

แนวทางการเพิ่มยอดบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
สาขาชุมแพ อำเภอลำภู่ม่วง จังหวัดขอนแก่น
GUIDELINE TO INCREASE K-EXPRESS CASH VOLUME OF KASIKORN BANK PLC.,
CHUM PHAE BRANCH, CHUM PHAE DISTRICT, KHON KAEN PROVINCE

สุพิชชา งามสมหาญ¹
 ชัญญา อภิบาลกุล²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash และ 2) กำหนดแนวทางในการเพิ่มยอดลูกค้าบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash ผลการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพบว่า ใช้บริการบัตรเครดิตกับธนาคารพาณิชย์ โดยใช้บริการบัตรเครดิตกับธนาคารกสิกรไทย ร้อยละ 46.49 ใช้บัตรเครดิตเงินสดต่อเดือน 1-2 ครั้ง ร้อยละ 50.47 ทำบัตรเครดิตเงินสดเพื่อใช้เป็นวงเงินสำรองยามฉุกเฉินร้อยละ 40.69 การชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตชำระบางส่วนร้อยละ 48.26 หากธนาคารมีการออกไปให้บริการสมัครใช้บัตรเครดิตเงินสดนอกสถานที่ จะสมัครทำบัตรร้อยละ 52.68 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ จำนวนวงเงินในบัตรที่ได้รับเหมาะสม ด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ตู้เอทีเอ็มที่รองรับการใช้บริการมีเพียงพอ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ สิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ด้านกระบวนการได้แก่ ระยะเวลาในการอนุมัติรวดเร็ว ด้านบุคลากรได้แก่ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อุปกรณ์ เครื่องมือในการให้บริการมีความทันสมัย จากการศึกษาได้แนวทางการเพิ่มยอดบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash จำนวน 5 โครงการได้แก่ 1) โครงการสุขเติม Hug กับครอบครัวมี Teddy House 2) โครงการ บริการประทับใจ 3) โครงการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า 4) โครงการเพื่อคุณ และ 5) โครงการส่งเสริมศักยภาพพนักงาน ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 8,000 บาท เมื่อสาขาชุมแพดำเนินการตามแนวทางทั้ง 5 โครงการแล้ว สามารถอนุมัติบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash ให้แก่ลูกค้าได้ 1,017 ใบ ซึ่งสามารถเพิ่มยอดได้มากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

คำสำคัญ: แนวทาง การเพิ่มยอด บัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash

Abstract

This study had objective to 1) study behavior and factors influential to K-Express Cash customers and 2) set guidelines to increase K-Express Cash customers. The behavior study found that customers used cash card of Kasikorn bank at 46.49%. Customers used cash card 1-2 times per month at 50.47%. Customers used the card as emergency case at 40.69%. Customers did not pay full amount of cash used at 48.26%. Customers would apply for cash card 52.68% if there was outside event offering. The study of factors that influent to use K-Express Cash were reasonable credit limit, reasonable interest rate, sufficient ATM machine, privilege from using the card, fast approval process, staffs had well knowledge about the card, and modern equipment. Guidelines set from the study were 1) Happy Hug with Teddy House 2) Impressive service 3) Good relationship with customers 4) For you project and 5) Staffs improvement. The budget of these projects was 8,000 baht. It was expected to in approved 1,017 cards after applying these projects that was over target.

Keywords: Guidelines, increase Volume, K-Express Cash Cards

- 1 นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่อยู่ 50/5 หมู่ 2 ตำบลหนองไผ่ อำเภอลำภู่ม่วง จังหวัดขอนแก่น 40130 โทรศัพท์ 085-486-2393 E-mail: mshot_27@hotmail.com
- 2 รองศาสตราจารย์ ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชุมแพ เป็นสาขาที่ 48 ตั้งอยู่เลขที่ 1059 หมู่ที่ 1 ถนนมะลิวัลย์ ตำบลชุมแพ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2509 นับได้ว่าเป็นสาขาที่ให้บริการแก่ประชาชนชาวชุมแพมาเป็นเวลานานมากกว่า 49 ปี ปัจจุบันมีบุคลากรประจำสาขา จำนวน 13 คน [1] จากการดำเนินการของสาขาตามนโยบายของธนาคาร สาขาชุมแพ ได้รับเป้าหมายในการหาลูกค้าสินเชื่อบุคคลบัตรกดเงินสด K-Express Cash ในปี 2558 สาขาชุมแพ ได้รับเป้าหมายลูกค้าสินเชื่อบุคคลบัตรกดเงินสด K-Express Cash จำนวน 800 ใบ สาขาชุมแพจึงต้องดำเนินการเพื่อหาแนวทางเพิ่มยอดลูกค้าบัตรกดเงินสดให้ได้ตามเป้าหมายที่ได้รับ [2]

ผู้วิจัยในฐานะผู้ปฏิบัติงาน จึงมีความสนใจที่จะศึกษากลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้มีรายได้ประจำ รายได้ขั้นต่ำต่อเดือน 15,000บาท ขึ้นไปหรือผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว รายได้สุทธิต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไปที่มีเบอร์โทรศัพท์พื้นฐานที่สามารถติดต่อได้ทั้งที่บ้าน และที่ทำงานแต่ยังไม่ใช้บริการบัตรกดเงินสด K-Express Cash โดยการศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บัตรกดเงินสด K-Express Cash เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการเพิ่มยอดบัตรกดเงินสด K-Express Cash ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด สาขาชุมแพ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น ให้ได้ตามเป้าหมายที่สำนักงานใหญ่กำหนด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรกดเงินสด
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มยอดลูกค้าบัตรกดเงินสด K-Express Cash ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด สาขาชุมแพ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินงาน

วิธีดำเนินการศึกษาตามวัตถุประสงค์มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่มีบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 11,370 ราย

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนของประชากร ขนาดตัวอย่างได้มาจากการคำนวณ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างภายในธนาคารกสิกรไทย (จำกัด) มหาชน สาขาชุมแพ ที่มีเวลาและเต็มใจจะตอบแบบสอบถามและกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกคำตอบในแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaires) โดยจะดำเนินการเก็บข้อมูลจนกว่าจะได้แบบสอบถาม จำนวน 385 ชุด ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2558

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Method) โดยการใช้แบบสอบถามทำการ



สอบถามกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างภายในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น

2.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทางด้านสถิติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากหนังสือ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก [3] วิเคราะห์อุตสาหกรรม [4] วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค [5] ร่วมกับการศึกษาพฤติกรรมมารู้ใช้บริการธนาคารและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close - Ended Question) เป็นแบบเลือกตอบ (check list)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close - Ended Question) เป็นแบบเลือกตอบ (check list)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

การตรวจสอบเครื่องมือโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ (α - Coefficient) โดยใช้สูตรครอนบาค (Cronbach) [6] เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .913 อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการรวบรวมตรวจสอบความสมบูรณ์ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณและประมวลผล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 65.89 อายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 47.01 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57.40 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 41.30 และอาชีพรับราชการ ร้อยละ 36.10 พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash พบว่าใช้บริการบัตรเครดิตกับธนาคารพาณิชย์ ร้อยละ 82.34 โดยใช้บริการบัตรเครดิตกับธนาคารกสิกรไทย ร้อยละ 46.49 ใช้บัตรเงินสดต่อเดือน 1-2 ครั้ง ร้อยละ 50.47 ถอนเงินสดแต่ละครั้ง 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 43.22 ทำบัตรเงินสดเพื่อใช้เป็นวงเงินสำรองยามฉุกเฉิน ร้อยละ 40.69 การใช้บัตรเงินสดแต่ละครั้งคำนึงถึงความจำเป็นในการใช้จ่ายในครั้งนั้น ร้อยละ 44.48 การชำระค่าใช้จ่ายบัตรเงินสดชำระบางส่วน ร้อยละ 48.26 รู้จักบัตรเงินสดของธนาคารจากสื่อวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 86.12 ความจำเป็นในการมีบัตรเงินสด มีความจำเป็น ร้อยละ 82.34 หากธนาคารมีการออกไปให้บริการสมัครใช้บัตรเงินสดนอกสถานที่ จะสมัครทำบัตร ร้อยละ 52.68

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ จำนวนวงเงินในบัตรที่ได้รับเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.50) ด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.38) ด้าน

ช่องทางการจัดจำหน่ายได้แก่ตู้เอทีเอ็มที่รองรับการใช้บริการมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.47) ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่สิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.27) ด้านกระบวนการได้แก่ระยะเวลาในการอนุมัติรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.17) ด้านบุคลากรได้แก่พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.39) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพได้แก่อุปกรณ์ เครื่องมือในการให้บริการมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.30)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางการตลาด สรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี มีผลกระทบในด้านบวกต่อธุรกิจ

จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรม พบว่า ภัยคุกคามที่มีผลต่อธุรกิจในระดับมาก คือ ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อและการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน เนื่องจากลูกค้ามีอำนาจในการตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการกับธนาคารใดก็ได้ โดยปัจจุบันมีการแข่งขันสูงมาก ธนาคารจึงต้องมีการทำกลยุทธ์การตลาดซึ่งรุดเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น ส่วนด้านภัยจากคู่แข่งของธนาคารที่จะเข้ามาใหม่มีระดับความรุนแรงต่ำเนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนสูง อำนาจต่อรองของผู้ขายมีน้อย ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนต่ำ

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคพบว่า มีโอกาสจากช่องว่างทางการตลาด และความต้องการของลูกค้าที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง เมื่อพิจารณาถึงโอกาสที่ได้จากภายนอกและจุดแข็งของธุรกิจเพื่อสร้างกลยุทธ์ ความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขัน หรือใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคภายนอกแปลงวิกฤตให้เป็นโอกาส และใช้โอกาสที่ได้เพื่อแก้ปัญหาจุดอ่อน

2. แนวทางในการเพิ่มยอดลูกค้าบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด สาขาชุมแพ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น

จากการศึกษาสามารถกำหนดแนวทางในการเพิ่มยอดลูกค้าบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด สาขาชุมแพ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่นได้จำนวน 5 โครงการ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการสุขเติม Hug กับครอบครัวหมี Teddy House

วัตถุประสงค์ : เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการตลาดในการทำบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash ภายใต้โครงการโครงการสุขเติม Hug กับครอบครัวหมี Teddy House

วิธีดำเนินการ : ติดโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์โครงการสุขเติม Hug กับครอบครัวหมี Teddy House ในเขตชุมชน และจัดมุมข่าวประชาสัมพันธ์ภายในสาขา และจัดโชว์ตัวอย่างของกำนัล ครอบครัวหมี Teddy House

ระยะเวลา : 12 กุมภาพันธ์ 2558 – 31 พฤษภาคม 2558

จากการดำเนินโครงการสุขเติม Hug กับครอบครัวหมี Teddy House สามารถดึงดูดให้ลูกค้ามาทำบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash มากขึ้น และสามารถอนุมัติบัตรเครดิตได้ตามเป้าหมายที่สาขาได้รับ

โครงการที่ 2 โครงการบริการประทับใจ

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ จริงใจ เป็นกันเอง รวดเร็ว เห็นใจความคาดหวังของลูกค้า

วิธีดำเนินการ : ให้เจ้าหน้าที่ทุกคนให้บริการแก่ลูกค้าเต็มกำลังความสามารถ ด้วยความเต็มใจ ด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส

ระยะเวลา : ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2558 เป็นต้นไป

จากการดำเนินโครงการส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจกลับมาใช้บริการอีก และมีการแนะนำลูกค้า

รายใหม่ เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น

โครงการที่ 3 โครงการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

วัตถุประสงค์ : เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเดิม เป็นการรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้ และเพื่อเป็นการหาลูกค้าใหม่โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงกิจกรรมต่างๆ ของธนาคารฯ เสริมสร้างภาพลักษณ์อันดีของธนาคาร

วิธีดำเนินการ : จัดมุมข่าวประชาสัมพันธ์ภายในสาขา ส่งการ์ดอวยพรในวันสำคัญ

ระยะเวลา : ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2558

งบประมาณ : 5,000 บาท

ผู้รับผิดชอบ : ผู้จัดการสาขา

ผลที่คาดว่าจะได้รับ : สามารถรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้ได้ และได้กลุ่มเป้าหมายลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น

โครงการที่ 4 โครงการเพื่อคุณ

วัตถุประสงค์ : ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash เพื่อเป็นการหาลูกค้าใหม่เพื่อออกรับคำร้องขอมีบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash แก่ลูกค้าโดยตรง

วิธีดำเนินการ : ออกหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ รับทำบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash นอกสถานที่

ระยะเวลา : 12 กุมภาพันธ์ 2558 – 31 พฤษภาคม 2558

งบประมาณ : สำนักงานใหญ่ และสาขา 3,000 บาท

ผู้รับผิดชอบ : ผู้จัดการสาขา

ผลที่คาดว่าจะได้รับ : มีลูกค้ายื่นขอทำบัตรเครดิตK-Express Cash เพิ่มขึ้น

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาแนวทางในการเพิ่มยอดลูกค้าบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด สาขาชุมแพ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดขอนแก่น ได้ดำเนินการตามโครงการสุขเติม Hug กับครอบครัวหมี Teddy House โครงการ บริการประทับใจ โครงการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โครงการเพื่อคุณ และโครงการส่งเสริมศักยภาพพนักงาน การดำเนินการทั้ง 5 โครงการ ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 8,000 บาท (แปดพันบาทถ้วน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด สาขาชุมแพ อำเภอลำทะเมนชัยแล้ว สามารถเพิ่มยอดลูกค้าบัตรเครดิตเงินสด K-Express Cash ได้จริง โดยสาขาชุมแพ สามารถอนุมัติบัตรเครดิต K-Express Cash ให้แก่ลูกค้าได้ 1,017 ใบ ซึ่งสามารถเพิ่มยอดบัตรเครดิตเงินสดได้มากกว่าเป้าหมายที่สาขาได้รับ จำนวน 217 ใบ

กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ชญญา อภิบาลกุล อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา แนะนำ ในจัดทำรายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้ จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และสมาชิกในครอบครัวทุกคน ที่ส่งเสริม สนับสนุน ให้กำลังใจ ในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท และเป็นแรงผลักดันจนสำเร็จการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- [1] ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชุมแพ. (2557).ความเป็นมาของสาขาชุมแพ. ขอนแก่น: ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชุมแพ ขอนแก่น.
- [2] ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชุมแพ. (2558).เป้าหมายบัตรกดเงินสด K-Express Cash ปี 2558. ขอนแก่น: ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชุมแพ ขอนแก่น.
- [3] จินตนา บุญบงการ. (2552).สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 8 ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [4] วอลลิง, เอเดวีร์ด รัสเซล. (2553). MBA 50 หลักบริหาร. (ณัฐยา สิ้นตระการผล, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เพอร์เน็ท.
- [5] รณชัย ตันตระกูล. (2550). การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: ซีเคแอนด์เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- [6] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.