

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 5 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆคำถามในส่วนนี้ใช้รวบรวมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการใช้บริการของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มลูกค้าของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยแสดงผลการศึกษาดังนี้

กลุ่มลูกค้า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.50 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.30 และ 19.30 ตามลำดับ จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.50 กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 53.50 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 45.80 มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	142	35.50
หญิง	248	64.50
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	21	5.30
21 – 30 ปี	77	19.30
31 – 40 ปี	71	17.80
41 – 50 ปี	62	15.50
51 – 60 ปี	97	24.30
60 ปีขึ้นไป	72	18.00
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	157	39.30
ปริญญาตรี	214	53.50
ปริญญาโท	27	6.80
ปริญญาเอก	2	5
รวม	400	100.00
สถานภาพการสมรส		
โสด	169	42.30
สมรส	214	53.50
หม้าย	13	3.30
หย่าร้าง	4	1.00
รวม	400	100.00
อาชีพ		
รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานหน่วยราชการ	58	14.50
เจ้าของธุรกิจ/กิจการ	183	45.80
พนักงานบริษัทเอกชน	56	14.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	1.00
รับจ้างทั่วไป	20	5.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	39	9.80
นักเรียน/นักศึกษา	23	5.80
อื่นๆ	17	4.30
รวม	400	100.00
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	67	16.80
10,001 – 20,000 บาท	106	26.50
20,001 -30,000บาท	78	19.50
30,001 – 40,000 บาท	53	13.30
40,0001 – 50,000 บาท	47	11.80
50,0001 บาทขึ้นไป	49	12.30
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา หลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา หลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ จำนวนและประเภทของบัญชีเงินฝาก บริการสินเชื่อ บริการอื่นๆ วัตถุประสงค์ของการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการมาแล้ว วันและเวลาที่มาใช้บริการ แหล่งข้อมูลที่ทำให้ลูกค้ารู้จักธนาคาร โดยแสดงผลการศึกษาดังนี้

4.2.1 ระยะเวลาสูงสุดที่เป็นลูกค้าธนาคารธนชาติจำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา

ผลการศึกษากลุ่มลูกค้าจำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของธนาคารเป็นเวลา 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24.30 ซึ่งเป็นลูกค้าเดิมจากธนาคารนครหลวงมาก่อน รองลงมาคือน้อยกว่า 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 20.30 และ 6 เดือน-1ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ ดังแสดงที่ตาราง 4.2.1

ตารางที่ 4.2.1 แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามระยะเวลาสูงสุดที่เป็นลูกค้ากับธนาคาร
ธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา

ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาสูงสุดที่เป็นลูกค้ากับธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา		
น้อยกว่า 6 เดือน	81	20.30
6 เดือน – 1 ปี	80	20.00
1 – 2 ปีขึ้นไป	48	12.00
2 – 4 ปี	34	8.50
4 – 5 ปี	17	4.30
5 – 10 ปี	43	10.80
10 ปีขึ้นไป	97	24.30
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.2 ความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการ

ด้านความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการธนาคารในช่วงเวลา 1 เดือน ลูกค้าส่วนใหญ่มีความถี่ในการ
ใช้บริการ 1 – 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมาใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อย
ละ 20.30 และ 7-9 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ดังแสดงที่ตาราง 4.2.2

ตารางที่ 4.2.2 แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการต่อเดือน

ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการต่อ เดือน		
1 – 3 ครั้ง	282	70.50
4 – 6 ครั้ง	81	20.30
7 – 9 ครั้ง	20	5.00
10 ครั้งขึ้นไป	17	4.30
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.3 ประเภทของบริการที่ใช้

การศึกษาประเภทของบริการที่ลูกค้าใช้สูงสุด 3 อันดับแรกคือ การฝากเงิน การถอนเงิน และการโอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 83.50, 48.80 และ 26.80 ตามลำดับ ดังแสดงที่ตาราง 4.2.3

ตารางที่ 4.2.3 แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามประเภทของบริการที่ใช้

ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของบริการที่ใช้ *		
การฝากเงิน	334	83.50
การถอนเงิน	195	48.80
การโอนเงิน	107	26.80
ด้านสินเชื่อ	37	9.30
การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	4	1.00
การชำระบัตรเครดิต	41	10.30
การชำระค่าสินค้า/ค่าสาธารณูปโภค	50	12.50
การประกันชีวิต/การประกันภัย	32	8.00
อื่นๆ	2	0.50

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.2.4 ประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์สูงสุด รองลงมาคือเงินฝากประจำและเงินฝากกระแสรายวัน ในอัตราร้อยละ 87.30, 23.00 และ 18.80 ตามลำดับดังแสดงที่ตาราง 4.2.4

ตารางที่ 4.2.4 แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามประเภทบัญชีเงินฝาก

ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทบัญชีเงินฝาก*		
เงินฝากกระแสรายวัน	75	18.80
เงินฝากออมทรัพย์	349	87.30
เงินฝากประจำ	95	23.00
เงินฝากระยะยาว	9	2.30

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.2.5 จำนวนบัญชีเงินฝากธนาคารแห่งชาติ จำกัด (มหาชน)

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากธนาคารแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) จำนวน 1 บัญชีเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือ 2 บัญชีและ 3 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 44.50, 28.30 และ 14.0 ตามลำดับ ดังแสดงที่ตาราง 4.2.5

ตารางที่ 4.2.5 แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามจำนวนบัญชีเงินฝากธนาคารแห่งชาติ จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนบัญชีเงินฝากธนาคารแห่งชาติ จำกัด (มหาชน)		
1 บัญชี	178	44.50
2 บัญชี	113	28.30
3 บัญชี	57	14.30
มากกว่า 3 บัญชี	52	13.00
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.6 วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขา อุบลราชธานี หลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) แสดงผลดังนี้ ด้าน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการธนาคาร ลูกค้าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการฝากเงินมากที่สุด คิด เป็นร้อยละ 70.80 รองลงมาเป็นการถอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 47.30 และหมุนเวียนในธุรกิจ คิดเป็น ร้อยละ 15.50ตามลำดับดังแสดงที่ตาราง 4.2.6

ตารางที่ 4.2.6 แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ

ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการใช้บริการในครั้งนี้ *		
ฝากเงิน	283	70.80
ถอนเงิน	189	47.30
หมุนเวียนในธุรกิจ	62	15.50
ชำระเงินกู้	21	5.30
ชำระบัตรเครดิต	48	12.00
ชำระค่าบริการต่างๆ	49	12.30
โอนเงิน	62	15.50
อื่นๆ	2	0.50

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.2.7 วันที่นิยมนำใช้บริการ

ด้านวันที่นิยมนำใช้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมนำใช้บริการในวันจันทร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมาเป็นวันอังคาร คิดเป็นร้อยละ 33.00 และวันพุธ คิดเป็นร้อยละ 26.50ตามลำดับ ดังแสดงที่ตาราง 4.2.7

ตารางที่ 4.2.7 แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามวันที่นิยมนำใช้บริการ

ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
วันที่นิยมนำใช้บริการ*		
จันทร์	154	38.50
อังคาร	132	33.00
พุธ	106	26.50
พฤหัสบดี	89	22.30
ศุกร์	94	23.50

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.2.8 ช่วงเวลาที่นิยมนำใช้บริการ

ด้านช่วงเวลาที่นิยมนำใช้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมนำใช้บริการในช่วงเวลา 10.01 – 12.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.10 รองลงมาคือช่วงเวลา 12.01 – 13.00 น.คิดเป็นร้อยละ 23.80 และช่วงเวลา 13.01 – 14.00 น.คิดเป็นร้อยละ 22.00ตามลำดับ ดังแสดงที่ตาราง 4.2.8

ตารางที่ 4.2.8 แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมนำใช้บริการ

ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาที่นิยมนำใช้บริการ*		
8.30 – 10.00 น.	79	19.80
10.01 – 12.00 น.	104	26.10
12.01 – 13.00 น.	95	23.80
13.01 – 14.00 น.	88	22.00
14.01 -15.30 น.	66	16.50

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.2.9 แหล่งข้อมูลที่ทราบการให้บริการของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา

จากการศึกษาพบว่าแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการใช้บริการของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ คือ พนักงานแนะนำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.30 รองลงมา คือ วิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 19.30 และคนรู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 19.10ตามลำดับดังแสดงที่ตาราง 4.2.9

ตารางที่ 4.2.9 แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทราบการให้บริการของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา

ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งข้อมูลที่ทราบการให้บริการของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา*		
วิทยุ/โทรทัศน์	77	19.30
แผ่นพับโฆษณา	24	6.00
พนักงานแนะนำ	261	65.30
คนรู้จักแนะนำ	76	19.10
อื่นๆ	25	6.30

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.3 ผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

เป็นการวัดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการต่างๆของลูกค้า โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert แล้วระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการต่างๆของลูกค้าที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยของปัจจัย จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของลูกค้าดังนี้

4.3.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มาก ได้แก่ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายซึ่งอาจเป็นผลจากการควบรวมกิจการทำให้ธนาคารมีผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นน่าจะเหมาะสมกับลูกค้าและตรงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง โดยแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ย 3.81 และ 3.59 ตามลำดับโดยมีระดับความสำคัญมาก ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.3.1

ตารางที่ 4.3.1 แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1.ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (3.00)	230 (57.50)	53 (13.30)	3.81 (มาก)
2.ผลิตภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	0 (0.00)	13 (3.30)	111 (27.80)	241 (60.30)	35 (8.80)	3.75 (มาก)
3.เงื่อนไขของการให้บริการมีความยืดหยุ่น	0 (0.00)	24 (6.00)	149 (37.30)	196 (49.00)	31 (7.80)	3.59 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์ = 3.72 (มีความสำคัญมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามาก ได้แก่อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง โดยเฉพาะดอกเบี้ยบัญชีออมทรัพย์พิเศษรองลงมา คือค่าธรรมเนียมการให้บริการต่ำโดยแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ย 3.73, 3.63ตามลำดับ โดยมีระดับความสำคัญมากก ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.3.2

ตารางที่ 4.3.2 แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1.อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง	5 (1.30)	15 (3.80)	132 (3.00)	181 (45.30)	67 (16.8)	3.73 (มาก)
2.ค่าธรรมเนียมการให้บริการต่ำ	5 (1.30)	8 (2.00)	162 (40.50)	182 (45.50)	43 (10.80)	3.63 (มาก)
3.อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ถูก	14 (3.5)	10 (2.5)	154 (38.5)	162 (40.5)	60 (14.1)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา = 3.65 (มีความสำคัญมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการมาก ได้แก่การให้บริการที่รวดเร็วเนื่องจากมีกการจัดคิวลูกค้าตามลำดับก่อนหลังอย่างชัดเจน ทำให้มีการบริการที่รวดเร็วขึ้น รองลงมา คือ การให้บริการที่ไม่ผิดพลาดโดยแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ย 4.08และ4.00ตามลำดับโดยมีระดับความสำคัญมาก ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.3.3

ตารางที่ 4.3.3แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1.การให้บริการที่รวดเร็ว	0 (0.00)	3 (0.80)	89 (22.30)	182 (45.50)	126 (31.50)	4.08 (มาก)
2.การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด	4 (1.0)	6 (1.50)	87 (21.80)	194 (48.50)	109 (27.30)	4.00 (มาก)
3.ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	0 (0.00)	14 (3.50)	121 (30.30)	180 (45.00)	85 (21.30)	3.84 (มาก)
4.การปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	7 (1.80)	9 (2.30)	92 (23.00)	228 (57.00)	64 (16.00)	3.83 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์ = 3.93(มีความสำคัญมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ำให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมาก ได้แก่การมีมนุษยสัมพันธ์ บุคลิก มารยาทของพนักงานทำให้ลูกค้ำรู้สึกถึงความเป็นกันเอง และสามารถปรึกษากันได้โดยตรงไปตรงมา ร่องลงมา คือการเข้าถึงลูกค้ำเพื่ออำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันโดยแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ย 4.32 และ 4.30 โดยมีระดับความสำคัญมากดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.3.4

ตารางที่ 4.3.4 แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1.การมีมนุษยสัมพันธ์ บุคลิก มารยาทของพนักงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	55 (13.80)	163 (40.80)	182 (45.50)	4.32 (มาก)
2.การเข้าถึงลูกค้ำเพื่ออำนวยความสะดวก	0 (0.00)	0 (0.00)	55 (13.80)	171 (42.80)	174 (43.50)	4.30 (มาก)
3.ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	82 (20.50)	147 (36.80)	171 (42.80)	4.22 (มาก)
4.การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย	0 (0.00)	3 (0.80)	64 (16.00)	190 (47.50)	143 (35.80)	4.18 (มาก)
5.การตอบสนองแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	80 (20.00)	167 (41.80)	153 (38.30)	4.18 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านบุคลากร =4.24 (มีความสำคัญมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.5 ปัจจัยให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ำให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการมาก ได้แก่ทำเลที่ตั้งธนาคารเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บริเวณตลาด โรงเรียน และสถานที่ราชการ ทำให้เกิดความสะดวกในการมาทำธุรกรรมกับทางธนาคารรองลงมา คือ ความสะอาด กว้างขวางรวมถึงความทันสมัยของธนาคาร โดยแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ย 4.26 และ 4.07 โดยมีระดับความสำคัญมาก ดังที่แสดงไว้ตารางที่ 4.3.5

ตารางที่ 4.3.5 แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านสถานที่ให้บริการ

ด้านสถานที่ให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1.ทำเลที่ตั้งธนาคาร	0 (0.00)	0 (0.00)	73 (18.30)	152 (38.00)	175 (43.80)	4.26 (มาก)
2.ความสะอาด กว้างขวาง และ ความทันสมัยของธนาคาร	0 (0.00)	4 (1.00)	89 (22.00)	181 (45.30)	126 (31.50)	4.07 (มาก)
3.ธนาคารมีเครือข่ายทั่วประเทศ	0 (0.00)	17 (4.30)	115 (28.80)	189 (47.30)	79 (19.80)	3.82 (มาก)
4.บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	0 (0.00)	70 (17.50)	176 (44.00)	106 (26.50)	48 (12.00)	3.33 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านสถานที่ให้บริการ = 3.87 (มีความสำคัญมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมาก ได้แก่การโฆษณาตามสื่อต่างๆ ซึ่งถือว่ามีอิทธิพลมากในปัจจุบัน เพราะเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้คนทั้งประเทศได้รู้จักธนาคารมากที่สุด เช่น การโฆษณาผ่านโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น รองลงมา คือ ข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน ทำให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบความแตกต่างของธนาคารชนชาติกับธนาคารอื่นๆ ได้ และทำให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจในการใช้บริการได้ โดยแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ย 3.69 และ 3.67 โดยมีระดับความสำคัญมาก ดังที่แสดงไว้ตารางที่ 4.3.6

ตารางที่ 4.3.6 แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1.การโฆษณาตามสื่อต่างๆ	2 (0.50)	21 (5.30)	128 (32.00)	196 (49.00)	53 (13.30)	3.69 (มาก)
2.ข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน	0 (0.00)	15 (3.80)	141 (35.30)	205 (51.30)	39 (9.80)	3.67 (มาก)
3.ข้อมูลสารสนเทศทันสมัย	0 (0.00)	8 (2.00)	156 (39.00)	198 (49.50)	38 (9.50)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านส่งเสริมการตลาด = 3.68 (มีความสำคัญมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูงซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจรองลงมา คือ นโยบายของธนาคารมีความชัดเจน โดยแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ย 3.78 และ 3.75 โดยมีระดับความสำคัญมาก ดังที่แสดงไว้ตารางที่ 4.3.7

ตารางที่ 4.3.7 แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1.ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง	0 (0.00)	4 (1.00)	138 (34.50)	198 (49.50)	60 (15.00)	3.78 (มาก)
2.นโยบายของธนาคารมีความชัดเจน	0 (0.00)	6 (1.50)	146 (36.50)	197 (47.80)	57 (14.30)	3.75 (มาก)
3.วิสัยทัศน์ของผู้นำ	2 (0.50)	12 (3.00)	169 (42.30)	148 (37.00)	69 (17.30)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ =3.73 (มีความสำคัญมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

สรุปภาพรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการทั้ง 7 ด้าน ของกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นอันดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 มีระดับความสำคัญมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการที่พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทที่ดี นอกจากนี้พนักงานยังเข้าถึงลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวก อันดับที่ 2 เป็นปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 มีระดับความสำคัญมาก เพราะการบริการอย่างรวดเร็วและไม่ผิดพลาดย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและแสดงถึงความเอาใจใส่ของลูกค้า อันดับที่ 3 เป็นปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 มีระดับความสำคัญมาก ลูกค้าสังเกตเห็นถึงความสำคัญเนื่องจากการที่ลูกค้าสามารถเดินทางมาติดต่อทำธุรกรรมกับธนาคารได้ง่ายเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้สถานที่ทำงานหรือบ้านของลูกค้าเอง อันดับที่ 4 เป็นปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 มีระดับความสำคัญมาก อันดับที่ 5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 มีระดับความสำคัญมาก อันดับที่ 6 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 มีระดับความสำคัญมาก และอันดับที่ 7 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 มีระดับความสำคัญมาก ปัจจัยในข้อนี้ถ้าเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่นๆ อัตราดอกเบี้ยอาจจะน้อยหรือยังไม่เท่ากับธนาคารอื่น ซึ่งธนาคารควรพิจารณาเกี่ยวกับปัจจัยในข้อนี้โดยเฉพาะ โดยอาจกำหนดอัตราดอกเบี้ยสูงขึ้นในเงินฝาก หรือน้อยลงในเงินกู้ ทั้งนี้อย่างน้อยที่สุดก็ควรจะปรับให้เท่ากับธนาคารอื่น ดังแสดงที่ตาราง 4.3.8

ตารางที่ 4.3.8 แสดงภาพรวมของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลของลูกค้าที่ใช้บริการ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับของความสำคัญ
1. ด้านบุคลากร	4.24	มาก	1
2. ด้านกระบวนการ	3.93	มาก	2
3. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.87	มาก	3
4. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.73	มาก	4
5. ด้านผลิตภัณฑ์	3.72	มาก	5
6. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.68	มาก	6
7. ด้านราคา	3.65	มาก	7

ที่มา : จากการคำนวณ

4.4 ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

เป็นการวัดระดับความพึงพอใจด้านต่างๆ ของการใช้บริการของลูกค้า โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert แล้วนำระดับความพึงพอใจที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ จากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจในการใช้บริการด้านต่างๆ ดังนี้

4.4.1 ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจจากการที่ประเภทของผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย เป็นผลเนื่องมาจากการควบรวมกิจการของธนาคารทำให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามธนาคารควรศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ของธนาคารกับลูกค้าอย่างลึกซึ้งเพื่อที่จะได้สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงรองลงมาคือมีการคุ้มครองเงินฝากซึ่งถือเป็นเรื่องที่สร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และ 3.90 โดยมีระดับความพึงพอใจมาก ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.4.1

ตารางที่ 4.4.1 แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1.ประเภทของผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย	0 (0.00)	8 (2.00)	98 (24.50)	195 (48.80)	99 (24.80)	3.96 (มาก)
2.มีการคุ้มครองเงินฝาก	0 (0.00)	13 (3.30)	105 (26.30)	190 (47.50)	92 (23.00)	3.90 (มาก)
3.ผลิตภัณฑ์ของธนาคารมีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	0 (0.00)	8 (2.00)	120 (30.00)	184 (46.00)	88 (22.00)	3.88 (มาก)
4.เงื่อนไขของการให้บริการมีความยืดหยุ่น	0 (0.00)	10 (2.50)	179 (44.80)	166 (41.50)	45 (11.30)	3.62 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์ = 3.84(มีความพึงพอใจมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.4.2 ความพึงพอใจด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านราคา ดังนี้ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง เช่นบัญชีฝากออมทรัพย์พิเศษให้อัตราดอกเบี้ยสูงสุดถึง 3% รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมการให้บริการต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และ 3.62 โดยมีระดับความพึงพอใจมาก ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.4.2

ตารางที่ 4.4.2 แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1.อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง	0 (0.00)	17 (4.30)	147 (36.80)	159 (39.80)	77 (19.30)	3.74 (มาก)
2.ค่าธรรมเนียมการให้บริการต่ำ	0 (0.00)	11 (2.80)	176 (44.00)	168 (42.00)	45 (11.30)	3.62 (มาก)
3.อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ถูก	6 (1.50)	15 (3.80)	167 (41.80)	166 (41.50)	46 (11.50)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา= 3.65(มีความพึงพอใจมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.4.3 ความพึงพอใจด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ดังนี้ ระยะเวลาในการทำรายการแต่ละครั้ง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงระยะในการทำการทำรายการนั้นมีความรวดเร็ว และความซับซ้อนยุ่งยากในการให้บริการเนื่องจากการรวบรวมกิจการของทางธนาคารนั้นส่งผลให้ขั้นตอนดำเนินการมีหลายขั้นตอนมากขึ้น ดังนั้นทางธนาคารควรมีการวางแผนขั้นตอนการดำเนินงานให้ง่ายขึ้นและไม่ซับซ้อน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และ 3.44 โดยมีระดับความพึงพอใจมาก และความพึงพอใจปานกลางตามลำดับ ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.4.3

ตารางที่ 4.4.3 แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1.ระยะเวลาในการทำรายการแต่ละครั้ง	10 (2.50)	12 (3.00)	121 (30.30)	159 (39.80)	98 (24.50)	3.81 (มาก)
2.ความซับซ้อนยุ่งยากในการให้บริการ	10 (2.50)	32 (8.00)	150 (37.50)	187 (46.80)	21 (5.30)	3.44 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านกระบวนการ = 3.62 (มีความพึงพอใจมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.4.4 ความพึงพอใจด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจด้านบุคลากร ดังนี้ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงานซึ่งถ้าพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการก็จะถือเป็นเรื่องได้เปรียบของธนาคารและแสดงถึงความเอาใจใส่ลูกค้ำ รองลงมาคือ ความเอาใจใส่ดูแลของพนักงานซึ่งพนักงานนั้นต้องรับฟังความคิดเห็นของลูกค้ำเพื่อจะได้บริการลูกค้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความประทับใจแก่ลูกค้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และ 4.29 ตามลำดับ โดยมีความพึงพอใจมาก ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.4.4

ตารางที่ 4.4.4 แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1.ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	56 (14.00)	166 (41.50)	178 (44.50)	4.30 (มาก)
2.ความเอาใจใส่ดูแลของพนักงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	60 (15.00)	165 (41.30)	175 (43.80)	4.29 (มาก)
3.ลักษณะบุคลิกภาพของพนักงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	63 (15.80)	174 (43.50)	163 (40.80)	4.25 (มาก)
4.การให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของพนักงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	65 (16.30)	190 (47.30)	145 (36.30)	4.20 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านบุคลากร= 4.26 (มีความพึงพอใจมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.4.5 ความพึงพอใจด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านสถานที่ ดังนี้ มีความสะอาดเป็นระเบียบซึ่งสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รองลงมาคือ สะดวกใกล้บ้านหรือที่ทำงานทำให้ลูกค้าสามารถเดินทางไปใช้บริการได้ง่าย แต่อย่างไรก็ตามทางธนาคารควรจะจัดหาสถานที่จอดรถเพิ่มให้เพียงพอับความต้องการของลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และ 4.25 ตามลำดับ โดยมีระดับความพึงพอใจมาก ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.4.5

ตารางที่ 4.4.5 แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านสถานที่

ด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1. สะอาด เป็นระเบียบ	0 (0.00)	0 (0.00)	30 (7.50)	166 (41.50)	204 (51.00)	4.44 (มาก)
2. สะดวกใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	0 (0.00)	6 (1.50)	73 (18.30)	139 (34.80)	182 (45.50)	4.25 (มาก)
3. มีจำนวนที่นั่งเพียงพอสำหรับลูกค้า	0 (0.00)	15 (3.80)	113 (28.30)	165 (41.30)	107 (26.80)	3.91 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านสถานที่= 4.20 (มีความพึงพอใจมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.4.6 ความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ผ่านพนักงานธนาคารโดยพนักงานมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้าโดยตรงลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางในปัจจุบันและง่ายต่อการพบเห็น นอกจากนี้ควรมีการแจ้งลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ่านทางข้อความหรืออีเมลเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และ 3.82 ตามลำดับ โดยมีระดับความพึงพอใจมาก ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.4.6

ตารางที่ 4.4.6 แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1.การประชาสัมพันธ์ผ่านพนักงานธนาคาร	0 (0.00)	3 (0.80)	88 (22.00)	217 (54.30)	92 (23.00)	4.00 (มาก)
2.การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	0 (0.00)	17 (4.30)	128 (32.00)	169 (42.30)	86 (21.50)	3.82 (มาก)
3.การประชาสัมพันธ์จากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ	2 (0.50)	20 (5.00)	117 (29.30)	199 (49.00)	62 (15.50)	3.75 (มาก)
4.การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับหรือป้าย	0 (0.00)	23 (5.80)	125 (31.30)	201 (50.30)	51 (12.80)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านส่งเสริมการตลาด = 3.82 (มีความพึงพอใจมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.4.7 ความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังนี้ ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูงซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและแสดงถึงความเข้มแข็งของธนาคารรองลงมาคือนโยบายของธนาคารมีความชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และ 3.78 ตามลำดับ โดยมีระดับความพึงพอใจมาก ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.4.7

ตารางที่ 4.4.7 แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1.ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง	0 (0.00)	4 (1.00)	133 (33.30)	197 (49.30)	66 (16.50)	3.81 (มาก)
2.นโยบายของธนาคารมีความชัดเจน	0 (0.00)	4 (1.00)	145 (36.30)	187 (46.80)	64 (16.00)	3.78 (มาก)
3.วิสัยทัศน์ของผู้นำ	0 (0.00)	17 (4.30)	147 (36.80)	159 (39.80)	77 (19.30)	3.73 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านส่งเสริมการตลาด = 3.77 (มีความพึงพอใจมาก)						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

สรุปภาพรวมของความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน ของกลุ่มลูกค้าดังต่อไปนี้ ความพึงพอใจด้านบุคลากรเป็นอันดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 มีระดับความพึงพอใจมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการที่พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทที่ดี และมีความเป็นกันเองกับลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความอุ่นใจ นอกจากนี้พนักงานยังเข้าถึงลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวก เช่น การนำผลิตภัณฑ์ไปเสนอลูกค้า หรือเมื่อลูกค้าลืมสมุดบัญชีพนักงานสามารถนำไปคืนให้ลูกค้าได้ซึ่งทำให้ลูกค้าไม่จำเป็นต้องเดินทางมารับเอง ซึ่งในข้อนี้สามารถแสดงถึงความเชื่อใจกันระหว่างลูกค้ากับพนักงาน อันดับที่ 2 เป็นความพึงพอใจด้านสถานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เนื่องจากการที่ธนาคารอยู่ในบริเวณที่ใกล้ตลาด โรงเรียน และสถานที่ราชการต่างๆ ย่อมเป็นผลทำให้ลูกค้าเดินทางมาใช้บริการได้ง่าย แต่อย่างไรก็ดีสถานที่จอดรถก็ยังไม่เพียงพอสำหรับลูกค้าดังนั้นลูกค้าส่วนใหญ่จึงมีความต้องการในการเพิ่มที่จอดรถเพิ่มขึ้น ซึ่งถ้าหากธนาคารเพิ่มสถานที่จอดรถได้ก็อาจจะส่งผลมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเพิ่ม อันดับที่ 3 เป็นความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 มีระดับความพอใจมาก เป็น

ผลเนื่องมาจากกการควบรวมกิจการของธนาคารทำให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายมากขึ้น และสอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง อีกทั้งเรื่องการคุ้มครองเงินฝากซึ่งเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า อันดับที่ 4 เป็นความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 มีระดับความพึงพอใจมาก อันดับที่ 5 เป็นความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 มีระดับความพึงพอใจมาก อันดับที่ 6 เป็นความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 มีระดับความพึงพอใจมาก และ อันดับที่ 7 เป็นความพึงพอใจด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 มีระดับความพึงพอใจมากแต่อยู่ในอันดับสุดท้ายของรายการซึ่งอาจเป็นผลมาจากกระบวนการให้บริการอาจมีความล่าช้า เนื่องจากการควบรวมกิจการนั้นทำให้ขั้นตอนบางอย่างมีมากขึ้นและทำให้เกิดความล่าช้าได้ซึ่งในส่วนนี้ธนาคารควรพิจารณาเรื่องการจัดลำดับกระบวนการบริการให้มีความสะดวกไม่ซับซ้อน ดังแสดงที่ตาราง 4.4.8

ตารางที่ 4.4.8 แสดงภาพรวมของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านต่างๆของลูกค้าที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับความพึงพอใจ
1.ด้านบุคลากร	4.26	มาก	1
2.ด้านสถานที่ให้บริการ	4.20	มาก	2
3.ด้านผลิตภัณฑ์	3.84	มาก	3
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	3.82	มาก	4
5.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.77	มาก	5
6.ด้านราคา	3.65	มาก	6
7. ด้านกระบวนการ	3.62	มาก	7

ที่มา : จากการคำนวณ

4.5 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

4.5.1 เพศ

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจด้านต่างๆ ทั้ง 7 ด้าน พบว่า ไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ นอกจากนี้เพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจด้านราคา และเพศไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจในด้านที่เหลือ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านราคาคำนวณค่าไคสแควร์ $\chi^2 = 12.700$ โดยมีระดับนัยสำคัญ = 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นเพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา หมายความว่า เมื่อเพศของกลุ่มตัวอย่างต่างกัน ความพึงพอใจด้านราคาก็จะต่างกันด้วย ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.5.1

ตารางที่ 4.5.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความพึงพอใจด้านต่างๆ

ส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ	เพศ		χ^2
		ชาย	หญิง	
1.ด้านราคา	น้อย	2	13	$\chi^2 = 12.700$ Sig = 0.005 Error = 0.0%
	ปานกลาง	44	115	
	มาก	79	111	
	มากที่สุด	17	19	

ที่มา : จากการศึกษา

4.5.2 อายุ

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจด้านต่างๆ ทั้ง 7 ด้าน พบว่าอายุมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจด้านบุคลากร นอกจากนี้อายุไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด และไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจด้านที่เหลือ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านบุคลากร คำนวณค่าไคสแควร์ $\chi^2 = 39.091$ โดยมีระดับนัยสำคัญ = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นอายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากร หมายความว่าเมื่ออายุของกลุ่มตัวอย่างต่างกัน ความพึงพอใจด้านบุคลากรก็จะต่างกันด้วย ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.5.2

ตารางที่ 4.5.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจด้านต่างๆ

ส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความพอใจ	อายุ				χ^2
		ต่ำกว่า 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
1.ด้านบุคลากร	ปานกลาง	24	5	4	13	$\chi^2 = 39.091$ Sig = 0.000 Error = 5.60%
	มาก	36	33	32	74	
	มากที่สุด	38	33	26	82	

ที่มา : จากการศึกษา

4.5.3 รายได้ต่อเดือน

ผลการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจด้านต่างๆ ทั้ง 7 ด้านพบว่ารายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจด้านบุคลากร และด้านสถานที่ให้บริการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านบุคลากร จำนวนค่าไคสแควร์ $\chi^2 = 24.336$ โดยมีระดับนัยสำคัญ = 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากร หมายความว่าเมื่อรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างต่างกัน ความพึงพอใจด้านบุคลากรก็จะต่างกันด้วย

2. ด้านสถานที่ให้บริการ จำนวนค่าไคสแควร์ $\chi^2 = 39.668$ โดยมีระดับนัยสำคัญ = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านสถานที่ให้บริการ หมายความว่าเมื่อรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างต่างกัน ความพึงพอใจด้านสถานที่ให้บริการก็จะต่างกันด้วย ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.5.3

ตารางที่ 4.5.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับระดับความพึงพอใจด้านต่างๆ

ส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ	รายได้			χ^2
		น้อยกว่า 20,000 บาท	20,001 – 40,000 บาท	40,001 บาทขึ้นไป	
1.ด้านบุคลากร	ปานกลาง	18	20	8	$\chi^2 = 24.336$ Sig = 0.007 Error = 0.00%
	มาก	74	57	34	
	มากที่สุด	71	54	54	
2.ด้านสถานที่	ปานกลาง	15	20	18	$\chi^2 = 39.668$ Sig = 0.000 Error = 0.00%
	มาก	86	66	37	
	มากที่สุด	82	45	41	

ที่มา : จากการศึกษา

4.6 ผลการศึกษาโดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ผลการศึกษาโดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit ประกอบด้วยผลการศึกษา 7 ส่วน ส่วนที่ 1 คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนที่ 2 คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านราคา ส่วนที่ 3 คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ ส่วนที่ 4 คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร ส่วนที่ 5 คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสถานที่ ส่วนที่ 6 คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด และส่วนที่ 7 คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยการใช้ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีระดับนัยสำคัญน้อยกว่า 0.1 (Sig) ผลการศึกษาแสดงดังต่อไปนี้

4.6.1 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลมีระดับนัยสำคัญต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) อายุ 2) การศึกษา 3) อาชีพ คือ นักเรียน/นักศึกษา ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้มีระดับนัยสำคัญที่ 0.1 นอกจากนี้หากพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หรือตัวแปรเชิงบวก ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ คือ นักเรียน/นักศึกษา เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ มีค่าเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบบั้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์สูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ หรือตัวแปรเชิงลบ ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ได้แก่ เจ้าของธุรกิจ/กิจการ และรับจ้างทั่วไป ซึ่งสามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบได้ว่า เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาและปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ได้แก่ เจ้าของธุรกิจ/กิจการ และรับจ้างทั่วไป เพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.6.1

ตารางที่ 4.6.1 แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	Coefficient	Std. Err.	Z	P> Z
เพศ	-0.0187608	0.1284838	-0.15	0.884
อายุ	0.1692776*	0.04966	3.41	0.001
การศึกษา	-0.0781524*	0.029436	-2.65	0.008
โสด	0.3418608	0.6639277	0.51	0.607
สมรส	0.079652	0.6614381	0.12	0.904
หย่าร้าง	0.3370863	0.7275291	0.46	0.643
รับราชการ/ลูกจ้างพนักงาน/ในหน่วยราชการ	0.2088119	0.3164728	0.66	0.509
เจ้าของธุรกิจ/กิจการ	-0.5184923*	0.031703	1.81	0.070
พนักงานบริษัทเอกชน	-0.508261	0.327091	-1.55	0.120
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-0.8075583	0.6393839	-1.26	0.207
รับจ้างทั่วไป	-0.7051777*	0.4024984	-1.75	0.080
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	-0.3179094	0.340327	-0.93	0.350
นักเรียน/นักศึกษา	0.8706975*	0.4034378	2.16	0.031
Number of obs		400		
LR chi2(14)		66.06		
Prob> chi2		0.0000		
Log likelihood		-379.04637		
Pseudo R-squared		0.0802		

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

4.6.2 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการศึกษาประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ในส่วนของการพิจารณาผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) จะพิจารณาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อมีค่าปัจจัยส่วนบุคคล เปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

เมื่อ $Y_1 = 1$ ไม่มีปัจจัยส่วนบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์
 $Y_1 = 2$ ไม่มีระดับนัยสำคัญ
 $Y_1 = 3$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านอายุ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ได้แก่ เจ้าของธุรกิจ/กิจการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_1=3$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ลดลงร้อยละ 0.015994
2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1984943
3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพเจ้าของธุรกิจ/กิจการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5869378
4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.40769
5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ลดลงร้อยละ 1.1218215

$Y_1=4$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_1=4$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.095832

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ลดลงร้อยละ 0.0420799

3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพเจ้าของธุรกิจ/กิจการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3762251

$Y_1 = 5$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ได้แก่ เจ้าของธุรกิจ/กิจการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_1 = 5$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.384354

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ลดลงร้อยละ 0.1632414

3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพเจ้าของธุรกิจ/กิจการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ลดลงร้อยละ 1.2721994

4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ลดลงร้อยละ 1.2995177

5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ลดลงร้อยละ 0.760921 ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.6.2

ตารางที่ 4.6.2 แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนบุคคล	$\frac{\partial \Pr(Y_1 = 2)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_1 = 3)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_1 = 4)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_1 = 5)}{\partial x_i^j}$
อายุ	-0.0015994 (0.159)	-0.04650246* (0.000)	0.0095832* (0.035)	0.0384354* (0.000)
การศึกษา	0.0006827 (0.194)	0.0198494* (0.021)	-0.00420799* (0.085)	-0.01632414* (0.021)
เจ้าของธุรกิจ/กิจการ	0.00614866 (0.156)	0.15869378* (0.000)	0.03762251* (0.023)	-0.12721994* (0.000)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.02288624 (0.280)	0.240796* (0.014)	-0.12907058 (0.103)	-0.12995177* (0.000)
นักเรียน/นักศึกษา	-0.0052918 (0.168)	0.11218215* (0.119)	-0.04138186 (0.380)	-0.0760921* (0.060)

ที่มา : จากการศึกษา

4.6.3 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านราคา โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านราคา โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลมีระดับนัยสำคัญต่อความพึงพอใจด้านราคา ได้แก่ 1) การศึกษา 2) อาชีพ ได้แก่ รับจ้างทั่วไป พ่อบ้าน/แม่บ้าน 3) รายได้ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้มีระดับนัยสำคัญที่ 0.1 นอกจากนี้หากพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หรือตัวแปรเชิงบวก ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ ซึ่งเมื่อปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ มีค่าเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อให้ระดับความพึงพอใจด้านราคาสูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ หรือตัวแปรเชิงลบ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา และ อาชีพ ได้แก่ รับจ้างทั่วไป พ่อบ้าน/แม่บ้าน ซึ่งสามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบได้ว่า เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้เพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับความพึงพอใจด้านราคา ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.6.3

ตารางที่ 4.6.3 แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านราคา โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านราคา	Coefficient	Std. Err.	z	P> Z
เพศ	0.0508585	0.125129	0.41	0.684
อายุ	-0.0673966	0.0478531	-1.41	0.159
การศึกษา	-0.1002827*	0.0282781	-3.85	0.000
โสด	-0.2679717	0.652744	-0.41	0.681
สมรส	-0.3514001	0.6507205	-0.54	0.589
หย่าร้าง	0.0522686	0.7128972	0.07	0.942
รับราชการ/ลูกจ้างพนักงาน/ในหน่วยราชการ				
ราชการ	-0.0238414	0.3067764	-0.08	-0.08
เจ้าของธุรกิจ/กิจการ	-0.4459837	0.2787166	1.60	0.110
พนักงานบริษัทเอกชน	-0.398874	0.3174614	1.26	0.209
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.4528174	0.618956	0.73	0.464
รับจ้างทั่วไป	-0.6876206*	0.3908905	-1.76	0.079
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	-0.646781*	0.3240362	-2.00	0.046
นักเรียน/นักศึกษา	-0.5706223	0.3812227	1.50	0.134
รายได้	0.00000743*	0.00000399	1.86	0.063
Number of obs	400			
LR chi2(14)	25.64			
Prob> chi2	0.0905			
Log likelihood	-411.24898			
Pseudo R-squared	0.0302			

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

4.6.4 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านราคา

ในส่วนของการพิจารณาผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) จะพิจารณาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านราคาเมื่อมีค่าปัจจัยส่วนบุคคลเปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจด้านราคา โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

เมื่อ $Y_2 = 1$ ไม่มีปัจจัยส่วนบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านราคา

$Y_2 = 2$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านราคา ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_2 = 2$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านราคาลดลงร้อยละ 0.000004948

$Y_2 = 3$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านราคา ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_2 = 3$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2257879

$Y_2 = 4$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านราคา ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_2 = 4$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านราคาลดลงร้อยละ 0.1674758

$Y_2 = 5$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านราคา ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_2 = 5$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านราคาลดลงร้อยละ 0.1124422

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้าน
ราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.000001028 ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.6.4



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.6.4 แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษาปัจจัย
ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านราคา

ปัจจัยส่วนบุคคล	$\frac{\partial \Pr(Y_2 = 2)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_2 = 3)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_2 = 4)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_2 = 5)}{\partial x_i^j}$
การศึกษา	0.00541302* (0.120)	0.02257879* (0.006)	-0.01674758* (0.007)	-0.01124422* (0.006)
รับจ้างทั่วไป	0.01633887 (0.542)	0.05697309 (0.464)	-0.0472873 (0.509)	-0.02602466 (0.424)
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0.01627166 (0.401)	-0.05775876 (0.317)	-0.04740947 (0.368)	-0.02662095 (0.285)
รายได้	-0.0000004948* (0.089)	-0.000002064* (0.077)	0.00000151* (0.008)	0.000001028* (0.078)

ที่มา : จากการศึกษา

4.6.5 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ โดยวิธี Ordered Probit ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลมีระดับนัยสำคัญต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ ได้แก่ 1) เพศ 2) ด้านการศึกษา 3) สถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส และหย่าร้าง 3) อาชีพ ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้มีระดับนัยสำคัญที่ 0.1 นอกจากนี้หากพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หรือตัวแปรเชิงบวก ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส หย่าร้าง เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ มีค่าเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการสูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ หรือตัวแปรเชิงลบ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ การศึกษา และ อาชีพ ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งสามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบได้ว่า เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและการศึกษาเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.6.5

ตารางที่ 4.6.5 แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ	Coefficient	Std. Err.	Z	P> Z
เพศ	-0.2624449*	0.1255286	-2.09	0.037
อายุ	0.0912896	0.0475794	1.92	0.055
การศึกษา	-0.0665529*	0.0282271	-2.36	0.018
โสด	1.752606*	0.6135567	2.86	0.004
สมรส	1.410929*	0.6097741	2.31	0.021
หย่าร้าง	1.461653*	0.6708851	2.18	0.029
รับราชการ/ลูกจ้างพนักงาน/ในหน่วยราชการ	0.7094988	0.3058041	2.32	0.020
เจ้าของธุรกิจ/กิจการ	-0.1978832	0.2738907	-0.72	0.470
พนักงานบริษัทเอกชน	-0.5526196*	0.311931	-1.77	0.076
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.3173221	0.6073619	0.52	0.601
รับจ้างทั่วไป	-0.105958	0.3833975	-0.28	0.728
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0.0816203	0.3265106	0.25	0.803
นักเรียน/นักศึกษา	0.3216363	0.382024	0.84	0.400
รายได้	0.000000164	0.0000039	0.04	0.967
Number of obs	400			
LR chi2(14)	61.92			
Prob> chi2	0.0000			
Log likelihood	-461.90017			
Pseudo R-squared	0.0628			

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : * มีระดับนัยสำคัญที่ 0.1

4.6.6 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ

ในส่วนของการพิจารณาผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) จะพิจารณาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการเมื่อมีค่าปัจจัยส่วนบุคคลเปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการโดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

เมื่อ $Y_3 = 1$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส โสด 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_3 = 1$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 0.0493565
2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 0.8476434
3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (หย่าร้าง) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 0.2130855
4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 0.04385915

$Y_3 = 2$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ได้แก่ 1) 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส โสด สมรส หย่าร้าง 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_3 = 2$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 0.0524552
2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 0.7490504
3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 0.6798194

4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (หย่าร้าง) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 0.2823234

5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3801053

$Y_3 = 3$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส โสด สมรส หย่าร้าง 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_3 = 1$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 0.2727584

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 3.5557391

3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านด้านสถานภาพการสมรส (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 1 หน่วย ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 2.9576982

4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (หย่าร้าง) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 2.4269494

5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4336528

$Y_3 = 4$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส sหย่าร้าง 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_3 = 2$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.098739

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.055402

3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1589909

4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (หย่าร้าง) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 1.3606407

5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 0.9788905

$Y_3 =$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านราคาได้แก่

1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส หย่าร้าง

3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_3 = 5$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2758311

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5468927

3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2564426

4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (หย่าร้าง) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2829991

5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการลดลงร้อยละ 1.27345910.9788905 ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.6.6

ตารางที่ 4.6.6 แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษาปัจจัย
ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ

ปัจจัยส่วนบุคคล	$\frac{\partial \Pr(Y_3 = 1)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_3 = 2)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_3 = 3)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_3 = 4)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_3 = 5)}{\partial x_i^j}$
เพศ	0.00646974 (0.242)	0.0069677 (0. 242)	-0.0371751 (0.238)	-0.01228058 (0.215)	-0.03833196 (0.246)
อายุ	-0.00493565* (0.044)	-0.00524552* (0.036)	-0.02727584* (0.014)	0.0098739* (0.035)	0.02758311* (0.014)
การศึกษา	0.00104276 (0.401)	0.00110822 (0.401)	0.00576258 (0.390)	-0.00208606 (0.401)	-0.0058275 (0.390)
โสด	-0.08476434* (0.064)	-0.07490504* (0.024)	-0.35557391* (0.000)	0.06055402* (0.054)	0.45468927* (0.007)
สมรส	-0.07779159 (0.142)	-0.06798194* (0.075)	-0.29576982* (0.007)	0.11589909* (0.021)	0.32564426* (0.028)
หย่าร้าง	-0.02130855* (0.004)	-0.02823234* (0.002)	-0.24269494* (0.001)	-0.13606407* (0.043)	0.42829991* (0.089)
พนักงาน บริษัทเอกชน	0.04385915* (0.027)	0.03801053* (0.019)	0.14336528* (0.000)	-0.09788905* (0.012)	-0.12734591* (0.000)

ที่มา : จากการศึกษา

4.6.7 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร ประมาณค่าโดยวิธี Ordered Probit ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลมีระดับนัยสำคัญต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) การศึกษา 4) อาชีพ ได้แก่ รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และนักเรียน/นักศึกษา 6) รายได้ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้มีระดับนัยสำคัญที่ 0.1 นอกจากนี้หากพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หรือตัวแปรเชิงบวก ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ ได้แก่ รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และนักเรียน/นักศึกษา ด้านรายได้ ซึ่งเมื่อปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ มีค่าเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรสูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ หรือตัวแปรเชิงลบ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและการศึกษา ซึ่งสามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบได้ว่า เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและการศึกษาเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับความพึงพอใจด้านบุคลากร ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.6.7

ตารางที่ 4.6.7 แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร	Coefficient	Std. Err.	Z	P> Z
เพศ	-0.4773765*	0.1453351	-3.28	0.001
อายุ	0.2591861*	0.0532936	4.86	0.000
การศึกษา	-0.0757592*	0.0315038	-2.40	0.016
โสด	-0.2272481	0.7208636	-0.32	0.753
สมรส	-0.6187678	0.7185362	-0.86	0.389
หย่าร้าง	0.5814975	0.8124812	0.72	0.474
รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการ	1.78974*	0.3690257	4.85	0.000
เจ้าของธุรกิจ/กิจการ	-.2910143	0.2965529	-0.98	0.326
พนักงานบริษัทเอกชน	1.254007*	0.3468364	3.62	0.000
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.8428065	0.6704068	1.26	0.209
รับจ้างทั่วไป	0.332708	0.4120072	0.81	0.419
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0.4883508	0.3548803	1.38	0.169
นักเรียน/นักศึกษา	1.444013*	0.4194787	3.44	0.001
รายได้	0.0000118*	0.00000441	2.68	0.007
Number of obs	400			
LR chi2(14)	155.75			
Prob> chi2	0.0000			
Log likelihood	-310.21395			
Pseudo R-squared	0.2007			

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญ 0.1

4.6.8 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร

ในส่วนของการพิจารณาผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) จะพิจารณาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรเมื่อมีค่าปัจจัยส่วนบุคคลเปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจด้านบุคลากร โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

- เมื่อ $Y_4 = 1$ ไม่มีปัจจัยส่วนบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านบุคลากร
- $Y_4 = 2$ ไม่มีปัจจัยส่วนบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านบุคลากร
- $Y_4 = 3$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านบุคลากร ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ได้แก่ รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานและนักเรียน/นักศึกษา 4) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_4 = 3$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรลดลงร้อยละ 0.2999203
2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.0717303
3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรลดลงร้อยละ 4.5675134
4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรลดลงร้อยละ 3.5914227
5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรลดลงร้อยละ 3.8698297
6. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.38698297

$Y_4 = 4$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านบุคลากร ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ได้แก่ รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานและนักเรียน/นักศึกษา 4) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_4 = 3$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรลดลงร้อยละ 0.5931621
2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1418634
3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรลดลงร้อยละ 4.5675134
4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรลดลงร้อยละ 3.5914227
5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรลดลงร้อยละ 3.5914227
6. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.38698297

$Y_4 = 5$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านบุคลากร ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ได้แก่ รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานและนักเรียน/นักศึกษา 4) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_4 = 3$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.8930824
2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรลดลงร้อยละ 0.2135937
3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.6436708

4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.49204245
5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6391267
6. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.00003002 ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.6.8

ตารางที่ 4.6.8 แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษาปัจจัย
ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร

ปัจจัยส่วนบุคคล	$\frac{\partial \Pr(Y_4 = 3)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_4 = 4)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_4 = 5)}{\partial x_i^j}$
เพศ	0.03590769 (0.027)	0.07773125 (0.040)	-0.11363894 (0.032)
อายุ	-0.02999203* (0.000)	-0.05931621* (0.000)	0.08930824* (0.000)
การศึกษา	0.00717303* (0.072)	0.01418634* (0.072)	-0.02135937* (0.067)
รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงาน ในหน่วยงานราชการ	-0.10761574* (0.000)	-0.45675134* (0.000)	0.56436708* (0.000)
พนักงานบริษัทเอกชน	-0.09006197* (0.000)	-0.35914227* (0.000)	0.44920424* (0.000)
นักเรียน/นักศึกษา	-0.0769297* (0.000)	-0.38698297* (0.000)	0.46391267* (0.000)
รายได้	-0.000001008* (0.064)	0.000001994* (0.063)	0.000003002* (0.059)

ที่มา : จากการศึกษา

4.6.9 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสถานที่ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสถานที่ที่ประมาณค่าโดยวิธี Ordered Probit ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลมีระดับนัยสำคัญต่อความพึงพอใจด้านสถานที่ ได้แก่ 1) การศึกษา 2) อาชีพ ได้แก่ รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และ นักเรียน/นักศึกษา 3) รายได้ นอกจากนี้หากพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หรือตัวแปรเชิงบวก ได้แก่ ด้านอาชีพ ประกอบด้วย รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการ พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา และรายได้ ซึ่งเมื่อปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ มีค่าเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่สูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ หรือตัวแปรเชิงลบ คือปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา ซึ่งสามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบได้ว่า เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.6.9

ตารางที่ 4.6.9 แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสถานที่โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสถานที่	Coefficient	Std. Err.	Z	P> Z
เพศ	-0.2151619	0.1314125	-1.64	0.102
อายุ	0.036543	0.0499096	0.73	0.464
การศึกษา	-0.0805938*	0.0297519	-2.71	0.007
โสด	-0.3575202	0.7301284	-0.49	0.624
สมรส	-0.6738696	0.7287606	-0.92	0.355
หย่าร้าง	-0.7186219	0.7922617	-0.91	0.364
รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการ	1.126192*	0.3176112	3.55	0.000
เจ้าของธุรกิจ/กิจการ	0.4482282	0.2830673	1.58	0.113
พนักงานบริษัทเอกชน	0.7473125*	0.3247816	2.30	0.021
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.2466139	0.6160358	0.40	0.689
รับจ้างทั่วไป	0.2903327	0.3972022	0.73	0.465
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0.4924094	0.336857	1.46	0.144
นักเรียน/นักศึกษา	1.360437*	0.4067701	3.34	0.001
รายได้	0.00000846*	0.00000414	2.05	0.041
Number of obs	400			
LR chi2(14)	39.78			
Prob> chi2	0.0003			
Log likelihood	-375.69015			
Pseudo R-squared	0.0144			

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญ 0.1

4.6.10 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสถานที่

ในส่วนของการพิจารณาผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) จะพิจารณาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านสถานที่เมื่อมีค่าปัจจัยส่วนบุคคลเปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจด้านสถานที่โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

เมื่อ $Y_5 = 1$ ไม่มีปัจจัยส่วนบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านสถานที่

$Y_5 = 2$ ไม่มีปัจจัยส่วนบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านสถานที่

$Y_5 = 3$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ได้แก่ รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และนักเรียน/นักศึกษา 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_5 = 3$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1568865

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ลดลงร้อยละ 1.0629322

3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ลดลงร้อยละ 0.5931535

4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ลดลงร้อยละ 1.1149526

5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ลดลงร้อยละ 0.00001696

$Y_5 = 4$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ได้แก่ รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และนักเรียน/นักศึกษา 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_5 = 4$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1424447
2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ลดลงร้อยละ 1.7551025
3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ลดลงร้อยละ 0.749502
4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ลดลงร้อยละ 2.4524043
5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ลดลงร้อยละ 0.00001540

$Y_5 = 5$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ได้แก่ รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และนักเรียน/นักศึกษา 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_5 = 4$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ลดลงร้อยละ 0.2993312
2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยงานราชการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8180348
3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3426555
4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5673569
5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.0000326

ตารางที่ 4.6.10 แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษา
ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสถานที่

ปัจจัยส่วนบุคคล	$\frac{\partial \Pr(Y_5 = 3)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_5 = 4)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_5 = 5)}{\partial x_i^j}$
การศึกษา	0.01568865* (0.004)	0.01424447* (0.007)	-0.02993312* (0.004)
รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานใน หน่วยงานราชการ	-0.10629322* (0.000)	-0.17551025* (0.001)	0.28180348* (0.000)
พนักงานบริษัทเอกชน	-0.05931535* (0.019)	-0.0749502* (0.082)	0.13426555* (0.046)
นักเรียน/นักศึกษา	-0.11149526* (0.000)	-0.24524043* (0.002)	0.35673569* (0.000)
รายได้	-0.000001696* (0.025)	-0.000001540* (0.032)	0.00000326* (0.024)

ที่มา : จากการศึกษา

4.6.11 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด ประมาณค่าโดยวิธี Ordered Probit ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลมีระดับนัยสำคัญต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) เพศ 2) การศึกษา 3) สถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส หย่าร้าง 4) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลนี้มีระดับนัยสำคัญที่ 0.1 นอกจากนี้หากพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หรือตัวแปรเชิงบวก คือ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส หย่าร้างและปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการ ซึ่งเมื่อปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ มีค่าเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดสูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ หรือตัวแปรเชิงลบ คือปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและด้านการศึกษา ซึ่งสามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบได้ว่า เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและการศึกษาเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.6.11

ตารางที่ 4.6.11 แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดโดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด	Coefficient	Std. Err.	Z	P> Z
เพศ	-0.2862139*	0.130238	-2.20	0.028
อายุ	-0.0409858	0.0496606	-0.83	0.409
การศึกษา	-0.1107912*	0.0297763	-3.72	0.000
โสด	1.451611*	0.6768835	2.14	0.032
สมรส	1.174715*	0.6737906	1.74	0.081
หย่าร้าง	0.3220335	0.7365105	0.44	0.662
รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการ	0.7688227*	0.3176437	2.42	0.016
เจ้าของธุรกิจ/กิจการ	-0.180457	0.2851642	-0.63	0.527
พนักงานบริษัทเอกชน	0.3543761	0.3260192	1.09	0.277
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.3144523	0.6406821	0.49	0.624
รับจ้างทั่วไป	-0.406423	0.4005189	-1.01	0.310
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0.1462722	0.3382594	0.43	0.665
นักเรียน/นักศึกษา	0.1257356	0.3989752	0.32	0.753
รายได้	0.00000638	0.00000410	1.56	0.120
Number of obs	400			
LR chi2(14)	56.89			
Prob> chi2	0.0000			
Log likelihood	-372.36534			
Pseudo R-squared	0.0303			

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญ 0.1

4.6.12 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด

ในส่วนของการพิจารณาผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) จะพิจารณาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดเมื่อมีค่าปัจจัยส่วนบุคคล เปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดโดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

เมื่อ $Y_6 = 1$ ไม่มีปัจจัยส่วนบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด
 $Y_6 = 2$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้าน

ส่งเสริมการตลาด ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการ

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_6 = 2$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.137266
2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดลดลงร้อยละ 0.2536082
3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดลดลงร้อยละ 0.2068655
4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดลดลงร้อยละ 0.0795028

$Y_6 = 3$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้าน

ส่งเสริมการตลาด ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการ

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_6 = 3$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6316037

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2093276

3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดลดลงร้อยละ 3.1791272

4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรสเพิ่มขึ้น (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดลดลงร้อยละ 2.5106758

5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดลดลงร้อยละ 1.6881665

$Y_6 = 4$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้าน

ส่งเสริมการตลาดได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการ

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_6 = 4$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดลดลงร้อยละ 0.0458616

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2249175

3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6057381

4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดลดลงร้อยละ 0.4347543

$Y_6 = 5$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้าน

ส่งเสริมการตลาดได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการ

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_6 = 3$ สามารถอธิบายได้ว่า

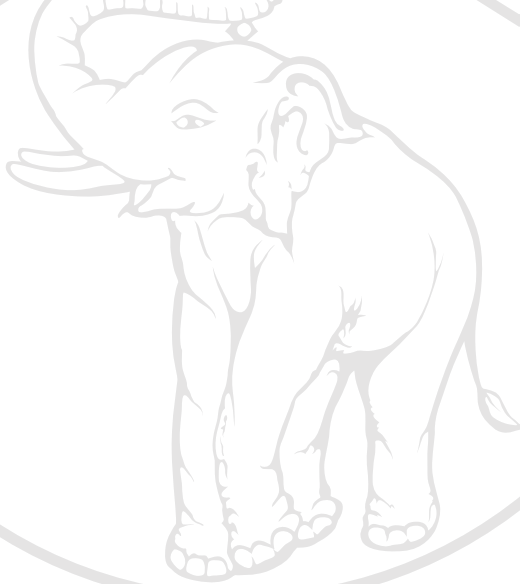
1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดลดลงร้อยละ 0.566024

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดลดลงร้อยละ 0.1771927

3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.207818

4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1118033

5. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.22024236



CHIANG MAI UNIVERSITY 1964

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.6.12 แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษา
ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนบุคคล	$\frac{\partial \Pr(Y_6 = 2)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_6 = 3)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_6 = 4)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_6 = 5)}{\partial x_i^j}$
เพศ	0.00394412 (0.150)	0.06316037* (0.057)	-0.01050209 (0.144)	-0.0566024* (0.073)
การศึกษา	0.00137266* (0.085)	0.02093276* (0.005)	-0.00458616* (0.077)	-0.01771927* (0.005)
โสด	-0.02536082* (0.046)	-0.31791272* (0.000)	0.02249175 (0.453)	0.3207818* (0.000)
สมรส	-0.02068655* (0.008)	-0.25106758* (0.001)	0.06057381* (0.041)	0.21118033* (0.001)
รับราชการ/ลูกจ้าง/ พนักงานในหน่วยราชการ	-0.00795028* (0.051)	-0.16881665* (0.000)	-0.04347543 (0.208)	0.22024236* (0.000)

ที่มา : จากการศึกษา

4.6.13 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ประมาณค่าโดยวิธี Ordered Probit ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลมีระดับนัยสำคัญต่อความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพได้แก่ 1) สถานภาพการสมรส ประกอบด้วย โสด สมรส หย่าร้าง 2) อาชีพ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา 3) รายได้ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้มีระดับนัยสำคัญที่ 0.1 นอกจากนี้หากพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หรือตัวแปรเชิงบวก ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ คือ นักเรียน/นักศึกษา และรายได้ ซึ่งเมื่อปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ มีค่าเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ หรือตัวแปรเชิงลบ คือปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส และหย่าร้าง ซึ่งสามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบได้ว่า เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรสเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.6.13

ตารางที่ 4.6.13 แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	Coefficient	Std. Err.	Z	P> Z
เพศ	-0.1678697	0.1273243	-1.32	0.187
อายุ	0.0549614	0.0486669	1.13	0.259
การศึกษา	-0.0239226	0.0288404	-0.83	0.407
โสด	-1.620408*	0.7742644	-2.09	0.036
สมรส	-1.840547*	0.774393	-2.38	0.017
หย่าร้าง	-1.682906*	0.8322281	-2.02	0.043
รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการ	-0.2847001	0.3082377	-0.92	0.356
เจ้าของธุรกิจ/กิจการ	0.0119065	0.2785637	0.04	0.966
พนักงานบริษัทเอกชน	-0.1249516	0.3183518	-0.39	0.695
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.4318742	0.6155048	0.70	0.483
รับจ้างทั่วไป	0.0521629	0.3923664	0.13	0.894
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	-0.2797281	0.3324276	-0.84	0.400
นักเรียน/นักศึกษา	1.313104*	0.4019265	3.27	0.001
รายได้	0.000000636	0.00000401	0.16	0.847
Number of obs	400			
LR chi2(14)	43.19			
Prob> chi2	0.0001			
Log likelihood	-396.61487			
Pseudo R-squared	0.0516			

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญ 0.1

4.6.14 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ในส่วนของการพิจารณาผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) จะพิจารณาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเมื่อมีค่าปัจจัยส่วนบุคคล เปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

เมื่อ $Y_7 = 1$ ไม่มีปัจจัยส่วนบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

$Y_7 = 2$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษา

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_7 = 2$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพลดลงร้อยละ 0.1012165

$Y_7 = 3$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส หย่าร้าง และปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษา

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_7 = 3$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.49709018

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.1706146

3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (หย่าร้าง) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5332931

4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพลดลงร้อยละ 3.1103462

$Y_7=4$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส หย่าร้าง และปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษา

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_7=3$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพลดลงร้อยละ 2.472981
2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพลดลงร้อยละ 1.8043972
3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (หย่าร้าง) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพลดลงร้อยละ 3.8524215
4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.7751636

$Y_7=5$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส หย่าร้าง และปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษา

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_7=3$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพลดลงร้อยละ 3.2106489
2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพลดลงร้อยละ 3.9535957
3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (หย่าร้าง) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพลดลงร้อยละ 1.4327092
4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9867263 ดังแสดงไว้ตามตารางที่

ตารางที่ 4.6.14 แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษา
ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ปัจจัยส่วนบุคคล	$\frac{\partial \Pr(Y_7 = 2)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_7 = 3)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_7 = 4)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_7 = 5)}{\partial x_i^j}$
โสด	0.07127281 (0.263)	0.49709018 (0.002)*	-0.2472981 (0.004)*	-0.32106489 (0.021)*
สมรส	0.05873782 (0.208)	0.51706146 (0.001)*	-0.18043972 (0.000)*	-0.39535957 (0.023)*
หย่าร้าง	0.17518377 (0.390)	0.35332931 (0.000)*	-0.38524215 (0.013)*	-0.14327092 (0.000)*
นักเรียน/นักศึกษา	-0.01012165 (0.044)*	-0.31103462 (0.000)*	0.07751636 (0.271)	0.39867263 (0.000)*

ที่มา : จากการศึกษา

4.6.15 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านทั้ง 7 ด้านโดยใช้แบบจำลอง

Ordered Probit

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน โดยประมาณค่าโดยวิธี Ordered Probit ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลมีระดับนัยสำคัญต่อความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1) สถานภาพการสมรส ประกอบด้วย โสด สมรส หย่าร้าง 2) อาชีพ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา 3) รายได้ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้มีระดับนัยสำคัญที่ 0.1 นอกจากนี้หากพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หรือตัวแปรเชิงบวก ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ คือ นักเรียน/นักศึกษา และปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ ซึ่งเมื่อปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ มีค่าเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ หรือตัวแปรเชิงลบ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส และหย่าร้าง ซึ่งสามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบได้ว่า เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้สูงขึ้นจะส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.6.15

ตารางที่ 4.6.15 แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านโดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ทั้ง 7 ด้าน	Coefficient	Std. Err.	Z	P> Z
เพศ	-0.1678697	0.1273243	-1.32	0.187
อายุ	0.0549614	0.0486669	1.13	0.259
การศึกษา	-0.0239226	0.0288404	-0.83	0.407
โสด	-1.615697*	0.7724888	-2.09	0.036
สมรส	-1.834515*	0.7725016	-2.37	0.018
หย่าร้าง	-1.676416*	0.8298484	-2.02	0.043
รับราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานในหน่วยราชการ	-0.2847001	0.3082377	-0.92	0.356
เจ้าของธุรกิจ/กิจการ	0.0119065	0.2785637	0.04	0.966
พนักงานบริษัทเอกชน	-0.1249516	0.3183518	-0.39	0.695
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.4318742	0.6155048	0.70	0.483
รับจ้างทั่วไป	0.0521629	0.3923664	0.13	0.894
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	-0.2797281	0.3324276	-0.84	0.400
นักเรียน/นักศึกษา	1.313104*	0.4019265	3.27	0.001
รายได้	0.000000636	0.0000401	0.16	0.874
Number of obs	400			
LR chi2(14)	66.06			
Prob> chi2	0.0000			
Log likelihood	-379.04637			
Pseudo R-squared	0.0802			

4.6.16 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ในส่วนของการพิจารณาผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) จะพิจารณาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านเมื่อมีค่าปัจจัยส่วนบุคคลเปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

เมื่อ $Y_8 = 1$ ไม่มีปัจจัยส่วนบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน

$Y_8 = 2$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษา

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_8 = 2$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1012165

$Y_8 = 3$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส และหย่าร้าง 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษา

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_8 = 3$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9709018

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านทั้ง 7 ด้านเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.1706146

3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (หย่าร้าง) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านทั้ง 7 ด้านเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5332931

4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1103462

$Y_8 = 4$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส และหย่าร้าง

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_8 = 4$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านลดลงร้อยละ 2.472981

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านลดลงร้อยละ 1.8043972

3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (หย่าร้าง) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านลดลงร้อยละ 3.8524215

$Y_8 = 5$ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส และหย่าร้าง 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษา

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่ $Y_8 = 5$ สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (โสด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านร้อยละ 3.2106489

2. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (สมรส) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจด้านทั้ง 7 ด้านลดลงร้อยละ 3.9535957

3. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพการสมรส (หย่าร้าง) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านลดลงร้อยละ 1.4327092

4. เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านลดลงร้อยละ 3.9867263 ดังแสดงไว้ตามตารางที่ 4.6.16

ตารางที่ 4.6.16 แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษา
ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน

ปัจจัยส่วนบุคคล	$\frac{\partial \Pr(Y_8 = 2)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_8 = 3)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_8 = 4)}{\partial x_i^j}$	$\frac{\partial \Pr(Y_8 = 5)}{\partial x_i^j}$
โสด	0.07127281 (0.263)	0.49709018* (0.002)	-0.2472981* (0.003)	-0.32106489* (0.021)
สมรส	0.05873782 (0.208)	0.51706146* (0.001)	-0.18043972* (0.000)	-0.39535957* (0.023)
หย่าร้าง	0.17518377 (0.390)	0.35332931* (0.000)	-0.38524215* (0.013)	-0.14327092* (0.000)
นักเรียน/นักศึกษา	0.01012165* (0.044)	0.31103462* (0.000)	-0.07751636 (0.271)	-0.39867263* (0.000)

ที่มา : จากการศึกษา

4.7 ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา โดยใช้คำถามปลายเปิดเพื่อผู้ใช้บริการสามารถแสดงความคิดเห็นได้ ในส่วนข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นนั้น พบว่า ผู้ใช้บริการจำนวน 7 ราย มีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงในด้านการส่งข้อความยืนยันเมื่อมีการเคลื่อนไหวรายการบัญชี รวมถึงธนาคารควรเพิ่มช่องทางการลงทุนเพื่อเป็นทางเลือกกับกลุ่มลูกค้ามากกว่าที่มีอยู่ เช่น เป็นที่ปรึกษาการลงทุนแก่ลูกค้า แนะนำช่องทางการลงทุน โดยเป็นสื่อกลางกับลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เช่น ตราสารหนี้ หุ้น กองทุน โดยไม่จำกัดว่าต้องอยู่ในเครือธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) รวมถึงมีการแจ้งผลิตภัณฑ์ใหม่แก่ลูกค้าทางแผ่นพับโดยส่งแก่ลูกค้าเป็นประจำทุกเดือน เพื่อลูกค้ารับทราบและสามารถเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้ โดยไม่จำเป็นต้องไปธนาคาร นอกจากนี้ทางธนาคารควรเพิ่มที่จอดรถยนต์เพียงพอเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า

4.8 ข้อมูลของพนักงาน

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของพนักงานธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จำนวน 5 คน เป็นเพศหญิงจำนวน 4 คน เพศชายจำนวน 1 คน โดยมีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 2 คน 41-50 ปี จำนวน 2 คน และ 51-60 ปี จำนวน 1 คน ซึ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีสถานภาพสมรสแล้วทั้ง 5 คน โดยมีภูมิลำเนาเป็นคนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และมีอายุการทำงานระหว่าง 6-10 ปีจำนวน 1 คน และ มากกว่า 20 ปี จำนวน 4 คน โดยพนักงานทั้ง 5 ท่านนี้ เป็นพนักงานเก่ามาจากธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา มีทัศนคติความเห็นเกี่ยวกับการควบรวมกิจการว่าทำให้ธนาคารมีขนาดใหญ่ขึ้นและมีความแข็งแกร่งขึ้น นอกจากนี้ยังทำให้บุคคลทั่วไปรู้จักธนาคารมากขึ้นกว่าเดิม แต่การบริหารงานยังทำให้พนักงานมีความรู้สึกแบ่งแยกกันระหว่างพนักงานเก่าของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) และพนักงานธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) นอกจากนี้จากการควบรวมกิจการทำให้ทางธนาคารมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากขึ้น ส่วนเรื่องของรูปแบบการทำงานพนักงานส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่ารูปแบบการทำงานบางอย่างทำให้เกิดความล่าช้า มีขั้นตอนมากเกินไป อีกทั้งต้องศึกษาข้อมูลและระบบของธนาคารใหม่ซึ่งทำให้การทำงานยากขึ้น และบางสาขามีพนักงานที่ขาดความรู้ความเข้าใจซึ่งส่งผลให้การทำงานเกิดความล่าช้าแต่ทางธนาคารก็มีกฎระเบียบซึ่งทำให้องค์กรมีความผิดพลาดได้เป็นอย่างดี ส่วนเรื่องความพึงพอใจในการทำงาน พนักงานมีความเห็นส่วนใหญ่ว่ารู้สึกเครียดกับเป้าหมายการตลาดที่จะต้องทำให้ได้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved