หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวแทนขายที่มีผลต่อความพึงพอใจ ความไว้ใจ และความตั้งใจซื้อของลูกค้าประกันชีวิตในจังหวัดชลบุรี
คำสำคัญ	ประกันชีวิต/ ความพึงพอใจ/ ความไว้ใจ/ ความตั้งใจซื้อ
ผู้วิจัย	ชงคา หิรัญรตนพร
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ชลธิศ ดาราวงษ์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2564

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบตามความพึงพอใจ ความไว้ใจและความตั้งใจซื้อ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ 2) เพื่อทดสอบอิทธิพลของลักษณะตัวแทนขายที่มีผลต่อความพึงพอใจ ความไว้ใจและความตั้งใจซื้อ ของลูกค้าประกันชีวิตในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรในจังหวัดชลบุรีที่ถือครองกรมธรรม์ประกันชีวิตทุกประเภท 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การทดสอบจำแนกเป็นรายคู่ และใช้สมการพยากรณ์โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจ ความไว้ใจและความตั้งใจซื้อที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) คุณสมบัติของตัวแทนขายมีผลต่อความพึงพอใจ ความไว้ใจและความตั้งใจซื้อของลูกค้าประกันชีวิตในจังหวัดชลบุรี ได้แก่ ความเชี่ยวชาญ ทักษะการฟัง และการมีปฏิสัมพันธ์ ตามลำดับ

คำสำคัญ: ประกันชีวิต /ความพึงพอใจ / ความไว้ใจ / ความตั้งใจซื้อ

SPU CHONBURI

Thesis Title	Factor of Insurance Agent Characteristics Affecting Customer Satisfaction, Trust, and Intention to Purchase of Life Insurance in Chonburi Province
Keyword	Life Insurance / Satisfaction / Trust / Purchase Intention
Student	Chongka Hiranrattanapon
Advisor	Associate Professor Dr. Chonlatis Darawong
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate College of Management Sripatum University Chonburi Campus
Year	2021

ABSTRACT

This research aims 1) to compare trust and purchase intention, classified by demographic factors, and 2) to examine the influence of salesperson characteristics on customer satisfaction, trust, and purchase intention. Samples of this study were life insurance customers in Chonburi province. The statistics used for data analysis were average mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance, and multiple regression analysis.

The results of the study found that 1) trust and purchase intention were statistically different in terms of gender, age, education level, and monthly income at a significance of of 0.05, and 2) salesperson characteristics affecting customer satisfaction, trust and purchase intentions of life insurance consisted of competence, listening, and interaction, respectively.

Keywords: Life Insurance / Satisfaction / Trust / Purchase Intention

SPU CHONBURI