

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
Abstract.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	5
สมมติฐานการศึกษา	6
ขอบเขตการศึกษา	6
ประโยชน์การศึกษา.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดเกี่ยวกับบริบท	12
แนวคิดเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด	29
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	50
กรอบแนวคิดการศึกษา	55

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา	56
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	56
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	57
การเก็บรวบรวมข้อมูล	59
การจัดการทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	59
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	60
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
สัญลักษณ์ที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล.....	64
ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	84
วัตถุประสงค์การศึกษา.....	84
สมมุติฐานการศึกษา.....	86
วิธีดำเนินการศึกษา.....	86
สรุปผล.....	87
อภิปรายผล.....	91
ข้อเสนอแนะ.....	93

สารบัญ (ต่อ)

หัวข้อ	หน้า
บรรณานุกรม.....	95
ภาคผนวก	98
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการศึกษา.....	98
ภาคผนวก ข คุณภาพของแบบสอบถาม.....	105
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	109
ประวัติผู้ศึกษา.....	114



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	บทบาทของบุคคลที่มีอยู่ในกระบวนการตัดสินใจ..... 45
2	คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ (7Qs) เกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค 49
3	จำนวนและร้อยละของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ..... 66
4	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทาง การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวม และรายด้าน..... 68
5	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทาง การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์..... 69
6	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทาง การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ปัจจัยด้านราคา..... 70
7	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทาง การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย..... 71
8	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทาง การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด... 72
9	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม..... 75
10	ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กับตัวแปรอิสระ..... 76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
11	คุณลักษณะของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ตัวแปรตาม (Y) และตัวแปรอิสระ (X) ตัวแปรตาม (Y)..... 77
12	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม (Y)..... 79
13	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัญหาที่พบหลังจากซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมและรายด้าน..... 81
14	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัญหาที่พบหลังจากซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านบริษัท..... 82
15	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัญหาที่พบหลังจากซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านตัวแทน..... 83
16	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัญหาที่พบหลังจากซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านลูกค้า..... 84

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1	รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค	35
2	การตัดสินใจของผู้บริโภค	39
3	โมเดล 5 ขั้นตอน ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	43
4	กรอบแนวคิดการศึกษา	55



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY