

การศึกษาการค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการ เคทีบีลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ วิธีการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าที่มีบัญชีออมทรัพย์ธรรมดา รายบุคคลรวมทั้งสิ้น 380 คน โดยแบ่งเป็น 190 ราย ที่เคยใช้บริการของเคทีบีลิสซิ่งและ 190 ราย ที่ไม่เคยใช้บริการของเคทีบีลิสซิ่ง วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปของตาราง ร้อยละ ค่าเฉลี่ย มีผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และใช้บริการฝาก – ถอน โอนเงิน กับธนาคารมากที่สุด รองลงมา คือ ชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ และการทำสินเชื่อเงินกู้ยืม

องค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ให้บริการเช่าซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ผ่านธนาคารหรือเรียกว่าการให้บริการเคทีบีลิสซิ่ง ร้อยละ 87.9 โดยผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักว่ามีการให้บริการมากที่สุด คือ รถจักรยานยนต์ รองลงมา คือ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า แหล่งข้อมูลได้แก่พนักงานธนาคารแนะนำ ระดับความเข้าใจหลักเกณฑ์เงื่อนไขและวิธีการให้บริการของเคทีบีลิสซิ่งของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบเงื่อนไขและวิธีการให้บริการเคทีบีลิสซิ่งในเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการใช้ระยะเวลาพิจารณาการอนุมัติการภายใน 1 วัน และวิธีการขั้นตอนการขอซื้อสินค้า ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีผู้ค้ำประกันในการซื้อสินค้า

องค์ประกอบของทัศนคติ ด้านความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการเคทีบีลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านบวกโดยมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

องค์ประกอบของทัศนคติด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่จะเช่าซื้อสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์มากที่สุด รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์และโทรศัพท์มือถือ ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง แต่ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ สินค้าบางรายการต้องไปรับเอง ไม่จัดส่งถึงที่อยู่ของลูกค้า และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากไม่ทราบเกี่ยวกับการบริการของเคทีบีลิสซิ่ง แนวโน้มโดยส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม คาดว่าจะใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง เนื่องจากเป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

The objective of this independent study was to study consumer attitudes towards KTB Leasing service of Krung Thai Bank Public Company Ltd. The data was collected from a questionnaire distributed to 380 customers with personal saving bank account; 190 of these had used KTB Leasing service and 190 customers had never used the service. The data was presented with descriptive statistics in the forms of tables, percentage, and mean.

The results of the study show that most questionnaire respondents were female of 21-30 years old, with Bachelor's degree. They were government officials/public enterprise employees, with salary of less than 10,000 baht/month. The most bank services they used were deposit/withdrawal and money transfer. The next frequently used services were utility payments and loans.

In terms of attitude factors concerning awareness of service information, it was found from the study that 87.9% questionnaire respondents were aware that Krung Thai Bank offered leasing service. The products that the respondents asked about the most were motorcycles, computers, and electrical appliances, respectively. The most effective information source about KTB Leasing was from the recommendation by the bank's staff. Most respondents understood about criteria and procedure of the service at the medium level. Most respondents understood about criteria and procedure of the service at the all most, except criteria and service procedure was the one-day approval and procedure of the leasing that is not necessary guarantor.

Customer attitudes towards mix-marketing factors for KTB Leasing, Chai Pra Karn Branch, were at the high level in the following order: staff, process, physical appearance, price, product, place, and marketing promotion.

In terms of behaviors, it was found that most questionnaire respondents who had experience using KTB Leasing service were male, with Bachelor's degree. The products they bought the most were computers, motorcycles, and mobile phones, respectively. In general, problems concerning using KTB Leasing service were not found except that some products did not offer home delivery and the customers had to do their own pick-up. For those who did not have experience using KTB Leasing service, the most reason was they did not know about the service. It was likely that they would try KTB Leasing service in the future because they were already Krung Thai Bank's customers. For most questionnaire respondents, it was likely that they would recommend KTB leasing to others.