

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ” ได้เสนอเป็น 3 ส่วน ในรูปของตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และธุรกิจ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ ประเภทของธุรกิจ ลักษณะการจดทะเบียนก่อตั้ง จำนวนเงินทุนจดทะเบียน ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ ยอดขายต่อปี การร่วมลงทุนกับต่างชาติ ประเภทสินเชื่อที่ใช้ และจำนวนรายของธุรกิจจำแนกตามจังหวัด

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการ กับปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ ความมั่นคงของธนาคาร นโยบายของธนาคาร ทัศนคติของผู้นำ และการเป็นธนาคารที่มีความเป็นไทย

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการ ประกอบด้วย ปัญหาด้านเอกสาร ปัญหาด้านการอนุมัติด้านสินเชื่อ ปัญหาด้านอัตราดอกเบี้ย ปัญหาด้านค่าธรรมเนียม ปัญหาด้านสถานที่ ปัญหาด้านข้อมูลข่าวสาร ปัญหาด้านพนักงาน และปัญหาด้านการติดต่อกับธนาคาร

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ ปัจจัยด้านอื่นๆ และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ ปัจจัยด้านอื่นๆ และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และลักษณะธุรกิจ

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ลักษณะส่วนบุคคล เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	44	55.00
หญิง	36	45.00
รวม	80	100.00

ตาราง 1 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 และเป็นเพศหญิง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ลักษณะส่วนบุคคล อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	1	1.25
30-40 ปี	17	21.25
41-50 ปี	45	56.25
51-60 ปี	12	15.00
มากกว่า 60 ปี	5	6.25
รวม	80	100.00

ตาราง 2 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปีมากที่สุด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 30-40 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 ช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และช่วงอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ลักษณะส่วนบุคคล ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	13	16.25
ปริญญาตรี	52	65.00
ปริญญาโท	10	12.50
ปริญญาเอก	5	6.25
รวม	80	100.00

ตาราง 3 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ระดับปริญญาโท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และระดับปริญญาเอกน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

ลักษณะส่วนบุคคล ตำแหน่งหน้าที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประธานบริษัท	9	11.25
กรรมการบริษัท	35	43.75
หุ้นส่วนผู้จัดการ	22	27.50
ผู้อำนวยการ/ผู้จัดการฝ่ายบัญชี และการเงิน	10	12.50
อื่นๆ	4	5.00
รวม	80	100.00

ตาราง 4 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทมากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมาคือ หุ้นส่วนผู้จัดการ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ผู้อำนวยการ/ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงินจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ดำรงตำแหน่ง

ประธานบริษัท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ส่วนตำแหน่งอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ประกอบด้วย หัวหน้า ผู้จัดการฝ่ายขาย สมุห์บัญชี และผู้ช่วยสมุห์บัญชี ตำแหน่งละ 1 คน

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ลักษณะธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รับเหมาก่อสร้างทั่วไป	18	22.50
ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์	11	13.75
ตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์	5	6.25
อัญมณีและเครื่องประดับ	1	1.25
อาหารแช่แข็ง	1	1.25
ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	1	1.25
เสื้อผ้าและสิ่งทอ	3	3.75
ไม้แปรรูป	1	1.25
ค้าวัสดุก่อสร้าง	14	17.50
ปืมน้ำมัน	2	2.50
เครื่องหนัง	1	1.25
การเกษตร	16	20.00
อื่นๆ	6	7.50
รวม	80	100.00

ตาราง 5 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบธุรกิจประเภทรับเหมาก่อสร้างทั่วไปมากที่สุด จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.50 รองลงมาคือ ธุรกิจการเกษตร จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ค้าวัสดุก่อสร้าง จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ จำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 13.75 ตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25 เสื้อผ้าและสิ่งทอ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 ปืมน้ำมัน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 อัญมณีและเครื่องประดับ อาหารแช่แข็ง ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ไม้แปรรูป และธุรกิจเครื่องหนัง มีจำนวนอย่างละ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 ส่วนธุรกิจอื่นๆ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.50 ประกอบด้วย ธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค-บริโภค ธุรกิจโรงพยาบาล ธุรกิจจำหน่าย

อุปกรณ์ไฟฟ้าส่งโรงงานไฟฟ้า ธุรกิจค้าปลีก-ส่ง สุรา ธุรกิจผลิตไฟแช็ค และธุรกิจจำหน่ายยางรถยนต์

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามการจดทะเบียนก่อตั้ง

ลักษณะของธุรกิจ การจดทะเบียนก่อตั้ง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
บริษัทมหาชนจำกัด	2	2.50
บริษัทจำกัด	51	63.75
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	25	31.25
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	2	2.50
รวม	80	100.00

ตาราง 6 แสดงว่า ลักษณะธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นบริษัทจำกัดมากที่สุด จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.75 รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.25 บริษัทมหาชน จำกัด และห้างหุ้นส่วนสามัญ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของธุรกิจ

ลักษณะของธุรกิจ เงินทุนจดทะเบียน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	41	51.25
10-50 ล้านบาท	22	27.50
51-100 ล้านบาท	11	13.75
มากกว่า 100 ล้านบาท	6	7.50
รวม	80	100.00

ตาราง 7 แสดงว่า ธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามมีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาทมากที่สุด จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาคือ ระหว่าง 10-50 ล้านบาท จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.50 ระหว่าง 51-100 ล้านบาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.75 และน้อยที่สุด คือ ธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.50

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน

ลักษณะของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	2	2.50
5-10 ปี	19	23.75
11-15 ปี	17	21.25
16-20 ปี	9	11.25
21 ปีขึ้นไป	33	41.25
รวม	80	100.00

ตาราง 8 แสดงว่า ธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามดำเนินงานมาเป็นระยะเวลามากกว่า 21 ปี ขึ้นไปมากที่สุด จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาคือ ระหว่าง 5-10 ปี จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.75 ระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.25 ระหว่าง 16-20 ปี จำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 11.25 และน้อยที่สุดคือ ธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินงานมาต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามยอดขายต่อปีตามงบประมาณปี 2543

ลักษณะของธุรกิจ ยอดขายต่อปี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 ล้านบาท	20	25.00
100-200 ล้านบาท	39	48.75
201-300 ล้านบาท	9	11.25
301-400 ล้านบาท	2	2.50
401-500 ล้านบาท	3	3.75
มากกว่า 500 ล้านบาท	7	8.75
รวม	80	100.00

ตาราง 9 แสดงว่า ยอดขายต่อปีตามงบประมาณปี 2543 ของธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามช่วง ตั้งแต่ 200 ล้านบาทลงมา มีมากที่สุด จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.75 ช่วง 201-300 ล้านบาท จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.25 และมากกว่า 500 ล้านบาท จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.75 ช่วง 401-500 ล้านบาท จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 และช่วง 301-400 ล้านบาท จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามการร่วมทุนกับนักลงทุนต่างชาติ

ลักษณะของธุรกิจ การร่วมลงทุนกับต่างชาติ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มี	8	10.00
ไม่มี	72	90.00
รวม	80	100.00

ตาราง 10 แสดงว่า ธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีการร่วมลงทุนกับต่างชาติมากที่สุด จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.00 และมีการร่วมลงทุนกับต่างชาติ จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามประเภทสินเชื่อที่ใช้

ลักษณะของธุรกิจ ประเภทของสินเชื่อที่ใช้	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เบิกเกินบัญชี	75	93.75
เงินกู้	29	36.25
ตัวสัญญาใช้เงิน	27	33.75
หนังสือค้ำประกัน	48	60.00
รับรองตัว	8	10.00
หนังสือรับรองเครดิต	8	10.00
ด้านธุรกิจต่างประเทศ	15	18.75

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 11 แสดงว่า ธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 80 ราย ได้ใช้สินเชื่อประเภทเงินเบิกเกินบัญชี มากที่สุด จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.75 รองลงมาคือ หนังสือค้ำประกัน จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00 เงินกู้ จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.25 ตัวสัญญาใช้เงิน จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.75 ด้านธุรกิจต่างประเทศ จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.75 และน้อยที่สุด คือ การรับรองตัวและหนังสือรับรองเครดิต จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
กำแพงเพชร	1	1.25
พิจิตร	2	2.50
ตาก	1	1.25
พิษณุโลก	4	5.00
สุโขทัย	2	2.50
อุตรดิตถ์	2	2.50
แพร่	2	2.50
น่าน	1	1.25
ลำปาง	5	6.25
ลำพูน	2	2.50
เชียงใหม่	40	50.00
พะเยา	2	2.50
เชียงราย	15	18.75
แม่ฮ่องสอน	1	1.25
รวม	80	100.00

ตารางที่ 12 แสดงว่าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 80 ราย อยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด ถึงจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาอยู่ที่จังหวัดเชียงราย จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.75 จังหวัดลำปาง จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25 จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 จังหวัดพิจิตร จังหวัดสุโขทัย จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดแพร่ จังหวัดลำพูน และจังหวัดพะเยา จังหวัดละ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 นอกนั้นจังหวัดละ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 ได้แก่ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดตาก จังหวัดน่าน และจังหวัดแม่ฮ่องสอน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ : ประกอบด้วย การตลาดบริการ และปัจจัยด้านอื่น ๆ ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตาราง 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย

จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)															
	มากที่สุด			มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก	3	3.75	59	73.75	13	16.25	1	1.25	4	5.00	3.70	มาก				
2. มีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบสินเชื่ออย่างต่อเนื่อง	11	13.75	56	70.00	13	16.25	0	0.00	0	0.00	3.98	มาก				
3. วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า	30	37.50	41	51.25	9	11.25	0	0.00	0	0.00	4.26	มาก				
4. ความหลากหลายของการให้บริการ และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	24	30.00	47	58.75	9	11.25	0	0.00	0	0.00	4.19	มาก				
5. การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้	31	38.75	35	43.75	14	17.50	0	0.00	0	0.00	4.21	มาก				
ผลรวม														4.07	มาก	

ตาราง 13 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัย มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า ปัจจัยด้านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ ปัจจัยด้านความหลากหลายของการให้บริการและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ปัจจัยด้านมีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบสินเชื่ออย่างต่อเนื่อง และปัจจัยด้านมีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เด็ก

2.2 ปัจจัยด้านราคา

ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญที่มีต่อบริษัทด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. อัตราดอกเบี้ย MOR	59	73.75	15	18.75	5	6.25	1	1.25	0	0.00	4.65	มากที่สุด
2. อัตราดอกเบี้ย MLR	59	73.75	19	23.75	1	1.25	1	1.25	0	0.00	4.70	มากที่สุด
3. อัตราดอกเบี้ย MRR	55	68.75	20	25.00	4	5.00	1	1.25	0	0.00	4.61	มากที่สุด
4. ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้	30	37.50	37	46.25	12	15.00	1	1.25	0	0.00	4.20	มาก
5. ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักทรัพย์	25	31.25	35	43.75	19	23.75	1	1.25	0	0.00	4.05	มาก
6. ค่าธรรมเนียมหนังสือค่าประกัน	26	32.50	33	41.25	21	26.25	0	0.00	0	0.00	4.06	มาก
7. ค่าธรรมเนียมหนังสือรับรองเครดิต	23	28.75	34	42.50	23	28.75	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
ผลรวม											4.32	มาก

ตาราง 14 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีความสำคัญในระดับความสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านราคาในเรื่อง อัตราดอกเบี้ย MLR อัตราดอกเบี้ย MOR และ อัตราดอกเบี้ย MRR มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ตามลำดับ สำหรับปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ ค่าธรรมเนียมหนังสือค่าประกัน ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักทรัพย์ และค่าธรรมเนียมหนังสือรับรองเครดิต มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.3 ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

ตาราง 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการ

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)															
	มากที่สุด			มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง	21	26.25	43	53.75	15	18.75	1	1.25	0	0.00	0	0.00	4.05	มาก		
2. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	19	23.75	37	46.25	24	30.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.94	มาก		
3. ความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัยของธนาคาร	26	32.50	33	41.25	19	23.75	2	2.50	0	0.00	0	0.00	4.04	มาก		
4. ธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศ	39	48.75	37	46.25	3	3.75	1	1.25	0	0.00	0	0.00	4.43	มาก		
ผลรวม													4.12	มาก		

ตาราง 15 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีความเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการทุกปัจจัยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศ มีปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง มีปัจจัยด้านความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัยของธนาคาร และปัจจัยด้านบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ

2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้สินค้าธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน	15	18.75	44	55.00	20	25.00	1	1.25	0	0.00	3.91	มาก
2. ข้อมูลสารสนเทศทันสมัย	7	8.75	42	52.50	31	38.75	0	0.00	0	0.00	3.70	มาก
3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์สื่อต่าง ๆ	6	7.50	39	48.75	35	43.75	0	0.00	0	0.00	3.64	มาก
ผลรวม											3.75	มาก

ตาราง 16 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้สินค้าธุรกิจธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน ปัจจัยด้านข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ

2.5 ปัจจัยด้านบุคลากร

ตาราง 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผล ในการศึกษาการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตในการเลือกใช้บริการของไทย จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้อินเทอร์เน็ต ไทย จำกัด (มหาชน)											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. การเข้าถึงลูกค้า อำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ของพนักงานสาขา	19	23.75	49	61.25	11	13.75	1	1.25	0	0.00	4.06	มาก
2. การเข้าถึงลูกค้า อำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	17	21.25	53	66.25	10	12.50	0	0.00	0	0.00	4.09	มาก
3. การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่ายของพนักงานสาขา	24	30.00	49	61.25	7	8.75	0	0.00	0	0.00	4.21	มาก
4. การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่ายของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	29	36.25	45	56.25	6	7.50	0	0.00	0	0.00	4.29	มาก
5. ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานสาขา	27	33.75	44	55.00	9	11.25	0	0.00	0	0.00	4.22	มาก
6. ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	24	30.00	49	61.25	7	8.75	0	0.00	0	0.00	4.21	มาก

ตาราง 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญที่รับผิดชอบต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลในการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)													
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
7. ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และบุคลิก มารยาทที่ดีของพนักงานสาขา	31	38.75	39	48.75	10	12.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.26	มาก
8. ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และบุคลิก มารยาทที่ดีของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	31	38.75	40	50.00	9	11.25	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.28	มาก
9. ความน่าเชื่อถือของพนักงานสาขา	24	30.00	54	67.50	2	2.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.28	มาก
10. ความน่าเชื่อถือของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	27	33.75	50	62.50	2	3.75	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.30	มาก
11. การให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงานสาขา	32	40.00	43	53.75	5	6.25	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
12. การให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	35	43.75	39	48.75	6	7.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.36	มาก
13. การตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา	35	43.75	39	48.75	6	7.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.36	มาก

ตาราง 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลในการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	ค่าแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
14. การตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	34	42.50	32	40.00	14	17.50	0	0.00	0	0.00	4.25	มาก
15. มีพนักงานสาขาเดินทางไปเยี่ยมเยียนดูแลให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ	5	6.25	47	58.75	27	33.75	1	1.25	0	0.00	3.70	มาก
16. มีพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัทเดินทางไปเยี่ยมเยียนดูแลให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ	9	11.25	46	57.50	25	31.25	0	0.00	0	0.00	3.80	มาก
17. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานสาขา	24	30.00	41	51.25	15	18.75	0	0.00	0	0.00	4.11	มาก
18. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	31	38.75	34	42.50	15	18.75	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
ผลรวม											4.18	มาก

ตาราง 17 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านบุคลากรทุกปัจจัยที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านการให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความรวดเร็วของพนักงานที่ให้บริการของ พนักงานสาขา (2 ปัจจัยแรกให้ความสำคัญเท่ากัน) ปัจจัยด้านการให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความพึงพอใจของ พนักงานสาขา ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารมีบริการที่สะดวกและเข้าใจง่ายของพนักงาน สาขา ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความมีน้ำใจ มนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเองและบุคลิก มารยาทที่ดีของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเองและบุคลิก มารยาทที่ดีของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านการตอบสนอง พนักงาน สาขา ปัจจัยด้านความรวดเร็วของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ที่ถูกต้องของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารมีบริการที่สะดวกและเข้าใจง่ายของ พนักงานสาขา ปัจจัยด้านความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความสอดคล้องกับการติดต่อพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ที่ถูกต้องของพนักงานสาขา ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความสอดคล้องกับการติดต่อพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ที่ถูกต้องของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความสอดคล้องกับการติดต่อพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความสอดคล้องกับการติดต่อพนักงานฝ่ายความสำคัญที่ถูกต้องของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความสอดคล้องกับการติดต่อพนักงานฝ่ายความสำคัญที่ถูกต้องของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความสอดคล้องกับการติดต่อพนักงานฝ่ายความสำคัญที่ถูกต้องของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความสอดคล้องกับการติดต่อพนักงานฝ่ายความสำคัญที่ถูกต้องของพนักงานสาขา

2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ตาราง 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลในการเลือกใช้บริการของรัฐกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของรัฐกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. การให้บริการที่รวดเร็ว	51	63.75	26	32.50	3	3.75	0	0.00	0	0.00	4.60	มากที่สุด
2. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	35	43.75	40	50.00	5	6.25	0	0.00	0	0.00	4.38	มาก
3. การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด	39	48.75	39	48.75	2	2.50	0	0.00	0	0.00	4.46	มาก
4. การพัฒนาปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่องและครบวงจร	19	23.75	54	67.50	7	8.75	0	0.00	0	0.00	4.15	มาก
5. ระบบการทำงานได้มาตรฐาน	25	31.25	48	60.00	7	8.75	0	0.00	0	0.00	4.22	มาก
6. ความเหมาะสมของเอกสารที่ต้องใช้ติดต่อกับธนาคาร	16	20.00	54	67.50	10	12.50	0	0.00	0	0.00	4.08	มาก
7. ความหลากหลายของการให้บริการและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	10	12.50	60	75.00	10	12.50	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
8. ความยืดหยุ่นของการให้บริการ	25	31.25	41	51.25	13	16.25	1	1.25	0	0.00	4.13	มาก
ผลรวม											4.25	มาก

ตาราง 18 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้สินค้าเช่อร์คิง ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีความเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านการให้บริการที่ไม่ผิดพลาด ปัจจัยด้านใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ปัจจัยด้านระบบการทำงานได้มาตรฐาน ปัจจัยด้านการพัฒนาปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่องและครบวงจร ปัจจัยด้านความยืดหยุ่นของการให้บริการ ปัจจัยด้านความเหมาะสมของเอกสารที่ต้องใช้ติดต่อกับธนาคารและปัจจัยด้านความหลากหลายของการให้บริการและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ยกเว้นเรื่องปัจจัยด้านการให้บริการที่มีความรวดเร็ว มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

2.7 ปัจจัยด้านอื่น ๆ

ตาราง 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลในการเลือกใช้สินค้าเช่อร์คิง ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยด้านอื่น ๆ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าเช่อร์คิง ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง	35	43.75	37	46.25	8	10.00	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
2. นโยบายของธนาคารมีความชัดเจน	23	28.75	37	46.25	20	25.00	0	0.00	0	0.00	4.04	มาก
3. วิสัยทัศน์ของผู้นำ	16	20.00	42	52.50	22	27.50	0	0.00	0	0.00	3.93	มาก
4. การเป็นธนาคารที่มีความเป็นไทยและเป็นที่ภาคภูมิใจ	40	50.00	17	21.25	23	28.75	0	0.00	0	0.00	4.21	มาก
ผลรวม											4.13	มาก

ตาราง 19 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านอื่นๆ โดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับระดับความสำคัญมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านอื่นๆ ทุกปัจจัยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง ปัจจัยด้านการเป็นธนาคารที่มีความเป็นไทยและเป็นที่ภาคภูมิใจ ปัจจัยด้านนโยบายของธนาคารมีความชัดเจน และปัจจัยด้านวิสัยทัศน์ของผู้นำ

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้สินค้าเชื้อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ตาราง 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามความสำคัญที่มีต่อปัญหาที่พบในการใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ปัญหาที่พบ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าเชื้อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ขอบข่ายการให้บริการครอบคลุมมากเกินสมควร	13	16.25	53	66.25	14	17.50	0	0.00	0	0.00	3.99	มาก
2. อนุมัติสินเชื่อช้า มีขั้นตอนมาก	20	25.00	39	48.75	18	22.50	3	3.75	0	0.00	3.95	มาก
3. อนุมัติสินเชื่อไม่ตรงตามที่ต้องการ	19	23.75	40	50.00	16	20.00	5	6.25	0	0.00	3.91	มาก
4. อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ	41	51.25	28	35.00	10	12.50	1	1.25	0	0.00	4.36	มาก
5. ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้แพงกว่าธนาคารอื่นๆ	32	40.00	27	33.75	21	26.25	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
6. ค่าธรรมเนียมประเมินหลักทรัพย์แพงกว่าธนาคารอื่นๆ	13	16.25	28	35.00	37	46.25	2	2.50	0	0.00	3.63	มาก
7. สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอ	4	5.00	23	28.75	44	55.00	1	1.25	8	10.00	3.18	น้อย
8. ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจากธนาคาร	5	6.25	24	30.00	48	60.00	1	1.25	2	2.50	3.36	น้อย
9. ข้อมูลข่าวสารล่าช้า	8	10.00	29	36.25	40	50.00	1	1.25	2	2.50	3.50	มาก

ตาราง 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามความสำคัญที่มีต่อปัญหาที่พบ ในการใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (ต่อ)

ปัญหาที่พบ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
10. พนักงานมักปฏิบัติงานผิดพลาด ขาดความรู้ความชำนาญ	14	17.50	42	52.50	20	25.00	4	5.00	0	0.00	3.83	มาก
11. พนักงานไม่สุภาพ	12	15.00	33	41.25	24	30.00	11	13.75	0	0.00	3.58	มาก
12. พนักงานไม่เห็นความสำคัญของลูกค้า	17	21.25	34	52.50	23	28.75	6	7.50	0	0.00	3.78	มาก
13. สบสนในการติดต่อกับธนาคาร ไม่แน่ใจว่าจะติดต่อผ่านสาขา หรือติดต่อกับพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าของบริษัท เมื่อต้องการใช้สินค้า	8	10.00	39	48.75	32	40.00	1	1.25	0	0.00	3.68	มาก
14. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานสาขา	8	10.00	47	58.75	24	30.00	1	1.25	0	0.00	3.78	มาก
15. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	5	6.25	33	41.25	21	26.25	1	1.25	0	0.00	3.64	มาก
ผลรวม											3.75	มาก

ตาราง 20 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัญหาที่พบโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัญหาที่พบ ทุกปัญหาที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้ถูกแพงกว่าธนาคารอื่นๆ ขอเอกสารเพื่อใช้ประกอบการอนุมัติสินเชื่อจำนวนมาก อนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีขั้นตอนมาก อนุมัติสินเชื่อไม่ตรงตามที่ต้องการ พนักงานมีความรู้ความชำนาญ พนักงานไม่เห็นความสำคัญของลูกค้า ความสะดวกในการติดต่อพนักงานสาขา สับสนในการติดต่อกับธนาคาร ไม่แน่ใจว่าจะติดต่อกับพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์กับบริษัทเมื่อต้องการใช้สินเชื่อ ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานฝ่ายความสัมพันธภาพกับธนาคารอื่นๆ พนักงานไม่สุภาพ และข้อมูลข่าวสารด้านนี้ ยกเว้นปัญหาเรื่องไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจากธนาคาร และปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถกับแคปไม่เพียงพอ มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนผลมาจากการตลาดบริการ ปัจจัยด้านอื่น ๆ และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการ
 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำนวนตามตำแหน่งหน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการเลือกใช้บริการ กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำนวนตามตำแหน่งหน้าที่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)									
	ประธานบริษัท		กรรมการบริษัท		หุ้นส่วนผู้จัดการ		ผ.ค.ก.ฝ่ายบัญชี/การเงิน		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
1. มีประเภทสินค้าที่หลากหลายให้เลือก	4.00	มาก	3.66	มาก	3.77	มาก	3.40	น้อย	3.75	มาก
2. มีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบสินค้าอย่างต่อเนื่อง	4.00	มาก	4.00	มาก	3.95	มาก	3.90	มาก	4.00	มาก
3. วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า	4.67	มากที่สุด	4.34	มาก	4.00	มาก	4.20	มาก	4.25	มาก
4. ความหลากหลายของบริการ และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.56	มากที่สุด	4.17	มาก	4.09	มาก	4.00	มาก	4.50	มากที่สุด
5. การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้	4.22	มาก	4.14	มาก	4.32	มาก	4.10	มาก	4.50	มากที่สุด

ตาราง 21 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบริษัท ไทย จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยประธานบริษัท กรรมการบริษัท และ ผอ./รอง ผอ./รอง ผอ. ฝ่ายบัญชี / การเงิน ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่เชื่อถือได้มากที่สุด เป็นลำดับแรก สำหรับผู้บริหารให้ความสำคัญต่อบริษัทที่เชื่อถือได้มากที่สุด ส่วนด้านอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความหลากหลายของการให้บริการ และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ มาก เป็นลำดับแรกๆ

4.2 ปัจจัยด้านราคา

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบริษัทที่มีผล ในการเลือกใช้สินเชื่อบริษัท ไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบริษัท ไทย จำกัด (มหาชน)													
	ประธานบริษัท			กรรมการบริษัท			หุ้นส่วนผู้จัดการ			ผอ./รอง ผอ./รอง ผอ. ฝ่ายบัญชี/การเงิน			อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
1. อัตราดอกเบี้ย MOR	4.67	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด	4.59	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด
2. อัตราดอกเบี้ย MLR	4.67	มากที่สุด	4.71	มากที่สุด	4.68	มากที่สุด	4.60	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด
3. อัตราดอกเบี้ย MRR	4.67	มากที่สุด	4.60	มากที่สุด	4.59	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด
4. ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้	4.11	มาก	4.14	มาก	4.27	มาก	4.20	มาก	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด
5. ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักทรัพย์	3.56	มาก	3.96	มาก	4.18	มาก	4.30	มาก	4.30	มากที่สุด	4.75	มากที่สุด	4.75	มากที่สุด
6. ค่าธรรมเนียมหนังสือค่าประกัน	3.78	มาก	3.94	มาก	4.27	มาก	4.10	มาก	4.10	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด
7. ค่าธรรมเนียมหนังสือรับรองเครดิต	3.44	น้อย	3.91	มาก	4.14	มาก	4.30	มาก	4.30	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด

ตาราง 22 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยประธานบริษัท และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อบริษัท MOR อัตราดอกเบี้ย MLR และอัตราดอกเบี้ย MRR มากเป็นลำดับแรก เท่ากัน ส่วนกรรมการบริษัท ให้ความสำคัญต่อการ และขอ/ฝาก. ฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ความสำคัญต่อบริษัท MLR มากเป็นลำดับแรก

4.3 ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลในการเลือกใช้สินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)											
	ประธานบริษัท		กรรมการบริษัท		หุ้นส่วนผู้จัดการ		ขอ/ฝาก.ฝ่ายบัญชี/การเงิน		อื่นๆ			
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล		
1. ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง	4.00	มาก	4.11	มาก	3.86	มาก	4.30	มาก	4.00	มาก		
2. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	3.89	มาก	3.94	มาก	3.91	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก		
3. ความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัยของธนาคาร	3.89	มาก	4.00	มาก	4.14	มาก	3.90	มาก	4.50	มากที่สุด		
4. ธนาคารมีเครือข่ายกว้างทั่วประเทศ	4.89	มากที่สุด	4.49	มาก	4.27	มาก	4.10	มาก	4.50	มากที่สุด		

ตาราง 23 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยประมาณบริษัท กรรมการบริษัท และหุ้นส่วนผู้จัดการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศมากเป็นลำดับแรก ผอ./รองผอ. ฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ความสำคัญกับที่ตั้งของธนาคารอยู่ที่สะดวกต่อการเดินทางมาก เป็นลำดับแรก ส่วนตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัยของธนาคาร และปัจจัยด้านเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศมากเป็นลำดับแรกเท่ากัน

4.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)									
	ประธานบริษัท		กรรมการบริษัท		หุ้นส่วนผู้จัดการ		ผอ./รองผอ.ฝ่ายบัญชี/การเงิน		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
1. ข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน	4.11	มาก	3.89	มาก	3.95	มาก	3.60	มาก	4.25	มาก
2. ข้อมูลสารสนเทศทันสมัย	3.78	มาก	3.74	มาก	3.68	มาก	3.50	มาก	3.75	มาก
3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	3.33	น้อย	3.74	มาก	3.73	มาก	3.30	น้อย	3.75	มาก

ตาราง 24 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ไม่ต่างกัน โดยทุกตำแหน่งให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ข้อมูลสารสนเทศครบถ้วนมาก เป็นลำดับแรกเหมือนกัน

4.5 ปัจจัยด้านบุคลากร

ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลในการเลือกใช้บริการของไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของไทย จำกัด (มหาชน)									
	ประธานบริษัท		กรรมการบริษัท		หุ้นส่วนผู้จัดการ		รอง/ผอ.ฝ่ายปฏิบัติการ		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
1. การเข้าถึงลูกค้า อำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ของพนักงานสาขา	4.11	มาก	4.11	มาก	3.77	มาก	4.40	มาก	4.25	มาก
2. การเข้าถึงลูกค้า อำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	4.11	มาก	4.17	มาก	3.95	มาก	4.10	มาก	4.00	มาก
3. การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจของพนักงานสาขา	4.22	มาก	4.29	มาก	4.00	มาก	4.40	มาก	4.25	มาก
4. การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	4.22	มาก	4.40	มาก	4.25	มาก	4.20	มาก	4.00	มาก
5. ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานสาขา	4.56	มากที่สุด	4.23	มาก	4.05	มาก	4.30	มาก	4.25	มาก

ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลในการเลือกใช้สินค้าเพื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าเพื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)									
	ประธานบริษัท		กรรมการบริษัท		หุ้นส่วนผู้จัดการ		ผอ./ผจก.ฝ่ายปฏิบัติการ		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
6. ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	4.44	มาก	4.26	มาก	4.09	มาก	4.20	มาก	4.00	มาก
7. ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และบุคลิก มารยาทที่ดีของพนักงานสาขา	4.33	มาก	4.31	มาก	4.09	มาก	4.20	มาก	4.75	มากที่สุด
8. ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และบุคลิก มารยาทที่ดีของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	4.33	มาก	4.34	มาก	4.27	มาก	4.00	มาก	4.25	มาก
9. ความน่าเชื่อถือของพนักงานสาขา	4.11	มาก	4.26	มาก	4.18	มาก	4.50	มากที่สุด	4.75	มากที่สุด
10. ความน่าเชื่อถือของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	4.11	มาก	4.26	มาก	4.36	มาก	4.30	มาก	4.75	มากที่สุด
11. การให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงานสาขา	4.22	มาก	4.31	มาก	4.27	มาก	4.60	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด
12. การให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	4.11	มาก	4.46	มาก	4.41	มาก	4.20	มาก	4.25	มาก

ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรที่มีผลในการเลือกใช้บริการธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)											
	ประธานบริษัท		กรรมการบริษัท		หุ้นส่วนผู้จัดการ		ผอ./รองผอ.ฝ่ายบัญชี/การเงิน		อื่นๆ			
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผศ	ค่าเฉลี่ย	การแปรผศ	ค่าเฉลี่ย	การแปรผศ	ค่าเฉลี่ย	การแปรผศ	ค่าเฉลี่ย	การแปรผศ		
13. การตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา	4.78	มากที่สุด	4.63	มากที่สุด	4.41	มาก	4.70	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด		
14. การตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	4.67	มากที่สุด	4.29	มาก	4.05	มาก	4.20	มาก	4.25	มาก		
15. มีพนักงานสาขาเดินทางไปเยี่ยมเยียนดูแลให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ	3.89	มาก	3.66	มาก	3.68	มาก	3.70	มาก	3.75	มาก		
16. มีพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัทเดินทางไปเยี่ยมเยียนดูแลให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ	3.67	มาก	3.69	มาก	4.14	มาก	3.60	มาก	3.75	มาก		
17. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานสาขา	4.00	มาก	4.14	มาก	4.14	มาก	4.20	มาก	3.75	มาก		
18. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	3.78	มาก	4.23	มาก	4.36	มาก	4.20	มาก	4.00	มาก		

ตาราง 25 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยประมาณบริษัท กรรมการบริษัท และหอ/ผจก.ฝ่ายบัญชีการเงิน ให้ความสำคัญกับปัจจัย ด้านการตอบสนองแก่ปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขามากเป็นลำดับแรก ให้นำบัญชีด้านการให้ข้อมูลที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าของบริษัท และปัจจัยด้านการตอบสนอง แก่ปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขามากเป็นลำดับแรกเช่นกัน ส่วนด้านแหล่งอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และบุคลิก มารยาทที่ดีของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของพนักงานนำเชื่อถือของพนักงาน ฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัทมากเป็นลำดับแรกเช่นกัน

4.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผล ในการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)									
	ประธานบริษัท		กรรมการบริษัท		หุ้นส่วนผู้จัดการ		ผอ./ผจก.ฝ่ายบัญชี/การเงิน		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
1. การให้บริการที่รวดเร็ว	4.18	มาก	4.63	มากที่สุด	4.36	มาก	4.70	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด
2. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.56	มากที่สุด	4.26	มาก	4.45	มาก	4.40	มาก	4.50	มากที่สุด
3. การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด	4.67	มากที่สุด	4.37	มาก	4.32	มาก	4.70	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด
4. การพัฒนาปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง และครบวงจร	4.00	มาก	4.06	มาก	4.23	มาก	4.20	มาก	4.75	มากที่สุด

ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลในการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)									
	ประธานบริษัท		กรรมการบริษัท		หุ้นส่วนผู้จัดการ		คอ./พงก.ฝ่ายบัญชี/การเงิน		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
5. ระบบการทำงานได้มาตรฐาน	4.33	มาก	4.17	มาก	4.14	มาก	4.50	มากที่สุด	4.25	มาก
6. ความเหมาะสมของเอกสารที่ต้องใช้ติดต่อกับธนาคาร	3.67	มาก	4.06	มาก	4.14	มาก	4.40	มาก	4.00	มาก
7. ความหลากหลายของการให้บริการและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.11	มาก	4.03	มาก	3.91	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก
8. ความยืดหยุ่นของการให้บริการ	3.78	มาก	4.06	มาก	4.18	มาก	4.30	มาก	4.75	มากที่สุด

ตาราง 26 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยประธานบริษัทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้บริการที่ไม่ผิดพลาดมากเป็นลำดับแรก กรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้บริการที่รวดเร็วมากเป็นลำดับแรก หุ้นส่วนผู้จัดการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาก เป็นลำดับแรก ส่วน คอ./พงก.ฝ่ายบัญชี/การเงิน และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้บริการที่รวดเร็ว กับปัจจัยด้านการให้บริการที่ไม่ผิดพลาดมาก เป็นลำดับแรกเท่ากัน

4.7 ปัจจัยด้านอื่นๆ

ตาราง 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบริษัทที่มีผลในการเลือกใช้เงินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

ปัจจัยด้านอื่นๆ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกให้เงินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)									
	ประธานบริษัท		กรรมการบริษัท		หุ้นส่วนผู้จัดการ		ขอ/สดก.ฝ่ายบัญชี/การเงิน		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
1. ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง	4.33	มาก	4.29	มาก	4.36	มาก	4.50	มากที่สุด	4.25	มาก
2. นโยบายของธนาคารมีความชัดเจน	3.78	มาก	4.03	มาก	4.00	มาก	4.40	มาก	4.00	มาก
3. ทัศนคติของผู้นำ	3.56	มาก	3.97	มาก	3.82	มาก	4.30	มาก	4.00	มาก
4. การเป็นธนาคารที่มีความเป็นไทยและเป็นที่ภาคภูมิใจ	3.44	น้อย	3.83	มาก	4.00	มาก	4.30	มาก	4.50	มากที่สุด

ตาราง 27 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านอื่นๆ มีผลต่อการเลือกให้เงินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ต่างกัน โดยประธานบริษัท กรรมการบริษัท หุ้นส่วนผู้จัดการ และขอ/สดก.ฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูงมาก เป็นลำดับแรก ส่วนด้านอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารที่มีความเป็นไทยและเป็นที่ภาคภูมิใจมากเป็นลำดับแรก

4.8 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้สินค้าเชื้อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ตาราง 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัญหาที่พบที่มีผลในการเลือกใช้สินค้าเชื้อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

ปัญหาที่พบ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าเชื้อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)									
	ประธานบริษัท		กรรมการบริษัท		หุ้นส่วนผู้จัดการ		ผอ./รองผอ.ฝ่ายบัญชี/การเงิน		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
1. ขอบเขตสารเพื่อใช้ประกอบการอนุมัติสินค้าเชื้อมาก	4.22	มาก	3.91	มาก	4.09	มาก	3.80	มาก	4.00	มาก
2. อนุมัติสินค้าเชื้อล่าช้า มีขั้นตอนมาก	3.89	มาก	3.80	มาก	4.05	มาก	4.10	มาก	4.50	มากที่สุด
3. อนุมัติสินค้าเชื้อไม่ตรงตามที่ต้องการ	3.78	มาก	3.71	มาก	4.18	มาก	3.80	มาก	4.75	มากที่สุด
4. อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ	4.44	มาก	4.17	มาก	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	4.75	มากที่สุด
5. ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้แพงกว่าธนาคารอื่นๆ	4.44	มาก	4.09	มาก	4.14	มาก	4.00	มาก	4.25	มาก
6. ค่าธรรมเนียมประเมินหลักทรัพย์แพงกว่าธนาคารอื่นๆ	3.33	น้อย	3.60	มาก	3.50	มาก	4.00	มาก	4.25	มาก
7. สถานที่ขอครุภัณฑ์แคบ ไม่เพียงพอ	2.89	น้อย	2.89	น้อย	3.45	น้อย	3.50	มาก	4.00	มาก
8. ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจากธนาคาร	3.44	น้อย	3.14	น้อย	3.55	มาก	3.40	น้อย	4.00	มาก
9. ข้อมูลข่าวสารล่าสมัย	3.44	น้อย	3.31	น้อย	3.73	มาก	3.50	มาก	4.00	มาก

ตาราง 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่พบที่พึงผล ในการศึกษาแบบสอบถามระดับความสำคัญที่พบที่พึงผล ในการเลือกใช้บริการไทย จำกัด (มหาชน) จำนวนตามตำแหน่งหน้าที่ (ต่อ)

ปัญหาที่พบ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไทย จำกัด (มหาชน)									
	ประธานบริษัท		กรรมการบริษัท		หุ้นส่วนผู้จัดการ		ผอ./รองผอ.ฝ่ายปฏิบัติการ		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
10. พนักงานมีกฎปฏิบัติงานผิดพลาด ขาดความรู้ความชำนาญ	4.11	มาก	3.80	มาก	3.68	มาก	3.70	มาก	4.50	มากที่สุด
11. พนักงานไม่สุภาพ	3.56	มาก	3.51	มาก	3.77	มาก	3.10	น้อย	4.25	มาก
12. พนักงานไม่เห็นความสำคัญของลูกค้า	4.11	มาก	3.60	มาก	3.91	มาก	3.70	มาก	4.00	มาก
13. สับสนในการติดต่อกับธนาคาร ไม่แน่ใจว่าจะติดต่อผ่านสาขา หรือติดต่อกับพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัทเมื่อต้องการใช้สินเชื่อ	3.56	มาก	3.57	มาก	3.86	มาก	3.70	มาก	3.75	มาก
14. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานสาขา	3.89	มาก	3.60	มาก	3.91	มาก	4.00	มาก	3.75	มาก
15. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	3.78	มาก	3.46	น้อย	3.77	มาก	3.70	มาก	4.00	มาก

ตาราง 28 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งต่างกัน เห็นว่าปัญหาที่พบมีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ วิชาการการศึกษา ไทย จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยประธานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่น ๆ และปัญหาด้านค่าธรรมเนียมในการจัดการให้คู่แข่งกว่าธนาคารอื่น ๆ มากมากเป็นลำดับแรกเท่ากัน กรรมการบริษัท หุ่นส่วนใหญ่/ผลก.ฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่น ๆ มาก เป็นลำดับแรกเหมือนกัน ส่วนตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านอนุมัติสินเชื่อนั้นไม่ตรงตามที่ต้องการ และปัญหาด้านอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่น ๆ มากเป็นลำดับแรกเท่ากัน

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ ปัจจัยด้านอื่น ๆ และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการ

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะเงื่อนไขของธุรกิจ

5.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตาราง 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการเลือกใช้บริการกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะเงื่อนไขของธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)							
	บริษัทมหาชน จำกัด		บริษัท จำกัด		ห้างหุ้นส่วนจำกัด			
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล		
1. วัตถุประสงค์ที่หลากหลายให้เลือก	4.00	มาก	3.65	มาก	3.76	มาก	4.00	มาก
2. มีการพัฒนาและปรับปรุงระบบสินเชื่ออย่างต่อเนื่อง	4.00	มาก	4.00	มาก	3.92	มาก	4.00	มาก
3. วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า	4.00	มาก	4.35	มาก	4.12	มาก	4.00	มาก
4. ความหลากหลายของการให้บริการ และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.00		4.25	มาก	4.12	มาก	3.50	มาก
5. การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้	4.00	มาก	4.20	มาก	4.24	มาก	4.50	มากที่สุด

ตาราง 29 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจที่มีลักษณะการจดทะเบียนต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยบริษัทมหาชน จำกัด ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยมากเป็นลำดับแรกเท่ากัน บริษัท จำกัด ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้ามากที่สุด และห้างหุ้นส่วนสามัญ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้มากที่สุดเป็นลำดับแรกเหมือนกัน

5.2 ปัจจัยด้านราคา

ตาราง 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลในการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)									
	บริษัทมหาชน จำกัด		บริษัท จำกัด		ห้างหุ้นส่วน จำกัด		ห้างหุ้นส่วนสามัญ			
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล		
1. อัตราดอกเบี้ย MOR	4.50	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด	4.64	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด		
2. อัตราดอกเบี้ย MLR	4.50	มากที่สุด	4.71	มากที่สุด	4.68	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด		
3. อัตราดอกเบี้ย MRR	4.50	มากที่สุด	4.63	มากที่สุด	4.56	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด		
4. ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้	4.50	มากที่สุด	4.14	มาก	4.32	มาก	4.00	มาก		
5. ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักทรัพย์	4.50	มากที่สุด	4.92	มากที่สุด	4.20	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด		
6. ค่าธรรมเนียมหนังสือค่าประกัน	4.50	มากที่สุด	3.92	มาก	4.24	มาก	5.00	มากที่สุด		
7. ค่าธรรมเนียมหนังสือรับรองเครดิต	4.50	มากที่สุด	3.86	มาก	4.20	มาก	4.50	มากที่สุด		

ตาราง 30 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจที่มีลักษณะการจดทะเบียนต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยบริษัทมหาชน จำกัด ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยมากเป็นลำดับแรก เท่ากัน บริษัท จำกัด ให้ความสำคัญต่อก่อนปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักทรัพย์ มากเป็นลำดับแรก ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย MLR มาก เป็นลำดับแรก ส่วนห้างหุ้นส่วนสามัญ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย MOR ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย MLR ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย MRR ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักทรัพย์ และปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมหนังสือค่าประกันมาก เป็นลำดับแรกเท่ากัน

