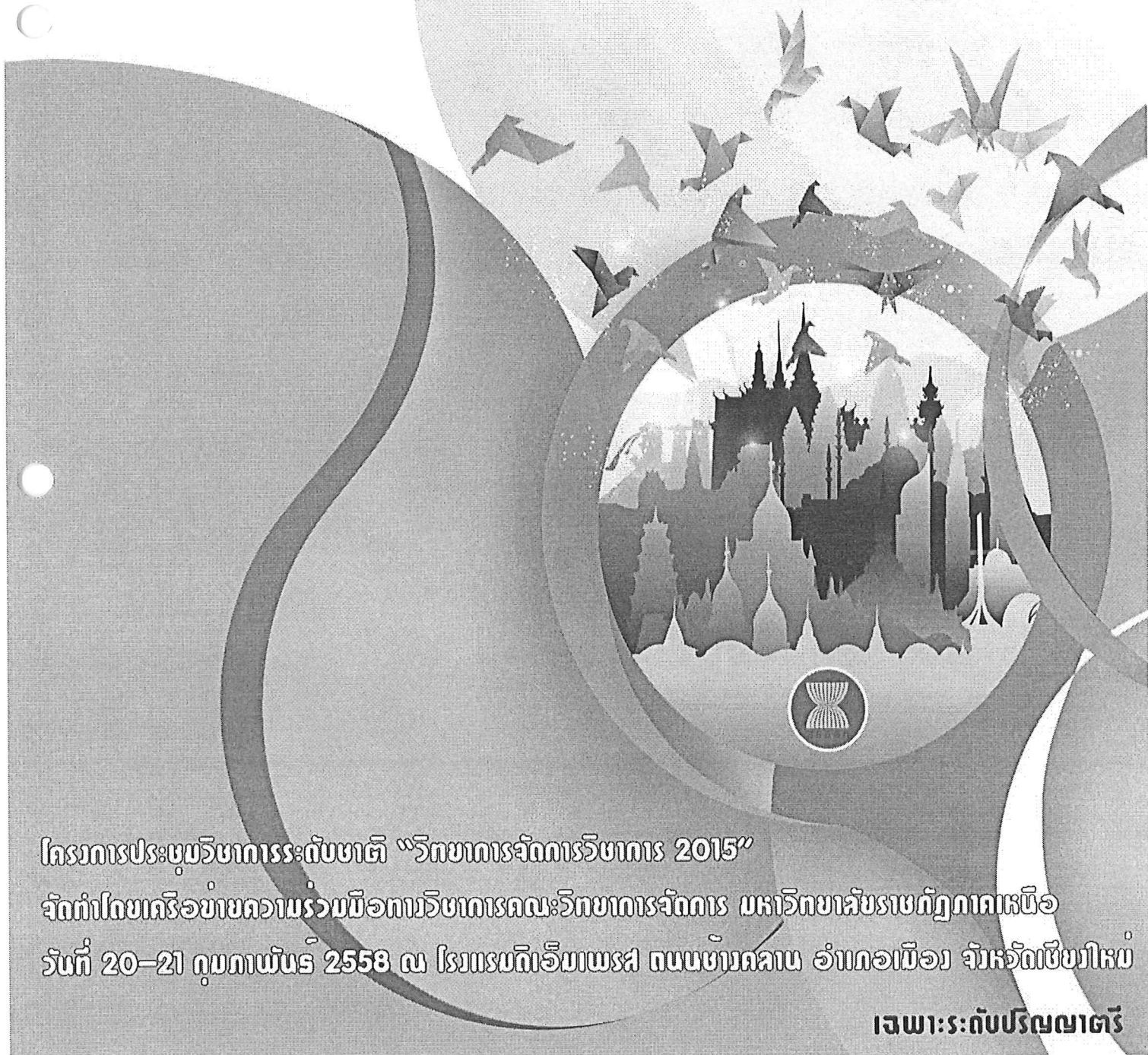




การประชุมวิชาการระดับชาติ "วิทยาการจัดการวิชาการ 2015" วิจัยเพื่อสร้างสรรคเศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน

คณะวิทยาการจัดการ
เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ



โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ "วิทยาการจัดการวิชาการ 2015"

จัดทำโดยเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ

วันที่ 20-21 กุมภาพันธ์ 2558 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส ถนนข้ามคลอง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

เฉพะาระดับปริญญาตรี

คำนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ร่วมกับ เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครสวรรค์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย ได้จัดการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 : วิจัยเพื่อ สร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน ในระหว่างวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558 ณ โรงแรมดิเอ็ม เพรส จังหวัดเชียงใหม่ ขึ้นโดยมุ่งเป็นเวทีนำเสนอผลงานวิชาการ งานวิจัย งานวิจัยในชั้นเรียน การ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ทางด้านงานวิจัย และการเผยแพร่ผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อ องค์กรสาธารณชนและวงวิชาการของนักวิจัย อาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

สำหรับการจัดทำเอกสารประกอบการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจากความร่วมมือของหลายฝ่าย ขอขอบคุณนักวิจัย คณะทำงาน ตลอดจน ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารฉบับนี้คงอำนวย ประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องตามสมควร

คณะกรรมการดำเนินการจัดการประชุมวิชาการ
20 กุมภาพันธ์ 2558

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลงานวิจัย การประชุมวิชาการระดับชาติ
 “วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 : วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน”
 วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558
 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ	สกุล	มหาวิทยาลัย
1	ศาสตราจารย์ ดร.	ทรงศักดิ์	ศรีบุญจิตต์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2	รองศาสตราจารย์ ดร.	อารีย์	เชื้อเมืองพาน	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
3	รองศาสตราจารย์ ดร.	นรินทร์	นำเจริญ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
4	รองศาสตราจารย์ ดร.	ธเนศ	ศรีวิชัยลำพันธ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5	รองศาสตราจารย์ ดร.	อภิรักษ์	จันตะนี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุยงยา
6	รองศาสตราจารย์	จำเนียร	บุญมาก	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
7	รองศาสตราจารย์	ธีรภัทร	วรรณฤมล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ประยุทธ์	วรรณอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ปรีดา	ศรีนฤวรรณ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ภูษนิศา	เดชเกิง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	เยาวเรศ	เขาวนพูนผล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	พิชาภพ	พันธุ์แพ	มหาวิทยาลัยพายัพ
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อายุส	ห้วยเย็น	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ชัยศ	สัมฤทธิ์สกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	สิริศักดิ์	รัชชุตานติ	มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	หัตพงษ์	อวิโรธนานนท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อนันตกุล	อินทรผดุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
18	อาจารย์ ดร.	กัญญพัสวีย์	กล่อมธงเจริญ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
19	อาจารย์ ดร.	ปิยวรรณ	สิริประเสริฐศิลป์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
20	อาจารย์ ดร.	รัฐนันท์	พงศ์วิริทธิ์ธร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
21	อาจารย์ ดร.	ณภัทร	ทิพย์ศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ชร.
22	อาจารย์ ดร.	ชัยเสฏฐ์	พรหมศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
23	อาจารย์ ดร.	ภัทริกา	มณีพันธ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
24	อาจารย์ ดร.	ฐติกุล	ไชยวรรณ	มหาวิทยาลัยพายัพ
25	อาจารย์ ดร.	เทียน	เลรามัญ	มหาวิทยาลัยพายัพ
26	อาจารย์ ดร.	สุจิรา	ไชยกุลสินธุ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
27	อาจารย์ ดร.	อนุชา	กันทรดุษฎี	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
28	อาจารย์ ดร.	ชัยวัฒน์	นันทศรี	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

29	อาจารย์ ดร.	สุทธิลักษณ์	ชนะสุข	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดอ่างทอง ศาลากลางจังหวัดอ่างทอง
30	อาจารย์ ดร.	พึงใจ	พิชยอนุตรรัตน์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (วิทยาเขตบางนา)
31	อาจารย์ ดร.	สิริกร	สันติโรจนกุล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
32	อาจารย์ ดร.	วสุวรรณ์	พงศัขจร	มหาวิทยาลัยศรีปทุม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลงานวิจัย การประชุมวิชาการระดับชาติ
 “วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 : วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน”
 วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558
 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ	สกุล	มหาวิทยาลัย
1	ศาสตราจารย์ ดร.	มนัส	สุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
2	รองศาสตราจารย์ ดร.	สมเดช	มุงเมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
3	รองศาสตราจารย์ ดร.	ปจรรย์	ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
4	รองศาสตราจารย์ ดร.	บุญทวารณ	วิงวอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
5	รองศาสตราจารย์ ดร.	วีระศักดิ์	สมยานะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
6	รองศาสตราจารย์	พิไล	เลิศพงศ์พิรุฬห์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	สมบัติ	สิงฆราช	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	กมลณัฐ	พลวัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ธรรมกิตต์	ธรรมโม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อนุวัติ	ศรีแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	กมลทิพย์	คำใจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	กรวีร์	ชัยอมรไพศาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	เพชรรา	บุคสีทา	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	รัชนีวรรณ	บุญอนนท	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	สมเกียรติ	ชัยพิบูลย์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ไพฑูรย์	อินตะขัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	จตุรภัทร	วงศ์สิริสถาพร	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อิราวัฒน์	ชมระกา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	กิ่งดาว	จินดาเทวิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
20	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ปัญญिता	ชัยสนิท	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
21	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	พนิตสุภา	ธรรมประมวล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
22	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	วริศรา	เหล่าบำรุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
23	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	นวพร	ประสมทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
24	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	บุษยากร	ธีระพุดติกุลชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
25	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	วัฒนา	เย็นยง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
26	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ปานฉัตร	อาการักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
27	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	เสรี	ปานชาง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
28	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อโนดาช	รัชเวทย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

29	อาจารย์ ดร.	ปะราสี	อเนก	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
30	อาจารย์ ดร.	กัลยา	ใจรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
31	อาจารย์ ดร.	อรกัญญา	กาญจนธรรากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
32	อาจารย์ ดร.	กาญจนา	สุระ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
33	อาจารย์ ดร.	ประภาส	ณ พิกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
34	อาจารย์ ดร.	เสริมศิริ	นิตดา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
35	อาจารย์ ดร.	สุทธธีรัตน์	พลอยบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
36	อาจารย์ ดร.	อุษณีย์	เส็งพานิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
37	อาจารย์ ดร.	ธัมมะทินนา	ศรีสุพรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
38	อาจารย์ ดร.	ลัสดา	ยาวิละ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
39	อาจารย์ ดร.	ศุภฤกษ์	เมธีโกคพงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
40	อาจารย์ ดร.	โอหาร	เชี่ยวชาญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
41	อาจารย์ จสต.ดร.	จอห์นนพดล	วศินสุนทร	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
42	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ศุภฤกษ์	ธราพิทักษ์วงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
43	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ธวัชชัย	บุญมี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
44	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	จิรวรรณ	บุญมี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
45	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	เดชวิทย์	นิลวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
46	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ศิริจันทร์	เชื้อสุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
47	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	พรพิมล	วงศ์สุข	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
48	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ศิรสา	สอนศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
49	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	รัชนิกร	ปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
50	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดารารัตน์	ไชยาโส	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
51	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	มานพ	ชุ่มอุ่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
52	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นงลักษณ์	เรืองวิทยากรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

การรับรู้ด้านการดำเนินธุรกิจสีเขียวของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
กรณีศึกษา ธนาคารกสิกรไทย สาขาห้างสรรพสินค้า เซนทรัล พระราม2

**Factor affecting the green business of Kasikorn bank Public Company,
Limited**

เกตุวดี สมบูรณ์ทวี, ภัทรพร พบแก้ว

Kedwadee Sombuntawee, Phattaraphon Phobkaew

สาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี,
จังหวัดเพชรบุรี

เลขที่1หมู่1 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

E-mail: misanashi@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจสีเขียวของธนาคารกสิกรไทยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและ regression จากผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้มาใช้บริการมีความคิดเห็นต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย สาขาพระราม 2 ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับดีมาก 2) ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยในภาพรวมมีการรับรู้ที่อยู่ในระดับปานกลาง และจากการทดสอบสมมติฐานทางสถิติพบว่าภาพลักษณ์และจริยธรรมด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมของธนาคารนั้นมีส่งผลต่อการรับรู้วิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัย คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) (y) คือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ธนาคาร (x1) ปัจจัยด้านจริยธรรม (x2) ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด(x3)ร่วมกันพยากรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สมการพยากรณ์ $y = 0.83 + .56 x1 + .32 x2 + .27 x3$

คำสำคัญ: การรับรู้, สิ่งแวดล้อม, การตลาด

Abstract

The objectives of this research were 1) to study Factors that affect the perception of the business environment of Kasikorn bank, Cantral Rama2. The sample used in this research was 400 consumers who are customers' Kasikornbank .The instrument for collecting the data of this research was questionnaire. The data were analyzed by statistic (SPSS) - frequency, percentage, means, standard deviation and Regression . The result reveals that 1) the respondents perceived there are opinions on the environment at very well level of Kasikorn bank, Central Rama2 branch. The respondents perceived at moderate level of recognize of the business environment of

the Kasikorn bank ,Rama2 branch. And statistically tests indicated that the Factors that affect the perception of the business environment The results were as follows: the predictors of the perception (y) were bank image(x₁), Ethics(x₂), Marketing Communication(x₃), The three predictors were a combination of the total variance, p<.05. The predictor equation was $y = 0.83 + .56 x_1 + .32 x_2 + .27 x_3$

Keyword: Recognition, environment,marketing

1.บทนำ

ทรัพยากรมีความสำคัญ และจำเป็นมากต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาสำคัญของโลกผลโดยตรงเกิดจากมนุษย์เนื่องมาจากความต้องการพื้นฐานและความสะดวกสบาย สิ่งเหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นให้มนุษย์คิดค้นพัฒนาเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์เพื่อรองรับความต้องการความสะดวกสบายของมนุษย์และเทคโนโลยีความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์นี้เองที่ก่อให้เกิดของเสียออกสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหาอากาศเป็นพิษ ปัญหาน้ำเสีย ปัญหาน้ำท่วม และผลของการบริโภคก็ทำให้เกิดของเสียกระจายทั่วไปในอากาศ และน้ำ

ธนาคารกสิกรไทยจึงมีความตระหนักถึงความเป็นส่วนหนึ่งของการช่วยเหลือสังคม รักษาสิ่งแวดล้อม ลดการทำลายสิ่งแวดล้อม ให้มีความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมโดยมีโครงการเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ด้านสภาพแวดล้อมในสังคมและชุมชนเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทางธนาคารกสิกรไทยให้ความสำคัญ ความร่มรื่น สวนดอกไม้ เครื่องกำเนิดไฟฟ้าฉุกเฉินได้รับการติดตั้งเครื่องกรองไอเสียเพื่อกำจัด คว้น เสียง กลิ่น ไม้ให้รบกวนชุมชนใกล้เคียงและมีระบบบำบัดน้ำเสีย ไม่เพียงแค่น้ำบำบัดน้ำเสียก่อนนำลงสู่แม่น้ำเท่านั้น ทางธนาคารกสิกรไทยได้นำน้ำที่บำบัดแล้วนำมารดน้ำต้นไม้ และใช้ในระบบเครื่องปรับอากาศ ช่วยในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมแล้วยังช่วยในเรื่องการประหยัดไฟฟ้าภายในธนาคารด้วย

นอกจากนี้ธนาคารกสิกรไทยได้มีนโยบายรักษาสิ่งแวดล้อมกับอาคารสูงและอาคารอื่นๆของธนาคารเช่นกัน โดยมีการสร้างอาคารและปรับปรุงอาคารให้คำนึงถึงมาตรฐานทางด้านมาตรฐาน LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) ซึ่งเป็นระบบการวัดระดับความเป็นอาคารสีเขียว (Green Building) ของ U.S. Green Building Council (USGBC) ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวได้มาปรับปรุงที่อาคารแจ้งวัฒนะ และอาคารที่ราชบุรีบูรณะ และอาคารพหลโยธิน ก็จะดำเนินการปรับปรุงให้ได้มาตรฐานของ LEED เช่นเดียวกัน

ธนาคารกสิกรไทยร่วมมือกับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีของประเทศไทยมีการบริหารด้านพลังงานอย่างมีคุณภาพเพื่อช่วยลดปัญหาโลกร้อนภายใต้ชื่อโครงการ”โครงการลดต้นทุนพลังงาน ด้านโลกร้อน โดย K SME Care”โดยร่วมมือกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (Thailand Greenhouse Gas Management Organization: TGO) ดำเนินโครงการร่วมมือกับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีร่วมกันลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก และสามารถสร้างรายได้กลับคืนจากการขายคาร์บอนเครดิต ซึ่งเป็นหนึ่งในความใส่ใจและเห็นความสำคัญในการร่วมมือลดภาวะโลกร้อนของธนาคารกสิกรไทย

ผู้วิจัยเข้าใจถึงความสำคัญในส่วนนี้ จึงเลือกทำการศึกษาผลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทยที่มีต่อพฤติกรรมของการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย ร่วมกับการศึกษาความสัมพันธ์ของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งประกอบด้วยนโยบายรักษา

สิ่งแวดล้อมทางธนาคาร การประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของธนาคารกสิกรไทย ที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย โดยคาดหวังว่าจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อธนาคารทั่วไปที่คิดจะมีนโยบายในการรักษาสิ่งแวดล้อม ในการประยุกต์ใช้กำหนดนโยบายและใช้เป็นโครงการนำร่องสำหรับการศึกษาในอนาคตได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาห้างสรรพสินค้า เซนทรัล พระราม2

2.2 เพื่อศึกษาด้านการรับรู้การดำเนินธุรกิจสีเขียวของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาห้างสรรพสินค้า เซนทรัล พระราม2

3. กรอบแนวความคิด

1. ตัวแปรอิสระคือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ธนาคาร ปัจจัยด้านจริยธรรมของผู้ใช้บริการ ปัจจัยการสื่อสารการตลาด

2. ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ธนาคาร ปัจจัยด้านจริยธรรม ปัจจัยการสื่อสารการตลาด มีผลต่อการรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย

4. ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎี

ความหมายเกี่ยวกับการรับรู้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมไว้เพื่อเป็นแนวทาง ในการวิเคราะห์ข้อมูลไว้หลายประการ ซึ่งพอจะนำมาสรุปได้ดังต่อไปนี้ การรับรู้ คือการสัมผัสที่มีการแปลความหมายแห่งการสัมผัสที่ได้รับให้เป็นที่เข้าใจทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น โดยใช้ประสบการณ์เดิม ร่วมกับความรู้สึกจากการรับสัมผัสของอวัยวะใดอวัยวะหนึ่ง (กรรณิการ์ ภูประเสริฐและคณะ, 2527)

คิง (King, 1981 อ้างใน บัณฑิต เผ่าวัฒนา, 2548) กล่าวว่า การรับรู้ เป็นกระบวนการทางความคิด และจิตใจของมนุษย์ที่แสดงออกถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักในเรื่องต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาทางประสาทสัมผัสอย่างมีจุดมุ่งหมาย การรับรู้เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลและเกิดขึ้นภายในตัวของบุคคลซึ่งการรับรู้จะมีความหมายต่อประสบการณ์ การเป็นตัวแทนของความจริงและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้น การรับรู้ไม่สามารถวัดได้โดยตรงแต่สามารถหาข้อมูลได้โดยการสังเกตพฤติกรรมและการถามบุคคลนั้นว่าคิดและรู้สึกอย่างไร

กันยา สุวรรณแสง (2542) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้ หมายถึง การใช้ประสบการณ์เดิมแปลความหมายสิ่งเร้าที่ผ่านประสาทสัมผัส แล้วเกิดความรู้สึก ระลึกถึงความหมายว่าเป็นอะไร

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกแนวคิดปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของ คิง (King, 1981 อ้างใน บัณฑิต เผ่าวัฒนา, 2548)เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมด้านจิตวิทยาในการเลือกใช้บริการของธนาคารกสิกรไทยประกอบด้วย ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ธนาคาร ปัจจัยด้านจริยธรรม ปัจจัยการสื่อสารการตลาด โดย

ผู้วิจัยได้นำมาใช้กำหนดเป็นตัวแปรตามในกรอบแนวคิดการวิจัยและใช้เป็นประเด็นคำถามในงานวิจัยใน ส่วนของพฤติกรรมกรรรับรู้อันการดำเนินธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย

ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อมคือสิ่งที่อยู่รอบตัวมนุษย์ทั้งสิ่งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต แบ่งเป็น 2 ประเภท

1. สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ 2. สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ จำแนกได้ 2 ชนิด คือ

1) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อากาศ ดิน ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะ ภูมิอากาศ ทัศนียภาพต่างๆภูเขา 2) สิ่งแวดล้อมทางชีวภาพหรือชีวภูมิศาสตร์ ได้แก่ พืชพันธุ์ธรรมชาติต่าง ๆ สัตว์ ป่า ป่าไม้ สิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ที่อยู่รอบตัวเราและมวลมนุษย์

สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางสังคมที่มนุษย์เสริมสร้างขึ้นโดยใช้กลวิธีสมัยใหม่ ตาม ความเหมาะสมของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ศาสนา และวัฒนธรรม เช่น เครื่องจักร เครื่องยนต์ รถยนต์

แนวความคิดด้านการสื่อสารการตลาด

สมาคมตัวแทนโฆษณาแห่งสหรัฐอเมริกา (The American of Advertising) (อ้างถึงใน ดารา ที่ ปะปาล, 2541) ให้ความหมายของคำว่า การสื่อสารการตลาดว่า การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ เป็นการ วางแผนภายใต้แนวคิดเดียว โดยใช้การสื่อสารหลายๆแบบ เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ที่วางไว้ ไม่ว่าจะ เป็น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง ซึ่งในรูปแบบต่างๆจะถูกใช้อย่าง ผสมผสานเพื่อความชัดเจนตรงกันเป็นหนึ่งเดียวและเกิดผลกระทบที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้น การสื่อสารการตลาดคือ การประกอบกิจกรรมเพื่อสื่อสาร ความรู้ความเข้าใจ ไปสู่ผู้บริโภคให้ตอบสนอง ตามเป้าหมายที่องค์กรต้องการ

5. วิธีดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative research)โดยมุ่งเน้นศึกษาถึง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ด้านการดำเนินธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทยเพื่อ นำมาใช้เป็นแนวทางในการรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ และสร้างความ ได้เปรียบในการแข่งขัน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ประมวล ได้มาวิเคราะห์เพื่อสรุปผลการวิจัยและนำเสนอเป็นรายงาน กำหนดกลุ่มตัวอย่างได้จากสูตร

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

5.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัดช่วงปี 2556-2557 ประมาณ 48000 คน ข้อมูลจากธนาคารกสิกรไทย

5.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้คือ ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกร ไทย สาขาห้างสรรพสินค้า เซนทรัล พระราม2 จำกัดช่วงปี 2556-2557 ประมาณ 48000 คน กำหนด กลุ่มตัวอย่างตาม แนวคิดของTaro Yamane (ประสพชัย พสุนนท์,2555,) และกำหนดค่าความ คลาดเคลื่อนเท่ากับ0.05 ได้ตัวอย่าง 396 ตัวอย่าง แต่เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยใช้ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

5.3 ขั้นตอนการเลือก ทำการสำรวจจากแบบสอบถามโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ที่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพระราม2

5.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ตอนที่1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ ประจำต่อเดือน ประเภทการใช้บริการ เหตุผลที่มาเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ความถี่ในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย โดยคำถามเป็นแบบปลายปิดแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question)และเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว(Best answer)

ตอนที่2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการกับ ธนาคารกสิกรไทยประกอบด้วย ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย ประเภทการใช้บริการ เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย ความถี่ในการใช้บริการ และใครมีอิทธิพลต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย มีทั้งหมด 7 ข้อ โดยในเลือกเพียงคำตอบเดียว มีเฉพาะคำถามประเภทการใช้บริการสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด

ตอนที่3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้การดำเนินธุรกิจสีเขียวของธนาคารกสิกรไทย ประกอบด้วย ผู้ใช้บริการรับรู้หรือไม่ว่าธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารที่ให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการดำเนินธุรกิจสีเขียวอย่างแท้จริง ธนาคารกสิกรไทยมีเครื่องบำบัดน้ำเสียและกรองอากาศก่อนปล่อยสู่ที่ชุมชน ธนาคารกสิกรไทยมีการนำน้ำที่ใช้แล้วนำมารดน้ำและใช้กับเครื่องปรับอากาศ ทั้งหมด4ข้อ แบบมาตราส่วนค่า 5 ระดับ (Rating scale) สร้างตามมาตรวัดของ ลิเคิร์ต (Likert scale) ประเมินคำตอบโดยให้ตอบเพียงคำตอบเดียว กำหนดให้แต่ละข้อมี 5 ตัวเลือก สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic)

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทการใช้บริการ เหตุผลที่มาเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ความถี่ในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทยมาวิเคราะห์ในเชิงสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการกับ ธนาคารกสิกรไทย ประกอบด้วย ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย ประเภทการใช้บริการ(ตอบได้มากกว่า1ข้อ) เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย ความถี่ในการใช้บริการ และใครมีอิทธิพลต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย โดยการคำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย ประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์ธนาคาร ปัจจัยด้านจริยธรรมของผู้ใช้บริการ ปัจจัยการสื่อสารการตลาดโดยการคำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยจะใช้วิธีวิเคราะห์การวัดระดับความสำคัญในแต่ละตัวแปร จะใช้วิธีแบบประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวคิดของ Likert ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประเภทดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 หมายถึง มาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายถึง ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายถึง น้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้การดำเนินธุรกิจสีเขียวของธนาคารกสิกรไทย ประกอบด้วย ผู้ใช้บริการรับรู้หรือไม่ว่าธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารที่ให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการดำเนินธุรกิจสีเขียวอย่างแท้จริง ธนาคารกสิกรไทยมีเครื่องบำบัดน้ำเสียและกรองอากาศก่อนปล่อยสู่ที่ชุมชน ธนาคารกสิกรไทยมีการนำน้ำที่ใช้แล้วนำมารดน้ำและใช้กับเครื่องปรับอากาศ โดยการคำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน(Inferential statistics)

ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาปัจจัยเพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ(Multiple Regression analysis) แบบขั้นบันได (Stepwise Regression)

6. ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 49.3) มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี (ร้อยละ 30.3) มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 31.3) รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 30.5) มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท (ร้อยละ 27.3) และมีสถานภาพโสดมากที่สุด (ร้อยละ 21.8)

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของธนาคารเป็นเวลา 2-4 ปี (ร้อยละ 39.8) ใช้บริการฝาก/ถอน/โอนเงิน (ร้อยละ 27.8) ใช้บริการเพราะมีประเภทผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย (ร้อยละ 21.3) มาใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 40) มักไปใช้บริการวันอาทิตย์(ร้อยละ 26) ช่วงเวลา 13.01 -15.30 น. (ร้อยละ 26) และเลือกใช้บริการกับธนาคารกสิกรด้วยตนเองมากที่สุด (ร้อยละ 29)

3. ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์ธนาคาร ด้านจริยธรรมของผู้ใช้บริการ ด้านการสื่อสารการตลาด

ผลการวิเคราะห์

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ของปัจจัยการรับรู้ด้านการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย

ข้อความ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ธนาคาร -ธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารที่มีภาพลักษณ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อม	3.48	1.19	มาก
ปัจจัยด้านจริยธรรม -การใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จะสามารถช่วยรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	3.72	0.75	มาก

ปัจจัยการสื่อสารการตลาด -ธนาคารกสิกรไทย มีการจัดกิจกรรม เพื่อสังคมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.31	0.91	ปานกลาง
---	------	------	---------

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ธนาคาร มีระดับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ธนาคาร อยู่ในระดับปานกลาง ระดับปัจจัยด้านจริยธรรมของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก และปัจจัยการสื่อสารการตลาด อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของการรับรู้

การรับรู้	\bar{X}	S.D.	การแปล ความหมาย
1.รับรู้ว่าธนาคารกสิกรไทย มีการดำเนินธุรกิจสีเขียวอย่างแท้จริง	3.69	0.82	มาก
2.รับรู้ว่าธนาคารกสิกรไทย เป็นธนาคารที่ให้บริการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.25	0.77	ปานกลาง
3.รับรู้ว่าอาคารของธนาคารกสิกรไทยมีเครื่องกรองอากาศและบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยสู่ชุมชน	2.91	0.83	ปานกลาง
4.รับรู้ว่าธนาคารกสิกรไทย นำน้ำที่บำบัดแล้วมาใช้ซ้ำ เช่นรดน้ำต้นไม้ ใช้ในระบบปรับอากาศ	3.01	0.81	ปานกลาง
โดยรวม	3.21	0.81	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ทำแบบสอบถามรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทยในระดับ ปานกลาง

ตารางที่ 3 แสดงวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุเมื่อปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นตัวแปร

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std.Error	Beta	t	Sig.
Constant		0.83	.41		9.32	.00
ด้านภาพลักษณ์ ธนาคาร	X1	0.47	0.05	0.56	10.28	.00
ด้านจริยธรรม	X2	0.19	0.04	0.32	6.76	.00
การสื่อสารการตลาด	X3	0.21	0.03	0.27	5.61	.02

R = 0.689 , R Square = 0.46 , Adjusted R Square = 0.45 , Std. Error of the Estimate = 0.40

จากการวิเคราะห์ตารางที่3 พบว่าปัจจัยการรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย ประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์ธนาคาร ด้านจริยธรรมของผู้ให้บริการ การสื่อสารการตลาดดังปรากฏในตารางที่4 สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$y = 0.83 + .56 x_1 + .32 x_2 + .27 x_3$$

เมื่อ \hat{Y} แทนการรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) โดยรวม

X_1 แทน ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ธนาคาร , X_2 แทน ปัจจัยด้านจริยธรรม

X_3 แทน ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด

จากรูปแบบสมการพยากรณ์ สามารถอธิบายว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย โดยรวมของผู้ใช้บริการจะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับ ภาพลักษณ์ธนาคาร จริยธรรมของผู้ให้บริการ และ การสื่อสารทางการตลาดของธนาคารกสิกรไทย ส่งผลให้ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยรับรู้ถึงการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสามารถตระหนักได้ว่าธนาคารกสิกรไทยมีส่วนช่วยในการรักษาสิ่งแวดล้อม

ตารางที่4 แสดงผลการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการวิจัย
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ธนาคาร ส่งผลต่อการรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย	สนับสนุน
ปัจจัยด้านจริยธรรม ส่งผลต่อการรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย	สนับสนุน
ปัจจัยการสื่อสารการตลาดส่งผลต่อการรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย	สนับสนุน

7. สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาทและมีสถานภาพโสดมากที่สุด
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของธนาคารเป็นเวลา 2-4 ปี ใช้บริการฝาก/ถอน/โอนเงิน ใช้บริการเพราะมีประเภทผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย มาใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อเดือน มักไปใช้บริการวันอาทิตย์ ช่วงเวลา 13.01 -15.30 น. และเลือกใช้บริการกับธนาคารกสิกรด้วยตนเองมากที่สุด

3. จากการศึกษาการรักษาสิ่งแวดล้อมของธนาคารกสิกรไทย สาขาห้างสรรพสินค้า เซนทรัล พระราม 2 ในภาพรวมว่ามีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับดีมาก และผู้มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาพระราม 2 มีการรับรู้การรักษาสิ่งแวดล้อมของธนาคารระดับปานกลาง โดยผลจากการทดสอบ สมมุติฐานทางสถิติพบว่าด้านภาพลักษณ์ธนาคาร ด้านจริยธรรมของผู้ใช้บริการ การสื่อสารการตลาด มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของผู้ใช้บริการ

8. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการรับรู้ด้านการดำเนินธุรกิจสีเขียวของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) พบว่าการสื่อสารทางการตลาดของธนาคารกสิกรไทยอยู่ในระดับปานกลาง หมายความว่า มีผู้ใช้บริการที่รับรู้ถึงการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรของธนาคารกสิกรไทย ดังนั้นเพื่อเข้าถึงผู้ใช้บริการทุกคน หรือว่าประชาชนที่ไม่เคยใช้บริการของธนาคารกสิกรไทยได้รับรู้ถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมทางอ้อมของธนาคารกสิกรไทย เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับธนาคารกสิกรไทย ในความรักรักโลก และผู้ใช้บริการเองสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาสิ่งแวดล้อมได้ ส่วนในด้านจริยธรรม เนื่องจากในปัจจุบันการประกอบธุรกิจที่ผู้ประกอบการมีจริยธรรม ซึ่งเป็นระบบของการทำความดี การทำธุรกิจอาจอยู่ในรูปแบบของจิตใจหรือพฤติกรรมของผู้กระทำ มีประโยชน์แก่ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์เฉพาะตน ก่อให้เกิดจริยธรรมทางธุรกิจ นั่นคือ การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้น หากธนาคารกสิกรไทย ดำเนินธุรกิจด้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยความตั้งใจจริงและไม่ล้มเลิก จุดนี้สามารถเป็นที่น่าสนใจให้กับผู้ที่ไม่เคยใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ได้ ด้านการตลาด ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ควรให้ความสำคัญกับการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ให้ทราบถึงข้อเท็จจริงต่างๆ และเหตุผลที่ทางธนาคารได้ดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมขึ้น เนื่องจากการโฆษณาสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการ และรับรู้ในส่วนที่ธนาคารกสิกรไทยได้มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมและช่วยลดมลพิษต่างๆ ให้กับชุมชน

9. บรรณานุกรม

- กิตติพงษ์ เกียรติสุนทร. (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต:ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัทพรูเด็นเชียล ทีเอสไลฟ์ ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน).วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏพระนคร.
- กันยา สุวรรณแสง. (2542). จิตวิทยาทั่วไป (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: อักษรพิทยา.
- จूरिพร กาญจนการุณ. (2011). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. RMUTP Research Journal, Vol. 5, No. 2, September 2011
- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). (2557). กิจกรรมทางสังคมของธนาคารกสิกรไทย.ค้นเมื่อ วันที่ 19 ตุลาคม 2557 ,จาก <http://www.kasikornbank.com>
- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). (2557). Green Building ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). ค้นเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2557,จาก <http://greenbuilding.pcd.go.th>.

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่10กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญพัฒนา.
- ประไพ จันทร์อินทร์.(2552). การรับรู้และความต้องการข่าวสารประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษา และอาจารย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตหาดใหญ่. วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 5 ,(ฉบับที่ 1) ,ม.ค. - มิ.ย. 2552
- พัชรรัฐ ผิวสุข,สุธาดา บ่างสมบูรณ์ และ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี.(2557).คุณภาพการบริการและความภักดี ในตราสินค้าธนาคารกรุงเทพ สาขา บีทีซี ออยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรี, มหาวิทยาลัย ศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.
- สุทธิ ปันมา.(2535).ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์