

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1    บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2    แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิด และทฤษฎี	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3    ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	12
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	13
บทที่ 4    ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	21
ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศอายุ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	32
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	75
สรุปผลการศึกษา	75
อภิปรายผล	89
ข้อค้นพบ	92
ข้อเสนอแนะ	94
บรรณานุกรม	101
ภาคผนวก	103
แบบสอบถาม	104
ประวัติผู้เขียน	111

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	15
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	16
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	16
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	17
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	17
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทประกันชีวิตที่ทำผ่านธนาคารกรุงเทพปัจจุบัน	18
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนกรมธรรม์ที่มี	18
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนกรมธรรม์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่มี	19
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลบริการประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	19
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการทำประกันชีวิต	20
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยซื้อกรมธรรม์จากบริษัทอื่นมาก่อนก่อนซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	20
13	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์	21
14	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านราคา	22
15	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด	25
17	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคลากร	27
18	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านลักษณะทางกายภาพ	28
19	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ	30
20	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดบริการ	31
21	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	32
22	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้านราคา จำแนกตามเพศ	34
23	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	35
24	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	37
25	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้าน บุคลากร จำแนกตามเพศ	39
26	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้าน ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	40
27	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้าน กระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	41
28	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	46
30	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	48
31	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	51
32	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน บุคลากร จำแนกตามอายุ	53
33	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	55
34	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	57
35	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	59
36	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	62
37	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	64
38	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	66
39	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน บุคลากร จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	69
40	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	71
41	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	73

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
42	แสดง สรุปผลปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ย ความสำคัญสูงสุดเป็นลำดับแรก	76
43	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาด บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคผ่าน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองลำปาง เรียงลำดับจากมากไป น้อย	84