

致理技術學院保險金融管理系
2012年(第七屆)保金實務專題成果報告

消費者對人身保險行銷通路偏好之研究

組別：第五組

學生：19812109 劉紫玲

19812117 莊思辰

19812120 余欣潔

19812127 李 穎

19812142 黃筱娟

19812149 曾瑞鐘

19812155 邱雅玲

中華民國一百零一年十二月

目錄

第壹章 緒論	
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	1
第三節 研究流程	2
第貳章 文獻探討	
第一節 概說	3
第二節 通路	3
第三節 消費者偏好	9
第四節 消費者行為理論	11
第參章 研究方法	
第一節 研究架構	19
第二節 研究假說	19
第三節 研究變數與操作型定義	20
第四節 資料分析方法	22
第肆章 實證結果分析與討論	
第一節 敘述性分析	24
第二節 信度分析	26
第三節 效度分析	26
第四節 因素分析	26
第五節 迴歸分析	27
第六節 交叉分析	37
第伍章 結論與建議	
第一節 結論	46
第二節 建議	47
參考文獻	48
附件一問卷	50

圖目錄

圖 1-1 研究流程圖.....	2
圖 2-1 影響消費者行為之因素.....	11
圖 2-2 Lazer，生活型態階層.....	13
圖 2-3 VALSII 區隔系統.....	16
圖 2-4 生活型態對消費者行為的影響.....	17
圖 2-5 生活型態影響消費者行為模式.....	18

表目錄

表 2-1 業務員通路	4
表 2-2 新型態通路	8
表 2-3 消費者偏好釋義彙整	9
表 2-4 生活型態之定義	12
表 2-5 AIO 各變數定義說明	14
表 2-6 生活型態量表	15
表 3-1 生活型態的問卷設計	21
表 3-2 信度 Cronbachs α 係數之評定標準表	22
表 4-1 受訪者基本資料分析表	24
表 4-2 信度分析表	26
表 4-3 成份組成	26
表 4-4 偏好構面—創新性對選擇保險業務員影響係數表	27
表 4-5 偏好構面—創新性對選擇保險經紀人影響係數表	28
表 4-6 偏好構面—創新性對選擇保險代理人影響係數表	28
表 4-7 偏好構面—創新性對選擇網際網路行銷影響係數表	28
表 4-8 偏好構面—創新性對選擇 DM 行銷影響係數表	29
表 4-9 偏好構面—創新性對選擇電話行銷影響係數表	29
表 4-10 偏好構面—創新性對選擇銀行保險行銷影響係數表	30
表 4-11 偏好構面—自主性對選擇保險業務員影響係數表	30
表 4-12 偏好構面—自主性對選擇保險經紀人影響係數表	30
表 4-13 偏好構面—自主性對選擇保險代理人影響係數表	31
表 4-14 偏好構面—自主性對選擇網際網路行銷影響係數表	31
表 4-15 偏好構面—自主性對選擇 DM 行銷影響係數表	32
表 4-16 偏好構面—自主性對選擇電話行銷影響係數表	32

表 4-17 偏好構面—自主性對選擇銀行保險行銷影響係數表	32
表 4-18 偏好構面—品質性對選擇保險業務員影響係數表	33
表 4-19 偏好構面—品質性對選擇保險經紀人影響係數表	33
表 4-20 偏好構面—品質性對選擇保險代理人影響係數表	33
表 4-21 偏好構面—品質性對選擇網際網路行銷影響係數表	34
表 4-22 偏好構面—品質性對選擇電話行銷影響係數表	34
表 4-23 偏好構面—品質性對選擇銀行保險行銷影響係數表	35
表 4-24 偏好構面—家庭性對選擇保險業務員影響係數表	35
表 4-25 偏好構面—家庭性對選擇保險經紀人影響係數表	35
表 4-26 偏好構面—家庭性對選擇保險代理人影響係數表	36
表 4-27 偏好構面—家庭性對選擇網際網路行銷影響係數表	36
表 4-28 偏好構面—家庭性對選擇 DM 行銷影響係數表	36
表 4-29 偏好構面—家庭性對選擇電話行銷影響係數表	37
表 4-30 偏好構面—家庭性對選擇銀行保險行銷影響係數表	37
表 4-31 傷害(意外)保險之交叉分析量	38
表 4-32 終身壽險之交叉分析量	40
表 4-33 年金保險之交叉分析量	42
表 4-34 年金保險之交叉分析量	44