

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อโฆษณาประกันวินาศภัยในเขตเมืองเชียงใหม่

Study of Non – life Insurance Advertising Consumer Behavior in Muang Chiang Mai

นางสาวธารทิพย์ ศรีสุวรรณเกศ

นางสาวมัลลิกา ภิญโญเจริญ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อโฆษณาประกันวินาศภัยในเขตเมืองเชียงใหม่ ปี 2547 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยได้มาจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ(Stratified Sampling) ชั้นภูมิคือตำบลทั้งหมด 16 ตำบลโดยสุ่มตัวอย่างจากแต่ละตำบลเป็นสัดส่วนตามจำนวนประชากรในแต่ละตำบล เพื่อศึกษาถึงทัศนคติที่มีต่อการทำประกันวินาศภัย และการรับชมสื่อโฆษณาประกันวินาศภัย ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา และสถิติวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อการประกันวินาศภัย

ที่ระดับนัยสำคัญ 5 % ในด้านทัศนคติของคนที่เคยทำประกันวินาศภัยพบว่ารายได้มีผลต่อการทำประกันวินาศภัย และในด้านทัศนคติเกี่ยวกับการเคยทำประกันวินาศภัย พบว่า สถานภาพ อายุ และรายได้ มีผลต่อการทำประกันวินาศภัย ในด้านการเลือกสื่อโฆษณาของบริษัทประกัน พบว่าระดับการศึกษา เพศ อายุ อาชีพ มีผลต่อการเลือกสื่อโฆษณาบริษัทประกันวินาศภัย ส่วนสื่อที่คนนิยมรับชมโฆษณาประกันวินาศภัยมากที่สุดคือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ตามลำดับ และอายุมีผลต่อการเคยรับชมสื่อโฆษณาประกันวินาศภัย โดยช่วงอายุต่ำกว่า 40 ปี จะเคยรับชมสื่อโฆษณาประกันวินาศภัยเป็นจำนวนมากกว่า 80 %