

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>4</b>
แนวคิด และทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>8</b>
ขอบเขตการศึกษา	8
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	8
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	9
การวิเคราะห์ข้อมูล	9
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	10
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>11</b>
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมืองสมุทรสาคร	21
ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ	46

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	53
สรุปผลการศึกษา	53
อภิปรายผล	56
ข้อค้นพบ	59
ข้อเสนอแนะ	60
บรรณานุกรม	62
ภาคผนวก	63
แบบสอบถาม	64
ประวัติผู้เขียน	70

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	12
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	12
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	13
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	13
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	14
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	14
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ทำประกันชีวิต จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจทำประกันชีวิต	15
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ทำประกันชีวิต จำแนกตามบริษัทประกันชีวิต	16
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ทำประกันชีวิต จำแนกตามค่าเบี้ยประกันชีวิตต่อปี	16
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ทำประกันชีวิต จำแนกตามรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต	17
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ทำประกันชีวิต จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	17
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ทำประกันชีวิต จำแนกตามผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	18
14 แสดงผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิต และไม่ทำประกันชีวิต จำแนกตามอายุ	18
15 แสดงผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิต และไม่ทำประกันชีวิต จำแนกตามการศึกษา	19
16 แสดงผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิต และไม่ทำประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ	20

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
17 แสดงผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิต และไม่ทำประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	20
18 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต โดยรวม	21
19 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของผู้ทำประกันชีวิต	22
20 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของผู้ไม่ทำประกันชีวิต	22
21 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต โดยรวม	23
22 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของผู้ทำประกันชีวิต	23
23 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของผู้ไม่ทำประกันชีวิต	24
24 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต โดยรวม	25
25 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของ ผู้ทำประกันชีวิต	25
26 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของ ผู้ไม่ทำประกันชีวิต	26
27 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต โดยรวม	27
28 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของ ผู้ทำประกันชีวิต	28
29 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของ ผู้ไม่ทำประกันชีวิต	29
30 ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต โดยรวม	30
31 ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของผู้ทำประกันชีวิต	30
32 ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของผู้ไม่ทำประกันชีวิต	31
33 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการประกันชีวิต โดยรวม	32
34 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของ ผู้ทำประกันชีวิต	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
35	ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของผู้ไม่ทำประกันชีวิต	33
36	ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต	33
37	ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของผู้ทำประกันชีวิต	34
38	ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของผู้ไม่ทำประกันชีวิต	35
39	ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตโดยรวม	35
40	ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของผู้ทำประกันชีวิต	36
41	ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของผู้ไม่ทำประกันชีวิต	36
42	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิต และไม่ทำประกันชีวิต จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	37
43	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิตตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	38
44	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ทำประกันชีวิตตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	39
45	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิตตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามการศึกษา	40
46	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ทำประกันชีวิตตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามการศึกษา	41
47	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิตตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ	42
48	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ทำประกันชีวิตตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ	43
49	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิตตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้	44
50	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ทำประกันชีวิตตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้	45

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
51	ข้อเสนอแนะปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	46
52	ข้อเสนอแนะปัจจัยด้านราคา	47
53	ข้อเสนอแนะปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	48
54	ข้อเสนอแนะปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	49
55	ข้อเสนอแนะปัจจัยด้านบุคคล	50
56	ข้อเสนอแนะปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	51
57	ข้อเสนอแนะปัจจัยด้านกระบวนการ	51

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved