

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคาร
ธนชาติ จำกัด(มหาชน)สาขาอยุธยา ภายหลังจากคว
รวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

ผู้เขียน

นางสาวณัฐนิชา เซ็นเสถียร

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.กาญจนา ไชคถาวร

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

อ.ดร.ชูเกียรติ ชัยบุญศรี

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีสามวัตถุประสงค์ คือเพื่อศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพนักงาน ทักษะ
ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการควรรวมกิจการ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานรวมถึง
ความพึงพอใจการทำงานของพนักงานและข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการและเพื่อศึกษาถึง
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการต่างๆของลูกค้ารวมถึงศึกษาความพึงพอใจที่ใช้บริการในด้านต่างๆ
ของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังจากควรรวมกิจการกับธนาคารนคร
หลวงไทย จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์พนักงานและการ
ออกแบบสอบถาม เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคาร
ธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา รวมทั้งสิ้น 400 ราย และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์
ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา การจัดอันดับความสำคัญ และอันดับความพึงพอใจโดยอาศัยมาตร
วัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale) การวิเคราะห์แบบไคส
แควร์ รวมถึงการใช้แบบจำลอง Order Probit

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี เจ้าของกิจการมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท มีระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 10 ปีขึ้นไปมีความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน ประเภทของบริการที่กลุ่มตัวอย่างใช้สูงสุด คือ การฝากเงิน โดยส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ ส่วนใหญ่มีจำนวนบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการ 1 บัญชี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการฝากเงินและนิยมมาใช้บริการในวันจันทร์ช่วงเวลา 10.01 – 12.00 น. โดยแหล่งข้อมูลที่สำคัญคือจากการแนะนำของพนักงาน

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ลูกค้ำให้ความสำคัญในสามอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยทั้งสามปัจจัยมีอันดับความสำคัญอยู่ในเกณฑ์มาก และผลการศึกษาคความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ใช้บริการ พบว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจมากในแต่ละปัจจัย ดังนี้ อันดับแรก คือ ความพึงพอใจด้านบุคลากร รองลงมาคือความพึงพอใจด้านสถานที่ให้บริการ และความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผลการศึกษาคความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆของส่วนผสมทางการตลาดของการให้บริการทั้ง 7 ด้าน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าเพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจด้านราคา อายุมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจด้านบุคลากร รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อบุคลากร นอกจากนี้ใช้แบบจำลอง Order Probit ด้วยเทคนิควิธีวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด และเทคนิคการวิเคราะห์ Marginal Effects พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพล โดยมีระดับนัยสำคัญต่อความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านได้แก่ 1) สถานภาพการสมรส ประกอบด้วย โสด สมรส หย่าร้าง 2) อาชีพ ได้แก่ รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการ และ นักเรียน/นักศึกษา ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้มีระดับนัยสำคัญที่ 0.1

Independent Study Title Factors Influencing on The Customers' Services
Thanachart Bank Public Company Limited, Ayutthaya Branch
After Merging and Acquisition with Siam City Bank Public
Company Limited

Author Miss Nutnicha Sensathian

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof.Dr.Kanchana Chokethaworn Advisor

Dr.Chukaiit Chaiboonsri Co-advisor

ABSTRACT

This study has three objectives, which are to study the general information of a bank employee though about the merger and acquisition, the level of satisfaction of the employees, as well as the general characteristics and behaviors and factors influencing customers' using services, as well as to study consumers' satisfaction while using the Thanachart Bank Public Company Limited, Ayutthaya Branch after the acquisition and merger with Siam City Bank Public Company Limited

The data used in this study was primary data collected through questionnaires and interviews, and based on a random sample of 400 customers who use the services of The Thanachart Bank Public Company Limited, Ayutthaya Branch. The statistical methodologies adopted for the analysis were descriptive statistics and rating scale using Likert's concept, Chi-Square analysis and order probit. In the primary study, the majority of the respondents were female, between 51 and 60 years old, educated through the bachelor degree level, married, are business owners, with an income ranking from 10,001 to 20,000 Baht per month. The behavior study found that the majority of sample group have been customers for more than 10 years. They

use the services 1 to 3 times per month, between 10.01 to 12.00 on Monday. The types of services which the customer uses is saving; they have one account, mainly a savings account. The purpose to use services during this time is to deposit into their savings account. Their source of information and recommendations came from a bank employee.

The study on the factors which influencing the use of services of customers found that the top three most important factors given by the sample group were the personnel, the process and the place, respectively, and the satisfaction study revealed that the greatest levels of satisfaction with the personnel, the place and the product respectively, with all these rated as highly important

The study into the relationship between personal factors influencing satisfaction with marketing mix of the service in seven aspects to the significant level of 0.05 found that sex has a significant relationship with satisfaction with price and age has a significant relationship with satisfaction with personnel, and income have a significant relationship with satisfaction with personnel and place. Moreover, this study used Order Probit model by using high probabilities and Marginal Effects technique found that the personal factors influencing satisfaction on all seven sides, which are 1) martial status: single/married/divorced 2) occupation: student 3) income with 0.1