

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครต่อการดำเนินงานด้านการตลาดบริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และนำผลจากการศึกษาที่ได้มานี้ไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และจัดทำแผนการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบสำรวจ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ราย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้ มาวิเคราะห์โดยใช้ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้มาใช้บริการเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี มีสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท / หน่วยงานเอกชน มีระดับรายได้อยู่ที่ 10,001 - 25,000 บาท และ ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการเงินฝาก

ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาด ของธนาคารไทยพาณิชย์ อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ปัจจัยในด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

This Study was aimed to provide information and to complement decision making for SCB strategy and marketing. The questionnaire information was collected by asking 200 SCB customers in the Bangkok area. The data was analyzed in terms of frequency , percentage and mean.

Consequently , the study has revealed that most of the respondents were female aged between 25 – 35 years, married, holding Bachelor Degrees, employee, income range 30,000 – 45,000 baht permonth and using deposit services.

With regard to satisfaction of SCB marketing plan , it was founded that having excellent level and the other factors including people , products , environment , service process , promotion , distribution and pricing respectively