

ชื่อเรื่องการค้าค้ำว้าแบบอิสระ ทักษะคติของลูกค้านาคกรกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่ออยุธยาคุ้มครองเงินกู้

ผู้เขียน นายสุพรชัย พึ่งวรานนท์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้ำว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิพร คุณเจริญไพศาล ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชนินทร์ สิงห์รุ่งเรือง กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าค้ำว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะคติของลูกค้านาคกร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่ออยุธยาคุ้มครองเงินกู้ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการสินเชื่อกับทางธนาคาร และทำประกันชีวิต อยุธยาคุ้มครองเงินกู้ จำนวน 300 ราย ใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวนมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-30,000 บาท

ด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากมีความรู้ความเข้าใจว่าผู้ทำประกันสามารถสอบถามรายละเอียด อยุธยาคุ้มครองเงินกู้ จากพนักงานสินเชื่อได้ อยุธยาคุ้มครองเงินกู้ เป็นการทำประกันชีวิต เพื่อให้ความคุ้มครองแก่ผู้มีภาระเงินกู้กับธนาคาร และอยุธยาคุ้มครองเงินกู้ สามารถทำได้กับทุกสาขาของธนาคารทั่วประเทศ

ด้านความรู้สึก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นและความรู้สึกในเรื่องความรู้สึกคลายความกังวลใจ เมื่อได้รับความคุ้มครอง อัยยาศู่มครองเงินกู้ เนื่องจากภาระเงินกู้จะไม่เป็นภาระแก่ผู้ที่อยู่เบื้องหลัง การติดต่อกับธนาคาร เพื่อทำสัญญาอัยยาศู่มครองเงินกู้ ทำให้สะดวกเพราะสามารถทำได้กับทุกสาขาของธนาคารทั่วประเทศ และอัยยาศู่มครองเงินกู้มีภาพลักษณ์ในด้านความมั่นคงปลอดภัย

ด้านพฤติกรรม พบว่าพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกทำประกันชีวิตอัยยาศู่มครองเงินกู้ ในครั้งนี้เป็นจำนวนเงินไม่เกิน 1,000,000 บาท ระยะเวลาเอาประกัน 6-10 ปี และเลือกชำระค่าเบี้ยประกันชีวิต โดยการกู้เงินกับทางธนาคาร และถ้ามีโครงการที่จะใช้บริการสินเชื่อกับทางธนาคารในครั้งต่อไป จะทำประกันชีวิตอัยยาศู่มครองเงินกู้ แน่แน่นอน และจะแนะนำเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักให้ใช้บริการสินเชื่อกับทางธนาคาร และทำประกันชีวิตอัยยาศู่มครองเงินกู้

ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง มีความรู้สึกเห็นด้วยกับกลยุทธ์การบริการของอัยยาศู่มครองเงินกู้ และมีพฤติกรรมที่จะใช้บริการในครั้งต่อไป เนื่องจากมีความสะดวกในการจ่ายค่าเบี้ยประกัน เป็นการชำระแบบครั้งเดียว และครอบคลุมตลอดอายุสัญญาเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University –

All rights reserved

Independent Study Title Customers Attitude Towards Ayudhya Loan Protection of Bank of Ayudhya Public Company Limited in Bangkok Metropolitan

Author Mr. Supornchai Puengwaranon

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Dr. Rawiporn Koojaroenpaisan Chairperson
Assistant Professor Chanin Singrungraung Member

ABSTRACT

This independent study was to study customers' attitude towards Ayudhya Loan Protection (ALP) of Bank of Ayudhya Public Company Limited (BAY) in Bangkok Metropolitan. The samples were 300 customers of loan service with life insurance. The data was collected by questionnaire and descriptive statistics were presented in frequency, percentage and mean.

