สารบาญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีการรับรู้ของผู้บริโภค	5
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตเนื้อหา	10
ขอบเขตประชากร	10
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	10
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	11
การรวบรวมข้อมูล	12
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
ระยะเวลาในการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	18

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	28
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	35
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจประกันชีวิต	113
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	114
อภิปรายผลการศึกษา	121
ข้อค้นพบ	122
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา	123
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	125
บรรณานุกรม	126
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม	127
ประวัติผู้เขียน	134

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	14
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	15
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	15
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	16
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	16
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต	17
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทางที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	17
9 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	18
10 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	19
11 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	20
12 ระดับความสำคัญและ ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	21
13 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	22
14 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	23
15 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	25
16 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	26
17 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภาพ ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	27
18 ค่าเฉลี่ยของขั้นตอนและกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	28
19 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยเหตุจูงใจในการซื้อประกันชีวิต	29

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยการศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	31
21 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยการประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	32
22 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	33
23 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยพฤติกรรมภายหลังการซื้อประกันชีวิต	34
24 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศ	35
25 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศ	36
26 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศ	37
27 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศ	38
28 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศ	39
29 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศ	41
30 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศ	42
31 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศ	43
32 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ	44
33 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ	46
34 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ	47

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
35 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ	49
36 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ	51
37 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ	53
38 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ	55
39 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ	56
40 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ	58
41 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ	60
42 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ	61
43 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ	62
44 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ	63
45 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ	65
46 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ	67
47 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ	68

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
48 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา	69
49 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา	71
50 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา	72
51 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา	73
52 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา	75
53 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา	77
54 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา	79
55 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา	80
56 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ	81
57 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ	83
58 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ	85
59 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ	87
60 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ	89

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
61 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ	91
62 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ	93
63 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ	95
64 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	97
65 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99
66 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	101
67 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	103
68 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	105
69 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	107
70 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	109
71 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	111

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved