

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงส่วนแบ่งตลาดเบี่ยประกันภัยรับโดยตรงของการประกันภัยรถ ปี 2549 โดยเรียงลำดับบริษัทที่มีเบี่ยประกันภัยรับสูงสุด	4
1.2 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนกรมธรรม์ของธุรกิจประกันวินาศภัยเดือน มกราคม - ธันวาคม ของปี 2550 กับปี 2549	5
1.3 แสดงการเปรียบเทียบเบี่ยประกันภัยรับโดยตรงของธุรกิจประกันวินาศภัย เดือนมกราคม - ธันวาคม ของปี 2550 กับปี 2549	6
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานะการทำ ประกันภัยรถยนต์	44
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากร .	45
4.3 แสดงระดับปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลกับการตัดสินใจเลือกบริษัทประกันภัย	47
4.4 แสดงระดับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลกับการตัดสินใจเลือกบริษัท ประกันภัย	48
4.5 แสดงระดับปัจจัยด้านราคาที่มีผลกับการตัดสินใจเลือกบริษัทประกันภัย	50
4.6 แสดงระดับปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลกับการตัดสินใจเลือกบริษัทประกันภัย ...	51
4.7 แสดงระดับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลกับการตัดสินใจเลือกบริษัท ประกันภัย	52
4.8 แสดงระดับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดที่มีผลกับการตัดสินใจเลือกบริษัท ประกันภัย	53
4.8.1 แสดงระดับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดโดยการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ที่มี ผลกับการตัดสินใจเลือกบริษัทประกันภัย	54
4.8.2 แสดงระดับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดโดยการส่งเสริมการขายที่มีผลกับ การตัดสินใจเลือกบริษัทประกันภัย	55
4.8.3 แสดงระดับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดโดยการสื่อสาร ณ จุดซื้อที่มีผลกับ การตัดสินใจเลือกบริษัทประกันภัย	56
4.8.4 แสดงระดับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ที่มีผลกับ การตัดสินใจเลือกบริษัทประกันภัย	57

4.8.5	แสดงระดับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดโดยการขายโดยพนักงานขายที่มี ผลกับการตัดสินใจเลือกบริษัทประกันภัย	58
4.8.6	แสดงระดับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดโดยการสนับสนุนทางการตลาดที่มี ผลกับการตัดสินใจเลือกบริษัทประกันภัย	59
4.8.7	แสดงระดับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดโดยการตลาดเชิงกิจกรรมที่มีผล กับการตัดสินใจเลือกบริษัทประกันภัย	60
4.8.8	แสดงระดับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดโดยการตลาดเชิงกิจกรรมที่มีผล กับการตัดสินใจเลือกบริษัทประกันภัย	60
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการทำ ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ.....	61
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริษัทที่เลือกใช้บริการ ประกันภัยรถยนต์ในปัจจุบัน	62
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการตัดสินใจต่อ ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัทเดิมในปีหน้า	63
4.12	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจทำ ประกันภัย.....	64
4.13	แสดงความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยของ ผู้ให้บริการผู้ขายและผู้หญิงกับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด	65
4.14	แสดงความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยของ ผู้ให้บริการ ที่มีอายุต่างกับกับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด	67
4.14.1	แสดงการเปรียบเทียบความการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยของ ผู้ให้บริการที่มีอายุต่างกันเป็นรายคู่กับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด โดยรวม	68
4.15	แสดงความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยของ ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกับกับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด	69
4.16	แสดงความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยของ ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกับกับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด	70

4.16.1	แสดงการเปรียบเทียบความการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยของ ผู้ให้บริการที่มีการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่กับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด โดยรวม	71
4.17	แสดงความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยของ ผู้ให้บริการ ที่มีอาชีพต่างกันกับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด.....	72
4.17.1	แสดงการเปรียบเทียบความการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยของ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพต่างกันเป็นรายคู่กับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด โดยรวม	73
4.18	แสดงความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยของ ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่างกันกับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด	75
4.18.1	แสดงการเปรียบเทียบความการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยของ ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่างกันเป็นรายคู่กับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด โดยรวม	76