

**ความคิดเห็นของลูก้าที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย มหาชน (จำกัด)
ในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร**

นายประดิษฐ์ สุกนธชาติ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2551

**The Opinion of Customers for Kasikornbank Metropolis in
The Departmentstore in Bangkok**

Mr. Pradit Sukontachard

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Master of Business Administration
School of Management Science
Sukhothai Thammathirat Open University

2008

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย มหาชน (จำกัด)
ในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร
ชื่อและนามสกุล นายประดิษฐ์ สุคนธชาติ
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ ได้ให้ความเห็นชอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ
ฉบับนี้แล้ว



ประธานกรรมการ

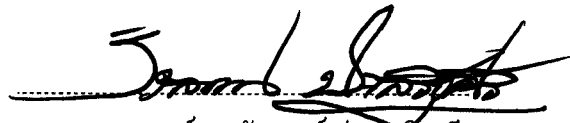
(รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิศา พงศ์ยี่หล้า)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ อนุมัติให้รับการศึกษา
ค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช



(รองศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ ประเสริฐศรี)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

วันที่ 14 เดือน มกราคม พ.ศ. 2552

ชื่อการศึกษา **ค้นคว้าอิสระ** ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อธนาคารกสิกรไทยในห้างสรรพสินค้าใน
กรุงเทพมหานคร

ผู้ศึกษา นายประดิษฐ์ สุคนธชาติ **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ **ปีการศึกษา** 2551

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย ในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์โดยมีประชากรคือลูกค้ำของธนาคารกสิกรไทยที่ใช้บริการธนาคารที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าโดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน เลือกตัวอย่างโดยวิธีเจาะจงและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือและประมวลผลข้อมูลโดยการใช่โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 76 คน เพศหญิงจำนวน 124 คน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25-35 ปี มีระดับการศึกษาในชั้นมัธยมตอนปลาย/ปวช. ส่วนด้านอาชีพ พบว่า ส่วนมากมีอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนอยู่ช่วงระหว่าง 10,001 บาทขึ้นไป และระยะเวลาการใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 4-5 ปี

ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย ในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลได้ดังนี้ คือ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ลูกค้ำมีความรู้สึกพอใจมากที่สุดในเรื่องบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.56 รองลงมาในเรื่องรูปแบบตัวอาคาร, ขนาดพื้นที่ทำการของสาขากว้างขวางมีเก้าอี้รองรับบริการเพียงพอ ความสะอาดของสถานที่และความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.53 และลูกค้ำให้ลำดับคะแนนน้อยที่สุด ทำเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.43 และด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ ลูกค้ำมีความรู้สึกพอใจมากที่สุดในเรื่องแท่นกดบัตรคิวมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมาในเรื่องเคาน์เตอร์เขียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.53 และลูกค้ำให้ลำดับคะแนนน้อยที่สุด การวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถเข้ารับบริการสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.42

คำสำคัญ ความคิดเห็น ลูกค้ำธนาคารกสิกรไทย ห้างสรรพสินค้า

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก รศ. ยุทธนา ธรรมเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษา
ที่ได้ให้ความกรุณาแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขเนื้อหา ตลอดจนให้ความสนใจในการทำ การศึกษาค้น
คว้าอิสระ

ขอขอบคุณ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่ให้ข้อมูลศึกษาค้นคว้า และข้อมูลการ
วิจัยอื่นๆ

ประดิษฐ์ สุคนธาติ

ตุลาคม 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่ได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
ประวัติความเป็นมาของธนาคารกสิกรไทย	7
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค	22
แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น	22
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	29
การกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	29
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	32
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	33
การวิเคราะห์ข้อมูล	34
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	36
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	36
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	36
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	64
สรุปการวิจัย	64
อภิปรายผล	65
ข้อเสนอแนะ	66
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	68
ประวัติผู้ศึกษา	69

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4-1 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	37
ตารางที่ 4-2 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	38
ตารางที่ 4-3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	38
ตารางที่ 4-4 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	39
ตารางที่ 4-5 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	39
ตารางที่ 4-6 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ	40
ตารางที่ 4-7 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการของธนาคาร	40
ตารางที่ 4-8 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม	41
ตารางที่ 4-9 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์	42
ตารางที่ 4-10 การเปรียบเทียบด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำแนกเพศ	43
ตารางที่ 4-11 การเปรียบเทียบด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกเพศ	44
ตารางที่ 4-12 การเปรียบเทียบด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำแนกอายุ	45
ตารางที่ 4-13 การเปรียบเทียบด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกอายุ	46
ตารางที่ 4-14 การเปรียบเทียบด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำแนกอาชีพ	48
ตารางที่ 4-15 การเปรียบเทียบด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกอาชีพ	50
ตารางที่ 4-16 การเปรียบเทียบด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำแนกระดับการศึกษา	52
ตารางที่ 4-17 การเปรียบเทียบด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกระดับการศึกษา	54
ตารางที่ 4-18 การเปรียบเทียบด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำแนกระดับรายได้	56
ตารางที่ 4-19 การเปรียบเทียบด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกระดับรายได้	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4-20 การเปรียบเทียบด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำแนกระยะเวลาการใช้งานบริการ	60
ตารางที่ 4-21 การเปรียบเทียบด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกระยะเวลาการใช้งานบริการ	62

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมถึงภาวะเศรษฐกิจที่ตรงตัวและกำลังจะเติบโต ธุรกิจทุกประเภทมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและเข้มข้นมากขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันของสถาบันการเงินธนาคารไทยในอนาคตจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ก่อปรกับรัฐบาลมีนโยบายที่จะสร้างความแข็งแกร่งให้กับสถาบันการเงินฯ จึงเป็นผลทำให้สถาบันการเงินธนาคารไทยต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและสิ่งที่สำคัญที่สุดก็เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด และความอยู่รอดของธุรกิจนั้นจำเป็นต้องตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า/ผู้ใช้บริการ/ผู้บริโภค ด้วยการสร้างความได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องทำความเข้าใจและเข้าถึงลูกค้า/ผู้ใช้บริการ/ผู้บริโภคให้ได้มากกว่าคู่แข่ง

ในปัจจุบันประเทศไทยมีสถาบันการเงินธนาคารไทยหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ ธนาคารพาณิชย์ไทย สาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ สถาบันการเงินพิเศษของรัฐ และบริษัทเงินทุนและบริษัททุนหลักทรัพย์ ซึ่งทำธุรกิจและให้บริการทางการเงินลักษณะที่คล้ายๆ กัน นั้นหมายความว่า การแข่งขัน จะทวีความรุนแรงและเข้มข้นมากขึ้นตลอดเวลา ดังนั้นปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งก็คือ คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึงการสร้าง ความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศให้กับลูกค้า สร้างความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer relationship) กระตุ้น ให้ลูกค้าเดิมกลับมาใช้บริการ (Customer Retention) ตลอดจนสร้างให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีกับการใช้บริการ (Customer Loyalty) ตลอดไป

คุณภาพบริการและคุณภาพสินค้าจะมีความแตกต่างกันกล่าวคือ การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้หรือสัมผัสและต้องยาก (Intangibles) แต่เสื่อมสูญสลายได้ง่าย ส่วนสินค้านั้นสามารถที่จับต้องได้ (Tangibles) ธุรกิจธนาคารเป็นธุรกิจที่ให้บริการควบคู่ไปกับสินค้าแต่ละเน้นไปทางการให้บริการที่มากกว่า โดยจะต้องสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

ดังนั้นการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าจึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งทั้งนี้เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางในการยกระดับการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นเลิศ และตอบสนองความพอใจและความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งจะสอดคล้องกับหลักการ “ลูกค้าใหญ่:ลูกค้าคือพระราชา”

(Customer Focus : Customer is the King) ซึ่งธนาคารยึดถือเป็นหลักสำคัญในการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน

ภายใต้หลักการ “ลูกค้าเป็นใหญ่หรือลูกค้าคือพระราชา” ย่อมหมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญเหนือสุดกว่าสิ่งใด พนักงานจะต้องทำหน้าที่และบทบาทการให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีจิต คอยดูแลเอาใจและนำเสนอบริการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและอบอุ่นเป็นกันเอง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจและประทับใจในการทำธุรกิจกับธนาคารจะส่งผลถึงความเชื่อถือนั่นและภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคาร

นอกเหนือจากบริการ พนักงาน ยังมีสิ่งที่จะต้องสร้างความพอใจและประทับใจให้กับลูกค้าอีกคือด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่พร้อมเอื้ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นสถานที่จอดรถ รูปแบบตัวอาคารที่ทันสมัยรวมไปถึงที่นั่งพักคอย รวมถึงระบบวิธีการปฏิบัติงาน

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จึงต้องเตรียมรับกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ด้วยการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศและสร้างความพึงพอใจและความประทับใจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้เพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญของการพัฒนาการให้บริการและสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเตรียมรับการแข่งขัน และการขยายตัวของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์

คำถามในการวิจัย

1. ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับใด
2. ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่อุปกรณ์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับใด

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตเนื้อหา

1. เขตพื้นที่ของการศึกษา ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด มหาชน ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 36 สาขา
2. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาในระหว่างมกราคม พ.ศ. 2551 - มีนาคม พ.ศ. 2551
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 36 สาขา

1.3.2 ตัวแปร ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการต่างๆ ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- อาชีพ
- ระดับการศึกษา
- รายได้ต่อเดือน
- ระยะเวลาการใช้บริการ

ตัวแปรตาม ได้แก่

ความคิดเห็นของลูกค้าในด้านสถานที่และการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด โดยแบ่งได้ดังนี้

- ความคิดเห็นในด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม
- ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์

คำนิยามศัพท์

1. ธนาคาร หมายถึง ธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เปิดในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร
2. ลูกค้า หมายถึง ผู้มาใช้บริการประเภทต่าง ๆ ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสถานที่ของธนาคาร หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านสถานที่ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ใน 2 ด้านดังต่อไปนี้.-

3.1 ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม

- รูปแบบตัวอาคาร
- การตกแต่งที่ทำการภายในสาขา
- ขนาดพื้นที่ทำการสาขากว้างขวางมีเก้าอี้ให้นั่งรอรับบริการเพียงพอ
- ความสะอาดของสถานที่และความเป็นระเบียบเรียบร้อย
- บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ
- บริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย
- ทำเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการติดต่อ

3.2 ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์

- เก้าอี้พักคอยมีความจำนวนเพียงพอและนั่งสะดวกสบาย
- เคาร์เตอร์เขียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม
- อุปกรณ์ในการเขียนแบบฟอร์ม เช่น ปากกา เครื่องคิดเลข
- แทนกคบัตรคิวมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก
- เคาร์เตอร์ในการให้บริการมีขนาดเหมาะสมสวยงาม
- เก้าอี้ต้อนรับลูกค้านั่งสะดวกสบาย
- ป้ายแสดงจุดบริการต่าง ๆ มีความชัดเจน
- การวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถเข้ามารับบริการสะดวก

3.3. ระเบียบวิธีการศึกษา

เป็นการศึกษาแบบพรรณาเชิงคุณภาพ (Descriptive Qualitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงความน่าจะเป็น (Non Provability Sampling)

1.3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวนผู้ที่เข้าบริการในสาขา จำนวน 36 สาขาในห้างสรรพสินค้า (จากข้อมูลสาขาธนาคารกสิกรไทย ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า)

กลุ่มตัวอย่าง ในศึกษามีทั้งหมด 200 คน เป็นการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยสุ่ม 20 คน / สาขา (200ชุด/10 สาขา)

1.3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา มีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

- 1) ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านคุณภาพและการบริการ
- 2) ศึกษากรอบแนวคิดที่ศึกษา
- 3) สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตัวแปร
- 4) นำแบบสอบถาม ตรวจสอบพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
- 5) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง ไปทดลองใช้จำนวน 200 ราย เพื่อนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 95
- 6) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง และความเชื่อถือไปใช้เก็บข้อมูลจริงต่อไป

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ

ตอนที่ 1 ถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทยจำกัด มหาชน ในด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ เป็นการถามแบบเลือกตอบ และมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ รวม 15 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะสำหรับการให้บริการในสาขาธนาคารกสิกรไทย

1.4.1. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ และประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในด้านสถานที่และการบริการวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยแปลความหมายระดับคะแนนได้ดังนี้

รู้สึกพอใจมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
รู้สึกพอใจมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
รู้สึกพอใจปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
รู้สึกพอใจน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
รู้สึกพอใจน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

สถิติที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์สำหรับเกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยผู้ศึกษาใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงรับเท่า ๆ กันดังนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	รู้สึกพอใจน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	รู้สึกพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	รู้สึกพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	รู้สึกพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	รู้สึกพอใจมากที่สุด

1.5. ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1) นำมาปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ
- 2) นำมาพัฒนาเพิ่มพูนศักยภาพของธนาคารเพื่อสร้างคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศ
- 3) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงและแก้ไขในการให้บริการครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย มหาชน (จำกัด) ในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องและนำเสนอเป็น 5 ส่วนคือ

- ส่วนที่ 1 ประวัติความเป็นมาของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
- ส่วนที่ 2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- ส่วนที่ 3 ความหมายแนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
- ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น
- ส่วนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 1 ประวัติความเป็นมาของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ความเป็นมาของธนาคารกสิกรไทย

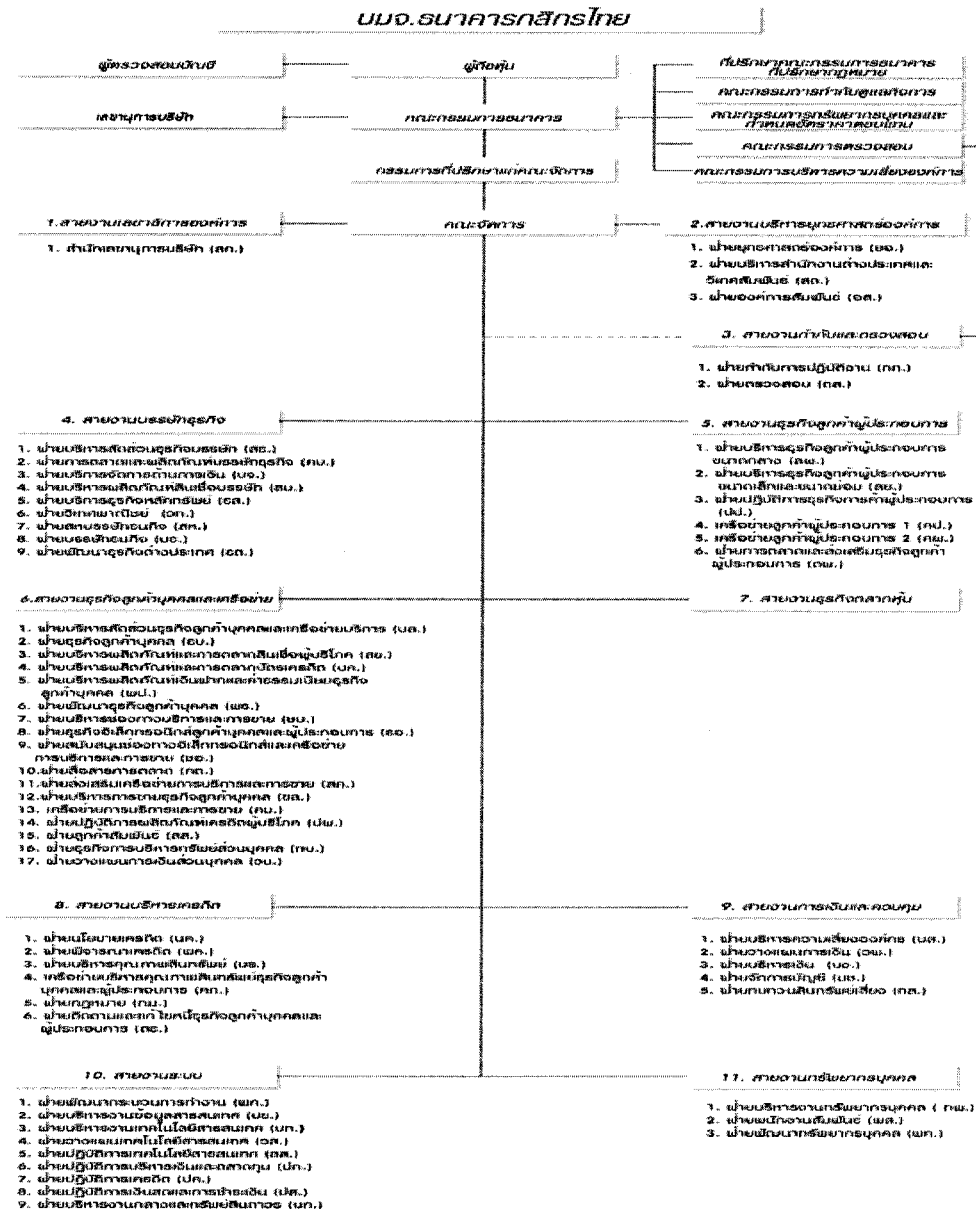
ความเป็นมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เรากลายมาเป็นเคแบงก์ ที่ยิ่งใหญ่มั่นคงได้อย่างไร ก้าวอย่างแห่งความก้าวไกล

บมจ.ธนาคารกสิกรไทย เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ.2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท และดำเนินการด้วยพนักงานชุดแรกเริ่ม จำนวน 21 คน ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเป็นต้นมา ธนาคารสามารถเจริญเติบโตและก้าวหน้าในด้านสินทรัพย์, เงินฝาก, การขยายเครือข่ายสาขา และจำนวนพนักงานที่เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ณ 30 กันยายน 2550 ธนาคารมีสินทรัพย์จำนวน 1,007,865 ล้านบาท เงินฝาก 812,924 ล้านบาท เงินให้สินเชื่อ 726,333 ล้านบาทในด้านเครือข่ายของสาขา ณ 31 ตุลาคม 2550 มีสาขาในประเทศ จำนวน 595 สาขา โดยเป็นสาขากรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 192 สาขา เป็นสาขาในส่วนภูมิภาคจำนวน 403 สาขา มีสาขาและสำนักงานตัวแทนต่างประเทศ จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ สาขาลอสแอนเจลิส, สาขาฮ่องกง, สาขาหมู่เกาะเคย์แมน, สาขาเซินเจิ้น, สำนักงานตัวแทนกรุงปักกิ่ง, สำนักงานตัวแทนนครเซี่ยงไฮ้ และสำนักงานตัวแทนเมืองคุนหมิง สาขาและสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศเหล่านี้ให้บริการและส่งเสริมความสะดวกต่าง ๆ ในด้านการค้า การเงินระหว่างประเทศไทยและประเทศ คู่ค้าทั่วโลก

ภาพรวมโครงสร้างการบริหารงานที่เปี่ยมประสิทธิภาพ

บมจ. ธนาคารกสิกรไทย จัดแบ่งองค์กรเพื่อมุ่งเน้นที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีกลุ่มงาน โดยเฉพาะเพื่อดูแลลูกค้าแต่ละประเภทในขณะที่ไม่ละเลยการเป็นบริษัทที่โปร่งใส เที่ยงธรรมต่อผู้ถือหุ้น สังคม และประเทศชาติ

โครงสร้างองค์กร



ที่มา : ธนาคารกสิกรไทย มหาชน (จำกัด) 2551

นโยบายความเป็นส่วนตัว

ในปัจจุบันข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกคนให้ความสนใจ โดยธนาคารกสิกรไทย มุ่งเน้นที่จะให้บริการที่ดีที่สุด ให้แก่ลูกค้าของธนาคาร แต่สิ่งสำคัญเหนือสิ่งอื่นใดสำหรับธนาคาร คือการได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ดังนั้น บมจ. ธนาคารกสิกรไทย ("ธนาคาร") จึงขอแจ้งให้ทราบถึงนโยบายของธนาคาร ในการรักษาความลับสำหรับข้อมูลของลูกค้า หรือบุคคลใดที่ได้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของธนาคาร ดังต่อไปนี้

การเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของธนาคาร

ท่านสามารถเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของธนาคารได้ เพื่อการค้นหาผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ของธนาคาร ตรวจสอบอัตราต่างๆ ของธนาคาร และสามารถสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคารได้ โดยที่ท่านไม่ต้องแจ้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวท่านให้แก่ธนาคาร หากท่านไม่ต้องการลงทะเบียนไว้กับธนาคาร และไม่ต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่เพิ่มเติมจากธนาคาร

ธนาคารสามารถดำเนินการปรับปรุงเว็บไซต์ของธนาคารได้อย่างต่อเนื่อง ธนาคารอาจใช้อุปกรณ์ซอฟต์แวร์ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลในด้านพฤติกรรม การสืบค้นข้อมูล ของผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของธนาคารได้ ทั้งนี้ เพื่อวัตถุประสงค์ในการปรับปรุงเว็บไซต์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งข้อมูลที่มีการรวบรวมถึงวัน และเวลาในการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ การดูหน้าเว็บเพจต่างๆ เวลาที่ใช้ในการเยี่ยมชม ประเภทของการสืบค้น ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต และการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่างๆ ทั้งก่อนและหลังการเข้าชมเว็บไซต์ของธนาคาร

ธนาคารอาจทำการตรวจสอบถึงพฤติกรรม การสืบค้นข้อมูล ของลูกค้าที่มีบัญชีอยู่กับธนาคาร และใช้บริการระบบเชื่อมโยงข้อมูล ตลอดจนใช้บริการการชำระเงินเรียกเก็บของธนาคาร โดยส่วนหนึ่งของกระบวนการรักษาความปลอดภัยของธนาคารนั้น ธนาคารอาจใช้ระบบ "คุกกี้" (cookie) ในการตรวจสอบความถูกต้องแท้จริงของคำขอของผู้ใช้บริการ ระบบ "คุกกี้" นั้น คือข้อมูลที่ได้ส่งจากเว็บไซต์ไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ ในขณะที่ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์นั้นกำลังเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของธนาคาร โดย "คุกกี้" นั้นจะได้รับการกำหนดโดยธนาคาร และจะสิ้นสุดผลลงภายหลังจากการเชื่อมโยงข้อมูลในส่วนของธนาคาร

การรวบรวมและการสงวนข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวลูกค้าของธนาคารนั้น จะถูกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของธนาคาร อย่างถูกต้องตามกฎหมายเท่านั้น ได้แก่การให้บริการที่ดีที่สุด และนำไปใช้เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ และข้อเสนอพิเศษต่างๆ ที่ดีขึ้นกว่าเดิม ซึ่งเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ข้อมูลของลูกค้าจะไม่ถูกนำไปใช้, เก็บรวบรวม, หรือสงวนไว้ หากธนาคารไม่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการดังกล่าว ธนาคารจะเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลโดยการขอข้อมูลจากท่านโดยตรง โดยกระบวนการสมัคร และโดยทางบริการเสริมซึ่งต้องใช้บุคคลติดต่อกับท่าน หากท่านเลือกที่จะให้ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ที่อยู่ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เบอร์โทรศัพท์หรือเบอร์โทรสาร ลักษณะทางภูมิภาคที่อยู่อาศัย และเลขประจำตัวลูกค้าแก่ธนาคาร ตลอดจนกิจกรรมทางธุรกิจหรือการค้าเงินธุรกรรมใดๆ ของท่านแก่ธนาคารแล้ว ธนาคารจะรักษาข้อมูลเหล่านั้นไว้เป็นความลับ ตามเกณฑ์มาตรฐานสำหรับการรักษาข้อมูลเป็นความลับของธนาคาร

ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าของธนาคารจะถูกเก็บรวบรวม และสงวนไว้ในระหว่างระยะเวลาที่ธนาคาร และท่านยังคงมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจต่อกัน นอกจากนี้ เมื่อท่านได้ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มายังธนาคาร ธนาคารจะเก็บเนื้อหาในไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่อยู่ของไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และการโต้ตอบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวไว้ เพื่อตอบข้อสงสัยให้แก่ท่าน หรือเพื่อความจำเป็นในการติดตามผล และเพื่อตรวจสอบถึงการโต้ตอบระหว่างลูกค้าและธนาคาร ในส่วนที่ท่านมีข้อสงสัยนั้นมีความกระจ่างชัดมากน้อยเพียงใด

การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

ธนาคารจะไม่จัดสรรหรือขายข้อมูลส่วนบุคคลของท่านให้แก่บุคคลภายนอกอื่น เพื่อวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้โดยอิสระ นอกจากนี้ ธนาคารจะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านให้แก่องค์กรอื่นใด เว้นแต่

1. ท่านได้ร้องขอและให้อำนาจแก่ธนาคาร หรือ
2. ข้อมูลที่จัดสรรนั้นเป็นไปเพื่อช่วยให้การเริ่มต้นธุรกรรมของท่านสำเร็จลุล่วงลง หรือ
3. ข้อมูลที่จัดสรรนั้น ได้จัดสรรให้แก่สำนักงานข้อมูลเครดิตที่มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ หรือจัดสรรให้แก่ผู้แทนในการรายงานข้อมูลซึ่งมีลักษณะอย่างเดียวกัน หรือ

4. การเปิดเผยข้อมูลนั้นเป็นไปตามที่กฎหมายอนุญาต หรือเป็นไปตามที่กฎหมายต้องการ ตัวอย่างเช่น ธนาคารอาจได้รับการต้องขอให้ทำการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าของธนาคาร ตามคำสั่งศาล หรือตามหมายศาล นอกจากนี้ ธนาคารยังอาจได้รับการร้องขอให้ทำการเปิดเผยข้อมูลของลูกค้า แก่องค์กรผู้ที่มีอำนาจของรัฐ เช่น ผู้ตรวจสอบของธนาคารแห่งประเทศไทยหรือธนาคารกลาง ซึ่งกฎหมายได้ให้อำนาจไว้

ธนาคารอาจทำความเข้าใจกับบุคคลภายนอก ในการทำงานที่จะพัฒนาและบำรุงรักษาระบบการธุรกรรมของธนาคาร และการจัดสรรปัจจัยสำคัญหรือบริการในนามของธนาคาร ซึ่งบุคคลภายนอกที่เข้ามาดำเนินงานให้กับธนาคาร หรือเข้ามาดำเนินการในนามของธนาคารนั้น จะต้องตกลงที่จะรักษาข้อมูลลูกค้าของธนาคารไว้เป็นความลับด้วยเช่นกัน อีกทั้งยังต้องผูกพันต่อกฎหมายที่มีผลใช้บังคับด้วย เมื่อใดก็ตามที่ธนาคารได้ว่าจ้างองค์กรอื่นใด เข้ามาให้บริการสนับสนุนการบริการของธนาคาร องค์กรเหล่านั้นจะต้องปฏิบัติตาม มาตรฐานการรักษาข้อมูลเป็นความลับของธนาคารด้วยเช่นกัน ในบางโอกาสธนาคารอาจเข้าทำความเข้าใจทาง การตลาดร่วม และ/หรือ ร่วมโฆษณาส่งเสริมการขายกับบุคคลภายนอก เพื่อวัตถุประสงค์ในการดึงดูดลูกค้าใหม่ๆ ซึ่งหากท่านสมัครเข้ามาเป็นบัญชีลูกค้าใหม่กับธนาคาร อันเนื่องมาจากดำเนินการดังกล่าวแล้ว ธนาคารสงวนสิทธิในการที่จะยืนยันรับรองกับบุคคลภายนอกนั้นว่า ท่านได้ทำการเปิดบัญชีกับธนาคารด้วย

กระบวนการรักษาความปลอดภัยเพื่อการปกป้องข้อมูล

ธนาคารจะรักษามาตรฐานในการรักษาความปลอดภัยโดยเคร่งครัด ทั้งนี้ เพื่อวัตถุประสงค์ในการปกป้องความเสียหาย หรือการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของท่านโดยไม่มีอำนาจ

การรักษาความถูกต้องของข้อมูล

ธนาคารมีกระบวนการในการสร้างความมั่นใจว่า ข้อมูลทางการเงินของท่านเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน และมีความสมบูรณ์ตามมาตรฐานทางธุรกิจ นอกจากนี้ ธนาคารยังมีกระบวนการในการแก้ไขข้อมูลที่ผิดพลาด ตามการร้องขอของท่านได้อีกด้วย

บริการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและอัตราแลกเปลี่ยน

เกาะติดสถานการณ์อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราทั่วโลก วิเคราะห์ข้อมูลความ เคลื่อนไหวตามราคาตลาดนาที่ต่อนาที ด้วยการเชื่อมโยงระบบที่มีมาตรฐานสูงของธนาคาร และผู้เชี่ยวชาญเยี่ยมประสบการณ์ ทุกความคิดเห็น ทุกคำแนะนำ เพิ่มอำนาจการตัดสินใจ ลดความเสี่ยง บริหารธุรกิจซื้อขายเงินตราแม่นยำ มีประสิทธิภาพ ได้รับประโยชน์สูงสุด

ธนาคารมีศิลปะกรรมสะสม

ธนาคารกสิกรไทยผสมผสานสุนทรียะแห่งศิลปะเข้าสู่วิถีการดำรงชีวิตและการทำงานมาเป็นเวลายาวนานตั้งแต่ปี พ.ศ.2491 ธนาคารได้เริ่มคัดเลือกซื้องานศิลปะไว้เป็นทรัพย์สินของธนาคารและนำงานศิลปะแต่ละชิ้นมาจัดวางในพื้นที่ส่วนที่พนักงานและลูกค้าของธนาคารจะมีโอกาสได้ร่วมชื่นชมมากที่สุดกล่าวได้ว่าธนาคารกสิกรไทยมีการถ่ายทอดสิ่งสมสร้าความรู้สึกรักและสนใจในงานศิลปะให้เกิดแก่พนักงานของธนาคารเป็นเวลายาวนาน จนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กรอย่างหนึ่งของธนาคารกสิกรไทย

ธนาคารกสิกรไทยได้ริเริ่มการประกวดศิลปกรรมร่วมสมัย เพื่อส่งเสริมศิลปินและศิลปะสมัยใหม่จนเวทีการประกวดของธนาคารกสิกรไทยเป็นเวทีที่ได้รับการยกย่องในมาตรฐาน และในโอกาสสำคัญๆธนาคารกสิกรไทยได้จัดประกวดงานจิตรกรรมเพื่อให้ศิลปินไทยได้รังสรรค์ผลงานซึ่งสะท้อนจินตนาการและจารึกเหตุการณ์แห่งยุคสมัยไว้ด้วยลีลาแห่งเส้น สี แสง และเงา เช่น การประกวดจิตรกรรมเนื่องในโอกาสสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี การจัดประกวดจิตรกรรมเนื่องในวโรกาสเฉลิมฉลองพระชนมายุ60 พรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ และการประกวดอื่นๆ ที่สืบเนื่องต่อมาจนถึงปัจจุบัน

นอกจากนี้ ธนาคารกสิกรไทยยังได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับหน่วยงานราชการ ในการสนับสนุนการบูรณะโบราณสถานและศิลปสถาน ซึ่งทรุดโทรมผุกร่อนตามกาลเวลา ให้คงรูปคงสภาพขึ้น เช่นการบูรณะตระพังตระกวนในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย การบูรณะปราสาทนครหลวงพระนครศรีอยุธยาการบูรณะพระอภัยมณีในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม เป็นต้น

ธนาคารกสิกรไทยส่งเสริมและจรรโลงงานศิลปะอย่างต่อเนื่อง มีการติดต่อปฏิสัมพันธ์กับศิลปินทุกแขนง โดยได้มอบหมายการสร้างสรรคงานศิลปะแก่ศิลปินเป็นรายบุคคลจำนวนหลายราย รวมถึงการสนับสนุนบรรดาศิลปินด้วยการซื้องานศิลปะเพิ่มขึ้นโดยตลอด จนปัจจุบันกล่าวได้ว่า ธนาคารกสิกรไทยเป็นแหล่งรวบรวมงานศิลปกรรมที่มีคุณค่าไว้อย่างสมบูรณ์ที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย งานศิลปะเหล่านี้ได้รับการทะนุบำรุงให้ดำรงอยู่ในสภาพที่ดีถูกต้องตามหลักวิชา ภายใต้การดูแลของภัณฑารักษ์และด้วยเจตนารมณ์ที่จะผดุงไว้ซึ่งศิลปกรรมของชาติ ธนาคารจึงได้จัดทำเวปไซท์งานศิลปกรรมของธนาคารกสิกรไทย เพื่อเผยแพร่สุนทรียศิลป์ต่อผู้ชื่นชมงานศิลปะ วงการศึกษาศิลปะ และสังคมโดยรวม

