



ความรู้และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความภักดีในการทำประกันภัยรถยนต์ของ  
ผู้บริโภคของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

**Brand Awareness and Brand Trust Affecting Brand Loyalty in Car Insurance of  
Customer of Dhipaya Insurance Public Co., Ltd.**

ธนพล คงกวินวงศ์

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาการจัดการทั่วไป  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม  
พุทธศักราช 2559  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสยาม