

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการเคทีบี ลิสซิ่ง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากลูกค้าที่ใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 256 คน รวม 14 สาขา ซึ่งกำหนดขนาดตัวอย่างจากประชากรทั้งหมดจำนวน 256 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และ ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี รองลงมาคืออายุ 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท ตามลำดับ ประกอบอาชีพรับราชการ รองลงมาคือเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 10,001 – 15,000 บาท รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ปัจจุบันใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง สาขาช่วงสิงห์ รองลงมาคือสาขานนทบุรี ประเภทสินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่คือ รถจักรยานยนต์ รองลงมาคือโทรศัพท์มือถือ เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่งคือ มีบัญชีเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทย รองลงมาคือระยะเวลาในการผ่อนชำระค่างวด โดยผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่งคือ พนักงานธนาคาร รองลงมาคือ ไม่มี (ตัดสินใจด้วยตัวเอง) ลูกค้ารู้จักบริการ เคทีบี ลิสซิ่ง จากพนักงานธนาคาร รองลงมาคือจากการแนะนำของญาติ, เพื่อนหรือคนที่รู้จัก การชำระค่างวดโดยวิธีหักบัญชีเงินฝากผ่านธนาคารกรุงไทย รองลงมาคือชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารพาณิชย์อื่นๆ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง มาเป็นระยะเวลา 1 – 3 เดือน รองลงมาคือ 4 – 6 เดือน และส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการ ลิสซิ่ง ของธนาคารพาณิชย์หรือบริษัทอื่นๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผลการศึกษาในส่วนของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องในระดับความพึงพอใจมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก คือสินค้ามีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในตลาด สินค้าทันสมัย และระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน

ด้านราคา (Price) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับความพึงพอใจมาก โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยทางด้านราคาทุกเรื่องในระดับความพึงพอใจมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก คือระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ ค่างวดในการผ่อนชำระ และอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ทุกเรื่องในระดับความพึงพอใจมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก คือมีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ สถานที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ และสามารถดูรายละเอียดสินค้า และการบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ในระดับความพึงพอใจมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก คืออัตราดอกเบี้ย 0% มีเอกสารแถมตาล็อกและแนะนำสินค้า และมีป้าย , โปสเตอร์ติดประชาสัมพันธ์ภายในสาขา

ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยทางด้านบุคลากรทุกเรื่อง

ในระดับความพึงพอใจมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก คือพนักงานสาขามีมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานสาขาให้บริการอย่างเสมอภาค และพนักงานสาขาที่มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการทุกเรื่องในระดับ ความพึงพอใจมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก คือการชำระค่างวดสินค้าไม่ยุ่งยาก การจัดส่งสินค้าตรงตามแบบที่กำหนด และระยะเวลาในการอนุมัติรวดเร็ว

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยทางด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพส่วนใหญ่ในระดับความพึงพอใจมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก คือความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย ความสะอาดของบริเวณสถานที่โดยรวม และความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่ถูกค้นพบในการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาจากการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ลำดับแรกคือ สินค้ามีให้เลือกเฉพาะในแคตตาล็อก มากกว่าด้านอื่น

ด้านราคา (Price) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาจากการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านราคา ลำดับแรกคือ ราคาสินค้ามีราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไป มากกว่าด้านอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาจากการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ลำดับแรกคือ ไม่มีสถานที่โชว์สินค้าตัวอย่างภายในสาขา มากกว่าด้านอื่น

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาจากการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ลำดับแรกคือ สินค้าของแถมไม่น่าสนใจ มากกว่าด้านอื่น

ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาจากการให้บริการ เกทีบี ลิสซิ่ง ด้านบุคลากร หรือพนักงาน ลำดับแรกคือ ไม่มีพนักงานแนะนำการใช้งาน และสาธิตวิธีการใช้สินค้า มากกว่าด้านอื่น

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาจากการให้บริการ เกทีบี ลิสซิ่ง ด้านกระบวนการให้บริการ ลำดับแรกคือ ไม่สามารถรับสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด มากกว่าด้านอื่น

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ เกทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ

4.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ เกทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง และเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ สินค้าทันสมัย มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ สินค้ามีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในตลาด มากกว่าด้านอื่น

ด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ มากกว่าด้านอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ มากกว่าด้านอื่น

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ อัตราดอกเบี้ย 0% มากกว่าด้านอื่น

ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ พนักงานสาขามีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มากกว่าด้านอื่น

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การชำระค่างวดสินค้าไม่ยุ่งยาก มากกว่าด้านอื่น

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย มากกว่าด้านอื่น

4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี อายุระหว่าง 31 – 40 ปี อายุระหว่าง 41 – 50 ปี และอายุ มากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร

ด้านผลิตภัณฑ์ /บริการ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี อายุระหว่าง 31 – 40 ปี และอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ สินค้ามีคุณภาพและเป็นที่นิยมในตลาด มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี และอายุ มากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ สินค้าทันสมัย มากกว่าด้านอื่น

ด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี อายุระหว่าง 31 – 40 ปี อายุระหว่าง 41 – 50 ปี และอายุระหว่าง 51 – 60 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ค่างวดในการผ่อนชำระ มากกว่าด้านอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี อายุระหว่าง 41 – 50 ปี อายุระหว่าง 51 – 60 ปี และอายุ มากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ สามารถดูรายละเอียดสินค้า และการบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มากกว่าด้านอื่น

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี อายุระหว่าง 31 – 40 ปี อายุระหว่าง 41 – 50 ปี และอายุ มากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ อัตราดอกเบี้ย 0% มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ มีเอกสารแคตตาล็อกแนะนำสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ พนักงานสาขาให้บริการอย่างเสมอภาค มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี อายุระหว่าง 41 – 50 ปี และอายุมากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ พนักงานสาขามีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ พนักงานสาขามีความตั้งใจ และกระตือรือร้นในการให้บริการ มากกว่าด้านอื่น

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี และอายุ มากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ การชำระค่ามัดสินค้าไม่ยุ่งยาก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ การจัดส่งสินค้าตรงตามแบบที่กำหนด การชำระค่ามัดสินค้าไม่ยุ่งยาก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ การจัดส่งสินค้าตรงตามแบบที่กำหนด มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ระเบียบขั้นตอน เงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก การชำระค่ามัดสินค้าไม่ยุ่งยาก มากกว่าด้านอื่น

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี อายุระหว่าง 31 – 40 ปี อายุระหว่าง 41 – 50 ปี อายุระหว่าง 51 – 60 ปี และอายุ มากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย มากกว่าด้านอื่น

4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ด้านผลิตภัณฑ์ /บริการ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ สินค้ามีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในตลาด มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ สินค้าทันสมัย มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ความหลากหลายของประเภทสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว และประกอบอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ มากกว่าด้านอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว และประกอบอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ สถานที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ มากกว่าด้านอื่น

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ อัตราดอกเบี้ย 0% มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว และประกอบอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ มีเอกสารแคะตลોકแนะนำสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และประกอบอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ พนักงานสาขามีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ พนักงานสาขามีความตั้งใจ และกระตือรือร้นในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ พนักงานสาขามีความตั้งใจ และกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานสาขามีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และพนักงานสาขาสามารถให้คำแนะนำหรือช่วยแก้ไขปัญหาของท่านได้ เป็นอย่างดี มากกว่าด้านอื่น

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ การชำระค่างวดสินค้าไม่ยุ่งยาก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว และประกอบอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ การจัดส่งสินค้าตรงตามแบบที่กำหนด และการชำระค่างวดสินค้าไม่ยุ่งยาก

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว และประกอบอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย มากกว่าด้านอื่น

4.4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 5,000 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 5,000 – 10,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ สินค้ามีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในตลาด มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ สินค้าทันสมัย มากกว่าด้านอื่น

ด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 5,000 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ มากกว่าด้านอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 5,000 – 10,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ สามารถดูรายละเอียดสินค้า และการบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ และสถานที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ มากกว่าด้านอื่น

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 5,000 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ อัตราดอกเบี้ย 0% มากกว่าด้านอื่น

ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 5,000 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท และ 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ พนักงานสาขามีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 20,001 – 25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ พนักงานสาขามีความตั้งใจ และกระตือรือร้นในการให้บริการ มากกว่าด้านอื่น

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 5,000 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ การชำระค่างวดสินค้าไม่ยุ่งยาก มากกว่าด้านอื่น

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 5,000 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย มากกว่าด้านอื่น

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ คือ ร้านค้าที่ร่วมรายการกับ บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง มักไม่ใส่ใจในการให้บริการลูกค้า ดีเท่าที่ควร สินค้าคุณภาพไม่ดี ซ่อมบ่อย และควรปรับปรุงในเรื่องเพิ่มสินค้าให้มีความหลากหลายให้มากกว่านี้

ทางด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านราคา คือ ควรลดอัตราดอกเบี้ยให้ต่ำกว่านี้ รวมถึงการตั้งราคาสินค้าที่สูงกว่าราคาตามท้องตลาด

ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ คือ ควรเพิ่มรายละเอียดในตัวสินค้า และการแนะนำสินค้าในอินเทอร์เน็ตให้มากกว่านี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ควรเพิ่มของแถมให้กับลูกค้าให้มากกว่านี้ รวมถึงสินค้าของแถมไม่น่าสนใจ และป้ายประชาสัมพันธ์ แคตตาล็อกสินค้าไม่น่าสนใจ

ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านบุคลากร หรือพนักงาน คือ พนักงานธนาคารและพนักงาน บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรมีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าให้มากกว่านี้ และพนักงานธนาคารควรชี้แจงค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกิดขึ้นให้ชัดเจนมากกว่านี้

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านกระบวนการให้บริการ คือ ควรระบุวันที่รับสินค้าให้ชัดเจน ปรับปรุงระยะเวลาอนุมัติ และสามารถรับสินค้าได้ภายใน 5 ทำการ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ ควรปรับปรุงเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้มากขึ้นกว่าเดิม เช่น บริการนำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ และที่จอดรถในช่วงเวลาสิ้นเดือน

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะฯ (2541) ที่กล่าวถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ สินค้ามีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในตลาด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกวิน พรเลิศ (2546) ที่ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจลำดับแรกคือ การอนุมัติจำนวนวงเงินให้กู้ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิรันดร์ แสนไชย (2547) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรรณ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจลำดับแรกคือ บริษัทมีชื่อเสียงมานานและมีความน่าเชื่อถือ

ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ ระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิรันดร์ แสนไชย (2547) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรรณ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ที่เหมาะสม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกวิน พรเลิศ (2546) ที่ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การลดดอกเบี้ยให้หากปิดบัญชีก่อนกำหนด และการมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกวิน พรเลิศ (2546)

ที่ทำการศึกษารื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเทอร์เน็ต ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้ง บริษัทใกล้ที่พัก หรือที่ทำงาน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักเรียน แสนไชย (2547) ที่ ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรรณ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีสาขาหลายสาขา สะดวกต่อการให้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ อัตราดอกเบี้ย 0% ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักเรียน พรเลิศ (2546) ที่ทำการศึกษารื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเทอร์เน็ต ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางโดย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางลำดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์ถึงภาพลักษณ์ของบริษัทและการประชาสัมพันธ์ถึงรูปแบบการให้บริการ และไม่สอดคล้องกับ ผลการศึกษานักเรียน แสนไชย (2547) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรรณ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีของขวัญ ของชำร่วย แจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ

ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ พนักงานสาขามีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักเรียน พรเลิศ (2546) ที่ทำการศึกษารื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเทอร์เน็ต ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การบริการด้วยน้ำใจและความเอื้อเฟื้อ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักเรียน แสนไชย (2547) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรรณ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจลำดับแรก คือ พนักงานสินเชื่อมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในสิ่งที่ให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ การชำระค่างวดสินค้าไม่ยุ่งยาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักเรียน พรเลิศ (2546) ที่ทำการศึกษารื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเทอร์เน็ต

ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้ำ และไม่สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของนิรันดร์ แสนไชย (2547) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้ำในจังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรรณ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ พนักงานสินเชื่อมีจำนวนมากเพียงพอในการให้บริการ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกวิน พรเลิศ (2546) ที่ทำการศึกษารื่องความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การมีที่นั่งพักคอยระหว่างการใช้บริการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิรันดร์ แสนไชย (2547) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้ำในจังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรรณ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้ำที่มาใช้บริการ

สำหรับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบลำดับแรก คือ สินค้ำมีให้เลือกเฉพาะในแคตตาล็อก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกวิน พรเลิศ (2546) ที่ทำการศึกษารื่องความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำพบปัญหาลำดับแรก คือ ขาดการประชาสัมพันธ์ถึงภาพลักษณ์ของบริษัท และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิรันดร์ แสนไชย (2547) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้ำในจังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรรณ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำพบปัญหาลำดับแรกคือ ที่นั่งไม่เพียงพอระหว่างรอรับบริการ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าผลการศึกษาส่วนใหญ่ไม่สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของกวิน พรเลิศ (2546) และนิรันดร์ แสนไชย (2547) เนื่องจากยังไม่มีผู้ใดได้ทำการศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นการบริการที่แตกต่างจากบริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด จากผลการศึกษาของกวิน พรเลิศ (2546) และบริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรรณ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาของนิรันดร์ แสนไชย (2547)

ข้อค้นพบ

ผลการศึกษาในส่วนของคุณค่าทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าจำนวนของผู้ใช้บริการเคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของสาขาสี่แยกสนามบิน มีเพียงร้อยละ 1.20 และสาขาศรีนครพิงค์ กับสาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ตเชียงใหม่ ร้อยละ 2.30 เท่านั้น ซึ่งจำนวนของผู้ใช้บริการเคทีบี ลิสซิ่ง สาขาช่วงสิงห์ มีเป็นจำนวนมากที่สุดคือ ร้อยละ 40.6 ส่วนประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อพบว่า ประเภทสินค้าที่ลูกค้าซื้อเป็นจำนวนน้อยคือ เครื่องประดับ อุปกรณ์กีฬา มีเพียงร้อยละ 0.80 อุปกรณ์ทำครัว ร้อยละ 2.30 และจานรับสัญญาณดาวเทียม คิดเป็นร้อยละ 2.70 เท่านั้น เหตุผลของการเลือกใช้บริการเคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า พนักงานธนาคารบริการดี และไม่ต้องมีบุคคลค้าประกัน มีเพียงร้อยละ 3.10 เท่านั้น โดยส่วนใหญ่แล้วเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการเคทีบี ลิสซิ่ง คือมีเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 69.10 ในส่วนของการรู้จักบริการเคทีบี ลิสซิ่ง ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า รู้จักบริการเคทีบี ลิสซิ่งจากจดหมายตรงเพียงร้อยละ 0.40 อื่นๆ ได้แก่ ป้าย โปสเตอร์ติดหน้าธนาคาร และการจัดงานแสดงสินค้าเคทีบี ลิสซิ่ง คิดเป็นร้อยละ 1.60 จากสื่อวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 2.70 และจากสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 3.10 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ ลิสซิ่ง ของธนาคารพาณิชย์ หรือบริษัทอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 12.90 โดยประเภทสินค้าที่ซื้อคือ รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า โทรทัศน์ โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ และรถจักรยานยนต์ ตามลำดับ

ผลการศึกษาในส่วนของคุณค่าพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยพิจารณาตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้ข้อค้นพบดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านผลิตภัณฑ์/บริการพบว่า การบริการหลังการขายมีลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 0.80 รองลงมาคือ สินค้ามีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในตลาด คิดเป็นร้อยละ 0.40

ด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านราคา พบว่า ค่างวดในการผ่อนชำระ และอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระมีลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 0.80

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ พบว่า การที่สามารถดูรายละเอียดสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 3.50 รองลงมาคือ

บริการจัดส่งสินค้า พบว่ามีลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 1.60 และมีสาขาให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ พบว่ามีลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 1.20

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า การส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชค เป็นต้น มีลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 7.00 รองลงมาคือ การแถมสินค้า คิดเป็นร้อยละ 5.50 การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 2.00 การลดสินค้าในช่วงเทศกาลต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 1.20 และอัตราดอกเบี้ย 0% คิดเป็นร้อยละ 0.40 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านบุคลากร หรือพนักงานพบว่า พนักงานสาขามีความตั้งใจ กระตือรือร้นในการให้บริการ และ พนักงานสาขามีความชำนาญ มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ มีลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 1.20 รองลงมาคือ พนักงานสาขามีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และ พนักงานสาขามีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าเป็นอย่างดี คิดเป็นร้อยละ 0.40

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านกระบวนการให้บริการพบว่า การบริการที่รวดเร็ว สามารถรับสินค้าได้ภายใน 7 วัน มีลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 3.50 รองลงมาคือ ระยะเวลาในการอนุมัติรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 2.00 และการจัดส่งสินค้าตรงตามแบบที่กำหนด รวมถึง ระเบียบขั้นตอนเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก และมีความยืดหยุ่น คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพพบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการรอรับบริการ หรือหลังรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม โทรทัศน์ มีลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 0.80

ตารางที่ 50 แสดงผลสรุประดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียงจากมากไปน้อย

ปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย	4.65	มากที่สุด
พนักงานสาขามีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.38	มาก
ระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้	4.35	มาก
มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ	4.32	มาก
พนักงานสาขาให้บริการอย่างเสมอภาค	4.31	มาก
อัตราดอกเบี้ย 0%	4.30	มาก
พนักงานสาขาสามารถให้คำแนะนำหรือช่วยแก้ไขปัญหาของท่านได้เป็นอย่างดี	4.29	มาก
พนักงานสาขามีความตั้งใจ และกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.29	มาก
ความสะอาดของบริเวณสถานที่โดยรวม	4.29	มาก
ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ	4.25	มาก
สินค้ามีคุณภาพ และเป็นที่นิยมในตลาด	4.24	มาก
ค่างวดในการผ่อนชำระ	4.24	มาก
การชำระค่างวดสินค้าไม่ยุ่งยาก	4.24	มาก
ความสวยงามของบริเวณสถานที่โดยรวม	4.21	มาก
สถานที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ	4.20	มาก
สินค้าทันสมัย	4.18	มาก
มีที่ให้นั่งรอ หรือพักผ่อนได้ตามอัธยาศัยอย่างเพียงพอ	4.18	มาก
ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง	4.18	มาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการรอรับบริการหรือหลังการรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม โทรทัศน์ฯ	4.16	มาก
พนักงานสาขามีความเข้าใจและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของท่านได้เป็นอย่างดี	4.16	มาก
ระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน	4.11	มาก

ตารางที่ 50 (ต่อ)สรุป ระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียงจากมากไปน้อย

ปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ	4.09	มาก
การจัดส่งสินค้าตรงตามแบบที่กำหนด	4.09	มาก
สามารถดูรายละเอียดสินค้า และการบริการผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต	4.05	มาก
มีเอกสารแคตตาล็อกแนะนำสินค้า	4.04	มาก
พนักงานสาขามีความชำนาญ และความรู้ความสามารถในการ ให้บริการ	4.04	มาก
ระยะเวลาในการอนุมัติรวดเร็ว	4.03	มาก
ระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก	4.02	มาก
ราคาสินค้า	4.01	มาก
ความหลากหลายของประเภทสินค้า	4.01	มาก
การทำสัญญามีความยืดหยุ่น	3.97	มาก
อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการ(ค่าธรรมเนียมในการชำระ และค่าธรรมเนียมอื่นๆ)	3.96	มาก
สินค้านี้อาจมีหลายยี่ห้อให้เลือก	3.94	มาก
สินค้านี้อาจมีหลายแบบ หลายรุ่นให้เลือก	3.89	มาก
มีป้าย, โปสเตอร์ติดประชาสัมพันธ์ภายในสาขา	3.89	มาก
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าเป็นอย่างดี	3.89	มาก
สามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถามรายละเอียดสินค้าแต่ละ ประเภทได้	3.88	มาก
บริการจัดส่งสินค้า	3.88	มาก
การรับประกันสินค้า	3.84	มาก
การบริการที่รวดเร็ว สามารถรับสินค้าได้ภายใน 7 วัน	3.77	มาก
บริการหลังการขาย	3.72	มาก

ตารางที่ 50 (ต่อ)สรุป ระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียงจากมากไปน้อย

ปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	3.69	มาก
การลดราคาสินค้าในช่วงเทศกาลต่าง ๆ	3.53	มาก
สินค้าของแถม	3.36	น้อย
การส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชค เป็นต้น	3.19	น้อย

จากตารางที่ 50 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย ค่าเฉลี่ย 4.65 โดยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ พนักงานสาขามีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ย 4.38 ระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ ค่าเฉลี่ย 4.32 มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.32 พนักงานสาขาให้บริการอย่างเสมอภาค ค่าเฉลี่ย 4.31 อัตราดอกเบี้ย 0% ค่าเฉลี่ย 4.30 พนักงานสาขาสามารถให้คำแนะนำหรือช่วยแก้ไขปัญหาของท่านได้เป็นอย่างดี พนักงานสาขา มีความตั้งใจ และกระตือรือร้นในการให้บริการและ ความสะอาดของบริเวณสถานที่โดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.29 ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.25 สินค้ามีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในตลาด ค่างวดในการผ่อนชำระ และการชำระค่างวดสินค้าไม่ยุ่งยาก ค่าเฉลี่ย 4.24 ความสวยงามของบริเวณสถานที่โดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.21 สถานที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.20 สินค้าทันสมัย และมีที่ให้นั่งรอ หรือพักผ่อนได้ตามอัธยาศัยอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.18 ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ค่าเฉลี่ย 4.18 มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการรอรับบริการหรือหลังการรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม โทรทัศน์ฯ และพนักงานสาขา มีความเข้าใจและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของท่านได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.16 ระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 4.11 อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ และการจัดส่งสินค้าตรงตามแบบที่กำหนด ค่าเฉลี่ย 4.09 สามารถดูรายละเอียดสินค้า และการบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ย 4.05 มีเอกสารแคตตาล็อกแนะนำสินค้า และพนักงานสาขา มีความชำนาญ และความรู้ความสามารถในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.04 ระยะเวลาในการอนุมัติรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.03 ระเบียบ

ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ค่าเฉลี่ย 4.02 ราคาสินค้า และความหลากหลายของประเภทสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.01 การทำสัญญามีความยืดหยุ่นค่าเฉลี่ย 3.97 อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ ค่าเฉลี่ย 3.96 สินค้ามีหลากหลายให้เลือก ค่าเฉลี่ย 3.94 สินค้ามีหลากหลายแบบ หลายรุ่นให้เลือก ค่าเฉลี่ย 3.89 มีป้าย, โปสเตอร์ติดประชาสัมพันธ์ภายในสาขา ค่าเฉลี่ย 3.89 พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 3.89 สามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถามรายละเอียดสินค้าแต่ละประเภทได้ ค่าเฉลี่ย 3.88 บริการจัดส่งสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.88 การรับประกันสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.84 การบริการที่รวดเร็ว สามารถรับสินค้าได้ภายใน 7 วัน ค่าเฉลี่ย 3.77 บริการหลังการขาย ค่าเฉลี่ย 3.72 การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.69 การลดราคาสินค้าในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ค่าเฉลี่ย 3.53 และระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญน้อย คือ สินค้าของแถม ค่าเฉลี่ย 3.19 การส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชค เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.36

จากการศึกษาในส่วนของปัญหาของการให้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยพิจารณาตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้ข้อค้นพบดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาต่อการใช้บริการเคทีบี ลิสซิ่ง ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ เรียงตามลำดับ 3 ลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกเฉพาะในแคตตาล็อก รองลงมาคือไม่เห็น หรือได้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ และสินค้าล้าสมัย ตามลำดับ

ด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาต่อการใช้บริการเคทีบี ลิสซิ่ง ด้านราคา เรียงตามลำดับ 3 ลำดับแรก คือ ราคาสินค้ามีราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไป รองลงมาคือ การปรับลดราคาสินค้าช้ากว่าร้านค้าทั่วไป และคิดค่าธรรมเนียมในการชำระค่างวด ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ เรียงตามลำดับ 3 ลำดับแรก คือ ไม่มีสถานที่โชว์สินค้าตัวอย่างภายในสาขา รองลงมาคือร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่ร่วมกับ บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง มีจำนวนน้อยราย ทำให้ไม่สะดวกในการติดต่อใช้บริการ หรือรับสินค้าได้สะดวก และร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่ร่วมกับ บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ขาดการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาต่อการใช้บริการเคทีบี ลิสซิ่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด เรียงตามลำดับ 3 ลำดับแรก คือ สินค้าของแถมไม่น่าสนใจ รองลงมาคือ การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ และภาพสินค้า, ตัวหนังสือในแคตตาล็อกสินค้าเล็กลงไป ตามลำดับ

ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาต่อการให้บริการเคทีบี ลิสซิ่ง ด้านบุคลากร หรือพนักงาน เรียงตามลำดับ 3 ลำดับแรก คือ ไม่มีพนักงานแนะนำการใช้งาน และสาธิตวิธีการใช้สินค้า รองลงมาคือ พนักงานสาขาขาดความรู้ ความชำนาญในรายละเอียดของสินค้า และพนักงานสาขาไม่แนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่งตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาต่อการให้บริการเคทีบี ลิสซิ่ง ด้านกระบวนการให้บริการ เรียงตามลำดับ 3 ลำดับแรก คือ ไม่สามารถรับสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด รองลงมาคือ จำนวนเอกสารที่ใช้ในการสมัครมาก และระยะเวลาประกันสินค้าสั้นเกินไป ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงผลสรุปความถี่และร้อยละของปัญหาที่พบจากการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียงจากมากไปน้อย

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ	ความถี่	ร้อยละ
สินค้ามีให้เลือกเฉพาะในแคตตาล็อก	154	60.2
ไม่เห็นหรือได้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ	128	50.0
ไม่มีสถานที่โชว์สินค้าตัวอย่างภายในสาขา	112	43.8
ของแถมไม่น่าสนใจ	85	33.2
ไม่สามารถรับสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด	74	28.9
ราคาสินค้ามีราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไป	55	21.5
การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ	55	21.5
ภาพสินค้า,ตัวหนังสือในแคตตาล็อกเล็กลงไป	54	21.1
การปรับราคาสินค้าลดลงช้ากว่าร้านค้าทั่วไป	53	20.7
ไม่มีพนักงานแนะนำการใช้งาน และสาธิตวิธีการใช้สินค้า	47	18.4
จำนวนเอกสารที่ใช้ในการสมัครมาก ยุ่งยาก	45	17.6
ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่ร่วมกับ บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง มีจำนวนน้อยรายทำให้ไม่สะดวกในการติดต่อใช้บริการ หรือรับสินค้าได้สะดวก	42	16.4
ขาดการโฆษณา และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	38	14.8
ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่ร่วมกับ บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ขาดการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า	37	14.5
ความไม่สะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงาน	31	12.1
พนักงานสาขาขาดความรู้ ความชำนาญในรายละเอียดของสินค้า	29	11.3
สินค้าล้าสมัย	28	10.9
คิดค่าธรรมเนียมในการชำระค่างวด	28	10.9

ตารางที่ 51 (ต่อ) สรุปความถี่และร้อยละของปัญหาที่พบจากการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียงจากมากไปน้อย

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ	ความถี่	ร้อยละ
ป้าย, โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ภายในสาขามีไม่เพียงพอ	27	10.5
แคตตาล็อกแนะนำสินค้าไม่น่าสนใจ	26	10.2
ไม่สามารถซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้	24	9.4
ป้าย, โปสเตอร์แนะนำสินค้าไม่น่าสนใจ	19	7.4
ระยะเวลารับประกันสินค้าสั้นเกินไป	18	7.0
พนักงานสาขาไม่แนะนำ ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง	14	5.5
ไม่พบปัญหาใดๆ	8	3.1
การคิดราคาค่างวดสินค้าผิด	4	1.6

จากตารางที่ 51 พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบในการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) คือสินค้ามีให้เลือกเฉพาะในแคตตาล็อก คิดเป็นร้อยละ 60.2 รองลงมาคือ ไม่เห็นหรือได้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ไม่มีสถานที่โชว์สินค้าตัวอย่างภายในสาขา คิดเป็นร้อยละ 43.8 ของแถมไม่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 33.2 ไม่สามารถรับสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด คิดเป็นร้อยละ 28.9 ราคาสินค้ามีราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 21.5 การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 21.5 ภาพสินค้า, ตัวหนังสือในแคตตาล็อกเล็กเกินไป คิดเป็นร้อยละ 21.1 การปรับราคาสินค้าลดลงต่ำกว่าร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 20.7 ไม่มีพนักงานแนะนำการใช้งาน และสารคดีวิธีการใช้สินค้า คิดเป็นร้อยละ 18.4 จำนวนเอกสารที่ใช้ในการสมัครมาก ยุ่งยาก คิดเป็นร้อยละ 17.6 ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่ร่วมกับ บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง มีจำนวนน้อยรายทำให้ไม่สะดวกในการติดต่อใช้บริการหรือรับสินค้าได้สะดวก คิดเป็นร้อยละ 16.4 ขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 14.8 ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่ร่วมกับ บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ขาดการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 14.5 ความไม่สะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 12.1 พนักงานสาขาขาดความรู้ ความชำนาญในรายละเอียดของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 11.3 สินค้าล้าสมัย คิดเป็นร้อยละ 10.9 คิดค่าธรรมเนียมในการชำระค่างวด คิดเป็นร้อยละ 10.9 ป้าย, โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ภายในสาขามีไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 10.5 แคตตาล็อกแนะนำสินค้าไม่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 10.2 ไม่สามารถซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ คิดเป็นร้อยละ

9.4 ป้าย,โปสเตอร์แนะนำสินค้าไม่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 7.4 ระยะเวลารับประกันสินค้าสั้นเกินไป คิดเป็นร้อยละ 7.0 พนักงานสาขาไม่แนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง คิดเป็นร้อยละ 5.5 ไม่พบปัญหาใดๆ คิดเป็นร้อยละ 3.1 และการคิดราคาค่างวดสินค้าผิด คิดเป็นร้อยละ 1.6

จากการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ของลูกค้าจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ โดยพิจารณาตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้ข้อค้นพบจากการศึกษาดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สินค้าทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ สินค้ามีหลากหลายยี่ห้อให้เลือก สินค้ามีหลากหลายแบบ หลายรุ่นให้เลือก การบริการหลังการขาย และการรับประกันสินค้า

ด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ค่างวดในการผ่อนชำระ และ ระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา ในระดับมากที่สุดคือระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี พบว่ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับน้อย คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 20,001 – 25,000 บาท ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทางด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ค่างวดในการผ่อนชำระ และระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี และ 51 – 60 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ในระดับมากที่สุดคือ มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ และเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 20,001 – 25,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง และเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย คือ การส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี และ 51 – 60 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย คือ การแถมสินค้า การลดราคาสินค้าในช่วงเทศกาลต่างๆ การส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย คือ การส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี และ 51 – 60 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยเท่ากัน คือ การแถมสินค้า และการส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ย 0% และ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย คือ การแถมสินค้า การลดราคาสินค้าในช่วงเทศกาลต่างๆ มีป้าย, โปสเตอร์ติดประชาสัมพันธ์ภายในสาขา และการส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทางด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ การแถมสินค้า และการส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทางด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ การแถมสินค้า และการส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณมากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทางด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ

น้อย คือ การแกมสินค้า การลดราคาสินค้าในช่วงเทศกาลต่างๆ การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ และการส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชค

ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี มีความพึงพอใจต่อบริการย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร หรือพนักงาน มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ พนักงานสาขา มีความเข้าใจ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของท่านได้เป็นอย่างดี พนักงานสาขา มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในให้บริการ พนักงานสาขามีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้บริการด้วยความเสมอภาค และสามารถให้คำแนะนำ หรือช่วยแก้ไขปัญหาของท่านได้เป็นอย่างดี

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจต่อบริการย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย คือ การบริการที่รวดเร็ว สามารถรับสินค้าได้ภายใน 7 วัน และ การทำสัญญา มีความยืดหยุ่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ 20,001 - 25,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การชำระค่าสินค้าไม่ยุ่งยาก

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง และเพศชาย มีความพึงพอใจต่อบริการย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 – 60 ปี มีความพึงพอใจต่อบริการย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ ทุกช่วงของรายได้ มีความพึงพอใจต่อบริการย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจของบริการย่อยส่วนประสมการตลาดบริการสูงสุดลำดับแรก โดยจำแนกตามเพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ มีข้อค้นพบดังแสดงในตารางที่ 43 – 45 ดังนี้

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการลำดับแรกที่มีต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เพศ	
	หญิง	ชาย
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	สินค้าทันสมัย (4.23) มาก	สินค้ามีคุณภาพ และเป็นที่นิยมในตลาด (4.26) มาก
ด้านราคา	ระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ (4.31) มาก	ระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ (4.39) มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ (4.28) มาก	มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ (4.37) มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	อัตราดอกเบี้ย 0% (4.36) มาก	อัตราดอกเบี้ย 0% (4.22) มาก
ด้านบุคลากร	พนักงานสาขามีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (4.37) มาก	พนักงานสาขามีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (4.38) มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	การชำระค่างวดสินค้าไม่ยุ่งยาก (4.25) มาก	การชำระค่างวดสินค้าไม่ยุ่งยาก (4.24) มาก
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย (4.55) มากที่สุด	ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย (4.76) มากที่สุด

จากตารางที่ 52 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิง และเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ลำดับแรกเหมือนกัน คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ยกเว้นในส่วนของคุณภาพผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง และเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรกต่างกัน

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ลำดับแรกที่มีต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อายุ				
	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	สินค้ำมีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในตลาด 4.23 มาก	สินค้ำมีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในตลาด 4.14 มาก	สินค้ำมีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในตลาด 4.31 มาก	สินค้ำทันสมัย 4.50 มากที่สุด	สินค้ำทันสมัย 4.00 มาก
ด้านราคา	ระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ 4.29 มาก	ระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ 4.25 มาก	ระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ 4.57 มากที่สุด	ระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้ 4.58 มากที่สุด	ค่างวดในการผ่อนชำระ 4.00 มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ 4.29 มาก	สามารถดูรายละเอียดสินค้ำและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต 4.22 มาก	มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ 4.51 มากที่สุด	มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ 4.63 มากที่สุด	มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ 4.25 มาก

ตารางที่ 53 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ลำดับแรกที่มีต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อายุ				
	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี
ด้านการส่งเสริมการตลาด	อัตราดอกเบี้ย 0% 4.25 มาก	อัตราดอกเบี้ย 0% 4.37 มาก	อัตราดอกเบี้ย 0% 4.31 มาก	มีเอกสารแคตตาล็อก แนะนำสินค้า 4.29 มาก	อัตราดอกเบี้ย 0% 4.50 มาก ที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ	การชำระค่า งวดสินค้าไม่ ยุ่งยาก 4.15 มาก	การจัดส่ง สินค้าตรง ตามแบบที่ กำหนด 4.26 มาก	การจัดส่ง สินค้าตรง ตามแบบที่ กำหนด 4.16 มาก	ระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขใน การทำสัญญา ไม่ยุ่งยาก 4.29 มาก	การชำระค่า งวดสินค้าไม่ ยุ่งยาก 4.25 มาก
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ความมี ชื่อเสียง และ ความ น่าเชื่อถือของ ธนาคารกรุง ไทย 4.57 มากที่สุด	ความมี ชื่อเสียง และ ความ น่าเชื่อถือของ ธนาคารกรุง ไทย 4.62 มากที่สุด	ความมี ชื่อเสียง และ ความ น่าเชื่อถือของ ธนาคารกรุง ไทย 4.82 มากที่สุด	ความมี ชื่อเสียง และ ความ น่าเชื่อถือของ ธนาคารกรุง ไทย 4.75 มากที่สุด	ความมี ชื่อเสียง และ ความ น่าเชื่อถือของ ธนาคารกรุง ไทย 4.50 มากที่สุด

จากตารางที่ 53 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ลำดับแรกเหมือนกัน คือด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และ ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรกต่างกัน

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ลำดับแรกที่มีต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อาชีพ				
	รับราชการ : 96 คน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ : 66 คน	พนักงาน บริษัทเอกชน : 54 คน	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว : 14 คน	อื่น ๆ : 26 คน
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	สินค้ามี คุณภาพ และ เป็นที่นิยมใน ตลาด 4.34 มาก	สินค้ามี คุณภาพ และ เป็นที่นิยมใน ตลาด 4.14 มาก	สินค้ามี คุณภาพ และ เป็นที่นิยมใน ตลาด 4.31 มาก	สินค้า ทันสมัย 4.43 มาก	ความ หลากหลาย ของประเภท สินค้า 4.12 มาก
ด้านราคา	ระยะเวลา หรือจำนวน งวดในการ ผ่อนชำระหนี้ 4.48 มาก	ระยะเวลา หรือจำนวน งวดในการ ผ่อนชำระหนี้ 4.36 มาก	ระยะเวลา หรือจำนวน งวดในการ ผ่อนชำระหนี้ 4.22 มาก	ระยะเวลา หรือจำนวน งวดในการ ผ่อนชำระหนี้ 4.36 มาก	ระยะเวลา หรือจำนวน งวดในการ ผ่อนชำระหนี้ 4.08 มาก
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย/สถานที่	มีสาขา ครอบคลุมทั่ว ประเทศ 4.52 มากที่สุด	มีสาขา ครอบคลุมทั่ว ประเทศ 4.29 มาก	สถานที่ตั้ง สะดวกต่อ การเดินทาง มาใช้บริการ 4.20 มาก	มีสาขา ครอบคลุมทั่ว ประเทศ 4.64 มากที่สุด	มีสาขา ครอบคลุมทั่ว ประเทศ 4.19 มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	อัตราดอกเบี้ย 0% 4.52 มาก ที่สุด	อัตราดอกเบี้ย 0% 4.14 มาก	อัตราดอกเบี้ย 0% 4.15 มาก	มีเอกสาร แคตตาล็อก แนะนำสินค้า 4.36 มาก	มีเอกสาร แคตตาล็อก แนะนำสินค้า 0% 4.38 มาก

ตารางที่ 54 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ลำดับแรกที่มีต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อาชีพ				
	รับราชการ : 96 คน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ : 66 คน	พนักงาน บริษัทเอกชน : 54 คน	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว : 14 คน	อื่น ๆ : 26 คน
ด้านบุคลากร	พนักงาน สาขามีมนุษย์สัมพันธ์ ยิ้ม แย้มแจ่มใส 4.57 มากที่สุด	พนักงาน สาขามีมนุษย์สัมพันธ์ ยิ้ม แย้มแจ่มใส 4.30 มาก	พนักงาน สาขามีมนุษย์สัมพันธ์ ยิ้ม แย้มแจ่มใส 4.02 มาก	พนักงาน สาขามีมนุษย์สัมพันธ์ ยิ้ม แย้มแจ่มใส 4.29 มาก	พนักงาน สาขามีมนุษย์สัมพันธ์ ยิ้ม แย้มแจ่มใส 4.62 มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ	การชำระค่า งวดสินค้าไม่ ยุ่งยาก 4.47 มาก	การชำระค่า งวดสินค้าไม่ ยุ่งยาก 4.08 มาก	การชำระค่า งวดสินค้าไม่ ยุ่งยาก 4.07 มาก	การชำระค่า งวดสินค้าไม่ ยุ่งยาก 4.43 มาก	การชำระค่า งวดสินค้าไม่ ยุ่งยาก 4.12 มาก
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ความมี ชื่อเสียง และ ความ น่าเชื่อถือของ ธนาคารกรุง ไทย 4.77 มากที่สุด	ความมี ชื่อเสียง และ ความ น่าเชื่อถือของ ธนาคารกรุง ไทย 4.62 มากที่สุด	ความมี ชื่อเสียง และ ความ น่าเชื่อถือของ ธนาคารกรุง ไทย 4.50 มากที่สุด	ความมี ชื่อเสียง และ ความ น่าเชื่อถือของ ธนาคารกรุง ไทย 4.50 มากที่สุด	ความมี ชื่อเสียง และ ความ น่าเชื่อถือของ ธนาคารกรุง ไทย 4.77 มากที่สุด