บริการสินเชื่อธุรกิจ

ด้วยความเข้าใจในสภาวะธุรกิจ ที่มีการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา เราจึงพัฒนาการบริการด้านสินเชื่อและการค้าประกันให้หลากหลายและเหมาะสมกับธุรกิจไทย พร้อมคำปรึกษาที่ทันการณ์ทันเกม ด้วยมุ่งหวังให้ธุรกิจไทยเติบโตก้าวหน้า มีศักยภาพแข็งแกร่ง แข่งขันได้ในเวทีการค้าสากล

จากข้อมูลดังกล่าวกล่าวมานี้ จึงเป็นประเด็นสำคัญให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทยจำกัด มหาชน อย่างจริงจัง เพื่อให้สามารถตอบคำถามและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นจากกลุ่มเป้าหมายลูกค้าเป็นหลัก เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา และปรับแผนการดำเนินงาน แผนการตลาดรวมทั้งปรับปรุงแก้ไขปัญหาลูกค้า เพื่อดึงดูดและจงใจให้ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

เครือของธนาคารกสิกรไทย

1. แฟคเตอร์ริงกสิกรไทย KASIKORN FACTORING

บริษัท แฟคเตอร์ริงกสิกรไทย จำกัด (KASIKORN Factoring Company Limited : KFactoring) หนึ่งในห้าของกิจการในเครือกสิกรไทย ก่อตั้งเมื่อปี 2533 ด้วยทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท โดยมีชื่อเดิมว่า บริษัทไทยฟาร์เมอร์ เซลเลอร์แฟคเตอร์ริง จำกัด อันเป็นชื่อที่สะท้อนการร่วมทุน ระหว่างกลุ่มธนาคารกสิกรไทย กับ Heller Financial Inc. แห่งชิคาโก สหรัฐอเมริกา เพื่อดำเนินธุรกิจแฟคเตอร์ริง

ปี 2536 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนเป็น 10 ล้านบาท เพื่อขยายธุรกิจให้เช่าแบบลิสซิงและปี 2538 เพิ่มทุนอีกครั้งเป็น 160 ล้านบาท เพื่อรองรับธุรกิจที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ปี 2542 เริ่มให้บริการ Vendor Finance อันเป็นส่วนหนึ่งของบริการ Global Vendor Finance (GVF) ของ Heller Finance Inc. ที่ได้ให้บริการทั่วโลก โดยร่วมมือกับผู้ผลิตหรือจำหน่ายสินค้า ที่มีเครือข่ายทั่วโลกเพื่อให้บริการเช่าแบบลิสซิง ควบคู่กับการจำหน่ายสินค้า

มกราคม 2543 บริษัทฯ ได้เข้าเป็นสมาชิก Factors Chain International พร้อมกับเปิดให้บริการขายลคบัญชีลูกหนี้นำเข้า-ส่งออกสินค้าต่างประเทศ (Import-Export Factoring) โดย เริ่มจากเครือข่ายของกลุ่ม Heller และกรกฎาคม ปีเดียวกัน ได้ให้บริการดังกล่าว ผ่านระบบ เครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูล (Electronic Data Interchange: EDI) จนเป็นที่รู้จักและยอมรับแก่ผู้ส่งออกสินค้าไทยในวงกว้าง

ปี 2544 Heller Financial Inc. ได้ควบรวมกิจการเข้ากับ GE Capital (USA) ส่งผลให้หุ้นร้อยละ 49 ของบริษัทฯ เปลี่ยนแปลงไปตามการควบรวม

กฎหมาย 2546 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้ซื้อหุ้นของบริษัทฯ จากรายอื่น ทั้งหมด พร้อมกับเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัทกสิกร แฟคเตอร์িং จำกัด (KASIKORN Factoring Co., Ltd.) และ 17 ธันวาคม 2547 ได้เปลี่ยนเฉพาะชื่อภาษาไทยเป็นบริษัทแฟคเตอร์িংกสิกรไทย จำกัด อันเป็นชื่อปัจจุบัน

บริษัทแฟคเตอร์িংกสิกรไทย จำกัด เป็นผู้นำในธุรกิจการให้บริการแฟคเตอร์িং มีบทบาทสำคัญ ในการให้ความรู้ด้านแฟคเตอร์িংแก่องค์กรต่าง ๆ โดยเฉพาะบทบาทในการสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยบริการแฟคเตอร์িংหลากหลายรูปแบบเช่นเดียวกับองค์กรขนาดใหญ่

K-global Factoring

บริการของแฟคเตอร์িংกสิกรไทยครอบคลุมถึงบริการแฟคเตอร์িংระหว่างประเทศ ด้วยเครือข่ายของ Factors Chain International (FCI) (แฟคเตอร์ เซน อินเตอร์เนชั่นแนล) ซึ่งเป็นองค์กรกลางสำหรับผู้ให้บริการแฟคเตอร์ิงอิสระทั่วโลก

K-EAuiPMENT Finance

บริษัท แฟคเตอร์িংกสิกรไทย จำกัด ให้การสนับสนุนเงินทุนระยะปานกลาง ในรูปแบบของสินเชื่อเพื่อจัดหาเครื่องจักร ทั้งสัญญาเช่าแบบลีสซิ่ง และสัญญาเช่าซื้อ โดยมีบริษัทขนาดกลางในประเทศ และบริษัทข้ามชาติเป็นกลุ่มเป้าหมาย

หน้าที่ของแฟคเตอร์িং

การขายบัญชีลูกหนี้ (Factoring) เป็นสินเชื่อทางธุรกิจประเภทหนึ่งซึ่งเกิดจากการรับซื้อลูกหนี้การค้า โดยรวมเอาความคุ้มครองด้านเครดิต การให้กู้ยืมเงิน การบริหารบัญชีลูกหนี้ และการเรียกเก็บเงิน เข้ามาอยู่ด้วยกัน KFactoring สามารถให้บริการทั้งภายในประเทศและครอบคลุมถึงบริการระหว่างประเทศ

บริการแฟคเตอร์িংทำงานอย่างไร

เป็นการทำสัญญาระหว่างผู้รับซื้อลูกหนี้การค้า (บริษัทแฟคเตอร์িং) และผู้ขายลูกหนี้การค้า (บริษัทลูกค้า) โดยบริษัทลูกค้าจะยินยอมให้บริษัทแฟคเตอร์িংรับผิดชอบเก็บเงินจากลูกหนี้และดำเนินการติดตามหนี้จากลูกหนี้ รวมทั้งการค้าประกันหนี้ หากลูกหนี้ล้มละลายหรือไม่สามารถจ่ายเงินได้ บริษัทแฟคเตอร์িংจะยังคงจ่ายเงินให้บริษัทลูกค้า KFactoring สามารถให้บริการแก่บริษัทลูกค้าที่อยู่ต่างประเทศ โดยผ่านเครือข่ายพันธมิตร (Affiliate) ของบริษัทฯ กว่า 206 แห่ง ใน 59

ประเทศทั่วโลก หากวงเงินสินเชื่อหมุนเวียนรูปแบบเดิมจากธนาคารเกิดติดขัด สามารถนำลูกหนี้ การเข้ามาขอวงเงินสินเชื่อแฟคเตอริงจากบริษัทฯ ได้

วงเงินแฟคเตอริงคืออะไร

- เป็นวงเงินหมุนเวียนตามอายุของลูกหนี้การค้า
- ให้เงินล่วงหน้าร้อยละ 70 - 90 ของยอดหนี้
- ขนาดของวงเงินยึดหยุ่นตามยอดลูกหนี้ เพิ่มได้ตามยอดขายที่เติบโต
- ให้บริการจัดเก็บหนี้ ทำรายงานอายุหนี้ ตรวจสอบเช็คคุณภาพลูกหนี้
- ไม่ต้องการหลักประกันอื่นนอกจากการโอนสิทธิเรียกร้องการรับเงินตามยอดหนี้ที่มาจาก และการค้าประกันโดยเจ้าของธุรกิจ/ผู้ถือหุ้นหลัก

เงื่อนไขและขั้นตอนการขอวงเงิน

- เป็นนิติบุคคลค้าขายกับนิติบุคคลด้วยกัน
- ทำธุรกิจที่มีการให้ระยะเวลาเครดิตกับลูกค้าไม่เกิน 150 วัน
- การค้าอยู่ในระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม
- มีประวัติการทำธุรกิจ 2 - 3 ปี
- มีการวิเคราะห์สินเชื่อเพื่อจัดตั้งวงเงินให้

ประโยชน์ของแฟคเตอริง

- สามารถนำลูกหนี้การค้ามาขอเงินล่วงหน้าได้
- ช่วยให้มีความหมุนเวียนเพิ่มขึ้น ทำให้บริหารธุรกิจได้ดีขึ้น
- ไม่ต้องการหลักประกันที่เป็นทรัพย์สินอื่น
- วงเงินเติบโตได้ตามยอดขาย
- มีบริการจัดเก็บหนี้ จัดทำรายงานอายุหนี้ และการประเมินคุณภาพลูกหนี้

2. หลักทรัพย์จัดการกองทุนสิทธิไทย KASIKORN ASSET MANAGEMENT

- 2.1 การที่สำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. ได้อนุมัติให้จัดตั้งและจัดการกองทุนรวมที่ปรากฏ อยู่ใน เว็บไซต์ นี้ มิได้เป็นการ แสดงว่า คณะกรรมการ ก.ล.ต. และสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. ได้รับรองถึงความถูกต้องของข้อมูลในหนังสือชี้ชวน และ มิได้ประกัน ราคาหน่วยลงทุนที่เสนอขาย

- 2.2 การลงทุนในหน่วยลงทุนมิใช่การฝากเงิน และมีความเสี่ยงของการลงทุน ผู้ถือหน่วยลงทุนอาจได้รับเงินลงทุนคืนมากกว่า หรือน้อยกว่าเงินลงทุนเริ่มแรกก็ได้และอาจไม่ได้รับชำระเงินค่าขายคืนหน่วยลงทุนภายในระยะเวลาที่กำหนด หรืออาจไม่สามารถขายคืนหน่วยลงทุนได้ (กรณีกองทุนเปิด) ตามที่ได้มีคำสั่งไว้
- 2.3 ผลการดำเนินงานในอดีตของกองทุนมิได้เป็นสิ่งยืนยันถึงผลการดำเนินงานในอนาคต
- 2.4 การลงทุนย่อมมีความเสี่ยง ผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจลงทุน
- 2.5 ผู้สนใจลงทุนควรศึกษาข้อมูลในหนังสือชี้ชวน ให้ถี่ถ้วนเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุน และเก็บไว้เป็นข้อมูล เพื่อใช้อ้างอิงในอนาคต อย่างไรก็ตามก่อนตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุน ผู้สนใจลงทุนควรศึกษาข้อมูล ในหนังสือชี้ชวนที่เป็นข้อมูลล่าสุดก่อนทุกครั้ง ทั้งนี้ สำหรับผู้ที่ต้องการทราบข้อมูล หรือรายละเอียดเพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ปรากฏใน เว็บไซต์ นี้ สามารถตรวจสอบหรือ ขอสำเนาหนังสือชี้ชวน ส่วนข้อมูลโครงการได้ที่บริษัทจัดการหรือตัวแทน
- 2.6 ผู้ลงทุนสามารถตรวจสอบข้อมูลที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน เช่น การทำธุรกรรมกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง (Connected person) และการลงทุนตามอัตราส่วนที่กำหนดในวัตถุประสงค์การลงทุน เป็นต้น ได้ที่สำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. หรือโดยผ่านเครือข่าย Internet ของสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. (<http://www.sec.or.th>)
- 2.7 บริษัทจัดการอาจลงทุนในหลักทรัพย์ หรือ ทรัพย์สินอื่น เพื่อบริษัทจัดการ เช่นเดียวกับที่บริษัทจัดการลงทุนในหลักทรัพย์ หรือ ทรัพย์สินอื่นเพื่อกองทุนตามหลักเกณฑ์ ที่สำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต.กำหนด ทั้งนี้ผู้ที่สนใจจะลงทุน ที่ต้องการทราบข้อมูลการลงทุน เพื่อบริษัทจัดการในรายละเอียด สามารถขอข้อมูลได้ที่ บริษัทจัดการ ตัวแทน และสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต.
- 2.8 บริษัทจัดการอนุญาตให้พนักงานลงทุนในหลักทรัพย์เพื่อตนเองได้ โดยจะต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณ และประกาศต่างๆ ที่สมาคมบริษัทจัดการลงทุนกำหนด และจะต้องเปิดเผยการลงทุนดังกล่าวให้บริษัทจัดการทราบ เพื่อที่บริษัทจัดการจะสามารถกำกับและดูแลการซื้อขายหลักทรัพย์ของพนักงานได้
- 2.9 ข้อมูลที่ปรากฏอยู่ใน เว็บไซต์นี้บริษัทได้จัดทำและรวบรวมขึ้นด้วยความสุจริต และพยายามจัดทำขึ้น บนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้เป็นข้อมูลที่ถูกต้อง แต่บริษัทและผู้บริหาร รวมถึงพนักงานเจ้าหน้าที่ของบริษัทมิอาจรับประกันความถูกต้อง ครบถ้วน หรือความน่าเชื่อถือของข้อมูลดังกล่าวได้ ทั้งนี้ อาจมีสาเหตุมาจาก ข้อมูลนั้นเอง หรืออาจมาจากสาเหตุอื่น ๆ ดังนั้น หากผู้ลงทุนจะใช้ข้อมูลที่ปรากฏอยู่ใน

- เว็บไซต์นี้เพื่อการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ผู้ลงทุนควรใช้ด้วยความรอบคอบ หรือใช้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ ประกอบการพิจารณาด้วย
- 2.10 การวัดผลการดำเนินงาน ของกองทุนบนเว็บไซต์นี้ ได้จัดทำขึ้นตามมาตรฐาน การวัดผลการดำเนินงาน ของกองทุนรวม ของสมาคมบริษัทจัดการลงทุน
 - 2.11 บริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไข ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลใดๆใน เว็บไซต์ นี้ได้ โดยไม่จำเป็นต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้าแต่อย่างใด
 - 2.12 บริษัทและผู้บริหาร รวมถึงพนักงานเจ้าหน้าที่ของบริษัท ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่รับผิดชอบ ต่อความเสียหายทุกกรณี ที่เกิดขึ้นกับข้อมูล หรือ ระบบสื่อสารของผู้เข้าเยี่ยมชมหรือผู้ลงทุน อันเนื่องมาจากการเข้ามาใช้เว็บไซต์นี้ และหรือ เว็บไซต์ที่ร่วมกิจกรรมกับบริษัท
 - 2.13 เว็บไซต์ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศที่ Links อยู่ในเว็บไซต์นี้ บริษัทจัดรวบรวมขึ้นเพื่อความสะดวก ในการเข้าไปชมเว็บไซต์เท่านั้น ดังนั้นการที่เว็บไซต์ดังกล่าวเสนอข้อมูล ความรู้ แนวคิด หรือเสนอการให้บริการ หรือการเสนอขายสินค้าต่างๆ ที่มีอยู่ในเว็บไซต์ ดังกล่าวต่อผู้ที่สนใจเข้าชมเว็บไซต์นั้น โดยเฉพาะเว็บไซต์ต่างประเทศบางแห่งในปัจจุบันอาจจะยังไม่สามารถให้บริการ หรือเสนอขายสินค้าต่างๆ ในประเทศไทยได้ ผู้เข้าชมหรือรับบริการหรือซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ดังกล่าวควรต้องศึกษาและตรวจสอบข้อมูล โดยละเอียดก่อนตัดสินใจรับบริการ ซื้อสินค้า หรือดำเนินการใดๆ บริษัทไม่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลหรือการเสนอให้บริการ หรือการเสนอขายสินค้าต่างๆ รวมทั้งไม่รับรองความถูกต้องของข้อมูลหรือการเสนอให้บริการ หรือการเสนอขายสินค้าที่มีอยู่ในเว็บไซต์นั้น
 - 2.14 ในกรณีที่ผู้เยี่ยมชม เว็บไซต์ ของบริษัทได้ออกจาก เว็บไซต์ ของบริษัทไปยัง เว็บไซต์ อื่นๆ ที่มี links อยู่ใน เว็บไซต์ ของบริษัท บริษัทขอเรียนว่า เว็บไซต์ เหล่านั้นอาจมิได้อยู่ ภายใต้การควบคุมของ พ.ร.บ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 และ บริษัทอาจ จะยังมีได้สำรวจ ถึงการบริการ ข้อมูล หรือสินค้าของบริษัทนั้นๆ ดังนั้น บริษัทจึงมิ สามารถ รับประกันความถูกต้องครบถ้วน ของข้อมูลดังกล่าว และ รับผิดชอบต่อความเสียหายต่างๆที่เกิดขึ้น

3. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย KASIKORN RESEARCH CENTER

บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KASIKORN Research Center Company Limited: KResearch) กิจการในเครือธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จัดทะเบียนจัดตั้งเมื่อ 16 ธันวาคม 2537 และเปิดดำเนินการเมื่อ 1 มกราคม 2538 เพื่อดำเนินงานทางวิชาการ โดยมีโครงสร้างองค์กรรองรับกิจกรรมการวิจัยในแต่ละด้าน ดังนี้

- ฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจจุลภาค
- ฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจมหภาค
- ฝ่ายวิจัยการเงินการธนาคาร
- ฝ่ายวิจัยการลงทุนภูมิภาค
- ฝ่ายแปลภาษาต่างประเทศ
- ฝ่ายงานสนับสนุนองค์กร

ก่อนเป็นนิติบุคคล KResearch เป็นเพียงหน่วยงานย่อยในสังกัดสำนักบริหารของธนาคารกสิกรไทยมาตั้งแต่ปี 2513 รับผิดชอบงานศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ และภาวะการเงินการธนาคาร ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเสนอข่าวสารแก่ผู้บริหารของธนาคารฯ โดยตรง

ต่อมาได้ยกฐานะขึ้นเป็นส่วนวิชาการ สำนักบริหาร โดยเพิ่มภารกิจในการจัดทำรายงานทางวิชาการที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าและสาธารณชนทั่วไปนอกเหนือจากการเป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการแก่ฝ่ายงานต่าง ๆ ของธนาคาร จัดทำ 'สรุปข่าวธุรกิจ' รายปี ภายใต้มีเนื้อหาสาระด้านเศรษฐกิจทั่วไป ภาวะอุตสาหกรรม เกษตรกรรม การเงินการธนาคาร และเศรษฐกิจต่างประเทศ ออกเผยแพร่ และจัดทำ 'เอกสารวิชาการ' เฉพาะเรื่องเป็นประจำทุกปี

ปี 2527 เลื่อนฐานะขึ้นเป็นฝ่ายวิชาการ พร้อมกับขยายขอบข่ายการศึกษางานวิจัยให้กว้างขวางขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ธนาคารและสาธารณชนทั่วไปมากยิ่งขึ้น

ปี 2537 ธนาคารฯ ได้แยกฝ่ายวิชาการออกมาจัดตั้งเป็นนิติบุคคลเพื่อให้เกิดความคล่องตัวสามารถตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกเศรษฐกิจ และธุรกิจการเงินการธนาคารได้ทันการณ์ โดยเฉพาะความเป็นอิสระในการศึกษางานวิจัยแขนงต่างๆ ได้อย่างเต็มที่

เกี่ยวกับงานวิจัย K-Econ Analysis

เป็นบริการที่รวบรวมรายงานวิเคราะห์วิจัย ทั้งในภาคเศรษฐกิจระดับจุลภาค มหภาค ภาคการเงิน และภาคเศรษฐกิจต่างประเทศ โดยเน้นกระแสของข่าวสารข้อมูลที่กำลังเป็นที่จับตามองในขณะนั้น นอกจากนี้ ยังประกอบด้วยดัชนีเศรษฐกิจ รายงานภาวะตลาดเงินและตลาดทุน ตลอดจนภาวะเงินตราต่างประเทศ บริการนี้ประกอบด้วยรายงานต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- เศรษฐกิจมหภาค
- เกษตรกรรม
- อุตสาหกรรม
- พลังงาน
- ธุรกิจบริการ
- การลงทุน
- อสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง
- การท่องเที่ยว
- การค้า
- ตลาดเงินตลาดทุนและสถาบันการเงินไทย
- การคลังไทย
- เศรษฐกิจและการเงินต่างประเทศ
- สังคม
- อื่นๆ
- ภาวะตลาดเงินและตลาดทุนรายสัปดาห์
- ภาวะเงินตราต่างประเทศรายสัปดาห์
- Macro Economic Indicators
- Sectoral Economic Indicators
- Finance and Banking Indicators
- International Economic Indicators

K-Business Analysis

เป็นบริการเสริมรูปแบบเฉพาะสำหรับลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ซึ่งรวบรวมข้อมูลและบทวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจ การเงิน ตลาดหุ้น การค้าการลงทุน FTA เศรษฐกิจจีน ภาคสังหาริมทรัพย์ พลังงาน ยานยนต์ ฯลฯ เนื้อหาแบ่งเป็นบทวิเคราะห์รายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน (สงวนสิทธิ์การรับข้อมูลเฉพาะลูกค้าที่มีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไขของธนาคารฯ)

4. หลักทรัพย์กสิกรไทย KASIKORN SECURITIFS

หลักทรัพย์กสิกรไทย ... คำตอบทางการเงินที่ครบวงจร พร้อมความเป็นเลิศของบริการ บริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทยเป็นบริษัทในเครือธนาคารกสิกรไทย ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทที่ให้บริการด้านการเงินชั้นนำของไทย มีโครงสร้างอันแข็งแกร่งจากประสบการณ์ ผลงาน และความเชี่ยวชาญอันยาวนานในธุรกิจการเงินการธนาคาร

บริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทยเป็นบริษัทรับอนุญาตที่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการด้านการเงินแบบครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นการให้คำปรึกษาด้านพาณิชย์ การรับประกันและจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ ตลอดจนการเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ โดยบริษัทเป็นสมาชิกของศูนย์รับฝากหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และจดทะเบียนเป็นโบรกเกอร์หมายเลข 11 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ภายใต้รากฐานและชื่อเสียงของเครือธนาคารกสิกรไทย บริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทยจึงสามารถให้บริการด้านการเงินและการลงทุนที่เหนือกว่า ด้วยการสนับสนุนอย่างแข็งแกร่งจากบริษัทต่าง ๆ ในเครือ รวมถึงความร่วมมือจากศูนย์วิจัยกสิกรไทยซึ่งพร้อมด้วยข้อมูลต่างๆ ที่ช่วยเสริมคุณภาพของบทวิจัยของเราให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น พร้อมทั้งช่วยให้ลูกค้าสามารถมองเห็นปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการลงทุน นอกจากนี้ ยังมีข้อมูลเชิงเศรษฐศาสตร์มหภาค ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนแนวโน้มทางการตลาดที่สำคัญต่างๆ ที่บริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทย จะได้รับจากธนาคารกสิกรไทย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของคุณภาพการแนะนำทางการเงินแก่ลูกค้า

ทีมบริหารและบุคลากร

บุคลากร บริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทย ประกอบด้วยทีมงานที่มีความเป็นเลิศทั้งด้านความรู้ และผ่านการอบรมที่เน้นให้มีความเข้าใจด้านการเงินและธุรกิจอย่างลึกซึ้ง นอกจากนี้ ทีมงานพาณิชย์ของเราคือกลุ่มบุคลากร ที่เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ ที่ธนาคารกสิกรไทยได้รับ

เลือกให้เป็น Best Bond House ในปี 2547 อันเป็นเกียรติประวัติที่เราภาคภูมิใจอย่างยิ่ง ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นสิ่งพิสูจน์มาตรฐานในด้านคุณภาพและบริการที่เป็นเลิศของบริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทย

วาทิชนกิจ

ธุรกิจวาทิชนกิจของบริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทย ยึดมั่นในจุดยืนการเป็นผู้ให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้าอย่างครบวงจรตามแนวคิด Customer Centric ซึ่งถือเอาลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ภายใต้มาตรฐานบริการระดับสากล โดยให้บริการทั้งในด้านที่ปรึกษาทางการเงิน และด้านการนำเสนอแผนงานหรือทางออกทางการเงิน

นายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์

บริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทยดำเนินธุรกิจนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์แก่ลูกค้าประเภทบุคคลและสถาบัน โดยมุ่งมั่นให้คำแนะนำการลงทุนแก่ลูกค้าด้วยการนำปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยด้านเทคนิคมาพิจารณาประกอบ พร้อมอ้างอิงข้อมูลจากฝ่ายวิเคราะห์และนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่มีความรู้และได้รับการฝึกอบรมในด้านการซื้อขายหลักทรัพย์

วิเคราะห์วิจัยหลักทรัพย์

ฝ่ายวิเคราะห์วิจัยหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทย ครอบคลุมการวิเคราะห์ข้อมูลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และข้อมูลอุตสาหกรรม ภาพรวมเศรษฐกิจมหภาค แนวโน้มตลาด ตลอดจนปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุน เพื่อเผยแพร่เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจดำเนินธุรกิจและลงทุนแก่ลูกค้า

5. ลีสซิ่งกสิกรไทย KASIKORN LEASING

บริษัท ลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด (KASIKORN LEASING Co., Ltd.: KLeasing) 1 ใน 5 กิจการในเครือธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2548 เพื่อให้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อแก่ลูกค้าบุคคลและนิติบุคคล อาทิ K-Auto Finance (สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กสิกรไทย) K-Dealer Floorplan (สินเชื่อเพื่อผู้แทนจำหน่ายรถยนต์กสิกรไทย) K-Financial Lease (สินเชื่อสัญญาเช่าทางการเงินกสิกรไทย) และ K-Car CashBack (สินเชื่อรถยนต์เพื่อเงินสดกสิกรไทย) โดยมี บมจ. ธนาคารกสิกรไทย (KBank) เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ร้อยละ 99.99

ส่วนที่ 2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด : กรณีศึกษาสาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้ผู้ทำวิจัยได้นำเอาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นหลักให้งานวิจัยนี้มีความน่าเชื่อถือและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ร่วมงานวิจัยนี้ไปศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม โดยนำทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้า พฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์ทางการตลาด และอีกหลาย ๆ ทฤษฎี ซึ่งพอจะนำมาอธิบายได้ดังนี้

ส่วนที่ 3 ความหมายแนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความหมายของความคิดเห็น

วิรัชญ์ คงจะจันทร์ (2524) ได้ให้ความหมายความคิดเห็นว่า หมายถึง การแสดงออกของทัศนคติโดยคำพูด

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) ได้ให้คำจำกัดความของความคิดเห็นว่า เป็นการแสดงออกทางด้านทัศนคติอย่างหนึ่ง การแสดงความคิดเห็นมักจะมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบและเป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

เสนาะ ดิยาว (2527) ได้ให้ความหมายความคิดเห็นว่า หมายถึง เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการที่ได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งนั้น ไม่ว่าจะข้อมูลนั้นมีหลักฐานอ้างอิงหรือไม่จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นพอสรุปได้ว่า ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกด้านความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ด้วยการพูด เขียน หรือปฏิบัติใดๆ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

อุทัย (2519) ได้กล่าวว่า ความคิดเห็นของมนุษย์คนเรามีหลายระดับ คือ ระดับผิวเผินและอย่างลึกซึ้ง กล่าวคือ ความคิดเห็นที่เป็นทัศนคตินี้เป็นความคิดเห็นอย่างลึกซึ้ง และติดตัวไปเป็นเวลานาน ๆ ซึ่งเป็นความคิดทั่ว ๆ ไป ไม่เฉพาะเจาะจงเป็นความคิดที่มีในตัวบุคคลทุกคน ส่วนความคิดเห็นเฉพาะอย่างจะมีอยู่ในตัวในระยะเวลาสั้น ๆ เรียกว่า Opinion

บุญธรรม (2520) กล่าวว่า iva ว่า ความคิดเห็นของบุคคลจะมีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะประจำตัวของแต่ละบุคคล เช่น พื้นความรู้ ประสบการณ์ในการทำงาน การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้บุคคลและกลุ่มมีความคิดเห็นไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ทั้งนี้เพราะพื้นฐานความรู้เป็นขบวนการทางสังคมที่ได้รับจากการศึกษามาเป็นเวลานานหลายปีย่อมเป็นรากฐานก่อให้เกิดความคิดเห็นต่อสังคมใดสังคมหนึ่งโดยเฉพาะ

ทวี (2520) ได้กล่าวไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกซึ่งความรู้สึกที่มีอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง และทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือสถานการณ์ เป็นต้น ความคิดอาจจะแสดงไปในทางบวก หรือเห็นด้วย และเป็นไปในทางลบหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

สุชา (2524) กล่าวว่า ความคิดเห็นคือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง แต่จะเป็นความรู้สึกที่ไม่ลึกซึ้งเหมือนกับทัศนคติ โดยที่คนเราจะมีความคิดแตกต่างกันไปหรือความคิดเห็นเป็นความคิดเห็นเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ

กมลรัตน์ (2527) ได้สรุปว่า ความคิดเห็นเป็นเพียงการแสดงออกที่เกิดจากความรู้สึกภายในต่าง ๆ โดยที่ความรู้สึกนั้นอาจจะเป็นเพียงเจตคติ ความเชื่อหรือค่านิยม ถ้ามองในแง่ของพฤติกรรมทางจิตวิทยา ก็จะกล่าวไว้ว่า เจตคติ ความเชื่อ หรือค่านิยม เป็นพฤติกรรมภายนอกที่ผู้อื่นสามารถรู้หรือสังเกตได้ นอกจากตัวของเขาเองแต่ความคิดเป็นเพียงพฤติกรรมภายนอกที่ผู้อื่นสามารถรู้หรือสังเกตได้ ดังนั้น บุคคลที่มีเจตคติ ความเชื่อ หรือค่านิยมอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลาย ๆ อย่างรวมกันแต่ถ้าเขาไม่แสดงความคิดเห็นออกมาก็ไม่สามารถทราบได้เลยว่าเขามีเจตคติ ความเชื่อ หรือค่านิยมแบบ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) กล่าวว่า อายุ มีผลต่อเจตคติของบุคคล ส่วนใหญ่มักปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไปได้ยาก ซึ่งทำให้มีผลต่อเจตคติของเขาเอง นอกจากอายุแล้วยังมีตัวแปรอื่นๆอีกมากมาย เช่น ปฏิกริยาของบุคคลต่อสิ่งเร้า ข่าวสาร เป็นต้น บุคคลที่แตกต่างกัน จะมีปฏิกริยาไม่เหมือนกัน ผลที่จะมีต่อการเปลี่ยนแปลงเจตคติ ความคิด ย่อมแตกต่างกันไปด้วยดังนั้นความคิดเห็นของบุคคลที่แสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะการยอมรับหรือปฏิเสธขึ้นอยู่กับสภาพ ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งตัวแปรเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็น

การติดตามและประเมินผล

ความหมายของการติดตามและประเมินผล

จำเนียร (2531) กล่าวว่า การติดตาม ประเมินผล หมายถึง การวัดผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน โครงการหรือกิจกรรมในช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ สำหรับแต่ละกิจกรรมหรือโครงการว่าได้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้หรือไม่ จากนั้นนำมาประเมินค่าออกมาเป็นผลการปฏิบัติงาน เช่น ดีมาก ดี พอใช้ และใช้ไม่ได้ หรือเป็นระดับคะแนน เป็นต้น

ชาญ (2540) กล่าวว่า การประเมินผล หมายถึง กระบวนการที่ใช้ดุลพินิจและหรือ ค่านิยมในการพิจารณาตัดสินคุณค่าความเหมาะสมความคุ้มค่าหรือสัมฤทธิ์ของเหตุการณ์ โครงการ หรือ สิ่งอื่นใด หลังจากการเปรียบเทียบผลที่วัดโดยวิธีการใด ๆ ก็ตาม กับเป้าหมาย วัตถุประสงค์ หรือ หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้

นิสา(2531) กล่าวว่า การประเมินผลโครงการ หมายถึง กิจกรรมการเก็บรวบรวม ข้อมูลการวิเคราะห์ ความหมายข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความต้องการ การหาแนวทางวิธีการปรับปรุง วิธีการจัดการเกี่ยวกับโครงการ และหาผลที่แน่ใจว่าเกิดจากโครงการเพื่อเป็นการเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพของโครงการให้ดียิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1. ความพึงพอใจของลูกค้า

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 45) ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นระดับความรู้สึกลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของคุณสมบัติผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้า (Kotler, 1994, P 98) ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของคุณสมบัติผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) การสร้างคุณค่าเพิ่มจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total quality) คุณค่าที่มอบให้ลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่คือราคาสินค้า (Price) นั่นเอง

2. ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (Hierarchy of needs)

มาสโลว์ (ทักซ์คิล ฉัตรแก้ว, 2542, หน้า 32-34) มองความต้องการของมนุษย์เป็นลักษณะลำดับขั้นจากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด และสรุปว่าเมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองจะมีความต้องการอื่นในระดับสูงต่อไป ขั้นของความต้องการไล่เรียงตั้งแต่ขั้นแรกจนถึงขั้นสูงสุดมีอยู่ 5 ขั้นด้วยกัน คือ

ขั้นที่ 1 ความต้องการของร่างกาย (The Physiological Needs)

เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น คนเราต้องการอากาศเพื่อหายใจ ต้องการน้ำและอาหาร ต้องการนอนหลับพักผ่อน ไม่ชอบความเจ็บปวด รวมถึงความต้องการทางเพศ ขั้นที่ 1 นี้เป็นความต้องการพื้นฐานทุกประเภท

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง (The Safety & Security Needs)

หากตอบสนองความต้องการขั้นที่หนึ่งได้แล้วก็จะเริ่มรู้สึกสนใจด้านความปลอดภัย ต้องการการปกป้องหรืออีกนัยหนึ่งเป็นความต้องการเพื่อบรรเทาความกลัวและกังวล ความต้องการนี้คือ ความต้องการบ้านที่ปลอดภัย การงานที่มั่นคง แผนการดำรงชีวิตหลังจากถึงกำหนดออกจากงานแล้ว หรือการมีกรรมธรรม์ประกันชีวิต และประกันภัยฯ

ขั้นที่ 3 ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (The Love and Belonging Needs)

ความต้องการถัดมาหลังจากสองขั้นแรกได้รับการตอบสนองแล้วจะเป็นความต้องการความรักและความผูกพัน แต่ละคนจะเริ่มมีความรู้สึกอยากมีเพื่อนสนิท มีคนรัก และเป็นที่รักของทุกคน หากมองในแง่ร้าย ก็คือ การกลัวการอยู่โดดเดี่ยว และไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม ในชีวิตประจำวันความต้องการขั้นนี้จะแสดงออกด้วยความต้องการที่จะแต่งงาน มีครอบครัว การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นสมาชิกของชมรมต่างๆ

ขั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (The Esteem Needs)

มาสโลว์ให้ความหมายไว้ 2 ประการ คือ ความต้องการการยกย่องแบบต่ำและแบบสูง แบบแรกเป็นความต้องการความเคารพจากผู้อื่น ต้องการมีหน้ามีตาทางสังคม มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม แบบที่สอง คือ ความต้องการความเคารพตัวเองที่จะเป็นคนที่มีความมั่นใจ ต้องการเอาชนะ อิสระ ยืนได้ด้วยตนเอง สาเหตุที่ความต้องการแบบที่สองนี้เป็นแบบที่สูงกว่า ก็เพราะเมื่อมีความรู้สึกเคารพตัวเองแล้วยากที่จะสูญเสียไปไม่เหมือนแบบแรก

ความต้องการใน 4 ขั้นแรก มาสโลว์ เรียกว่าเป็น Deficit Need หรือ D-need ถ้าไม่สามารถตอบสนองได้เพียงพอเราจะรู้สึก “ต้องการ” อยู่ทุกครั้งไป แต่เมื่อความต้องการแต่ละระดับถูกตอบสนองเราก็ไม่รู้สึกอะไร หรืออีกนัยหนึ่งไม่มีแรงจูงใจอะไรที่ทำให้เราต้องการเหมือนกับคำพูดที่ว่า “เราไม่คิดถึงน้ำจนกระทั่งรู้สึกว่าจะกระหายน้ำ”

ขั้นที่ 5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization)

มาสโลว์ เรียกความต้องการระดับนี้ว่า “Growth Motivation” หรือ “Being Needs (B-needs)” ซึ่งตรงข้ามกับ “D-needs” เป็นความต้องการที่เมื่อเริ่มรู้สึกแล้วจะรู้สึกต่อไปเรื่อย ๆ และถ้าเราตอบสนองความต้องการนี้แล้วมันก็จะมีพลังขึ้นอีก ความต้องการนี้ คือ ความปรารถนาที่จะเป็นที่ตนเองอยากจะเป็นคนที่สมบูรณ์แบบเท่าที่ตนเองจะทำได้ ซึ่งความต้องการนี้จะไม่เกิดขึ้นถ้าความต้องการที่ต่ำกว่าไม่ได้รับการตอบสนองมากเพียงพอ เพราะถ้ารู้สึกหิวก็ต้องหาอาหารมาตอบสนองก่อน ถ้าไม่มีความรู้สึกภูมิใจในตนเองก็ต้องสู้เพื่อให้ได้มาหรือหาอย่างอื่นมาทดแทน ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองก็จะไม่มีกำลังที่จะไปเติมเต็มความต้องการขั้นที่ 5 ตัวอย่างบุคคลที่ประสบความสำเร็จในชีวิตในความหมายของมาสโลว์ ก็คือ อับราฮัม ลินคอล์น โทมัส เจฟเฟอร์สัน มหาตมาคานธี อัลเบิร์ต ไอสไตน์ ประธานาธิบดีรูสเวลต์ เป็นต้น คนเหล่านี้มีความเหมือนที่ลักษณะเฉพาะตัว คือเป็นคนลักษณะ Reality centered หมายถึง สามารถแยกแยะได้ว่าอะไรคือของปลอม อะไรคือความหลอกลวง และอะไรคือความจริง และเป็นคนที่มีลักษณะ Problem-centered หมายความว่า คนเหล่านี้มองชีวิตคือความยากลำบาก หรือเป็นปัญหาที่ต้องการ

การแก้ไขไม่ปล่อยให้ปัญหาผ่านไป นอกจากนั้นพวกเขายังมีมุมมองที่แตกต่าง สำหรับการดำเนินชีวิตและเป้าหมาย (Different perception of means and ends) พวกเขาใช้ชีวิตว่าเป้าหมายไม่ได้เป็นตัวกำหนดวิธีการดำเนินชีวิต แต่กลับเห็นว่าวิธีการดำเนินชีวิตต่างหากที่มีความสำคัญมากกว่า เป้าหมายของชีวิตและพวกเขาให้คุณค่ากับประชาธิปไตย (Democratic Value) และมักมีอารมณ์ขัน (Sense of Humor)

แล้วถ้าพวก Self-actualizer ไม่ได้รับสิ่งที่ทำให้พวกเขาอยู่อย่างมีความสุขแล้วจะอย่างไร? คนกลุ่มนี้จะแสดงอาการและสร้างปัญหาขึ้นมากพอที่เขาคิดต้องการ พวกเขาจะรู้สึกกดดัน กังวล หมดหวัง แยกตัวออกจากสังคม

สรุป

จากความหมายของการบริการที่กล่าวมาแล้ว พอจะสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการดำเนินงานใด ๆ ที่บุคคลในฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้กับบุคคลอื่น โดยกิจกรรม หรือการดำเนินงานนั้น ๆ ถูกเสนอไปพร้อมกับสินค้า แต่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งสามารถทำให้เกิดความประทับใจ หรือความคิดเห็นกับผู้รับได้

ส่วนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นาวิ วีระชาณูณรงค์ (2522:บทคัดย่อ อ้างถึงในขณะ กล้าชิงชัย, 2541 : 40) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเงินฝากเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ พบว่าผู้ให้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์มักประสบปัญหาต่าง ๆ กับธนาคารปัญหาที่สำคัญที่สุดได้แก่ ปัญหาด้านบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงออกของพนักงานธนาคารต่อการให้บริการเป็นสาเหตุให้ผู้มาใช้บริการเกิดความไม่พอใจ ส่วนปัญหารองลงไป ได้แก่ ระเบียบต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ บางอย่างก่อให้เกิดความความยุ่งยากต่อผู้ให้บริการมาก การวิจัยครั้งนี้นอกจากจะทราบปัญหาดังกล่าวแล้วยังปรากฏว่าสิ่งจูงใจที่ผู้ให้บริการนิยมมาก ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว ความมั่นคงปลอดภัยของธนาคาร

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยนี้ คือ ธนาคารต้องพัฒนาบุคลากรของธนาคารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการแสดงออกต่อผู้ให้บริการ พนักงานจะต้องใช้ความเอื้อเฟื้อ การปรับปรุงข้อบังคับต่าง ๆ ต่อการให้บริการควรสะดวกมากยิ่งขึ้น และที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือเพิ่มความปลอดภัยให้แก่ผู้บริการที่จะฝาก-ถอนเงินเป็นจำนวนมาก ๆ โดยธนาคารอาจต้องส่งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยแก่ผู้บริการ

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (ทวิ.ซีเทคนิค 2524 : บทคัดย่อ อ้างถึงในขณะกล้าชิงชัย 2541:18) ได้ศึกษาและกำหนดปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการและการบริหารเพื่อก่อให้เกิดความพอใจของลูกค้า พบว่า คุณภาพนั้นมีความหมายกว้างออกไป ไม่ใช่เฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพเท่านั้น แต่หมายถึงการบริการที่มีคุณภาพและการทำงานที่มีคุณภาพด้วย คือ รวมทั้ง Quality Service และ Quality Work ซึ่งคุณภาพจะเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจของลูกค้า เช่น

1. คุณภาพด้านองค์กร คุณภาพจะมุ่งหลัก 5 ส. (New Look: สะอาด สะดวก สะอาด สุขลักษณะ สร้างนิสัย)
2. ด้านพนักงาน คุณภาพจะมุ่งหลัก Q.C. เพื่อพัฒนาพนักงาน พัฒนางานพัฒนาการทำงานเป็นทีม
3. ด้านการบริการ (ตัวสินค้า) คุณภาพจะมุ่งตอบสนองความต้องการต่างๆ ด้าน ทั้งทางกาย ทางใจ และเทคโนโลยีที่นำมาใช้เพื่อความถูกต้องและรวดเร็ว

ดังนั้น สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการอย่างมีคุณภาพนั้น ส่วนมากจะขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สนองตอบความต้องการของมนุษย์ในด้านความเชื่อถือต่อองค์กร บุคลากรการบริการ (ตัวสินค้า) และมูลเหตุชักจูงต่าง ๆ ในการนำมาซึ่งการให้บริการ

สุวดี ศรีเสณวัตติ และคณะฯ (2521) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้มารับบริการต่อ
บริการพยาบาลโรงพยาบาลรามาริบัติ ระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2521-ธันวาคม พ.ศ. 2521 โดย
รวบรวมข้อมูลจากผู้ป่วยที่รับไว้รักษาในโรงพยาบาล จำนวน 500 ราย พบว่าผู้ป่วยที่มีระดับวัยแตก
ต่างกันมีความคิดเห็นและตอบสนองต่อความพึงพอใจบริการของโรงพยาบาลในเกณฑ์เดียวกันและ
ต่างเกณฑ์ กล่าวคือ ความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญและเป็นข้อคำถามที่ทุกกลุ่มตอบ
สนองในเกณฑ์ต่างกัน เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับการให้คำแนะนำ การปฐมพยาบาลและการให้เกียรติผู้
ป่วย สอดคล้องกับการศึกษาของวิภา ครุรงค์พิศิษฏ์กุล (2525:33) พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับระดับ
ความพึงพอใจกล่าวคือ ผู้ป่วยที่มีอายุมากจะมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ป่วยที่มีอายุน้อย และการ
ศึกษาของปิยวรรณ ประจักษ์ชัย (2533:99) ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกต่อบริการ
ของโรงพยาบาลของรัฐ พบว่า ผู้ป่วยที่มีอายุน้อยมีความพึงพอใจระดับสูงมากกว่าผู้ป่วยที่มีอายุมาก

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย ในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ใน 2 ด้าน คือ ด้านอาคารสถานที่ และสิ่งแวดล้อม ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

การกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ ลูกค้ำผู้มาใช้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าในเขต กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง จะใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นที่ 1 เป็นการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Stratified Sampling) โดยแบ่งสาขาของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (จำกัด) ในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 36 สาขา แบ่งออกเป็น 10 กลุ่มโดยจะถือว่าในแต่ละกลุ่มจะมีประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน

ขั้นที่ 2 สุ่มรายชื่อสาขาจากแต่ละกลุ่ม จำนวน 1 สาขาโดยใช้วิธีจับสลาก (Simple Random Sampling) ซึ่งจะได้จำนวนสาขาที่สุ่มได้จำนวน 10 สาขา

ขั้นที่ 3 กำหนดขนาดตัวอย่างของแต่ละสาขา (Quota Sampling) จะได้จำนวน 20 ชุด (200 ชุด/10 สาขา)

ขั้นที่ 4 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บตัวอย่างจากลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในวันจันทร์ ถึง วันอาทิตย์ (สาขาเปิดบริการทุกวัน) โดยผู้ได้รับการสุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง

คำถามในการวิจัย

1. ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับใด
2. ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการด้านการได้รับความสะดวกจากสถานที่และอุปกรณ์ ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับใด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาและการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถามเอง หรือตอบคำถาม โดยให้เจ้าหน้าที่เป็นผู้กรอก จำนวนประชากรสุ่มตัวอย่าง 200 คน เพศชาย และหญิง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยแบ่งกลุ่มข้อมูล เป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการออกแบบสอบถาม โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตอบเอง จำนวนทั้งสิ้น 200 ราย จากการสุ่มตัวอย่างประชากรห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นลูกค้ำผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากแหล่งความรู้ต่างๆ จากการค้นคว้าเอกสาร แผ่นพับ โฆษณา ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หนังสือพิมพ์รายวัน บทความ และเว็บไซต์ หนังสือวิชาการต่าง ๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นในการใช้บริการของสถาบันการเงิน ที่ผ่านมามีด้วย

โครงสร้างแบบสอบถาม

โครงสร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้.

ส่วนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม มี 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการใช้บริการ

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- 1.1.1 ชาย
- 1.1.2 หญิง

1.2 อายุ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- 1.2.1 น้อยกว่า 25 ปี
- 1.2.2 25 ปี ถึง 35 ปี
- 1.2.3 36 ปี ถึง 45 ปี
- 1.2.4 มากกว่า 45 ปี

1.3 อาชีพ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- 1.3.1 นักเรียน/นักศึกษา
- 1.3.2 อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว
- 1.3.3 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- 1.3.4 พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท
- 1.3.5 อื่นๆ

1.4 ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- 1.4.1 มัธยมศึกษาตอนต้น
- 1.4.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
- 1.4.3 อนุปริญญาตรี/ปวส.
- 1.4.4 ปริญญาตรี

1.5 รายได้ต่อเดือน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- 1.5.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 1.5.2 10,000 บาท ถึง 20,000 บาท
- 1.5.3 20,001 บาท ถึง 30,000 บาท
- 1.5.4 30,001 บาท ขึ้นไป

1.6 ระยะเวลาการใช้บริการ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- 1.6.1 ต่ำกว่า 1 ปี
- 1.6.2 1-3 ปี
- 1.6.3 4-5 ปี
- 1.6.4 5 ปี ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 ด้านอาคารสถานที่สิ่งแวดล้อม ได้แก่

2.1.1 รูปแบบตัวอาคาร

2.1.2 การตกแต่งที่ทำการภายในสาขา

2.1.3 ขนาดพื้นที่ทำการสาขากว้างขวางมีเก้าอี้ให้นั่งรอรับบริการเพียงพอ

2.1.4 ความสะอาดของสถานที่และความเป็นระเบียบเรียบร้อย

2.1.5 บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ

2.1.6 บริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย

2.1.7 ทำเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการติดต่อ

2.2 ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์

2.2.1 เก้าอี้พักคอยมีความจำนวนเพียงพอและนั่งสะดวกสบาย

2.2.2 เคาร์เตอร์เขียนแบบฟอร์มต่าง ๆ มีขนาดเหมาะสม

2.2.3 อุปกรณ์ในการเขียนแบบฟอร์ม เช่น ปากกา เครื่องคิดเลข

2.2.4 แท่นกดบัตรคิวมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก

2.2.5 เคาร์เตอร์ในการให้บริการมีขนาดเหมาะสมสวยงาม

2.2.6 เก้าอี้ตอนรับลูกค้านั่งสะดวกสบาย

2.2.7 ป้ายแสดงจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน

2.2.8 การวางตำแหน่งจุดให้บริการต่าง ๆ สามารถเข้ารับบริการสะดวก

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการใช้บริการ เพื่อศึกษาสัดส่วนความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในแต่ละประเภท

ส่วนที่ 2 : ระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในแต่ละประเภท

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สำหรับข้อมูลอื่นที่ลูกค้าผู้ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ต้องการให้มีการปรับปรุงบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistica Package for the Social Science) โดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนาคือ หาค่าร้อยละ (Percentage) และค่ามัชฌิมเลขคณิต

การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ดำเนินการโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย SPSS (Statistica Package for the Social Science) เพื่อคำนวณหาค่าสถิติ ดังนี้

1. หาค่าร้อยละ เพื่อการแจกแจงข้อมูลตัวแปรข้อมูลเบื้องต้น เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการใช้บริการ
2. หาค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัดส่วน หรือร้อยละ เพื่อแจกแจงข้อมูลตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ เช่น การเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้วยเหตุผลต่าง ๆ เช่น รูปแบบอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ระบบงานหรือวิธีการในการปฏิบัติงาน
3. หาค่ามัชฌิมเลขคณิตของปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

การแปลความหมายของคะแนน

สถิติที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์สำหรับเกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยผู้ศึกษาใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงรับเท่า ๆ กันดังนี้

เกณฑ์การวัดค่าระดับอาศัยค่าช่วง (Interval) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{การจัดช่วงระดับคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ผู้ตอบรู้สึกพอใจน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ผู้ตอบรู้สึกพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ผู้ตอบรู้สึกพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ผู้ตอบรู้สึกพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ผู้ตอบรู้สึกพอใจมากที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา มีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

- 1) ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านสถานที่และการบริการ
- 2) ศึกษากรอบแนวคิดที่ศึกษา
- 3) สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตัวแปร
- 4) นำแบบสอบถาม ตรวจสอบพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
- 5) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง ไปทดลองใช้จำนวน 200 ราย เพื่อนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 95
- 6) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง และความเชื่อถือไปใช้เก็บข้อมูลจริงต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

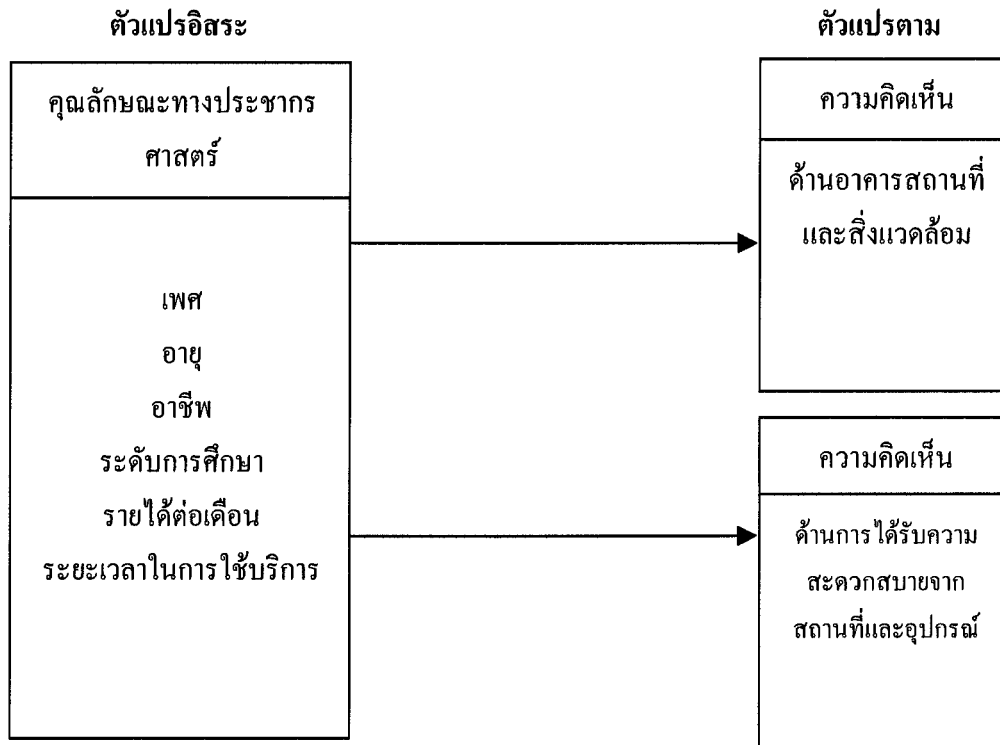
การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ และประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสถานที่และการให้บริการของธนาคารวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยแปลความหมายระดับคะแนนได้ดังนี้

รู้สึกพอใจมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
รู้สึกพอใจมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
รู้สึกพอใจปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
รู้สึกพอใจน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
รู้สึกพอใจน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

สรุป กรอบแนวคิดในการศึกษา (Conceptual Framework)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย ในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
P	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ “ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย มหาชน (จำกัด) ในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร”

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบ “ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย มหาชน (จำกัด) ในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร” ทั้ง 2 ด้าน คือ 1) ด้านคุณภาพของสถานที่ 2) ด้านการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำแนกตามตัวแปร 6 กลุ่ม คือ 1) เพศ 2) อายุ 3) อาชีพ 4) ระดับ

การศึกษา 5)รายได้ต่อเดือน และ 6)ระยะเวลาการใช้บริการโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 200 คน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค โดยนำเสนอในรูปแบบความถี่และร้อยละ ปรากฏดังตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	76	38.00
หญิง	124	62.00
รวม	200	100

จากตารางที่ 1 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศที่ตอบแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 และ เพศหญิงจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00

ตารางที่ 2 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 25 ปี	41	20.50
25-35 ปี	71	35.50
36-45 ปี	57	28.50
มากกว่า 45 ปี	31	15.50
รวม	200	100

จากตารางที่ 2 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 และส่วนน้อยสุดอายุ มากกว่า 45 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50

ตารางที่ 3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	20	10.00
อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	71	35.50
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	69	34.50
พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท	31	15.50
อื่นๆ	9	4.50
รวม	200	100

จากตารางที่ 3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 และส่วนน้อยสุดเป็นอื่น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50

ตารางที่ 4 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	9	4.50
มัธยมตอนปลาย/ปวช.	73	36.50
อนุปริญญา/ปวส.	72	36.00
ปริญญาตรี	46	23.00
รวม	200	100

จากตารางที่ 4 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมตอนปลาย/ปวช. จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และส่วนน้อยที่สุดมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50

ตารางที่ 5 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	3	1.50
3,001-5,000 บาท	12	6.00
5,001-10,000 บาท	70	35.00
10,001 บาทขึ้นไป	115	57.50
รวม	200	100

จากตารางที่ 5 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 และส่วนที่น้อยที่สุด มีรายได้ระหว่าง ต่ำกว่า 3,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

ตารางที่ 6 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ

ระยะเวลาการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	18	9.00
1-3 ปี	51	25.50
4-5 ปี	72	36.00
5 ปี ขึ้นไป	59	29.50
รวม	200	100

จากตารางที่ 6 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารระหว่าง 4-5 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 และ ส่วนน้อยสุดใช้บริการธนาคารต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 7 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการของธนาคาร

ปัจจัยด้านต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม	4.51	0.545
2. ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์	4.48	0.546

จากตารางที่ 7 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจมากที่สุด โดยลูกค้ามีความคิดเห็นด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.51 ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ ค่าเฉลี่ย 4.48

ตารางที่ 8 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. รูปแบบตัวอาคาร	4.53	0.520
2. การตกแต่งที่ทำการภายในสาขา	4.52	0.539
3. ขนาดพื้นที่ทำการของสาขากว้างขวางมีเก้าอี้รอรับบริการเพียงพอ	4.53	0.557
4. ความสะอาดของสถานที่และความเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.53	0.566
5. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	4.56	0.554
6. บริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย	4.50	0.520
7. ทำเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการติดต่อ	4.43	0.563
รวม	4.51	0.545

จากตารางที่ 8 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ปัจจัยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 ในด้านบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.56 รองลงมาคือ รูปแบบตัวอาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.53 , ขนาดพื้นที่ทำการของสาขากว้างขวางมีเก้าอี้รอรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.53 และความสะอาดของสถานที่และความเป็นระเบียบเรียบร้อย 4.53 และถูกค่าให้ลำดับคะแนนน้อยที่สุด ทำเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.43

จากตารางที่ 9 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการของธนาคารฯ ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์

ปัจจัยด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. เก้าอี้พักคอยมีจำนวนเพียงพอและนั่งสะดวกสบาย	4.49	0.558
2. เคาน์เตอร์เขียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม	4.53	0.520
3. อุปกรณ์ในการเขียนแบบฟอร์ม เช่น ปากกา เครื่องคิดเลข	4.46	0.557
4. แท่นกดบัตรคิวมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก	4.57	0.496
5. เคาน์เตอร์ในการให้บริการมีขนาดเหมาะสมสวยงาม	4.47	0.575
6. เก้าอี้ตอนรับลูกค้านั่งสะดวกสบาย	4.51	0.567
7. ป้ายแสดงจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน	4.45	0.556
8. การวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถเข้ารับบริการสะดวก	4.42	0.543
รวม	4.48	0.546

จากตารางที่ 9 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ปัจจัยด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.48 ในด้านแท่นกดบัตรคิวมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมาคือด้านเคาน์เตอร์เขียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.53 และลูกค้าให้ลำดับคะแนนน้อยที่สุดคือ การวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถเข้ารับบริการสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.42

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบ “ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย มหาชน (จำกัด) ในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร” ทั้ง 2 ด้าน คือ 1) ด้านคุณภาพของสถานที่ 2) ด้านการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำแนกตามตัวแปร 6 กลุ่ม คือ 1) เพศ 2) อายุ 3) อาชีพ 4) ระดับการศึกษา 5) รายได้ต่อเดือน และ 6) ระยะเวลาการให้บริการ

เป็นการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย มหาชน (จำกัด) ในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อบุคคลต่อเดือน เพื่อทดสอบสมมติฐานทางวิจัย ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 10

3.1 การทดสอบสมมติฐานการข้อที่ 1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็น ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ดังตาราง

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม

ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. รูปแบบตัวอาคาร	4.61	0.489	4.47	0.532
2. การตกแต่งที่ทำการภายในสาขา	4.57	0.548	4.49	0.533
3. ขนาดพื้นที่ทำการของสาขากว้างขวางมีเก้าอี้รอรับบริการเพียงพอ	4.47	0.599	4.57	0.528
4. ความสะอาดของสถานที่และความเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.59	0.520	4.50	0.591
5. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	4.52	0.576	4.58	0.542
6. บริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย	4.52	0.502	4.48	0.533
7. ทำเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการติดต่อ	4.48	0.528	4.40	0.583
รวม	4.53	0.537	4.49	0.548

จากตารางที่ 10 ความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกเพศ โดยรวมพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นแตกต่างกัน เพศชายมีความรู้สึกพอใจมากที่สุดรูปแบบตัวอาคาร คิดเป็นร้อยละ 4.61 ส่วนเพศหญิงมีความรู้สึกพอใจมากที่สุด บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 4.58 ตามลำดับ

3.2 การทดสอบสมมติฐานการข้อที่ 2 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็น ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ ดังตาราง

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่ และอุปกรณ์	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. เก้าอี้พักคอยมีจำนวนเพียงพอและนั่งสะดวกสบาย	4.56	0.524	4.44	0.574
2. เคาน์เตอร์เขียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม	4.50	0.529	4.54	0.515
3. อุปกรณ์ในการเขียนแบบฟอร์ม เช่น ปากกา เครื่อง คิดเลข	4.51	0.553	4.43	0.559
4. แท่นกบฏครีวมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก	4.59	0.494	4.55	0.498
5. เคาน์เตอร์ในการให้บริการมีขนาดเหมาะสมสวยงาม	4.43	0.618	4.49	0.548
6. เก้าอี้ตอนรับลูกค้านั่งสะดวกสบาย	4.55	0.551	4.48	0.577
7. ป้ายแสดงจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน	4.52	0.576	4.41	0.541
8. การวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถเข้ารับ บริการสะดวก	4.44	0.526	4.41	0.556
รวม	4.51	0.546	4.46	0.546

จากตารางที่ 11 ความความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ โดยรวมพบว่า เพศชายและหญิงมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีความรู้สึกพอใจมากที่สุด ด้านแท่นกบฏครีวมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.59 และ 4.55 ตามลำดับ

3.3 การทดสอบสมมติฐานการข้อที่ 3 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ดังตาราง ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอายุ

ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม	น้อยกว่า 25 ปี		25-35 ปี		36-45 ปี		มากกว่า 45 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. รูปแบบตัวอาคาร	4.63	0.487	4.53	0.556	4.45	0.502	4.51	0.508
2. การตกแต่งที่ทำการภายในสาขา	4.58	0.498	4.45	0.604	4.54	0.502	4.58	0.501
3. ขนาดพื้นที่ที่ทำการของสาขาทั่วขวามมี เก้าอี้รอรับบริการเพียงพอ	4.65	0.529	4.46	0.605	4.49	0.538	4.61	0.495
4. ความสะอาดของสถานที่และความเป็น ระเบียบเรียบร้อย	4.48	0.506	4.53	0.581	4.61	0.559	4.45	0.623
5. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	4.63	0.622	4.50	0.531	4.50	0.538	4.67	0.540
6. บริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย	4.43	0.539	4.47	0.503	4.56	0.500	4.51	0.508
7. ท่าเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการติดต่อ	4.39	0.493	4.43	0.603	4.43	0.535	4.48	0.625
รวม	4.54	0.525	4.48	0.569	4.51	0.525	4.54	0.543

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอายุ พบว่า ทุกช่วงอายุมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่แตกต่างกันไป โดยมีความรู้สึกพอใจมากที่สุดในช่วงอายุน้อยกว่า 25 ปี ด้านขนาดพื้นที่ทำการของสาขาทั่วขวามมีเก้าอี้รับบริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.65, ช่วงอายุ 25-35 ปี รูปแบบตัวอาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.53, ช่วง 36-45 ปี ด้านขนาดพื้นที่ทำการของสาขาทั่วขวามมีเก้าอี้รอรับบริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.61 และช่วงอายุมากกว่า 45 ปี ด้านบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.67

3.4 การทดสอบสมมติฐานการข้อที่ 4 อยู่ที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็น ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ ดังตาราง ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามอายุ

ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์	น้อยกว่า 25 ปี		25-35 ปี		36-45 ปี		มากกว่า 45 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. เกือบทุกคนมีจำนวนเพียงพอและนั่งสะดวกสบาย	4.53	0.552	4.43	0.578	4.54	0.502	4.45	0.623
2. เคนเตอร์เขียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม	4.51	0.553	4.47	0.530	4.54	0.502	4.64	0.486
3. อุปกรณ์ในการเขียนแบบฟอร์ม เช่น ปากกา เครื่องคิดเลข	4.46	0.552	4.50	0.503	4.47	0.600	4.35	0.608
4. แทนกคบัตรคิวมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก	4.53	0.504	4.59	0.495	4.57	0.498	4.54	0.505
5. เคนเตอร์ในการให้บริการมีขนาดเหมาะสมสวยงาม	4.46	0.636	4.43	0.603	4.50	0.538	4.48	0.508
6. เกือบทุกคนรับดูคัมภ์นั่งสะดวกสบาย	4.60	0.493	4.42	0.624	4.54	0.569	4.51	0.508
7. ป้ายแสดงจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน	4.46	0.595	4.35	0.563	4.57	0.498	4.45	0.508
8. การวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถ ใช้งานได้ บริการสะดวก	4.39	0.542	4.47	0.530	4.50	0.570	4.19	0.567
รวม	4.49	0.553	4.45	0.553	4.52	0.535	4.45	0.535

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านการได้รับความสะดวกจากสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามอายุ พบว่า ทุกช่วงอายุมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่แตกต่างกันไป โดยมีความรู้สึกพอใจมากที่สุดในช่วงอายุน้อยกว่า 25 ปี ด้านการถือครองรถจักรยานยนต์มีค่าเฉลี่ย 4.60 , ช่วงอายุ 25-35 ปี ด้านทัศนคติบัตรคิวมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.59, ช่วง 36-45 ปี ฝ่ายแสดงจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.57 และช่วงอายุมากกว่า 45 ปี ด้านการเตรียมแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.64

3.5 การทดสอบสมมติฐานการข้อที่ 5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็น ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ดังตาราง ตารางที่ 14 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำนวนตามอาชีพ

ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม	นักเรียน/นักศึกษา		อาชีพอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัว		ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงาน/ เจ้าหน้าที่บริษัท		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. รูปแบบตัวอาคาร	4.65	0.489	4.50	0.503	4.56	0.527	4.41	0.564	4.55	0.527
2. การตกแต่งที่ทำการภายในสาขา	4.40	0.502	4.49	0.531	4.55	0.582	4.58	0.501	4.66	0.500
3. ขนาดพื้นที่ทำการของสาขา กว้าง ขวาง มีเก้าอี้รอรับบริการเพียงพอ	4.50	0.512	4.49	0.582	4.53	0.557	4.64	0.550	4.55	0.527
4. ความสะอาดของสถานที่และ ความเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.40	0.680	4.52	0.557	4.60	0.574	4.51	0.508	4.44	0.527
5. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	4.35	0.670	4.56	0.603	4.65	0.479	4.54	0.505	4.33	0.500
6. บริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย	4.50	0.512	4.46	0.529	4.50	0.532	4.58	0.501	4.44	0.527
7. ทำเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการ ติดต่อ	4.30	0.470	4.47	0.606	4.43	0.527	4.48	0.569	4.22	0.666
รวม	4.44	0.548	4.49	0.559	4.54	0.540	4.53	0.528	4.45	0.539

จากตารางที่ 14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยมีรัฐวิสาหกิจด้านบริเวณที่จอดรถเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.56 และ 4.65 ตามลำดับ และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความแตกต่างกันด้านรูปแบบตัวอาคาร ค่าเฉลี่ย 4.65, อาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ด้านบริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย ค่าเฉลี่ย 4.58 และอาชีพอื่น ด้านการตกแต่งที่ทำการภายในสาขา ค่าเฉลี่ย 4.66 ตามลำดับ

3.6 การทดสอบสมมติฐานการข้อที่ 6 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็น ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ ดังตาราง ตารางที่ 15 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้าน^{ที่}ได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ จำนวนตามอาชีพ

ด้านการ ^{ที่} ได้รับความสะดวกสบาย จากสถานที่และอุปกรณ์	นักเรียน/นักศึกษา		อาชีพอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงาน/ เจ้าหน้าที่บริษัท		อื่นๆ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D		ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	
1. เก้าอี้พักคอยมีจำนวนเพียงพอและนั่งสะดวกสบาย	4.50	0.512	4.57	0.551	4.47	0.531	4.45	0.567	4.00	0.707
2. เคาน์เตอร์เขียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม	4.40	0.598	4.61	0.488	4.50	0.503	4.41	0.564	4.66	0.500
3. อุปกรณ์ในการเขียนแบบฟอร์ม เช่น ปากกา เครื่องคิดเลข	4.50	0.512	4.45	0.555	4.43	0.555	4.54	0.623	4.44	0.527
4. แท่นกบฏรับกระดาษเขียนเช็คจัดเจน ใช้งานสะดวก	4.60	0.502	4.56	0.499	4.60	0.491	4.51	0.508	4.44	0.527
5. เคาน์เตอร์ในการให้บริการมีขนาดเหมาะสมสวยงาม	4.45	0.604	4.46	0.502	4.43	0.652	4.54	0.567	4.55	0.527
6. เก้าอี้ตอนรับลูกค้านั่งสะดวกสบาย	4.50	0.606	4.49	0.531	4.59	0.523	4.41	0.672	4.33	0.707
7. ป้ายแสดงจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน	4.55	0.510	4.53	0.556	4.40	0.523	4.41	0.564	4.11	0.781
8. การวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถให้บริการสะดวก	4.45	0.604	4.42	0.577	4.42	0.497	4.45	0.567	4.33	0.500
รวม	4.49	0.556	4.51	0.532	4.48	0.534	4.46	0.579	4.35	0.597

จากตารางที่ 15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่านักเรียน/นักศึกษา และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยผู้สันทัดกรณีในเรื่อง แทนกตบัตร์วิทยะเอี่ยมชดเจอน ใช้งานสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.60 และอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว ด้านเคาร์เตอร์เขียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.61 , อาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ด้านอุปกรณ์ในการเขียนแบบฟอร์ม เช่น ปากกา เครื่องคิดเลข ค่าเฉลี่ย 4.54 และอาชีพอื่น ๆ ค่าเฉลี่ย 4.66

3.7 การทดสอบสมมติฐานการข้อที่ 7 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็น ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ดังตาราง ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม	มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.		อนุปริญญาตรี/ปวส.		ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. รูปแบบตัวอาคาร	4.77	0.440	4.53	0.502	4.56	0.526	4.41	0.540
2. การตกแต่งที่ทำการภายในสาขา	4.33	0.707	4.60	0.520	4.50	0.530	4.47	0.547
3. ขนาดพื้นที่ทำการของสาขากว้างขวางมี เก้าอี้รองรับบริการเพียงพอ	4.44	0.726	4.50	0.555	4.56	0.552	4.54	0.545
4. ความสะอาดของสถานที่และความเป็น ระเบียบเรียบร้อย	4.55	0.527	4.54	0.528	4.55	0.553	4.47	0.657
5. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	4.77	0.440	4.53	0.529	4.54	0.603	4.58	0.540
6. บริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย	4.33	0.500	4.46	0.529	4.58	0.496	4.45	0.545
7. ทำเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการติดต่อ	4.44	0.527	4.39	0.520	4.47	0.580	4.43	0.620
รวม	4.51	0.552	4.50	0.526	4.53	0.549	4.47	0.571

จากตารางที่ 16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมจำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวม พบว่า ทุกระดับการศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่แตกต่างกันไประดับมัธยมศึกษาตอนต้นมีความรู้สึกพอใจมากที่สุดด้านรูปแบบตัวอาคาร,ด้านบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.77, ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/วช. ด้านการตกแต่งที่ทำการภายในสาขา ค่าเฉลี่ย 4.60, ระดับอนุปริญญาตรี/ปวส. ด้านบริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย ค่าเฉลี่ย 4.58 และระดับปริญญาตรี ด้านบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.58 ตามลำดับ

3.8 การทดสอบสมมติฐานการข้อที่ 8 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็น ด้านการ ได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ ดังตาราง ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านการ ได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ จำนวนตามระดับการศึกษา

ด้านการ ได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์	มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมตอนปลาย/ปวช.		อนุปริญญาตรี/ปวส.		ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. เก้าอี้พักคอยมีจำนวนเพียงพอและนั่งสะดวกสบาย	4.55	0.527	4.57	0.497	4.43	0.577	4.43	0.620
2. เครื่องเขียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม	4.44	0.527	4.57	0.497	4.48	0.530	4.54	0.545
3. อุปกรณ์ในการเขียนแบบฟอร์ม เช่น ปากกา เครื่องคิดเลข	4.44	0.527	4.41	0.619	4.51	0.530	4.47	0.505
4. เจ้าหน้าที่วิทยุมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก	4.77	0.440	4.54	0.501	4.55	0.500	4.58	0.497
5. เจ้าหน้าที่ในการให้บริการมีขนาดเหมาะสมสวยงาม	4.77	0.440	4.43	0.600	4.47	0.580	4.45	0.545
6. เก้าอี้คอนรับลูกค้านั่งสะดวกสบาย	4.77	0.440	4.53	0.579	4.52	0.530	4.39	0.613
7. ป้ายแสดงจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน	4.00	0.500	4.45	0.553	4.52	0.530	4.43	0.583
8. การวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถให้บริการสะดวก	4.44	0.527	4.49	0.555	4.33	0.503	4.45	0.585
รวม	4.52	0.491	4.49	0.550	4.47	0.535	4.46	0.562

จากตารางที่ 17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมจําแนกตามระดับการศึกษาโดยรวม พบว่าทุกระดับการศึกษา มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกัน ระดับการศึกษาตอนต้น มีความรู้สึกพอใจมากที่สุดด้านเงินทุนอุดหนุนรายละเอียดยศดุษฎีบัณฑิตก, ด้านเทคโนโลยีในการให้บริการมีขนาดเหมาะสมสวยงาม และเก้าอี้ตอนรับดูค่านั่งสะดวกสบาย ค่าเฉลี่ย 4.77 ,ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. เก้าอี้พักคอย มีความจํานวนเพียงพอและนั่งสะดวกสบาย ค่าเฉลี่ย 4.57 และ ระดับอนุปริญญาตรี ไม่มีความแตกต่างกัน ค่าเฉลี่ย 4.55 และ 4.58 ตามลำดับ

3.9 การทดสอบสมมติฐานการข้อที่ 9 ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็น ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ดังตาราง ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำนวนตามระดับรายได้

ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ต่ำกว่า 3,000 บาท		3,001-5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. รูปแบบตัวอาคาร	4.33	0.577	4.58	0.514	4.50	0.531	4.54	0.517
2. การตกแต่งที่ทำการภายในสาขา	5.00	0.000	4.41	0.514	4.52	0.557	4.52	0.535
3. ขนาดพื้นที่ทำการของสาขากว้างขวางมี เก้าอี้รองรับบริการเพียงพอ	4.66	0.577	4.66	0.492	4.57	0.526	4.49	0.583
4. ความสะอาดของสถานที่และความเป็น ระเบียบเรียบร้อย	4.33	0.577	4.33	0.778	4.54	0.529	4.55	0.564
5. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	4.33	0.577	4.41	0.668	4.65	0.478	4.52	0.582
6. บริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย	4.33	0.577	4.41	0.514	4.52	0.502	4.49	0.535
7. ทำเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการติดต่อ	4.33	0.577	4.33	0.492	4.44	0.580	4.44	0.564
รวม	4.47	0.495	4.47	0.567	4.53	0.529	4.50	0.554

จากตารางที่ 18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำแนกตามระดับรายได้โดยรวมได้ว่า ทุกระดับรายได้มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นแตกต่างกันในระดับรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท โดยมีความรู้สึกพอใจมากที่สุด ในด้านการตกแต่งที่ทำการภายในสาขา ค่าเฉลี่ย 5.00, ระดับรายได้ 3,001-5,000 บาท มีความคิดเห็นด้านขนาดพื้นที่ทำการของสาขากว้างขวางมีเก้าอี้รอรับบริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.66, ระดับรายได้ 5,001-10,000 บาท ด้านบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.65 และระดับรายได้ 10,001 บาท ขึ้นไป ด้านรูปแบบตัวอาคาร ค่าเฉลี่ย 4.54 ตามลำดับ

3.10 การทดสอบสมมติฐานการซื้อที่ 10 ระบุว่ารายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็น ด้านการได้รับความสะดวกจากสถานที่และอุปกรณ์ดังตาราง ตารางที่ 19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านการได้รับความสะดวกจากสถานที่และอุปกรณ์ จำนวนตามระดับรายได้

ด้านการได้รับความสะดวกจากสถานที่และอุปกรณ์	ต่ำกว่า 3,000 บาท		3,001-5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. เก้าอี้พักคอยมีจำนวนเพียงพอและนั่งสะดวกสบาย	4.33	0.577	4.41	0.514	4.57	0.553	4.45	0.565
2. เคาน์เตอร์เขียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม	4.66	0.577	4.66	0.492	4.54	0.501	4.50	0.535
3. อุปกรณ์ในการเขียนแบบฟอร์ม เช่น ปากกา เครื่องคิดเลข	4.66	0.577	4.41	0.514	4.45	0.556	4.46	0.566
4. แทนที่คีย์บอร์ดมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก	4.33	0.577	4.50	0.522	4.68	0.467	4.51	0.502
5. เคาน์เตอร์ในการให้บริการมีขนาดเหมาะสมสวยงาม	4.33	0.577	4.58	0.514	4.42	0.579	4.48	0.582
6. เก้าอี้ตอนรับลูกค้านั่งสะดวกสบาย	4.33	0.577	4.50	0.674	4.47	0.530	4.53	0.581
7. ป้ายแสดงจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน	4.00	0.000	4.33	0.492	4.42	0.553	4.49	0.567
8. การวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถ เข้ารับบริการสะดวก	4.66	0.577	4.50	0.674	4.41	0.524	4.41	0.545
รวม	4.41	0.505	4.48	0.550	4.49	0.533	4.47	0.555

จากตารางที่ 19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามระดับรายได้ โดยรวมพบว่า ทุกระดับรายได้มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดระดับรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท ในเรื่องความสนใจมากที่สุดระดับรายได้ต่างๆ มีขนาดเหมาะสม, ด้านอุปกรณ์ในการเขียนแบบฟอร์ม เช่น ปากกา เครื่องคิดเลข และด้านกรวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถให้บริการสะดวก ค่าเฉลี่ย 4.66 และระดับรายได้ 3,001-5,000 บาท ในด้านความสนใจมากที่สุดระดับรายได้ 4.58 ระดับรายได้ 5,001-10,000 บาท ความรู้สึกพอใจมากที่สุด ด้านทัศนคติบริการมีความละเอียดเจตนา ใช้งานสะดวก ค่าเฉลี่ย 4.68 และ ระดับรายได้ 10,001 ขึ้นไป ความรู้สึกพอใจมากที่สุดด้านแก้ไขข้อบกพร่องด้านความสะดวกสบาย ค่าเฉลี่ย 4.53

3.11 การทดสอบสมมติฐานการข้อที่ 11 ระยะเวลาการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็น ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ดังตาราง ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ

ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ต่ำกว่า 1 ปี		1-3 ปี		4-5 ปี		5 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. รูปแบบตัวอาคาร	4.33	0.594	4.50	0.504	4.59	0.493	4.52	0.536
2. การตกแต่งที่ทำการภายในสาขา	4.55	0.615	4.50	0.504	4.52	0.555	4.52	0.536
3. ขนาดพื้นที่ทำการของสาขาวิ่งขวางมี เก้าอี้รอรับบริการเพียงพอ	4.61	0.501	4.47	0.542	4.54	0.579	4.55	0.565
4. ความสะอาดของสถานที่และความเป็น ระเบียบเรียบร้อย	4.66	0.485	4.56	0.538	4.54	0.603	4.45	0.566
5. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	4.72	0.460	4.60	0.532	4.54	0.603	4.49	0.537
6. บริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย	4.33	0.485	4.52	0.542	4.52	0.530	4.49	0.504
7. ทำเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการติดต่อ	4.55	0.511	4.50	0.543	4.37	0.542	4.40	0.619
รวม	4.53	0.522	4.52	0.529	4.51	0.558	4.48	0.552

จากตารางที่ 20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ โดยรวม พบว่า ทุกช่วงระยะเวลาการใช้บริการมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยมีความรู้สึกพอใจมากที่สุด ระยะเวลาในการใช้บริการ ต่ำกว่า 1 ปีและระยะเวลา 1-3 ปี ด้านบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ โดยค่าเฉลี่ย 4.72 และค่าเฉลี่ย 4.60 , ระยะเวลาการใช้บริการ 4-5 ปี มีความรู้สึกพอใจมากที่สุดด้านรูปแบบตัวอาคาร ค่าเฉลี่ย 4.59 และระยะเวลาการใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป มีความรู้สึกพอใจมากที่สุดด้านขนาดพื้นที่ทำการของสาขา กว้างขวางมีเก้าอี้รองรับบริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.55 ตามลำดับ

3.12 การทดสอบสมมติฐานการข้อที่ 12 ระยะเวลาการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็น ด้านการ ได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์
 ดังตาราง

ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านการ ได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ

ด้านการ ได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์	ต่ำกว่า 1 ปี		1-3 ปี		4-5 ปี		5 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. เก้าอี้พักผ่อนมีจำนวนเพียงพอและนั่งสะดวก สบาย	4.33	0.685	4.54	0.540	4.41	0.575	4.57	0.498
2. เคา์เตอร์เขียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม	4.33	0.594	4.62	0.488	4.47	0.530	4.57	0.498
3. อุปกรณ์ในการเขียนแบบฟอร์ม เช่น ปากกา เครื่องคิดเลข	4.50	0.618	4.43	0.608	4.44	0.553	4.50	0.504
4. แท่นคอมพิวเตอร์มีรายละเอียดชัดเจน ใช้งาน สะดวก	4.66	0.485	4.49	0.504	4.63	0.483	4.52	0.503
5. เคา์เตอร์ในการให้บริการมีขนาดเหมาะสม สวยงาม	4.55	0.615	4.49	0.674	4.47	0.555	4.42	0.498
6. เก้าอี้ต้อนรับลูกค้านั่งสะดวกสบาย	4.50	0.618	4.58	0.497	4.47	0.604	4.49	0.568
7. ป้ายแสดงจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน	4.22	0.548	4.39	0.568	4.51	0.530	4.50	0.568
8. การวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถ เข้าใช้บริการสะดวก	4.66	0.485	4.37	0.527	4.43	0.526	4.38	0.587
รวม	4.46	0.581	4.48	0.551	4.47	0.545	4.49	0.528

จากตารางที่ 21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านการได้รับความสะดวกจากสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการพบว่า ทุกช่วงระยะเวลาการใช้บริการมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยมีความรู้สึกลึกพอใจมากที่สุดระยะเวลาต่ำกว่า 1 ปี ด้านบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอและการวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถเข้ารับการสะดวก โดยค่าเฉลี่ย 4.66, ระยะเวลาการใช้บริการ 1-3 ปี มีความรู้สึกพอใจมากที่สุดด้านเคาน์เตอร์เจียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.62, ระยะเวลาการใช้บริการ 4-5 ปี มีความรู้สึกพอใจมากที่สุดด้านแท่นกคบัตรคิวมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก ค่าเฉลี่ย 4.63 และระยะเวลาการใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป มีความรู้สึกพอใจมากที่สุดด้านเก้าอี้พักคอยมีจำนวนเพียงพอและนั่งสะดวกสบายและด้านเคาน์เตอร์เขียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.57 ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมและ ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์

โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย กล่าวคือ ประชากรเป็นกลุ่มลูกค้ำผู้มาใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 36 สาขา โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เพื่อกำหนดสัดส่วนประชากรแต่ละสาขา และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 200 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ครอบคลุมเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ข้อเสนอแนะโดยการวิจัยครั้งนี้ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 200 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ ผู้วิจัยได้นำมาสรุปผลดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิจัยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.00 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.00 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.50 และมีอาชีพส่วนใหญ่อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 35.50 สำหรับระดับการศึกษาส่วนใหญ่ศึกษาระดับมัธยมตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 36.50 ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 บาท ขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.50 และระยะเวลาการใช้บริการธนาคารส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 4-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.00

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อลักษณะเฉพาะด้านต่างๆ 2 ด้าน ผลปรากฏดังนี้

ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม : กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจมากที่สุดคือ บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.56 รองลงมาคือรูปแบบตัวอาคาร, ขนาดพื้นที่ทำการของสาขากว้าง

ขวางมีเก้าอี้รอรับบริการเพียงพอ และความสะอาดของสถานที่และความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.53 และกลุ่มตัวอย่างให้ลำดับน้อยที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.43

ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ : กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจมากที่สุด คือ แทนกคบัตรคิวมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.57 และกลุ่มตัวอย่างให้ลำดับน้อยที่สุดคือ การวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถเข้ารับบริการสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.42

ลูกค้าจะพึงพอใจด้านอาคารสถานที่สิ่งแวดล้อมทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ธนาคารได้มีการปรับปรุงใหม่ จึงสามารถออกแบบใช้อุปกรณ์ ที่ทันสมัยและทำให้ลูกค้ารู้สึกพอใจ อีกอย่างหนึ่งสาขาห้างสรรพสินค้าเหล่านี้ มีกระจกระบายอยู่ทั่วกรุงเทพฯ จึงทำให้ลูกค้าลดระยะเวลาในการรอคอย ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา ซึ่งเคยศึกษาไว้ โดยนาวิ ธีระชาญณรงค์ (2522: บทคัดย่อ อ้างถึงในชนะ กล้าชิงชัย, 2541 : 40) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเงินฝากเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ พบว่าผู้ให้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์มักประสบปัญหาต่างๆ

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อยกว่า 25 และมากกว่า 25 ปี มีระดับคะแนนสูงกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 25-45 ปี นั้นแสดงว่ากลุ่มที่ยังไม่ทำงานและกลุ่มที่เกษียณอายุมีความรู้สึกพอใจ ในการบริการ ของธนาคารมากกว่ากลุ่มวัยทำงาน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มวัยทำงานต้องการสถานที่หรือทำเล ที่ทำให้สามารถใช้บริการได้สะดวก และรวดเร็ว เนื่องจากเวลาจำกัด ซึ่งสอดคล้องผลการวิจัย วิภา ครุรงค์พิศิษฏ์กุล (2525:33) พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ

นอกเหนือจากนี้ ยังสอดคล้องกับความคิดเห็น ของประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) กล่าวว่า อายุ มีผลต่อเจตคติของบุคคล ส่วนใหญ่มักปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไปได้ยาก ซึ่งทำให้มีผลต่อเจตคติของเขานเอง นอกจากอายุแล้วยังมีตัวแปรอื่นๆอีกมากมาย เช่น ปฏิกริยาของบุคคล ต่อสิ่งเร้า ข่าวสาร เป็นต้น บุคคลที่แตกต่างกัน จะมีปฏิกริยาไม่เหมือนกัน ผลที่จะมีต่อการเปลี่ยนแปลงเจตคติ ความคิด ย่อมแตกต่างกัน ไปด้วยดังนั้น ความคิดเห็นของบุคคลที่แสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะการยอมรับหรือปฏิเสธขึ้นอยู่กับสภาพ ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งตัวแปรเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็น

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ในการวัดคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย (มหาชน) จำกัด จะเห็นได้ว่า ลูกค้ามีความรู้สึกพอใจมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ได้ อาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านการได้รับความสะดวกสบายสถานที่และอุปกรณ์ ซึ่งคุณสมบัตินี้ดังกล่าวนี้ว่าเป็นจุดเด่นของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่ลูกค้ามีความคิดเห็นมากฉะนั้น ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จึงควรรักษาคุณสมบัติดังกล่าวนี้ไว้ให้ได้

2. สำหรับการให้บริการที่ควรพิจารณาปรับปรุง คือด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์ ซึ่งถึงแม้ว่าลูกค้าจะมีความคิดเห็นมากก็จริง แต่ยังมีความคิดเห็นต่ำกว่าด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในเรื่องการวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ สามารถเข้ารับบริการสะดวก ดังนั้นจึงเห็นควรปรับปรุงแก้ไขโดยจัดหาการวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ ให้สะดวกมากขึ้นตามทางเข้าออก

3. สำหรับด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม แม้ว่าลูกค้าจะมีความคิดเห็นมาก แต่ก็ยังมีบางเรื่องที่ต้องทำการปรับปรุงแก้ไข คือ เรื่องทำเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการติดต่อ ดังนั้นธนาคารควรพิจารณาทำเลที่ตั้งมีทางเข้าออกสะดวก มีป้ายบอกทางที่จะไปธนาคารได้ชัดเจน

บรรณานุกรม

- ชนะ กล้าชิงชัย, 2541 “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา สาขาบึงบูรพ์ จังหวัดศรีสะเกษ” ภาคนิพนธ์ พัฒนบริการศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม) คณะพัฒนาลังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน), ธนาคาร, ประวัติธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ฝ่ายส่งเสริมเครือข่ายการบริการและการขาย (อัดสำเนา)
- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน), ธนาคาร เว็บไซต์ www.kasikornbank.com/
- แฟคเตอร์ริงกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) , ธนาคาร เว็บไซต์ www.kasikornfactoring.com
- หลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย จำกัด (มหาชน), ธนาคาร เว็บไซต์ www.kasikornasset.com
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (มหาชน), ธนาคาร เว็บไซต์ www.kasikornresearch.com
- หลักทรัพย์กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) , ธนาคาร เว็บไซต์ www.kasikornsecurities.com
- ลิสซิ่งกสิกรไทย จำกัด (มหาชน), ธนาคาร เว็บไซต์ www.kasikornleasing.com
- อิสสระภรณ์ สุอังคะ, 2544 “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล
- MASLOW “ORGANIZATIONAL BEHAVIOR” Seventh. Edition. Schermerhorn. Hunt. Osborn : John Willey & Sons, Inc. www.wiley.com/ college/ Schermerhorn
- ADAM : “ORGANZATIONAL BEHAVIOR” Seventh . Edition. Schermerhorn, Hunt Osborn : John Willey & Sons, Inc. www.wiley.com/ college/ Schermerhorn
- VICTOR H. VROOM “ORGANIZATIONAL BEHAVIOR” Seventh. Edition Schermerhorn. Hunt. Osborn : John Willey & Sons, Inc www.wiley.com/ college/ Schermerhorn
- MCCLELLAND : “ORGANIZATIONAL BEHAVIOR” Seventh. Edition Schermerhorn. Hunt. Osborn : John Willey & Sons, Inc www.wiley.com/ college/ Schermerhorn

ภาคผนวก

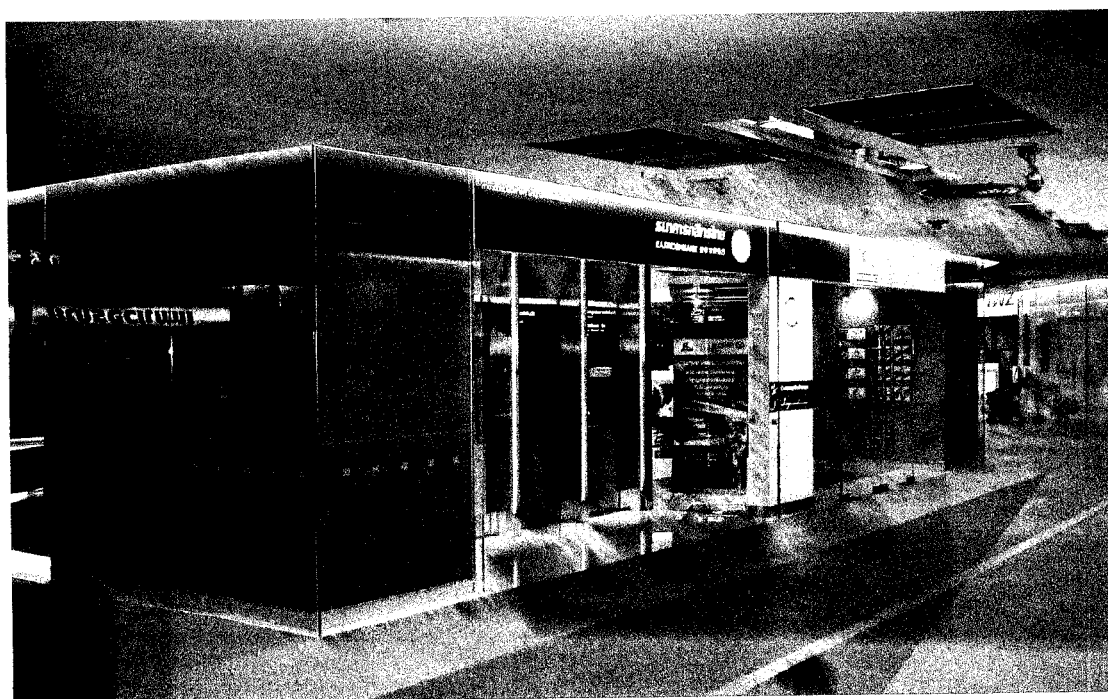
สาขาห้างสรรพสินค้าแฟชั่นไอส์แลนด์



สาขาห้างสรรพสินค้าแฟชั่นไอส์แลนด์



สาขาห้างสรรพสินค้ามบุญครอง



สาขาห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง



สาขาห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลรังสิต



สาขาห้างสรรพสินค้าเจียร์รังสิต



แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของธนาคาร
กสิกรไทย จำกัด ซึ่งข้อมูลที่เก็บรวบรวมทั้งหมดนี้ เพื่อใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองของนักศึกษาหลัก
สุตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ผู้ศึกษาขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นในการให้บริการของธนาคาร

ตอนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย / หน้าช่อง () ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ

() 1. หญิง

() 2. ชาย

2. อายุ

() 1. น้อยกว่า 25 ปี

() 2. 25 - 35 ปี

() 3. 36 - 45 ปี

() 4. มากกว่า 45 ปี

3. อาชีพ

() 1. นักเรียน/นักศึกษา

() 2. อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว

() 3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() 4. พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท

() 5. อื่นๆ

4. ระดับการศึกษา

() 1. มัธยมศึกษาตอนต้น

() 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

() 3. อนุปริญญา / ปวส.

() 4.ปริญญาตรี

5. รายได้ต่อเดือน

() 1. ต่ำกว่า 3,000 บาท

() 2. 3,001 - 5,000 บาท

() 3. 5,001 - 10,000

() 4. 10,001 บาทขึ้นไป

6. ระยะเวลาการใช้บริการ

() 1. ต่ำกว่า 1 ปี

() 2. 1 - 3 ปี

() 3. 4 - 5 ปี

() 4. 5 ปี ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นการให้บริการของธนาคาร

แบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ในการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกสิกรไทย
ในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ตรงกับความรู้สึกพอใจของท่านมากที่สุดในปัจจุบันต่างๆ ที่ให้มา
(กรุณาตอบคำถามทุกข้อและตอบข้อละเพียงคำตอบเดียว)

การให้บริการของ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร		ระดับความคิดเห็นของลูกค้า				
		รู้สึกพอใจ มากที่สุด (5)	รู้สึก พอใจ มาก (4)	รู้สึกพอใจ ปานกลาง (3)	รู้สึกพอ ใจน้อย (2)	รู้สึกพอใจ น้อยที่สุด (1)
ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม						
1	รูปแบบตัวอาคาร					
2	การตกแต่งที่ทำการภายในสาขา					
3	ขนาดพื้นที่ทำการสาขากว้างขวางมีเก้าอี้ให้นั่งรอรับบริการเพียงพอ					
4	ความสะอาดของสถานที่และความเป็นระเบียบเรียบร้อย					
5	บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ					
6	บริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย					
7	ทำเลที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการติดต่อ					
ด้านการได้รับความสะดวกสบายจากสถานที่และอุปกรณ์						
1	เก้าอี้พักคอยมีความจำนวนเพียงพอและนั่งสะดวกสบาย					
2	เคาร์เตอร์เขียนแบบฟอร์มต่างๆ มีขนาดเหมาะสม					
3	อุปกรณ์ในการเขียนแบบฟอร์ม เช่น ปากกา เครื่องคิดเลข					
4	แท่นกคบัตรคิวมีรายละเอียดชัดเจน ใช้งานสะดวก					
5	เคาร์เตอร์ในการให้บริการมีขนาดเหมาะสมสวยงาม					
6	เก้าอี้ตอนรับลูกค้านั่งสะดวกสบาย					
7	ป้ายแสดงจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน					
8	การวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆสามารถเข้ารับบริการสะดวก					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายประดิษฐ์ สุคนธชาติ
วัน เดือน ปี	18 ตุลาคม 2504
สถานที่เกิด	เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปี 2551
สถานที่ทำงาน	ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
ตำแหน่ง	หัวหน้าส่วนฝ่ายบริหารงานกลางและทรัพย์สินถาวร