

สารนิพนธ์เรื่อง	การศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้าประจำตัวที่มีต่อการใช้งานสื่อเว็บไซต์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)
คำสำคัญ	ความคาดหวัง, ความพึงพอใจ, สื่อเว็บไซต์, ลูกค้า, บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)
นักศึกษา	ณัฐพล พงษ์แพทัย
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรอนงค์ เดชมนี
หลักสูตร	นิเทศศาสตร์ อบรมหน้าบันทึก
คณะ	กลุ่มวิชา การสื่อสารสื่อดิจิทัล
ปีการศึกษา	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม 2559

## บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้าประจำตัวที่มีต่อการใช้งานสื่อเว็บไซต์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของลูกค้าที่เข้าประจำตัวที่มีต่อการใช้งานสื่อเว็บไซต์ ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้าประจำตัวที่มีต่อการใช้งานสื่อเว็บไซต์ ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) 3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้าประจำตัวที่มีต่อการใช้งานสื่อเว็บไซต์ ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้นนี้คือ แบบสอบถามออนไลน์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่เข้าประจำตัวที่มีต่อการใช้งานสื่อเว็บไซต์ ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี 2559 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมี 2 ประเภท คือ 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และ 2. สถิติเชิงข้างอิง (Inferential Statistics)

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่เข้าประจำตัวที่มีต่อการใช้งานสื่อเว็บไซต์ ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 31-35 ปี สถานะภาพสมรส มีระดับการศึกษาเฉลี่ยที่ระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยที่ 30,001-50,000 บาท มีความคาดหวังและความพึงพอใจใน การเข้าประจำตัวที่มีต่อการใช้งานสื่อเว็บไซต์ ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับ

“มาก” และความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อประกันภัยที่มีต่อการใช้งานสื่อเว็บไซต์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.756

TITLE	A STUDY ON THE EXPECTATIONS AND SATISFACTION OF CUSTOMERS WHO BUY INSURANCE TOWARD THE WEBSITE OF MSIG PCL
KEYWORD	EXPECTATION, SATISFACTION, WEBSITE MEDIA, CUSTOMERS. MSIG PUBLIC COMPANY LIMITED.
STUDENT	NATTAPON PONGPAD
ADVISOR	ASSISTANT PROFESSOR DR. ORANONG DEJMANE
LEVEL OF STUDY	MASTER OF COMMUNICATION ARTS
FACULTY	COMMUNICATION ARTS SRIPATUM UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR	2016

## ABSTRACT

Study on the expectations and satisfaction of customers who buy insurance toward the website media of MSIG Public company limited. The purpose is as follows.

1. To study on the expectations of customers who buy insurance toward the website media of MSIG Public company limited. 2. To study on the satisfactions of customers who buy insurance toward the website media of MSIG Public company limited. 3. Study a relationship between expectations and satisfactions of customers who buy insurance toward the website media of MSIG Public company limited.

Online sample questionnaire were provided when a customer purchasing an insurance online of MSIG PCL. Then the data will be analyzed by finding the mean and deviation value (standard deviation). Computers and social science software are used in statistics data analysis. 2 major types of statistics, Descriptive statistics and Inferential Statistics, were used in data analysis.

The study indicated that Mostly customers are male and married, with bachelor's degree, average age of 31-35 years. The average income is 30,001-50,000 baht. They have the expectations and satisfaction toward the website of a MSIG PCL at

a high level and correlated with level of satisfaction toward the website of MSIG PCL with significantly at the statistical significance level 0.000. The correlation coefficient is 0.756