จากตารางที่ 54 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ลำดับแรกเหมือนกัน คือ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและ

นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ยกเว้น ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรกต่างกัน

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ลำดับแรกที่มีต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด บริการ	รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ				
	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ	สินค้านี้ คุณภาพ และเป็นที่ยอมรับ ในตลาด 4.25 มาก	สินค้านี้ ทันสมัย 4.11 มาก	สินค้านี้ คุณภาพ และเป็นที่ยอมรับ ในตลาด 4.36 มาก	สินค้านี้ คุณภาพ และเป็นที่ยอมรับ ในตลาด 4.47 มาก	สินค้านี้ คุณภาพ และเป็นที่ยอมรับ ในตลาด 4.12 มาก
ด้านราคา	ระยะเวลา หรือจำนวน งวดในการ ผ่อนชำระ หนี้ 4.28 มาก	ระยะเวลา หรือจำนวน งวดในการ ผ่อนชำระ หนี้ 4.13 มาก	ระยะเวลา หรือจำนวน งวดในการ ผ่อนชำระ หนี้ 4.43 มาก	ระยะเวลา หรือจำนวน งวดในการ ผ่อนชำระ หนี้ 4.72 มากที่สุด	ระยะเวลา หรือจำนวน งวดในการ ผ่อนชำระ หนี้ 4.32 มาก
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย/ สถานที่	มีสาขา ครอบคลุม ทั่วประเทศ 4.23 มาก	สามารถดู รายละเอียด สินค้านี้ และ การบริการ ผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต 4.29 มาก	มีสาขา ครอบคลุม ทั่วประเทศ 4.33 มาก	มีสาขา ครอบคลุม ทั่วประเทศ มากที่สุด 4.67 มาก	มีสาขา ครอบคลุม ทั่วประเทศ 4.31 มาก

ตารางที่ 55 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ลำดับแรกที่มีต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด บริการ	รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ				
	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป
ด้านการส่งเสริม การตลาด	อัตรา ดอกเบี้ย 0% 4.23 มาก	อัตรา ดอกเบี้ย 0% 4.29 มาก	อัตรา ดอกเบี้ย 0% 4.43 มาก	อัตรา ดอกเบี้ย 0% 4.36 มาก	อัตรา ดอกเบี้ย 0% 4.19 มาก
ด้านบุคลากร	พนักงาน สาขามีมนุษย์ สัมพันธ์ดี ยิ้ม แย้มแจ่มใส 4.30 มาก	พนักงาน สาขามีมนุษย์ สัมพันธ์ดี ยิ้ม แย้มแจ่มใส 4.35 มาก	พนักงาน สาขามีมนุษย์ สัมพันธ์ดี ยิ้ม แย้มแจ่มใส 4.43 มาก	พนักงาน สาขามีความ ตั้งใจ และ กระตือรือร้น ในการ ให้บริการ 4.47 มาก	พนักงาน สาขามีความ ตั้งใจ และ กระตือรือร้น ในการ ให้บริการ 4.37 มาก

จากตารางที่ 55 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณทุกช่วงรายได้ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ลำดับแรกเหมือนกันคือ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการลำดับแรกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลที่ได้จากการศึกษา

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงได้จัดลำดับตามความสำคัญตามปัจจัยแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product)

ควรปรับปรุงเกี่ยวกับสินค้าที่มีบริการในแคตตาล็อก โดยเพิ่มบริการให้ลูกค้าสามารถระบุชนิดของสินค้าที่ต้องการนอกเหนือจากที่มีแต่ในแคตตาล็อกได้ หรือเพิ่มสินค้าในแคตตาล็อกให้หลากหลายมากขึ้น ทันสมัย และมีคุณภาพมากกว่าเดิม

ควรมีสินค้าไว้บริการให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ก่อนตัดสินใจซื้อ โดยจัดมุมให้บริการทดลองใช้สินค้า สำหรับสินค้าบางประเภท เช่น คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ออกกำลังกาย เก้าอี้แนวไฟฟ้า เครื่องรีดผ้าไอน้ำ จักรเย็บผ้า ฯลฯ และตู้โชว์แสดงสินค้าสำหรับสินค้าประเภทเครื่องประดับ

สินค้าบางประเภทล้ำสมัย ควรมีการปรับปรุงสินค้าให้ทันสมัยอยู่เสมอ เช่น สินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรมีการติดตาม ควบคุมการให้บริการของร้านค้าที่ร่วมรายการ โดยให้พนักงานบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง โทรศัพท์สอบถามลูกค้าถึงการให้บริการของร้านค้าที่ร่วมรายการกับบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง หลังจากใช้บริการเสร็จสิ้นกระบวนการแล้ว เพื่อให้ได้ทราบถึงการให้บริการ รวมถึงปัญหาที่ลูกค้าพบ เพื่อที่จะได้นำไปปรับปรุงการให้บริการของร้านค้าที่ให้บริการต่อไป

ควรปรับปรุงการบริการหลังการขาย เช่น การรับประกันสินค้า เมื่อสินค้ามีปัญหาควรปรับปรุงการให้บริการเปลี่ยนสินค้าให้กับลูกค้าให้รวดเร็วยิ่งขึ้น รวมถึงการบริการซ่อมบำรุงสำหรับสินค้าบางประเภท เช่น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้นที่ต้องมีบริการตรวจเช็คสภาพ ล้างทำความสะอาดตามระยะเวลา เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ และเกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจในการใช้บริการเคทีบี ลิสซิ่ง และเพื่อการบอกต่อ

ด้านราคา (Price)

บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรมีการปรับราคาสินค้าให้เท่ากับราคาสินค้าร้านค้าทั่วไปตามราคาท้องตลาด เพื่อให้ราคาสินค้ามีความยุติธรรมแก่ผู้บริโภคมากที่สุด

บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรมีการปรับลดอัตราดอกเบี้ยให้สามารถแข่งขันในสภาวะตลาดปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง ถ้าเป็นไปได้

