

ชื่อการค้นคว้าอิสระ การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภคร บริษัท
อเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด เขตสำโรงเหนือ จังหวัดสมุทรปราการ

ผู้วิจัย นางสาวเมธพร รุจสมบัติ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จริยา กลิ่นจันทร์ 2) ศ.ดร.เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์
ปีการศึกษา 2553 จำนวน 101 หน้า คำสำคัญ การสื่อสารการตลาด ประกันชีวิต

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต
ของผู้บริโภคร บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด เขตสำโรงเหนือ จังหวัดสมุทรปราการ
และเพื่อเปรียบเทียบการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคร จำแนกตามลักษณะ
ประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 136 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล
โดยใช้ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต
กับ บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ในทัศนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านต่าง ๆ คือ
1) การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว การขายโดยบุคคล การตลาดเจาะตรง
โดยรวมและรายด้าน มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2) ผลการเปรียบเทียบการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคร พบว่า ผู้บริโภคร ในเขตสำโรงเหนือ จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีเพศ อายุ
ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสาร
การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต กับ บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด
ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1)..... 2).....

Independent study title: Marketing Communication Affecting Customers' Decisions to Have Life-insurance Policies with American International Assurance Company Limited, Samrong Nuea District, Samut Prakan Province.

Researcher: Miss Mataporn Rujsombat. Degree: Master of Business Administration (General Management). Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Prof. Dr.Rawat Chatreewisit 2) Dr. Jariya Klinjan. Academic year : 2009. 101 pp. Keywords: marketing communication, life-insurance.

Abstract

The objectives of this research were to study the marketing communication which had an effect on customers' decisions to have life-insurance policies with American International Assurance Company Limited, Samrong Nuea District, Samut Prakan Province, and to compare the marketing communication based on demographic characteristics. The sample comprised 136 customers. Questionnaires were used as a research tool. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and analysis of variance.

The results indicated that 1) both overall opinions and specific opinions toward each aspect of marketing communication in view of customers namely advertisement, sales promotion, sales publicity and news dissemination, face to face sales, overall direct sales and specific sales were rated high; 2) the comparison of marketing communication showed that the customers in Samrong Nuea District, Samut Prakan having different gender, age, educational level, marital status, occupation, and monthly income, had no significantly different overall opinions toward marketing communication which had an effect on customers' decisions to have life-insurance policies with the American International Assurance Company Ltd.

Student's signature

Independent study advisors' signature 1..... 2.....