

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับบริการด้านการออมเงินของธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี

ศิริพร แซ่ลิ้ม^{1*} สุพรรณษา คำพูล¹ และ สุประวีณ์ ศิริบุญกุลวัฒนา²

¹นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการเงินและการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

*suphansa.pang1940@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับบริการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี และเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการรับบริการด้านการออมเงินของธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างจากประชากร คือลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าโคสแควร์ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการมีต่อธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรีทั้งหมด 4 ด้านดังนี้ ด้านสถานที่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) ด้านการใช้บริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) ด้านผลิตภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) และด้านพนักงานมีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) ในส่วนของพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้บริการกับธนาคารออมสินเป็นระยะเวลา 3 – 6 เดือน ความถี่ในการใช้บริการ 5-10 ครั้งต่อเดือน มีการใช้บริการที่หลากหลายฝาก-ถอน โอนเงิน บัตรเอทีเอ็ม บัตรเครดิต/บัตรเดบิตสลากออมสิน ประกันภัย เช็ค/ตราฟ ชื่อหน่วยลงทุนและสินเชื่อ/กู้ยืม เหตุผลที่เลือกใช้บริการกับธนาคารโดยใช้เกณฑ์การตัดสินใจจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้แก่ เชื่อมั่นในชื่อเสียงและความปลอดภัย บริการ/ผลผลิตภัณฑ์ตอบสนองความประทับใจในการบริการ ความรวดเร็วในการให้บริการ ตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจน ผลตอบแทนเหมาะสม ค่าบริการ/ค่าธรรมเนียม ความใส่ใจของพนักงาน มีผู้แนะนำมาใช้บริการ ในขณะที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมและความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้า คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ รายจ่าย และเงินออมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจทั้ง 4 ด้านคือด้านสถานที่ ด้านการใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านพนักงาน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกใช้บริการกับธนาคารเชื่อมั่นในชื่อเสียงและความปลอดภัย บริการ/ผลผลิตภัณฑ์ตอบสนอง ความประทับใจในการบริการ ความรวดเร็วในการให้บริการ ตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจน ผลตอบแทนเหมาะสม ค่าบริการ/ค่าธรรมเนียม ความใส่ใจของพนักงาน มีผู้แนะนำมาใช้บริการ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการ ได้แก่ ฝาก-ถอน โอนเงิน บัตรเอทีเอ็ม บัตรเครดิต/บัตรเดบิตสลากออมสิน ประกันภัย เช็ค/ตราฟ ชื่อหน่วยลงทุนและสินเชื่อ/กู้ยืม ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจทั้ง 4 ด้านคือด้านสถานที่ ด้านการใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านพนักงาน ในส่วนของการออมเงินของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปริมาณเงินออมนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านรายได้และรายจ่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้บริการ, ความพึงพอใจในการบริการ, การออม, ธนาคารออมสิน, จังหวัดสุพรรณบุรี

The Factor Affecting to Customer Service for Saving of Government Savings Bank in Suphan Buri Province

Siriporn SaeLim^{1*}, Suphansa kumpool², and Suprawee Sirinukulwattana³

Faculty of Management Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

**suphansa.pang1940@gmail.com*

Abstract

The purpose of this research study is to study the customers behavior in service of the Government Savings Bank in Suphan Buri province, to study the satisfaction of customers of the Government Savings Bank in Suphan Buri province, and to analysis factor to affect to the customer service for saving of the Government Savings Bank in Suphan Buri province by using questionnaire. The populations are customers who use the Government Savings Bank in Suphan Buri Province approximately at 400 samples. For analysis statistics is percentage, Standard deviation, and the chi-square. The results of this research found that the satisfaction of customer is divided to 4 aspects namely; location, service quality, product and staff. In terms of location, it means the highest satisfaction level ($\bar{X} = 4.31$). In part of the staff, it means the highest satisfaction level ($\bar{X} = 4.26$). In the use of the service, the satisfaction level is the highest level ($\bar{X} = 4.22$). And in the product of saving, it means the highest satisfaction level ($\bar{X} = 4.24$) respectively. For the results of customer behavior, it found that the most customers are old customer around 3-6 month. The frequency service is 5-10 times per month and several services to provide by the Government Savings Bank. The reason to use the service with the bank are the trust in reputation and safety, service and product response, impression in service, proficiency, reply their questions clearly, appropriate fees and benefits, and staff quality respectively which is also related to satisfaction. While the factors affecting to satisfaction among location, service quality, product and staff are gender, age, status, education level, occupation, income, expenses and savings. And the products to use the service are deposit-withdraw, money transfer, ATM card, credit / debit card, lottery of the bank, internet banking and application banking, insurance, check / draft, purchase of investment units and loans / loans which are rely on satisfaction of customer with statistics. As for the savings, it is found that the amount of savings depends on the income and expenditure factors at the significant level of 0.05.

Keywords: *Behavior for using service, Satisfaction of Customers Service, Saving, Government Savings Bank, Suphan Buri province*

1. บทนำ

ในภาวะปัจจุบันของโลกที่มีปัญหาเกิดขึ้นมากมายทั้งปัญหาด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม หรือแม้แต่ปัญหาด้านสุขภาพของมนุษย์โลกนั้น มีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตาม ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจถือว่าเป็นปัญหาใหญ่เพราะส่งผลต่อการดำรงชีพในชีวิตประจำวัน มนุษย์ทุกคนถูกผูกเข้ากับระบบเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หากเศรษฐกิจดี การดำเนินชีวิตของมนุษย์ก็จะดี แต่ถ้าหากเศรษฐกิจอยู่ในช่วงขาลง การดำเนินชีวิตอาจจะประสบปัญหาได้อย่างเช่นปัญหาของโรคระบาด Covid-19 ที่กำลังแพร่ระบาดอย่างหนักอยู่ในขณะนี้ก็ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของมนุษย์ในทุกๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นการหาเลี้ยงชีพ การทำงานหรือทำกิจกรรมส่วนตัว การดูแลสุขภาพ การปฏิบัติตามกฎหมายที่เพิ่มขึ้น การปฏิบัติตนในที่สาธารณะ การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยี หรือแม้แต่มีสินค้าวัตรกรรมต่างๆเกิดขึ้นมากมายเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงมักเกิดจากพิบัติภัย ผู้คนเริ่มมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปจากการมาของสิ่งที่ไม่คาดฝัน จึงทำให้ต้องมีตัวช่วยเพื่อให้ยังคงดำรงชีพอยู่ได้เมื่อเกิดสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างกะทันหัน แต่อย่างหนึ่งที่ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าสิ่งนี้จะสามารถช่วยให้มนุษย์สามารถอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤตินี้ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการดำรงชีพนั้นคือปริมาณเงินออมที่เพียงพอต่อการใช้ชีวิต เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงของพิบัติภัยหรือแม้แต่ไวรัสภัยในครั้งนี้จะดีขึ้น

ประเทศไทยที่ผ่านมาประสบกับปัญหาทางด้านเศรษฐกิจหลายรูปแบบ ซึ่งปริมาณเงินออมที่มากพอจะสามารถช่วยให้สถานะทางการเงินของประเทศดีขึ้นได้ ดังนั้น การออมจึงเป็นรากฐานสำคัญต่อการพัฒนาประเทศและการใช้ชีวิตของประชากรในประเทศ แต่ปัจจุบันพฤติกรรมการออมของประชากรไทยกำลังประสบปัญหาการออมที่ลดน้อยลง เนื่องจากพฤติกรรมในการใช้จ่ายและการก่อหนี้ จึงทำให้หนี้ครัวเรือนไทยอยู่ในระดับที่สูงขึ้น สวนทางกับปริมาณการออมเงินที่น้อยลง (สรา ซีนโชคสันต์ และคณะ, 2562) จึงทำให้เมื่อเกิดวิกฤตภัยในแต่ละครั้งนั้น อาจส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของประชากรที่ไม่สามารถหาเลี้ยงชีพได้ จากการขาดรายได้และมีเงินออมไม่เพียงพอต่อการใช้ชีวิตในยามยาก ซึ่ง จากผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี พ.ศ.2557 พบว่าแรงงานไทยไม่มีความมั่นคงทางด้านรายได้และยังไม่มีเงินออมที่เพียงพอสำหรับใช้จ่ายในยามจำเป็น โดยเฉพาะแรงงานนอกระบบ จำนวน 22.14 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 56.71 ของกำลังแรงงานทั้งหมด (ปิยวรรณ เงินคล้าย, 2559) อีกทั้ง จากการวิจัยยังพบอีกว่าแรงงานในระบบจำพวกพนักงานในองค์กรเอกชนและภาครัฐขาดการวางแผนการออมหรือกำหนดปริมาณการออมที่แน่นอน (จุฑาธิปดี ฤกษ์สันทัต, 2554) จึงทำให้ภาครัฐเห็นความสำคัญของการออม และพยายามที่จะส่งเสริมการออมของประชาชน โดยจัดให้มีกองทุนประกันสังคมสำหรับแรงงานกองทุนบำเหน็จบำนาญแห่งชาติสำหรับข้าราชการและยังได้จัดตั้งกองทุนการออมแห่งชาติมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งให้ความสำคัญในการวางระบบและสนับสนุนให้มีมาตรการส่งเสริมการออม (วันดี หิรัญสถาพร และคณะ, 2558) นอกจากนี้ภาครัฐยังส่งเสริมการออมผ่านการทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร จึงได้จัดตั้งธนาคารออมสินที่เป็นธนาคารในกำกับของรัฐ ซึ่งมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลัง เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้ออมเงิน (ธนาคารออมสิน, 2558) โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างหลากหลายรูปแบบที่ส่งเสริมการออมเงินของภาคครัวเรือนอย่างต่อเนื่อง เช่น เงินฝากเผื่อเรียก เงินฝากเผื่อเรียกพิเศษ เงินฝากประจำ เงินฝากกระแสรายวัน สลากออมสินสามัญ สลากออมสินพิเศษ สลากออมสินกุศล สลากออมสินพิเศษ (รุ่นธนโชค) สลากดิจิทัล เป็นต้น (ธนาคารออมสิน, 2558) ซึ่งการใช้บริการธนาคารเพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการมีเหตุผลมาจากการประชาสัมพันธ์ของธนาคาร ความสะดวกในการเดินทาง ธนาคารมีความสะอาด และสะดวกสบาย อีกทั้งด้านการรับประกันคุณภาพในการบริการของธนาคาร ความรวดเร็วในการให้บริการของธนาคาร (ภาสกร กุลชิต, 2551) ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารออมสิน (เดือนรุ่ง ช่วยเรือง, 2555) ความปลอดภัยในการออมเงินและบริการผลิตภัณฑ์ของธนาคารตอบสนองความต้องการ (บุรินทร์ แสงแก้ว, 2553) ก็มีส่วนในการเลือกใช้บริการ ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อออม ส่วนใหญ่จะเป็นอายุ รายจ่าย (บุรินทร์ แสงแก้ว, 2553) รายได้ ระดับการศึกษา (กนกพร รังทอง, ชมพิสุทธิ์ เมฆสว่าง และชัญญิกา สุวรรณณิน, 2549)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการให้บริการของสถาบันการเงินก็มีส่วนในพฤติกรรมออมของภาคครัวเรือนที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ สังคมและสถานการณ์ปัจจุบัน จึงทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสินที่เป็นธนาคารที่ส่งเสริมการออมของภาคครัวเรือน ในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีการเติบโตของอุตสาหกรรมทางการเงินอย่างต่อเนื่อง โดยดูได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุพรรณบุรี สาขาการเงินมีการเติบโตจาก 3,321 ล้านบาท ในปี 2554 เป็น 5,343 ล้านบาท ในปี 2560 ในขณะที่มีรายได้ต่อหัวอยู่ที่ 107,228 บาทต่อปี ซึ่งเป็นอันดับสุดท้ายในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันตก ในปี 2561 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,

2561) ซึ่งปัจจัยทางด้านรายได้ถือปัจจัยสำคัญในการออมเงิน ซึ่งการศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ คาดหวังว่าผลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการวางแผนการออมในการเป็นแนวทางการส่งเสริมการออมของภาคครัวเรือนให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งเพื่อเพิ่มระดับการออมเงินและเป็นฐานเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งให้กับประเทศนำไปสู่การพัฒนาและการเป็นอยู่ที่ยั่งยืนต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับบริการของผู้รับบริการที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี
- 2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี
- 2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับบริการด้านการออมเงินของธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือผู้รับบริการของธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งหมด 13 สาขา จำนวนเฉลี่ยปีละ 454,800 คน โดยได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลจากฝ่ายบริการลูกค้าของธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี สํารวจ ณ วันที่ 25 มกราคม 2563

กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของผู้รับบริการธนาคารออมสินจำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี การวิจัยนี้จะสุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการของธนาคารออมสิน จำนวน 454,800 คน โดยการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณจากสูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างและกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% เป็นจำนวน 400 คน ซึ่งการสุ่มตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากรายชื่อผู้ให้บริการของธนาคารออมสิน จำนวน 454,800 คน โดยได้รับความอนุเคราะห์ในการขออนุญาตเก็บข้อมูลจากฝ่ายบริการลูกค้าของธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี

3.2 เครื่องมือและการหาคุนภาพเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้จะใช้เครื่องมือวิจัยที่เป็นแบบสอบถามทั้งปลายเปิดและปลายปิด โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการ ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการธนาคารออมสินในเขตสุพรรณบุรี และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น

การหาคุนภาพเครื่องมือ กระทำโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินการธนาคารและเศรษฐศาสตร์ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ประเมินแบบสอบถามด้านความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา ความครบถ้วน ความสอดคล้องของเนื้อหาและความชัดเจนของภาษา จากนั้นนำมาการวิเคราะห์ค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) และวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม ต่อมาทำการแก้ไขก่อนจะนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบก่อนการใช้งานจริง โดยได้ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกับกลุ่มประชากรที่จะศึกษาแต่ต่างพื้นที่ จำนวน 40 ชุด และนำมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลอื่นที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องไว้แล้ว ด้วยการศึกษาเอกสารรายงานการดำเนินงานกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากฝ่ายบริการลูกค้าสำนักงานธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี รวมทั้งข้อมูลที่ได้ทำการค้นคว้าเอกสารจากสื่อออนไลน์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จะใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยได้รับความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามจากฝ่ายบริการลูกค้าของธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี และนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

4. ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามด้านข้อมูลส่วนบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 60.80 ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 36 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมาจะอยู่ในช่วงอายุ 15 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.00 ส่วนสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 44.80 รองลงมาไม่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 39.50 ส่วนระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามจะอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.80 รองลงมาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา / ปวช. คิดเป็นร้อยละ 24.30 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอาชีพพนักงานเอกชน / ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมาอาชีพธุรกิจส่วนตัว / คาชาขาย คิดเป็นร้อยละ 17.50 รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีรายได้อยู่ที่ 10,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.10 รองลงมาจะมีรายได้อยู่ที่ 0-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.20 รายจ่ายของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีรายจ่ายอยู่ที่ 0-10,000บาท คิดเป็นร้อยละ 70.80 รองลงมาจะมีรายจ่ายอยู่ที่ 10,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.00 และเงินออมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีเงินออมอยู่ที่ 0 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 81.50 รองลงมาจะมีเงินออมอยู่ที่ 10,001 - 50,000 คิดเป็นร้อยละ 10.10

การศึกษาด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการกับธนาคารออมสินเป็นระยะเวลา 3 - 6 เดือน มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 รองลงมาใช้บริการกับธนาคารออมสินเป็นระยะเวลา 7 - 12 เดือน มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และอันดับสุดท้ายใช้บริการกับธนาคารออมสินเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปี มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ในเรื่องของเหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการกับธนาคารออมสินจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคือบริการ/ผลผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการ มีจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 รองลงมาคือเชื่อมั่นในชื่อเสียงและความปลอดภัย มีจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการของธนาคารออมสินน้อยที่สุดคือ ตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจน มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 ซึ่งสาเหตุพบว่าเป็นเพราะความสามารถในการตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจน มีจำนวน 379 คน คิดเป็นร้อยละ 94.30 รองลงมาคือ ความกระตือรือร้น/ความใส่ใจของพนักงาน มีจำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 93.30 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการของธนาคารออมสินมากที่สุดคือ บริการ/ผลผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการ มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 ในเรื่องเข้ามาใช้บริการกับธนาคารออมสินจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคือคือ ผาก - ถอน จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 86.30 รองลงมาคือ โอนเงิน มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการของธนาคารออมสินน้อยที่สุด คือ ประกันภัย มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ไม่เลือกใช้บริการด้านประกันภัยกับธนาคารออมสิน มีจำนวน 396 คน คิดเป็นร้อยละ 99.00 รองลงมา คือ เช็ก / ดราฟ และ ชื้อหน่วยลงทุน มีจำนวน 394คน คิดเป็นร้อยละ 98.50 เท่ากัน ในเรื่องของความถี่การใช้บริการกับธนาคารออมสินจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดอยู่ในช่วง 5-10 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 รองลงมาต่ำกว่า 5 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 152 คน คิดเป็น ร้อยละ 38.00 และความถี่ที่มาใช้บริการน้อยที่สุด คือ มากกว่า 15 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ในเรื่องของท่านใช้บริการวันใดมากที่สุดกับธนาคารออมสินจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด พบว่า ไม่แน่นอน มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 มากที่สุด รองลงมาคือ วันจันทร์ มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และวันที่มาใช้บริการน้อยที่สุด คือทุกวันมีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมของด้านสถานที่จากการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มลูกค้าตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกรายการข้ออยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยที่ความเหมาะสมของสถานที่จอดรถ ($\bar{X} = 4.38$) มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาเป็นบรรยากาศของการให้บริการในธนาคาร ($\bar{X} = 4.35$) ความปลอดภัยของสถานที่ให้บริการ ($\bar{X} = 4.31$) ความเพียงพอของที่นั่งคอยรับบริการ ($\bar{X} = 4.30$) และมีป้ายแนะนำขั้นตอนการใช้บริการชัดเจน ($\bar{X} = 4.22$) ตามลำดับ ในขณะที่ภาพรวมของด้านการใช้บริการจากการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มลูกค้าตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในการโฆษณาให้บริการตามสื่อต่างๆ ($\bar{X} = 4.37$) การเพิ่มดอกเบี้ยเงินฝาก รองลงมาเป็นการมีผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ปลอดภัย ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดด้วยเช่นกัน ($\bar{X} = 4.33$) และผู้รับบริการยังมีความพึงพอใจด้านช่วงเวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) มีการส่งเสริมการบริการด้านต่างๆ เช่น การลดดอกเบี้ยเงินกู้ การให้บริการตามลำดับขั้นตอนมี

ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) ด้านการดูแลเอาใจใส่เต็มใจในการให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) ด้านการให้ความช่วยเหลือแนะนำตอบข้อสงสัยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.12$) ค่าธรรมเนียมให้บริการถูกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.06$) และอัตราดอกเบี้ยเหมาะสมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.03$) ตามลำดับ ส่วนในภาพรวมของด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยที่มีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ทางการเงินเกี่ยวกับสลากออมสิน ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาเป็นเงินฝากผู้สูงอายุ ($\bar{X} = 4.26$) บัตรของธนาคาร เช่น บัตรเงินสด บัตรเครดิต บัตรเอทีเอ็ม ($\bar{X} = 4.25$) สินเชื่อผู้สูงอายุ ($\bar{X} = 4.24$) เงินฝาก เช่น เงินฝากเผื่อเรียก เงินฝากประจำ เงินฝากประจำพิเศษ ($\bar{X} = 4.23$) สินเชื่อบุคคลและนโยบายรัฐ ($\bar{X} = 4.23$) และบริการการเงินทางออนไลน์ ($\bar{X} = 4.21$) ตามลำดับ สุดท้ายด้านพนักงาน ในภาพรวมของด้านพนักงานจากการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยที่มีความพึงพอใจด้านจำนวนพนักงานมีอย่างเพียงพอในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.33$) มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกริยา มารยาทของพนักงาน ($\bar{X} = 4.28$) พนักงานมีความรู้ความสามารถ ($\bar{X} = 4.28$) และบริการรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.17$) ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการธนาคารออมสิน พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารออมสินด้านความเชื่อมั่นในชื่อเสียงและความปลอดภัย การมีผู้แนะนำมาใช้บริการ ความถี่การใช้บริการธนาคารและประเภทบริการด้านฝาก – ถอน บัตรเอทีเอ็ม เช็ค/ดริฟท์ การซื้อหน่วยลงทุนและสินเชื่อหรือกู้ยืม ส่วนสถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารออมสินด้านระยะเวลาในการรับบริการ ความรวดเร็วในการให้บริการ และความถี่การใช้บริการธนาคาร ในปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารออมสินด้านระยะเวลาในการรับบริการ ความเชื่อมั่นในชื่อเสียงและความปลอดภัย บริการหรือผลิตภัณฑ์ของธนาคาร สามารถตอบสนองความต้องการได้ ความประทับใจในการบริการ พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจนและวันในการเลือกใช้บริการ ในขณะที่ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารออมสินด้านระยะเวลาในการรับบริการ บริการหรือผลิตภัณฑ์ของธนาคาร สามารถตอบสนองความต้องการได้ ประเภทบริการด้าน สลากออมสิน เช็ค/ดริฟท์ ความถี่การใช้บริการธนาคารและวันในการเลือกใช้บริการ ส่วนปัจจัยด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารออมสินด้านระยะเวลาในการรับบริการ ความเชื่อมั่นในชื่อเสียงและความปลอดภัย บริการหรือผลิตภัณฑ์ของธนาคาร สามารถตอบสนองความต้องการได้ ค่าบริการ/ค่าธรรมเนียม การมีผู้แนะนำมาใช้บริการ และประเภทบริการด้านการโอนเงิน บัตรเครดิต/บัตรเดบิต เช็ค/ดริฟท์ การซื้อหน่วยลงทุนและสินเชื่อหรือกู้ยืม ในปัจจัยด้านรายจ่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารออมสินด้านระยะเวลาในการรับบริการ บริการหรือผลิตภัณฑ์ของธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการได้ ความประทับใจในการบริการ บริการ พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจน ผลตอบแทนเหมาะสม ค่าบริการ/ค่าธรรมเนียม การมีผู้แนะนำมาใช้บริการ และประเภทบริการด้านการโอนเงิน บัตรเอทีเอ็ม บัตรเครดิต/บัตรเดบิต สลากออมสิน เช็ค/ดริฟท์ ประกันภัย การซื้อหน่วยลงทุนและสินเชื่อหรือกู้ยืม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการธนาคารออมสิน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการธนาคารออมสินด้านพนักงาน อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการธนาคารออมสินด้านสถานที่ สถานภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการธนาคารออมสินด้านสถานที่ อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการธนาคารออมสินด้านพนักงาน และรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการธนาคารออมสินด้านสถานที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์การออมเงินของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปริมาณเงินออมนั้นขึ้นอยู่กับรายได้และรายจ่ายของกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนของความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารออมสิน ปริมาณเงินออมมีความสัมพันธ์กับด้านระยะเวลาในการรับบริการ ความเชื่อมั่นในชื่อเสียงและความปลอดภัย บริการหรือผลิตภัณฑ์ของธนาคารตอบสนองความต้องการได้ ความรวดเร็วในการให้บริการ ผลตอบแทนเหมาะสม การมีผู้แนะนำมาใช้บริการ ความถี่การใช้บริการธนาคาร และประเภทการรับบริการด้านการโอนเงิน และบัตรเอทีเอ็ม ในขณะที่ปริมาณเงินออมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินด้านพนักงานเท่านั้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการกับธนาคารออมสินเป็นระยะเวลา 3 - 6 เดือน โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการกับธนาคารออมสินคือบริการหรือผลิตภัณฑ์ของธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการได้ ส่วนประเภทในการรับบริการคือการฝาก - ถอน และจะเลือกใช้บริการของธนาคารออมสินน้อยที่สุด คือ ประกันภัย ด้านความถี่การใช้บริการกับธนาคารออมสินจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดอยู่ในช่วง 5-10 ครั้งต่อเดือน และวันในการใช้บริการวันใดมากที่สุดคือไม่ได้เลือกวันที่แน่นอน และวันจันทร์ ในด้านความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า กลุ่มลูกค้าตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ด้านสถานที่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสมศักดิ์ ภูงามและคณะ (2552) รองลงมาเป็นด้านพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงิน และด้านการใช้บริการ ขณะที่ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการธนาคารออมสิน พบว่าอายุ อาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิทยา อินทรพิมล (2558) สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และรายจ่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารออมสิน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการธนาคารออมสิน พบว่า เพศและอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการธนาคารออมสินด้านพนักงาน ส่วนอายุ สถานภาพและรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการธนาคารออมสินด้านสถานที่ ในส่วนของการออมเงินของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปริมาณเงินออมนั้นขึ้นอยู่กับรายได้และรายจ่าย ในส่วนของความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารออมสิน ปริมาณเงินออมมีความสัมพันธ์กับด้านระยะเวลาในการรับบริการ ความเชื่อมั่นในชื่อเสียงและความปลอดภัย บริการหรือผลิตภัณฑ์ของธนาคารตอบสนองความต้องการได้ ความรวดเร็วในการให้บริการ ผลตอบแทนเหมาะสม การมีผู้แนะนำมาใช้บริการ ความถี่การใช้บริการธนาคาร และประเภทการรับบริการด้านโอนเงิน และบัตรเครดิตเอ็ม ในขณะที่ปริมาณเงินออมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินด้านพนักงานเท่านั้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

ควรจะมีการศึกษาถึงพฤติกรรมออมและการใช้บริการในธนาคารประเภทอื่นที่ช่วยสนับสนุนทำให้เกิดสมรรถนะในการออมและทำการเปรียบเทียบเพื่อหาคุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อการออมของภาคครัวเรือน

6.2 ข้อเสนอเชิงนโยบาย

ภาครัฐควรเพิ่มนโยบายด้านการออมและร่วมมือกับภาคการเงินเพื่อให้ภาคครัวเรือนมีนิสัยรักการออมที่มีประสิทธิภาพ ในขณะที่การบริการของธนาคารออมสินนั้น อยู่ในระดับที่สูง ควรจะรักษาระดับคุณภาพในการให้บริการและมีผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เหมาะสมเช่นนี้ต่อไป เพื่อจูงใจให้ภาคครัวเรือนมีการออมเงินมากขึ้นจากผลของความสะดวกสบายและความพึงพอใจในการรับบริการทางการเงินอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง (References)

- กนกพร รังทอง, ชมพิสุทธิ์ เมฆสว่าง และชญชฎิกา สุวรรณณิน. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อการพฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตจังหวัดพิษณุโลก พิจิตร สุโขทัยและอุตรดิตถ์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาสังคม, คณะศิลปกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จุฑาธิปดิ์ ฤกษ์สันหัต. (2554). การเปรียบเทียบพฤติกรรมการออมของพนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เดือนรุ่ง ช่วยเรือง. (2555). ปัจจัยที่อิทธิพลต่อการพฤติกรรมการออมของภาค ครัวเรือนในชุมชนเกาะเปิบะ จังหวัดตรัง. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร:กรุงเทพฯ.
- ธนาคารออมสิน. (2558). ประวัติธนาคารออมสิน. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2563, จาก <https://www.gsb.or.th/about-us/history-bank.aspx>
- ธนาคารออมสิน.(2558). ผลิตภัณฑ์ของธนาคารออมสิน. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2563, จาก <https://www.gsb.or.th/personal/student-group.aspx>
- บุรินทร์ แสงแก้ว. (2553).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมของพ่อค้าแม่ค้าในเขตเทศบาลเมืองจังหวัด เชียงราย. รายงานการ

- วิจัยเศรษฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปิยวรรณ เงินคล้าย. (2559). การศึกษาการดำเนินการกองทุนการออมแห่งชาติ รายงานทางวิชาการสำนักงานงบประมาณของ
รัฐสภา ฉบับที่ 4/2559. ค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2563 . จาก
<https://library2.parliament.go.th/ebook/content-ebspa/pbo-report4-2559.pdf>
- ภาสกร กุลชิต. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด
(มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่ .
- วันดี หิรัญสถาพร และคณะ.(2558). แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการออม. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2563, จาก
<https://www.repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/479/Fulltext.pdf>
- วิทยา อินทรพิมล. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย: กรณีศึกษา
สาขาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร.
- สรา ชื่นโชคสันต์ และคณะ. (2562). หนี้ครัวเรือนไทย: ข้อเท็จจริงที่ได้จาก BOT-Nielsen Household Financial
Survey FAQ Issue 143 ธนาคารแห่งประเทศไทย. ค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2563 . จาก
https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_30Oct2019.aspx
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ตารางผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัด แบบปริมาณลูกโซ่ อนุกรม
เวลา 2538-2561 GPP CVMs Time Series Data 1995-2018. ค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2563 . จาก
https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=gross_regional
- สมศักดิ์ ภู่งาม รังสรรค์ สิงห์เลิศ สมสงวน ปัสสาโก และเสาวลักษณ์ โกลลภิตติอัมพร.(2552). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม.วารสาร
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม; ว.มร.ม., 3 (1), 39-50.