

**บทที่ 4**  
**ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวนทั้งหมด 250 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทเงินฝากที่ใช้บริการ วัตถุประสงค์ที่ฝาก-ถอนในแต่ละเดือน ธนาคารที่ใช้บริการเงินฝาก ระยะเวลาที่ใช้บริการ สถานภาพการใช้บริการ และแหล่งที่ได้รับคำแนะนำให้ใช้บริการ (ตารางที่ 1 - 16)

**ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสาคร**

แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ตารางที่ 17-24)

**ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสาครของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้**

แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ (ตารางที่ 25-59)

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์  
ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

แสดงข้อมูลปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ซึ่งประกอบด้วย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางการกายภาพ และปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ (ตารางที่ 60-67)

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	102	40.8
หญิง	148	59.2
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.2 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40.8

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	125	50.0
31 - 40 ปี	78	31.2
41 - 50 ปี	28	11.2
51 - 60 ปี	17	6.8
มากกว่า 60 ปี	2	0.8
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุไม่เกิน 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.2 อายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.2 อายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.8 และอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	134	53.6
สมรส	97	38.8
หม้าย	19	7.6
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมา ได้แก่ โสด คิดเป็นร้อยละ 38.8 และหม้าย คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	27	10.8
มัธยมศึกษา	50	20.0
อนุปริญญา/ปริญญาตรี	161	64.4
สูงกว่าปริญญาตรี	12	4.8
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.4 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 10.8 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	15	6.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21	8.4
เจ้าของกิจการ	31	12.4
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	169	67.6
อื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ)	14	5.6
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.6 รองลงมาได้แก่ เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 12.4 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 8.4 ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 6.0 และอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	129	51.6
10,001 – 20,000 บาท	64	25.6
20,001 – 30,000 บาท	30	12.0
30,001 – 40,000 บาท	11	4.4
40,001 – 50,000 บาท	5	2.0
มากกว่า 50,000 บาท	11	4.4
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมาได้แก่ รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.6 รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.0 รายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท รายได้เกินกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.4 เท่ากัน และรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเงินฝากที่ใช้บริการ

ประเภทเงินฝากที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
กระแสรายวัน	33	13.2
ออมทรัพย์	245	98.0
ฝากประจำ	31	12.4
อื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ)	1	0.4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการเงินฝากประเภทออมทรัพย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.0 รองลงมาได้แก่ กระแสรายวัน คิดเป็นร้อยละ 13.2 ฝากประจำ คิดเป็นร้อยละ 12.4 และประเภทอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการฝากเงิน

วัตถุประสงค์ในการฝากเงิน	จำนวน	ร้อยละ
เป็นทุนหมุนเวียนการดำเนินงาน	35	14.0
บัญชีเงินเดือน	190	76.0
สำหรับตัดค่าสาธารณูปโภค	27	10.8
สะสมใช้จ่ายฉุกเฉิน	131	52.4
อื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ)	12	4.8

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีวัตถุประสงค์ในการฝากเงิน เพื่อใช้เป็นบัญชีเงินเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.0 รองลงมาได้แก่ สะสมใช้จ่ายฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 52.4 เป็นทุนหมุนเวียนการดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 14.0 สำหรับตัดค่าสาธารณูปโภค คิดเป็นร้อยละ 10.8 และอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่ฝาก-ถอนในแต่ละเดือน

จำนวนครั้งที่ฝากถอน	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้งต่อเดือน	148	59.2
3-5 ครั้งต่อเดือน	46	18.4
6-10 ครั้งต่อเดือน	23	9.2
มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน	33	13.2
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ฝาก-ถอน จำนวน 1-2 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมาได้แก่ จำนวน 3-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 18.4 มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และจำนวน 6-10 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ  
ในปัจจุบัน

ธนาคารที่ใช้บริการในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงเทพ	92	36.8
ธนาคารกสิกรไทย	116	46.4
ธนาคารกรุงไทย	66	26.4
ธนาคารไทยพาณิชย์	68	27.2
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	68	27.2
ธนาคารทหารไทย	26	10.4
ธนาคารนครหลวงไทย	19	7.6
ธนาคารเอเซีย	11	4.4
อื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ)	11	4.4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมา ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 36.8 ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 27.2 ธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 26.4 ธนาคารทหารไทย คิดเป็นร้อยละ 10.4 ธนาคารนครหลวงไทย คิดเป็นร้อยละ 7.6 ธนาคารเอเซีย และอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ



ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

ระยะเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ปี	28	11.2
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	77	30.8
มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	55	22.0
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	90	36.0
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการเงินฝากจนถึงปัจจุบันเป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา ได้แก่ มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.8 มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.0 และไม่เกิน 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการใช้บริการ

สถานภาพการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลธรรมดา	246	98.4
นิติบุคคล (ห้าง,ร้าน,บริษัท)	4	1.6
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีสถานภาพเป็นบุคคลธรรมดา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.4 และนิติบุคคล (ห้าง,ร้าน,บริษัท) คิดเป็นร้อยละ 1.6



ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ได้รับ  
คำแนะนำให้ใช้บริการ

แหล่งที่ได้รับคำแนะนำให้ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับการชักชวนจากพนักงานธนาคาร	48	19.2
ติดต่อขอใช้บริการด้วยตนเอง	182	72.8
ใช้บริการด้านอื่น ๆ ของธนาคารอยู่แล้ว	61	24.4
ทราบจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ	13	5.2
ได้รับการแนะนำจากญาติ พี่น้อง หรือเพื่อน	38	15.2
อื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ)	13	5.2

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ติดต่อขอใช้บริการด้วยตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมา ได้แก่ ใช้บริการด้านอื่น ๆ ของธนาคารอยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 24.4 ได้รับการชักชวนจากพนักงานธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 19.2 ได้รับการแนะนำจากญาติ พี่น้อง หรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ทราบจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ และอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศกับอาชีพ

เพศ	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ	ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	อื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ)	รวม
ชาย	4 (1.6)	8 (3.2)	18 (7.2)	68 (27.2)	4 (1.6)	102 (40.8)
หญิง	11 (4.4)	13 (5.2)	13 (5.2)	101 (40.4)	10 (4.0)	148 (59.2)
รวม	15 (6.0)	21 (8.4)	31 (12.4)	169 (67.6)	14 (5.6)	250 (100.00)

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมา เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 7.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.2 ข้าราชการและอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมา พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 5.2 ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 4.4 และอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศกับประเภทเงินฝาก

เพศ	กระแสรายวัน	ออมทรัพย์	ฝากประจำ	รวม
ชาย	7 (2.8)	80 (32.0)	15 (6.0)	102 (40.8)
หญิง	19 (7.6)	114 (45.6)	15 (6.0)	148 (59.2)
รวม	26 (10.4)	194 (77.6)	30 (12.0)	250 (100.00)

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมา ฝากประจำ คิดเป็นร้อยละ 6.0 และ กระแสรายวัน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมา ฝากประจำ คิดเป็นร้อยละ 12.0 และกระแสรายวัน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพกับประเภทเงินฝาก

ประเภทเงินฝาก	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ	ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	อื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ)	รวม
กระแสรายวัน	3 (1.2)	2 (0.8)	3 (1.2)	18 (7.2)	0 (0.0)	26 (10.4)
ออมทรัพย์	11 (4.4)	18 (7.2)	3 (1.2)	149 (59.6)	13 (5.2)	194 (77.6)
ฝากประจำ	1 (0.4)	1 (0.4)	25 (10.0)	2 (0.8)	1 (0.4)	30 (12.0)
รวม	15 (6.0)	21 (8.4)	31 (12.4)	169 (67.6)	14 (5.6)	250 (100.00)

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ มีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.4 รองลงมา กระแสรายวัน คิดเป็นร้อยละ 1.2 และฝากประจำ คิดเป็น ร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.2 รองลงมา กระแสรายวัน คิดเป็นร้อยละ 0.8 และฝากประจำ คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีเงินฝากประเภทฝากประจำ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.0 รองลงมา กระแสรายวันและออมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน มีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมา กระแสรายวัน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และฝากประจำ คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) มีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.2 รองลงมา ฝากประจำ คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของ  
ผู้ให้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย	41 (16.4)	148 (59.2)	47 (18.8)	3 (1.2)	11 (4.4)	250 (100.0)	3.82	มาก
รูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม	32 (12.8)	128 (51.2)	66 (26.4)	7 (2.8)	17 (6.8)	250 (100.0)	3.60	มาก
มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม., บัตรเครดิต	75 (30.0)	148 (59.2)	22 (8.8)	3 (1.2)	2 (0.8)	250 (100.0)	4.16	มาก
มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค	40 (16.0)	127 (50.8)	56 (22.4)	12 (4.8)	15 (6.0)	250 (100.0)	3.66	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.81	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม., บัตรเครดิต มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า สวยงาม

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	80 (32.0)	76 (30.4)	59 (23.6)	29 (11.6)	6 (2.4)	250 (100.0)	3.78	มาก
อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระ ค่าสาธารณูปโภค	47 (18.8)	119 (47.6)	60 (24.0)	13 (5.2)	11 (4.4)	250 (100.0)	3.71	มาก
ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน	59 (23.6)	119 (47.6)	52 (20.8)	12 (4.8)	8 (3.2)	250 (100.0)	3.84	มาก
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำ บัตร เอ.ที.เอ็ม	62 (24.8)	122 (48.8)	55 (22.0)	5 (2.0)	6 (2.4)	250 (100.0)	3.92	มาก
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำ บัตรเครดิต	54 (21.6)	119 (47.6)	57 (22.8)	10 (4.0)	10 (4.0)	250 (100.0)	3.79	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.81</b>	<b>มาก</b>

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาโดยรวม  
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับ  
ได้ดังนี้ ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม, ค่าธรรมเนียมการโอนเงินอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก  
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต และอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
ด้านสถานที่ให้บริการ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน สะดวกต่อการเดินทาง	116 (46.4)	101 (40.4)	26 (10.4)	2 (0.8)	5 (2.0)	250 (100.0)	4.28	มาก
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน สะดวกต่อการเดินทาง	98 (39.2)	116 (46.4)	27 (10.8)	4 (1.6)	5 (2.0)	250 (100.0)	4.19	มาก
บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	86 (34.4)	83 (33.2)	56 (22.4)	19 (7.6)	6 (2.4)	250 (100.0)	3.90	มาก
ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ	85 (34.0)	123 (49.2)	30 (12.0)	8 (3.2)	4 (1.6)	250 (100.0)	4.11	มาก
สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ	103 (41.2)	96 (38.4)	38 (15.2)	9 (3.6)	4 (1.6)	250 (100.0)	4.14	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.12	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน สะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ



ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
ด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ข้อมูลการให้บริการของธนาคาร ทันสมัยและครบถ้วน	84 (33.6)	126 (50.4)	33 (13.2)	3 (1.2)	4 (1.6)	250 (100.0)	4.13	มาก
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อ ต่าง ๆ	37 (14.8)	137 (54.8)	62 (24.8)	6 (2.4)	8 (3.2)	250 (100.0)	3.76	มาก
มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและ มีของขวัญแจก	49 (19.6)	72 (28.8)	101 (40.4)	18 (7.2)	10 (4.0)	250 (100.0)	3.53	มาก
มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต	43 (17.2)	94 (37.6)	86 (34.4)	17 (6.8)	10 (4.0)	250 (100.0)	3.57	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.75	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ ข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต และมีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
ด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย	78 (31.2)	133 (53.2)	31 (12.4)	7 (2.8)	1 (0.4)	250 (100.0)	4.12	มาก
พนักงานมีความรู้ความสามารถ ความชำนาญเป็นอย่างดี	63 (25.2)	152 (60.8)	31 (12.4)	3 (1.2)	1 (0.4)	250 (100.0)	4.09	มาก
พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ และมีมารยาทที่ดี	101 (40.4)	115 (46.0)	30 (12.0)	4 (1.6)	0 (0.0)	250 (100.0)	4.25	มาก
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	74 (29.6)	145 (58.0)	27 (10.8)	3 (1.2)	1 (0.4)	250 (100.0)	4.15	มาก
พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง	93 (37.2)	114 (45.6)	37 (14.8)	6 (2.4)	0 (0.0)	250 (100.0)	4.18	มาก
พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว	76 (30.4)	119 (47.6)	40 (16.0)	12 (4.8)	3 (1.2)	250 (100.0)	4.01	มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	92 (36.8)	111 (44.4)	32 (12.8)	15 (6.0)	0 (0.0)	250 (100.0)	4.12	มาก
พนักงานติดต่อได้สะดวก	79 (31.6)	138 (55.2)	27 (10.8)	3 (1.2)	3 (1.2)	250 (100.0)	4.15	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.13	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานมีความรู้ความสามารถ ความชำนาญเป็นอย่างดี และพนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ภายในอาคารมีเครื่องมือและ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	66 (26.4)	127 (50.8)	51 (20.4)	4 (1.6)	2 (0.8)	250 (100.0)	4.00	มาก
ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม	47 (18.8)	151 (60.4)	43 (17.2)	4 (1.6)	5 (2.0)	250 (100.0)	3.92	มาก
ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ	75 (30.0)	139 (55.6)	28 (11.2)	4 (1.6)	4 (1.6)	250 (100.0)	4.11	มาก
ชื่อเสียงของอาคาร	64 (25.6)	125 (50.0)	42 (16.8)	13 (5.2)	6 (2.4)	250 (100.0)	3.91	มาก
มีที่นั่งรอเพียงพอ	39 (15.6)	80 (32.0)	90 (36.0)	23 (9.2)	18 (7.2)	250 (100.0)	3.40	มาก
มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย /มีน้ำหรือกาแฟให้ดื่ม	34 (13.6)	94 (37.6)	82 (32.8)	26 (10.4)	14 (5.6)	250 (100.0)	3.43	มาก
มีโทรทัศน์ให้ดูค่าระหว่างรอคอย การให้บริการ	124 (49.6)	86 (34.4)	36 (14.4)	3 (1.2)	1 (0.4)	250 (100.0)	4.31	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.87	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการสร้างและ  
นำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยด้านการสร้างและ  
นำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ มีโทรทัศน์ให้  
ดูค่าระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสาร  
ต่าง ๆ ภายในอาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี  
ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ชื่อเสียงของอาคาร มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชา  
หรือกาแฟให้ดื่ม และมีที่นั่งรอเพียงพอ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
ด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการที่รวดเร็ว	101 (40.4)	107 (42.8)	33 (13.2)	7 (2.8)	2 (0.8)	250 (100.0)	4.19	มาก
การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด	98 (39.2)	110 (44.0)	34 (13.6)	7 (2.8)	1 (0.4)	250 (100.0)	4.19	มาก
ขั้นตอนการให้บริการ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	76 (30.4)	122 (48.8)	38 (15.2)	9 (3.6)	5 (2.0)	250 (100.0)	4.02	มาก
การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	55 (22.0)	113 (45.2)	61 (24.4)	11 (4.4)	10 (4.0)	250 (100.0)	3.77	มาก
การติดต่อทาง Internet ได้สะดวก	29 (11.6)	87 (34.8)	98 (39.2)	13 (5.2)	23 (9.2)	250 (100.0)	3.34	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.90	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ การให้บริการที่รวดเร็ว การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก และการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก

ตารางที่ 24 สรุปแสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดสมุทรสาครของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.81	มาก	5
ด้านราคา	3.81	มาก	6
ด้านสถานที่ให้บริการ	4.12	มาก	2
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.75	มาก	7
ด้านบุคลากร	4.13	มาก	1
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.87	มาก	4
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.90	มาก	3
รวม	3.91	มาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญด้านบุคลากร ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้**

**ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ**

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย	3.82	มาก	3.82	มาก
รูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม	3.64	มาก	3.58	มาก
มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,บัตรเครดิต	4.19	มาก	4.15	มาก
มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค	3.70	มาก	3.63	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.84</b>	<b>มาก</b>	<b>3.79</b>	<b>มาก</b>

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยทั้งเพศชายและเพศหญิง พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,บัตรเครดิต มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม



ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.75	มาก	3.80	มาก
อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค	3.70	มาก	3.72	มาก
ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน	3.79	มาก	3.86	มาก
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม.	3.72	มาก	4.05	มาก
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต	3.69	มาก	3.86	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73	มาก	3.86	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

เพศชาย พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมการโอนเงิน อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต

เพศหญิง พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค



ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง	4.21	มาก	4.33	มาก
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง	4.14	มาก	4.23	มาก
บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	3.87	มาก	3.91	มาก
ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ	4.02	มาก	4.17	มาก
สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ	4.05	มาก	4.20	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06	มาก	4.17	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านสถานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน	4.13	มาก	4.13	มาก
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	3.66	มาก	3.82	มาก
มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก	3.49	มาก	3.55	มาก
มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต	3.58	มาก	3.57	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71	มาก	3.77	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้าน ส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต และมีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย	4.14	มาก	4.11	มาก
พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี	4.03	มาก	4.13	มาก
พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี	4.26	มาก	4.24	มาก
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	4.14	มาก	4.16	มาก
พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง	4.11	มาก	4.22	มาก
พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว	4.02	มาก	4.01	มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	4.08	มาก	4.15	มาก
พนักงานติดต่อได้สะดวก	4.16	มาก	4.14	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.12	มาก	4.14	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

เพศชาย พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี และพนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว

เพศหญิง พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย และพนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว

All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ภายในอาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	4.03	มาก	3.99	มาก
ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม	3.87	มาก	3.96	มาก
ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ	3.93	มาก	4.23	มาก
ชื่อเสียงของอาคาร	3.81	มาก	3.98	มาก
มีที่นั่งรอเพียงพอ	3.33	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง
มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม	3.44	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง
มีโทรทัศน์ให้ลูกค้าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ	4.26	มาก	4.35	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81	มาก	3.90	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

เพศชาย พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ให้ลูกค้าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในอาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม และชื่อเสียงของอาคาร ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม และมีที่นั่งรอเพียงพอ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

เพศหญิง พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ให้ลูกค้าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ภายในอาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ชื่อเสียงของอาคาร และภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีที่นั่งรอเพียงพอ และมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการที่รวดเร็ว	4.09	มาก	4.26	มาก
การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด	4.08	มาก	4.26	มาก
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.86	มาก	4.13	มาก
การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	3.56	มาก	3.91	มาก
การติดต่อทาง Internet ได้สะดวก	3.46	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81	มาก	3.96	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่รวดเร็ว การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย	3.71	มาก	3.79	มาก	4.11	มาก	4.23	มาก	4.00	มาก
รูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม	3.59	มาก	3.50	มาก	3.71	มาก	3.88	มาก	4.50	มากที่สุด
มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม., บัตรเครดิต	4.17	มาก	4.20	มาก	3.96	มาก	4.23	มาก	4.50	มากที่สุด
มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค	3.57	มาก	3.58	มาก	3.82	มาก	4.35	มาก	4.50	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76	มาก	3.77	มาก	3.90	มาก	4.17	มาก	4.37	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

อายุไม่เกิน 30 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,บัตรเครดิต มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย รูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม และมีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค

อายุระหว่าง 31-40 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,บัตรเครดิต มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม

อายุระหว่าง 41-50 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,บัตรเครดิต มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม

อายุระหว่าง 51-60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,บัตรเครดิต และรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม



อายุมากกว่า 60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านรูปแบบ  
สมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,บัตรเครดิต และมี  
บริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย ใ้  
ความสำคัญในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.75	มาก	3.91	มาก	3.57	มาก	3.76	มาก	3.50	มาก
อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค	3.70	มาก	3.69	มาก	3.57	มาก	4.06	มาก	4.50	มากที่สุด
ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน	3.86	มาก	3.82	มาก	3.68	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม.	3.98	มาก	3.92	มาก	3.61	มาก	3.82	มาก	4.50	มากที่สุด
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต	3.78	มาก	3.88	มาก	3.50	มาก	3.82	มาก	4.50	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81	มาก	3.84	มาก	3.59	มาก	3.89	มาก	4.20	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้  
อายุไม่เกิน 30 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค

อายุระหว่าง 31-40 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน และอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค

อายุระหว่าง 41-50 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมการโอนเงิน ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต

อายุระหว่าง 51-60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก

อายุมากกว่า 60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. และค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต ส่วนปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมการโอนเงิน และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง	4.25	มาก	4.27	มาก	4.46	มาก	4.23	มาก	5.00	มากที่สุด
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง	4.21	มาก	4.14	มาก	4.25	มาก	4.18	มาก	4.50	มากที่สุด
บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	3.80	มาก	3.96	มาก	4.03	มาก	4.00	มาก	4.50	มากที่สุด
ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ	4.17	มาก	4.17	มาก	3.82	มาก	3.82	มาก	4.50	มากที่สุด
สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ	4.22	มาก	4.09	มาก	4.11	มาก	3.82	มาก	4.50	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13	มาก	4.13	มาก	4.13	มาก	4.01	มาก	4.60	มากที่สุด

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านสถานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

อายุไม่เกิน 30 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ

อายุระหว่าง 31-40 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ

อายุระหว่าง 41-50 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวก

ต่อการเดินทาง สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ และ  
ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ

อายุระหว่าง 51-60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้ง  
ของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวก  
ต่อการเดินทาง บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ และสถานที่กว้างขวางมี  
ช่องการให้บริการที่เพียงพอ

อายุมากกว่า 60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้ง  
ของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวก  
ต่อการเดินทาง บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ และสถานที่กว้างขวาง มี  
ช่องการให้บริการที่เพียงพอ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) on its back. The lamp has a flame and radiating lines. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on the sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ข้อมูลการให้บริการของธนาคาร ทันสมัยและครบถ้วน	4.10	มาก	4.18	มาก	3.96	มาก	4.35	มาก	4.50	มากที่สุด
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อ ต่าง ๆ	3.70	มาก	3.82	มาก	3.64	มาก	4.00	มาก	4.50	มากที่สุด
มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมี ของขวัญแจก	3.53	มาก	3.63	มาก	2.96	ปานกลาง	4.00	มาก	3.50	มาก
มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต	3.50	มาก	3.69	มาก	3.39	ปานกลาง	3.88	มาก	3.50	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71	มาก	3.83	มาก	3.49	ปานกลาง	4.06	มาก	4.00	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

อายุไม่เกิน 30 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก และมีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต

อายุระหว่าง 31-40 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต และมีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก

อายุระหว่าง 41-50 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต และมีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

อายุระหว่าง 51-60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก และมีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต

อายุมากกว่า 60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก และมีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต ให้ความสำคัญในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย	4.07	มาก	4.09	มาก	4.28	มาก	4.35	มาก	4.00	มาก
พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญเป็นอย่างดี	4.10	มาก	4.06	มาก	4.00	มาก	4.23	มาก	4.50	มากที่สุด
พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี	4.24	มาก	4.26	มาก	4.11	มาก	4.59	มากที่สุด	4.00	มาก
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	4.17	มาก	4.10	มาก	4.25	มาก	4.12	มาก	4.00	มาก
พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง	4.17	มาก	4.17	มาก	4.14	มาก	4.35	มาก	4.00	มาก
พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว	3.99	มาก	4.01	มาก	4.00	มาก	4.18	มาก	4.00	มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	4.14	มาก	4.11	มาก	4.07	มาก	4.06	มาก	4.00	มาก
พนักงานติดต่อได้สะดวก	4.26	มาก	3.96	มาก	4.11	มาก	4.23	มาก	4.50	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.14	มาก	4.09	มาก	4.12	มาก	4.26	มาก	4.12	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

อายุไม่เกิน 30 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย และพนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว

อายุระหว่าง 31-40 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงาน



ให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว และพนักงานติดต่อได้สะดวก

อายุระหว่าง 41-50 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี และพนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว

อายุระหว่าง 51-60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี ส่วนปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ให้ความสำคัญในระดับมาก

อายุมากกว่า 60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี และพนักงานติดต่อได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ภายในธนาคารมีเครื่องมือและ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	4.06	มาก	3.87	มาก	3.96	มาก	4.23	มาก	4.50	มากที่สุด
ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม	3.92	มาก	3.86	มาก	3.96	มาก	4.12	มาก	4.50	มากที่สุด
ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ	4.06	มาก	4.15	มาก	4.18	มาก	4.12	มาก	4.50	มากที่สุด
ชื่อเสียงของธนาคาร	3.97	มาก	3.76	มาก	3.96	มาก	4.06	มาก	4.50	มากที่สุด
มีที่นั่งรอเพียงพอ	3.43	ปาน กลาง	3.33	ปาน กลาง	3.32	ปาน กลาง	3.41	ปาน กลาง	4.50	มากที่สุด
มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย /มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม	3.48	ปาน กลาง	3.24	ปาน กลาง	3.28	ปาน กลาง	4.06	มาก	4.50	มากที่สุด
มีโทรทัศน์ให้ดูค่าดูระหว่างรอคอย การให้บริการ	4.28	มาก	4.32	มาก	4.32	มาก	4.59	มากที่สุด	4.00	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88	มาก	3.79	มาก	3.85	มาก	4.08	มาก	4.43	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

อายุไม่เกิน 30 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ให้ดูค่าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ชื่อเสียงของธนาคาร และในธนาคารมีบรรยากาศที่ดีตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม และมีที่นั่งรอเพียงพอ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

อายุระหว่าง 31-40 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ให้ดูค่าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสาร

ต่าง ๆ ภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดีตกแต่งทันสมัยและสวยงาม และชื่อเสียงของธนาคาร ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีที่นั่งรอเพียงพอ และมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

อายุระหว่าง 41-50 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ ให้ลูกค้าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดีตกแต่งทันสมัยและสวยงาม และชื่อเสียงของธนาคาร ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีที่นั่งรอเพียงพอ และมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

อายุระหว่าง 51-60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ให้ลูกค้าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยด้านภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดีตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ชื่อเสียงของธนาคาร มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม และมีที่นั่งรอเพียงพอ ให้ความสำคัญในระดับมาก

อายุมากกว่า 60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดีตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ชื่อเสียงของธนาคาร มีที่นั่งรอเพียงพอ และมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ให้ลูกค้าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการที่รวดเร็ว	4.22	มาก	4.19	มาก	4.07	มาก	4.23	มาก	4.00	มาก
การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด	4.23	มาก	4.19	มาก	4.07	มาก	4.06	มาก	4.00	มาก
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.01	มาก	3.99	มาก	4.11	มาก	4.12	มาก	4.00	มาก
การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	3.70	มาก	3.78	มาก	3.93	มาก	3.94	มาก	4.00	มาก
การติดต่อทาง Internet ได้สะดวก	3.36	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง	4.06	มาก	2.50	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90	มาก	3.90	มาก	3.81	มาก	4.08	มาก	3.70	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

อายุไม่เกิน 30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุมากกว่า 60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่ไม่ผิดพลาด การให้บริการที่รวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

อายุระหว่าง 41-50 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน การให้บริการที่รวดเร็ว การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

อายุระหว่าง 51-60 ปี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่รวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด การติดต่อทาง Internet ได้สะดวก และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อนุปริญญา/ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย	3.81	มาก	3.68	มาก	3.83	มาก	4.33	มาก
รูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม	3.78	มาก	3.60	มาก	3.57	มาก	3.67	มาก
มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม., บัตรเครดิต	4.30	มาก	4.20	มาก	4.10	มาก	4.50	มาก
มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค	3.33	ปานกลาง	3.68	มาก	3.66	มาก	4.33	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80	มาก	3.79	มาก	3.79	มาก	4.21	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ระดับประถมศึกษา พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,บัตรเครดิต มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย และรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ระดับมัธยมศึกษา ระดับอนุปริญญา/ปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,บัตรเครดิต มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม



ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อนุปริญญา/ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.85	มาก	3.76	มาก	3.71	มาก	4.58	มากที่สุด
อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค	3.67	มาก	3.68	มาก	3.68	มาก	4.33	มาก
ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน	3.85	มาก	3.70	มาก	3.81	มาก	4.67	มากที่สุด
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม.	3.59	มาก	3.88	มาก	3.93	มาก	4.58	มากที่สุด
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต	3.48	ปานกลาง	3.56	มาก	3.87	มาก	4.33	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69	มาก	3.72	มาก	3.80	มาก	4.50	มากที่สุด

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

ระดับประถมศึกษา พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ส่วนปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ระดับมัธยมศึกษา พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต

ระดับอนุปริญญา/ปริญญาตรี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค

ระดับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้าน  
ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม.  
ส่วนปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และค่าธรรมเนียม  
ในการจัดทำบัตรเครดิต ให้ความสำคัญในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อนุปริญญา/ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง	4.22	มาก	4.16	มาก	4.30	มาก	4.75	มากที่สุด
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง	4.15	มาก	4.14	มาก	4.19	มาก	4.50	มากที่สุด
บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	4.00	มาก	3.80	มาก	3.87	มาก	4.33	มาก
ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ	3.96	มาก	3.92	มาก	4.16	มาก	4.50	มากที่สุด
สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ	4.41	มาก	4.04	มาก	4.10	มาก	4.42	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15	มาก	4.01	มาก	4.12	มาก	4.50	มากที่สุด

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านสถานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ระดับประถมศึกษา พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ และธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ

ระดับมัธยมศึกษา พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ

ระดับอนุปริญญา/ปริญญาตรี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ

ระดับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้าน  
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน  
สะดวกต่อการเดินทาง และธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ ส่วนปัจจัยย่อยด้านสถานที่กว้างขวาง  
มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ ให้ความสำคัญในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อนุปริญญา/ ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ข้อมูลการให้บริการของธนาคาร ทันสมัยและครบถ้วน	4.26	มาก	4.06	มาก	4.10	มาก	4.50	มากที่สุด
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อ ต่าง ๆ	3.81	มาก	3.70	มาก	3.74	มาก	4.08	มาก
มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมี ของขวัญแจก	3.78	มาก	3.52	มาก	3.50	มาก	3.33	ปาน กลาง
มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต	3.30	ปาน กลาง	3.46	ปาน กลาง	3.64	มาก	3.75	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79	มาก	3.68	มาก	3.74	มาก	3.91	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ระดับประถมศึกษา และระดับมัธยมศึกษา พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ และมีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ระดับอนุปริญญา/ปริญญาตรี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก

ระดับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ และมีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อนุปริญญา/ ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย	4.22	มาก	4.06	มาก	4.07	มาก	4.75	มากที่สุด
พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญเป็นอย่างดี	4.22	มาก	3.84	มาก	4.12	มาก	4.42	มาก
พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และ มีมารยาทที่ดี	4.33	มาก	4.24	มาก	4.22	มาก	4.58	มากที่สุด
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	4.22	มาก	4.10	มาก	4.12	มาก	4.58	มากที่สุด
พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและ ถูกต้อง	4.18	มาก	4.08	มาก	4.19	มาก	4.42	มาก
พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ ไขปัญหาที่รวดเร็ว	4.15	มาก	3.86	มาก	4.01	มาก	4.33	มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่าง เสมอภาค	4.22	มาก	3.96	มาก	4.13	มาก	4.42	มาก
พนักงานติดต่อได้สะดวก	4.15	มาก	4.14	มาก	4.12	มาก	4.50	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21	มาก	4.03	มาก	4.12	มาก	4.50	มากที่สุด

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ระดับประถมศึกษา พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว และพนักงานติดต่อได้สะดวก

ระดับมัธยมศึกษา พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานมีความน่าเชื่อถือ

พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว และพนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี

ระดับอนุปริญญา/ปริญญาตรี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้าน พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย และพนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว

ระดับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้าน พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และพนักงานติดต่อได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค และพนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อนุปริญญา/ ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ภายในอาคารมีเครื่องมือและ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	4.30	มาก	3.94	มาก	3.97	มาก	4.08	มาก
ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม	4.04	มาก	3.76	มาก	3.93	มาก	4.25	มาก
ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ	4.33	มาก	3.74	มาก	4.16	มาก	4.42	มาก
ชื่อเสียงของอาคาร	4.18	มาก	3.68	มาก	3.91	มาก	4.33	มาก
มีที่นั่งรอเพียงพอ	3.67	มาก	3.28	ปาน กลาง	3.37	ปาน กลาง	3.67	มาก
มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย /มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม	3.59	มาก	3.46	ปาน กลาง	3.39	ปาน กลาง	3.50	มาก
มีโทรทัศน์ให้ดูค่าดูระหว่างรอคอย การให้บริการ	4.22	มาก	4.26	มาก	4.33	มาก	4.58	มาก ที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05	มาก	3.73	มาก	3.86	มาก	4.12	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ระดับประถมศึกษา พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ภายในอาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย มีโทรทัศน์ให้ดูค่าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ชื่อเสียงของอาคาร ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม มีที่นั่งรอเพียงพอ และมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม

ระดับมัธยมศึกษา พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ให้ดูค่าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในอาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ และชื่อเสียงของอาคาร ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม และมีที่นั่งรอเพียงพอ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ และชื่อเสียงของธนาคาร ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม และมีที่นั่งรอเพียงพอ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ระดับอนุปริญญา/ปริญญาตรี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ให้ลูกค้าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม และชื่อเสียงของธนาคาร ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม และมีที่นั่งรอเพียงพอ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ระดับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ให้ลูกค้าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยด้านภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ชื่อเสียงของธนาคาร ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย และมีที่นั่งรอเพียงพอ และมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม ให้ความสำคัญในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อนุปริญญา/ ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการที่รวดเร็ว	4.07	มาก	4.02	มาก	4.25	มาก	4.42	มาก
การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด	4.15	มาก	3.86	มาก	4.27	มาก	4.58	มากที่สุด
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.96	มาก	3.74	มาก	4.08	มาก	4.50	มากที่สุด
การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	3.96	มาก	3.46	ปานกลาง	3.80	มาก	4.17	มาก
การติดต่อทาง Internet ได้สะดวก	3.41	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91	มาก	3.71	มาก	3.94	มาก	4.20	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ระดับประถมศึกษา พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่ไม่ผิดพลาด การให้บริการที่รวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ระดับมัธยมศึกษา พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่รวดเร็ว การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด และขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ระดับอนุปริญญา/ปริญญาตรี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่ไม่ผิดพลาด การให้บริการที่รวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ระดับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่ไม่ผิดพลาด และขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่รวดเร็ว และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของกิจการ		ถูกจ้างบริษัท เอกชน		อื่นๆ (ไม่ได้ระบุ)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย	4.20	มาก	4.09	มาก	4.22	มาก	3.69	มาก	3.71	มาก
รูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม	3.67	มาก	3.90	มาก	3.93	มาก	3.52	มาก	3.35	ปานกลาง
มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม., บัตรเครดิต	4.33	มาก	4.09	มาก	4.19	มาก	4.16	มาก	4.00	มาก
มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค	3.67	มาก	3.90	มาก	4.10	มาก	3.57	มาก	3.43	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97	มาก	3.99	มาก	4.11	มาก	3.73	มาก	3.62	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม., บัตรเครดิต รูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ ลูกค้าสวยงาม และมีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค

เจ้าของกิจการ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม., บัตรเครดิต มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม

ถูกจ้างบริษัทเอกชน พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม., บัตรเครดิต มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม

อาชีพอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม., บัตรเครดิต และมีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย ส่วนปัจจัยด้านมีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของกิจการ		ลูกจ้างบริษัท เอกชน		อื่นๆ (ไม่ได้ระบุ)	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.87	มาก	3.62	มาก	3.81	มาก	3.81	มาก	3.50	มาก
อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระ ค่าสาธารณูปโภค	3.80	มาก	3.81	มาก	3.81	มาก	3.67	มาก	3.71	มาก
ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน	3.67	มาก	3.86	มาก	3.97	มาก	3.87	มาก	3.28	ปาน กลาง
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม.	3.87	มาก	3.95	มาก	3.93	มาก	3.95	มาก	3.50	มาก
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต	3.73	มาก	3.86	มาก	3.90	มาก	3.82	มาก	3.14	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79	มาก	3.82	มาก	3.88	มาก	3.82	มาก	3.43	ปาน กลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ข้าราชการ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต และค่าธรรมเนียมการโอนเงิน

พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก

เจ้าของกิจการ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมการโอนเงิน ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค

ลูกจ้างบริษัทเอกชน พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค

อาชีพอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ส่วนปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมการโอนเงิน และค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของกิจการ		ลูกจ้างบริษัท เอกชน		อื่นๆ (ไม่ได้รับ)	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง	4.07	มาก	4.28	มาก	4.45	มาก	4.29	มาก	4.07	มาก
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน สะดวกต่อการเดินทาง	4.00	มาก	4.19	มาก	4.29	มาก	4.24	มาก	3.64	มาก
บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	3.87	มาก	3.90	มาก	4.03	มาก	3.91	มาก	3.43	ปาน กลาง
ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ	4.20	มาก	3.95	มาก	4.13	มาก	4.11	มาก	4.21	มาก
สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้ บริการที่เพียงพอ	4.00	มาก	3.81	มาก	4.16	มาก	4.20	มาก	4.00	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.03</b>	<b>มาก</b>	<b>4.03</b>	<b>มาก</b>	<b>4.21</b>	<b>มาก</b>	<b>4.15</b>	<b>มาก</b>	<b>3.87</b>	<b>มาก</b>

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านสถานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้าราชการ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ

พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ และสถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ

เจ้าของกิจการ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ



ถูกจ้างบริษัทเอกชน พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้ง  
ของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวก  
ต่อการเดินทาง สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ และ  
บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ

อาชีพอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านธนาคาร  
มีสาขาทั่วประเทศ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่  
กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการ  
เดินทาง ส่วนปัจจัยย่อยด้านบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของกิจการ		ลูกจ้างบริษัท เอกชน		อื่นๆ (ไม่ได้ระบุ)	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ข้อมูลการให้บริการของธนาคาร ทันสมัยและครบถ้วน	4.20	มาก	4.05	มาก	4.29	มาก	4.11	มาก	4.07	มาก
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อ ต่าง ๆ	3.80	มาก	3.90	มาก	3.81	มาก	3.73	มาก	3.64	มาก
มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมี ของขวัญแจก	3.40	ปาน กลาง	3.62	มาก	3.42	ปาน กลาง	3.55	มาก	3.50	มาก
มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต	3.20	ปาน กลาง	3.76	มาก	3.74	ปาน กลาง	3.58	มาก	3.21	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65	มาก	3.83	มาก	3.81	ปาน กลาง	3.74	มาก	3.60	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้าราชการ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก และมีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

พนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างบริษัทเอกชน พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก

เจ้าของกิจการ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ และมีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

อาชีพอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูล การให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ และมีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของกิจการ		ลูกจ้างบริษัท เอกชน		อื่นๆ (ไม่ได้ระบุ)	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย	4.13	มาก	3.95	มาก	4.32	มาก	4.10	มาก	4.14	มาก
พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญเป็นอย่างดี	4.00	มาก	3.90	มาก	4.22	มาก	4.11	มาก	4.00	มาก
พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และ มีมารยาทที่ดี	4.07	มาก	3.95	มาก	4.29	มาก	4.30	มาก	4.21	มาก
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	4.20	มาก	3.95	มาก	4.16	มาก	4.17	มาก	4.14	มาก
พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและ ถูกต้อง	4.07	มาก	3.95	มาก	4.13	มาก	4.25	มาก	3.78	มาก
พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ ไขปัญหาที่รวดเร็ว	4.07	มาก	3.95	มาก	4.13	มาก	4.01	มาก	3.78	มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่าง เสมอภาค	4.00	มาก	3.71	มาก	4.06	มาก	4.21	มาก	3.93	มาก
พนักงานติดต่อได้สะดวก	4.20	มาก	4.05	มาก	4.16	มาก	4.15	มาก	4.14	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.09	มาก	3.93	มาก	4.18	มาก	4.16	มาก	4.01	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัย  
ส่วนประสมการตลาดในด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ข้าราชการ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความ  
น่าเชื่อถือพนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานมี  
น้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานมีการ  
ตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี  
และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงาน  
ติดต่อได้สะดวก พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานมีน้ำใจ มี  
มนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและ

ถูกต้อง พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญเป็นอย่างดี และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

เจ้าของกิจการ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ลูกจ้างบริษัทเอกชน พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย และพนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว

อาชีพอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่ายพนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง และพนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของกิจการ		ถูกจ้างบริษัท เอกชน		อื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ)	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ภายในอาคารมีเครื่องมือและ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.87	มาก	3.95	มาก	4.06	มาก	4.01	มาก	4.00	มาก
ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม	4.07	มาก	3.86	มาก	3.93	มาก	3.92	มาก	3.93	มาก
ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ	4.07	มาก	4.09	มาก	4.19	มาก	4.10	มาก	4.07	มาก
ชื่อเสียงของอาคาร	4.07	มาก	3.86	มาก	3.97	มาก	3.93	มาก	3.43	ปาน กลาง
มีที่นั่งรอเพียงพอ	3.53	มาก	3.52	มาก	3.68	มาก	3.34	ปาน กลาง	3.07	ปาน กลาง
มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย /มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม	3.53	มาก	3.28	ปาน กลาง	3.81	มาก	3.41	ปาน กลาง	2.93	ปาน กลาง
มีโทรทัศน์ให้ดูระหว่างรอคอย การให้บริการ	4.33	มาก	4.24	มาก	4.42	มาก	4.32	มาก	4.07	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92	มาก	3.83	มาก	4.01	มาก	3.86	มาก	3.64	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ข้าราชการ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ให้ดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ชื่อเสียงของอาคาร ภายในอาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย มีที่นั่งรอเพียงพอ และมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม

พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ให้ดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ภายในอาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี

ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ชื่อเสียงของธนาคาร และมีที่นั่งรอเพียงพอ ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

เจ้าของกิจการ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ให้ลูกค้าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ชื่อเสียงของธนาคาร มีที่นั่งรอเพียงพอ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม และมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม

ลูกจ้างบริษัทเอกชน พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีโทรทัศน์ให้ลูกค้าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ชื่อเสียงของธนาคาร และภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม และมีที่นั่งรอเพียงพอ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

อาชีพอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ มีโทรทัศน์ให้ลูกค้าดูระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย และภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ส่วนปัจจัยย่อยด้านชื่อเสียงของธนาคาร มีที่นั่งรอเพียงพอ และมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของกิจการ		ถูกจ้างบริษัท เอกชน		อื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการที่รวดเร็ว	4.20	มาก	4.14	มาก	4.16	มาก	4.22	มาก	4.00	มาก
การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด	4.20	มาก	4.05	มาก	4.19	มาก	4.20	มาก	4.21	มาก
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.00	มาก	4.14	มาก	4.13	มาก	4.00	มาก	3.86	มาก
การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	4.00	มาก	3.90	มาก	3.93	มาก	3.70	มาก	3.78	มาก
การติดต่อทาง Internet ได้สะดวก	2.87	ปานกลาง	3.95	มาก	3.42	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85	มาก	4.04	มาก	3.97	มาก	3.88	มาก	3.86	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ข้าราชการ และลูกจ้างบริษัทเอกชน พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่รวดเร็ว การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่รวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด การติดต่อทาง Internet ได้สะดวก และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก

เจ้าของกิจการ และอาชีพอื่น ๆ (ไม่ได้ระบุ) พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่ไม่ผิดพลาด การให้บริการที่รวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย	3.66	มาก	3.97	มาก	3.87	มาก	4.27	มาก	3.40	ปานกลาง	4.45	มาก
รูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม	3.43	ปานกลาง	3.81	มาก	3.70	มาก	3.54	มาก	3.80	มาก	4.09	มาก
มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม., บัตรเครดิต	4.18	มาก	4.17	มาก	4.10	มาก	4.27	มาก	3.40	ปานกลาง	4.36	มาก
มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค	3.50	มาก	3.66	มาก	3.90	มาก	4.18	มาก	3.60	มาก	4.36	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69	มาก	3.90	มาก	3.89	มาก	4.06	มาก	3.55	มาก	4.31	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,บัตรเครดิต มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย และมีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค ส่วนปัจจัยย่อยด้านรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

รายได้ 10,001-20,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,บัตรเครดิต มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย รูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม และมีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค

รายได้ 20,001-30,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,บัตรเครดิต มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค มีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย และรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม

รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้มากกว่า 50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,

เอ.ที.เอ็ม., บัตรเครดิต มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค และรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคาร  
ให้แก่ ลูกค้าสวยงาม

รายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้าน  
รูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าสวยงาม และมีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค  
ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีประเภทเงินฝากที่หลากหลาย และมีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม.,  
บัตรเครดิต ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านราคา	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.77	มาก	3.70	มาก	4.07	มาก	3.27	มาก	4.60	มากที่สุด	3.64
อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค	3.66	มาก	3.62	มาก	3.93	มาก	3.82	มาก	4.20	มาก	3.91	มาก
ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน	3.81	มาก	3.73	มาก	4.03	มาก	3.82	มาก	4.40	มาก	3.91	มาก
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม	3.94	มาก	3.83	มาก	4.20	มาก	3.54	มาก	3.60	มาก	3.91	มาก
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต	3.72	มาก	3.73	มาก	4.17	มาก	3.54	มาก	4.40	มาก	3.82	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78	มาก	3.72	มาก	4.08	มาก	3.60	มาก	4.24	มาก	3.84	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต และอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค

รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค

รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน และอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค

รายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. และค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต ส่วนปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. และค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต ส่วนปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

รายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ส่วนปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมการโอนเงิน ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค ส่วนปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

รายได้มากกว่า 50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิต และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง	4.29	มาก	4.08	มาก	4.37	มาก	4.54	มาก	4.80	มากที่สุด	4.64	มากที่สุด
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง	4.15	มาก	4.17	มาก	4.20	มาก	4.36	มาก	4.60	มากที่สุด	4.36	มากที่สุด
บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	3.79	มาก	3.83	มาก	4.27	มาก	4.00	มาก	4.60	มากที่สุด	4.09	มาก
ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ	4.14	มาก	4.06	มาก	4.17	มาก	3.91	มาก	4.20	มาก	4.00	มาก
สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ	4.15	มาก	4.09	มาก	4.20	มาก	3.91	มาก	4.60	มากที่สุด	4.18	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10	มาก	4.05	มาก	4.24	มาก	4.14	มาก	4.56	มากที่สุด	4.25	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านสถานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ

รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ

รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ และธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ



รายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อ ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ส่วนปัจจัยย่อยด้าน ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ ธนาคารมี สาขาทั่วประเทศ และสถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ ให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง

รายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อ ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคาร อยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ และสถานที่กว้างขวาง มีช่องการ ให้บริการที่เพียงพอ ส่วนปัจจัยย่อยด้านธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับมาก

รายได้มากกว่า 50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อย ด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานสะดวกต่อการเดินทาง ส่วนปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของ ธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่กว้างขวาง มีช่องการให้บริการที่เพียงพอ บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ และธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ข้อมูลการให้บริการของธนาคาร ทันสมัยและครบถ้วน	4.08	มาก	4.23	มาก	4.07	มาก	4.18	มาก	4.40	มาก	4.09
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อ ต่าง ๆ	3.78	มาก	3.67	มาก	3.93	มาก	3.64	มาก	3.80	มาก	3.54	มาก
มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมี ของขวัญแจก	3.52	มาก	3.62	มาก	3.57	มาก	3.27	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง
มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต	3.42	ปานกลาง	3.80	มาก	3.73	มาก	3.91	มาก	3.80	มาก	3.18	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70	มาก	3.83	มาก	3.82	มาก	3.75	มาก	3.85	มาก	3.52	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก

รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก

รายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท และรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก

รายได้มากกว่า 50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้าน  
ข้อมูลการให้บริการของธนาคารทันสมัยและครบถ้วน และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อ  
ต่าง ๆ ส่วนปัจจัยย่อยด้านการจัดสัปดาห์เงินฝากและมีของขวัญแจก และมีส่วนลดร้านค้า ทรัพย์สิน  
ใช้บัตรเครดิต ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านบุคลากร	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย	4.05	มาก	4.08	มาก	4.30	มาก	4.18	มาก	4.40	มาก	4.45
พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญเป็นอย่างดี	4.06	มาก	4.09	มาก	4.13	มาก	4.09	มาก	4.40	มาก	4.18	มาก
พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี	4.25	มาก	4.26	มาก	4.20	มาก	4.18	มาก	4.60	มากที่สุด	4.18	มาก
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	4.14	มาก	4.14	มาก	4.20	มาก	4.09	มาก	4.60	มากที่สุด	4.00	มาก
พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง	4.17	มาก	4.20	มาก	4.27	มาก	3.82	มาก	4.60	มากที่สุด	4.00	มาก
พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว	3.97	มาก	4.06	มาก	4.13	มาก	3.64	มาก	4.80	มากที่สุด	3.91	มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	4.13	มาก	4.16	มาก	4.13	มาก	3.73	มาก	4.60	มากที่สุด	3.91	มาก
พนักงานติดต่อได้สะดวก	4.10	มาก	4.26	มาก	4.20	มาก	3.91	มาก	4.20	มาก	4.09	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.11	มาก	4.16	มาก	4.19	มาก	3.97	มาก	4.52	มากที่สุด	4.09	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย และพนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว

รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานมีความน่าเชื่อถือ

น่าเชื่อถือ พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและ เข้าใจง่าย และพนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว

รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

รายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค และพนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว

รายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ และมีมารยาทที่ดี พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ส่วนปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี และพนักงานติดต่อได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับมาก

รายได้มากกว่า 50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานมีความรู้ ความสามารถความชำนาญเป็นอย่างดี พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมีมารยาทที่ดี พนักงานติดต่อได้สะดวก พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานมีการตอบสนองในการ แก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและ  
นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ภายในอาคารมีเครื่องมือและ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.99	มาก	4.11	มาก	4.03	มาก	3.64	มาก	4.00	มาก	3.82	มาก
ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม	3.91	มาก	3.97	มาก	4.00	มาก	3.73	มาก	4.20	มาก	3.73	มาก
ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ	4.26	มาก	3.98	มาก	4.27	มาก	3.91	มาก	4.20	มาก	3.91	มาก
ชื่อเสียงของธนาคาร	3.93	มาก	3.81	มาก	4.00	มาก	3.34	ปาน กลาง	4.20	มาก	4.27	มาก
มีที่นั่งรอเพียงพอ	3.28	ปาน กลาง	3.56	มาก	3.50	มาก	3.27	ปาน กลาง	3.60	มาก	3.54	มาก
มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอ คอยมีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม	3.28	ปาน กลาง	3.62	มาก	3.53	มาก	3.45	ปาน กลาง	3.40	ปาน กลาง	3.82	มาก
มีโทรทัศน์ให้ดูคำระหว่างรอคอย การให้บริการ	4.20	มาก	4.42	มาก	4.40	มาก	4.27	มาก	5.00	มาก ที่สุด	4.54	มาก ที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82	มาก	3.92	มาก	3.96	มาก	3.69	มาก	4.08	มาก	3.95	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อ  
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน  
ระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้าน  
ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ มีโทรทัศน์ให้ดูคำระหว่าง  
รอคอยการให้บริการ ภายในอาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ชื่อเสียงของ  
ธนาคาร ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีที่นั่ง  
รอเพียงพอ และมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม ให้ความสำคัญใน  
ระดับปานกลาง

รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อย  
ด้านมีโทรทัศน์ให้ดูคำระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในอาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์  
สำนักงานที่ทันสมัย ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ภายใน  
อาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ชื่อเสียงของธนาคาร มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน  
ระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม และมีที่นั่งรอเพียงพอ



รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมิโทรทัศน์ให้ลูกค้าระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ชื่อเสียงของธนาคาร มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม และมีที่นั่งรอเพียงพอ

รายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมิโทรทัศน์ให้ลูกค้าระหว่างรอคอยการให้บริการ ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม และภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม ชื่อเสียงของธนาคาร และมีที่นั่งรอเพียงพอ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

รายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านมิโทรทัศน์ให้ลูกค้าระหว่างรอคอยการให้บริการ ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ชื่อเสียงของธนาคาร ภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย และมีที่นั่งรอเพียงพอ ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

รายได้มากกว่า 50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านมิโทรทัศน์ให้ลูกค้าระหว่างรอคอยการให้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยด้านชื่อเสียงของธนาคาร ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ ภายในธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม และมีที่นั่งรอเพียงพอ ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการที่รวดเร็ว	4.15	มาก	4.20	มาก	4.33	มาก	4.00	มาก	4.40	มาก	4.27	มาก
การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด	4.16	มาก	4.19	มาก	4.30	มาก	3.91	มาก	4.40	มาก	4.36	มาก
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.94	มาก	4.00	มาก	4.27	มาก	4.00	มาก	4.20	มาก	4.27	มาก
การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	3.66	มาก	3.81	มาก	4.00	มาก	3.54	มาก	4.20	มาก	4.18	มาก
การติดต่อทาง Internet ได้สะดวก	3.25	ปานกลาง	3.55	มาก	3.43	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83	มาก	3.95	มาก	4.07	มาก	3.78	มาก	4.04	มาก	4.02	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่ไม่ผิดพลาด การให้บริการที่รวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่รวดเร็ว การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก และการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก

รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่รวดเร็ว การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

รายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่รวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

รายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่รวดเร็ว การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

รายได้มากกว่า 50,000 บาท พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่ไม่ผิดพลาด การให้บริการที่รวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการติดต่อทาง Internet ได้สะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่พบในการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก  
ของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา  
ด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีประเภทเงินฝากไม่หลากหลาย	16 (6.4)	84 (33.6)	105 (42.0)	17 (6.8)	28 (11.2)	250 (100.0)	3.17	ปานกลาง
รูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าไม่สวยงาม	33 (13.2)	87 (34.8)	81 (32.4)	20 (8.0)	29 (11.6)	250 (100.0)	3.30	ปานกลาง
ไม่มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม., บัตรเครดิต	68 (27.2)	92 (36.8)	62 (24.8)	15 (6.0)	13 (5.2)	250 (100.0)	3.23	ปานกลาง
ไม่มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค	40 (16.0)	127 (50.8)	56 (22.4)	12 (4.8)	15 (6.0)	250 (100.0)	3.66	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.34	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยให้ความสำคัญต่อการไม่มีบริการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนรูปแบบสมุดเงินฝากที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าไม่สวยงาม ไม่มีบริการเสริม เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม., บัตรเครดิต และมีประเภทเงินฝากไม่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลางทุกปัจจัย

ตารางที่ 61 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา  
ด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
อัตราดอกเบี้ยเงินฝากต่ำ	59 (23.6)	84 (33.6)	77 (30.8)	12 (4.8)	18 (7.2)	250 (100.0)	3.62	มาก
อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระ ค่าสาธารณูปโภคสูง	54 (21.6)	105 (42.0)	60 (24.0)	18 (7.2)	13 (5.2)	250 (100.0)	3.68	มาก
ค่าธรรมเนียมการโอนเงินสูง	64 (25.6)	100 (40.0)	63 (25.2)	9 (3.6)	14 (5.6)	250 (100.0)	3.76	มาก
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำ บัตร เอ.ที.เอ็ม. สูง	52 (20.8)	108 (43.2)	63 (25.2)	11 (4.4)	16 (6.4)	250 (100.0)	3.68	มาก
ค่าธรรมเนียมในการจัดทำ บัตรเครดิตสูง	60 (24.0)	95 (38.0)	62 (24.8)	10 (4.0)	23 (9.2)	250 (100.0)	3.64	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.68	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัญหาด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ ค่าธรรมเนียมการโอนเงินสูง อัตราค่าธรรมเนียมการหักบัญชีชำระค่าสาธารณูปโภคสูง ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. สูง ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเครดิตสูง และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากต่ำ

ตารางที่ 62 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา  
ด้านสถานที่ให้บริการ

ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ที่ทำงาน ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	54 (21.6)	95 (38.0)	67 (26.8)	11 (4.4)	23 (9.2)	250 (100.0)	3.58	มาก
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลบ้าน ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	75 (30.0)	88 (35.2)	55 (22.0)	19 (7.6)	13 (7.6)	250 (100.0)	3.77	มาก
บริเวณที่จอดรถมีไม่เพียงพอ	49 (19.6)	70 (28.0)	77 (30.8)	23 (9.2)	31 (12.4)	250 (100.0)	3.33	ปานกลาง
ธนาคารไม่มีสาขาทั่วประเทศ	61 (24.4)	90 (36.0)	59 (23.6)	17 (6.8)	23 (9.2)	250 (100.0)	3.60	มาก
สถานที่ไม่กว้างขวาง ช่องการให้ บริการมีไม่เพียงพอ	41 (16.4)	81 (32.4)	89 (35.6)	14 (5.6)	25 (10.0)	250 (100.0)	3.40	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.54	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านสถานที่ให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัญหาด้านสถานที่ให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลบ้านไม่สะดวกต่อการเดินทาง ธนาคารไม่มีสาขาทั่วประเทศ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลที่ทำงาน ไม่สะดวกต่อการเดินทาง ส่วนสถานที่ไม่กว้างขวาง ช่องการให้บริการมีไม่เพียงพอ และบริเวณที่จอดรถมีไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง



ตารางที่ 63 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา  
ด้านส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ข้อมูลการให้บริการของธนาคารไม่ทันสมัยและไม่ครบถ้วน	29 (11.6)	75 (30.0)	96 (38.4)	22 (8.8)	28 (11.2)	250 (100.0)	3.22	ปานกลาง
ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	43 (17.2)	80 (32.0)	79 (31.6)	24 (9.6)	24 (9.6)	250 (100.0)	3.38	ปานกลาง
ไม่มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและไม่มีของขวัญแจก	34 (13.6)	82 (32.8)	83 (33.2)	27 (10.8)	24 (9.6)	250 (100.0)	3.30	ปานกลาง
ไม่มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต	48 (19.2)	87 (34.8)	77 (30.8)	13 (5.2)	25 (10.0)	250 (100.0)	3.48	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.34	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง เรียงลำดับได้ดังนี้ ไม่มีส่วนลดร้านค้า กรณีใช้บัตรเครดิต ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ไม่มีการจัดสัปดาห์เงินฝากและไม่มีของขวัญแจก และข้อมูลการให้บริการของธนาคารไม่ทันสมัยและไม่ครบถ้วน

ตารางที่ 64 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา  
ด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
พนักงานอธิบาย ไม่ถูกต้องและไม่เข้าใจ	43 (17.2)	75 (30.0)	83 (33.2)	17 (6.8)	32 (12.8)	250 (100.0)	3.32	ปานกลาง
พนักงานไม่มีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ	60 (24.0)	74 (29.6)	68(27.2) )	21 (8.4)	27 (10.8)	250 (100.0)	3.48	ปานกลาง
พนักงานไม่มีน้ำใจ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ และไม่มีมารยาท	39 (15.6)	81 (32.4)	78 (31.2)	25 (10.0)	27 (10.8)	250 (100.0)	3.32	ปานกลาง
พนักงานไม่น่าเชื่อถือ	44 (17.6)	76 (30.4)	78 (31.2)	26 (10.4)	26 (10.4)	250 (100.0)	3.34	ปานกลาง
พนักงานให้บริการไม่สม่ำเสมอและไม่ถูกต้อง	38 (15.2)	86 (34.4)	76 (30.4)	33 (13.2)	17 (6.8)	250 (100.0)	3.38	ปานกลาง
พนักงานไม่มีการตอบสนอง และการแก้ไขปัญหาล่าช้า	61 (24.4)	83 (33.2)	54 (21.6)	29 (11.6)	23 (9.2)	250 (100.0)	3.36	ปานกลาง
พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค	45 (18.0)	80 (32.0)	70 (28.0)	29 (11.6)	26 (10.4)	250 (100.0)	3.28	ปานกลาง
พนักงานติดต่อไม่สะดวก	32 (12.8)	87 (34.8)	79 (31.6)	22 (8.8)	30 (12.0)	250 (100.0)	3.28	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.37	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยปัญหาด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับได้ดังนี้ พนักงานไม่มีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ พนักงานให้บริการไม่สม่ำเสมอและไม่ถูกต้อง พนักงานไม่มีการตอบสนองและการแก้ไขปัญหาล่าช้า พนักงานไม่น่าเชื่อถือ พนักงานอธิบายไม่ถูกต้องและไม่เข้าใจ พนักงานไม่มีน้ำใจ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์และไม่มีมารยาท พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค และพนักงานติดต่อไม่สะดวก

ตารางที่ 65 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา  
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ สำนักงานไม่ทันสมัย	27 (10.8)	79 (31.6)	96 (38.4)	20 (8.0)	28 (11.2)	250 (100.0)	3.23	ปาน กลาง
ธนาคารมีบรรยากาศไม่ดี การตกแต่งไม่สวยงาม	33 (13.2)	79 (31.6)	85 (34.0)	30 (12.0)	23 (9.2)	250 (100.0)	3.28	ปาน กลาง
ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ	44 (17.6)	59 (23.6)	70 (28.0)	41 (16.4)	36 (14.4)	250 (100.0)	3.14	ปาน กลาง
ชื่อเสียงของธนาคารไม่ดี	53 (21.2)	96 (38.4)	55 (22.0)	21 (8.4)	25 (10.0)	250 (100.0)	3.52	มาก
มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ	33 (13.2)	73 (29.2)	75 (30.0)	36 (14.4)	33 (13.2)	250 (100.0)	3.14	ปาน กลาง
ไม่มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่าง รอคอย/ไม่มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม	27 (10.8)	73 (29.2)	81 (32.4)	36 (14.4)	33 (13.2)	250 (100.0)	3.10	ปาน กลาง
ไม่มีโทรทัศน์ให้ดูคำดูระหว่าง รอคอยการให้บริการ	78 (31.2)	84 (33.6)	49 (19.6)	26 (10.4)	13 (5.2)	250 (100.0)	3.75	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.31	ปาน กลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยให้ความสำคัญต่อการไม่มีโทรทัศน์ให้ดูคำดูระหว่างรอคอยการให้บริการ และชื่อเสียงของธนาคารไม่ดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนธนาคารมีบรรยากาศไม่ดี การตกแต่งไม่สวยงาม ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางเอกสารต่าง ๆ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ และไม่มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างรอคอย/ไม่มีน้ำชาหรือกาแฟให้ดื่ม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลางทุกปัจจัย

ตารางที่ 66 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา  
ด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการที่ล่าช้า	53 (21.2)	59(23.6) (6)	90 (36.0)	27 (10.8)	21 (8.4)	250 (100.0)	3.38	ปานกลาง
การให้บริการที่ผิดพลาด	46 (18.4)	86 (34.4)	71 (28.4)	23 (9.2)	24 (9.6)	250 (100.0)	3.43	ปานกลาง
ขั้นตอนการให้บริการยุ่งยากซับซ้อน	39 (15.6)	78 (31.2)	81 (32.4)	26 (10.4)	26 (10.4)	250 (100.0)	3.31	ปานกลาง
การติดต่อทางโทรศัพท์ไม่สะดวก	25 (10.0)	74 (29.6)	87 (34.8)	32 (12.8)	32 (12.8)	250 (100.0)	3.11	ปานกลาง
การติดต่อทาง Internet ไม่สะดวก	25 (10.0)	74 (29.6)	89 (35.6)	31 (12.4)	31 (12.4)	250 (100.0)	3.12	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.27	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยปัญหาด้านการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง เรียงลำดับได้ดังนี้ การให้บริการที่ผิดพลาด การให้บริการที่ล่าช้า ขั้นตอนการให้บริการยุ่งยากซับซ้อน การติดต่อทาง Internet ไม่สะดวก และการติดต่อทางโทรศัพท์ไม่สะดวก

ตารางที่ 67 สรุปแสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดสมุทรสาครของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.34	ปานกลาง	4
ด้านราคา	3.68	มาก	1
ด้านสถานที่ให้บริการ	3.54	มาก	2
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.34	ปานกลาง	5
ด้านบุคลากร	3.37	ปานกลาง	3
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.31	ปานกลาง	6
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.27	ปานกลาง	7
รวม	3.41	ปานกลาง	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา และปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ส่วนปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญปานกลางทุกปัญหา