

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 ราย ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน โดยคำถามมีลักษณะเป็นแบบให้คำตอบโดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคลากร, ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยคำถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความพึงพอใจ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
ระดับ 5	พึงพอใจมากที่สุด
ระดับ 4	พึงพอใจมาก
ระดับ 3	เฉย ๆ
ระดับ 2	ไม่พึงพอใจ
ระดับ 1	ไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	79	39.5
หญิง	121	60.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้มาใช้บริการเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.5 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 39.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	49	24.5
25 - 35 ปี	64	32.0
35 - 45 ปี	58	29.0
สูงกว่า 45 ปี	29	14.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคืออายุระหว่าง 35 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.0 อายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.5 และ อายุสูงกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	66	33.0
สมรส/อยู่ด้วยกัน	118	59.0
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	16	8.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมามีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 33.0 และเป็นหม้าย/หย่าหรือแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือต่ำกว่า	21	10.5
อนุปริญญา/ปวส.	16	8.0
ปริญญาตรี	145	72.5
สูงกว่าปริญญาตรี	18	9.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 10.5 สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.0 และ มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัท / หน่วยงาน เอกชน	105	52.5
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	17	8.5
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	35	17.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	32	16.0
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	11	5.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท / หน่วยงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาคือ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 17.5 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 16.0 แม่บ้าน / พ่อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และนักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้

ระดับรายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	27	13.5
10,001 - 25,000 บาท	86	43.0
25,001 - 40,000 บาท	51	25.5
40,001 - 55,000 บาท	18	9.0
ตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป	18	9.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะมีระดับรายได้ 10,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ 25,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.5 มีระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.5 และมีระดับรายได้ 40,001 - 55,000บาท และ ตั้งแต่ 50,001บาท ขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

บริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน		จำนวน	ร้อยละ
เงินฝาก	มี	140	70.0
	ไม่มี	60	30.0
บัตรเครดิต	มี	134	67.0
	ไม่มี	66	33.0
สินเชื่อ (กู้บ้าน ส่วนบุคคล ธุรกิจ เช่าซื้อ)	มี	127	63.5
	ไม่มี	73	36.5
การลงทุน (หุ้น กู้ กองทุนฯ)	มี	123	61.5
	ไม่มี	77	38.5
อิเล็กทรอนิกส์ (ATM, Easy Net)	มี	74	37.0
	ไม่มี	126	63.0
ประกันต่าง ๆ	มี	110	55.0
	ไม่มี	90	45.0
รวม		200	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการเงินฝาก คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ บริการบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 67.0 บริการสินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 63.5 การลงทุนต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 61.5 และการทำประกันต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 55.0 ตามลำดับ ส่วนการบริการในด้านอิเล็กทรอนิกส์ (ATM, Easy Net) เป็นบริการที่ผู้มาใช้บริการเลือกใช้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ

37.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครต่อการดำเนินงานด้าน  
การตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 8 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการ  
ดำเนินงานด้านการตลาด ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยรวม

การดำเนินงานด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	อันดับที่ 1
ด้านผลิตภัณฑ์	3.92	มาก	2
ด้านราคากับการให้บริการ	3.54	มาก	7
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.62	มาก	6
ด้านการส่งเสริมการขาย	3.69	มาก	5
ด้านบุคลากร	3.93	มาก	1
ด้านกระบวนการในการให้บริการ	3.84	มาก	4
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.90	มาก	3
ด้านการตลาดโดยรวม	3.78	มาก	

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาด ของธนาคารไทยพาณิชย์โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีระดับคะแนนความพึงพอใจตามลำดับ ดังนี้คือ ปัจจัยในด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และด้านราคากับการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของ  
 ผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด  
 (มหาชน)

ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด			
1. มีรูปแบบเงินฝาก ตรงกับความต้องการ	9 (4.5)	10 (5.0)	56 (28.0)	84 (42.0)	41 (20.5)	3.69	มาก	5
2. มีรูปแบบบริการด้านบัตรเครดิตที่หลากหลายให้เลือก	2 (1.0)	1 (0.5)	35 (17.5)	89 (44.5)	73 (36.5)	4.15	มาก	1
3. มีรูปแบบสินเชื่อที่เหมาะสมกับความต้องการ	2 (1.0)	4 (2.0)	34 (17.0)	83 (41.5)	77 (38.5)	4.15	มาก	1
4. มีรูปแบบการลงทุนที่หลากหลาย	3 (1.5)	7 (3.5)	54 (27.0)	70 (35.0)	66 (33.0)	3.95	มาก	2
5. ระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบบริการด้านอิเล็กทรอนิกส์	7 (3.5)	5 (2.5)	61 (30.5)	71 (35.5)	56 (28.0)	3.82	มาก	4
6. มีบริการด้านประกันฯ ที่ตรงกับความต้องการ	3 (1.5)	6 (3.0)	59 (29.5)	87 (43.5)	45 (22.5)	3.83	มาก	3
<b>รวม</b>						<b>3.92</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ทุกปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยในระดับพึงพอใจมากโดยปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีค่าเฉลี่ยระดับคะแนนความพึงพอใจตามลำดับดังนี้คือ มีรูปแบบบริการด้านบัตรเครดิตที่หลากหลายให้เลือก และ มีรูปแบบสินเชื่อที่เหมาะสมกับความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือ มีรูปแบบการลงทุนที่หลากหลาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 มีบริการด้านประกันฯ ที่ตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และด้านรูปแบบเงินฝาก ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของ  
 ผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านราคากับการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์  
 จำกัด (มหาชน)

ด้านราคา กับการให้บริการ	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	อันดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มาก ที่สุด			
1. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	4 (2.0)	9 (4.5)	96 (48.0)	55 (27.5)	36 (18.0)	3.55	มาก	4
2. อัตราค่า ธรรมเนียม ต่าง ๆ ด้านบัตรเครดิต	27 (13.5)	38 (19.0)	72 (36.0)	37 (18.5)	26 (13.0)	2.99	เฉยๆ	6
3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	4 (2.0)	20 (10.0)	53 (26.5)	87 (43.5)	36 (18.0)	3.66	มาก	3
4. ผลตอบแทนจากการ ลงทุน	2 (1.0)	7 (3.5)	74 (37.0)	66 (33.0)	51 (25.5)	3.79	มาก	2
5. ค่าธรรมเนียม การใช้ บริการด้านอิเล็กทรอนิกส์	4 (2.0)	5 (2.5)	43 (21.5)	85 (42.5)	63 (31.5)	3.99	มาก	1
6. อัตราค่าเบี้ยประกันที่ ใช้บริการอยู่	22 (11.0)	27 (13.5)	46 (23.0)	73 (36.5)	32 (16.0)	3.33	เฉยๆ	5
<b>รวม</b>						3.54	มาก	

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้าน  
 ราคากับการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และเมื่อพิจารณา  
 เป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีค่าเฉลี่ยระดับคะแนนความพึงพอใจตามลำดับ  
 ดังนี้คือ ปัจจัยในด้านค่าธรรมเนียมการให้บริการด้านอิเล็กทรอนิกส์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมา  
 คือ ความพึงพอใจต่อผลตอบแทนจากการลงทุน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ความพึงพอใจต่ออัตรา  
 ดอกเบี้ยเงินกู้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 อัตราค่าเบี้ยประกันที่  
 ใช้บริการอยู่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ด้านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ  
 2.99



ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของ  
 ผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของธนาคารไทยพาณิชย์  
 จำกัด (มหาชน)

ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	อันดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มาก ที่สุด			
1. สถานที่ตั้งของสาขา ต่าง ๆ	7 (3.5)	13 (6.5)	60 (30.0)	72 (36.0)	48 (24.0)	3.71	มาก	3
2. ระยะเวลาการเปิด-ปิด การให้บริการ	20 (10.0)	37 (18.5)	56 (28.0)	56 (28.0)	31 (15.5)	3.21	เฉยๆ	4
3. ความปลอดภัยในการ ใช้บริการ	5 (2.5)	11 (5.5)	57 (28.5)	65 (32.5)	62 (31.0)	3.84	มาก	1
4. สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่นที่จอดรถ น้ำดื่ม ห้องรับรอง	7 (3.5)	14 (7.0)	58 (29.0)	62 (31.0)	59 (29.5)	3.76	มาก	2
<b>รวม</b>						3.62	มาก	

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้าน  
 ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และเมื่อพิจารณา  
 เป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีระดับคะแนนความพึงพอใจตามลำดับดังนี้คือ ปัจจัย  
 ในด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น  
 ๆ เช่นที่จอดรถ น้ำดื่ม ห้องรับรอง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และ สถานที่ตั้งของสาขาต่าง ๆ โดยมี  
 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และด้านระยะเวลาการเปิด-ปิด การให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของ  
 ผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขาย ของธนาคารไทยพาณิชย์  
 จำกัด (มหาชน)

ด้านการส่งเสริมการขาย	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด			
1. ความสะดวกในการติดต่อ Call Center	3 (1.5)	10 (5.0)	45 (22.5)	64 (32.0)	78 (39.0)	4.02	มาก	1
2. การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	13 (6.5)	24 (12.0)	56 (28.0)	61 (30.5)	46 (23.0)	3.52	มาก	3
3. ความพึงพอใจต่อของแจก ของแถม หรือของสะสม	17 (8.5)	28 (14.0)	46 (23.0)	49 (24.5)	60 (30.0)	3.54	มาก	2
<b>รวม</b>						3.69	มาก	

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีระดับคะแนนความพึงพอใจตามลำดับดังนี้คือ ด้านความสะดวกในการติดต่อ Call Center ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อของแจก ของแถม หรือของสะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของ  
ผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านบุคลากร ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด  
(มหาชน)

ด้านบุคลากร	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด			
1. มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน	10 (5.0)	18 (9.0)	61 (30.5)	59 (29.5)	52 (26.0)	3.63	มาก	4
2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	1 (0.5)	8 (4.0)	22 (11.0)	109 (54.5)	60 (30.0)	4.10	มาก	1
3. ความรู้ความสามารถและการให้คำแนะนำ	1 (.5)	7 (3.5)	27 (13.5)	110 (55.0)	55 (27.5)	4.06	มาก	2
4. จำนวนพนักงานที่ให้บริการ	2 (1.0)	9 (4.5)	37 (18.5)	101 (50.5)	51 (25.5)	3.95	มาก	3
รวม						3.93	มาก	

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีระดับคะแนนความพึงพอใจตามลำดับดังนี้คือ ปัจจัยในด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ ความรู้ความสามารถและการให้คำแนะนำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 จำนวนพนักงานที่ให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และด้านมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของ  
 ผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านกระบวนการในการให้บริการ ของธนาคาร  
 ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ด้านกระบวนการ ในการให้บริการ	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	อัน ดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มาก ที่สุด			
1. ขั้นตอนการให้บริการที่ สะดวก รวดเร็ว ไม่ ซับซ้อน	6 (3.0)	24 (12.0)	40 (20.0)	60 (30.0)	70 (35.0)	3.82	มาก	3
2. ความพึงพอใจต่อลำดับ การให้บริการ	1 (.5)	8 (4.0)	23 (11.5)	79 (39.5)	89 (44.5)	4.24	มาก	1
3. ระยะเวลาการรอรับ บริการ	3 (1.5)	17 (8.5)	65 (32.5)	79 (39.5)	36 (18.0)	3.64	มาก	4
4. ระบบความปลอดภัย ของธนาคาร	2 (1.0)	29 (14.5)	63 (31.5)	74 (37.0)	32 (16.0)	3.53	มาก	5
5. มาตรฐานการ ปฏิบัติงาน	0 (0.0)	8 (4.0)	34 (17.0)	109 (54.5)	49 (24.5)	4.00	มาก	2
<b>รวม</b>						3.84	มาก	

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้าน  
 กระบวนการในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และเมื่อ  
 พิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีระดับคะแนนความพึงพอใจตามลำดับ  
 ดังนี้คือ ความพึงพอใจต่อลำดับการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ มาตรฐานการ  
 ปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ขั้นตอนการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ  
 3.82 ระยะเวลาการรอรับบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และด้านระบบความปลอดภัยของธนาคาร มี  
 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของ  
 ผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ของธนาคาร  
 ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ด้านสภาพแวดล้อม ทางกายภาพ	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	อันดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มาก ที่สุด			
1.บรรยากาศสภาพ แวดล้อมภายในธนาคาร	0 (0.0)	5 (2.5)	57 (28.5)	89 (44.5)	49 (24.5)	3.91	มาก	2
2. บรรยากาศ สภาพแวดล้อมภายนอก ธนาคาร	2 (1.0)	22 (11.0)	59 (29.5)	85 (42.5)	32 (16.0)	3.62	มาก	3
3. ความโดดเด่นของ สถานที่ทำการ	0 (0.0)	4 (2.0)	28 (14.0)	92 (46.0)	76 (38.0)	4.20	มาก	1
<b>รวม</b>						3.90	มาก	

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีระดับคะแนนความพึงพอใจตามลำดับดังนี้คือ ปัจจัยในด้านความโดดเด่นของสถานที่ทำการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือ บรรยากาศสภาพแวดล้อมภายในธนาคาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และด้านบรรยากาศสภาพแวดล้อมภายนอกธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครต่อการดำเนินงาน  
ด้านการตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการ  
ดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจาก  
เพศของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	เพศของผู้ใช้บริการ	
	ชาย	หญิง
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)
2. ด้านราคากับการให้บริการ	3.53 (มาก)	3.55 (มาก)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.68 (มาก)	3.58 (มาก)
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)
5. ด้านบุคลากร	3.87 (มาก)	3.96 (มาก)
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	3.81(มาก)	3.86 (มาก)
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.81 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของ  
ผู้ให้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ โดยพิจารณาจากเพศของ  
ผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ให้บริการเพศชาย จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในทุกปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาดบริการของธนาคาร อยู่ระดับพึงพอใจมากทุกปัจจัย โดยเรียงตามลำดับคะแนน  
ค่าเฉลี่ย ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 3.87 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ด้านกระบวนการในการให้บริการ  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และด้านราคากับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ผู้ให้บริการที่มีเพศหญิง จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในทุกปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาดบริการของธนาคาร อยู่ระดับพึงพอใจมากทุกปัจจัย โดยเรียงตามลำดับคะแนน  
ค่าเฉลี่ย ดังนี้ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมาคือ  
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86  
ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และ  
ด้านราคากับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการ  
ดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจาก  
อายุของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	อายุของผู้ใช้บริการ			
	ต่ำกว่า 25 ปี	25 - 35 ปี	35 - 45 ปี	สูงกว่า 45 ปี
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)	3.89 (มาก)	3.72 (มาก)
2. ด้านราคากับการให้บริการ	3.82 (มาก)	3.52 (มาก)	3.41 (เฉยๆ)	3.40 (เฉยๆ)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.79 (มาก)	3.66 (มาก)	3.51 (มาก)	3.49 (เฉยๆ)
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)	3.33 (เฉยๆ)
5. ด้านบุคลากร	3.96 (มาก)	3.87 (มาก)	3.98 (มาก)	3.87 (มาก)
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของ  
ผู้ให้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ โดยพิจารณาจากอายุของ  
ผู้ให้บริการ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้าน  
การตลาดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.92 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว  
พบว่า ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้าน  
บุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ด้านกระบวนการในการ  
ให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ด้านราคากับการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และด้านช่องทาง  
การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 25 - 35 ปี จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาด  
โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ใน  
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ให้บริการที่มีอายุ 25 - 35 ปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ  
3.95 รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 3.87 ด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ด้านการส่งเสริมการขาย  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และด้านราคากับการ  
ให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52



ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 35 - 45 ปี จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.75 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ในปัจจัยด้านบุคลากร เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ใช้บริการที่มีอายุ 35 - 45 ปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และด้านราคากับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

ผู้ใช้บริการที่มีอายุสูงกว่า 45 ปี จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.63 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ในปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ใช้บริการที่มีอายุสูงกว่า 45 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ด้านราคากับการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และด้านราคากับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33



ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากสถานภาพของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	สถานภาพของผู้ใช้บริการ	
	โสด/แยกกันอยู่	สมรส
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)
2. ด้านราคากับการให้บริการ	3.67(มาก)	3.46 (มาก)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.70 (มาก)	3.57 (มาก)
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.73 (มาก)	3.65 (มาก)
5. ด้านบุคลากร	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ โดยพิจารณาจากสถานภาพของผู้ใช้บริการ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพ โสด/อยู่ตัวคนเดียว หรือ แยกกันอยู่ จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.82 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ให้บริการที่มีสถานภาพ โสด/อยู่ตัวคนเดียว หรือ แยกกันอยู่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และด้านราคากับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ผู้ที่มาใช้บริการที่มีสถานภาพแต่งงานแล้ว จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.76 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ในปัจจัยด้านบุคลากร เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ที่มาใช้บริการที่มีสถานภาพแต่งงานแล้ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และด้านราคากับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการ  
ดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจาก  
ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ		
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.89 (มาก)	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)
2. ด้านราคากับการให้บริการ	3.60 (มาก)	3.52 (เฉยๆ)	3.59 (มาก)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.72 (มาก)	3.63 (มาก)	3.37 (มาก)
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.49 (มาก)	3.76 (มาก)	3.51 (มาก)
5. ด้านบุคลากร	3.80 (มาก)	3.94 (มาก)	4.06 (มาก)
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	3.75 (มาก)	3.85 (มาก)	3.96 (มาก)
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของ  
ผู้ให้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ โดยพิจารณาจากระดับ  
การศึกษาของผู้ใช้บริการ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน  
ด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.75 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน  
แล้ว พบว่า ในปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ให้บริการ  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 3.80 ด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านราคากับการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และด้านการส่งเสริมการขาย มี  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ผู้ให้บริการที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีจะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน  
ด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน  
แล้ว พบว่า ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ  
3.95 รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 3.88 ด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ด้านการส่งเสริมการขาย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และด้านราคากับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.75 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ในปัจจัยด้านบุคลากร เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ด้านราคากับการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากระดับรายได้ของผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	ระดับรายได้ของผู้ให้บริการ				
	ไม่เกิน 10,000	10,001 - 25,000	25,001 - 40,000	40,001 - 55,000	55,001 ขึ้นไป
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.12 (มาก)	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)
2. ด้านราคากับการให้บริการ	3.62 (มาก)	3.49 (เฉยๆ)	3.55 (มาก)	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)	3.43 (มาก)	3.81 (มาก)	3.34 (เฉยๆ)
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.91 (มาก)	3.64 (มาก)	3.62 (มาก)	3.90 (มาก)	3.51 (มาก)
5. ด้านบุคลากร	4.04 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)
6. ด้านกระบวนการในการ ให้บริการ	3.78 (มาก)	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)	3.91 (มาก)	3.90 (มาก)
7. ด้านสภาพแวดล้อมทาง กายภาพ	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	4.03 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ โดยพิจารณาจากระดับรายได้ของผู้ให้บริการ พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทจะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และด้านราคากับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001 - 25,000 บาท จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.77 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และด้านราคากับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 25,001 - 40,000 บาท จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.73 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ในปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และ ด้านบุคลากร เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ด้านราคากับการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 40,001 - 55,000 บาท จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.92 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ในปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และด้านราคากับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้สูงกว่า 55,000 บาท จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.70 และเมื่อพิจารณาเป็น

รายด้านแล้ว พบว่า ในปัจจัยด้านบุคลากร เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ใช้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ด้านราคากับการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

**ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน**

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	บริการที่ใช้ในปัจจุบัน					
	เงินฝาก	บัตรเครดิต	สินเชื่อ	การลงทุน	อิเล็กทรอนิกส์	ประกันต่าง ๆ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)
2. ด้านราคากับการให้บริการ	3.58 (มาก)	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)	3.67 (มาก)	3.57 (มาก)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)	3.70 (มาก)
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.73 (มาก)	3.78 (มาก)	3.73 (มาก)
5. ด้านบุคลากร	3.90 (มาก)	3.89 (มาก)	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ โดยพิจารณาจากบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน พบว่า





3.90 ด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ด้านราคากับการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

ผู้ใช้บริการด้านประกันต่างๆ จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ ต่อผู้ใช้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ด้านกระบวนการในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และด้านราคากับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57