5.3 ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

ตาราง 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเพื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเพื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)									
	บริษัทมหาชน จำกัด		บริษัท จำกัด		ห้างหุ้นส่วน จำกัด		ห้างหุ้นส่วน จำกัด		ห้างหุ้นส่วนสามัญ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
1. ท่าเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง	4.00	มาก	4.10	มาก	3.96	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก
2. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	4.00	มาก	3.94	มาก	3.92	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก
3. ความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัยของธนาคาร	4.00	มาก	4.02	มาก	4.04	มาก	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด
4. ธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศ	4.00	มาก	4.53	มากที่สุด	4.32	มาก	3.50	มาก	3.50	มาก

ตาราง 31 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจที่มีลักษณะการจดทะเบียนต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการเพื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยบริษัทมหาชน จำกัด ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยมากเป็นลำดับแรก เขากัน บริษัท จำกัด และห้างหุ้นส่วน จำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศมากเป็นลำดับแรกเหมือนกัน ส่วน ห้างหุ้นส่วน สามัญ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัยของธนาคารมากเป็นลำดับแรก

5.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อธุรกิจ
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเพื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)							
	บริษัทมหาชน จำกัด		บริษัท จำกัด		ห้างหุ้นส่วน จำกัด			
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล		
1. ข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน	4.00	มาก	3.92	การแปรผล	3.92	มาก	3.50	มาก
2. ข้อมูลสารสนเทศทันสมัย	4.00	มาก	3.69	มาก	3.72	มาก	3.50	มาก
3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	3.50	มาก	3.57	มาก	3.80	มาก	3.50	มาก

ตาราง 32 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจที่มีลักษณะการจดทะเบียนต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเพื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยบริษัทมหาชน จำกัด ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน และปัจจัยด้านข้อมูลสารสนเทศทันสมัยมากที่สุด และห้างหุ้นส่วน จำกัด ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน มากเป็นลำดับแรกเหมือนกัน ส่วนห้างหุ้นส่วนสามัญให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยมากเป็นลำดับแรกเช่นกัน

5.5 ปัจจัยด้านบุคลากร

ตาราง 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)							
	บริษัทมหาชน จำกัด		บริษัท จำกัด		ห้างหุ้นส่วนสามัญ			
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล		
1. การเข้าถึงลูกค้า อำนวยความสะดวก ในตลอดเวลา สถานที่ของพนักงานสาขา	5.00	มากที่สุด	4.06	มาก	3.96	มาก	4.50	มากที่สุด
2. การเข้าถึงลูกค้า อำนวยความสะดวก ในตลอดเวลา สถานที่ของพนักงานฝ่าย ความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	4.00	มาก	4.12	มาก	4.12	มาก	3.00	น้อย
3. การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่าง ถูกต้อง และเข้าใจง่ายของพนักงาน สาขา	5.00	มากที่สุด	4.24	มาก	4.08	มาก	4.50	มากที่สุด

ตาราง 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบริษัทด้านบุคลากรที่มีผลในการเลือกให้สินเชื่อบุรกีจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของบุรกีจ(ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกให้สินเชื่อบุรกีจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)							
	บริษัทมหาชน จำกัด		บริษัท จำกัด		ห้างหุ้นส่วน จำกัด		ห้างหุ้นส่วนสามัญ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
4. การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่ายของพนักงานฝ่ายความสัมพันธักักับบริษัท	4.00	มาก	4.31	มาก	4.36	มาก	3.00	น้อย
5. ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานสาขา	5.00	มากที่สุด	4.25	มาก	4.08	มาก	4.50	มากที่สุด
6. ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานฝ่ายความสัมพันธักัก่าบริษัท	4.00	มาก	4.27	มาก	4.16	มาก	3.50	มาก
7. ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ เป็นกันเอง และบุคคิก มารยาทที่ดีของพนักงานสาขา	4.50	มากที่สุด	4.29	มาก	4.12	มาก	5.00	มากที่สุด
8. ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ เป็นกันเอง และบุคคิก มารยาทที่ดีของ พนักงานฝ่ายความสัมพันธักัก่าบริษัท	3.50	มาก	4.29	มาก	4.36	มาก	3.50	มาก

ตาราง 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถจักรยานยนต์สาธารณะของกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ(ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถจักรยานยนต์สาธารณะของกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน)									
	บริษัทมหาชน จำกัด		บริษัท จำกัด		ห้างหุ้นส่วน จำกัด		ห้างหุ้นส่วนสามัญ			
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
9. ความน่าเชื่อถือของพนักงานสาขา	4.50	มากที่สุด	4.27	มาก	4.20	มาก	5.00	มากที่สุด		
10. ความน่าเชื่อถือของพนักงานฝ่าย ความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	4.50	มากที่สุด	4.22	มาก	4.44	มาก	4.50	มากที่สุด		
11. การให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง ของพนักงานสาขา	4.50	มากที่สุด	4.31	มาก	4.32	มาก	5.00	มากที่สุด		
12. การให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง ของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้า บริษัท	3.50	มาก	4.39	มาก	4.40	มาก	4.00	มาก		
13. การตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว ความต้องการของการของพนักงานสาขา	5.00	มากที่สุด	4.61	มากที่สุด	4.48	มาก	5.00	มากที่สุด		
14. การตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว ความต้องการของการของพนักงานฝ่าย ความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	4.00	มาก	4.33	มาก	4.20	มาก	3.00	น้อย		
15. มีพนักงานสาขาเดินทางไปเยี่ยมเยียน ดูแลให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่าง สม่ำเสมอ	3.00	น้อย	3.75	มาก	3.72	มาก	3.00	น้อย		

ตาราง 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลในการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ(ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)							
	บริษัทมหาชน จำกัด		บริษัท จำกัด		ห้างหุ้นส่วน จำกัด		ห้างหุ้นส่วนสามัญ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
16. มีพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้า บริษัทเดินทางไปเยี่ยมเยียนดูแลให้ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ	3.00	น้อย	3.73	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก
17. ความสะดวกในการติดต่อกับ พนักงานสาขา	4.00	มาก	4.10	มาก	4.12	มาก	4.50	มากที่สุด
18. ความสะดวกในการติดต่อกับ พนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้า บริษัท	3.50	มาก	4.16	มาก	4.36	มาก	4.00	มาก

ตาราง 33 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจที่มีลักษณะการจดทะเบียนต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยบริษัทมหาชน จำกัด ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านลูกค้า อำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ของพนักงานสาขาปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่ายของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานสาขา และปัจจัยการตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา มากเป็นลำดับแรก และห้างหุ้นส่วน จำกัด ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา เป็นอันดับแรกเหมือนกัน ส่วนห้างหุ้นส่วนสามัญให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และบุคลิก มารยาทที่ดีของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของพนักงานสาขา ปัจจัยด้านการให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงานสาขา และปัจจัยด้านการตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา มาก เป็นลำดับแรกเหมือนกัน

