



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16  
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”  
 วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

การศึกษาปัญหาและแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรวมของลูกค้า  
 ธนาคารออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานี  
 Studying Problems and Ways to Increase the Total Credit Balance of Customers  
 Government Savings Bank in Pathum Thani Province

ศุภนุช ทรัพย์สอน  
 บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการเงิน  
 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
 Email: 2211131604006@live4.utcc.ac.th  
 นงนภัส แก้วพลอย  
 กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
 Email: ajarnying@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานี และเพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานี เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์จำนวน 10 ชุด และแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดจากลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาแนวทางแก้ไขปัญหาใช้ SWOT Analysis และ TOWS Matrix ผลการศึกษาพบว่า (1) ลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานีมีความพึงพอใจในการใช้บริการของอยู่ในระดับมาก (2) กลุ่มอ้างอิงทางตรง จากคำแนะนำจากพนักงานธนาคารและการให้บริการที่ดีของพนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ออยู่ในระดับมาก (3) แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรวม 4 กลยุทธ์เป็นทางเลือกได้แก่กลยุทธ์การสื่อสารแบบสองทาง กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการเงิน และเลือกเพียงกลยุทธ์เดียวเพื่อนำไปสู่แผนปฏิบัติงาน คือ กลยุทธ์การสื่อสารแบบสองทาง เพื่อให้ลูกค้าสามารถทราบผลการพิจารณาในแต่ละขั้นตอนตั้งแต่เริ่มยื่นเอกสาร ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อขั้นตอนจนถึงขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อผ่านช่องทางที่ลูกค้าธนาคารออมสินสะดวก

**คำสำคัญ:** สินเชื่อรวม, การเพิ่มยอดสินเชื่อรวม, การตัดสินใจ

**Abstract**

This section aims to study the reasons that cause the selection of loan services by Government Savings Bank customers in Pathum Thani Province. and for the purpose of researching that your organization chooses to use the loan services of Government Savings Bank customers in Pathum Thani Province. Depending on the quantity of 10 sets and the





การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16  
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”  
วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านาคาการออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านาคาการออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานี

### ขอบเขตการวิจัย

#### 1. ขอบเขตประชากร

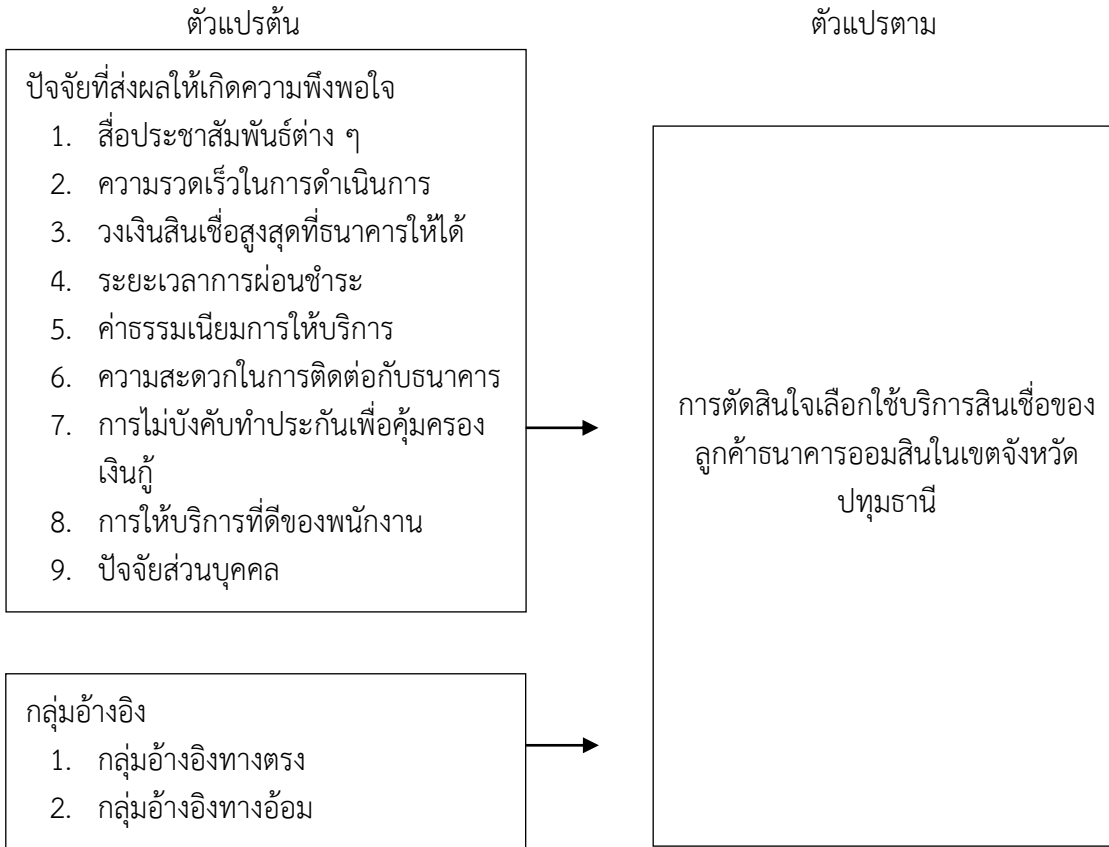
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชากรอายุตั้งแต่ 18 – 65 ปีในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีและเป็นผู้ที่มีงานทำ ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2566 จำนวน 943,377 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดปทุมธานี, 2565)

เกณฑ์ในการสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล โดยการที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาคสนามตามที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน เขตจังหวัดปทุมธานี

#### 2. ขอบเขตตัวแปร

การศึกษานี้ได้ทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจตามแนวคิดของ Millet (2012) ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการอย่างทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า เนื่องจากการที่ผู้ให้บริการได้รับการบริการอย่างเท่าเทียมกัน สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันเวลา อีกทั้งใส่ใจในการบริการ ซึ่งทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดที่มาใช้บริการกับองค์กร รวมถึงการใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจตามแนวคิดของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2553) และแนวคิดของ Kotler (1997 อ้างถึงใน พัสพล เฉลิมบงกช, 2564) การตัดสินใจเป็นการประเมินทางเลือก ซึ่งจะเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการ โดยจะเกิดจากความต้องการการแสวงหาข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ โดยมีกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล ข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ อีกทั้งแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอ้างอิงของ Lanton (2011 อ้างในวรันพร นางาม, 2561) มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ตัวแปรกลุ่มอ้างอิง โดยเลือกกลุ่มอ้างอิงที่ถูกแบ่งตามระดับการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย 4 ด้านคือ กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Group) กลุ่มสังคมออนไลน์ (Social Group) กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม (Indirect Reference Group)

**กรอบแนวคิด**



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

**3. ขอบเขตเวลา**

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ.2566 ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2567

**วิธีการดำเนินการวิจัย**

**1. ระเบียบวิธีวิจัย**

การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตจังหวัดปทุมธานี ได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษา ประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ประชากรและการสุ่มตัวอย่างการรวบรวมข้อมูลเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือระยะเวลาที่ใช้ และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16  
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”  
วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

## 2. ขั้นตอนการวิจัย

2.1 การทบทวนวรรณกรรมและวิจัย : ค้นหางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัญหาและแนวทางการเพิ่มยอดสินค้าของธนาคารออมสิน

2.2 กำหนดปัญหาหรือคำถามของการวิจัย : ปัญหาด้านความพึงพอใจในการบริการสินค้าของธนาคารออมสิน

2.3 กำหนดวัตถุประสงค์งานวิจัย : เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจให้สามารถสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินค้าของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานี

2.4 กำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัย : ปัญหาหลักที่ต้องทำการศึกษาคือ ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น สามารถนำเอางานวิจัยที่มีตัวแปรหรือประชากรใกล้เคียงกับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายของร้านมาอ้างอิงหรือเป็นตัวอย่างในการกำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัยได้

2.5 กำหนดการเก็บข้อมูลงานวิจัย : แหล่งข้อมูลและประชากรที่ต้องการศึกษาคือกลุ่มลูกค้าที่มีสินค้าทั้งหมด โดยใช้การทำแบบสอบถามและแบบสำรวจ

2.6 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูล : นำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติเพื่อตรวจสอบผลการสำรวจ

2.7 การอภิปรายหรือแปลผลการวิจัย : นำเอาผลที่ได้จากการวิเคราะห์มาสรุปเพื่อทำการยืนยัน เช่น กลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการสินค้ามีอายุในช่วง 30 – 40 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการสินค้าเป็นกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทมากถึงร้อยละ 70

2.8 การเสนอแนะผลการวิจัย : กลุ่มเป้าหมายของลูกค้าธนาคารออมสินมีความพึงพอใจที่จะใช้บริการสินค้า

2.9 การเขียนเอกสารอ้างอิง : เขียนที่มาของเอกสารหรืองานวิจัยที่นำมาใช้อ้างอิงร่วม โดยในที่นี้อาจเป็นงานวิจัยที่เคยมีในองค์กรมาก่อน

2.10 การเผยแพร่ผลการวิจัย : ในการทำการวิจัยเพื่อธุรกิจนั้น ขั้นตอนนี้สามารถข้ามไปได้เพราะเป็นข้อมูลทางธุรกิจของธนาคารออมสิน หรืออาจเผยแพร่ในช่องทางเฉพาะกลุ่มบุคคลขึ้นอยู่กับความเหมาะสม

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

### การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณแบบปฐมภูมิ

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเก็บรวบรวมด้วยตนเองผ่านแบบสอบถามออนไลน์จากผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน เขตจังหวัดปทุมธานี จำนวน 20 สาขา ประกอบด้วย สาขานวนนคร, สาขาปทุมธานี, สาขาบึงสีรังสิต 2, สาขารังสิต, สาขาหมู่บ้านเมืองเอก, สาขาตลาดพุนทรัพย์, สาขาที่ยูโดม รังสิต, สาขา ตลาดไท, สาขาตลาดหลุมแก้ว, สาขาสามโคก, สาขาคลอง 10 ธัญบุรี, สาขาเมเจอร์ รังสิต, สาขาลำลูกกา, สาขาโลตัส รังสิตคลอง 7, สาขาสัมมากร เพลส รังสิต คลอง 2, สาขาบึงสี ลำลูกกา 2, สาขาลำไทร, สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต, สาขาบึงสี ลำลูกกา 1 และ สาขาคลองหลวง



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16  
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”  
 วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

โดยหลังจากได้รับข้อมูลแบบสอบถามจึงดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล แล้วจึงนำข้อมูลทั้งหมดไปวิเคราะห์ โดยใช้สถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลมาประมวลผล และนำการวิเคราะห์ที่ได้มาทดสอบกรอบแนวความคิดที่ได้มาจากข้อมูลทฤษฎี

**การเก็บข้อมูลแบบทฤษฎี**

เก็บข้อมูลจากตำรา ทฤษฎี งานวิจัย บทความจากวารสาร และเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจและกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแล้วจึงนำมาสร้างกรอบแนวความคิดทางการวิจัย

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์สถิติด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะจง เพื่อสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง

**ผลการวิจัย**

**ปัจจัยส่วนบุคคล**

ลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 อายุ 30-40 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 สถานภาพโสด จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 74.25 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 และมีรายได้ส่วนตัว 20,001 - 30,000 บาทบาทต่อเดือน จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25

**ระดับความคิดเห็น**

ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานีอยู่ในระดับมาก ขณะที่คำแนะนำจากพนักงานธนาคารและการให้บริการที่ดีของพนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อยุติในระดับมาก สำหรับสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานี คือการให้บริการมีความเสมอภาคและเท่าเทียมกันกับลูกค้าอื่นๆ และความรวดเร็วในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อการขอสินเชื่อ

แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรวม 4 กลยุทธ์เป็นทางเลือกได้แก่กลยุทธ์การสื่อสารแบบสองทาง กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการเงิน และเลือกเพียงกลยุทธ์เดียวเพื่อนำไปสู่แผนปฏิบัติงาน คือ กลยุทธ์การสื่อสารแบบสองทาง เพื่อให้ลูกค้าสามารถทราบผลการพิจารณาในแต่ละขั้นตอนตั้งแต่เริ่มยื่นเอกสาร ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อขั้นตอนจนถึงขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อ ผ่านช่องทางที่ลูกค้าธนาคารออมสินสะดวก

**อภิปรายผล**

จากการศึกษาปัจจัยความพึงพอใจและกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานีพบว่าความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ จันทร์ประสพโชค (2566) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการ และ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16  
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”  
วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

ความพึงพอใจในการให้บริการต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการส่งผลกระทบต่อการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย อีกทั้งงานวิจัยของโสทรญา แก้วกองสี (2565) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้บริการของพนักงานกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารทหารไทยในเขตขอนแก่น พบว่าพนักงานความสามารถในการอธิบายมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผู้บริหารธนาคารทหารไทยโดยมีการอบรมพนักงานให้สามารถยกตัวอย่างข้อดีและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน และงานวิจัย Rajasulochana (2022) ศึกษา Service Quality In SBI: An Assessment Of Customer Satisfaction On E-Banking Services พบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ต่อการใช้ E-Banking Services

กลุ่มอ้างอิงที่มีความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานี มากที่สุด สอดคล้องกับภานิณี ภูเขา (2565) ศึกษา แรงจูงใจ กลุ่มอ้างอิง และบทวิจารณ์ออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง พบว่า กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง และงานวิจัยของ รัชนก พัฒนะกุลกำจร (2564) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และกลุ่มอ้างอิง ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ Non-Franchise ในรูปแบบคาเฟ่ ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี พบว่า กลุ่มอ้างอิง ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ Non Franchise ในรูปแบบคาเฟ่ของผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรี อีกทั้งงานวิจัยของ ศศิ ศิริกาญจนารักษ์ (2565) ศึกษาการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ ร้านเฮือนลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า กลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการร้านเฮือนลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์

### ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารมีการวางแผนการปรับปรุงให้สามารถสร้างความพึงพอใจและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
2. จากการศึกษาพบว่ากลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจคือกลุ่มพนักงานธนาคาร ดังนั้นควรจัดอบรมให้กับพนักงานทราบถึงความแตกต่างของสินเชื่อแต่ละประเภทอย่างชัดเจนเพื่อเป็นข้อมูลที่สำคัญให้กับลูกค้าในการตัดสินใจขอสินเชื่อ
3. จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่การพิจารณาสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ ลูกค้าต้องการทราบผลการพิจารณาเป็นระยะ ๆ ดังนั้นธนาคารออมสินควรปรับปรุงหรือลดขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อและแจ้งผลการพิจารณาหรือความคืบหน้าในการขอสินเชื่อแก่ลูกค้าทราบ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งถัดไป

จากการศึกษาปัญหาและแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรวมของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดปทุมธานี เป็นการศึกษาเฉพาะลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานีเท่านั้น ดังนั้นควรศึกษาเพิ่มเติมกลุ่มตัวอย่างที่ขอ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16  
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”  
วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

.....

สินเชื่อและไม่ผ่านการอนุมัติเพื่อทราบถึงปัญหาของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างชัดเจน พร้อมทั้งกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวและยังช่วยให้ธนาคารออมสินสามารถปล่อยสินเชื่อได้เพิ่มขึ้น รวมถึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ให้บริการของธนาคารออมสิน

### เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). รายงานผลการสำรวจและแนวโน้มสินเชื่อ ไตรมาสที่ 2 ปีที่ 2566. สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 6, 2567, เข้าถึงได้จาก <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/thai-economy/econ-publication/credit-conditions-report/LoanSurvey-TH-2566-Q2.pdf>
- พัสพล เฉลิมบงกช. (2564). การตัดสินใจซื้อของสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เสริมความงามในกลุ่มลูกค้าผู้หญิงที่ซื้อสินค้าออนไลน์กรณีศึกษา Central Online. ปรินญาการจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รัชนก พัฒนะกุลกำจร. (2564). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และกลุ่มอ้างอิง ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ Non-Franchise ในรูปแบบคาเฟ่ ของผู้ประกอบการในจังหวัดนนทบุรี. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร 18(1), 95-115.
- ภาณิณี ภูเขา. (2565). แรงจูงใจ กลุ่มอ้างอิง และบทวิจารณ์ออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ 8(2), 126-142.
- ศิริวรรณ จันทร์ประสพโชค. (2566). อิทธิพลของคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจในการให้บริการต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ (มกราคม-เมษายน 2566) 7( 1), 31 – 44.
- โสธญา แก้วก่องสี. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้บริการของพนักงานกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการของธนาคารทหารไทยในเขตขอนแก่น. วารสารการบัญชีและการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 14( 3), 174 – 184.
- Rajasulochana. (2022). Service Quality In SBI: An Assessment Of Customer Satisfaction On E-Banking Services. Journal of Positive School Psychology 6( 6), 4585 – 4590.