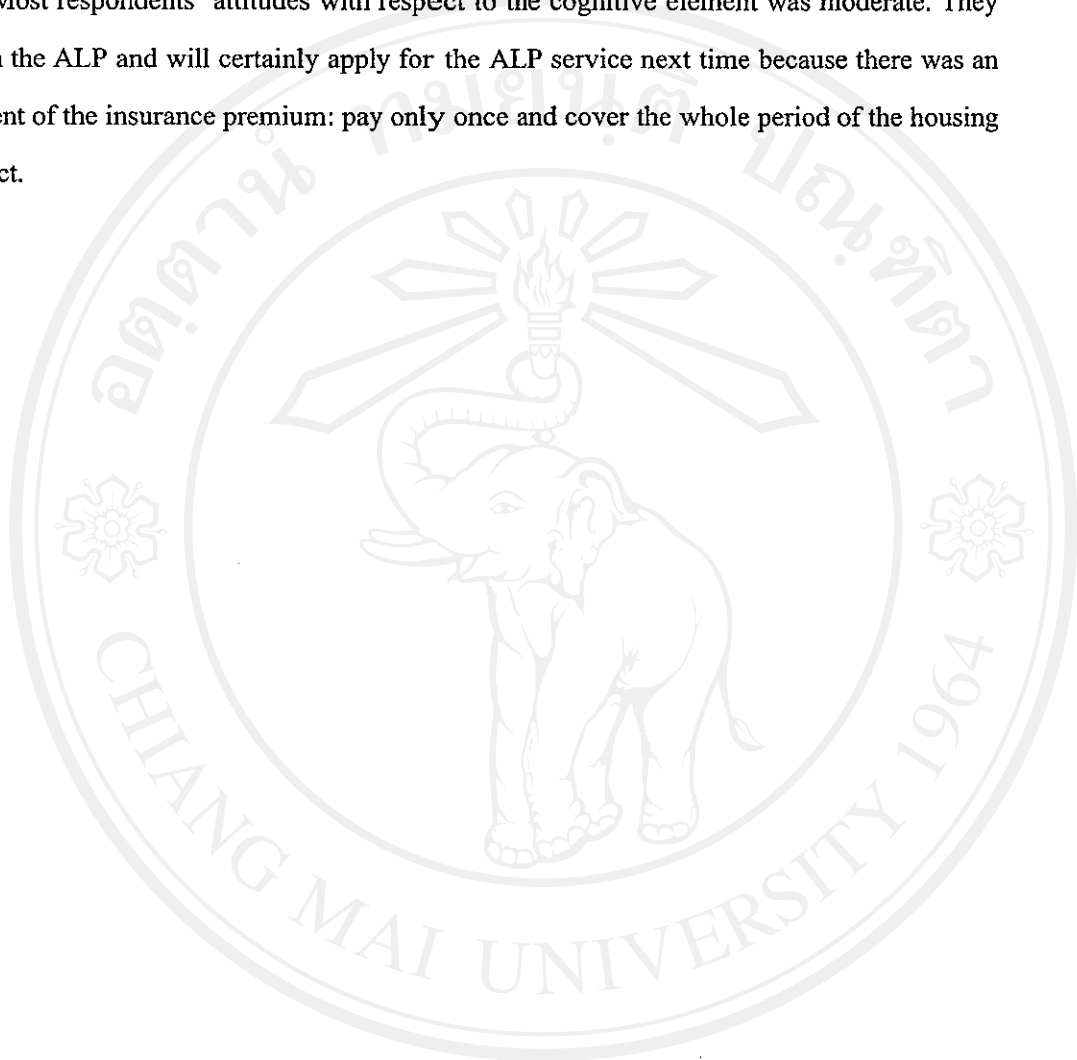
The study showed that most respondents were female, aged between 31-40 years old, married, and hold a bachelor degree. Most respondents were workers of private companies and had monthly income between 10,001 – 30,000 baht.

Regarding cognitive component, most respondents' knowledge are information could be acquired from credit officers, ALP was a life insurance for the BAY loan customers, and ALP could be applied at all branches over the country.

Regarding affective component, most respondents' opinions and feeling towards the ALP are less anxiety and have some level of safety due to the protection, the ALP could be applied at all branches over the country, and the liability of loan would not be others' obligation.

Regarding behavioral component, most respondents bought the ALP at the price not over 1,000,000 baht, effective period 6-10 years, and paid insurance premium by bank loan. When the respondents demand the next loan services, they certainly would buy the ALP.

Most respondents' attitudes with respect to the cognitive element was moderate. They agreed with the ALP and will certainly apply for the ALP service next time because there was an easy payment of the insurance premium: pay only once and cover the whole period of the housing loan contract.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved