

ตัวอย่าง รูปแบบ Power Point สำหรับการนำเสนอผลงานวิจัยแบบบรรยาย

1



ความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต
Satisfaction on the Service of Kasikornbank Public Company
Limited at Central Westgate

นามผู้วิจัย
ดร. รุ่งโรจน์ สงสระบุญ

ธนาคารกสิกรไทย
KASIKORNBANK 泰华农民银行

ปัญหาและความสำคัญ

1. การแข่งขันระหว่างธนาคารที่รุนแรง
2. การพัฒนาคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้น



3

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจปัจจัยบุคคลของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต
4. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต

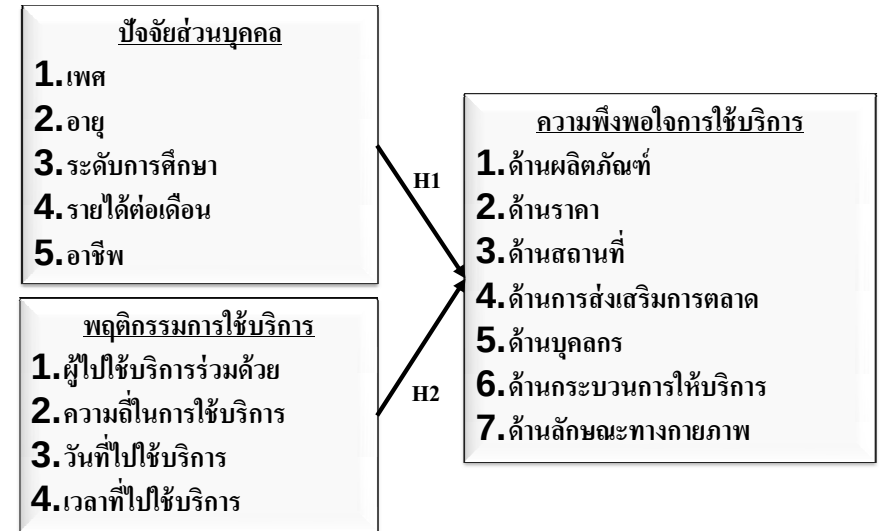
4

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต
2. พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต

5

กรอบแนวคิด



6

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior)
2. ทฤษฎีความพึงพอใจ
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix)
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรชา สุขศรีนวล (2556) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากใน 2 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์สูงสุด รองลงมาคือด้านบุคลากร และในการเปรียบเทียบผู้ให้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพต่างกันมีความพอใจโดยรวมและด้านรายได้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

7

วิธีดำเนินการวิจัย

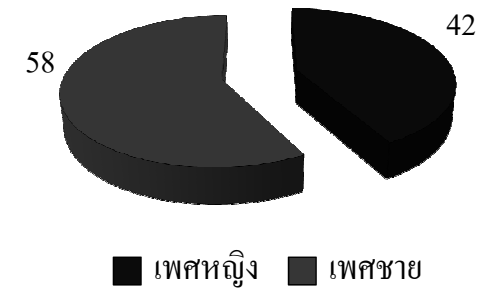
- เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ
- ทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ ด้วยการใช้สถิติของครอนบัก โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) พบว่า $\alpha = 0.904$
- การรวบรวมตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง จากสูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (W.G. Cochran, 1953)
- การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติไคสแควร์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8

ผลการวิจัย

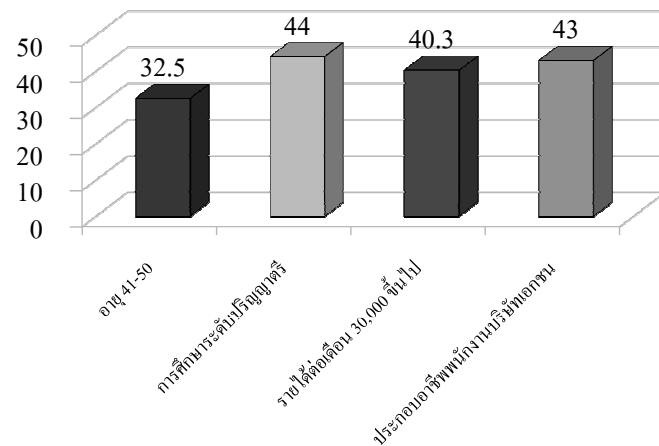
9

ปัจจัยส่วนบุคคล



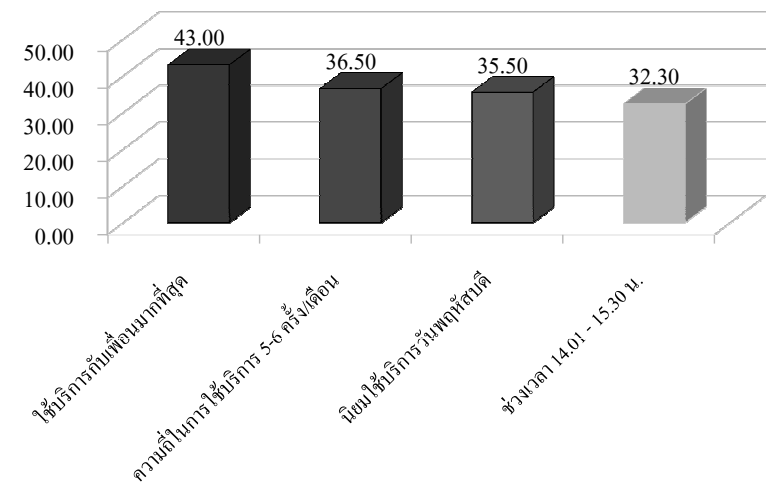
10

ปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)



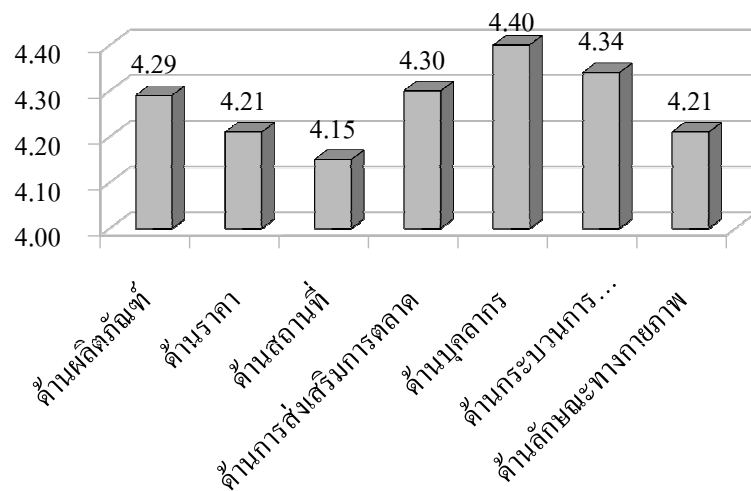
11

พฤติกรรมการใช้บริการ



12

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจการใช้บริการ



13

การทดสอบสมมติฐาน

H1: ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการให้บริการ	ด้านลักษณะทางกายภาพ
เพศ	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
อายุ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ระดับการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
ระดับรายได้	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
อาชีพ	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์กัน ✗ หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

14

การทดสอบสมมติฐาน

H2: พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต

พฤติกรรมการใช้บริการ	ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการให้บริการ	ด้านลักษณะทางกายภาพ
ผู้ไปใช้บริการร่วมด้วย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
ความถี่ในการใช้บริการ	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗
วันที่ไปใช้บริการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
เวลาที่ไปใช้บริการ	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์กัน ✗ หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

15

สรุปและข้อเสนอแนะ

- ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านบุคลากรมีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด
- ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับด้านบุคลากรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มแรงกระตุ้นพฤติกรรมในการตัดสินใจการใช้บริการให้เพิ่มมากขึ้น

16

Thank you