

# 以層級分析法對消費者購買傷害保險商品所考慮因素之研究

研究生：白湘怡

指導教授：姜林杰祐 博士

國立高雄應用科技大學金融資訊所碩士班

## 摘 要

本研究使用層級分析法(Analytic Hierarchy Process, AHP)，探討消費者在購買傷害保險商品時所考量的評估因素。透過研究分析，可幫助消費者在購買傷害保險商品時，更了解自己的需求，以及保險公司在設計商品時，可以更了解消費者的需求，減少商品設計錯誤的機率，使得消費者及保險公司雙方可達到雙贏的效果。

研究中，透過將消費者購買傷害保險時所考慮的眾多因素切割為五大類及二十一項指標的層級架構，以兩兩因素相互成對比較的方式求得權重，就可以有效率的判斷消費者所偏好的因素。

本研究之研究成果如下：

- 1.了解消費者於購買傷害保險時所考量的因素
- 2.建構傷害保險評估準則之層級架構
- 3.探索評估準則與權重體系之內涵與意義，研究發現：
  - (1)購買經驗、產品層面最受重視，對於消費者在選購保險產品時最具影響力。
  - (2)目前業務人員、親友介紹、保障內容、價格高低、專業能力為前五項評估準則
- 4.研究進一步依性別、職業區分樣本，分析決策權重之內涵與意義

本研究建議，不同的消費者對於欲選購之商品有不同的需求，保險公司可透過分析結果，將公司商品做區隔，針對適合的消費族群做販售，不至於因推銷不

適合消費者之商品，造成消費者的排斥及購買後的後悔。

關鍵詞：層級分析法、傷害保險



# **A Study for Consumer Selection Criteria in Purchasing Accident Insurance Products by Applying Analytic Hierarchy Process**

Student : Hsiang-I Pai

Advisors : Dr. Chieh-Yow ChiangLin

**Institute of Finance and Information  
National Kaohsiung University of Applied Sciences**

## **ABSTRACT**

This study uses Analytic Hierarchy Process(AHP) to explore the factors of the valuation while consumers purchasing accident insurance merchandise. This research can help consumers purchasing accident insurance merchandise what their really needs. Furthermore, it can reduce the false probability of the merchandise design and make a win-win situation for consumer and insurance company.

In the research, we induce five major types and 21 classes of index. By using the procedure of AHP, decision importance among factors can be evaluated. The contributions of this research are as follows:

1. Factors of purchasing accident insurance merchandise.
2. Construct a standard valuation process of the accident insurance.
3. Evaluate the factor decision weight of purchasing accident insurances for general customers, and customers with different gender and occupation.
  - (1) Purchasing experience, valuation and feedback from the merchandise.
  - (2) Business personnel, friends and relatives introductions, the guarantee of the content, pricing, those five factors are currently used as standard evaluation.
4. Gender and occupation apply as a distinction.

Put forth a suggestion according to the result of this research, the insurance company can target different segment for different needs, not to sell or promote the wrong

merchandise and cause rejecting by consumer or penitence after purchasing.

Keywords: Analytic Hierarchy Process, Accident Insurance



# 目 錄

摘 要.....	i
ABSTRACT.....	iii
誌 謝.....	v
圖目錄.....	viii
表目錄.....	ix
<b>第一章 緒論.....</b>	<b>1</b>
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究動機.....	2
1.3 研究目的.....	3
1.4 研究方法與流程.....	3
<b>第二章 基本概念與文獻探討.....</b>	<b>5</b>
2.1 傷害保險概論.....	5
2.1.1 傷害保險歷史與現況.....	5
2.1.2 傷害保險商品特色.....	6
2.1.3 傷害保險之種類.....	7
2.1.4 傷害保險與各種保險的比較.....	7
2.2 傷害保險相關文獻.....	8
2.3 層級分析法相關文獻.....	9
<b>第三章 研究方法.....</b>	<b>12</b>
3.1 問卷設計及架構.....	12
3.1.1 以資料分析找出評估準則.....	12
3.1.2 以市場調查找出關鍵因素.....	12
3.2 層級分析法.....	12
3.2.1 理論假設.....	13
3.2.2 AHP 主要的適用範圍.....	13
3.2.3 層級與要素.....	14
3.2.3.1 層級的建構與評量.....	14
3.2.3.2 層級結構化的要點.....	14
3.2.3.3 建立層級的優點：.....	15
3.2.4 評估尺度.....	15
3.2.5 AHP 的進行步驟與運算方法.....	16
3.2.6 AHP 法的作業流程.....	17
3.2.7 層級分析法與其他評估方法的比較.....	20

<b>第四章</b>	<b>研究結果分析與討論</b>	21
4.1	問卷整體的比較分析	21
4.1.1	樣本描述	21
4.1.2	第二層評估構面之分析結果	22
4.1.3	第三層評估構面之分析結果	23
4.1.3.1	公司層面	23
4.1.3.2	產品層面	24
4.1.3.3	業務人員	25
4.1.3.4	購買經驗	26
4.1.3.5	購買方式	27
4.1.4	整體權重分析彙整	28
4.2	男性與女性之比較分析	29
4.2.1	樣本描述	29
4.2.2	第二層評估構面之分析結果	30
4.2.3	第三層評估構面之分析結果	31
4.2.3.1	公司層面	31
4.2.3.2	產品層面	32
4.2.3.3	業務人員	33
4.2.3.4	購買經驗	34
4.2.3.5	購買方式	35
4.2.4	整體權重分析彙整	36
4.3	金融保險業與一般行業之比較分析	37
4.3.1	樣本描述	38
4.3.2	第二層評估構面之分析結果	38
4.3.3	第三層評估構面之分析結果	39
4.3.3.1	公司層面	39
4.3.3.2	產品層面	40
4.3.3.3	業務人員	41
4.3.3.4	購買經驗	43
4.3.3.5	購買方式	43
4.3.4	整體權重分析	44
<b>第五章</b>	<b>結論與建議</b>	46
5.1	研究結論	46
5.2	未來研究建議	48
	參考文獻	50
	附錄	52

## 參考文獻

1. 呂廣盛，2008，個人壽險核保概論，三民書局股份有限公司，台北。
2. 呂廣盛、林進田，2007，傷害保險，三民書局股份有限公司，台北。
3. 簡彬任，2008，消費者購買投資型商品之評估準則關鍵因素-層級分析法應用，東海大學企業管理學系碩士論文。
4. 林俊廷，2007，以層級分析法對銀行建築融資授信評估之研究，朝陽科技大學企業管理系碩士論文。
5. 楊容俐，2004，影響消費者購買人身保險決策因素之研究，天主教輔仁大學應用統計研究所在職專班碩士論文。
6. 李秀琴、林孟郁、黃木榮，2002，運用智慧型代理人與分析階層程序(AHP)於商品選購策略-以旅遊行程規劃為例，「資訊、科技與社會」學報。
7. 林如貞、田效文、張婷婷、陳元和，2005，應用 AHP 探討技專校院經營績效指標，商管科技季刊第六卷第一期。
8. 巫沛倉、郭怡華、陳月香，2002，模糊決策分析應用於電子產業之選股策略，商管科技季刊第三卷第二期。
9. 鄧振源、曾國雄，1989，層級分析法(AHP)的內涵特性與應用(上)，中國統計學報，第 27 卷第 6 期。
10. 鄧振源、曾國雄，1989，層級分析法(AHP)的內涵特性與應用(下)，中國統計學報，第 27 卷第 7 期。
11. 榮泰生，2009，Excel 與研究方法，五南圖書出版股份有限公司，台北市。
12. Liberatore, M. J., and Nydick, R. L.,(1997).Group decision making in higher education using the Analytic Hierarchy Process. Research in Higher Education,38(5),593-614.
13. Saaty, T. L., and Mu, E.,(1997). The Peruvian hostage crisis of 1996-1997:what should the government do. Socio-economic Planning Sciences, 31(3), 165-172.
14. Saaty, T. L., and Rush, M.,(1987). A new macroeconomic forecasting and policy evaluation method using the Analytic Hierarchy Process. Mathematical Modelling, 9, 219-31.

15. Bolster, P. J., Janjigian, V., and Trahan, E. A., (1995). Determining investor suitability using the Analytic Hierarchy Process. *Financial Analysis Journal*, 51(4), 62-75.

