

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ.....	XII

บทที่

1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์ในการทำวิจัย.....	3
ขอบเขตการศึกษา.....	3
สมมติฐานในการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพาดิษยอิเล็ททอนิกส์.....	5
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเว็บไซต์.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	26
ระเบียบวิธีวิจัย	26
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	27
ความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
งานวิจัยเชิงคุณภาพ.....	31
เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	32
ความเที่ยงตรงของเครื่องมือ.....	32
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	32
4	33
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	34
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้าที่ซื้อประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน).....	37
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน).....	38
ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน.....	40
ผลงานวิจัยเชิงคุณภาพ.....	55
5	61
สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	61
สรุปผลการวิจัย.....	61
อภิปรายผล.....	64
ข้อเสนอแนะ.....	65

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	67
ภาคผนวก.....	55
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	70
ภาคผนวก ข แบบสอบถามคำสัมภาษณ์.....	78
ประวัติผู้วิจัย.....	82

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	34
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อายุ....	34
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม สถานภาพ.....	35
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด.....	35
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	36
4.6	แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวัง ของลูกค้าที่ซื้อประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน).....	37
4.7	แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน).....	38
4.8	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคาดหวังของลูกค้าในการซื้อประกันภัย ผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม เพศ.....	40
4.9	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างคาดหวังของลูกค้าในการซื้อ ประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม อายุ.....	40
4.10	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคาดหวังของลูกค้าในการซื้อประกันภัย ผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) เป็นรายคู่ จำแนกตามอายุ.....	41
4.11	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างคาดหวังของลูกค้าในการซื้อ ประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม สถานภาพ.....	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างคาดหวังของลูกค้า ในการซื้อประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด..... 42
4.13	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างคาดหวังของลูกค้า ในการซื้อประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 43
4.14	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคาดหวังของลูกค้าในการซื้อประกันภัยผ่าน ระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) เป็นรายคู่ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 44
4.15	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อประกันภัย ผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม เพศ..... 45
4.16	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อ ประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม อายุ..... 45
4.17	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อประกันภัย ผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)เป็นรายคู่ จำแนกตาม อายุ..... 46
4.18	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อ ประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม สถานภาพ..... 47
4.19	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อประกันภัย ผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)เป็นรายคู่ จำแนกตามสถานภาพ..... 48
4.20	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อ ประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด..... 49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.21	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	50
4.22	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	51
4.23	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)เป็นรายคู่ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	52
4.24	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้าบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) กับความพึงพอใจในการซื้อประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน).....	53

สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่		หน้า
1.1	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2.1	องค์ประกอบพื้นฐานของทฤษฎีความคาดหวังตามแนวคิดของ Vroom...	18