

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	2
บทที่ 2 ทฤษฎีและแนวคิดในการศึกษา	3
ทฤษฎีและแนวคิด	3
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
นิยามศัพท์	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	7
ขอบเขตการศึกษา	7
วิธีการศึกษา	7
ระยะเวลาดำเนินการศึกษา	8
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	9
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	10
ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของความคิดเห็นของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 21 ต่อโครงการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า	14
ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเพิ่มเติม	52
บทที่ 5 บทสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะและข้อเสนอแนะ	54
สรุปผลการศึกษา	54
การอภิปรายผล	61
ข้อค้นพบ	62
ข้อเสนอแนะ	62
บรรณานุกรม	64
ภาคผนวก	65
ประวัติผู้เขียน	71

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 จำแนกตามเพศ	10
2 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 จำแนกตามอายุ	10
3 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 จำแนกตามสภาพสมรส	11
4 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 จำแนกตามอายุการทำงานในธนาคารกสิกรไทย	11
5 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 จำแนกตามการศึกษาชั้นสูงสุด	12
6 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 จำแนกตามตำแหน่งองค์กรปัจจุบัน	12
7 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 จำแนกตามอัตราเงินเดือนปัจจุบัน	13
8 ความคิดเห็นต่อ การแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 5 กลุ่ม	14
9 ความคิดเห็นต่อ การกำหนดกลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป (Mass Market) ว่ามีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน หรือใช้บริการผลิตภัณฑ์ของธนาคารเพียงอย่างเดียว	15
10 ความคิดเห็นที่ว่า กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป (Mass Market) ควรเน้นการให้บริการ ที่รวดเร็ว	15
11 ความคิดเห็นที่ว่า กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป (Mass Market) ใช้บริการที่สาขามาก แต่โอกาสในการทำรายได้ให้กับธนาคารต่ำ	16
12 ความคิดเห็นต่อ การกำหนดกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income) ว่ามีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 100,000 บาท หรือมีเงินฝาก/เงินกู้ในระดับปานกลาง	16
13 ความคิดเห็นต่อ การที่ธนาคารมุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีข้อเสนอที่ดี ให้แก่กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง(Middle Income)	17
14 ความคิดเห็นที่ว่า กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income) ใช้ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย แต่องค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อไม่ได้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับธนาคาร	17

ตาราง	หน้า
15 ความคิดเห็นที่ว่า โอกาสในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารภายในสาขาให้กับกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income) มีข้อจำกัดมาก	18
16 ความคิดเห็นต่อ การกำหนดกลุ่มลูกค้ารายได้สูง (Platinum) ว่าเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท หรือมีบัญชีเงินฝากมากกว่า 10 ล้านบาท	18
17 ความคิดเห็นที่ว่า กลุ่มลูกค้ารายได้สูง (Platinum) ร้อยละ 80 เป็นผู้ประกอบ การธุรกิจ หรือมีอายุมากกว่า 40 ปี	19
18 ความคิดเห็นต่อ การที่ธนาคารมุ่งเน้นให้บริการลูกค้ากลุ่มรายได้สูง (Platinum) ให้ได้รับบริการที่เหนือกว่า ลูกค้าอื่นๆ	19
19 ความคิดเห็น ที่ธนาคารกำหนดว่ากลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ (Owner Operator) มีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 100,000 บาท มียอดขาย 1 -50 ล้านบาท ต่อปี	20
20 ความคิดเห็นที่ว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ (Owner Operator) ยากต่อการคำนวณรายได้และกำไร	20
21 ความคิดเห็นต่อ การที่ธนาคารจัดตั้งทีมขายขึ้นมาเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของ ธนาคารและให้บริการ กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ (Owner Operator) โดยเฉพาะ	21
22 ความคิดเห็นต่อ การกำหนดว่ากลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดย่อม (Small Enterprise) มียอดขายมากกว่า 50 ล้านบาทต่อปี	21
23 ความคิดเห็นต่อ การจัดตั้งทีมขายที่มีความแม่นยำ ชำนาญในด้านการขาย และให้บริการอย่างที่ปรึกษา คอยเสนอขายและให้บริการแก่กลุ่มลูกค้า ธุรกิจขนาดย่อม (Small Enterprise)	22
24 ความคิดเห็นที่ว่า กลุ่มลูกค้า ธุรกิจขนาดย่อม (Small Enterprise) เป็นกลุ่มที่สามารถ ทำกำไรสูงให้กับธนาคาร	22
25 ความคิดเห็นต่อ การปรับเปลี่ยนรูปแบบสาขา (Retail Branch) เพื่อเป็นจุดขาย และช่องทางให้บริการ	23
26 ความคิดเห็นต่อ การกำหนดหน้าที่ของ Uniteller ให้ทำหน้าที่ทั้งด้านฝาก-ถอน เงินสด /การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ /การรับชำระเงิน และธุรกรรมด้านเช็ค	23
27 ความคิดเห็นที่ว่า เจ้าหน้าที่ Customer Service Officer (CSO) ทำหน้าที่ให้บริการ ส่วนบุคคล และขายผลิตภัณฑ์พื้นฐานให้แก่ลูกค้าด้วย	24
28 ความคิดเห็นต่อ การตั้งสาขาในห้าง (In-store Branch) เพื่อสร้างโอกาส ในการขายและการให้บริการลูกค้าตามแหล่งธุรกิจที่สำคัญ	24

