

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ทักษะคิดของลูกค้าที่มีต่อบริการเคทีบีลีสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงทัศนคติของลูกค้าต่อการให้บริการด้านธุรกรรมการเงินเกี่ยวกับการบริการเคทีบีลีสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งส่วนราชการและเอกชนบุคคลทั่วไป โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างทำการตอบแบบสอบถาม จำนวน 380 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) กลุ่มลูกค้าที่มีบัญชีออมทรัพย์ธรรมดาส่วนบุคคลของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งเป็น 190 ราย ที่เคยใช้บริการของเคทีบีลีสซิ่งและ 190 ราย ที่ไม่เคยใช้บริการของเคทีบีลีสซิ่ง

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ เป็นส่วนใหญ่ รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และบริการที่ใช้ผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาไชยปราการ คือ ใช้บริการฝาก – ถอน โอนเงิน มากที่สุด รองลงมาคือการชำระค่าสาธารณูปโภค การทำสินเชื่อเงินกู้ยืม, บัตรเครดิต ชื้อหุ้นและกองทุนและแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้ความเข้าใจของของลูกค้าต่อบริการเคทีบีลีสซิ่ง ผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ให้บริการเช่าซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ผ่านธนาคารหรือเรียกว่าบริการเคทีบีลีสซิ่ง โดยเรียงลำดับผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการที่ทราบจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีการให้บริการเคทีบีลีสซิ่ง โดยมีรถจักรยานยนต์ ให้เช่าซื้อมากที่สุด เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการเคทีบีเอสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จาก พนักงานธนาคารมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อนหรือคนรู้จัก แนะนำและผ่านพับ/ใบปลิว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความเข้าใจหลักเกณฑ์เงื่อนไขและวิธีการให้บริการของเคทีบีเอสซิ่งในระดับปานกลาง และมากกว่าร้อยละ 50 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดทราบเงื่อนไขและวิธีการให้บริการเคทีบีเอสซิ่งในเกือบทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ยกเว้นด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการใช้เวลาพิจารณาการอนุมัติการภายใน 1 วัน และวิธีการขั้นตอนการขอซื้อสินค้า ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีผู้ค้ำประกันในการซื้อสินค้า

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อบริการเคทีบีเอสซิ่งของธนาคารกรุงไทย โดยพิจารณาจากกรอบส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ราคา การจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด พนักงานให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อบริการเคทีบีเอสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ โดยพิจารณาจากกรอบส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมต่อด้านต่างๆ ทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านพนักงานให้บริการ โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ(บริการเคทีบีเอสซิ่ง)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการ(บริการเคทีบีเอสซิ่ง) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยในรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากในทุกปัจจัยโดยเฉพาะในเรื่องของตราสินค้าเป็นที่รู้จักมีชื่อเสียงความนิยมต่อสาธารณะชนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาในเรื่องของสินค้าเคทีบีเอสซิ่งที่มีสินค้าหลากหลายมากกว่าคู่แข่ง สินค้าและบริการที่ร่วมโครงการเคทีบีเอสซิ่งมีคุณภาพที่ได้มาตรฐานและสินค้าแต่ละรายการแสดงรายละเอียดและคุณสมบัติอย่างชัดเจน ตามลำดับ

ด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านราคา(บริการเคทีบีทีเอสซิ่ง) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยในรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากในทุกปัจจัย โดยเฉพาะในเรื่องการแสดงราคาสินค้าอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาผ่อนชำระอย่างชัดเจนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาในเรื่องของสินค้ามีราคาใกล้เคียงกับคู่แข่งร้านค้าทั่วไป และอัตราดอกเบี้ยจ่ายต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งร้านต่างๆที่ให้บริการทีเอสซิ่ง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันตามลำดับ

ด้านสถานที่ให้บริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านสถานที่ให้บริการ(บริการเคทีบีทีเอสซิ่ง) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยในรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากในเรื่องสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการและมีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วยปานกลาง ในเรื่องของการมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านการส่งเสริมทางการตลาด (บริการเคทีบีทีเอสซิ่ง) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยในรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากในทุกปัจจัย โดยเฉพาะในเรื่องการมีบริการหลังการขายและการรับประกันสินค้าและให้คำปรึกษามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือการส่งเสริมการใช้บริการ โดยจัดโปรโมชั่นพิเศษในแต่ละเดือนที่ไม่ซ้ำกัน

ด้านพนักงานให้บริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านพนักงานให้บริการ(บริการเคทีบีทีเอสซิ่ง) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยในรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากในทุกปัจจัย โดยเฉพาะ ในเรื่องของพนักงานธนาคารที่มีความสุภาพและอัธยาศัยดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือพนักงานธนาคารกระตือรือร้นที่จะให้บริการ พนักงานให้บริการรวดเร็วและถูกต้องและพนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านลักษณะทางกายภาพ(บริการเคทีบีทีเอสซิ่ง) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยในรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากในทุกปัจจัย โดยเฉพาะในเรื่องความสะอาดของสถานที่มาใช้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือการมีระบบคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ บรรยากาศภายในธนาคารมีความสวยงาม ปลอดภัย ไม่คับแคบจนเกินไป ที่นั่งรอเพียงพอ

รวมทั้งเครื่องดื่มและมีหนังสือพิมพ์นิตยสารให้อ่าน และการรักษาความปลอดภัยของลูกค้าเมื่อมาใช้บริการ ตามลำดับ

ด้านลักษณะกระบวนการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านลักษณะกระบวนการ(บริการเคทีบี ลีสซิ่ง) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยในรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากในทุกปัจจัย โดยเฉพาะในเรื่องการใช้ระยะเวลาการพิจารณาอนุมัติภายใน 1 วันมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือมีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการขั้นตอนไม่ยุ่งยากและซับซ้อนเกินไป สามารถผ่อนชำระสินค้าผ่านเคาน์เตอร์บริการรวม บริการเคทีบี ลีสซิ่ง เป็นบริการที่น่าเชื่อถือ และมีบริการหักค่างวดอัตโนมัติทุกเดือนจากบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากผลการศึกษาที่ได้ สามารถสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ บัณฑิตจบ ปัจจุบันระดับการศึกษา และปัจจัยการใช้และไม่เคยใช้บริการ เภทที่บิลิตซึ่งของรณาการกรงไทย

ปัจจัย ส่วน บุคคล (เพศ)	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทาง ให้บริการ	การส่งเสริม การตลาด	พนักงาน ให้บริการ	ลักษณะทาง กายภาพ	กระบวนการ
ชาย	สินค้าเคทีบี ลิสซิ่งมี สินค้า หลากหลาย มากกว่าคู่แข่ง	แสดงราคา สินค้า อัตรา ดอกเบี้ย และระยะเวลา ผ่อนชำระอย่าง ชัดเจน	สถานที่ตั้ง สะดวกต่อ การ เดินทางมา ใช้บริการ	มีการ ส่งเสริมการ ให้บริการ โดยจัด โปรโมชั่น พิเศษในแต่ละ เดือนที่ไม่ซ้ำกัน	พนักงาน ธนาคาร มี ความ สุภาพและ อัธยาศัยดี	ความ สะอาดของ สถานที่มา ใช้บริการ	ใช้ระยะเวลา การพิจารณา อนุมัติ ภายใน 1 วัน
หญิง	ตราสินค้า เป็นที่รู้จักมี ชื่อเสียงมี ความนิยมต่อ สาธารณะชน	แสดงราคา สินค้า อัตรา ดอกเบี้ย และระยะเวลา ผ่อนชำระอย่าง ชัดเจน	สถานที่ตั้ง สะดวกต่อ การ เดินทางมา ใช้บริการ	มีบริการหลัง การขายและ การรับ ประกัน สินค้า และ ให้คำปรึกษา	พนักงาน ธนาคาร มี ความ สุภาพและ อัธยาศัยดี	ความ สะอาดของ สถานที่มา ใช้บริการ	สะดวก รวดเร็วใน การให้ บริการ ขึ้น ตอนไม่ ยุ่งยากและ ซับซ้อน เกินไป

ปัจจัยส่วน บุคคล (ระดับ การศึกษา)	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทาง ให้บริการ	การส่งเสริม การตลาด	พนักงาน ให้บริการ	ลักษณะ ทาง กายภาพ	กระบวนการ
ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	ตราสินค้า เป็นที่รู้จักมี ชื่อเสียง ความนิยม ต่อ สาธารณะ ชน	แสดง ราคา สินค้า อัตรา ดอกเบี้ย และระยะ การผ่อน ชำระอย่าง ชัดเจน	สถานที่ตั้ง สะดวกต่อ การเดินทาง มาใช้บริการ	มีบริการ หลังการขาย การรับ ประกัน สินค้า และให้ คำปรึกษา	พนักงาน ธนาคาร กระตือ รือร้อนที่จะ ให้บริการ	ความ สะอาดของ สถานที่มา ใช้บริการ	ใช้ ระยะเวลา การ พิจารณา อนุมัติ ภายใน 1 วัน
ม.6 หรือ เทียบเท่า	ตราสินค้า เป็นที่รู้จักมี ชื่อเสียง ความนิยม ต่อสาธารณะ ชน	แสดง ราคา สินค้า อัตรา ดอกเบี้ย และระยะ การผ่อน ชำระอย่าง ชัดเจน	สถานที่ตั้ง สะดวกต่อ การเดินทาง มาใช้บริการ	มีการ ส่งเสริมการ ใช้บริการ โดยจัด โปรโมชั่น พิเศษในแต่ ละเดือนที่ ไม่ซ้ำกัน	พนักงาน ธนาคาร มีความ สุภาพและ อัธยาศัยดี	ความ สะอาดของ สถานที่มา ใช้บริการ	สะดวก รวดเร็ว ในการ ให้บริการ ขั้นตอนไม่ ยุ่งยากและ ซับซ้อน เกินไป
อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	ตราสินค้า เป็นที่รู้จักมี ชื่อเสียง ความนิยม ต่อสาธารณะ ชน	แสดง ราคา สินค้า อัตรา ดอกเบี้ย และระยะ การผ่อน ชำระอย่าง ชัดเจน	สถานที่ตั้ง สะดวกต่อ การเดินทาง มาใช้บริการ	มีการ ส่งเสริมการ ใช้บริการ โดยจัด โปรโมชั่น พิเศษในแต่ ละเดือนที่ ไม่ซ้ำกัน	พนักงาน ธนาคาร มีความ สุภาพและ อัธยาศัยดี	บรรยากาศ ภายใน ธนาคาร มี ความ สวยงาม ปลอดภัย ไม่คับแคบ จนเกินไป	สามารถ ผ่อนชำระ สินค้าผ่าน เคาน์เตอร์ บริการรวม

ปัจจัยส่วน บุคคล (ระดับ การศึกษา)	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทาง ให้บริการ	การส่งเสริม การตลาด	พนักงาน ให้บริการ	ลักษณะ ทาง กายภาพ	กระบวนการ
ปริญญา ตรี	ตราสินค้า เป็นที่รู้จักมี ชื่อเสียง ความนิยม ต่อสาธารณะ ชน	แสดง ราคา สินค้า อัตรา ดอกเบี้ย และระยะ การผ่อน ชำระอย่าง ชัดเจน	สถานที่ตั้ง สะดวกต่อ การเดินทาง มาใช้บริการ	มีบริการ หลังการขาย การรับประกัน สินค้า และให้ คำปรึกษา	พนักงาน ให้บริการ รวดเร็ว และ ถูกต้อง	ความ สะอาดของ สถานที่มา ใช้บริการ	ใช้ระยะเวลา เวลาการ พิจารณา อนุมัติ ภายใน 1 วัน
สูงกว่า ปริญญา ตรี	ตราสินค้า เป็นที่รู้จักมี ชื่อเสียง ความนิยม ต่อสาธารณะ ชน	แสดง ราคา สินค้า อัตรา ดอกเบี้ย และระยะ การผ่อน ชำระอย่าง ชัดเจน	สถานที่ตั้ง สะดวกต่อ การเดินทาง มาใช้บริการ	มีการ ส่งเสริมการ ใช้บริการ โดยจัด โปรโมชั่น พิเศษในแต่ ละเดือนที่ ไม่ซ้ำกัน	พนักงาน ธนาคาร มี ความ สุภาพและ อัธยาศัยดี	ความ สะอาดของ สถานที่มา ใช้บริการ	ใช้ระยะเวลา เวลาการ พิจารณา อนุมัติ ภายใน 1 วัน

บริการ กรณีที่ ลิขสิทธิ์	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้าน ช่องทาง ให้บริการ	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ด้านพนักงาน ให้บริการ	ด้าน ลักษณะทาง กายภาพ	ด้าน กระบวนการ
เคยใช้	ตราสินค้า เป็นที่รู้จักมี ชื่อเสียง ความนิยมต่อ สาธารณะชน	แสดงราคา สินค้า อัตรา ดอกเบี้ย และระยะ การผ่อน ชำระอย่าง ชัดเจน	สถานที่ตั้ง สะดวกต่อ การ เดินทางมา ใช้บริการ	มีบริการ หลังการ ขายและ การรับ ประกัน สินค้า และให้ คำปรึกษา	พนักงาน ธนาคาร กระตือรือร้น ที่จะ ให้บริการ	ความ สะอาดของ สถานที่มา ใช้บริการ	ใช้ระยะเวลา การพิจารณา อนุมัติ ภายใน 1 วัน
ไม่เคยใช้	ตราสินค้า เป็นที่รู้จักมี ชื่อเสียง ความนิยมต่อ สาธารณะชน	แสดงราคา สินค้า อัตรา ดอกเบี้ย และระยะ การผ่อน ชำระอย่าง ชัดเจน	สถานที่ตั้ง สะดวกต่อ การ เดินทางมา ใช้บริการ	มีการ ส่งเสริม การใช้ บริการ โดยจัด โปรโมชั่น พิเศษใน แต่ละ เดือนที่ไม่ ซ้ำกัน	พนักงาน ธนาคาร มี ความสุภาพ และอัธยาศัย ดี	ความ สะอาดของ สถานที่มา ใช้บริการ	สะดวก รวดเร็วใน การ ให้บริการ ขั้นตอนไม่ ยุ่งยากและ ซับซ้อน เกินไป

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่จะใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของบริการเคทีบี บิลิสซิ่ง เมื่อมีความรู้ความเข้าใจและความรู้สึกที่พอใจหรือไม่พอใจต่อบริการเคทีบี บิลิสซิ่ง

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 190 คน ที่มีพฤติกรรมเคยใช้บริการ เคทีบี บิลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่จะเช่าซื้อสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 26.8 รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 25.3 และโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 22.6

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 190 ราย ที่เคยใช้บริการ จำแนกตามปัญหาที่พบในการ ใช้บริการเคทีบี บิลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยส่วนใหญ่ไม่พบปัญหา คิดเป็น ร้อยละ 37.9 รองลงมา คือ สินค้าบางรายการต้องไปรับเอง ไม่จัดส่งถึงที่อยู่ลูกค้า ร้อยละ 33.7

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้หรือไม่เคยใช้บริการบิลิสซิ่งของบริษัทหรือสถาบัน การเงินอื่น ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการบิลิสซิ่งของบริษัทอื่น คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมาเคยใช้ บริการของบริษัทออนธอนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 17.6

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 190 ราย ที่ไม่เคยใช้บริการเคทีบี บิลิสซิ่งของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีสาเหตุส่วนใหญ่มาจาก ไม่ทราบเกี่ยวกับบริการของเคทีบี บิลิสซิ่ง คิดเป็น ร้อยละ 33.7 รองลงมา คือ อื่น ๆ ได้แก่ คาดว่าธนาคารจะไม่อนุมัติในการขอใช้บริการ ไม่ทราบ ขั้นตอนและวิธีการใช้บริการ ไม่ชอบการซื้อแบบผ่อนชำระ ยังไม่มีความจำเป็นในการซื้อสินค้า และมีความประหยัด ใช้แนวทางเศรษฐกิจพอเพียง รวมเป็นร้อยละ 30.0

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะใช้บริการเคทีบี บิลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 55.5 ไม่แน่ใจว่าจะใช้บริการเคทีบี บิลิสซิ่ง ร้อยละ 38.4 และคาดว่าจะไม่ใช้ บริการเคทีบี บิลิสซิ่ง ร้อยละ 6.1

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะใช้ผลิตภัณฑ์บริการเคทีบี บิลิสซิ่งของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้วยปัจจัยด้านความเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทยอยู่แล้ว ร้อยละ 56.1 รองลงมา คือความสะดวกในการมาใช้บริการ ร้อยละ 42.9

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการเคทีบี บิลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 79.5 ยังไม่ตัดสินใจว่าจะแนะนำบริการเคทีบี บิลิสซิ่ง ร้อยละ 19.75 และคาดว่าจะไม่แนะนำบริการเคทีบี บิลิสซิ่ง ร้อยละ 6.1

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ ด้านการจัดส่งสินค้าทุกรายการควรจัดส่งให้ถึงผู้ซื้อ โดยผู้ซื้อสินค้าไม่ต้องไปรับสินค้าเอง การพิจารณาและขั้นตอนไม่ควรซับซ้อนจนเกินไปและควรจัดส่งสินค้าให้ตรงต่อเวลา

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เคยใช้บริการลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ ควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากกว่าเดิม เสนอให้มีพนักงานแนะนำบริการ โดยเฉพาะเพื่อชี้แจงรายละเอียดให้ทราบ เสนอให้พิจารณาอนุมัติให้บุคคลที่มีเงินเดือนผ่านบัญชีของธนาคารอื่น เพิ่มระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยให้นานขึ้นกว่าเดิม และควรมีสินค้าตัวอย่างที่จับต้องได้มาจัดแสดง

ส่วนที่ 6 ทศนคติของลูกค้าที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรม จำแนกตามการใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 190 คน ที่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 – 40 ปี มีวุฒิการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ มีการรับรู้ว่าธนาคารให้บริการเช่าซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ผ่านธนาคารหรือเรียกว่าบริการเคทีบีลิสซิ่ง ทั้งหมดทุกคนจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการจำนวน 190 คน และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง มีการรับรู้ ร้อยละ 75.8 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการจำนวน 190 คน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ ทราบว่าธนาคารให้บริการเคทีบีลิสซิ่งโดยมี ธุรกรรมยานยนต์ให้เช่าซื้อมากที่สุด รองลงมาทราบว่าให้บริการเช่าซื้อ คอมพิวเตอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ ส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 50 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดทราบเงื่อนไขและวิธีการให้บริการเคทีบีลิสซิ่งในเกือบทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ยกเว้นด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการใช้ระยะเวลาพิจารณาอนุมัติการภายใน 1 วัน และวิธีการขั้นตอนการขอซื้อสินค้า ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีผู้ค้ำประกันในการซื้อสินค้า และผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการมี

การรับทราบเงื่อนไขและวิธีการให้บริการเคทีบีลิสซิ่งมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง ของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ ส่วนใหญ่คาดว่าจะยังคงใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งต่อไป แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง ส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจว่าจะใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งหรือไม่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง ของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ ส่วนใหญ่คาดว่าจะแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลตามแนวความคิดในเรื่องทัศนคติและองค์ประกอบของทัศนคติ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541: 141) ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึกและพฤติกรรมในแง่การตลาด ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีบริการเช่าซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ผ่านธนาคารหรือเรียกว่า บริการเคทีบีลิสซิ่ง โดยประเภทผลิตภัณฑ์ที่ทราบ 3 ลำดับแรกมีดังนี้ รถจักรยานยนต์ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักบริการเคทีบีลิสซิ่งส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการจากพนักงานธนาคารแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ ไพสิฐ รอดแสง(2549) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลการให้บริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารกสิกรไทยจากพนักงานธนาคารแนะนำ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความเข้าใจหลักเกณฑ์เงื่อนไขและวิธีการให้บริการของเคทีบีลิสซิ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยมากกว่าร้อยละ 50 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดทราบเงื่อนไขและวิธีการให้บริการเคทีบีลิสซิ่งในเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการใช้เวลาพิจารณาการอนุมัติการภายใน 1 วัน และวิธีการขั้นตอนการขอซื้อสินค้า ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีผู้ค้ำประกันในการซื้อสินค้า

2. องค์ประกอบด้านความคิดเห็น

องค์ประกอบด้านความคิดเห็น สามารถวัดได้จากแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2545: 25-26) มีองค์ประกอบ 7 อย่าง เมื่อนำมาใช้กับงานบริการ โดยเป็นการสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคทีบีเอสซึ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่ามีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านพนักงานให้บริการ รองลงมาคือด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ นวรัตน์ นุชเนตร (2548) ที่ให้ความสำคัญกับการได้รับคำแนะนำบริการต่างๆจากพนักงานธนาคาร ซึ่งจะทำให้เกิดความเบื่อกันเองและยังเป็นการให้การต้อนรับดูแลลูกค้า ตลอดจนแนะนำขั้นตอนกระบวนการใช้บริการต่างๆให้ลูกค้าได้ทราบ

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม

จากองค์ประกอบทั้งสองด้านที่ได้กล่าวมาแล้ว จะส่งผลมาแสดงออกทางพฤติกรรมที่จะแสดงออกในการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการเคทีบีเอสซึ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 - 40 ปี มีวุฒิการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท พบว่าส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทคอมพิวเตอร์และรถจักรยานยนต์ แต่ผู้ใช้บริการประสบปัญหาในเรื่องการจัดส่งสินค้า ซึ่งบางรายการต้องไปรับเองไม่จัดส่งถึงที่อยู่ลูกค้า ขั้นตอนการพิจารณาอนุมัติล่าช้า ขั้นตอนซับซ้อน และสินค้าบางรายการส่งล่าช้าไม่ตรงตามกำหนดเวลา ทำให้มีช่องทางการใช้บริการลิสซึ่งจากบริษัทและสถาบันการเงินอื่นๆที่เลือกใช้ เช่น บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

พบว่าสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนไม่เคยใช้บริการเคทีบีเอสซึ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าโดยส่วนใหญ่ไม่ทราบว่ามีการเคทีบีเอสซึ่ง รองลงมาไม่สะดวกในการมาใช้บริการ แต่โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดว่าจะใช้บริการเคทีบีเอสซึ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้วยปัจจัยด้านความเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทยอยู่แล้ว และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการเคทีบีเอสซึ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทำให้ธนาคารจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ ต้องเร่งพัฒนาศักยภาพ

ในการดำเนินธุรกิจทุกด้าน โดยเฉพาะการส่งเสริมทางการตลาดเพื่อให้ข้อมูลไปถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ข้อค้นพบ

สิ่งที่ค้นพบจากการศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่มีดังนี้

1. ด้านความรู้ความเข้าใจ

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีการให้บริการเคทีบีลิสซิ่ง และทราบจากพนักงานธนาคารแนะนำมากที่สุด ซึ่งเป็นช่องทางทางการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด กลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งมีการรู้จักข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีให้บริการ น้อยประเภทกว่ากลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบหลักเกณฑ์เงื่อนไขและวิธีการให้บริการของเคทีบีลิสซิ่งในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 50 ทราบเงื่อนไขและวิธีการให้บริการเคทีบีลิสซิ่งในเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการใช้ระยะเวลาพิจารณาการอนุมัติการภายใน 1 วัน และวิธีการขั้นตอนการขอซื้อสินค้า ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีผู้กำกับประกันในการซื้อสินค้า กลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งมีความรู้ความเข้าใจมากกว่าผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งและมีความรู้ในเชิงบวกมากขึ้น

2. ด้านความคิดเห็น

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และการใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา การจัดจำหน่ายหรือช่องทาง การจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด พนักงานให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ เมื่อนำมาวิเคราะห์กับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยเฉพาะในด้านของพนักงานให้บริการ

พบว่าในกลุ่มของผู้ที่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งจะมีทัศนคติในเชิงบวกมากกว่าผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในเรื่องสินค้าแต่ละรายการแสดงรายละเอียดและคุณสมบัติอย่างชัดเจน และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

3. ด้านพฤติกรรม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งอีกในอนาคต โดยมีปัจจัยส่งผลมาจากความเป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว รองลงมาคือ ความสะดวกในการมาใช้บริการและความน่าเชื่อถือของธนาคาร และส่วนใหญ่จะแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) แต่ในกลุ่มของผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง ส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจว่าจะใช้บริการในอนาคตหรือไม่ พบว่าสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนไม่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เพราะว่าโดยส่วนใหญ่ไม่ทราบว่ามีการเคทีบีลิสซิ่ง ทำให้ธนาคารจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ ต้องเร่งพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจทุกด้าน โดยเฉพาะการส่งเสริมทางการตลาดเพื่อให้ข้อมูลไปถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมพบว่ามีความคิดเห็นด้วยมากมีทัศนคติในองค์ประกอบแต่ละด้านดังนี้

1. ด้านความรู้ความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนยังไม่ทราบเกี่ยวกับการให้บริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ประเด็นนี้ทำให้ทราบว่าหากธนาคารสามารถสร้างความเข้าใจหรือสร้างการรับรู้แก่ลูกค้าของธนาคาร เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการบริการและกระบวนการขั้นตอนการให้บริการเคทีบีลิสซิ่ง จะทำให้ธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะเป็นการรักษาลูกค้ารายเดิมให้ใช้บริการกับธนาคารอย่างต่อเนื่องและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้ารายใหม่ได้ ทางธนาคารสามารถแนะนำการบริการผ่านทางพนักงานของธนาคาร โดยตรงเนื่องจากเป็นสื่อที่ใกล้ชิดและรับรู้ข้อมูลของลูกค้าได้ดีที่สุด รวมไปถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทางวิทยุชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในพื้นที่ได้อย่างทั่วถึง เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจของกลุ่มลูกค้าและตรงตามวัตถุประสงค์ของการให้บริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย

2. ด้านความคิดเห็น

จากการศึกษาด้านความคิดเห็นในแต่ละปัจจัยเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากกับบริการเคทีบีลิสซิ่ง โดยเฉพาะในด้านพนักงานให้บริการ เห็นได้ว่า พนักงานธนาคารมีความสำคัญมาก พนักงานจะต้องเต็มใจและกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ลูกค้า ประเด็นนี้ทำให้ทราบว่าธนาคารกรุงไทยควรให้ความสนใจในการพัฒนาบุคลากรให้มีจิตสำนึกต่อการให้บริการ เพื่อเตรียมความพร้อมของพนักงานในการผลักดันให้เกิดการสร้างรายได้ค่าบริการและรายได้อื่นที่ไม่ใช่ดอกเบี้ยประสพผลสำเร็จ ควรปรับทัศนคติของพนักงานให้เข้าใจถึงนโยบายความสำคัญ เพิ่มความรู้ความสามารถให้กับพนักงาน โดยต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติจากแต่เดิมที่ให้บริการด้านธุรกรรมทางการเงินเพียงอย่างเดียว หันมาเพิ่มความสนใจและให้ความสำคัญการให้บริการต่างๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้จากค่านายหน้าและค่าธรรมเนียม เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมาใช้บริการของธนาคาร ทำให้บรรลุเป้าหมายและนโยบายของธนาคารร่วมกัน

ด้านกระบวนการด้านการส่งเสริมทางการตลาด เป็นสิ่งที่ธนาคารจะต้องนำมาพิจารณาและพัฒนาเพื่อให้เข้าถึงและเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า โดยควรจะมีการส่งเสริมทางการตลาดให้ทันต่อการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน เช่น จัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด โดยการนำสินค้าและตัวแทนผู้จำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ที่ร่วมรายการมาอธิบายประชาสัมพันธ์ในงานเพื่อก่อให้เกิดการกระตุ้นและดึงดูดความสนใจในการมาใช้บริการของกลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น

3. ด้านพฤติกรรม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งพบปัญหาในการใช้บริการ ได้แก่ สินค้าบางรายการต้องไปปรับเอง ไม่จัดส่งถึงที่อยู่ลูกค้า ขั้นตอนการพิจารณาอนุมัติล่าช้าซับซ้อนและสินค้าส่งล่าช้า ไม่ตรงตามกำหนดเวลา ซึ่งทางธนาคารควรนำข้อบกพร่องดังกล่าวมาปรับปรุงแก้ไขโดยด่วน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุดและเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ ธนาคารควรรีบเร่งทำความเข้าใจและเสนอคุณค่าแก่กลุ่มเป้าหมายที่ยังมีความไม่แน่ใจในการที่จะใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่

เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้บริการของธนาคารกรุงไทยครบทุกด้าน ธนาคารกรุงไทยจะต้องมีกระบวนการพัฒนาทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) พนักงานให้บริการ (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อรักษาฐานกลุ่มลูกค้าเดิมและเสาะหากลุ่มลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง

ข้อจำกัดในการศึกษา

การศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้ำที่มีต่อบริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาในภาพเชิงกว้าง มิได้ศึกษาถึงรายละเอียดด้านความรู้ความเข้าใจหรือปัจจัยสาเหตุ จึงเป็นเพียงแนวทางเบื้องต้น หากต้องการนำไปใช้เป็นกลยุทธ์ในด้านต่างๆ จะต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึกต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ควรมีการศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้ำที่มีต่อบริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาอื่นๆด้วย เพื่อนำมาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานและความต้องการของลูกค้ำ ผู้ใช้บริการ เนื่องจากในแต่ละพื้นที่อาจมีความต้องการการบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ควรจะทำการศึกษาทัศนคติของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการด้วย เพื่อจะได้ทราบถึงทัศนคติของพนักงานที่มีต่อภาระงานที่มากขึ้น ตลอดจนถึงความพร้อมในการให้บริการของพนักงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลในแต่ละด้านที่ครบถ้วนและเกิดประโยชน์สูงสุด