

## สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ .....	ก
ABSTRACT .....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ช
สารบัญแผนภาพ .....	ณ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ภูมิหลัง .....	1
คำถามการวิจัย .....	6
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	6
สมมุติฐานการวิจัย .....	7
ขอบเขตของการวิจัย .....	7
ข้อตกลงเบื้องต้น .....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	11
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	12
แนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงทางสังคมและความรู้สึกมั่นคงทางรายได้ .....	12
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) .....	24
ความรู้เกี่ยวกับการประกันภัย .....	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	42
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	53
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย .....	54
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	54
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	56

หัวข้อ	หน้า
การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ .....	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	58
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	58
สถิติที่ใช้ในการวิจัย .....	59
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....</b>	<b>60</b>
สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ .....	60
ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	61
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	61
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....</b>	<b>80</b>
สรุปผลการวิจัย .....	80
อภิปรายผล .....	83
ข้อเสนอแนะ .....	88
<b>บรรณานุกรม .....</b>	<b>98</b>
<b>ภาคผนวก .....</b>	<b>103</b>
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย .....	104
ภาคผนวก ข คุณภาพเครื่องมือ .....	112
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ .....	118
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์ .....	122
<b>ประวัติผู้วิจัย .....</b>	<b>128</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

1	แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์บริษัทกรุงเทพประกันภัย ธนาคารกรุงเทพ ในเขตรับผิดชอบจังหวัดมหาสารคาม .....	55
2	ผลการวิเคราะห์ค่าความถี่และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	62
3	ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	63
4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์ประกอบ ของการทำธุรกิจที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อประกัน โดยรวมและรายด้าน .....	64
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์ประกอบของ การทำธุรกิจที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อประกัน รายข้อแต่ละด้าน .....	65
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ การตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ รายด้าน .....	66
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ การตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ รายข้อแต่ละด้าน .....	69
8	การกำหนดตัวแปร Nominal/Ordinal Scale เป็นตัวแปรหุ่น Dummy และตัวแปร Interval /Ratio Scale และรหัสตัวแปร .....	72
9	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ Multiple Correlation Coefficients ระหว่าง ตัวแปรทั้งหมดในรูปของเมตริกซ์สหสัมพันธ์ Correlation matrix Correlations .....	74
10	ลำดับตัวแปรพยากรณ์ของการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของ ตัวแปร Stepwise Multiple linear regression .....	76
11	ผลวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการซื้อกรมธรรม์บริษัทกรุงเทพประกันภัย ธนาคารกรุงเทพในเขตจังหวัดมหาสารคาม .....	78

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
1	ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ..... 23
2	ช่องทางการจัดจำหน่าย ..... 28
3	กรอบแนวคิดการวิจัย ..... 53
4	กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดของบริษัท ..... 92
5	กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของกรุงไทยเอกซ่า ..... 96



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY