



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก

เลขที่แบบสอบถาม

ID

--	--	--

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของ
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านและเป็นความจริง

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 25 ปี

2. 25 - 35 ปี

3. 35 - 45 ปี

4. สูงกว่า 45 ปี

3. สถานภาพ

1. โสด

2. สมรส/อยู่ด้วยกัน

3. หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือต่ำกว่า

2. อนุปริญญา/ปวส.

3. ปริญญาตรี

4. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

1. พนักงานบริษัท / หน่วยงานเอกชน

2. แม่บ้าน / พ่อบ้าน

3. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง

5. นักเรียน นิสิต นักศึกษา

6. อื่นๆ (โปรดระบุ)

6. ระดับรายได้ต่อเดือน

1. ไม่เกิน 10,000 บาท

2. 10,001 - 25,000 บาท

3. 25,001 - 40,000 บาท

4. 40,001 - 55,000 บาท

5. ตั้งแต่ 55,001 บาท ขึ้นไป

7. บริการที่ท่านใช้อยู่ในปัจจุบันมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

1. เงินฝาก 2. บัตรเครดิต
3. สินเชื่อ (กู้บ้าน ส่วนบุคคล ธุรกิจ เช่าซื้อ) 4. การลงทุน (หุ้น กู้ กองทุนฯ)
5. อีเล็กทรอนิกส์ (ATM, Easy Net) 6. ประกันต่าง ๆ

ส่วนที่ 2 : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

(โปรดเลือกตอบเพียง 1 คำตอบเท่านั้น และหากมิได้ใช้บริการใด กรุณาข้ามไม่จำเป็นต้องตอบในข้อนั้น)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์					
1. มีรูปแบบเงินฝาก ตรงกับความต้องการ					
2. มีรูปแบบบริการด้านบัตรเครดิตที่หลากหลายให้เลือก					
3. มีรูปแบบสินเชื่อที่เหมาะสมกับความต้องการ					
4. มีรูปแบบการลงทุนที่หลากหลาย					
5. ระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบบริการด้านอีเล็กทรอนิกส์					
6. มีบริการด้านประกันฯ ที่ตรงกับความต้อการ					
ความเหมาะสมด้านราคากับการให้บริการ					
7. ความพึงพอใจต่ออัตราดอกเบี้ยเงินฝาก					
8. ความพึงพอใจต่ออัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ด้านบัตรเครดิต					
9. ความพึงพอใจต่ออัตราดอกเบี้ยเงินกู้					
10. ความพึงพอใจต่อผลตอบแทนจากการลงทุน					
11. ความพึงพอใจต่อค่าธรรมเนียมการใช้บริการด้านอีเล็กทรอนิกส์					
12. ความพึงพอใจต่ออัตราค่าเบี้ยประกันที่ใช้บริการอยู่					
ความพึงพอใจด้านความสะดวก รวดเร็ว ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
13. ความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งของสาขาต่าง ๆ					
14. ความพึงพอใจต่อระยะเวลาการเปิด-ปิด การให้บริการ					
15. ความพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการใช้บริการ					
16. ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ที่จอดรถ น้ำดื่ม ห้องรับรอง					

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการขาย					
17. ความสะดวกในการติดต่อ Call Center					
18. การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ					
19. ความพึงพอใจต่อของแจก ของแถม หรือของสะสม					
ความพึงพอใจด้านบุคลากร					
20. ความพึงพอใจต่อมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน					
21. ความพึงพอใจต่อความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
22. ความพึงพอใจต่อความรู้ความสามารถและการให้คำแนะนำ					
23. ความพึงพอใจต่อจำนวนพนักงานที่ให้บริการ					
ความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ					
24. ความพึงพอใจต่อขั้นตอนการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน					
25. ความพึงพอใจต่อลำดับการให้บริการ					
26. ความพึงพอใจต่อระยะเวลาการรอรับบริการ					
27. ความพึงพอใจต่อระบบความปลอดภัยของธนาคาร					
28. ความพึงพอใจต่อมาตรฐานการปฏิบัติงาน					
ความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ					
29. ความพึงพอใจต่อบรรยากาศสภาพแวดล้อมภายในธนาคาร					
30. ความพึงพอใจต่อบรรยากาศสภาพแวดล้อมภายนอกธนาคาร					
31. ความพึงพอใจต่อความโดดเด่นของสถานที่ทำการ					



ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วน



ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	1	2	19	32	25
	1.3	2.5	24.1	40.5	31.6
2. ด้านราคากับการให้บริการ	4	8	25	26	16
	5.1	10.1	31.6	32.9	20.3
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2	8	22	25	22
	2.5	10.1	27.8	31.6	27.8
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4	10	16	24	25
	5.1	12.7	20.3	30.4	31.6
5. ด้านบุคลากร	1	4	16	39	19
	1.3	5.1	20.3	49.4	24.1
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	7	18	33	20
	1.3	8.9	22.8	41.8	25.3
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	4	22	38	15
	0	5.1	27.8	48.1	19.0

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3	3	31	49	35
	2.5	2.5	25.6	40.5	28.9
2. ด้านราคากับการให้บริการ	6	9	40	41	25
	5.0	7.4	33.1	33.9	20.7
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	7	11	36	39	28
	5.8	9.1	29.8	32.2	23.1
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	7	11	33	34	36
	5.8	9.1	27.3	28.1	29.8
5. ด้านบุคลากร	1	7	21	56	36
	0.8	5.8	17.4	46.3	29.8
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	10	27	48	35
	0.8	8.3	22.3	39.7	28.9
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	7	26	51	37
	0	5.8	21.5	42.1	30.6

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	1	1	9	20	18
	2.0	2.0	18.4	40.8	36.7
2. ด้านราคากับการให้บริการ	1	2	15	16	15
	2.0	4.1	30.6	32.7	30.6
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1	4	14	15	15
	2.0	8.2	28.6	30.6	30.6
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	2	5	10	12	20
	4.1	10.2	20.4	24.5	40.8
5. ด้านบุคลากร	1	1	10	23	14
	2.0	2.0	20.4	46.9	28.6
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	0	4	12	19	14
	0	8.2	24.5	38.8	28.6
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	2	10	22	15
	0	4.1	20.4	44.9	30.6

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	1	1	17	26	19
	1.6	1.6	26.6	40.6	29.7
2. ด้านราคากับการให้บริการ	3	6	22	22	11
	4.7	9.4	34.4	34.4	17.2
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2	7	17	23	15
	3.1	10.9	26.6	35.9	23.4
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3	6	16	22	17
	4.7	9.4	25.0	34.4	26.6
5. ด้านบุคลากร	1	5	10	32	16
	1.6	7.8	15.6	50.0	25.0
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	6	12	26	19
	1.6	9.4	18.8	40.6	29.7
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	3	14	32	15
	0	4.7	21.9	50.0	23.4

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 35-45 ปี

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3	1	13	23	18
	5.2	1.7	22.4	39.7	31.0
2. ด้านราคากับการให้บริการ	5	6	17	19	11
	8.6	10.3	29.3	32.8	19.0
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	5	6	16	18	14
	8.5	10.2	27.1	30.5	23.7
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4	6	12	16	20
	6.9	10.9	20.7	27.6	34.5
5. ด้านบุคลากร	1	3	11	25	18
	1.7	5.2	19.0	43.1	31.0
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	0	6	12	24	16
	0	10.3	20.7	41.4	27.6
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	2	18	22	16
	0	3.4	31.0	37.9	27.6

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสูงกว่า 45 ปี

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0	2	9	12	6
	0	6.9	31.0	41.4	20.7
2. ด้านราคากับการให้บริการ	2	4	9	10	4
	6.9	13.8	31.0	34.5	13.8
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2	3	9	8	7
	6.9	10.3	31.0	27.6	24.1
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	2	3	11	9	4
	6.9	10.3	37.9	31.0	13.8
5. ด้านบุคลากร	1	1	6	14	7
	3.4	3.4	20.7	48.3	24.1
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	1	9	11	7
	3.4	3.4	31.0	37.9	24.1
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	3	6	13	7
	0	10.3	20.7	44.8	24.1

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด/แยกกันอยู่

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3	2	19	28	30
	3.7	2.4	23.2	34.1	36.6
2. ด้านราคากับการให้บริการ	3	6	27	26	20
	3.7	7.3	32.9	31.7	24.4
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3	9	23	24	23
	3.7	11.0	28.0	29.3	28.0
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4	8	19	24	27
	4.9	9.8	23.2	29.3	32.9
5. ด้านบุคลากร	3	6	14	39	20
	3.7	7.3	17.1	47.6	24.4
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	7	18	32	24
	1.2	8.5	22.0	39.0	29.3
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	3	19	37	23
	0	3.7	23.2	45.1	28.0

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2	3	31	52	30
	1.7	2.5	26.3	44.1	25.4
2. ด้านราคากับการให้บริการ	8	12	37	41	20
	6.8	10.2	31.4	34.7	16.9
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	7	10	35	39	27
	5.9	8.5	29.7	33.1	22.9
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	7	12	30	35	34
	5.9	10.2	25.4	29.7	28.8
5. ด้านบุคลากร	1	4	23	55	35
	0.8	3.4	19.5	46.6	29.7
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	10	28	48	31
	0.8	8.5	23.7	40.7	26.3
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	7	30	52	29
	0	5.9	25.4	44.1	24.6

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	1	1	9	15	11
	2.7	2.7	24.3	40.5	29.7
2. ด้านราคากับการให้บริการ	2	4	10	11	10
	5.4	10.8	27.0	29.7	27.0
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2	2	11	12	10
	5.4	5.4	29.7	32.4	27.0
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3	5	10	10	9
	8.1	13.5	27.0	27.0	24.3
5. ด้านบุคลากร	2	3	7	15	10
	5.4	8.1	18.9	40.5	27.0
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	4	10	11	11
	2.7	10.8	27.0	29.7	29.7
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	1	10	14	12
	0	2.7	27.0	37.8	32.4

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3	4	35	58	45
	2.1	2.8	24.1	40.0	31.0
2. ด้านราคากับการให้บริการ	8	12	48	49	28
	5.5	8.3	33.1	33.8	19.3
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	7	13	42	47	36
	4.8	9.0	29.0	32.4	24.8
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	8	13	33	42	49
	5.5	9.0	22.8	29.0	33.8
5. ด้านบุคลากร	2	8	27	68	40
	1.4	5.5	18.6	49.9	27.6
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	12	33	59	40
	0.7	8.3	22.8	40.7	27.6
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	8	35	65	37
	0	5.5	24.1	44.8	25.5

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0	1	6	7	4
	0	5.6	33.3	38.9	22.2
2. ด้านราคากับการให้บริการ	0	2	6	6	4
	0	11.1	33.3	33.3	22.2
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1	4	5	4	4
	5.6	22.2	27.8	22.2	22.2
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	0	3	5	6	4
	0	16.7	27.8	33.3	22.2
5. ด้านบุคลากร	0	1	3	9	5
	0	5.6	16.7	50.0	27.8
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	0	1	3	10	4
	0	5.6	16.7	55.6	22.2
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	1	3	10	4
	0	5.6	16.7	55.6	22.2

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0	0	6	12	9
	0	0	22.2	44.2	33.3
2. ด้านราคากับการให้บริการ	1	3	8	9	6
	3.7	11.1	29.6	33.3	22.2
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0	1	8	11	7
	0	3.7	29.6	40.7	25.9
3.7	1	1	8	8	9
	3.7	3.7	29.6	29.6	33.3
5. ด้านบุคลากร	0	1	5	12	9
	0	3.7	18.5	44.4	33.3
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	0	2	7	12	6
	0	7.4	25.9	44.4	22.2
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	0	10	9	8
	0	0	37.0	33.3	29.6

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-25,000 บาท

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	1	3	23	33	26
	1.2	3.5	26.7	38.4	30.2
2. ด้านราคากับการให้บริการ	5	7	31	28	15
	5.8	8.1	36.0	32.6	17.4
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3	9	25	27	22
	3.5	10.5	29.1	31.4	25.6
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4	11	22	23	26
	4.7	12.8	25.6	26.7	30.2
5. ด้านบุคลากร	1	5	17	42	21
	1.2	5.8	19.8	48.8	24.4
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	8	21	32	24
	1.2	9.3	24.4	37.2	27.9
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	1	5	18	40	22
	1.2	5.8	20.9	46.5	25.6

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 25,000-40,000 บาท

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2 3.9	2 3.9	12 23.5	22 43.1	13 25.5
2. ด้านราคากับการให้บริการ	3 5.9	5 9.8	16 31.4	16 31.4	11 21.6
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	5 9.8	5 9.8	15 29.4	14 27.5	12 23.5
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3 5.9	5 9.8	12 23.5	18 35.3	13 25.5
5. ด้านบุคลากร	2 3.9	3 5.9	10 19.6	22 43.1	14 27.5
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1 2.0	5 9.8	10 19.6	19 37.3	16 31.4
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0 0	3 5.9	13 25.5	22 43.1	13 25.5

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 40,001-55,000 บาท

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	1 5.6	1 5.6	4 22.2	5 27.8	7 38.9
2. ด้านราคากับการให้บริการ	2 11.1	1 5.6	4 22.2	5 27.8	6 33.3
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1 5.6	2 11.1	4 22.2	4 22.2	7 38.9
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	2 11.1	1 5.6	3 16.7	5 27.8	7 38.9
5. ด้านบุคลากร	0 0	1 5.6	3 16.7	8 44.4	6 33.3
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	0 0	1 5.6	4 22.2	9 50.0	4 22.2
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0 0	1 5.6	2 11.1	10 55.6	5 27.8

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0	1	6	7	4
	0	5.6	33.3	38.9	22.2
2. ด้านราคากับการให้บริการ	1	2	6	6	3
	5.6	11.1	33.3	33.3	16.7
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1	3	6	6	2
	5.6	16.7	33.3	33.3	11.1
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	1	3	4	5	5
	5.6	16.7	22.2	27.8	27.8
5. ด้านบุคลากร	1	1	3	8	5
	5.6	5.6	16.7	44.4	27.8
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	0	1	4	8	5
	0	5.6	22.2	44.4	27.8
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	1	4	9	4
	0	5.6	22.2	50.0	22.2

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านเงินฝาก

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2	3	35	59	41
	1.4	2.1	25.0	42.1	29.3
2. ด้านราคากับการให้บริการ	6	12	45	48	29
	4.3	8.6	32.1	34.3	20.7
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	6	12	40	46	36
	4.3	8.6	28.6	32.9	25.7
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	6	14	34	41	45
	4.3	10.0	24.3	29.3	32.1
5. ด้านบุคลากร	3	7	27	68	35
	2.1	5.0	19.3	48.6	25.0
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	13	31	57	38
	0.7	9.3	22.1	40.7	27.1
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	8	32	65	35
	0	5.7	22.9	46.4	25.0

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านบัตรเครดิต

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2	3	33	57	39
	1.5	2.2	24.6	42.5	29.1
2. ด้านราคากับการให้บริการ	6	12	44	44	28
	4.5	9.0	32.8	32.8	20.9
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	5	12	39	45	33
	3.7	9.0	29.1	33.6	24.6
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	6	14	33	39	42
	4.5	10.5	24.6	29.1	31.3
5. ด้านบุคลากร	3	7	26	64	34
	2.2	5.2	19.4	47.8	25.4
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	13	29	54	37
	0.7	9.7	21.6	40.3	27.6
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	7	31	62	34
	0	5.2	23.1	46.3	25.4

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2	3	32	53	37
	1.6	2.4	25.2	41.7	29.1
2. ด้านราคากับการให้บริการ	5	12	41	44	25
	3.9	9.4	32.3	34.6	19.7
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	6	10	37	43	31
	4.7	7.9	29.1	33.9	24.4
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	6	13	31	38	39
	4.7	10.2	24.4	29.9	30.7
5. ด้านบุคลากร	2	7	24	62	32
	1.6	5.5	18.9	48.8	25.2
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	12	26	53	35
	0.8	9.4	20.5	41.7	27.6
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	6	28	61	32
	0	4.7	22.0	48.0	25.2

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านการลงทุน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2	3	31	52	35
	1.6	2.4	25.2	42.3	28.5
2. ด้านราคากับการให้บริการ	5	11	40	43	24
	4.1	8.9	32.5	35.0	19.5
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	6	10	36	41	30
	4.9	8.1	29.3	33.3	24.4
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	5	12	30	38	38
	4.1	9.8	24.4	30.9	30.9
5. ด้านบุคลากร	2	7	23	59	32
	1.6	5.7	18.7	48.0	26.0
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	11	26	51	34
	0.8	8.9	21.1	41.5	27.6
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	6	27	58	32
	0	4.9	22.0	47.2	26.0

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านอิเล็กทรอนิกส์

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2	2	18	29	23
	2.7	2.7	24.3	39.2	31.1
2. ด้านราคากับการให้บริการ	2	6	23	26	17
	2.7	8.1	31.1	35.1	23.0
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3	7	20	25	19
	4.1	9.5	27.0	33.8	25.7
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3	8	17	21	25
	4.1	10.8	23.0	28.4	33.8
5. ด้านบุคลากร	1	4	14	37	18
	1.4	5.4	18.9	50.0	24.3
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	8	14	30	21
	1.4	10.8	18.9	40.5	28.4
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	3	15	37	19
	0	4.1	20.3	50.0	25.7

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านประกันต่าง ๆ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	เฉยๆ	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2	2	28	46	32
	1.8	1.8	25.5	41.8	29.1
2. ด้านราคากับการให้บริการ	5	9	36	38	22
	4.5	8.2	32.7	34.5	20.0
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	5	8	30	40	27
	4.5	7.3	27.3	36.4	24.5
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4	11	27	35	33
	3.6	10.0	24.5	31.8	30.0
5. ด้านบุคลากร	2	5	23	54	26
	1.8	4.5	20.9	49.1	23.6
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	1	10	24	45	30
	0.9	9.1	21.8	40.9	27.3
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0	5	26	51	28
	0	4.5	23.6	46.4	25.5

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล	นายประสงค์ วงศ์กิจศักดิ์
วัน เดือน ปีเกิด	13 มิถุนายน 2510
ภูมิลำเนา	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริการธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ปี 2531
ประสบการณ์ในการทำงาน	พ.ศ. 2529 – ปัจจุบัน ผู้จัดการหน่วยสนับสนุน จัดการทรัพย์สินภาคกลาง กลุ่มจัดการทรัพย์สิน ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved