึงความสำคัญของการประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรม ได้เริ่มขยายตัวมากขึ้น มีการประชาสัมพันธ์อยู่ตลอดเวลา

2. รัฐบาลควรส่งเสริมการประกันชีวิตให้แพร่หลายในหมู่ประชาชนทั่วไป และในขณะเดียวกันต้องมีมาตรการให้ความคุ้มครองต่อผู้เอาประกันชีวิตที่เหมาะสม เช่น ควรจะมีกำลังคนที่เพียงพอต่อการขยายตัวของธุรกิจประเภทนี้ และมีการประสานงานกับบริษัทประกันชีวิตต่าง ๆ อย่างดีโดยให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ซึ่งจะทำให้เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลสามารถติดตามผลและ ตรวจสอบบริษัทประกันชีวิตต่าง ๆ ได้รวดเร็ว เมื่อเกิดปัญหาขึ้นก็จะสามารถแก้ไขได้ทันเหตุการณ์ สำหรับทางด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประกันชีวิต ควรจะปรับปรุงแก้ไขให้มากขึ้น เพราะจะทำให้ประชาชนเข้าใจถึงหลักการประกันชีวิตที่ถูกต้อง ควรจะควบคุมให้บริษัทประกันชีวิตต่าง ๆ ระบุคำเตือนต่าง ๆ ที่อาจทำให้

ผู้เอาประกันชีวิตเสียผลประโยชน์ให้เห็นเด่นชัด และควรให้มีการควบคุมตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทประกันชีวิตของบริษัทต่าง ๆ อย่างรัดกุมเพื่อเป็นการยกระดับของตัวแทนประกันชีวิตให้สูงขึ้นด้วย รวมทั้งป้องกันไม่ให้มีการหลอกลวงผู้เอาประกันชีวิตได้ง่ายซึ่งจะมีผลทำให้อัตราการขัดแย้งระหว่างผู้เอาประกันชีวิตกับผู้รับประโยชน์ลดน้อยลง

นอกจากนี้รัฐบาลควรกำหนดให้บริษัทประกันชีวิตที่ได้รับกำไรสุทธิทุกปี และกำไรนั้นได้จากเบี้ยประกันชีวิตที่บริษัทนำไปลงทุน โดยพิจารณาแบ่งปันผลกำไรให้กับผู้เอาประกันชีวิตของบริษัททั้งหมด ไม่เฉพาะแต่ผู้เอาประกันชีวิตที่เลือกซื้อการประกันแบบมีเงินปันผล (เงินสมนาคุณ) ซึ่งจะเป็นการจูงใจให้ประชาชนนิยมทำประกันชีวิตอีกทางหนึ่ง เป็นการเพิ่มพูนรายได้ และช่วยให้ธุรกิจประกันชีวิตขยายตัวกว้างออกไป เท่ากับเป็นการพัฒนาแหล่งเงินทุนภายในประเทศเป็นอย่างดี และเป็นรากฐานในการเริ่มการประกันสังคมต่อไปในอนาคต.

Thesis Title Industrial Life Insurance Purchasing Behavior in Bangkok Metropolitan Area

Name Mr. Suchai Srirongraungjit

Thesis Advisor Instructor Nongnit Siripokakij

Department Marketing

Academic Year 1980

ABSTRACT

According to the report of Business Life Insurance for the year 1978 and 1979 concerning the Industrial Life Insurance Policy, it is shown that the sale of this type of insurance is increasing continuously. This means that in the future,demand for life insurance may increase from time to time and insurance companies will be able to invest their capital in various businesses with better rate of returns. However, there still exists the problems between the insured and insurance companies over the payment of compensation for accidents and mortality. Furthermore, the terms and conditions stated in the insurance policy concerning the protection of the insured are not satisfactorily stated. These factors may affect the expansion of insurance business.

Knowledge of background and behaviour of policy buyers are the most important factors for insurance com panies for the planning of their marketing strategies.

In the past, the study and analysis concerning life insurance in Bangkok market had been done in a small scale. Therefore, this is the right time to do proper research and analysis for the benefits of the insurance companies and in the study in this particular subject.

For this analysis, the author has selected at random the industrial insurance made around the Bangkok Metropolitan area the name of the assured obtained from the different companies for the year 1979. Questionaires were made and mailed to the assured. After the questionaires had been filled they were sent back to the author. Out of all the questionaires sent, 300 were selected for this analysis which the author believed reliable.

From this analysis, it is discovered that most of the assured in this type of insurance are married males, age between 20-30 with senior high school level of education. Most of them are either businessman or employees in business companies. Mostly the assured have their own houses and lands with monthly incomes between ฿ 2,000-4,000. It is also discovered that the Ocean Insurance Co.Ltd. is the most popular insurance company among the assured and the Thai Life Insurance Co.Ltd. comes next. The assured favoured the

Saving Support type with insured period of 16 years and premium paid for only 11 years. The other type of insurance is Accumulation Saving or Compound Saving with monthly dividend. For this type of insurance, premium paid and total period of insured is 15 years. The monthly premium to be paid is between ฿ 50-300. This insurance policy will cover compensation for accidents. In general, the policies contains dividend and the sum assured is between ฿ 10,000-30,000. The contracts will be made at the time the insurance is purchased. The future contracts will not be different from the present practice.

As a result of this analysis, recommendations had been made to the insurance companies and the Bureau of Insurance as follow:

1. Each insurance company should have marketing strategy with emphasis in the sum assured between ฿ 10,000-30,000 with premium payment for 11 years for the insured period of 16 years. The 15 years insured period will have premium payment of 15 years and the sum of the premium should not be over ฿ 500. With regard to advertisement, it is suggested that insurance companies should advertise through televisions, journals and daily newspapers. From interview, analysis and the experience of the author, it is also

suggested that all insurance companies should take more interest in industrial insurance even if more manpower, more expenditure and more efficiency are required. With the expansion of this type of insurance, more people will be able to buy insurance as far as their income are concerned. Lastly the insurer will be able to bring the amount of money insured to invest in other businesses which bring higher rate of returns. The Ocean Insurance Co.Ltd., one of the wealthiest among the insurance companies in Thailand, has put on the most emphasis in industrial and followed by Thai Life Insurance Co.,Ltd.

2. It is also suggested that the government should introduce and promote the life insurance to the general public. At the same time safety measures must be made for the assured against the loss of money when the policy is due,i.e. enough manpower for the expansion and the coordination with insurance companies in compatible with the government policy. This will enable the government's official to instantly check and follow up with insurance companies. The insurer companies should clearly state their conditions in the policy to prevent the assured from detriment when the date due. Nevertheless, life insurance agencies or broker should be tightly controlled by the insurance

companies in order to raise the standard of the agencies and to prevent malpractice by the agencies. This will help to reduce the problems between the insurance companies and the assured.

In conclusion, the government should instruct the insurance companies to divide their net profit, obtained from investment, to the assured every year. This device will encourage the average people to buy insurance policy as a means of savings deposit. In turn, this will help in the expansion of insurance companies and their investment.

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้เขียนได้รับความร่วมมือจากบุคคลต่าง ๆ ในบริษัทประกันชีวิต สำนักงานประกันภัย และสมาคมประกันชีวิตไทยที่ให้ข้อมูลและเอกสาร รวมทั้งคำแนะนำต่าง ๆ ในการเขียนและการติดต่อกับบริษัทประกันชีวิต ซึ่งผู้เขียนขอขอบพระคุณท่านเหล่านี้ไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คุณอภิรักษ์	ไทพัฒนกุล	บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด
คุณทวีลาภ	เชาวนันตกุล	บริษัทประกันชีวิตศรีอยุธยา จำกัด
คุณมนัส	สุขโพยม	บริษัทไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย จำกัด
คุณเตือนใจ	ศศิปรียจันทร์	บริษัทอินเตอร์ไลฟ์ จำกัด
คุณปราโมทย์	มกรพฤกษ์	บริษัทไทยประสิทธิ์ประกันภัย จำกัด
คุณเฉลียว	ทองอุไทย	บริษัทไทยเศรษฐกิจประกันภัย จำกัด
คุณสุนิตย์	สุขะ	สำนักงานประกันภัย
คุณสุจินต์	พงษ์ศักดิ์	สมาคมประกันชีวิตไทย
คณะอนุกรรมการศึกษาตัวแทน		สมาคมประกันชีวิตไทย

ผู้เขียนขอขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์ปรียา วอนขอพร ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำมาตั้งแต่ต้น ได้เสนอแนะหัวข้อและแนวทางในการเขียนอีกด้วยพร้อมทั้งอาจารย์ธีระพล เมฆอธิคม และ ผศ.จลีพร โกลากุล ที่ได้สละเวลามาเป็นกรรมการสอบ

ท่านสุดท้ายที่ผู้เขียนต้องขอขอบพระคุณอย่างสูง คือ อาจารย์นงนิตย์ ศิริโภคากิจ ซึ่งได้กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา โดยให้คำปรึกษา คำแนะนำตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของวิทยานิพนธ์จนสำเร็จ หากปราศจากความช่วยเหลือของท่านแล้ว วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ก็คงยากที่จะสำเร็จลงได้ อนึ่ง ผู้เขียนขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้.

รายการตารางประกอบ

ตารางที่ หน้า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อบริษัท กับ ทุนประกันชีวิต.....128
2. ความสัมพันธ์ระหว่างแบบการประกัน กับชื่อบริษัท การประกันอุบัติเหตุ และเงินปันผล(เงินสมนาคุณ).....129
3. ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาประกันและระยะเวลาชำระเบี้ยประกันชีวิต กับ อัตราเบี้ยประกันชีวิตต่อเดือน.....131
4. ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ อาชีพ เพศ และสถานะภาพ.....133
5. ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ รายได้ต่อเดือนและค่าใช้จ่ายต่อเดือน.....134
6. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาขั้นสุดท้าย กับ อายุ เพศ และสถานะภาพ.....135
7. ความสัมพันธ์ระหว่างที่พักอาศัย กับ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และสถานะภาพ.....136
8. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้คำปรึกษาในการซื้อ กับ อายุ เพศ และสถานะภาพ.....137
9. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปรียบเทียบผลประโยชน์ของแบบต่างๆของกรมธรรม์ประกันชีวิต กับ ลักษณะการซื้อ เพศและสถานะภาพ..139
10. ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อกับ อายุ เพศ และสถานะภาพ.....140
11. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ผู้เอาประกันติดต่อในการซื้อ กับ ลักษณะการซื้อ เพศ และสถานะภาพ.....141
12. ความสัมพันธ์ระหว่างผลการส่งเสริมการจำหน่าย กับ อายุ เพศ และสถานะภาพ.....142
13. ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อโฆษณา กับ อายุ เพศ และสถานะภาพ.....143
14. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตในปัจจุบัน.....144
15. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตในอนาคต.....145