

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกทำประกันชีวิตของลูกค้าในเขตภาคกลาง 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด 3) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของ บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกทำประกันชีวิตของลูกค้า และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกทำประกันชีวิตของลูกค้า การวิจัยครั้งนี้รวบรวมข้อมูลจากลูกค้าของบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ใช้สถิติ ค่าความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน,  $t$ -test,  $F$ -test ผลการวิจัย พบว่า

1. ลูกค้าเลือกทำประกันชีวิตให้ตัวเอง โดยเลือกทำประกันชีวิตแบบคุ้มครองชีวิต เบี้ยประกันต่ำกว่า 5,000 บาท ลูกค้าทำประกันชีวิตกับตัวแทนที่อยู่บริษัทที่มั่นคง อธิบายให้ชัดเจน ตอบคำถามได้ดี และเลือกทำประกันชีวิตเพื่อเป็นหลักประกัน

2. ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากต่อการให้บริการของ บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด ในด้านการให้บริการของตัวแทน ด้านการให้บริการของบริษัทและด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ

3. ลูกค้าที่มีรายได้ สมาชิกในครอบครัวต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการของตัวแทนประกันชีวิต และการให้บริการของบริษัทประกันชีวิต ส่วนลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการของตัวแทนประกันชีวิต และด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการเลือกทำประกันชีวิต แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกทำประกันชีวิตของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

This study is aimed to examine choice of life insurance of customers in central Thailand; investigate levels of customers' satisfaction towards the service of the company's representatives; compare levels of customers' satisfaction towards the service of representatives in relation to their personal factors; compare levels of customers' satisfaction towards the service of representatives in relation to their choice of life insurance; examine the relationship between customers' choice of life insurance and their personal factors. Data was gathered from 400 Muang Thai Life Assurance Co., Ltd. customers with the use of questionnaire survey. Data analysis was performed with frequencies, percentages, means, standard deviations, t-test, F-test and chi-square test. Findings are as follows:

1. Customers insure themselves and choose life insurance policies with premiums below Baht 5,000. They prefer representatives working for secure insurance companies and providing clear explanations and answers to their questions. They consider life insurance as security.

2. Levels of customers' satisfaction towards service of Muangthailife Assurance Co.,Ltd services are high representatives service , corporate services and procedure /process regarding the three aspects.

3. On the after hand,the difference in customers' ages , related to their satisfaction towards insurance company's services and service procedure / process at a significant level .05

4. the difference in the customers' choice of life insurance related to their satisfaction towards insurance company's services at asignificant level .05

5. the difference in the customers'personal factors related to their choice of life insurance, at asignificant level .05