

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้ำ และพนักงานธนาคารกสิกรไทยสำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลและแสดงผลการวิเคราะห์ โดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 400 ชุด โดยแยกเป็นทัศนคติของลูกค้ำจำนวน 200 ชุด และทัศนคติของพนักงานจำนวน 200 ชุด ผลการศึกษาที่ได้นำมาสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้คือ

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ทัศนคติของลูกค้ำธนาคารกสิกรไทยที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้ำธนาคารกสิกรไทยสำนักงานใหญ่

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 ราย รู้จักโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ทั้งหมด โดยการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งเพศของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิง เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.50 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 67.50 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.00 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.00

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการกับ KBANK มากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.50 โดยประเภทผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้คือ เงินฝาก โดยการรู้จัก KBANK e-Girls จากสื่อของธนาคาร มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.00 และการได้พบเห็นตัวจริง KBANK e-Girls ไม่เคย คิดเป็นร้อยละ 69.00

2. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้ำธนาคารกสิกรไทยสำนักงานใหญ่ที่มีต่อโครงการ

จัดประกวด KBANK e-Girls

1.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls มากที่สุด คือ ธนาคารใช้หลักเกณฑ์ใดในการคัดเลือกผู้เข้าประกวด

KBANK e-Girls คิดเป็นร้อยละ 87.50 รองลงมาคือ KBANK e-Girls มีบทบาทหน้าที่อะไร คิดเป็นร้อยละ 73.50 ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด คือ ธนาคารกสิกรไทย ได้ดำเนินการจัดประกวด KBANK e-Girls ครั้งแรกในปีใด คิดเป็นร้อยละ 14.50

เมื่อพิจารณาจากจำนวนข้อที่ตอบถูกต้อง จากการวัดความรู้ความเข้าใจของลูกค้ำที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถตอบถูก 7 ข้อ มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00

1.2 ด้านความคิดเห็นที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls มากที่สุดคือ นอกจากบุคลิก รูปร่างหน้าตาของผู้เข้าประกวดแล้ว ผู้เข้าประกวดควรมีความเฉลียวฉลาด มีปฏิภาณ ไหวพริบ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.98 รองลงมาคือ ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกเป็น KBANK e-Girls ต้องปฏิบัติตัวให้เหมาะสม มีความเป็นกุลสตรี อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.91 ส่วนอันดับสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls คือ ผู้ที่เข้ามาประกวด KBANK e-Girls ที่จบการศึกษาจากต่างประเทศมีโอกาสได้รับการคัดเลือกมากกว่าผู้ที่จบการศึกษาภายในประเทศ อยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.24 ตามลำดับ

1.3 ด้านแนวโน้มพฤติกรรมต่อการจัดประกวด KBANK e-Girls

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มจะแนะนำคนรู้จักให้มาประกวด KBANK e-Girls ส่วนใหญ่ ต้องการแนะนำคนที่รู้จักให้มาประกวด KBANK e-Girls โดยไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 58.39 รองลงมาคือ เป็นโอกาสได้แสดงความสามารถ คิดเป็นร้อยละ 18.12 ให้ผลตอบแทนสูง คิดเป็นร้อยละ 15.44 และได้ประสบการณ์ คิดเป็นร้อยละ 8.05 ตามลำดับ

ส่วนใหญแล้วผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มจะไม่แนะนำคนรู้จักให้มาประกวด KBANK e-Girls ไม่ต้องการแนะนำคนรู้จักให้มาประกวดแต่ไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 68.63 ไม่ให้ควาสนใจ คิดเป็นร้อยละ 25.49 และไม่รู้จักแนะนำใคร คิดเป็นร้อยละ 5.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยแนะนำคนรู้จักให้เข้ามาประกวด KBANK e-Girls คิดเป็นร้อยละ 96.00

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คิดว่า KBANK e-Girls ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริการธนาคารกสิกรไทยมากกว่าธนาคารอื่น คิดเป็นร้อยละ 79.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการมีส่วนร่วมในการเสนอหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการคัดเลือก KBANK e-Girls ส่วนใหญ่ต้องการมีส่วนร่วมโดยไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 94.44 และที่ไม่ต้องการมีส่วนร่วมในการเสนอหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการคัดเลือก KBANK e-Girls ส่วนใหญ่ ไม่ต้องการมีส่วนร่วมแต่ไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 76.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการมีส่วนร่วมในการโหวต หรือให้คะแนนให้กับผู้เข้าประกวดส่วนใหญ่ต้องการมีส่วนร่วมโดยไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 79.03 และที่ไม่ต้องการมีส่วนร่วมในการโหวต หรือให้คะแนนให้กับผู้เข้าประกวดส่วนใหญ่ไม่ต้องการมีส่วนร่วมแต่ไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 76.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเข้าร่วมในงานตัดสินคัดเลือก KBANK e-Girls ส่วนใหญ่ต้องการเข้าร่วมโดยไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 87.80 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ต้องการเข้าร่วมในงานตัดสินคัดเลือก KBANK e-Girls ส่วนใหญ่ไม่ต้องการเข้าร่วมแต่ไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 76.73

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้ KBANK e-Girls มาช่วยแนะนำผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ๆของธนาคาร ส่วนใหญ่ต้องการโดยไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 75.42 และที่ไม่ต้องการให้ KBANK e-Girls มาช่วยแนะนำผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ๆของธนาคาร ส่วนใหญ่ไม่ต้องการแต่ไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 89.00

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แจ้งว่าการที่ธนาคารกสิกรไทย ไม่มี KBANK e-Girls ไม่มีผลต่อการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 92.50

4. ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้ำต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มีความเห็น คิดเป็นร้อยละ 72.50 รอลงมา คือ เห็นว่า KBANK e-Girls มีประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 15.00 โดยระบุเหตุผลเป็นการดึงดูดให้ลูกค้ำสนใจผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 33.33 ทำให้เข้าใจรายละเอียดในผลิตภัณฑ์และบริการมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 30.00 ไม่ระบุข้อเสนอแนะ คิดเป็นร้อยละ 16.67 สะท้อนภาพลักษณ์ของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 10.00 และสร้างความแตกต่าง คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มีข้อเสนอแนะ คิดเป็นร้อยละ 82.00 และมีข้อเสนอแนะ คิดเป็นร้อยละ 18.00 โดยให้เหตุผลคือ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 63.89 ควรคัดเลือกคนที่มีความสามารถ คิดเป็นร้อยละ 16.67 ควรยกเลิกโครงการเนื่องจากสิ้นเปลืองงบประมาณ คิดเป็นร้อยละ 13.89 และไม่จำเป็นต้องมี KBANK e-Girls เนื่องจากมีสื่อมากมายที่สามารถรู้ได้ คิดเป็นร้อยละ 5.55

5. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้านาคารกสิกรไทยสำนักงานใหญ่ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-girl สรุปลงได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความรู้ความเข้าใจ มากที่สุด คือ ปัจจุบัน KBANK e-Girls ที่ได้รับการคัดเลือกจะได้รับเงินรางวัลจากธนาคารท่านละเท่าใด คิดเป็นร้อยละ 65.30 ความคิดเห็นต่อการจัดประกวด KBANK e-Girls พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อการจัดประกวด KBANK e-Girls ในข้อที่ระบุว่า การจัดประกวด KBANK e-Girls เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับธนาคาร และ นอกจากบุคลิก รูปร่าง หน้าตาของผู้เข้าประกวดแล้วผู้เข้าประกวดควรมีความสามารถ เฉลียวฉลาด มีปฏิภาณ ไหวพริบ ในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับหนึ่ง ด้านความต้องการที่จะแนะนำให้คนรู้จักมาประกวด KBANK e-Girls จะเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.00

ส่วนในเรื่องความต้องการใช้บริการมากกว่าธนาคารอื่นเมื่อมี KBANK e-Girls ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.50 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายจะมีความต้องการให้ KBANK e-Girls มาช่วยแนะนำผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ๆ เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 52.9 และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบต่อการใช้บริการเมื่อ ธนาคารกสิกรไทย ไม่มี KBANK e-Girls ที่เห็นว่า ไม่มีผลจะเป็นเพศหญิงและเพศชาย จำนวนเท่ากัน ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบต่อการใช้บริการเมื่อ ธนาคารกสิกรไทย ไม่มี KBANK e-Girls ที่เห็นว่า มีผล คือ ใช้บริการน้อยลงเป็นส่วนใหญ่ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบต่อการใช้บริการเมื่อ ธนาคารกสิกรไทย ไม่มี KBANK e-Girls ที่เห็นว่า มีผล คือ ใช้บริการมากขึ้น เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.30 นอกจากนั้นผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายยังให้ความคิดเห็นอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 66.70

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความรู้ความเข้าใจ มากที่สุด คือ KBANK e-Girls มีบทบาทหน้าที่อะไร คิดเป็นร้อยละ 49.66 มีความคิดเห็นต่อการจัดประกวด KBANK e-Girls ในข้อที่ระบุว่า นอกจากบุคลิก รูปร่าง หน้าตาของผู้เข้าประกวดแล้วผู้เข้าประกวดควรมีความสามารถ เฉลียวฉลาด มีปฏิภาณ ไหวพริบ ในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับหนึ่ง เคยแนะนำคนรู้จักให้มาประกวด KBANK e-Girls ส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 62.50 มีความต้องการมีส่วนร่วมในการเสนอหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการคัดเลือก KBANK e-Girls เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 51.40 มีความต้องการมีส่วนร่วมในการโหวต หรือให้คะแนนการประกวด KBANK e-Girls คิดเป็นร้อยละ 55.60 และมีความต้องการเข้าร่วมในการตัดสินประกวด KBANK e-Girls คิดเป็นร้อยละ 51.20 ส่วนในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบต่อการใช้บริการเมื่อ ธนาคารกสิกรไทย ไม่มี KBANK e-Girls ที่เห็นว่า ไม่มีผล จะเป็นเพศหญิงและเพศชาย จำนวนเท่ากัน และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบต่อการใช้บริการเมื่อ ธนาคารกสิกรไทย ไม่มี KBANK e-Girls ที่เห็นว่า มีผล คือ ใช้

บริการน้อยลง เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 42.90 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบต่อการใช้บริการ เมื่อ ธนาคารกสิกรไทย ไม่มี KBANK e-Girls ที่เห็นว่า มีผล คือ ใช้บริการมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 66.70 ซึ่งเป็นความคิดเห็นส่วนใหญ่จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความคิดเห็นเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 33.30

5.1.2 ทักษะของพนักงานที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพนักงาน

การศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งเพศของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิง เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 50.00 โดยพบว่ามีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.50 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.50 ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 63.00 และส่วนใหญ่ตำแหน่งปัจจุบัน เป็นระดับปฏิบัติงาน (หส./ผู้ช่วย หส./ชั้นกลาง) คิดเป็นร้อยละ 72.00 โดยระยะเวลาในการปฏิบัติงานมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.00

2. ข้อมูลเกี่ยวกับทักษะของพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls มากที่สุด คือ ธนาคารใช้หลักเกณฑ์ใดในการคัดเลือกผู้เข้าประกวด KBANK e-Girls คิดเป็นร้อยละ 95.00 รองลงมาคือ KBANK e-Girls มีบทบาทหน้าที่อะไร คิดเป็นร้อยละ 94.00 และข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด คือ ธนาคารกสิกรไทยได้ดำเนินการจัดประกวด KBANK e-Girls ครั้งแรกในปีใด คิดเป็นร้อยละ 11.50

พบว่าจำนวนข้อที่ตอบถูกต้อง จากการวัดความรู้ความเข้าใจของพนักงานที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถตอบถูก 8 ข้อ มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00

2.2 ด้านความคิดเห็นที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls พบว่าอันดับที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls สูงสุด

คือ นอกจากบุคลิก รูปร่างหน้าตาของผู้เข้าประกวดแล้ว ผู้เข้าประกวดควรมีความเฉลียวฉลาด มีปฏิภาณ ไหวพริบ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย

2.3 ด้านแนวโน้มพฤติกรรมต่อการจัดประกวด KBANK e-Girls

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มแนะนำคนรู้จักให้มาประกวด KBANK e-Girls ส่วนใหญ่ ต้องการแนะนำคนที่รู้จักให้มาประกวด KBANK e-Girls โดยไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 49.31

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มจะไม่แนะนำคนรู้จักให้มาประกวด KBANK e-Girls ส่วนใหญ่ ไม่ต้องการแนะนำคนรู้จักให้มาประกวดแต่ไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 76.79

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยแนะนำคนรู้จักให้เข้ามาประกวด KBANK e-Girls คิดเป็นร้อยละ คิดเป็นร้อยละ 93.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการมีส่วนร่วมในการเสนอหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการคัดเลือก KBANK e-Girls ส่วนใหญ่ต้องการมีส่วนร่วมโดยไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 67.74

ผู้ที่ไม่ต้องการมีส่วนร่วมในการเสนอหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการคัดเลือก KBANK e-Girls ส่วนใหญ่ ไม่ต้องการมีส่วนร่วมแต่ไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 72.78 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการมีส่วนร่วมในการโหวต หรือให้คะแนนให้กับผู้เข้าประกวดส่วนใหญ่ต้องการมีส่วนร่วมโดยไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 64.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ต้องการมีส่วนร่วมในการโหวต หรือให้คะแนนให้กับผู้เข้าประกวดส่วนใหญ่ไม่ต้องการมีส่วนร่วมแต่ไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 78.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเข้าร่วมในงานตัดสินคัดเลือก KBANK e-Girls ส่วนใหญ่ต้องการเข้าร่วมโดยไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 72.73 สำหรับที่ไม่ต้องการเข้าร่วมในงานตัดสินคัดเลือก KBANK e-Girls ส่วนใหญ่ไม่ต้องการเข้าร่วมแต่ไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 78.85

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ปฏิบัติตามนโยบายของธนาคารเมื่อต้องการให้ KBANK e-Girls ไปร่วมงานที่ตนเองจัดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 75.00

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ต้องการให้ KBANK e-Girls มาช่วยสนับสนุนการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 55.00 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต้องการให้ KBANK e-Girls มาช่วยสนับสนุนการทำงาน มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 45.00

3. ปัญหาและข้อเสนอแนะของพนักงานต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มีความเห็น คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมา คือ เห็นว่า KBANK e-Girls มีประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 36.50 โดยระบุเหตุผลเป็นการสะท้อน ภาพลักษณ์ของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 69.86 ช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ และบริการของธนาคาร เป็นร้อยละ 16.43 ไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 8.23 เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 2.74 และเป็นผู้นำสร้างความแตกต่าง คิดเป็นร้อยละ 2.74 และเห็นว่า KBANK e-Girls ไม่มีประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 11.00 โดยระบุเหตุผลไม่ได้รับประโยชน์เท่าที่ควร คิดเป็นร้อยละ 68.48 เป็นการ สิ้นเปลืองงบประมาณ คิดเป็นร้อยละ 318.18 และไม่ระบุเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 13.64

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มีข้อเสนอแนะ คิดเป็นร้อยละ 70.50 และมี ข้อเสนอแนะ คิดเป็นร้อยละ 29.50 โดยควรให้พนักงานมีสิทธิในการเข้าประกวด คิดเป็นร้อยละ 25.42 ควรยกเลิกโครงการประกวด เนื่องจากสิ้นเปลืองงบประมาณ คิดเป็นร้อยละ 22.04 เพิ่ม บทบาทหน้าที่ของ KBANK e-Girls ให้มากกว่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 111.86 เป็นโครงการที่ดี และ ควรทำต่อไป คิดเป็นร้อยละ 11.86 ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 10.17 ควร คัดเลือกคนที่มีความสามารถ คิดเป็นร้อยละ 8.48 ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการโหวตให้คะแนน คิดเป็นร้อยละ 6.78 และควรลดจำนวน KBANK e-Girls ให้เหลือน้อยลง คิดเป็นร้อยละ 3.39

4. ข้อเกี่ยวกับทัศนคติของพนักงานธนาคารกสิกรไทยสำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการ จัดประกวด KBANK e-Girls สรุปผลได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มพนักงานธนาคารกสิกรไทยเพศชาย มีความรู้ความเข้าใจ มากที่สุด คือ ด้านธนาคารกสิกรไทยได้ดำเนินการจัดประกวด KBANK e-Girls ครั้งแรกในปีใด คิด เป็นร้อยละ 60.87 โดยมีความคิดเห็นต่อการจัดประกวด KBANK e-Girls ในข้อที่ระบุว่า “นอกจาก บุคลิก รูปร่างหน้าตาของผู้เข้าประกวดแล้ว ผู้เข้าประกวดควรมี ความเฉลียวฉลาด มีปฏิภาณ ไหว พริบ” ในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับหนึ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.28 เป็นผู้ที่เคยแนะนำคนรู้จักให้มา ประกวด KBANK e-Girls เป็นเพศชาย และเพศหญิงเท่ากัน โดยเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.00 และด้านความต้องการมีส่วนร่วมในการเสนอหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการคัดเลือก KBANK e-Girls เป็นส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่มีความต้องการเข้าร่วมในการตัดสินประกวด KBANK e-Girls เป็น เพศชาย และเพศหญิง เท่ากัน โดยเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 50.00 และเป็นผู้ที่ปฏิบัติตามนโยบายธนาคาร เมื่อต้องการให้ KBANK e-Girls ไปร่วมงานที่จัด ขึ้น คิดเป็นร้อยละ 51.33 นอกจากนี้ยังต้องการให้ KBANK e-Girls มาช่วยสนับสนุนการทำงาน ส่วนใหญ่เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.36

ผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานธนาคารกสิกรไทยที่เป็นเพศหญิง มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุด คือ วัตถุประสงค์ที่ ธนาคารกสิกรไทยจัดให้มีการประกวด KBANK e-Girls เพื่ออะไร คิดเป็นร้อยละ 53.45 มีความคิดเห็นต่อการจัดประกวด KBANK e-Girls ในข้อที่ระบุว่า “นอกจากบุคลิก รูปร่างหน้าตาของผู้เข้าประกวดแล้ว ผู้เข้าประกวดควรมี ความเฉลียวฉลาด มีปฏิภาณ ไหวพริบ” ในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับหนึ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.20 เป็นผู้ที่มีความต้องการที่จะแนะนำให้คนรู้จักมาประกวด KBANK e-Girls ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.39 มีความต้องการมีส่วนร่วมในการ โหวต หรือให้คะแนนการประกวด KBANK e-Girls เป็นส่วนใหญ่ และมีความต้องการเข้าร่วมในการตัดสินประกวด KBANK e-Girls เป็นเพศชาย และเพศหญิง เท่ากัน โดยเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 50.00

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้า และพนักงานธนาคารกสิกรไทยสำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls สามารถอภิปรายผลตามแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude) ได้ดังนี้

แนวคิดทัศนคติ ประกอบด้วยองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ประการคือ

องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component)

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls และมีเพียงบางส่วนที่ยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls โดยพบว่ามีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในเรื่อง หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกผู้เข้าประกวด KBANK e-Girls ซึ่งการประกวดใช้หลักเกณฑ์ คือ สวย ลักษณะโดดเด่นมีความสามารถและความเฉลียวฉลาด ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับของนพพร ปวาริพันธ์ (2547) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อบทบาทนางสาวไทยในเชิงสัญลักษณ์ของความเป็นชาติ ผลการศึกษาพบว่าความรู้ความเข้าใจหัวข้อการวิจัยมีผลต่อทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ด้วย เนื่องจากว่าผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ไม่รู้เรื่องราวของนางสาวไทยและบทบาทของนางสาวไทยก็ไม่สามารถที่จะมองถึงบทบาทได้ว่าบทบาทของนางสาวไทยสะท้อนเอกลักษณ์ในเชิงสัญลักษณ์ของความเป็นชาติได้อย่างไรแม้ว่าเรื่องราวของนางสาวไทยจะเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป ก็การศึกษาหาสาวงามเพื่อเป็นตัวแทนของประเทศไทยในแต่ละปี และจะต้องปฏิบัติตามภารกิจตามมา และอาจจะเป็นเรื่องเพียงผิวเผินเท่านั้นสำหรับผู้ที่ไม่ได้ให้ความสนใจจึงมีผลอย่างยิ่งต่อการแสดงทัศนคติของนักศึกษา

องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component)

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ในระดับเห็นด้วยลำดับแรกคือนอกจากบุคลิก รูปร่างหน้าตาของผู้เข้าประกวดแล้วผู้เข้าประกวดควรมีความเฉลียวฉลาด มีปฏิภาณ ไหวพริบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพพร ปวราริสันต์ (2547) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อบทบาทนางสาวไทยในเชิงสัญลักษณ์ของความเป็นชาติ ผลการศึกษาพบว่ามีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในประเด็น นอกจากรูปร่างหน้าตาของผู้เข้าประกวดแล้ว บุคลิกภาพ ไหวพริบ ปฏิภาณ การแสดงออกถึงความสามารถจะมีผลต่อคะแนนในการประกวดเป็นอย่างมาก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของธัญลักษณ์ เทียนดี (2547) ที่ศึกษา เรื่องการเปิดรับสื่อ การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้หญิงที่มีต่อการประกวดสำหรับผู้หญิงในฐานะกิจกรรมสื่อสารทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกว่าการประกวดสำหรับผู้หญิงมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับตนเองด้านส่วนตัว และการเปิดรับสื่อข่าวสารเกี่ยวกับการประกวดสำหรับผู้หญิงมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับตนเองด้านร่างกายและด้านส่วนตัว

องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavior Component)

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีการแนะนำคนรู้จักให้มาประกวด KBANK e-Girls เหตุผลเพื่อเป็นโอกาสได้แสดงความสามารถ และให้ผลตอบแทนสูง ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับธัญลักษณ์ เทียนดี (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าการประกวดสำหรับผู้หญิงมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับตนเองด้านส่วนตัว และการเปิดรับสื่อข่าวสารเกี่ยวกับการประกวดสำหรับผู้หญิงมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับตนเองด้านร่างกายและด้านส่วนตัว

5.3 ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบจากการศึกษาทัศนคติของลูกค้า และพนักงานธนาคารกสิกรไทยสำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ไม่เคยได้พบเห็นตัวจริงของ KBANK e-Girls ร้อยละ 69.00 ส่วนผู้ที่เคยพบเห็นตัวจริงของ KBANK e-Girls มีเพียงร้อยละ 26.00 เท่านั้น

ด้านความรู้ความเข้าใจต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girl พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าผู้ใช้บริการมีความรู้ความเข้าใจต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girl ของธนาคาร แต่พบว่าการดำเนินการจัดโครงการประกวด KBANK e-Girl ธนาคารดำเนินการจัดประกวดครั้งแรกในปีใด มีความรู้ความเข้าใจน้อย เพียงร้อยละ 14.50

ด้านความคิดเห็นที่มีต่อโครงการประกวด KBANK e-Girls ส่วนใหญ่เห็นด้วย โดยเฉพาะการที่ผู้เข้าประกวดนอกจากบุคลิก รูปร่างหน้าตาของผู้เข้าประกวดแล้ว ควรมีความเฉลียวฉลาด มีปฏิภาณ ไหวพริบ และ ต้องปฏิบัติตัวให้เหมาะสม มีความเป็นกุลสตรี

ด้านการเลือกใช้บริการของลูกค้า พบว่าการที่ธนาคารมี KBANK e-Girls มีผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยมากกว่าธนาคารอื่นๆ เพียง ร้อยละ 20.50 เท่านั้น

ด้านการปฏิบัติตามนโยบายของธนาคาร เมื่อต้องการให้ KBANK e-Girls ไปร่วมงานที่จัดขึ้น ส่วนใหญ่ปฏิบัติตามนโยบายของธนาคารเมื่อต้องการให้ KBANK e-Girls ไปร่วมงานที่ตนเองจัดขึ้น ร้อยละ 75.00

ด้านความต้องการในการเสนอหลักเกณฑ์ในการประกวดและการโหวตให้คะแนน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานของธนาคารกสิกรไทย ต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการเสนอหลักเกณฑ์ในการประกวดเพียง ร้อยละ 15.50 เท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะเข้าร่วมโหวตให้คะแนนผู้เข้าร่วมประกวด KBANK e-Girls ถึงร้อยละ 62.50

ด้านทัศนคติของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-girl พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายจะมีค่าเฉลี่ยด้านทัศนคติสูงกว่าเพศหญิง ยกเว้นในด้าน ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกเป็น KBANK e-Girls ต้องปฏิบัติตัวให้เหมาะสม มีความเป็นกุลสตรี และนอกจากบุคลิก รูปร่าง หน้าตาของผู้เข้าประกวดแล้วผู้เข้าประกวดควรมีความสามารถ เฉลียวฉลาด มีปฏิภาณ ไหวพริบ ส่วนทัศนคติของพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-girl พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายจะมีค่าเฉลี่ยด้านทัศนคติสูงกว่าเพศหญิง ยกเว้นในด้าน การตั้งรางวัลในการประกวด KBANK e-Girls ทำให้เกิดการดึงดูดความสนใจของผู้เข้าประกวด ผู้ที่เข้ามาประกวด KBANK e-Girls ที่จบการศึกษาจากต่างประเทศมีโอกาสได้รับการคัดเลือกมากกว่าผู้ที่จบการศึกษาภายในประเทศ KBANK e-Girls ที่หมดสัญญา 2 ปี กับธนาคารมีโอกาสที่จะได้รับงานที่ดีกว่าบุคคลทั่วไป และธนาคารควรส่งเสริมให้พนักงานที่มีลักษณะโดดเด่นมาทำหน้าที่ แทน KBANK e-Girls

ด้านความรู้ความเข้าใจของลูกค้าและพนักงานธนาคารกสิกรไทยที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls พบกว่า ส่วนใหญ่แล้วพนักงานพนักงานธนาคารกสิกรไทยจะมีความรู้ความเข้าใจที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls สูงกว่ากลุ่มของลูกค้า ยกเว้นในด้านธนาคารกสิกรไทยได้ดำเนินการจัดประกวด KBANK e-Girls ครั้งแรกในปีใด ผู้มีสิทธิ์เข้าร่วมประกวด KBANK e-Girls ต้องมีส่วนสูงไม่ต่ำกว่าเท่าใด และด้านปัจจุบัน KBANK e-Girls ที่ได้รับการคัดเลือกจะได้รับเงินรางวัลจากธนาคารท่านละเท่าใด

ด้านความรู้ความเข้าใจของลูกค้า และพนักงานธนาคารกสิกรไทยที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls พบว่ากลุ่มพนักงานพนักงานธนาคารกสิกรไทยกับกลุ่มลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการจัดการประกวดที่เหมือนกัน ยกเว้นในด้าน KBANK e-Girls ควรมีอายุสัญญากับธนาคารมากกว่า 2 ปี ธนาคารควรจัดให้มีโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ต่อไป และธนาคารควรจัดให้มีโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ต่อไป

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้า และพนักงานธนาคารกสิกรไทยสำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ

การจัดการประกวด KBANK e-Girl ดังนี้

โครงการจัดประกวด KBANK e-Girls มีผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย กลุ่มผู้เข้าประกวด KBANK e-Girls กลุ่มพนักงานธนาคารกสิกรไทย และกลุ่มลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย จึงให้ข้อเสนอแนะแยกตามกลุ่มดังนี้

1. นโยบายของธนาคารกสิกรไทย

โครงการจัดประกวด KBANK e-Girls เป็นนโยบายของธนาคาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความแตกต่างและความทรงจำใหม่ๆ ให้กับลูกค้า โดยมุ่งเน้นให้ความรู้ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ของธนาคาร ซึ่งจะทำให้ธนาคารสามารถนำเสนอ ขายผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับธนาคาร รวมถึงเป็นการสะท้อนภาพลักษณ์ให้ธนาคารเป็นการต่อยอด Brand ดังนั้นธนาคารควรมีนโยบายให้ฝ่ายสื่อสารองค์กร จัดทำแผนในการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการจัดประกวด KBANK e-Girls เป็นรายปี หรือรายไตรมาส ทำอย่างต่อเนื่อง ไม่ทำเฉพาะช่วงที่มีการจัดประกวดเท่านั้น โดยมุ่งเน้นไปที่การให้ความรู้ความเข้าใจกับลูกค้า และพนักงาน เกี่ยวกับประวัติ ที่มาของโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls บทบาทหน้าที่ของ KBANK e-Girls และประโยชน์ที่ผู้เกี่ยวข้อง เช่น ลูกค้า และพนักงาน จะได้รับจากโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ให้มีการ Update ข้อมูลดังกล่าวผ่านสื่อ เว็บไซต์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และระบบ Lotus Note ของธนาคาร รวมถึงให้มีการจัดทำ Promotion กระตุ้นให้ลูกค้า พนักงานได้มีส่วนร่วมตอบคำถามที่เกี่ยวกับโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ซึ่งจะส่งผลให้ทั้งลูกค้า และพนักงานรู้จัก และเข้าใจโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls มากยิ่งขึ้น

ภายหลังการประกวดแล้วควรให้ KBANK e-Girls ทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธนาคาร โดยเวียนไปตามสาขาต่างๆของธนาคาร เพื่อแนะนำบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักมีโอกาสได้พบเห็นตัวจริงของ KBANK e-Girls และควรให้ KBANK e-Girls มาช่วย

แนะนำผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ให้กับลูกค้าให้ มากขึ้น ซึ่งจะทำให้ลูกค้ารู้จักตัวจริง และสามารถขายผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ให้กับลูกค้าได้เพิ่มขึ้น

สำหรับช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่เป็นสากลให้มากขึ้น เช่น ทวี วิทย์ รวมไปถึงแผ่นพับและโบรชัวร์ประชาสัมพันธ์ตามสาขาของทางธนาคาร และให้พนักงานธนาคาร แนะนำให้ลูกค้ารู้จัก KBANK e-Girls ให้มากขึ้น ซึ่งจะทำให้ลูกค้ารู้จัก KBANK e-Girls ผ่านช่องทางอื่นๆ และควรมีประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบก่อนที่จะมีการรับสมัครผู้เข้าประกวด KBANK e-Girls ซึ่งจะทำให้มีผู้เข้าประกวดมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าทราบหลักเกณฑ์ และเงื่อนไข ในการคัดเลือกอยู่แล้วทำให้ธนาคารมีตัวเลือกมากขึ้น และควรทำการสื่อเกี่ยวกับการทดลองครบรอบ 10 ปี KBANK e-Girls ในปี 2552 ซึ่งจะทำให้ลูกค้ารู้ว่าธนาคารจัดประกวดครั้งแรกในปีใด

2. กลุ่มผู้เข้าประกวด KBANK e-Girls

ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลผู้เข้าประกวดที่ได้รับการคัดเลือกเป็น KBANK e-Girls ควรส่งเสริมให้มีการอบรมเทคนิคการขาย และการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้เข้าประกวด จัดทำตารางการออกเยี่ยมลูกค้า และพนักงานให้มากกว่าเดิม เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ๆ ให้กับลูกค้า และเข้าไปช่วยสนับสนุนงานที่พนักงานทำ เช่นงาน Event หรือโครงการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงไปประจำตามสาขาต่างๆ ของธนาคาร ซึ่งจะทำให้ลูกค้า และพนักงานได้รับประโยชน์จาก KBANK e-Girls

3. กลุ่มพนักงานธนาคารกสิกรไทย

ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบโครงการจัดประกวดควรมีการเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อผ่านช่องทางทีวี วิทย์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารทางการเงิน และเว็บไซต์ของธนาคาร ให้ลูกค้าทราบถึงที่มา และวัตถุประสงค์ที่ธนาคารจัดให้มีโครงการประกวด KBANK e-Girls รวมถึงสนับสนุนให้ KBANK e-Girls ออกงานต่างๆ ที่ทางธนาคารจัดขึ้น หรือไปประจำที่สาขาต่างๆ ของธนาคาร เพื่อเชิญชวนและแนะนำผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าได้รับประโยชน์และเห็นความสำคัญของโครงการประกวด KBANK e-Girls รวมถึงให้ลูกค้าได้ร่วมแสดงความคิดเห็น และควรมีการเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในโครงการประกวด KBANK e-Girls

นอกจากนั้นควรทำสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านทางระบบ Lotus Notes หนังสือพิมพ์ ข่าวสารภายในธนาคาร และเว็บไซต์ ของธนาคารให้พนักงานทุกคนทราบถึงประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ และเหตุผล ที่ธนาคารจำเป็นต้องมีโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls เพื่อให้

พนักงานเห็นความสำคัญของโครงการ โดยเน้นให้พนักงานทราบเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของ KBANK e-Girls มีการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายระหว่างการจ้างดารานักแสดง หรือนักร้องที่มีชื่อเสียง มาทำหน้าที่เป็นตัวแทนธนาคาร กับค่าใช้จ่ายของโครงการ KBANK e-Girls โดยจ้างให้บริษัทภายนอกเป็นผู้ดำเนินการแทนธนาคาร เป็นการสื่อให้พนักงานทราบว่าโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls มีค่าใช้จ่ายน้อย หรือมากกว่าการจ้างดารานักแสดง หรือนักร้องที่มีชื่อเสียง และธนาคารไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการจัดการประกวดเอง ซึ่งจะทำให้พนักงานเข้าใจมากยิ่งขึ้น รวมถึงสนับสนุนให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นและเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ผ่านระบบ Lotus Notes รวมทั้งธนาคารควรมีการจัดโครงการให้ลูกค้าและพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นและร่วมโหวต KBANK e-Girl เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าและพนักงาน

4. สำหรับลูกค้าธนาคารกสิกรไทย

การจัดโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ซึ่งเป็นนโยบายของธนาคารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความแตกต่างและความทรงจำใหม่ๆ ให้กับลูกค้า โดยมุ่งเน้นให้ลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ของธนาคาร ซึ่งจะทำให้ธนาคารสามารถนำเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับธนาคาร รวมถึงเป็นการสะท้อนภาพลักษณ์ให้ธนาคาร ดังนั้น ธนาคารควรมีการเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ได้แก่ สื่อผ่านช่องทางทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์, นิตยสารทางการเงิน และเว็บไซต์ของธนาคาร ให้ลูกค้าทราบถึงที่มา และวัตถุประสงค์ที่ธนาคารได้จัดโครงการประกวด KBANK e-Girls รวมถึงสนับสนุนให้ KBANK e-Girls ออกงานต่างๆ ที่ทางธนาคารจัดขึ้น หรือไปประจำที่สาขาต่างๆ ของธนาคาร เพื่อเชิญชวนเพื่อเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าได้รับประโยชน์จากโครงการประกวด KBANK e-Girls รวมถึงให้ลูกค้าได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและเป็นการเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในโครงการประกวด KBANK e-Girls

5.5 ข้อจำกัดของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ไม่สามารถเปรียบเทียบทัศนคติระหว่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าและกลุ่มพนักงานได้ทุกประเด็น เพราะใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผลการศึกษานี้ ได้สะท้อนให้ธนาคารทราบข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าและพนักงานของธนาคารที่มีต่อการจัดประกวด KBANK e-Girls ในเบื้องต้นสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป อาจศึกษากลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเฉพาะกลุ่มเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนขึ้น