



ประกันชีวิต เป็นการเฉลี่ยภัยอันเนื่องจากการตาย การสูญเสียชีวิต วุฒิพลภาพ และการสูญเสียชีวิตได้ในยามชรา โดยบริษัทประกันชีวิตจะเป็นตัวกลางในการจัดการ ส่วนผลการศึกษาวัดระดับความรู้เกี่ยวกับการทำประกันชีวิตในแต่ละประเภท พบว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้ำประเภทสะสมทรัพย์ และกลุ่มตัวอย่างลูกค้ำประเภทเกษียณอายุและตลอดชีพมีความรู้มากที่สุด คือ เรื่องของเบี้ยประกันชีวิตสามารถนำไปหักลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดาได้ไม่เกิน 100,000 บาท เช่นกัน

ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้ำในการทำประกันชีวิตกับธนาคารกรุงไทย สาขาลำปาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างของลูกค้ำประเภทสะสมทรัพย์ ส่วนใหญ่เลือกใช้ประกันชีวิตแบบ 10EC ทุนประกัน 100,001-200,000 บาท ชำระเบี้ยประกันชีวิตด้วยเงินสด เป็นรายปี และกลุ่มตัวอย่างของลูกค้ำประเภทเกษียณอายุและตลอดชีพ ส่วนใหญ่เลือกใช้ประกันชีวิตแบบ CR60 เลือกใช้ทุนประกันต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100,000 บาท ชำระเบี้ยประกันชีวิตด้วยการหักบัญชีเงินฝากธนาคาร เป็นรายเดือน

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำประกันชีวิตธนาคารกรุงไทยสาขาลำปาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้ำประเภทสะสมทรัพย์มากที่สุดลำดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ และกลุ่มตัวอย่างลูกค้ำประเภทเกษียณอายุและตลอดชีพมากที่สุดลำดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์

ผลการศึกษาความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตของลูกค้ำธนาคารกรุงไทยสาขาลำปาง กลุ่มตัวอย่างลูกค้ำประกันประเภทสะสมทรัพย์มีความพึงพอใจมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 คือ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ความพึงพอใจด้านสิทธิประโยชน์ และกลุ่มตัวอย่างลูกค้ำประกันประเภทเกษียณอายุและตลอดชีพมีความพึงพอใจมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 คือ ความพึงพอใจด้านบุคลากร รองลงมา คือ ความพึงพอใจด้านราคา

<b>Independent Study Title</b>	Factors Influencing the Decision to Buy Life Insurance of Krung Thai Bank's Customers, Lampang Branch		
<b>Author</b>	Mr.Woraphot Chairungrueng		
<b>Degree</b>	Master of Economics		
<b>Advisory Committee</b>	Lect. Dr. Rossarin Osatanunkul	Advisor	
	Assoc. Prof. Porntip Tianteerawit	Co-advisor	

## ABSTRACT

Four objectives of the study were particularly concerned about the investigations on: 1) customers' recognition or understanding on bank life insurance, 2) customers' behavior on purchasing bank life insurance, 3) factors that influence on customer decision making to purchase bank life insurance, and 4) level of customer satisfaction in purchasing bank life insurance.

The primary data were obtained from interviews, using questionnaires by accidental sampling method from selected participants, classified by 2 different types of bank customers: 225 participants from Savings accounts sample group, and 228 participants from retirement and permanent categories during April-May 2014. All data were analyzed by using descriptive statistics, and selected statistical methods used in the study were Frequency and Percentage, and Mean.

From primary analysis of all data, it was found that most of the participants holding savings account were female, aged between 42 and 54 years old, with educational level of Bachelor's Degree. In addition, most of their careers were business ownership and their gross incomes were 30,001 – 60,000 baht per month. In contrast, most of the participants from retirement and permanent or long life sample group were also female with their education level of Bachelor's Degree, but aged between 29 and 41 years. Most of their professions were state enterprise employees with gross average revenues of less than 30,000 baht per month.

The study measured the level of their recognition and understanding on bank life insurance, it showed that most of both types of samples, savings account and retirement and lifetime customers, had highest knowledge in bank life insurance characteristics that it was the way to share risks on loss of income due to death, dismemberment, disability and unsecured condition during their old age by using services of insurance companies as intermediaries to manage their financial provision. On the other hand, the understanding on bank life insurance in each group of samples, it showed both of them understood at highest level of knowledge that the bank life insurance premiums could also be tax deductible for personal returns but not exceeding than 100,000 baht.

In this study, the behavior of customer group, purchasing services of life insurance from the Krung Thai Bank, Lampang branch, was investigated. It was found that most of the participants from savings account sample group made their own decision making on purchasing 10EC type of bank life insurance with sum insured coverage from 100,001 to 200,000 baht and paid for annual single insurance premium on cash basis. On the other hand, for the participants from retirement and long life insurance coverage sample group, most of them chose to purchase CR60 type of bank life insurance with sum insured coverage from amount less than or equal to 100,000 baht, and selected to pay on bank life insurance premium by making direct debit from their bank accounts on monthly payment basis.

Moreover, the results from studying of factors influencing on consumer decision making to purchase life insurance of Krung Thai Bank, Lampang Branch of the participants from savings account sample group showed that the most influent factor is production, followed by factor related consumer benefits. In contrast with the participants from the retirement and lifetime sample group, the first factor influencing on their decision making to purchase the bank life insurance was personal factor, followed by consumer benefit factor.

Finally, the results from study on Krung Thai Bank, Lampang Branch's consumer satisfaction in bank life insurance of the participants from savings account sample group showed that the most satisfaction was production , followed by satisfaction of consumer benefits. Moreover, the results from the client satisfaction of the sample group from retirement and long life insurance consumers showed that the first highest level of customer satisfaction came from personal factor, followed by price satisfaction factor.