

แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อ ของบลูไดมอนด์ สาขาถนนมะลิวัลย์ โดยวิธีสุนทรียสาธก GUIDELINES TO INCREASE THE LOAN AMOUNT OF BLUE DIMOND BANK, MALIWAN ROAD BRANCH BY USING APPRECIATIVE INQUIRY

ชุตินธร หงษ์คำ¹
อัจฉริยะ อุปการกุล²

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อ ของธนาคารบลูไดมอนด์ สาขาถนนมะลิวัลย์ โดยวิธีสุนทรียสาธก เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) ควบคู่กับการศึกษาเชิงปฏิบัติการ (Action Study) มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวก เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดสินเชื่อ ของธนาคารบลูไดมอนด์ สาขาถนนมะลิวัลย์ โดยการค้นหาข้อมูลเชิงบวกจากกลุ่มตัวอย่าง ลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 50 คน มาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขัน การวิเคราะห์ สออาร์ (SOAR Analysis) ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relation management: CRM) การสร้างความผูกพันที่มั่นคงให้กับลูกค้า (Customer Engagement) และแนวคิดการบริการ (Service) จนได้แนวทางในการเพิ่มยอดสินเชื่อ ควบคู่กับการทดลองปฏิบัติจริง ได้ 5 โครงการ คือ 1) โครงการ “Google Drive ช่วยจำ” 2)โครงการ สร้างมาตรฐานในการทำงาน 3)โครงการ บริการให้คำปรึกษาสุขภาพทางการเงิน 4)โครงการ”Weekly Loan ทุกวันจันทร์” และ 5) โครงการสมุดมือสำหรับลูกค้าสินเชื่อ (โครงการระยะยาว) ซึ่งได้ทำการทดลองในเดือนมีนาคมถึงกรกฎาคม ในปี พ.ศ. 2559 ซึ่งสามารถเพิ่มยอดสินเชื่อของธนาคารบลูไดมอนด์ สาขาถนนมะลิวัลย์ได้ 10 % จากเดือนมิถุนายน พ.ศ.2559

Abstract

Independent study for guidelines to increase the loan amount of BLUE DIMOND BANK, Maliwan road branch by using appreciative Inquiry is qualitative study and action study. This object are discovery positive experiences BLUE DIMOND BANK customer. Usage information to increase the amount of credits by using appreciative inquiry in interview sample. Segment sample are BLUE DIMOND Bank customer 50 people and usage positive experience analysis with Appreciative Inquiry, General Environment Analysis, Competitive Environment, SOAR Analysis, Customer Relation Management, Customer Engagement, and Customer Service, and to do action plan. Then we use that for Appreciative inquiry process are discovery dream design and destiny for increase the loan amount, Planning 5 project are Quality assurance project by using “Can remember by Google drive”, Create a standard, Financial health check, Loan Weekly” and Book for loan customer and trying out during March and July 2016 which will be able to increase the loan amount of BLUE DIMOND BANK, Maliwan road branch

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
7 หมู่ 5 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000 โทรศัพท์ 086-3582189 adaynight@hotmail.com

² อาจารย์ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยมีการแข่งขันที่สูงมาก เนื่องจากแต่ละธนาคารต้องการส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งจึงได้นำกลยุทธ์ทางธุรกิจเข้ามาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น มีการนำเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลาย หรือมีนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้มาใช้บริการมากขึ้น

ในปี พ.ศ.2558 ที่ผ่านมายอดสินเชื่อรวมของธนาคารบลูโดมอนต์ สาขานนมะลิวัลย์ ยังคงต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ และธนาคารบลูโดมอนต์ สาขานนมะลิวัลย์เป็นสาขาขนาดใหญ่พิเศษ มีเป้าหมายสินเชื่อรวมมากที่สุดเมื่อเทียบกับสาขาอื่นในเขตจังหวัดขอนแก่น ดังนั้นผู้บริหารสำนักงานเขตจึงมีนโยบายให้สาขานนมะลิวัลย์เพิ่มยอดสินเชื่อรวมให้บรรลุเป้าหมาย ในปี พ.ศ.2559 โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา สาขานนมะลิวัลย์มียอดสินเชื่อรวมต่ำกว่าเป้าหมายโดยตลอด ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบเป้าหมายและผลงานยอดสินเชื่อรวมปี พ.ศ.2556 – ปี พ.ศ.2558 ธนาคารบลูโดมอนต์ สาขานนมะลิวัลย์

หน่วย: (ล้านบาท)

ยอดสินเชื่อรวมธนาคารบลูโดมอนต์ สาขานนมะลิวัลย์					
ปี พ.ศ. 2556		ปี พ.ศ. 2557		ปี พ.ศ. 2558	
เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน
200	189	220	170	235	190

ที่มา: ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อธนาคารบลูโดมอนต์ (2558)

จากตารางที่ 1 พบว่าเป้าหมายที่สาขานนมะลิวัลย์ได้รับ เทียบกับผลสำเร็จที่สาขานนมะลิวัลย์ทำได้ ในปี พ.ศ. 2556 สาขาได้รับเป้าหมาย 200 ล้านบาท สาขาทำได้ต่ำกว่าเป้าหมายที่ 189 ล้านบาท ปี พ.ศ.2557 สาขาได้รับเป้าหมาย 200 ล้านบาท สาขาทำได้ต่ำกว่าเป้าหมายที่ 170 ล้านบาท และปี พ.ศ.2558 สาขาได้รับเป้าหมาย 235 ล้านบาท สาขาทำได้ 190 ล้านบาท ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังแสดงในตารางที่ 1

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารบลูโดมอนต์ สาขานนมะลิวัลย์
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มยอดสินเชื่อของธนาคารบลูโดมอนต์ สาขานนมะลิวัลย์
3. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่มีผลต่อการเพิ่มยอดสินเชื่อของธนาคารบลูโดมอนต์

สาขานนมะลิวัลย์

ขอบเขตในการศึกษา

ขอบเขตด้านวิชาการ ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ประกอบด้วย ทฤษฎีสุนทรียสาธก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขัน การวิเคราะห์ สออาร์ ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การสร้างความผูกพันที่มั่นคงให้กับลูกค้า และแนวคิดการบริการ

ขอบเขตด้านสถานที่ ทำการศึกษาที่ธนาคารบลูโดมอนต์ สาขาถนนมะลิวัลย์ จังหวัดขอนแก่น

ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง ทำการสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อจำนวน 50 คน

ขอบเขตด้านเวลา ทำการเก็บข้อมูลในเดือน มีนาคม 2559 – กรกฎาคม 2559

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบแนวทางในการเพิ่มยอดขายสินเชื่อของธนาคารบลูโดมอนต์ สาขาถนนมะลิวัลย์
2. ทำให้ทราบทัศนคติเชิงบวกของลูกค้าที่ใช้บริการกับธนาคารบลูโดมอนต์ สาขาถนนมะลิวัลย์

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

1. ทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI)

สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) เป็นกระบวนการค้นหาร่วมกันเพื่อหาสิ่งที่ดีที่สุดในองค์กรหรือของโลกที่อยู่รอบตัวเรา สุนทรียสาธกเป็นศิลปะของการถามคำถามเชิงบวกโดยไม่มีเงื่อนไข ซึ่งมักเกิดขึ้นกับคนตั้งแต่ไม่กี่คน ประกอบด้วย

- 1) การค้นหา (Discovery) คือ การค้นหาประสบการณ์ทางด้านบวกที่ดีที่สุด
- 2) การวาดฝัน (Dream) คือ การทำให้ฝันที่ยิ่งใหญ่ และเหลือเชื่อ เพื่อการบรรลุเป้าหมายที่ตรงกับคุณค่าที่กำหนด ความฝัน และเป้าหมายที่ทรงคุณค่าจะทำให้เกิดความมุ่งมั่น
- 3) การออกแบบ (Design) คือ การออกแบบหรือวางแผนการปฏิบัติหรือแผนการดำเนินงาน
- 4) การดำเนินการ (Destiny) เป็นวิถีชีวิตตามสภาพความเป็นจริงในขณะนั้น สิ่งที่ใช้ในการดำเนินการได้แก่ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning) มีการปรับปรุง ปรับตัวอยู่ตลอดเวลา (Adjustment)

2. การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis)

SOAR Analysis เป็นหลักการวิเคราะห์องค์กร หรือหน่วยงานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนด้านกลยุทธ์ ที่พัฒนามาจาก SWOT Analysis ประกอบด้วย 1. จุดแข็งขององค์กร (Strengths) 2. โอกาส (Opportunities) 3. เป้าหมายในอนาคตที่อยากจะเป็น (Aspirations) และ 4. ผลลัพธ์ที่องค์กรต้องการตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Results)

3. ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relation management: CRM)

ฤดีวรรณ ไชยสัจย์ (2550) Customer Relationship Management (CRM) หรือเรียกว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึงกิจกรรมทางการตลาดที่กระทำต่อลูกค้า ซึ่งอาจเป็นลูกค้า ผู้บริโภค โดยมุ่งให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ มีความรู้ที่ดี ทั้งนี้จะมุ่งเน้นกิจกรรมที่มีการสื่อสารแบบสองทาง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้าให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย (Win – Win Strategy)

4. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

งานบริการ (Customer Service) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเลือกที่จะใช้บริการกับองค์กรต่อไป เพราะถึงแม้ว่าตัวสินค้าเองนั้นจะมีคุณภาพมากเพียงใด แต่หากบริการระหว่างการขาย หรือหลังการขายเองนั้นไม่มีคุณภาพ ลูกค้าก็จะไม่ใช้บริการกับองค์กรอีกต่อไป ดังนั้นการบริการลูกค้าจึงเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ การบริการลูกค้าที่ดี ถือเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ เพราะไม่เพียงแต่เป็นการสร้างความแตกต่าง และทางเลือกให้กับลูกค้าแล้ว แต่ยังเป็นการสร้างความสำเร็จเปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ เมื่อลูกค้าได้รับการบริการที่ประทับใจ จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ระยะยาวและเกิดโอกาสที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มให้กับลูกค้าเพิ่มเติมได้อีกด้วย

5. ทฤษฎีจุดพลิกผัน (The Tipping Point)

Gladwell (2000 อ้างถึงใน ยาดา สุขะเวช, 2550) กล่าวถึงแรงดึงดูดในความลึกลับของปรากฏการณ์ปากต่อปากและอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆโดยใช้แนวคิดของจุดพลิกผัน โดยนำเสนอการค้นหาจุดพลิกผันในเรื่องของธุรกิจ พฤติกรรมทางสังคม การโฆษณาและในแวดวงธุรกิจอีกหลายประเภท มัลคอล์มได้นิยามจุดพลิกผันว่า หมายถึง ช่วงเวลาที่ความเปลี่ยนแปลงอย่างมหาศาลกำลังจะเกิดขึ้นโดยเปรียบเทียบกับคำอื่นๆที่คล้ายกัน มวลวิกฤต (Critical Mass) ขีดจำกัด (Threshold) และจุดเดือด (Boiling Point) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นโดยมีลักษณะสำคัญคือ มีคนบางกลุ่มเป็นตัวนำไปแพร่ไป มีแนวคิดหรือพฤติกรรมที่ติดต่อกันไปได้เหมือนเชื้อโรค การแพร่นั้นเป็นไปแบบทวีคูณ คือเพิ่มเป็นสองเท่าอยู่เรื่อยๆโดยปัจจัยสำคัญของการแพร่นั้นได้แก่ ตัวพาหะ เชื้อโรค และสภาพแวดล้อมของสังคม และสรุปออกมาเป็นกฎสามข้อของการระบาด คือ

วิธีการดำเนินการศึกษา

1. กลุ่มตัวอย่าง

เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพที่ใช้ทฤษฎีสุนทรียสาธกในการสัมภาษณ์หาข้อมูลเชิงบวก ประชากรของการศึกษาคั้งนี้ คือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารกรุงไทยสาขานนมะลิวัลย์ จำนวน 50 คน ทั้งเพศชายและเพศหญิง

2. ขั้นตอนการศึกษาโดยการใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI)

1. การค้นหา (Discovery) ขั้นตอนการสัมภาษณ์ ค้นหาประสบการณ์เชิงบวก ที่ลูกค้าประทับใจเมื่อมาใช้บริการด้านสินเชื่อกับทางธนาคาร โดยใช้คำถามเชิงบวก ดังนี้

คุณมาใช้บริการที่ธนาคารบลูโดมอนต์ สาขานนมะลิวัลย์นี้เป็นครั้งแรกหรือไม่

คุณรู้จักธนาคารบลูโดมอนต์ สาขานนมะลิวัลย์นี้ได้อย่างไร

ตอนที่ตัดสินใจเข้ามาใช้บริการสินเชื่อที่ธนาคารท่านคาดหวังอย่างไร

เมื่อมาใช้บริการสินเชื่อธนาคารบลูโดมอนต์ สาขานนมะลิวัลย์ ท่านประทับใจอะไร และประทับใจอย่างไร

ถ้ามีโอกาสคุณจะแนะนำความประทับใจที่มีต่อธนาคารบลูโดมอนต์ สาขานนมะลิวัลย์ให้คนอื่นอย่างไร

2. การวาดฝัน (Dream) เป็นขั้นตอนจากสิ่งที่ค้นพบจากในการสัมภาษณ์ มาพิจารณาเพื่อค้นหาสิ่งที่วาดฝันอยากได้รับเมื่อมาใช้บริการด้านสินเชื่อกับทางธนาคาร เพื่อเพิ่มยอดสินเชื่อของธนาคารบลูโดมอนต์ สาขานนมะลิวัลย์

3. การออกแบบ (Design) เป็นขั้นตอนการออกแบบและวางแผนสิ่งที่วาดฝันไว้ โดยนำจุดร่วม จุดโดดเด่นภายใต้ทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relation management: CRM) การสร้างความผูกพันที่มั่นคงให้กับลูกค้า (Customer Engagement) แนวคิดการบริการ (Service) และทฤษฎีจุดพลิกผัน (The Tipping Point) มาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อให้ได้แนวทางในการเพิ่มยอดสินเชื่อ

4. การลงมือทำ (Destiny) เป็นการนำวิธีการที่ออกแบบไว้ไปสู่การปฏิบัติ

ผลการศึกษา

จากการค้นหาประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารบลูโดมอนต์ สาขาถนนมะลิวัลย์นั้น พบว่าส่วนใหญ่มีความประทับใจในด้านความรวดเร็วของการอนุมัติสินเชื่อ จากการสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ลูกค้าให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการอนุมัติ เนื่องจากมีความจำเป็นที่จะต้องใช้เงินเมื่อมาขอสินเชื่อกับธนาคารจึงทำให้คาดหวังที่จะได้รับการพิจารณาสินเชื่อที่รวดเร็ว ประกอบกับการพิจารณาสินเชื่อของแต่ละธนาคารมีขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อที่แตกต่างกัน ทำให้ระยะเวลาในการอนุมัตินั้นส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ยังพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในส่วนของการบริการเช่นกัน เนื่องจากในมุมมองของลูกค้าอัตราดอกเบี้ยของแต่ละธนาคารนั้นไม่แตกต่างกันมากนัก แต่สิ่งที่ทำให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างได้นั้นก็คือการบริการที่เหนือความคาดหมาย รวมไปถึงการบริการที่รวดเร็วด้วย ซึ่งลูกค้ามองว่าเมื่อมาใช้บริการที่ธนาคารบลูโดมอนต์ สาขาถนนมะลิวัลย์ แล้วเกิดความประทับใจ เนื่องจากพนักงานให้บริการดี มีความใส่ใจ และสามารถพิจารณาสินเชื่อที่รวดเร็วจนทำให้เกิดความประทับใจ

เมื่อทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมแล้วจึงทำการสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อค้นหาจุดร่วมและจุดโดดเด่น เพื่อนำมาออกแบบโครงการที่จะช่วยเพิ่มยอดสินเชื่อให้กับธนาคารบลูโดมอนต์ สาขาถนนมะลิวัลย์ ได้ทั้งหมด 5 โครงการ คือ 1. โครงการ “Google Drive” ช่วยจำ 2. โครงการ “สร้างมาตรฐานในการทำงาน” 3.โครงการ ที่ปรึกษาสุขภาพทางการเงิน 4.โครงการ “Weekly Loan ทุกวันจันทร์” และ 5. โครงการ “สมุดคู่มือสำหรับลูกค้าสินเชื่อ” (โครงการระยะยาว) หลังจากดำเนินโครงการแล้วพบว่าประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้น พนักงานมีขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านสินเชื่อที่รวดเร็วขึ้น มีจำนวนใบคำขอที่ส่งเข้าระบบเพิ่มขึ้น 10% วัดได้จากรายงานการส่งคำขอเข้าระบบในเดือนสิงหาคม พ.ศ.2559 ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและมีการบอกต่อให้คนรู้จักมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวัดคะแนนของแกลลัฟ ในเดือน สิงหาคม 2559 สาขาได้คะแนนจากการสำรวจความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านกาให้บริการด้านสินเชื่อเพิ่มขึ้นเป็น 4.65 คะแนน จาก 4.60 คะแนน ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2559

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์จุดร่วมและจุดโดดเด่นที่ได้จากการสัมภาษณ์ และนำมาวิเคราะห์ตามหลักของ SOAR Analysis เพื่อมาใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มยอดสินเชื่อของธนาคารบลูโดมอนต์ สาขาถนนมะลิวัลย์ ได้ ได้ทั้งหมด 5 โครงการ คือ 1. โครงการ “Google Drive” ช่วยจำ 2. โครงการ “สร้างมาตรฐานในการทำงาน” 3.โครงการ ที่ปรึกษาสุขภาพทางการเงิน 4.โครงการ “Weekly Loan ทุกวันจันทร์” และ 5. โครงการ “สมุดคู่มือสำหรับลูกค้าสินเชื่อ” (โครงการระยะยาว) ทั้ง 5 โครงการสามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้จริง ลูกค้ามีความสนใจในการขอสินเชื่อมากขึ้น ส่งผลให้ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559 มีจำนวนใบคำขอสินเชื่อในระบบเพิ่มมากขึ้นจากเดือนเมษายน พ.ศ. 2559 ซึ่งเป็นผลมาจากการบอกต่อของลูกค้ารายเดิมที่เคยมาใช้บริการด้านสินเชื่อ โดยเกิดจากความประทับใจเมื่อได้มาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาโดยใช้วิธีแนวคิด สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry : AI) เป็นการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งจะต้องเกิดจากการร่วมมือร่วมใจของพนักงานสินเชื่อทุกคน รวมถึงผู้บริหารสาขาในการลงมือปฏิบัติ และมีกรวัดและประเมินผลการดำเนินงานในทุกไตรมาสเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

นอกจากนี้จะต้องนำสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือสิ่งที่ต้องการให้ทางสาขาปรับปรุงเมื่อมาใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคาร โดยนำมาหาวิธีการให้การแก้ไขปัญหาและพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเมื่อมาใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารบลูไดมอนต์ สาขานนมะลิวัลย์

เอกสารอ้างอิง

- ทุติยา เงินขาว. (2558). แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะ ธนาคารซีชมพู่ สาขาโนนสะอาด จังหวัดอุดรธานี. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เจษฎาพร พงษ์ไพศาล. (2555). การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยใช้สุนทรียศาสตร์ กรณีศึกษา วรณพงษ์ แมนชั่น. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เฉลิมพล ศรีหงส์. (2555). เอกสารประกอบการบรรยายกระบวนการวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพฯ. ศูนย์เอกสารทางวิชาการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยคำแหง.
- พิบูล ทีปะपाल, (2546). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์
- ชนะ ศิระพัฒน์. (2553). การใช้สุนทรียศาสตร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานในโรงงานมิตรลาว.วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.