

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎี	3
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครต่อ การดำเนินงานด้านการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	18
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใน กรุงเทพมหานครต่อการดำเนินงานด้านการตลาดบริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุปการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	36
อภิปรายผล	41
ข้อค้นพบ	43
ข้อเสนอแนะ	45
ข้อจำกัดในการศึกษา	47
บรรณานุกรม	48
ภาคผนวก	49
ประวัติผู้เขียน	75

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	14
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	15
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	15
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	16
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้	16
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	17
8	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาด ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยรวม	18
9	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	19
10	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านราคากับการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	20
11	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	21
12	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขาย ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
13	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านบุคลากร ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	23
14	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านกระบวนการในการให้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	24
15	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	25
16	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากเพศของผู้ใช้บริการ	26
17	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากอายุของผู้ใช้บริการ	27
18	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากสถานภาพของผู้ใช้บริการ	29
19	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ	30
20	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากระดับรายได้ของผู้ใช้บริการ	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
21	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ในเรื่องความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากบริการที่ใช้อยู่ใน ปัจจุบัน	33
22	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นเพศชาย	52
23	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นเพศหญิง	53
24	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี	54
25	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี	55
26	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุระหว่าง 35-45 ปี	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
27	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุสูงกว่า 45 ปี	57
28	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีสถานภาพโสด/แยกกันอยู่	58
29	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีสถานภาพสมรส	59
30	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	60
31	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี	61
32	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี	62

สารบัญญัตินำ (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
33	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท	63
34	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-25,000 บาท	64
35	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ระหว่าง 25,000-40,000 บาท	65
36	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ระหว่าง 40,001-55,000 บาท	66
37	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป	67
38	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการด้านเงินฝาก	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
39	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการด้านบัตรเครดิต	69
40	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ	70
41	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการด้านการลงทุน	71
42	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการด้านอิเล็กทรอนิกส์	72
43	แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความสำคัญของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการด้านประกันต่าง ๆ	73