ตาราง	หน้า	
29	<p>ความคิดเห็นต่อ การจัดตั้งศูนย์ลูกค้า Platinum เพื่อให้บริการกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง โดยมีผู้เชี่ยวชาญและมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารเป็นอย่างดี คอยให้คำแนะนำด้านการลงทุน</p>	25
30	<p>ความคิดเห็นที่ว่า ในการกำหนดกลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไปและกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง ควรเสนอขายผลิตภัณฑ์ประเภทสินเชื่อที่อยู่อาศัย บัตรเครดิต บัตรเดบิต และสินเชื่อบุคคล</p>	25
31	<p>ความคิดเห็นต่อ การกำหนดกลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ(Owner Operator) โดย จัดให้มี Business Professional Sales Force ออกไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าและกิจการของลูกค้าในเชิงรุก</p>	26
32	<p>ความคิดเห็นต่อ การกำหนดกลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดย่อม โดยจัดให้มี Small Business RM Teams เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการรวมทั้งให้คำปรึกษาด้านการเงินให้แก่ลูกค้า</p>	26
33	<p>ความคิดเห็นที่ว่า ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ต้องมีข้อมูลสนับสนุนมากกว่าที่มีอยู่ในระบบปัจจุบัน</p>	27
34	<p>ความคิดเห็นต่อ การสอบถามข้อมูลความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และบันทึกเก็บไว้เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า</p>	27
35	<p>ความคิดเห็นที่ว่า เมื่อทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าแล้ว สามารถแก้ไขปัญหาหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้</p>	28
36	<p>ความคิดเห็นต่อ การแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 5 กลุ่ม การเสนอขายผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ควรให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม และควรเสนอขายหรือให้บริการให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า</p>	28
37	<p>ความคิดเห็นต่อ การเปลี่ยนแปลงการขายและการให้บริการ ที่แบบเดิมไม่มีการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือให้บริการแบบผ่านๆ และไม่ได้ติดตามอย่างต่อเนื่องมาเป็นการขายหรือการให้บริการแบบมืออาชีพ หรือแบบที่ปรึกษา</p>	29
38	<p>ความคิดเห็นต่อ การแยกงานขายแบบมืออาชีพ (Professional) ออกเป็น ทีมขายวิสาหกิจเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ในเชิงรุก และทีมงานการให้บริการอยู่ที่สาขาเหมือนเดิมเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ในเชิงรับ</p>	29

ตาราง	หน้า
39	30
40	30
41	31
42	35
43	35
44	36
45	36
46	37
47	37
48	38

39 ความคิดเห็น ต่อการที่ต้องมีการสร้างวัฒนธรรมในการขายและการให้บริการใหม่ โดยสอบถามความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าทุกรายที่มีคุณค่า แล้วเก็บบันทึกข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

40 ความคิดเห็นที่ว่า การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าถือเป็นหน้าที่ของทีมขาย สินเชื่อวิรัชธุรกิจ และทีมงานที่อยู่สาขา ซึ่งต้องทำไปพร้อมๆ กัน

41 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของระดับความคิดเห็นของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 21 ต่อโครงการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า โดยสรุปเป็น 3 ส่วน

42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อ ความคิดเห็นในการแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 5 กลุ่ม

43 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็นในการกำหนดกลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป (Mass Market) ว่ามีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน หรือใช้บริการผลิตภัณฑ์ของธนาคารเพียงอย่างเดียว

44 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็นในการกำหนดกลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป ว่าควรเน้นการให้บริการที่รวดเร็ว

45 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็นในการกลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป ใช้บริการที่สาขามาก แต่โอกาสในการทำรายได้ให้กับธนาคารต่ำ

46 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็นในการกำหนดกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง มีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 100,000 บาท หรือมีเงินฝาก/เงินกู้ในระดับปานกลาง

47 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการที่ธนาคารมุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีข้อเสนอที่ดี ให้แก่กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ ปานกลาง(Middle Income)

48 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการกำหนดว่ากลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง ใช้ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย แต่องค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับธนาคาร

ตาราง	หน้า
49 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ที่ว่า โอกาสในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารภายในสาขา ให้กับกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง มีข้อจำกัดมาก	38
50 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการกำหนดกลุ่มลูกค้ารายได้สูง (Platinum) ว่าคือผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 100,000 บาท หรือมีบัญชีเงินฝากมากกว่า 10 ล้านบาท	39
51 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการกำหนดว่ากลุ่มลูกค้ารายได้สูง (Platinum) ว่า ร้อยละ 80 เป็น ผู้ประกอบการธุรกิจ หรือมีอายุมากกว่า 40 ปี	39
52 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการที่ธนาคารมุ่งเน้น ให้บริการลูกค้ากลุ่มรายได้สูง (Platinum) ให้ได้รับบริการที่เหนือกว่า ลูกค้าอื่นๆ	40
53 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ที่ธนาคารกำหนดว่ากลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ มีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 100,000 บาท หรือมียอดขาย 1 - 50 ล้านบาท ต่อปี	40
54 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการกำหนดว่า ลูกค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ ยกต่อการคำนวณรายได้ และกำไร จากการให้บริการ	41
55 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการที่ธนาคารจัดตั้งทีมขายขึ้นมาเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของ ธนาคารและให้บริการ กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ (Owner Operator) โดยเฉพาะ	41
56 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการกำหนดว่ากลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดย่อม (Small enterprise) มียอดขายมากกว่า 50 ล้านบาทต่อปี	42
57 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการจัดตั้งทีมขายที่มีความแม่นยำ ชำนาญในด้านการขาย และ ให้บริการอย่างที่ปรึกษา คอยเสนอขายและให้บริการแก่กลุ่มลูกค้า ธุรกิจขนาดย่อม	42

ตาราง	หน้า
58 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ที่ว่าการกำหนดกลุ่มลูกค้า ธุรกิจขนาดย่อม (Small enterprise) เป็นกลุ่มที่สามารถทำกำไรสูงให้กับธนาคาร	43
59 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบสาขา (Retail Branch) เพื่อเป็นจุดขาย และช่องทางการให้บริการ	43
60 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการกำหนดหน้าที่ของ Uniteller ทำหน้าที่ทั้งด้านฝาก-ถอนเงินสด /การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ /การรับชำระเงิน และธุรกรรมด้านเช็ค	44
61 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการกำหนดว่า เจ้าหน้าที่ Customer Service Officer (CSO) ทำหน้าที่ให้บริการส่วนบุคคล และขายผลิตภัณฑ์พื้นฐานให้แก่ลูกค้า	44
62 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการตั้งสาขาในห้าง (In-store Branch) เพื่อสร้างโอกาสในการขาย และให้บริการลูกค้าตามแหล่งธุรกิจที่สำคัญ เช่น ห้างสรรพสินค้า	45
63 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ที่ว่าการจัดตั้งศูนย์ลูกค้า Platinum เพื่อให้บริการกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง โดยมีผู้เชี่ยวชาญและมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารเป็นอย่างดี คอยให้คำแนะนำด้านการลงทุน	45
64 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็นที่ว่า ในการกำหนดกลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไปและกลุ่มลูกค้าที่มี รายได้ปานกลาง ควรเสนอขายผลิตภัณฑ์ประเภทสินเชื่อที่อยู่อาศัย บัตรเครดิต บัตรเดบิต และสินเชื่อบุคคล	46
65 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการกำหนดกลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ(Owner Operator) โดยจัดให้มี Business Professional Sales Force ออกไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และ บริการที่เหมาะสมกับลูกค้าและกิจการของลูกค้าในเชิงรุก	46
66 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการกำหนดกลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดย่อม จัดให้มี Small Business RM Teams เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการรวมทั้งให้คำปรึกษาด้านการเงินให้แก่ลูกค้า	47

ตาราง	หน้า
67 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อ ความคิดเห็น ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ต้องมีข้อมูลสนับสนุนมากกว่าที่มีอยู่ในระบบปัจจุบัน	47
68 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อ ความคิดเห็น ในการสอบถามข้อมูลความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และบันทึกเก็บไว้เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	48
69 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อ ความคิดเห็น ที่บอกว่าเมื่อทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าแล้ว สามารถแก้ไข ปัญหาหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้	48
70 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อ ความคิดเห็น ในการแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 5 กลุ่มแล้ว การเสนอขายผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ควรให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม และควรเสนอขายหรือให้บริการให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า	49
71 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการเปลี่ยนแปลงการขายและการให้บริการ ที่แบบเดิมๆ ไม่มีการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือให้บริการแบบผ่านๆ ไม่ได้ติดตามอย่างต่อเนื่อง เป็นการขายหรือการให้บริการแบบมืออาชีพ หรือแบบที่ปรึกษา	49
72 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ความคิดเห็น ในการแยกงานขายแบบมืออาชีพ (Professional) ออกเป็น ทีมขายวิสาหธุรกิจเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ในเชิงรุก และทีมงานการให้บริการ อยู่ที่สาขาเหมือนเดิมเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ในเชิงรับ	50
73 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ความคิดเห็น ในการสร้างวัฒนธรรมในการขายและการให้บริการใหม่ โดยสอบถามความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าที่มีคุณค่าทุกราย แล้วเก็บบันทึกข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	50
74 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตำแหน่งองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เขต 21 ต่อความคิดเห็น ในการกำหนดว่าการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าถือเป็นหน้าที่ของ ทีมขายสินเชื่่วิสาหธุรกิจ และทีมงานที่อยู่สาขา ซึ่งต้องทำไปพร้อมๆ กัน	51