

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	6
1.4 ขอบเขตการศึกษา	7
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	9
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
2.3 กรอบแนวความคิดการศึกษา	22
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	25
3.1 เทคนิคการวิจัย	25
3.2 ข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	25
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26
3.4 การดำเนินการวิจัย	26
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	27
บทที่ 4 ผลการศึกษา	29
4.1 ลักษณะทั่วไปโครงสร้างอุปสงค์และพฤติกรรมของลูกค้า	
ต่อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของ ธนาकारไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	
สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่	30



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

4.2	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ ของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่	42
4.3	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้างอุปสงค์ และพฤติกรรมของลูกค้า ต่อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่	47
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	51
5.1	สรุปผลการศึกษา	51
5.2	ข้อเสนอแนะ	55
บรรณานุกรม		57
ภาคผนวก		59
ประวัติผู้เขียน		65

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงจำนวนผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2549 – 2553	3
1.2 แสดงจำนวนลูกค้าและมูลค่าเบี้ยประกันของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ณ ปี พ.ศ.2553	5
4.1 แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่าง	30
4.2 แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่าง	30
4.3 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.4 แสดงสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.5 แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	32
4.6 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	32
4.7 แสดงภาระหนี้สินต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	33
4.8 แสดงค่าเบี้ยต่อปีที่ต้องชำระของกลุ่มตัวอย่าง	33
4.9 แสดงโครงสร้างอุปสงค์ของกลุ่มตัวอย่าง	34
4.10 แสดงพฤติกรรมของลูกค้าที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตประเภทต่างๆ	36
4.11 พฤติกรรมของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่เลือกผลประโยชน์เงินคืนของกรมธรรม์ประเภทต่างๆ	38
4.12 พฤติกรรมของลูกค้า ที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตที่เลือกระยะความคุ้มครองแบบต่างๆ	41
4.13 แสดงลูกค้าที่ทำอนุสัญญาเพิ่มเติมจากกรมธรรม์ประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง	42
4.14 แสดงการจัดอันดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของลูกค้าประกันชีวิตธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่	46
4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์และพฤติกรรมลูกค้าของลูกค้าประกันชีวิตธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่	50

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	แสดงถึงสัดส่วนการทำประกันชีวิตของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – 2554	2
2	แสดงกรอบแนวคิดของการศึกษา	23



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved