

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของ
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายพงศ์ พรินทร์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารรัตน์ บุญเฉลียว

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 256 คน รวม 14 สาขา การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 21 –30 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณ 10,001 – 15,000 บาท ปัจจุบันใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง สาขาช่วงสิงห์ ประเภทสินค้าที่ซื้อคือ รถจักรยานยนต์ เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่งคือ ลูกคามีบัญชีเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทย ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่งคือ พนักงานธนาคาร โดยรู้จักบริการ เคทีบี ลิสซิ่ง จากพนักงานธนาคารเป็นผู้แนะนำ ซึ่งลูกค้าชำระค่าวงวดโดยวิธีหักบัญชีเงินฝากผ่านธนาคารกรุงไทย โดยใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง มาเป็นระยะเวลา 1 – 3 เดือน และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการ ลิสซิ่ง ของธนาคารพาณิชย์หรือบริษัทอื่นๆ

การศึกษาด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่อง

ทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

สำหรับปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยแยกแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ สินค้ามีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในตลาด

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ ระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ อัตราดอกเบี้ย 0%

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ พนักงานสาขามีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ การชำระค่างวดสินค้าไม่ยุ่งยาก

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย

ผลการศึกษาปัญหาในการให้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาย่อยลำดับแรกใน

แต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกเฉพาะในแคตตาล็อก รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ได้แก่ ไม่มีสถานที่โชว์สินค้า

ตัวอย่างภายในสาขา ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ สินค้าของแถมไม่น่าสนใจ ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ไม่สามารถรับสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด ด้านราคา ได้แก่ ราคา

สินค้านั้นมีราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไป และด้านบุคลากรหรือพนักงาน ได้แก่ ไม่มีพนักงานแนะนำการใช้งาน และสาธิตวิธีการใช้สินค้า

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards KTB Leasing Services of Krung Thai Bank Public Company Limited in Amphoe Mueang Chiang Mai.

Author Mr. Pong Parin

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Assistant Professor Dararatana Boonchaliew

ABSTRACT

The purpose of this study was to study Customer satisfaction towards KTB leasing services of Krung Thai Bank Public Company Limited in Amphoe Mueang Chiang Mai. Questionnaires were used to collect data from 256 customers Krung Thai Bank Public Company Limited which are in 14 branches. The data was analyzed statistically in term of frequency, percentage and mean.

Results of the study found that most of the respondents are 21-30 years old female who held Bachelor Degrees, worked in government sector and earned 10,001-15,000 baht per month. This group of people currently used KTB leasing services at Khuangsingh branch which the type of product was motorcycles. The important reason for choosing KTB Leasing Services was they already had salary account at Krung Thai Bank Public Company Limited. The main influence that made the respondents choose the service of KTB leasing was the bank staff; most of them knew the service via bank staff and could pay via direct debit accounts. Most of the respondents never used leasing services of other banks and had used KTB leasing service for 1-3 months.

Regarding the study of customer's satisfaction toward KTB leasing services of Krung Thai Bank Public Company Limited, it found the mean of satisfaction in all service marketing mix factors at high level respectively was physical evidence and presentation factors,

people factors, price factors, channels of distribution/place factors, process factors, product/service factors, and promotion factors.

For sub-item of each factor in all service marketing mix factors found that the respondents rated their average at high level satisfaction.

Product/service factors, the respondents were most satisfied with product quality and popularity in market.

Price factors, the respondents were most satisfied with credit terms or the number of the installment periods.

Channels of distribution/place factors, the respondents were most satisfied in coverage throughout the country.

Promotion factors, the respondents were most satisfied with a zero percent level of interest rate.

People factors, the respondents were most satisfied with good relationships and friendliness of the bank staff.

Process factors, the respondents satisfied most in convenience of payment.

Physical evidence and presentation factors, the respondents were satisfied in the reputation and credibility of the Krung Thai Bank Public Company Limited.

The result of problems for KTB Leasing Services of Krung Thai Bank Public Company Limited in Amphoe Mueang Chiang Mai found significant problems in all service marketing mix factors. For the first sub factors of product/service, the bank catalog did not contain various categories. For the first sub factors of channels of distribution/place, a lack of place for sample product shown in branch. For the first sub factors of promotion, not interesting premium product. For the first sub factors of process, consumes could not receive the product on time. For the first sub factors of price, the price from KTB Leasing was subsequently higher than other companies. For the first sub factors of people, not having members of staff to demonstration the product.