



ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการธุรกรรมต่างประเทศของ
ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่

จริยฉัตร เหมะลิขัณฑกะ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มีนาคม 2554

600249749

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



245499

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการธุรกรรมต่างประเทศ
ของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่



จริยฉัตร เหมะสิทธิขันธ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มีนาคม 2554

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการธุรกรรมต่างประเทศของ
ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่

จริยภัตร เหมะสิทธิขกะ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ


..... ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร. ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย


.....

รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชฐานติ


..... กรรมการ

รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชฐานติ


..... กรรมการ

นายนิรุจน์ โพนประเสริฐ

3 มีนาคม 2554

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความรู้จาก รองศาสตราจารย์ สิริเกียรติ รัชสุสานติ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ และ อาจารย์ ดร.ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย ประธานการสอบ การค้นคว้าแบบอิสระผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำในการค้นคว้า ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง จนการค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จสมบูรณ์ ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณนิธิรุจน์ โผนประเสริฐ ที่กรุณาร่วมเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระและให้คำแนะนำเป็นอย่างดี ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมถึงคณาจารย์ ผู้ร่วมสอนทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาองค์ความรู้ต่างๆ จนผู้ศึกษาสามารถนำวิชาความรู้ที่ได้ศึกษามาประกอบการจัดทำรายงานการค้นคว้าแบบอิสระนี้

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ รุ่น 9 ทุกคนที่ให้งำลังใจและช่วยเหลือในด้านต่างๆ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่าน ที่อำนวยความสะดวกและช่วยเหลือประสานงานด้วยดีตลอดมา และเป็นกำลังใจในการศึกษาตลอดมาจนทำให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

จริยฉัตร เหมะสิทธิขันธ์

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม
การตลาดบริการธุรกรรมต่างประเทศของ
ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน)
สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวจริยฉัตร เหมะสิทธิขันธ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชานันติ

บทคัดย่อ

245499

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการธุรกรรมต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการธุรกรรมต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ทำธุรกรรมต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทำโดยการใช้แบบสอบถาม และนำผลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 40,001 – 50,000 บาท บริการธุรกรรมต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์ที่เลือกใช้บริการ คือ การขายธนบัตรต่างประเทศ มูลค่าที่ใช้บริการธุรกรรมต่างประเทศแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย คือ 10,001 – 50,000 บาท มาใช้บริการน้อยกว่าเดือนละครึ่ง ระยะเวลาที่ได้ใช้บริการธุรกรรมต่างประเทศกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี ธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ที่ใช้บริการนอกจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ คือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด มหาชน

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย สามารถเรียงลำดับได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้มีมาตรฐานสูงยิ่งขึ้น ด้านสถานที่ คือ ความมั่นคงปลอดภัยของธนาคาร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ สถานที่ให้บริการกว้างขวาง สะดวกสบาย มีความคล่องตัวในการติดต่อ ด้านบุคลากร คือ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ ของพนักงานที่ให้บริการ ด้านราคา คือ ความถูกต้องของจำนวนเงินที่ทำรายการแต่ละครั้ง ด้านกระบวนการให้บริการ คือ กระบวนการให้บริการที่มีความเหมาะสมและรวดเร็ว และ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การแจกของที่ระลึก เช่น แม่เหล็กติดตู้เย็น ปฏิทิน ของพลาสติก เสื้อยืด เป็นต้น

Independent Study Title	Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of International Financial Services of The Siam Commercial Bank, Public Company Limited Tapae Branch, Chiang Mai Province
Author	Miss Jareeyachat Hemasikantaga
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Associate Professor Sirikiat Ratchusanti

ABSTRACT

245499

The objective of this independent study was to examine Customer Satisfaction towards Service Marketing Mix of International Financial Services of The Siam Commercial Bank, Public Company Limited Tapae Branch, Chiang Mai Province. The studied outcomes could be utilized for the purposes of strategic planning and service development in order to satisfy customer needs. The studied population was 400 customers of The Siam Commercial Bank, Public Company Limited Tapae Branch, Chiang Mai Province.

The data collection was conducted through questionnaire and analyzed by using descriptive statistic which consisted of frequency, percentage and mean. Followings are the research outcomes. Most customers were female, aged from 31-40 years old. They were married and held Bachelor's Degrees. They were business owners, traders and general contractors. Their monthly incomes were 40,001 – 50,000 Baht. The International Financial Services of The Siam Commercial Bank they commonly used was to sell foreign banknotes. Their average expenditure per procedure was 10,001 – 50,000 Baht. They used the services of The Siam Commercial Bank, Public Company Limited Tapae Branch, Chiang Mai Province for less than once a month. They have been using financial services of The Siam Commercial Bank, Public Company Limited Tapae Branch, Chiang Mai Province for more than 3 years. Other commercial bank they used services aside The Siam Commercial Bank, Public Company Limited was Bangkok Bank, Public Company Limited.

Based on studied results on customer satisfaction towards the service marketing mix, they were shown as follows. The customers scored the overall satisfaction level at high level for the service marketing mix. The highest marketing mix factors that customers rated were as follows; product, place, physical evidence, people, price, process and promotion, respectively. The highest sub-factors they rated were as follows. In term of product factor, they rated for the constant improvement for superior standard of services. In term of place factor, they rated for the security and safety of the bank. In term of physical evidence factor, they rated for a large amount of space for service area, convenient and easy access. In term of people factor, they rated for the knowledge, proficiency and acquaintance of service staffs. In term of price factor, they rated for the accuracy of money in each financial procedure. In term of process factor, they rated for the appropriateness and decent speed of services. In term of promotion factor, they rated for the bank premium gifts such as fridge magnets, calendars, folios, and t-shirts.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
ผลิตภัณฑ์และบริการธุรกรรมต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน)	9
ปัจจัยส่วนประสมทางตลาดบริการธุรกรรมต่างประเทศของ ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	14
3.2 วิธีการศึกษา	15
3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	17
3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการ	17
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ	26
ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ลูกค้าพบจากการใช้บริการ	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และ จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน	49
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	113
5.2 อภิปรายผล	135
5.3 ข้อค้นพบ	138
5.4 ข้อเสนอแนะ	149
บรรณานุกรม	163
ภาคผนวก	165
ประวัติผู้เขียน	178

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	18
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	19
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	19
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	20
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	20
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	21
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการบริการธุรกรรมต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์ ที่เลือกใช้บริการ	22
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าที่ใช้บริการธุรกรรมต่างประเทศแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	23
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน	23
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ได้ใช้บริการธุรกรรมต่างประเทศกับธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่	24
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามธนาคารพาณิชย์ อื่นๆ ที่ใช้บริการ นอกจากธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่	25
4.12	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	26
4.13	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา	28
4.14	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.15	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	33
4.16	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	35
4.17	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร	37
4.18	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	38
4.19	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	41
4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	42
4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่	43
4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	44
4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	45
4.25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร	46
4.26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	47
4.27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ	49
4.28	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ	54
4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	55
4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	57
4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	59
4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	61
4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	63
4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	65
4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ	69
4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	71
4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	73
4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ	75
4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	77
4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	81
4.43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ	86
4.44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	88
4.45	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ	91
4.46	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ	93
4.47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	95
4.48	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน	97
4.49	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน	99
4.50	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน	103
4.51	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน	105
4.52	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน	107
4.53	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน	109
4.54	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน	111

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
5.1	แสดงสรุป 10 ลำดับระดับความพึงพอใจที่สูงที่สุด ของลูกค้าต่อส่วนประสม การตลาดบริการธุรกรรมต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่	139
5.2	แสดงสรุป 10 ลำดับระดับความพึงพอใจที่ต่ำสุด ของลูกค้าต่อส่วนประสม การตลาดบริการธุรกรรมต่างประเทศของธนาคาร ไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่	140
5.3	แสดงสรุป 10 ลำดับของปัญหามากที่สุด ของลูกค้าต่อส่วนประสม การตลาดบริการธุรกรรมต่างประเทศของธนาคาร ไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่	142
5.4	แสดงสรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสม การตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	143
5.5	แสดงสรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสม การตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	144
5.6	แสดงสรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสม การตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ	146
5.7	แสดงสรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสม การตลาดบริการ จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน	148
5.8	แสดงข้อเสนอแนะ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ของธนาคาร ไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพและธนาคาร ไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สำนักงาน ใหญ่	150
5.9	แสดงข้อเสนอแนะ ต่อปัจจัยด้านราคา ของธนาคาร ไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ และธนาคาร ไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สำนักงาน ใหญ่	152
5.10	แสดงข้อเสนอแนะ ต่อปัจจัยด้านสถานที่ ของธนาคาร ไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ และธนาคาร ไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สำนักงาน ใหญ่	154

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
5.11 แสดงข้อเสนอแนะ ต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ และธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่	156
5.12 แสดงข้อเสนอแนะ ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ และธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่	158
5.13 แสดงข้อเสนอแนะ ต่อปัจจัยด้านบุคลากร ของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ และธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่	160
5.14 แสดงข้อเสนอแนะ ต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ และธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่	162