ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ทัศนคติของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อบริการเช่าซื้อ สินค้าของเคทีบีลิสซิ่ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ผู้เขียน

นางสาวเพชรรัตน์ สดชื่น

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาค)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์ ประธานกรรมการ อาจารย์ คร.นฤนาถ ศราภัยวานิช กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้าในอำเภอเมือง เชียงใหม่ต่อบริการเช่าซื้อสินค้าของ เคทีบี ลิสซึ่ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างได้ จากการสุ่มแบบสะดวก จากลูกค้าที่มาใช้บริการในสาขาของธนาคารกรุงไทยทั้ง 19 สาขาในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการจำนวน 190 ราย และ กลุ่มผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการจำนวน 190 ราย และแบ่งเก็บข้อมูลจากทั้ง 19 สาขาของธนาคารใน จำนวนเท่า ๆ กันทุกสาขา สาขาละ 20 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษามีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท โดยมีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากใช้บริการ ธนาคารกรุงไทยในเรื่องฝาก/ถอน มากที่สุด และส่วนใหญ่ทราบถึงบริการให้เช่าซื้อสินค้าผ่าน ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (เคทีบี ถิสซึ่ง)

ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและการให้บริการของ เคทีบี ลิสซิ่ง พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามที่เคยใช้บริการทราบถึงประเภทผลิตภัณฑ์ของ เคทีบี ลิสซิ่งที่ให้บริการเช่าซื้อมาก ที่สุดคือ โทรศัพท์มือถือ โดยทราบจากพนักงานธนาคาร ประเด็นเรื่องการทราบเงื่อนไขและ หลักเกณฑ์ในการให้บริการ และการมีความรู้ความเข้าใจหรือทราบรายละเอียดต่าง ๆ ของบริการ พบว่า อยู่ในระดับมาก และส่วนใหญ่ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการต่าง ๆ ของ เคทีบี

ลิสซิ่ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการเมื่อได้รับข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่ทราบถึงส่วนประสม ทางการตลาคบริการของ เคทีบี ลิสซิ่ง

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการของ เคทีบี ถิสซึ่ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกด้านของ เคทีบี ถิสซึ่ง โดยภาพรวมในระดับเห็นด้วยมากและมีความรู้สึกโดยรวมต่อบริษัท เคทีบี ถิสซึ่ง ในระดับชอบ มาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของ เคทีบี ถิสซึ่ง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรและด้านการนำเสนอ ทางกายภาพโดยภาพรวมในระดับเห็นด้วยมาก ส่วนด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้าน กระบวนการให้บริการ มีความคิดเห็นโดยภาพรวมในระดับเห็นด้วยปานกลาง และมีความรู้สึก โดยรวมต่อบริษัท เคทีบี ถิสซึ่ง ในระดับเฉย ๆ

พฤติกรรมและแนว โน้มการใช้บริการของ เคทีบี ลิสซึ่ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ เคยใช้บริการ เช่าซื้อสินค้าผ่านบริการของเคทีบี ลิสซึ่ง มากที่สุดคือ คอมพิวเตอร์ มีแนวโน้มการใช้ บริการในอนาคต ร้อยละ 87.4 ซึ่งสาเหตุสำคัญที่จะใช้บริการคือ เป็นลูกค้าเดิมของธนาคารกรุงไทย โดยคาดว่าจะแนะนำคนรู้จักให้ใช้บริการ ร้อยละ 86.8 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการ มีสาเหตุที่ไม่ใช้บริการ คือ ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ โดยมีแนวโน้มจะใช้บริการ ร้อยละ 41.6 ซึ่ง สาเหตุที่จะใช้บริการคือ เป็นลูกค้าเดิมของธนาคารกรุงไทย โดย คาดว่าจะแนะนำคนรู้จักให้ใช้ บริการ ร้อยละ 56.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Copyright[©] by Chiang Mai University All rights reserved

Independent Study Title Customer Attitude Towards KTB Leasing Service of

Krung Thai Bank Public Company Limited in Amphoe

Mueang Chiang Mai

Miss Petcharat Sodchuen **Author**

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.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Copyright[©] by Chiang Mai University All rights reserved