

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด
อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี

Customer Satisfaction with Credit Services of Tosub Phiboonmangsanhan
Company Limited's in Phibun Mangsahan District, Ubon Ratchathani Province

ธนาบูรณ์ เคารมย์ และ ธรรมวิมล สุขเสริม

Thanarboon Keharom and Thumwimon Sukserm

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

Master of Business Administration Program, Ubon Ratchathani University

Received: February 27, 2018

Revised: April 6, 2018

Accepted: April 9, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการบริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อ บริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี (2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อ บริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้าที่มีประสบการณ์ที่มาใช้บริการสินเชื่อของ บริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 320 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ การทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ปัจจัยการบริการได้แก่ ผลลัพธ์ เจ้าหน้าที่ กระบวนการ และ สถานที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า บริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ (2) ปัจจัยการบริการได้แก่ เจ้าหน้าที่ กระบวนการ และสถานที่ให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า บริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านผลลัพธ์ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า บริษัทโตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด เขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี

คำสำคัญ: ความพึงพอใจผู้ใช้บริการ, บริการสินเชื่อ, บริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด

Abstract

The purposes of this quantitative research were (1) to study the correlation between service factors and customer satisfaction with credit services (2) to study the influence of service factors that affected the customer satisfaction with credit services. The sample group was 320 customers of Tosub Phiboonmangsanhan company limited, who had experienced using credit services of Tosub Phiboonmangsanhan company limited in Phibun Mangsahan district, Ubon Ratchathani province. The

research sampling method was a convenience sampling and the instrument of this study was a questionnaire. The statistics used for hypothesis test consisted of Pearson's correlation analysis and multiple regression analysis. Hypothesis test results showed that (1) service factors, such as products, functionaries, process and service locations, significantly correlated with the customers' satisfaction with credit services of Tosub Phiboonmangsahan company limited in Phibun Mangsahan district, Ubon Ratchathani province at the statistical level of 0.01 (2) all the service factors such as functionaries, process and service locations significantly influenced the customer satisfaction with credit services of Tosub Phiboonmangsahan company limited at the statistical level of 0.01. Additionally, the product had no influence with customers' satisfaction toward credit services of Tosub Phiboonmangsahan company limited in Phibun Mangsahan district, Ubon Ratchathani province.

Keywords: customer satisfaction, credit services, Tosub Phiboonmangsahan company limited



บทนำ

การเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยทำให้ธุรกิจและการลงทุนขยายตัวเป็นอย่างมากโดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งล้วนมีความต้องการเงินลงทุนเพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจและขยายกิจการ ด้วยเหตุนี้การกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินที่เปิดให้บริการอย่างมากมายในปัจจุบันจึงเป็นช่องทางที่นักลงทุนหรือผู้ประกอบการมักเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาได้จากรายงานผลการสำรวจภาวะและแนวโน้มสินเชื่อ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560) พบว่า การใช้บริการสินเชื่อมีการเพิ่มจากไตรมาสก่อนในทุกขนาดธุรกิจ โดยเฉพาะความต้องการสินเชื่อของกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยวัตถุประสงค์หลักในการขอสินเชื่อ คือ ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและเพื่อสะสมสินค้าคงคลัง

สถานการณ์ที่กล่าวมาข้างต้นจึงส่งผลกระทบต่อวงกว้างหลายๆ พื้นที่ รวมถึงจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งจัดว่าเป็น จังหวัดใหญ่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นในหลายๆ อำเภอ เศรษฐกิจของจังหวัดอุบลราชธานีมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2554 โดยมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 28 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product--GDP) ของจังหวัด (วิญญู วีระนนทาเวทย์, 2558) ทั้งนี้ภาวะการณ์เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแผ่กระจายไปยัง

อำเภอต่าง ๆ ด้วย โดยเฉพาะ อำเภอพิบูลมังสาหาร เป็นอำเภอใหญ่อยู่ห่างจากอำเภอเมือง 45 กิโลเมตร ได้รับอิทธิพลทางเศรษฐกิจนี้ด้วย ทำให้มีบริษัทให้บริการสินเชื่อทางการเงินเปิดให้บริการกันจำนวนมาก เพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มประชากรที่ต้องการใช้บริการสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ของรัฐ ซึ่งมีความรวดเร็ว เงื่อนไขการให้บริการน้อย โดยในพื้นที่อำเภอนี้ มีสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ของรัฐแห่งหนึ่งเป็นที่นิยมของลูกค้ามาใช้บริการนั้นคือ บริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด

ปัจจุบันการแข่งขันในการให้บริการสินเชื่อของแต่ละสถาบันการเงินที่รุนแรง จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจและความต้องการเงินลงทุนของนักลงทุนทำให้แต่ละสถาบันการเงินต่างสร้างความแตกต่างและความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเนื่องจากความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกของบุคคลอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลงานที่รับรู้จากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของบุคคลนั้นๆ (Kotler, 1997) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายทางการตลาดเป็นส่วนที่สำคัญที่ทุกธุรกิจให้บริการจะต้องบรรลุให้ได้ เนื่องจากความพึงพอใจนำมาซึ่งการใช้บริการซ้ำ ความจงรักภักดี และการแนะนำความพึงพอใจนั้นให้ผู้อื่นทราบต่อไป ในปัจจุบัน บริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร

จำกัด ได้เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2553 ให้บริการด้านสินเชื่อครอบคลุมพื้นที่ 6 อำเภอ ใน จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ อำเภอสว่างวีระวงศ์ อำเภอ พิบูลมังสาหาร อำเภอตาลสุม อำเภอศรีเมืองใหม่ อำเภอ โขงเจียม และอำเภอสรินทร กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจขนาดกลาง กลุ่มธุรกิจขนาดย่อม และ ประชาชนทั่วไป เพื่อปรับปรุงการให้บริการด้านสินเชื่อ บริษัทมีนโยบายในการเพิ่มยอดของผู้มาใช้บริการสินเชื่อ เพื่อให้สอดคล้องกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจและเพื่อ รองรับความต้องการของนักลงทุนที่ต้องการใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินที่สะดวกรวดเร็ว ผู้ศึกษาจึงทำการ ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า บริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัด อุบลราชธานี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและส่งผลต่อการเพิ่ม ยอดของผู้มาใช้บริการ ตลอดจนสร้างความพึงพอใจในการ ให้บริการสินเชื่อของผู้มาใช้บริการต่อไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การศึกษาความพึงพอใจ ของผู้ให้บริการสินเชื่อจากบริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด ที่ให้บริการด้านสินเชื่อเป็นสิ่งที่จำเป็น ทำให้เห็นถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า จึงเป็นที่มาของ ความสนใจของผู้วิจัยที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้ บริการด้านสินเชื่อ กรณีศึกษาบริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี โดย ทำการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของบริษัทฯ และศึกษา ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการบริการกับความพึงพอใจ ของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อของบริษัทฯ นอกจากนี้ยัง ทำการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านบริการที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อของ บริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด เพื่อนำไปใช้ในการวางแผน การปรับปรุงการให้บริการด้านสินเชื่อของบริษัทฯ ให้ตรง ตามความพึงพอใจของลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการ บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อ บริษัท โตทรัพย์พิบูลมังสาหาร จำกัด อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัด

อุบลราชธานี

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยบริการที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อ บริษัท โตทรัพย์ พิบูลมังสาหาร จำกัด อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัด อุบลราชธานี

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ Kotler & Armstrong (2002) พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่ง จูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการ ที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละ คนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการ ทางชีววิทยา (biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความ ต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความ ต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการ ส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วง เวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด

Kenrick, Grisevicius, Neuberg & Schaller (2010) ได้ทำการปรับปรุง Pyramid of requirements ของ Maslow ใหม่ให้ทันสมัยกับพฤติกรรมมนุษย์และความ ต้องการที่เปลี่ยนไปโดยได้จัดเรียงความต้องการของมนุษย์ จากล่างสุดจนถึงบนสุดไว้ดังนี้ ความต้องการที่ต้องการการ ตอบสนองทันที ความต้องการปกป้องตนเอง ความเกี่ยวข้อง การได้รับความยอมรับนับถือ ความสัมพันธ์ การดำรงเผ่า พันธุ์ และการดูแลผู้อื่น

DePoy & Gilson, (2012) แสดงภาพพีระมิดลำดับ 8 ชั้นของความต้องการ (Maslow's hierarchy of needs pyramid) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเสริมคุณค่าความเป็น มนุษย์ ดังนี้ 1 ความต้องการทางร่างกาย 2 ความต้องการ ความปลอดภัย 3 ความต้องการความรักและการยอมรับ 4 ความต้องการนับถือตนเองและได้รับการเคารพจากผู้อื่น 5 ความต้องการรู้และเข้าใจตนเอง 6 ความต้องเข้าถึงสุนทรียะความดีงามของชีวิต 7 ความต้องเข้าถึงศักยภาพแห่งตน

และ 8 ความต้องเป็นบุคคลที่ยอดเยี่ยมในการอุทิศตนเพื่อมวลมนุษยชาติ

ดังนั้น สรุปได้ว่าความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการจะเกิดความรู้สึกที่เป็นสุข เป็นความรู้สึกในเชิงบวก และความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้น ต่อไป

Zeithamal, Parasuraman & Berry (1990) กล่าวถึง การวัดระดับการรับรู้ถึงการบริการลูกค้า ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. สิ่งสัมผัสได้ ซึ่งเป็นรูปลักษณะภายนอก เครื่องมือ ตัวบุคคล และอุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร
2. ความเชื่อถือไว้วางใจในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ
3. การตอบสนองต่อลูกค้าด้วยความเต็มใจและพร้อมให้บริการอย่างทั่วถึงและรวดเร็วเสมอ
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการด้วยความสุภาพและให้ความมั่นใจกับลูกค้าได้
5. การดูแลเอาใจใส่และเข้าใจลูกค้า ผู้ให้บริการจะต้องรู้จักลูกค้าสามารถให้บริการตามความต้องการที่ต่างกันของผู้รับบริการ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ประยุกต์การวัดระดับคุณภาพบริการ โดยเลือกใช้ตัวชี้วัดเพียง 4 ด้าน ส่วนสิ่งที่สัมผัสได้ ผู้ศึกษาได้นำไปกำหนดเป็นสิ่งที่กระตุ้นเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจ ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทฯ โดยตัวชี้วัดทั้ง 4 ด้านประกอบด้วย

1. ความเชื่อถือได้ คือ ความสามารถที่จะให้บริการตามหลักความถูกต้อง
2. ความสามารถตอบสนอง คือ ความตั้งใจที่จะดูแลและบริการอย่างรวดเร็ว

3. ความเชื่อมั่น คือ การให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ความสามารถในการส่งมอบความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ

4. การดูแลเอาใจใส่และเข้าใจลูกค้า ผู้ให้บริการจะต้องรู้จักลูกค้าสามารถให้บริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวถึง ได้กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) การพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ จะต้องพิจารณาถึงขอบเขตของ บริการคุณภาพของบริการ ระดับขั้นของบริการ ราคาสินค้า สายการบริการ การรับประกันและการบริการหลังการขาย
2. ราคา (price) การพิจารณาด้านราคา จะต้องรวมถึงระดับราคา เนื่องจากราคามีส่วนในการทำให้บริการต่างๆ มีความแตกต่างกัน และมีผลต่อผู้บริโภคในการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการบริการ โดยเทียบระหว่างราคาและคุณภาพของบริการ
3. การจัดจำหน่าย (place) ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความง่ายในการเข้าถึง เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของการตลาดบริการทั้งนี้ความง่ายในการเข้าถึงบริการนั้นมีใช้แต่เฉพาะการเน้นทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการติดต่อสื่อสาร
4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) การส่งเสริมการตลาดรวบรวมวิธีการที่หลากหลาย ของการสื่อสารกับตลาดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา กิจกรรมการขาย โดยบุคคล กิจกรรม ส่งเสริมการขายและรูปแบบอื่น ทั้งทางตรงสู่สาธารณะและทางอ้อมผ่านสื่อ
5. บุคคล (people) บทบาทของบุคลากร สำหรับธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตบริการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์บริการไปพร้อมๆ กัน ด้วยการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีส่วนจำเป็นอย่างมาก
6. ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) มีธุรกิจบริการจำนวนไม่มากนัก ที่นำลักษณะทางกายภาพ

เข้ามาใช้ในการกำหนด กลยุทธ์การตลาด แม้ว่าลักษณะทางกายภาพจะเป็นส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ารายละเอียดมาก

7. กระบวนการ (process) ในกลุ่มธุรกิจบริการ กระบวนการในการส่งมอบบริการมีความสำคัญเช่นเดียวกับเรื่องทรัพยากรบุคคล แม้ว่าผู้ให้บริการจะมีความสนใจดูแลลูกค้าอย่างดีก็ไม่สามารถแก้ปัญหาลูกค้าได้ทั้งหมด

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการด้านสินเชื่อ โดยพิจารณาจากปัจจัยที่จำเป็น เพื่อให้ธุรกิจบริการด้านสินเชื่อที่มีการแข่งขันกันให้ประสบผลสำเร็จ ในงานวิจัยนี้ ดังนี้

1. ผลลัพธ์ ผู้ศึกษาได้นำมาประยุกต์และเทียบกับการบริการของบริษัทฯ ได้กับผลลัพธ์สินเชื่อ ซึ่งรวมไปถึงราคาค่าธรรมเนียมและอัตราดอกเบี้ยของ บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด

2. บุคคลหรือเจ้าหน้าที่ ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์และเทียบกับการบริการของบริษัทฯ ได้กับเจ้าหน้าที่ผู้ให้

บริการสินเชื่อ ซึ่งรวมไปถึงการส่งเสริมการตลาดโดยเจ้าหน้าที่เป็นผู้เชิญชวนลูกค้าให้กลับมาใช้บริการทุกครั้งหลังได้รับบริการของ บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด

3. กระบวนการ เทียบได้กับกระบวนการให้บริการของบริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด

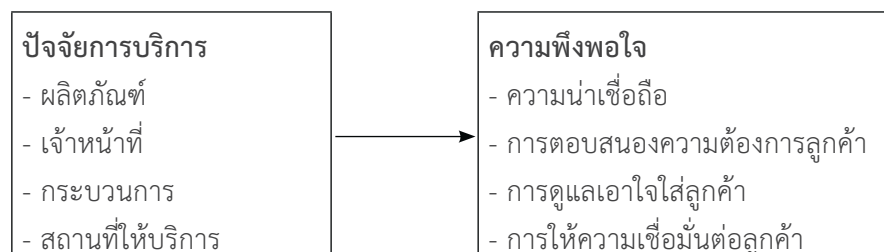
4. สถานที่ให้บริการ ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์และเทียบกับการบริการของบริษัทฯ ได้กับสถานที่ให้บริการของบริษัทฯ และ ลักษณะทางกายภาพความสะอาดเรียบร้อยของบริษัทฯรวมไปถึงป้ายบอกจุดบริการของบริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้า เรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าบริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด กรณีศึกษา เขตพื้นที่ อำเภอพิบูลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี มีกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังภาพประกอบที่1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจใน การใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด อำเภอพิบูลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี

2. ปัจจัยการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าบริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด อำเภอพิบูลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการบริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อ และศึกษาอิทธิพลของปัจจัยบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด อำเภอพิบูลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของบริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด อำเภอบุหลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีจำนวนผู้เข้าใช้บริการ 1,600 คน (จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของบริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด โดยอ้างอิงจากยอดผู้มาใช้บริการเมื่อเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม พ.ศ. 2559) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อที่บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 320 คน ซึ่งได้จากการคำนวณสูตรหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนประชากรแน่นอนของ Taro Yamane (1973) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5%

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้เข้าใช้บริการบริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าบริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยรวมเท่ากับ 0.96 ดังนั้น แบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นเกิน 0.6 จึงถือว่า แบบสอบถามดังกล่าวนี้มีความน่าเชื่อถือได้ (Nunnally, 1978)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้เข้าใช้บริการบริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด อำเภอบุหลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี

ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ใช้วิธีการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย

1. จากผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อ พบว่า ปัจจัยการบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เจ้าหน้าที่ กระบวนการ และสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด ในเขตพื้นที่อำเภอบุหลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยการบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ กระบวนการ และสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า และด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าบริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด อำเภอบุหลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ตามตารางที่ 1

ตาราง 1

ปัจจัยการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินค้าของลูกค้า บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด อำเภอบึงสามพัน จังหวัดอุบลราชธานี

ตัวแปร	Mean	SD	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄
ความพึงพอใจในการใช้บริการ	4.40	0.45	1				
ผลิตภัณฑ์ (X ₁)	4.02	0.52	0.44**	1			
เจ้าหน้าที่ (X ₂)	4.52	0.55	0.58**	0.40**	1		
กระบวนการ (X ₃)	4.38	0.47	0.69**	0.45**	0.60**	1	
สถานที่ให้บริการ (X ₄)	4.20	0.503	0.63**	0.40**	0.44**	0.60**	1

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความปัจจัยการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินค้าของลูกค้า บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด อำเภอบึงสามพัน จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า เจ้าหน้าที่ กระบวนการ และสถานที่ให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจ

ในการใช้บริการสินค้า ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่ในส่วนของผู้ผลิตที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินค้าของลูกค้า บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร อำเภอบึงสามพัน จังหวัดอุบลราชธานี ตามตารางที่ 2

ตาราง 2

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินค้าของลูกค้า บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด อำเภอบึงสามพัน จังหวัดอุบลราชธานี

ตัวแปร	b	SE b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.73	0.18		4.15	0.00**		
ด้านผลิตภัณฑ์	0.07	0.04	0.08	1.88	0.06	.75	1.33
ด้านเจ้าหน้าที่	0.17	0.04	0.20	4.38	0.00**	.61	1.64
ด้านกระบวนการ	0.34	0.05	0.36	6.91	0.00**	.49	2.06
ด้านสถานที่ให้บริการ	0.27	0.04	0.30	6.49	0.00**	.62	1.62

R² = 0.59, Adjusted R² = 0.58, SEE = 0.29, F = 112.89, Sig = 0.00

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การอภิปรายผล

ด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด ในเขตพื้นที่อำเภอบึงสามพัน จังหวัดอุบลราชธานี ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันยา รัตน์ ประภากร (2556) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความ

พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเมืองพล อำเภอบึงสามพัน จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สายฝน วงศ์ยะมะ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ

และแนวทางในการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาภูเวียง อำเภอกุเวียง จังหวัดขอนแก่น ด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับผู้บริโภค เพื่อเพิ่มยอดของผู้มารับบริการทางบริษัท ควรมีการให้บริการสินเชื่อที่มีความหลากหลายเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่มาขอรับบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด ในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับ วรธนพงศ์ เสมียนคิด (2558) ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อของหน่วยงานพัฒนาธุรกิจธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสุรินทร์ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัย กมลวรรณ สงแดง (2558) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากประจำของ ประจำของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาศาลากลางจังหวัดขอนแก่น เนื่องจาก บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด มีรูปแบบการให้บริการเฉพาะสินเชื่อที่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน ในขณะที่งานวิจัยที่นำมาเปรียบเทียบมีความหลากหลายทั้งผลิตภัณฑ์ในรูปแบบการฝากเงินและผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันจึงทำให้งานวิจัยนี้ไม่มีความสอดคล้อง รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มีความแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งอาจจะไม่มีมุมมองหรือความต้องการแตกต่างกันไปจึงทำให้งานวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่นำมาเปรียบเทียบ

ด้านเจ้าหน้าที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด ในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันยารัตน์ ประภาการ (2556) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเมืองพล อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประพันธ์ แถวกระต่าย (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคาร

กสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ ด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ควรมีการให้ความรู้พัฒนาทักษะและอบรมเกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในการบริการ เข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ

ด้านกระบวนการความสัมพันธ์และส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัท โตทรัพย์ พิบูลมั่งสาหาร จำกัด ในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันยารัตน์ ประภาการ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเมืองพล อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น ด้านกระบวนการความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพล แจ่มวิจิษฐ์ (2556) ศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของเกษตรกรลูกค้าธนาคาร ธ.ก.ส. ที่เข้าร่วมโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านกระบวนการความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เนื่องจากกระบวนการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มาใช้บริการ ทางบริษัทควรมีการพัฒนากระบวนการให้บริการ ลดขั้นตอนในการขออนุมัติสินเชื่อหรือเงื่อนไขในการขอรับบริการให้เหมาะสม ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ

ด้านสถานที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ บริษัท โตทรัพย์พิบูลมั่งสาหาร จำกัด ในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันยารัตน์ ประภาการ (2556) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเมืองพล อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น ด้านสถานที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประพันธ์ แถวกระต่าย (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย

สาขาสี่แยกราชวงศ์ ด้านสถานที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยสายฝน วงศ์ยะมะ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและแนวทางในการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาภูเวียง อำเภอกุเวียง จังหวัดขอนแก่น เนื่องจากสถานที่ให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ บริษัทควรให้ความสำคัญกับสถานที่ให้บริการ โดยเฉพาะความปลอดภัยของมาใช้บริการ รวมไปถึงความสะดวกในการเดินทางมายังสถานที่ให้บริการ โดยตั้งอยู่ในพื้นที่แหล่งชุมชนหรือใกล้หน่วยงานราชการ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในกับกระบวนการให้บริการ โดยเน้นย้ำให้พนักงานกล่าวทักทายลูกค้าอย่างสม่ำเสมอทุกครั้งที่คุณลูกค้ามาใช้บริการ ส่วนในเรื่องเอกสารต้องมีการจัดส่งไปยังแผนกที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการอนุมัติโดยเร็วที่สุด มีการแจ้งลำดับการให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อให้ลูกค้าทราบ และทุกครั้งให้บริการลูกค้าเสร็จ ต้องกล่าวขอบคุณและเชิญชวนลูกค้าให้กลับมาใช้บริการรวมทั้ง เน้นย้ำให้พนักงานอธิบายขั้นตอนในการใช้บริการสินเชื่อของบริษัทแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการให้มีความชัดเจน

2. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับสถานที่ให้บริการ โดยบริษัทควรตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่ลูกค้าสามารถพบเห็นได้ง่าย ที่ตั้งอยู่ควรในทำเลที่อยู่ติดถนนเส้นหลัก เพื่อความสะดวกในการเดินทางของลูกค้าที่มาใช้บริการ เน้นย้ำให้พนักงานดูแลทำความสะอาดภายในบริษัทและ

ห้องน้ำให้มีความสะอาดเรียบร้อย มีการติดป้ายหน้าจุดบริการแต่ละแผนกให้มีความชัดเจนเพื่อลูกค้าสามารถเข้ามาติดต่อใช้บริการได้สะดวกขึ้น และสถานที่จอดรถลูกค้าควรมีอย่างเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ

3. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ โดยเน้นย้ำให้เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการต้องแสดงความสนใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส และให้บริการอย่างเป็นกันเอง แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ เจ้าหน้าที่จะต้องแต่งกายให้มีความสุภาพเรียบร้อยโดยสวมชุดเครื่องแบบของบริษัทมาทำงานทุกครั้งรวมทั้ง เน้นย้ำการให้บริการกับลูกค้าต้องมีความสุภาพด้วย

4. ผู้ประกอบการควรพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาหรือลดขั้นตอนในการขออนุมัติสินเชื่อให้น้อยลง เพื่อความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ สัญญากู้ยืมของบริษัทต้องมีความละเอียดชัดเจนเพื่อช่วยให้ลูกค้าที่มาใช้บริการสามารถอ่านแล้วเข้าใจในเอกสารสัญญากู้ยืม ควรมีระยะเวลาผ่อนชำระที่เหมาะสมกับลูกค้า เช่น ระยะเวลาการผ่อนชำระ 6 – 12 เดือน สำหรับการกู้ยืมระยะสั้น และ 12 – 60 เดือน สำหรับเงินกู้ระยะยาว เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ควรคิดอัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละวงเงิน เช่น วงเงินไม่เกิน 100,000 ควรมีการคิดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ 1 - 3 % และวงเงิน 100,000 ขึ้นไปควรคิดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ 3 - 6 % เป็นต้น ควรเพิ่มผลิตภัณฑ์สินเชื่อให้มีความหลากหลายสำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้บริการในรูปแบบสินเชื่อส่วนบุคคล หรือสินเชื่อในรูปแบบของรถยนต์ และการคิดอัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมเงินให้มีความเหมาะสมกับลูกค้าที่เป็นไปตามกฎหมายกำหนด



References

- Bank of Thailand. (2017). *Report of credit condition and trend*. Retrieved from <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/Pages/CreditCondition> (in Thai)
- Jamvijak T. (2013). *Spending behavior of customers, the bank for agriculture and agricultural cooperatives of farmers participating in credit cards: Case study of Wanonniwat branch, Sakonnakhon province*. Master of Business Administration Thesis, Khon Kaen University. (in Thai)
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Praphakarn K. (2013). *The customer satisfaction on the service of Bangkok bank public company limited, Muang Phon district, Khon Kaen province*. Master of Business Administration Thesis, Khon Kaen University. (in Thai)
- Samienkid W. (2015). *Customer Satisfaction on the development of loan service of business development unit, bank for agriculture and agricultural cooperative, Chumpol Buri branch, Surin province*. Master of Business Administration Thesis, Khon Kaen University. (in Thai)
- Sereerat S., et al. (1998). *The business research*. Bangkok: Phetjharatsang (in Thai)
- Songdaeng, K. (2015). *The study of customer satisfaction to service fix deposit, Krungthai bank branches Khon Kaen Cityhall*. Master of Business Administration Thesis, Khon Kaen University. (in Thai)
- Thaeokratai P. (2013). *A customer satisfaction effecting on mix of the services of Kasikorn Bank, Si Yaek Ratchawong branch*. Master of Business Administration Thesis, Sripatum University. (in Thai)
- Weeranunthavate W. (2015). *Ubon Ratchathani's economy indication of world's economy*. Retrieved from <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/Pages/CreditCondition> (in Thai)
- Wongyama S. (2014). *Customer satisfaction and procedural guidance for increasing satisfaction on credit services of the Government Savings Bank, Phu Wiang branch, Phu Wiang district, Khon Kaen province*. Master of Business Administration Thesis, Khon Kaen University. (in Thai)
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Newyork: Harper & Row.

