

สารบัญ

หน้า		
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ฉ
สารบัญตาราง		ญ
สารบัญภาพ	ฎ	
บทที่ 1 บทนำ		
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา		1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา		5
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา		5
1.4 ขอบเขตของการศึกษา		6
1.5 นิยามศัพท์		6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม		
2.1 แนวคิดและทฤษฎี		8
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		17
บทที่ 3 ระเบียบและวิธีการวิจัย		
3.1 กรอบแนวคิด		21
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22	
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล		22
3.4 วิธีการศึกษา	23	

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอและบริษัทของคนไทย	27
4.2 พฤติกรรมของลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอและบริษัทของคนไทย	30
4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอและบริษัท ของคนไทย	40
4.4 ความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของ บริษัทเอไอเอและบริษัทของคนไทย	46
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	52
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	54
5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	55
เอกสารอ้างอิง	56
ภาคผนวก	
แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ	59

ประวัติผู้เขียน 66

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	เบี้ยประกันภัยของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย	2
1.2	แสดงสัดส่วนของส่วนแบ่งการตลาดธุรกิจประกันชีวิตระหว่างบริษัทเอไอเอกับบริษัทของคนไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 – 2547	3
1.3	เบี้ยประกันภัยรับโดยตรงของธุรกิจประกันชีวิต ปี พ.ศ.2551	4
4.1	แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอและบริษัทของคนไทยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	29
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทประกันที่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เลือกทำประกันชีวิต	31
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอและบริษัทของคนไทย จำแนกตามวิธีการเลือกทำประกันชีวิต	32
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอและบริษัทของคนไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์การทำประกันชีวิต	33
4.5	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอและบริษัทของคนไทย	34
4.6	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแบบประกันที่เลือกซื้อในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอและบริษัทของคนไทย	35
4.7	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินเอาประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอและบริษัทของคนไทย	37
4.8	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเบี้ยประกันที่ต้องจ่ายต่อปีกับบริษัทเอไอเอและบริษัทของคนไทย	38
4.9	แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความต้องการในการทำประกันชีวิตเพิ่มกับบริษัทเอไอเอ	

และบริษัทของคนไทย	39
4.10 ลำดับความสำคัญของคะแนนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต	41
4.11 ลำดับความสำคัญของคะแนนปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต	42
4.12 ลำดับความสำคัญของคะแนนปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต	43
4.13 ลำดับความสำคัญของคะแนนปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต	44
4.14 ลำดับความสำคัญของคะแนนปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต	45
4.15 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอ ไอเอและบริษัทของคนไทยด้านผลิตภัณฑ์	46
4.16 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอ ไอเอและบริษัทของคนไทยด้านราคา	47
4.17 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอ ไอเอและบริษัทของคนไทยด้านสถานที่	48
4.18 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอ ไอเอและบริษัทของคนไทยด้านการส่งเสริมการขาย	49
4.19 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอ ไอเอและบริษัทของคนไทยด้านกระบวนการ	50
4.20 แสดงความสำคัญลำดับหนึ่งในแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทเอ ไอเอและบริษัทของคนไทย	51

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
2.1	สัญลักษณ์ทางพีชคณิตของทฤษฎีอุปสงค์	8
2.2	แผนภาพแสดงขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ	12
2.3	แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความคาดหวัง	15
2.4	แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความปรารถนา	16
2.5	แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความยุติธรรม	16
2.6	แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากประสบการณ์พื้นฐานในอดีต	17
3.1	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	21