5.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ตาราง 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลในการเลือกใช้บริการธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)									
	บริษัทมหาชน จำกัด		บริษัท จำกัด		ห้างหุ้นส่วน จำกัด		ห้างหุ้นส่วนสามัญ			
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
1. การให้บริการที่รวดเร็ว	5.00	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด	4.52	มากที่สุด	4.00	มาก	4.00	มาก
2. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.00	มาก	4.33	มาก	4.48	มาก	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด
3. การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด	5.00	มากที่สุด	4.49	มาก	4.40	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก
4. การพัฒนาปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่องและครบวงจร	4.00	มาก	4.08	มาก	4.32	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก
5. ระบบการทำงานที่ได้มาตรฐาน	4.00	มาก	4.29	มาก	4.12	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก
6. ความเหมาะสมของเอกสารที่ต้องใช้ติดต่อกับธนาคาร	4.00	มาก	4.00	มาก	4.24	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก
7. ความหลากหลายของการให้บริการและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.00	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก
8. ความยืดหยุ่นของการให้บริการ	4.00	มาก	4.06	มาก	4.28	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก

ตาราง 34 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจที่มีลักษณะการจดทะเบียนต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุนกระบวนการ มีผลต่อการเลือกใช้ถิ่นเชื้อธุรกิจ
 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยบริษัทมหาชน จำกัด ให้ความสำคัญต่อบริการที่รวดเร็ว และปัจจัยด้านการให้บริการที่ไม่ผิดพลาด
 มากเป็นลำดับแรกๆกัน บริษัท จำกัด และ ห้างหุ้นส่วน จำกัด ให้ความสำคัญต่อบริการที่รวดเร็วมาก เป็นลำดับแรกเหมือนกัน ส่วนห้างหุ้นส่วน
 สามัญให้ความสำคัญต่อบริการด้านใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมากเป็นลำดับแรก

5.7 ปัจจัยด้านอื่นๆ

ตาราง 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบริการเลือกใช้บริการธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
 จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ

ปัจจัยด้านอื่นๆ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้ถิ่นเชื้อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)							
	บริษัทมหาชน จำกัด		บริษัท จำกัด		ห้างหุ้นส่วนสามัญ			
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล		
1. ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง	5.00	มากที่สุด	4.29	มาก	4.40	มาก	4.00	มาก
2. นโยบายของธนาคารมีความชัดเจน	4.50	มากที่สุด	4.00	มาก	4.08	มาก	4.00	มาก
3. ทัศนคติของผู้นำ	4.50	มากที่สุด	3.90	มาก	3.52	มาก	4.00	มาก
4. การเป็นธนาคารที่มีความเป็นไทยและเป็นที่ภาคภูมิใจ	4.50	มากที่สุด	3.82	มาก	4.00	มาก	5.00	มากที่สุด

ตาราง 35 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจที่มีลักษณะการจดทะเบียนต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านอื่นๆ มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคาร
กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ต่างกันโดยบริษัทมหาชน จำกัด บริษัท จำกัด และห้างหุ้นส่วน จำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความมั่นคงของธนาคารอยู่ใน
ระดับสูงมากเป็นลำดับแรกเหมือนกัน ห้างหุ้นส่วน สามัญ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการเป็นธนาคารที่มีความเป็นไทยและเป็นที่ภาคภูมิใจมาก เป็นลำดับแรก

5.8 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)

ตาราง 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัญหาที่พบในการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ

ปัญหาที่พบ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)									
	บริษัทมหาชน จำกัด		บริษัท จำกัด		ห้างหุ้นส่วน จำกัด		ห้างหุ้นส่วนสามัญ			
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
1. ขอบเขตการใช้ประกอบการอนุมัติ สินเชื่อนาน	4.00	มาก	4.00	มาก	3.92	มาก	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด
2. อนุมัติสินเชื่อนาน มีขั้นตอนมาก	4.00	มาก	3.88	มาก	4.04	มาก	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด
3. อนุมัติสินเชื่อไม่ตรงตามที่ต้องการ	4.00	มาก	3.80	มาก	4.08	มาก	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด
4. อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่น ๆ	4.50	มากที่สุด	4.29	มาก	4.48	มาก	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด
5. ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้แพง กว่าธนาคารอื่น ๆ	4.50	มากที่สุด	4.12	มาก	4.20	มาก	3.50	มาก	3.50	มาก
6. ค่าธรรมเนียมประเมินหลักทรัพย์แพง กว่าธนาคารอื่น ๆ	4.50	มากที่สุด	3.59	มาก	3.64	มาก	3.50	มาก	3.50	มาก
7. สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอ	3.50	มาก	3.02	น้อย	3.48	น้อย	3.00	น้อย	3.00	น้อย
8. ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจาก ธนาคาร	3.50	มาก	3.29	น้อย	3.52	มาก	3.00	น้อย	3.00	น้อย

ตาราง 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัญหาที่พบในการเลือกให้สินเชื่อบริษัท ไทย จำกัด (มหาชน)
 จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ (ต่อ)

ปัญหาที่พบ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกให้สินเชื่อบริษัท ไทย จำกัด (มหาชน)									
	บริษัทมหาชน จำกัด		บริษัท จำกัด		ห้างหุ้นส่วน จำกัด		ห้างหุ้นส่วนสามัญ			
	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล		
9. ข้อมูลข่าวสารด้านบัญชี	3.50	มาก	3.39	น้อย	3.72	มาก	3.50	มาก		
10. พนักงานมักปฏิบัติงานผิดพลาด ขาดความรู้ความชำนาญ	4.50	มากที่สุด	3.86	มาก	3.64	มาก	4.50	มากที่สุด		
11. พนักงานไม่สุภาพ	3.50	มาก	3.49	น้อย	3.76	มาก	3.50	มาก		
12. พนักงานไม่เห็นความสำคัญของคุณค่า	3.50	มาก	3.75	มาก	3.92	มาก	3.00	น้อย		
13. สับสนในการติดต่อธนาคาร ใม่แน่ใจว่าจะติดต่อผ่านสาขา หรือติดต่อกับพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัทเมื่อต้องการใช้สินเชื่อ	3.50	มาก	3.65	มาก	3.76	มาก	3.50	มาก		
14. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานสาขา	3.50	มาก	3.75	มาก	3.96	มาก	3.00	น้อย		
15. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท	3.50	มาก	3.59	มาก	3.80	มาก	3.00	น้อย		

ตาราง 36 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจที่มีลักษณะการจดทะเบียนต่างกัน เห็นว่าปัญหาที่พบ มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบริการ ธนาคาร
กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยบริษัทมหาชน จำกัด ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่น ๆ ปัญหาด้านค่าธรรมเนียมในการ
จัดการให้คู่แข่งกว่าธนาคารอื่น ๆ ปัญหาด้านค่าธรรมเนียมประเมินหลักทรัพย์แพงกว่าธนาคารอื่น ๆ และปัญหาด้านพนักงานมักปฏิบัติงานผิดพลาด ขาด
ความรู้ความชำนาญมาก เป็นลำดับแรกๆกัน บริษัท จำกัด และห้างหุ้นส่วน จำกัด ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่น ๆ มาก
เป็นลำดับแรกเหมือนกัน ส่วนห้างหุ้นส่วนสามัญ ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านจรรยาบรรณเพื่อใช้ประกอบการอนุมัติสินเชื่อบริการ
ล่าช้า มีขั้นตอนมาก ปัญหาด้านอนุมัติสินเชื่อบริการ ปัญหาด้านอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่น ๆ และปัญหาด้านพนักงานมักปฏิบัติงาน
ผิดพลาด ขาดความรู้ความชำนาญมากเป็นลำดับแรกๆกัน