

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ทักษะคิดของลูกค้าและพนักงานธนาคารกสิกรไทยสำนักงานใหญ่
ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls

ผู้เขียน นายสุรยุทธี เพ็ชรศรีประสิทธิ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิตรภรณ์ พงษ์ไพบูลย์ ประธานกรรมการ
อาจารย์เอก บุญเจือ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะคิดของลูกค้า และพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้าและพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ โดยทำการเก็บข้อมูลจากลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ จำนวน 200 ราย และพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ จำนวน 200 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาทักษะคิดของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่

การศึกษานี้ได้แบ่งผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน โดยพบว่ามียุระหว่าง 26-35 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่การศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และใช้บริการกับธนาคารมากกว่า 10 ปี รู้จัก KBANK e-Girls จากสื่อของธนาคาร ส่วนใหญ่ไม่เคยพบเห็นตัวจริงของ KBANK e-Girls

ทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ที่ธนาคารใช้คัดเลือกผู้เข้าประกวด KBANK e-Girls และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังขาดความรู้เกี่ยวกับโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ในเรื่องปีที่ธนาคารกสิกรไทยได้เริ่มดำเนินการโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls เป็นครั้งแรก

ด้านความคิดเห็นต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยในเรื่องที่ว่าโครงการจัดประกวดKBANK e-Girls เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ธนาคาร และนอกจากบุคลิกรูปร่างหน้าตาของผู้เข้าประกวดแล้วผู้เข้าประกวดควรมีความเฉลียวฉลาด มีปฏิภาณ ไหวพริบ และมีความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจในเรื่องผู้ที่เข้ามาประกวด KBANK e-Girls ที่จบการศึกษามาจากต่างประเทศมีโอกาสได้รับคัดเลือกมากกว่าผู้ที่จบการศึกษามาจากในประเทศ

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม พบว่าส่วนใหญ่คิดว่าจะแนะนำคนรู้จักให้มาประกวด KBANK e-Girls เหตุผลเพื่อเป็นโอกาสได้แสดงความสามารถ และให้ผลตอบแทนสูง แต่ส่วนใหญ่ยังไม่เคยแนะนำคนรู้จักให้มาประกวด KBANK e-Girls เนื่องจากการประกวด KBANK e-Girls ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต้องการมีส่วนร่วมในการนำเสนอหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการคัดเลือก KBANK e-Girls และไม่ต้องการมีส่วนร่วมในการโหวตหรือให้คะแนนผู้เข้าประกวด นอกจากนี้ไม่ต้องการเข้าร่วมในงานตัดสินผู้เข้าประกวด แต่ต้องการให้ KBANK e-Girls มาช่วยแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆเพื่อให้ทราบรายละเอียดของผลิตภัณฑ์มากขึ้น

ผลการศึกษาทัศนคติของพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่

การศึกษาคั้งนี้ได้แบ่งผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน มีอายุระหว่าง 26-35 ปีมากที่สุด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ตำแหน่งปัจจุบันเป็นระดับปฏิบัติงาน และปฏิบัติงานมากกว่า 5 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

ด้านความรู้ความเข้าใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ที่ธนาคารใช้ในคัดเลือกผู้เข้าประกวด KBANK e-Girls และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ในเรื่องปีที่ธนาคารกสิกรไทยได้เริ่มดำเนินการ โครงการจัดประกวด KBANK e-Girls เป็นครั้งแรก

ด้านความคิดเห็นต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยในเรื่องนอกจากบุคลิกรูปร่างหน้าตาของผู้เข้าประกวดแล้วผู้เข้าประกวดควรมีความเฉลียวฉลาด มีปฏิภาณ ไหวพริบ และผู้ที่ได้รับคัดเลือกเป็น KBANK e-Girls ต้องปฏิบัติตัวให้มีความเหมาะสมมีความเป็นกุลสตรีและมีความคิดเห็นไม่แน่ใจในเรื่องผู้ที่เข้ามาประกวด KBANK e-Girls ที่จบการศึกษามาจากต่างประเทศมีโอกาสได้รับคัดเลือกมากกว่าผู้ที่จบการศึกษามาจากต่างประเทศ

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม พบว่าส่วนใหญ่จะแนะนำคนรู้จักให้มาประกวด KBANK e-Girls เหตุผลเพื่อเป็นโอกาสได้แสดงความสามารถ และให้ผลตอบแทนสูง และไม่ต้องการมีส่วนร่วมในการนำเสนอหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการคัดเลือก KBANK e-Girls แต่ต้องการมีส่วนร่วมในการโหวตหรือให้คะแนนผู้เข้าประกวด โดยไม่ต้องการเข้าร่วมในงานตัดสินผู้เข้าประกวด ปฏิบัติตามนโยบายธนาคารเมื่อต้องการให้ KBANK e-Girls ไปร่วมงานที่จัดขึ้น และต้องการให้ KBANK e-Girls มาช่วยสนับสนุนการทำงาน

Independent Study Title	The Attitudes of Customers and Employees at Kasikornbank Headquarters Towards KBANK e-Girls Contest	
Author	Mr. Surayut Phetsriprasit	
Degree	Master of Business Administration	
Independent Study Advisory Committee	Assistant Professor Chittraporn Pongpaibul	Chairperson
	Lecturer Ek Bunchua	Member

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to examine the attitudes of customers and employees at Kasikornbank headquarters towards KBANK e-Girls contest. The sample used in this study included customers and employees at Kasikorn Bank's headquarters. Data were collected from 200 customers at the Kasikornbank headquarters, and 200 employees at the Kasikorn Bank headquarters. Descriptive statistics were used to analyze the data which consisted of frequencies, percentages, and means. The study could be summarized as follows.

The resulting attitudes of customers at the Kasikorn Bank headquarters

This study had equally divided the respondents into male and female. The results found that most of the respondents were within the age range of 26 – 35. Most held a bachelor's degree, single, and employed by a private firm. Most had an average monthly income of 10,001 – 20,000 baht, and had been using Kasikorn Bank's services for more than 10 years. Most of the respondents were acknowledged of KBANK e-Girls from the bank's media, but had never seen the KBANK e-Girls in person.

Regarding to the cognitive factors, it was found that the respondents had the greatest understanding about the judging criterion in selecting the contestants of KBANK e-Girls contest. Also, there were some respondents that lacked acknowledgement about the KBANK e-Girls contest in term of the initiation of the first KBANK e-Girls contest.

For the affect components of the KBANK e-Girls contest, the respondents agreed that the KBANK e-Girls contest was implemented to publicize the bank. Also, they agreed that the contestants should not only be comprised of physical attributes, but should also possess intelligence, sagacity, and ingenuity. Most of the respondents were indecisive about whether the

contestants of the KBANK e-Girls who graduated abroad had a greater chance of being selected than those who had graduated within Thailand.

In terms of the behavioral component, the results found that most of the respondents considered in recommending their acquaintances to participate in the KBANK e-Girls contest for the opportunity of showing their talents and for grand rewards. Nevertheless, most of the respondents had never recommended anyone yet to participate in the KBANK e-Girls contest because it had no affect on choosing the bank's services. The respondents did not want to participate in presenting the criteria and conditions for judging KBANK e-Girls, and did not want to involve in voting or scoring the contestants. In addition, they did not want to attend the final consideration round, but would like the KBANK e-Girls to help the bank in introducing new products and services for greater clarification.

The resulting attitudes of employees at the Kasikorn Bank headquarters

This study equally divided the respondents into male and female. The results found that most of the respondents were within the age range of 26 – 35, single, and held a bachelor's degree. Most were currently employed and had been working for more than 5 years; with an average monthly income of 20,001 – 30,000 baht.

Regarding to the cognitive factors, the respondents had the greatest understanding about the judging criterion in selecting the contestants of the KBANK e-Girls contest. Furthermore, there were some respondents that lacked acknowledgement about the KBANK e-Girls contest in term of the initiation of the first KBANK e-Girls contest.

For the affect components of the KBANK e-Girls contest, the respondents agreed that the contestants should not only be comprised of physical attributes, but should also possess intelligence, sagacity, and ingenuity. The selected contestants who became KBANK e-Girls should also behave in an appropriate feminine conduct. Most of the respondents were indecisive about whether the contestants of the KBANK e-Girls who graduated abroad had a greater chance of being selected than those who had graduated within Thailand.

In terms of the behavioral components, the results found that most of the respondents considered in recommending their acquaintances to participate in the KBANK e-Girls contest for the opportunity of showing their talents and for grand rewards. The respondents did not want to participate in presenting the criteria and conditions for judging KBANK e-Girls, but however, wished to be involved in voting or scoring the contestants. In addition, they did not want to attend the final consideration round, or to execute bank policies. When requiring the KBANK e-Girls to be involved in company events, they would like the KBANK e-Girls to help and support work tasks.