

台北海洋科技大學
海空物流與行銷系

碩士論文

商業人身保險購買認知與滿意度之研究

**A Study on the Cognition and Satisfaction of Purchasing
Life Insurance**



研究生：丁 綺

指導教授：方信雄 博士

中 華 民 國 一 ○ 八 年 七 月 十 五 日

摘要

隨著人口高齡化，老人人口增加，單身和已婚者又不一定生小孩的時代，國人健康型態逐漸轉為慢性病或慢性功能障礙時代，民眾逐漸改變對保險的認知。中華民國人壽保險商業同業公會統計台灣目前擁有 19 家保險公司(附錄)，中央銀行統計國內 37 家銀行皆可銷售保險商品。根據中華民國保險事業發展中心統計，2002 年至 2018 年國人在保險保費規畫上逐年遞增，尤其是人身保險及年金保險。本研究旨在探討消費者對於商業人身保險認知與滿意度之間的關係，根據文獻建立研究假說與架構，進行網路便利抽樣問卷調查，針對回收之有效樣本進行變異數統計分析。

研究結果發現，消費者在性別認知對於保險公司繳交保費管道方便性、保險易主更名會影響選購保險商品、投資失利時會調整保障內容及結婚生子或退休會調整保障內容具有顯著性差異。消費者在婚姻狀態認知對於保險從業人員態度熱忱具有顯著性差異。消費者在教育程度認知對於選擇保障型保險商品及收入中斷時會調整保障內容具有顯著性差異。

消費者在性別滿意度對於收入中斷時會調整保障內容及結婚生子或退休會調整保障內容具有顯著性差異。消費者在婚姻狀態滿意度對保險公司多縣市服務據點、保險公司形象廣告會影響購買意願、保險從業人員專業形象能力及保險從業人員態度熱忱具有顯著性差異。消費者在教育程度滿意度對選擇保障型保險商品及收入中斷時會調整保障內容具有顯著性差異。

關鍵詞：人身保險、認知、滿意度