

การศึกษาคั้งนี้ มี 3 วัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้ซื้อประกันภัยโรคร้ายแรง 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยโรคร้ายแรงของผู้ซื้อประกัน และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการจากบริษัทประกันภัยการซื้อประกันโรคร้ายแรงของผู้ซื้อประกัน

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย ที่เลือกสุ่มมาแบบบังเอิญจากผู้ซื้อประกันภัยโรคร้ายแรงจากบริษัทประกันภัย 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด สาขาเชียงใหม่ บริษัท AIA ประกันชีวิต จำกัด สาขาเชียงใหม่ และ บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด สาขาเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย การทดสอบไคว-สแควร์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

การศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อประกันรูปแบบประกันภัยโรคร้ายแรงจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อประกันภัยโรคร้ายแรง ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีทุนประกันอยู่ระหว่าง 100,000-300,000 บาท เป็นเพศหญิง มีอายุประมาณ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูงคืออยู่ในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท และมีอัตราเบี้ยประกันส่วนใหญ่ต่ำกว่า 10,000 บาท

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงของผู้ซื้อประกัน โดยใช้ การทดสอบไคว-สแควร์และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่ามีความสอดคล้องกัน นั่นคือปัจจัยดังต่อไปนี้ที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกัน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส ฯลฯ ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านความเสี่ยงต่อโอกาสการเกิดโรค

การศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการจากบริษัทประกันภัย การซื้อประกันภัย โรคร้ายแรง ผลการศึกษาพบว่าผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุดตามลำดับความสำคัญในปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากรและปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยที่ปัจจัยด้านสถานที่นั้นผู้ซื้อให้ความพึงพอใจเกี่ยวกับสถานที่ ตกแต่งทันสมัย สะอาด และสวยงามมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการเบ็ดเสร็จพยาบาลมากที่สุด ขณะที่ปัจจัยทางด้านอัตราเบี้ยประกัน พบว่าผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับเบี้ยประกันไม่สูงนัก เมื่อเทียบกับผลตอบแทนที่อาจได้รับมากที่สุด ส่วนปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการช่วยเหลือด้านการรักษาพยาบาลตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด และปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ซื้อ มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้สิทธิพิเศษกับลูกค้าเดิมที่เคยทำประกันภัยโรคร้ายแรงมาก่อน เช่น ส่วนลด

This study has three objectives: 1) to study the general characteristics of buyers of insurance policies covering serious illnesses, 2) to study factors influencing their decisions to purchase these policies, and 3) to study the satisfaction of services in buying such policies among buyers.

Data used for this study are primary data, obtained from a sample of 300 buyers who have bought insurance policies covering serious illness from Chiang Mai branches of three insurance firms, i.e. Thai Assurance Company Limited, AIA Assurance Company Limited, and Muang Thai Assurance Company Limited. The data are then analyzed using Chi-Square and Multiple Regression techniques.

On the general characteristics of buyers, the results of the study show that for the majority of buyers, coverage amounts of insurance are in the range of 100,000 -300,000 Baht, are females, are in the age range of 21-30 years old, with relative high education level holding bachelor's degrees, are married, are self employed with own private business, have average monthly income higher than 10,000 Baht, and are insured with premiums of less than 10,000 Baht.

On the study of factors influencing buyers' decisions to buy insurance policies covering serious illnesses, using Chi-Square tests and multiple regression analysis. The results are found to be consistent with each other. The factors which are found to be statistically significant are personal factors such as age and marital status, factors relating to price, and risk factors relating to the probability of being inflicted with serious illness.

On the study of buyers' satisfaction in buying insurance policies covering serious illness, the results of the study reveal that buyers are satisfied with factors relating to price of insurance, insurance agents, and service process, respectively in order of importance. For factors relating to places of services, buyers are most satisfied with clean and modern looking office. For factors relating to personnel of firms, buyers expressed that they are most satisfied with quick process of redemption. For factors relating to price of insurance, buyers expressed relatively less satisfaction with premium rates, especially when they are compared with likely rates of return. For factors relating to service process, buyers are most satisfied with 24 hour service. For marketing promotion factors, buyers expressed satisfaction with special discount given to former buyers of policies covering serious illness.