ค่าเบี้ยประกันรถจักรยานยนต์ และรถยนต์ควรมีอัตราค่าเบี้ยประกันให้ลูกค้าเลือกได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงลูกค้าสามารถเลือกบริษัทประกัน ระยะเวลาการทำประกัน และอัตราค่าเบี้ยได้เอง เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าได้มากขึ้น

ควรยกเว้นค่าธรรมเนียมในการชำระค่าวงเงินสินเชื่อ โดยวิธีหักบัญชีเงินฝากของธนาคารกรุงไทย และลดค่าธรรมเนียมในการชำระค่าวงผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ควรเพิ่มระยะเวลาผ่อนชำระสินเชื่อให้นานยิ่งขึ้น หรือมีระยะเวลาให้ลูกค้าได้เลือก โดยเฉพาะ สำหรับสินค้าบางประเภท เช่น มอเตอร์ไซด์ รถยนต์ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถชำระสินเชื่อในแต่ละงวดไม่สูงมากเกินไป

ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place)

การจัดให้มีบริการโชว์สินค้าตัวอย่างภายในสาขา เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นสินค้าจริงก่อนการตัดสินใจซื้อ

บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรติดต่อเพิ่มจำนวนร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่ร่วมกับ บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความสะดวกในการติดต่อใช้บริการ หรือรับสินค้าได้สะดวกและเร็วมากยิ่งขึ้น

ควรเพิ่มช่องทางการให้บริการข้อมูล ติดต่อสอบถามเกี่ยวกับรายละเอียดการให้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ผ่านทางเว็บไซต์ รวมถึงการเพิ่มคู่มือ และจำนวนพนักงานบริการข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์ที่เพียงพอต่อการให้บริการของลูกค้า เนื่องจากพบว่าลูกค้ารอสาย เป็นระยะเวลานาน

บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรมีการปรับปรุงเว็บไซต์รวมถึงแคตตาล็อกในรายละเอียดของสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ให้ทันสมัย และน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรมีสินค้าของแถมที่เหมาะสม เป็นประโยชน์ และน่าสนใจให้กับลูกค้า เช่น สินค้าบางประเภท คอมพิวเตอร์ อาจจะแถมของแถมเครื่องพิมพ์ เป็นต้น และปรับปรุงของแถมให้น่าสนใจมากกว่าเดิม โดยสำรวจความต้องการของลูกค้า

บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรเพิ่มวิธีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจให้มากขึ้น เช่น การจับสลากชิงโชค แลกของรางวัล เป็นต้น โดยระบุรางวัลที่จะได้รับอย่างชัดเจน

บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรปรับปรุงภาพสินค้า รายละเอียด และตัวหนังสือในแคตตาล็อกสินค้าให้มีขนาดใหญ่ขึ้น และน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรมีการจัดโปรโมชั่น สินค้าที่ร่วมรายการในแต่ละเดือน เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ โดยจัดโปรโมชั่นสินค้าราคาพิเศษ ตามเทศกาลต่างๆ เช่น ในช่วงเทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ ตรุษจีน ควรมีการจัดโปรโมชั่น ลดราคาสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือลดอัตราดอกเบี้ยพิเศษให้กับลูกค้า เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้า เป็นต้น

บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เช่น จัดงานแสดงสินค้าในแต่ละสาขา รวมทั้งปรับปรุงรูปแบบการโฆษณาทางโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ ใบปลิว และแคตตาล็อกแนะนำสินค้า ให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ในตัวสินค้าและกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้า รวมถึงการประชาสัมพันธ์ภายในสาขาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบถึงการบริการ เคทีบี ลิสซิ่ง มากยิ่งขึ้น เช่น การติดป้ายแขวนด้านหน้าสาขา ไปสเตอร์ติดผนังภายในสาขา รวมถึงการส่งจดหมายตรง ใบปลิว ประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มลูกค้าที่มีบัญชีเงินฝากของธนาคารกรุงไทย เป็นต้น

ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee)

ควรมีการฝึกอบรมพนักงานของธนาคารเพื่อให้มีความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์ให้มากยิ่งขึ้น โดยควรจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะทำให้พนักงานสามารถนำเสนอบริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะนำไปสู่การปิดการขายได้

บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด ช่วยโฆษณา ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ที่ร่วมรายการกับร้านค้าต่างๆ เพื่อให้ร้านค้าที่ร่วมรายการนั้นๆ ได้ทราบถึงรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง เงื่อนไข อัตราดอกเบี้ย รวมถึงเอกสารที่ใช้ในการสมัครใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ให้ลูกค้าได้ทราบ นอกจากนั้นบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรจัดเจ้าหน้าที่ หมุนเวียนช่วยสนับสนุนสาขาของธนาคารกรุงไทย เช่น ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายละเอียด สินค้า แนะนำการใช้งานและสาธิตวิธีการใช้สินค้า รวมถึงโปรโมชั่นสินค้าราคาพิเศษในแต่ละเดือน ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการที่สาขาของธนาคารกรุงไทย

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ควรปรับปรุงระยะเวลาในการอนุมัติ และระยะเวลาการรับสินค้าให้รวดเร็ว และสามารถทราบวันที่รับสินค้าได้แน่นอน สามารถรับสินค้าได้อย่างช้าภายใน 5 วัน

จำนวนเอกสารที่ใช้ในการสมัครใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง ควรปรับให้ลดน้อยลงจากเดิม เพื่อไม่ให้เกิดความยุ่งยากและสะดวกสำหรับลูกค้าในการสมัครใช้บริการ เคทีบี ลิสซิ่ง

บริษัท เคทีบี ลีสซิ่ง ควรเพิ่มช่องทางการสมัครใช้บริการ เคทีบี ลีสซิ่ง เช่น ผ่านช่องทางระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

ควรมีการจัดที่นั่งรอ หรือมุมพักผ่อนตามอัชฌาศัยอย่างเพียงพอในระหว่างรอการให้บริการภายในสาขาของธนาคาร รวมถึงเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการ หรือหลังการรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม โทรทัศน์ เป็นต้น

การกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจที่สนองความต้องการของลูกค้า นั้น การให้บริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพในการให้บริการ ตั้งแต่การตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานที่ให้บริการ โดยเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการ

การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าสามารถทำได้โดยมีกล่อมรับความคิดเห็นของลูกค้าสำหรับรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า รวมถึงการสำรวจความต้องการของลูกค้า ทำให้ได้รับข้อมูลจากลูกค้า เพื่อใช้ในการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการที่ดีขึ้น

การสร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัท เคทีบี ลีสซิ่ง เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจในการใช้บริการ และเป็นที่รู้จักของลูกค้า โดยใช้เครื่องมือการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการสื่อสารทางการตลาดอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด