



ลิสซิ่ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการเมื่อได้รับข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการของ เคทีบี ลิสซิ่ง

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการของ เคทีบี ลิสซิ่ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกด้านของ เคทีบี ลิสซิ่ง โดยภาพรวมในระดับเห็นด้วยมากและมีความรู้สึกโดยรวมต่อบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ในระดับชอบมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรและด้านการนำเสนอทางกายภาพโดยภาพรวมในระดับเห็นด้วยมาก ส่วนด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านกระบวนการให้บริการ มีความคิดเห็น โดยภาพรวมในระดับเห็นด้วยปานกลาง และมีความรู้สึกโดยรวมต่อบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ในระดับเฉย ๆ

พฤติกรรมและแนวโน้มการใช้บริการของ เคทีบี ลิสซิ่ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ เข้าซื้อสินค้าผ่านบริการของเคทีบี ลิสซิ่ง มากที่สุดคือ คอมพิวเตอร์ มีแนวโน้มการใช้บริการในอนาคต ร้อยละ 87.4 ซึ่งสาเหตุสำคัญที่จะใช้บริการคือ เป็นลูกค้าเดิมของธนาคารกรุงไทย โดยคาดว่าจะแนะนำคนรู้จักให้ใช้บริการ ร้อยละ 86.8 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการ มีสาเหตุที่ไม่ใช้บริการ คือ ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ โดยมีแนวโน้มจะใช้บริการ ร้อยละ 41.6 ซึ่งสาเหตุที่จะใช้บริการคือ เป็นลูกค้าเดิมของธนาคารกรุงไทย โดย คาดว่าจะแนะนำคนรู้จักให้ใช้บริการ ร้อยละ 56.3

**Independent Study Title** Customer Attitude Towards KTB Leasing Service of  
Krung Thai Bank Public Company Limited in Amphoe  
Mueang Chiang Mai

**Author** Miss Petcharat Sodchuen

**Degree** Master of Business Administration (Marketing)

**Independent Study Advisory Committee**

Assoc. Prof. Orachorn Maneesong Chairperson

Lect. Dr. Naruanard Sarapaivanich Member

**ABSTRACT**

The objective of this independent study was to study customer attitude towards KTB leasing service of Krung Thai Bank Public Company Limited in Amphoe Muang Chiang Mai, Chiang Mai Province. The data was collected from a questionnaire distributed to 190 customers who had used KTB leasing service and 190 customers who had never used this service from 19 KTB Bank branches. The data was collected from 20 copies of questionnaire from each branch and then was presented with descriptive statistics in the forms of frequency, percentage, and mean.

Most questionnaire respondents were female, 26-35 years old, with or studying for Bachelor's degree. They were public enterprise employees, with salary of 10,001-20,000 Baht/month. Most respondents used deposit/withdrawal services the most and most were aware of KTB leasing service of Krung Thai Bank Public Company Limited.

In terms of the awareness of the products and services of KTB Leasing service, most known product was mobile phone leasing and they learned about the service from the bank's staff. In terms of the awareness of service criteria and information, the level of their awareness was at the high level. Most of the questionnaire respondents were aware of the marketing mix

factors of KTB Leasing service. The group of respondents who had never used the services was also aware of the marketing mix factors.

In terms of attitude towards KTB leasing service, the group of respondents who had used the service ranked the marketing mix factors at the high level and most of them liked the service of KTB leasing at the high level. The group of respondents who had never used the service ranked products, place, staff, and the overall physical appearance of KTB leasing service at the high level, while ranked price, marketing promotion, and process at the medium level. Their overall feeling towards KTB leasing service was indifferent.

In terms of consumer behavior, it was found that for the group who had used the service, most respondents bought computer the most. Their tendency to use the service again in the future was at 87.4%. The main reason for future use of the service was because they were customers of Krung Thai Bank. 86.8% of them said they would recommend the service to others. For the group of respondents who had never used the service, it was found that the reason for not using the service was there was no need to use the products. However, 41.6% of them were willing to use the service in the future and the reason was because they were customers of Krung Thai Bank. And 56.3% of them would recommend the service to others.