

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อ(ภาษาไทย)	ง
บทคัดย่อ(ภาษาอังกฤษ)	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฐ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา	8
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	8
1.5 นิยามคำศัพท์	8
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	9
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์	9
2.1.2 ทฤษฎีและตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค	11
2.1.3 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดของฟิลิปคอตเลอร์	14
2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	17
2.1.5 ทฤษฎีการควบกิจการ (Merger & Acquisition)	19
2.2 ทฤษฎีและการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ	19
2.2.1 แบบจำลอง Ordered Probit	19
2.2.2 การตีความหมาย	22
2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	27
3.2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
3.3. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	29
3.4. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	30
3.5 ข้อมูลเบื้องต้นของพนักงาน	31
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	31
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	33
4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	35
4.2.1 ระยะเวลาสูงสุดที่เป็นลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา	35
4.2.2 ความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการ	36
4.2.3 ประเภทของบริการที่ใช้	37
4.2.4 ประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการ	37
4.2.5 จำนวนบัญชีเงินฝากธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)	38
4.2.6 วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ	39
4.2.7 วันที่นิยมมาใช้บริการ	40
4.2.8 ช่วงเวลาที่นิยมมาใช้บริการ	40
4.2.9 แหล่งข้อมูลที่ทราบการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)อยุธยา	41
4.3 ผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคาร นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	42
4.3.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์	42
4.3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านราคา	43
4.3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านกระบวนการ	44
4.3.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านบุคลากร	45
4.3.5 ปัจจัยให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านสถานที่	46

4.3.6	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด	47
4.3.7	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	48
4.4	ผลการศึกษาคความพึงพอใจในการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	50
4.4.1	ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	50
4.4.2	ความพึงพอใจด้านราคา	51
4.4.3	ความพึงพอใจด้านกระบวนการ	52
4.4.4	ความพึงพอใจด้านบุคลากร	53
4.4.5	ความพึงพอใจด้านสถานที่	54
4.4.6	ความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด	55
4.4.7	ความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	56
4.5	ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	58
4.5.1	เพศ	58
4.5.2	อายุ	59
4.5.3	รายได้ต่อเดือน	60
4.6	ผลการศึกษาโดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	61
4.6.1	ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	61
4.6.2	การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผล การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	63
4.6.3	ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านราคาโดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	66
4.6.4	การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านราคา	68

4.6.5 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	71
4.6.6 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ	73
4.6.7 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	79
4.6.8 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร	80
4.6.9 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสถานที่ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	83
4.6.10 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสถานที่	85
4.6.11 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	88
4.6.12 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด	90
4.6.13 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	94
4.6.14 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	96
4.6.15 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านทั้ง 7 ด้าน โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	99
4.6.16 การพิจารณาค่า Marginal effect จากการประมาณค่าของ Ordered Probit Model จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	101

4.7 ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ	104
4.8 ข้อมูลของพนักงาน	104
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1 องค์ความรู้จากวรรณกรรม	105
5.2 สรุปผลการศึกษา	105
5.2.1 สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	105
5.2.2 สรุปผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	105
5.2.3 สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	106
5.2.4 สรุปผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	107
5.2.5 สรุปผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านต่างๆ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	107
5.2.6 ข้อมูลของพนักงาน	108
5.3 ข้อเสนอแนะ	109
5.4 แนวทางงานวิจัยในอนาคต	110
เอกสารอ้างอิง	111
ภาคผนวก	113
ประวัติผู้เขียน	122

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	แสดงจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ต่างๆในภาคกลาง	3
1.2	แสดงเงินฝากและเงินให้สินเชื่อของสาขาธนาคารพาณิชย์ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา จำนวน 89 สาขา ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2554	4
4.1	ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	34
4.2.1	ระยะเวลาสูงสุดที่เป็นลูกค้าธนาคารธนชาติจำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา	36
4.2.2	แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการ ต่อเดือน	53
4.2.3	แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามประเภทของบริการที่ใช้	37
4.2.4	แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามประเภทบัญชีเงินฝาก	38
4.2.5	แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามจำนวนบัญชีเงินฝากธนาคารธน ชาติ จำกัด (มหาชน)	38
4.2.6	แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ	39
4.2.7	แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามวันที่นิยมมาใช้บริการ	40
4.2.8	แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามช่วงเวลาที่ยินยอมมาใช้บริการ	40
4.2.9	แสดงจำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทราบการให้บริการ ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา	41
4.3.1	แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์	42
4.3.2	แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านราคา	43
4.3.3	แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านกระบวนการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการด้านบุคลากร	44
4.3.4	แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ ด้านบุคลากร	45
4.3.5	แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ	46
4.3.6	แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด	47

4.3.7	แสดงระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	48
4.3.8	แสดงภาพรวมของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลของลูกค้า ที่ใช้บริการ	49
4.4.1	แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	50
4.4.2	แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านราคา	51
4.4.3	แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านกระบวนการ	52
4.4.4	แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านบุคลากร	53
4.4.5	แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านสถานที่	54
4.4.6	แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด	55
4.4.7	แสดงระดับและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	56
4.4.8	แสดงภาพรวมของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านต่างๆของลูกค้าที่ใช้ บริการ	57
4.5.1	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความพึงพอใจด้านต่างๆ	58
4.5.2	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจด้านต่างๆ	59
4.5.3	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับระดับความพึงพอใจด้านต่างๆ	60
4.6.1	แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้าน ผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	62
4.6.2	แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	65
4.6.3	แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านราคา โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	67
4.6.4	แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านราคา	70
4.6.5	แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้าน กระบวนการ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	72
4.6.6	แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ	76
4.6.7	แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้าน บุคลากร โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	78

4.6.8	แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร	82
4.6.9	แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสถานที่ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	84
4.6.10	แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสถานที่	87
4.6.11	แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้าน ส่งเสริมการตลาดโดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	89
4.6.12	แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด	93
4.6.13	แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้าน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	95
4.6.14	แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	98
4.6.15	แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit	100
4.6.16	แสดงการพิจารณาค่า Marginal Effect ของ Ordered Probit จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน	103

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
2.2.1 การแจกแจงแบบ Probit	21
2.2.2 การแจกแจงแบบ Ordered Probit	22
3.1 กรอบแนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวง ไทย จำกัด (มหาชน)	28