



Factors Affecting the Decision of Customers' Decision to Use the Credit Services of Maruhan Japan Bank Lao Ltd, Luang Prabang Service Unit

Someluck SISOMEPHONE*, Vilayphone SOMESAMONE², Souksamone

SENGCHANH³, Dalounny INDAVONG⁴

Business Administration Major: Department of Business Administration, Faculty of Economics and Tourism,
Souphanouvong University, Lao PDR

Abstract

This study investigates the factors influencing customers' decisions to use credit services at Maruhan Japan Bank Lao Ltd, specifically at the Luang Prabang Service Unit. The primary aim is to analyze the impact of marketing mix elements and service quality on customers' decisions to use the bank's credit services. The study sample consisted of 199 customers who had used credit services at the Luang Prabang Service Unit. Data were analyzed using the SPSS statistical software to determine percentages, means, standard deviations, and through multiple regression analysis. The results indicate that marketing mix factors are significantly related to the decision to use credit services. Specifically, two marketing mix components were found to have a statistically significant positive effect at the 0.01 level. In terms of service quality, only one factor trustworthiness was found to significantly influence customers' decisions to use the credit services. Furthermore, the multiple regression analysis revealed that two service quality dimensions understanding the customer and responsiveness to customer needs also showed a positive correlation with the decision to use the services, with statistical significance at the 0.1 level.

Keywords: Factors, Decisions, Credit Services, Marketing Mix, Service Quality

***Correspondence:** Someluck
Sisomphone Business Administration
Major: Department of Business
Administration, Faculty of
Economics and Tourism,
Souphanouvong University, Tel: 020
5222 0200, Email:
Somlucksisomphone@gmail.com

Article Info:

Submitted: July 30, 2025

Revised: August 10, 2025

Accepted: August 18, 2025

1. ພາກສະເໜີ

ຂະແໜງການບໍລິການທະນາຄານ ແລະ ການເງິນ ເປັນອົງປະກອບທີ່ສໍາຄັນຂອງອຸດສາຫະກຳການບໍລິການທີ່ກວ້າງຂວາງ (Mishkin, 2001). ດ້ວຍຄວາມກ້າວໜ້າຂອງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ລະບົບຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ປະຈຸບັນ, ທະນາຄານ ແລະ ສະຖາບັນການເງິນ ແມ່ນຈຳເປັນຕ້ອງສະເໜີການບໍລິການທີ່ມີເຕັກໂນໂລຊີທີ່ກ້າວໜ້າກວ່າ. ໃນສະພາບແວດລ້ອມດ້ານການເງິນທີ່ມີການແຂ່ງຂັນສູງ. ໃນປັດຈຸບັນ, ສະຖາບັນເຫຼົ່ານີ້ຍັງໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນກັບການປັບປຸງຄຸນນະພາບການບໍລິການ ແລະ ນະວັດຕະກຳດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ (Chaudhary, 2022) ນອກຈາກນັ້ນ, ອຸດສາຫະກຳການທະນາຄານທົ່ວໂລກໄດ້ມີການເຊື່ອມໂຍງກັນຫຼາຍຂຶ້ນ. ເນື່ອງຈາກການແຂ່ງຂັນທີ່ຮຸນແຮງ, ກະຕຸ້ນໃຫ້ເນັ້ນໜັກໃສ່ຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າຫຼາຍຂຶ້ນ (Tehulu, 2014)

ສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດບໍລິການ ເປັນເຄື່ອງມືທີ່ສໍາຄັນທີ່ທຸລະກິດສ່ວນໃຫຍ່ ໃຊ້ໃນການວາງແຜນ ແລະ ການປະຕິບັດຍຸດທະສາດ ເພື່ອຮັບປະກັນວ່າການບໍລິການສາມາດຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ, ໂດຍສະເພາະໃນຂະແໜງການບໍລິການ ເຊິ່ງມີລັກສະນະສະເພາະເຊັ່ນ: ຄວາມບໍ່ມີຕົວຕົນ, ຄວາມບໍ່ສາມາດແຍກກັນໄດ້, ຄວາມປ່ຽນແປງ ແລະ ຄວາມບໍ່ສາມາດເກັບໄວ້ໄດ້. ການນໍາໃຊ້ສ່ວນປະສົມການຕະຫຼາດການບໍລິການຊ່ວຍໃຫ້ທຸລະກິດສ້າງມູນຄ່າ ແລະ ຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າ. ໂດຍທົ່ວໄປ, ການປະສົມປະສານການຕະຫຼາດການບໍລິການປະກອບດ້ວຍ 7Ps ໄດ້ແກ່: ຜະລິດຕະພັນ / ການບໍລິການ - ການອອກແບບການບໍລິການ ທີ່ຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ. ລາຄາ - ກຳນົດລາຄາທີ່ເໝາະສົມສໍາລັບຄຸນນະພາບຂອງການບໍລິການ ແລະ ການແຂ່ງຂັນ. ສະຖານທີ່ - ການຈັດລະບົບການບໍລິການທີ່ສະດວກ ແລະ ເຂົ້າເຖິງໄດ້ງ່າຍ. ການສົ່ງເສີມ - ປະຊາສາມັນເພື່ອສ້າງຈິດສໍານຶກ ແລະ ຊຸກຍູ້ໃຫ້

ລູກຄ້າມາໃຊ້ບໍລິການ. ປະຊາຊົນ - ພັດທະນາທັກສະ ແລະ ບຸກຄະລິກກະພາບຂອງຜູ້ໃຫ້ບໍລິການເພື່ອສ້າງຄວາມປະທັບໃຈ. ຂະບວນການ - ການຈັດຕັ້ງລະບົບການບໍລິການທີ່ມີປະສິດທິພາບ ແລະ ຫຼຸດຜ່ອນຄວາມຜິດພາດ. ຫຼັກການທາງດ້ານກາຍະພາບ - ການສ້າງສະພາບແວດລ້ອມການບໍລິການທີ່ເໝາະສົມ ແລະ ເຊື່ອຖືໄດ້ (Kotler & Keller, 2016).

ຄຽງຄູ່ກັນນັ້ນ, ຄຸນນະພາບການບໍລິການ ມີບົດບາດສໍາຄັນຫຼາຍໃນການຕັດສິນໃຈຂອງລູກຄ້າທີ່ຈະເລືອກເອົາຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການບໍລິການ. ຄຸນນະພາບການບໍລິການທີ່ດີສາມາດສ້າງຄວາມປະທັບໃຈ, ຄວາມພໍໃຈ ແລະ ຄວາມຫມັ້ນໃຈໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ, ເຊິ່ງມີຜົນກະທົບໂດຍກົງຕໍ່ການຕັດສິນໃຈຊື້ຂອງພວກເຂົາ ແລະ ຄວາມສັດຊື່ຂອງຍີ່ຫໍ້ໃນໄລຍະຍາວ. ສ້າງຄວາມໄວ້ວາງໃຈ - ເມື່ອລູກຄ້າໄດ້ຮັບການບໍລິການມາດຕະຖານ, ສອດຄ່ອງ ແລະ ຕອບສະໜອງ, ພວກເຂົາຈະມີຄວາມຫມັ້ນໃຈໃນອົງກອນ. ເພີ່ມຄວາມພໍໃຈ - ການບໍລິການທີ່ດີເຊັ່ນ: ຄວາມໄວ, ຄວາມສຸພາບ ແລະ ເອົາໃຈໃສ່ໃນລາຍລະອຽດ, ຈະຊ່ວຍໃຫ້ລູກຄ້າມີປະສົບການທີ່ດີ, ເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມພໍໃຈໃນການໃຊ້ບໍລິການ. ມີອິດທິພົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈທີ່ຊື່ - ລູກຄ້າມີແນວໂນ້ມທີ່ຈະຕັດສິນໃຈກັບຄືນໄປໃຊ້ບໍລິການອີກເທື່ອໜຶ່ງຖ້າພວກເຂົາມີປະສົບການທີ່ດີ, ເຊິ່ງຊ່ວຍເພີ່ມຍອດຂາຍ ແລະ ຄວາມຍືນຍົງຂອງທຸລະກິດ. ກະຕຸ້ນຄຳເວົ້າດ້ວຍການບອກຕໍ່ - ຄຸນນະພາບການບໍລິການທີ່ດີນຳໄປສູ່ການບອກເລົ່າໃນທາງບວກ, ເຊິ່ງເປັນການຕະຫຼາດທີ່ມີປະສິດທິພາບໂດຍບໍ່ມີການເພີ່ມຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ Parasuraman et al. (1988) ການໃຊ້ເຄື່ອງມືທາງການຕະຫຼາດ ແລະ ຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການມີຄວາມສໍາຄັນຕໍ່ກັບຜົນສໍາເລັດຂອງການດຳເນີນງານຂອງທະນາຄານ ເພື່ອດຶງດູດລູກຄ້າທີ່ມີຄວາມສົນໃຈຕໍ່ກັບການໃຫ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານທີ່ມີຢູ່ແລ້ວໃຫ້ກາຍເປັນທີ່ຮູ້ຈັກ ທັງເປັນການນໍາສະເໜີຄຸນນະພາບທີ່ດີຂອງການໃຫ້

ບໍລິການທາງດ້ານສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານ ເພື່ອເປັນຕົວກຳນົດໃຫ້ເກີດການຕັດສິນໃຈ (Kotler and Armstrong, 2017)

ຈຸດປະສົງຂອງການຄົ້ນຄວ້າໃນຄັ້ງນີ້ແມ່ນ ວິເຄາະລະດັບອິດທິພົນຂອງປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດ ແລະ ຄຸນະພາບການບໍລິການ ທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານມາຮູຮານ ເຈແປນ ລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການ

2.1 ປະຊາກອນ ແລະ ກຸ່ມຕົວຢ່າງ

ປະຊາກອນ ແມ່ນ ລູກຄ້າທີ່ໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ຢູ່ ທະນາຄານມາຮູຮານ ເຈແປນລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງ ທັງໝົດ ຈຳນວນ 396 ຄົນ. ເນື່ອງຈາກຮູບປະຊາກອນທີ່ແນ່ນອນ. ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງໄດ້ກຳນົດກຸ່ມຕົວຢ່າງ ດ້ວຍສຸດຂອງ Yamane (1973) ໂດຍກຳນົດລະດັບຄວາມປ່ຽນແປງສູງທີ່ສຸດ ຄື $e=0.05$ ທີ່ລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 95% ຈຶ່ງໄດ້ຂະໜາດຕົວຢ່າງ ເທົ່າກັບ 199 ຄົນ.

2.2 ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການເກັບກຳຂໍ້ມູນ

ປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດບໍລິການ ທີ່ມີຄວາມສຳຄັນໃນການເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານມາຮູຮານເຈແປນລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງ ແມ່ນໄດ້ນຳໃຊ້ກອບແນວຄິດສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດຂອງ Kotler & Keller (2016) ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍ 7 ປັດໄຈຄື: ດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ບໍລິການ, ດ້ານລາຄາ, ດ້ານສະຖານທີ່ຈັດຈຳໜ່າຍ, ດ້ານການສົ່ງເສີມທາງການຕະຫຼາດ, ດ້ານຜະນັກງານ, ດ້ານຂະບວນການ ແລະ ດ້ານສິ່ງນຳສະເໜີທາງກາຍະພາບ.

ດ້ານຄຸນນະພາບການບໍລິການໃນການເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານມາຮູຮານເຈແປນລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງ ແມ່ນນຳໃຊ້ແນວຄິດການຄົ້ນຄວ້າໂດຍນຳໃຊ້ກອບແນວຄວາມຄິດຄຸນນະພາບການບໍລິການ ຂອງ Parasuraman et al. (1988) ເຊິ່ງປະກອບມີ 5 ດ້ານຄື: ດ້ານຄວາມເຊື່ອຖືໄວ້ວາງໃຈ, ດ້ານຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຕໍ່ຜູ້ຮັບບໍລິການ, �ດ້ານຄວາມເປັນຮູບປະທຳຂອງການບໍລິການ, ດ້ານການຮູ້ຈັກ ແລະ ເຂົ້າໃຈຜູ້ຮັບບໍລິການ, ດ້ານການຕອບສະໜອງຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການ. ແລະ ການຄົ້ນຄວ້າກ່ຽວກັບການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານ ມາຮູຮານ ເຈແປນ ລາວ ແມ່ນນຳໃຊ້ແນວຄິດພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ຂອງ Kotler & Keller (2016) ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍ 5 ຂັ້ນຕອນຄື: ດ້ານການຄົ້ນຫາບັນຫາ/ຄວາມຈຳເປັນ, ດ້ານການຮວບຮວມຂໍ້ມູນ, ດ້ານການປະເມີນຈາກທາງເລືອກ, ດ້ານການຕັດສິນໃຈ ແລະ ດ້ານການປະເມີນຫຼັງການໃຊ້ບໍລິການ.

2.3 ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການສຶກສາ

ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້ ແມ່ນເປັນແບບສອບຖາມປະກອບມີ 2 ພາກສ່ວນ ດັ່ງນີ້:

ສ່ວນທີ 1: ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດບໍລິການທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານມາຮູຮານ ເຈແປນລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງ ໄດ້ແກ່: ດ້ານຜະລິດຕະພັນ, ດ້ານລາຄາ, ດ້ານສະຖານທີ່ຈັດຈຳໜ່າຍ, ດ້ານການສົ່ງເສີມທາງການຕະຫຼາດ, ດ້ານຜະນັກງານ, ດ້ານຂະບວນການ ແລະ ດ້ານສິ່ງນຳສະເໜີທາງກາຍະພາບ

ສ່ວນທີ 2: ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບປັດໄຈການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານມາຮູຮານເຈແປນລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການ ຫຼວງພະບາງ ໄດ້ແກ່: ດ້ານການຕັດສິນໃຈທີ່ເກີດຈາກການຮັບຮູ້ບັນຫາ/ຄວາມຕ້ອງການທີ່ຄວາມຈຳເປັນ, ດ້ານການຮວບຮວມຂໍ້ມູນ, ດ້ານການປະເມີນຈາກທາງເລືອກ, ດ້ານການຕັດສິນໃຈ ແລະ ດ້ານການປະເມີນຫຼັງການໃຊ້ບໍລິການ

2.4 ວິທີການເກັບກຳຂໍ້ມູນ

ການສຶກສານີ້ ເປັນການຄົ້ນຄວ້າແບບສຳຫລວດ ການສຸ່ມຕົວຢ່າງໄດ້ນຳໃຊ້ວິທີການສຸ່ມຕົວຢ່າງໂດຍແບບສະເພາະຈະຈົງກັບລູກຄ້າທີ່ເປັນຜູ້ໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ໃນການເກັບຂໍ້ມູນໃນຄັ້ງນີ້, ໄດ້ປະຕິບັດໂດຍການແຈກຢາຍແບບສອບຖາມໃຫ້ກັບກຸ່ມລູກຄ້າສິນເຊື້ອທີ່ຍັງເຄື່ອນໄຫວບັນຊີສິນເຊື້ອ ແລະ ເຂົ້າມາຊຳລະຄ່າງວດສິນເຊື້ອໃນແຕ່ລະເດືອນຂອງທະນາຄານມາຮູຮານເຈແປນ ລາວ ໃນຊ່ວງເດືອນ ມີນາ - ເດືອນມິຖຸນາ, 2025 ໄດ້ນຳໃຊ້ວິທີການສຸ່ມຕົວຢ່າງໂດຍແບບສະເພາະຈະຈົງກັບລູກຄ້າທີ່ເປັນຜູ້ໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ.

2.5 ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ໄດ້ວິເຄາະຂໍ້ມູນທາງສະຖິຕິດ້ວຍໂປຣແກຣມສຳເລັດຮູບທາງສະຖິຕິ ໂດຍໄດ້ນຳຂໍ້ມູນຈາກແບບສອບຖາມທີ່ລົງເກັບລວບລວມໄດ້ຕົວຈິງມາລົງລະຫັດເປັນຕົວເລກ (Code) ຕາມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ສຳລັບຂໍ້ຄຳຖາມ, ແລ້ວບັນທຶກລົງໃນໂປຣແກຣມ ເພື່ອດຳເນີນການວິເຄາະຂໍ້ມູນທາງສະຖິຕິ ເຊັ່ນ: ຄ່າຄວາມຖີ່, ຄ່າສ່ວນຮ້ອຍ, ຄ່າສະເລ່ຍ, ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ, ຄ່າສຳປະສິດສະຫະສຳພັນການຖົດຖອຍທະວິຄູນ (Multiple Regression analysis) ເຊິ່ງຈະວິເຄາະໂດຍແຍກຕາມສ່ວນຂອງແບບສອບຖາມດັ່ງນີ້

-ການວິເຄາະຈາກແບບສອບຖາມ ສ່ວນທີ 3 ແມ່ນການວິເຄາະລະດັບອິດທິພົນຂອງປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດບໍລິການ ແລະ ຄຸນນະພາບການບໍລິການທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານມາຮູຮານ ເຈແປນລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງ ແມ່ນຈະໃຊ້ວິທີການວິເຄາະຫາຄ່າສຳປະສິດສະຫະສຳພັນແບບເພຍຊັນ (Pearson's correlation coefficient) ເພື່ອໃຊ້ເປັນຂໍ້ມູນຜື້ນຖານຂອງການວິເຄາະລະດັບປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານມາຮູຮານ ເຈແປນລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງ, ສົມຜົນການວິເຄາະແບບຖົດຖອຍແບບພະຫຸຄຸນ (Multiple Regression Analysis Model), ຄ່າສຳປະສິດສະຫະສຳພັນພະຫຸຄຸນ (Multiple Correlation) "R", ຄ່າສຳປະສິດສະຫະສຳພັນທະວິຄູນທີ່ປັບແກ້ແລ້ວ (Adjusted R Square) ແລະ ຄ່າຄາດເຄື່ອນທີ່ເກີດຈາກການໃຊ້ຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະທັງໝົດໄປພະຍາກອນຕົວປ່ຽນຕາມ (Std. Error of Estimate) ໂດຍໃຊ້ເຕັກນິກການວິເຄາະແບບ Enter Selection Multiple regression ເຊິ່ງປະກອບມີການກວດສອບສຳປະສິດສະຫະສຳພັນແບບເພຍຊັນ (Pearson correlation), ສຳປະສິດໃນການຕັດສິນໃຈ (R^2) ແລະ F-test.

ການຕັ້ງສົມມຸດຖານໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້ຜູ້ຄົນຄວ້າໄດ້ມີການກຳນົດສົມມຸດຖານຄື:

ສົມມຸດຖານຂໍ້ທີ 1: ປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດບໍລິການສົ່ງຜົນຕໍ່ຕົວປ່ຽນຕາມການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານມາຮູຮານ ເຈແປນ ລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງ

ເຊິ່ງໃນການຄົ້ນຄວ້າສາມາດຂຽນເປັນສົມມຸດຖານ ໃນທາງສະຖິຕິໄດ້ດັ່ງນີ້:

H_0 : ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ (X_1), ປັດໄຈດ້ານລາຄາ (X_2), ປັດໄຈດ້ານສະຖານທີ່ຈັດຈຳໜ່າຍ (X_3), ປັດໄຈດ້ານການສົ່ງເສີມທາງການຕະຫຼາດ (X_4), ປັດໄຈດ້ານບຸກຄະລາກອນ (X_5), ປັດໄຈດ້ານຂະບວນການ (X_6), ປັດໄຈດ້ານສິ່ງນຳສະເໜີທາງກາຍະພາບ (X_7) ບໍ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈ (Y).

H_1 : ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ (X_1), ປັດໄຈດ້ານລາຄາ (X_2), ປັດໄຈດ້ານສະຖານທີ່ຈັດຈຳໜ່າຍ (X_3), ປັດໄຈດ້ານການສົ່ງເສີມທາງ

ການຕະຫຼາດ (X_4), ປັດໄຈດ້ານບຸກຄະລາກອນ (X_5), ປັດໄຈດ້ານຂະບວນການ (X_6), ປັດໄຈດ້ານສິ່ງນຳສະໜັບສະໜູນທາງກາຍະພາບ (X_7) ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກ (Y).

ແລະ ສົມມຸດຕາຖານຂໍ້ທີ 2: ປັດໄຈຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການສິ່ງຜົນຕໍ່ຕົວປ່ຽນຕາມການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອ ຂອງທະນາຄານມາຮູຮານ ເຈແປນ ລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງ

H_0 : ປັດໄຈດ້ານຄວາມເຊື່ອຖືໄວ້ວາງໃຈ (X_8), ປັດໄຈດ້ານຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຕໍ່ຜູ້ຮັບບໍລິການ (X_9), ປັດໄຈດ້ານຄວາມເປັນຮູບປະທຳ (X_{10}), ປັດໄຈດ້ານການຮູ້ຈັກ ແລະ ເຂົ້າໃຈຜູ້ຮັບບໍລິການ (X_{11}), ປັດໄຈດ້ານການຕອບສະໜອງຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການ (X_{12}) ບໍ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກ (Y).

H_1 : ປັດໄຈດ້ານຄວາມເຊື່ອຖືໄວ້ວາງໃຈ (X_8), ປັດໄຈດ້ານຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຕໍ່ຜູ້ຮັບບໍລິການ (X_9), ປັດໄຈດ້ານຄວາມເປັນຮູບປະທຳ (X_{10}), ປັດໄຈດ້ານການຮູ້ຈັກ ແລະ ເຂົ້າໃຈຜູ້ຮັບບໍລິການ (X_{11}), ປັດໄຈດ້ານການຕອບສະໜອງຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການ (X_{12}) ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກ (Y).

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

3.1 ດ້ານປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອຂອງທະນາຄານມາຮູຮານ ເຈແປນ ລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການ ຫຼວງພະບາງ

3.1.1 ດ້ານການຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນ

ສົມຜົນການພະຍາກອນການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອໃນຮູບແບບຂອງການນຳໃຊ້ຄຳຄະແນນດິບມີດັ່ງນີ້:

$$Y_1 = 3.674 - 0.137X_1 + 0.023X_2 + 0.062X_3 + 0.176X_4 + 0.044X_5 + 0.015X_6 + 0.013X_7$$

$$t = (6.175)^{***} (-1.542)^{ns} (0.298)^{ns} (0.585)^{ns} (2.009)^{**} (-0.331)^{ns} (0.019)^{ns} (0.018)^{ns}$$

ຜົນການວິເຄາະ ປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອ ດ້ານການຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນ ເຫັນໄດ້ວ່າມີພຽງ 1 ປັດໄຈຄື: ດ້ານການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ (X_4) ເທົ່ານັ້ນທີ່ມີລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ. ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງຕັດຕົວປ່ຽນທີ່ບໍ່ມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ ແລະ ສາມາດສ້າງສົມຜົນໃໝ່ໃນຮູບຄະແນນດິບໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Y_1 = 3.674 + 0.176X_4$$

$$T = (6.175)^{***} (0.150)^{**}$$

ແລະ ສາມາດສ້າງສົມຜົນການພະຍາກອນໃນຮູບຄະແນນມາດຕະຖານໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$ZY_1 = 0.150X_4$$

$$t = (2.009)^{**}$$

ຈາກຜົນການວິເຄາະສົມຜົນການທົດຖອຍແບບພະຫຸພັນສາມາດອະທິບາຍການພະຍາກອນສົມຜົນຂອງ ປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອ ດ້ານການຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

1) ສຳປະສິດຄືທີ່ ມີຄ່າເທົ່າກັບ 3.674 ເຊິ່ງໝາຍວ່າ ປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອແມ່ນມີການຕັດສິນໃຈໃນລະດັບ 3.674 ລະດັບ (ລະດັບຫຼາຍ) ໂດຍບໍ່ຈຳເປັນມີປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດດ້ານອື່ນໆ ເຂົ້າມາກ່ຽວຂ້ອງ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01.

2) ສຳປະສິດຂອງປັດໄຈການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ (X_4) ມີຄ່າເທົ່າ 0.176 ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າທະນາຄານມາຮູຮານ ເຈແປນລາວຈຳກັດ

ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງ ມີການປ່ຽນແປງດ້ານປັດໄຈການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ລະດັບ ໂດຍປັດໄຈອື່ນໆຄົງທີ່ຈະສິ່ງຜົນໃຫ້ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອດ້ານການຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນ ເພີ່ມຂຶ້ນ 0.176 ລະດັບ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05.

3.1.2 ດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກ

ສົມຜົນການພະຍາກອນການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອໃນຮູບແບບຂອງການນຳໃຊ້ຄຳຄະແນນດິບມີດັ່ງນີ້:

$$Y_1 = 4.344 - 0.052X_1 - 0.015X_2 + 0.090X_3 + 0.091X_4 + 0.071X_5 + 0.298X_6 + 0.188X_7$$

$$T = (5.874)^{***} (-0.471)^{ns} (-1.190)^{ns} (0.686)^{ns} (-0.831)^{ns} (0.808)^{ns} (3.075)^{***} (2.459)^{**}$$

ຜົນການວິເຄາະປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອ ດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກ ເຫັນໄດ້ວ່າມີພຽງ 2 ປັດໄຈຄື: ດ້ານຂະບວນການ (X_6) ແລະ ດ້ານສິ່ງນຳສະໜັບສະໜູນທາງກາຍະພາບ (X_7) ເທົ່ານັ້ນທີ່ມີລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ. ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງຕັດຕົວປ່ຽນທີ່ບໍ່ມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ ແລະ ສາມາດສ້າງສົມຜົນໃໝ່ໃນຮູບຄະແນນດິບໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Y_1 = 4.344 + 0.002X_6 + 0.015X_7$$

$$t = (5.874)^{***} (0.286)^{***} (0.215)^{**}$$

ແລະ ສາມາດສ້າງສົມຜົນການພະຍາກອນໃນຮູບຄະແນນມາດຕະຖານໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$ZY_1 = 0.286X_6 + 0.215X_7$$

$$T = (3.075)^{***} (2.459)^{**}$$

ຈາກຜົນການວິເຄາະສົມຜົນການທົດຖອຍແບບພະຫຸພັນສາມາດອະທິບາຍການພະຍາກອນສົມຜົນຂອງ ປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອ ດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

1) ສຳປະສິດຄືທີ່ ມີຄ່າເທົ່າກັບ 4.344 ເຊິ່ງໝາຍວ່າ ປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອ ຂອງທະນາຄານມາຮູຮານ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງ ແມ່ນມີການຕັດສິນໃຈໃນລະດັບ 4.344 ລະດັບ (ລະດັບຫຼາຍ) ໂດຍບໍ່ຈຳເປັນມີປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດດ້ານອື່ນໆ ເຂົ້າມາກ່ຽວຂ້ອງ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01.

2) ສຳປະສິດຂອງປັດໄຈຂະບວນການ (X_6) ມີຄ່າເທົ່າ 0.298 ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າທະນາຄານມາຮູຮານເຈແປນລາວຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງມີການປ່ຽນແປງດ້ານປັດໄຈດ້ານຂະບວນການໃຫ້ບໍລິການ ເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ລະດັບ ໂດຍປັດໄຈອື່ນໆຄົງທີ່ຈະສິ່ງຜົນໃຫ້ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອ ດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກ ເພີ່ມຂຶ້ນ 0.298 ລະດັບ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01.

3) ສຳປະສິດຂອງປັດໄຈດ້ານສິ່ງນຳສະໜັບສະໜູນທາງກາຍະພາບ (X_7) ມີຄ່າເທົ່າ 0.188 ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າທະນາຄານມາຮູຮານ ເຈແປນ ລາວຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງມີການປ່ຽນແປງດ້ານປັດໄຈດ້ານດ້ານສິ່ງນຳສະໜັບສະໜູນທາງກາຍະພາບ ເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ລະດັບ ໂດຍປັດໄຈອື່ນໆຄົງທີ່ຈະສິ່ງຜົນໃຫ້ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອ ດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກ ຫຼຸດລົງ - 0.188 ລະດັບ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05.

3.2 ປັດໄຈດ້ານຄຸນນະພາບການບໍລິການທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື່ອຂອງທະນາຄານມາຮູຮານ ເຈແປນ ລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການ ຫຼວງພະບາງ

3.2.1 ດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກ

ສົມຜົນການພະຍາກອນການຕັດສິນໃຈດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອໃນຮູບແບບຂອງການນຳໃຊ້ຄ່າຄະແນນດິບມີດັ່ງນີ້:

$$Y_1 = 4.411 + 0.150 X_8 - 0.052 X_9 - 0.085 X_{10} - 0.028 X_{11} - 0.136 X_{12}$$

$$t = (8.353)^{ns} (1.691)^* (-0.504)^{ns} (-0.783)^{ns} (-0.278)^{ns} (-1.526)^{ns}$$

ຜົນການວິເຄາະປັດໄຈ ຄຸນະພາບການໃຫ້ບໍລິການສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກ ເຫັນໄດ້ວ່າມີພຽງ 1 ປັດໄຈຄື: ຄວາມເຊື່ອຖືໄວ້ວາງໃຈ (X_8) ເທົ່ານັ້ນ ທີ່ມີລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.1. ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງຕັດຕົວປ່ຽນທີ່ບໍ່ມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ ແລະ ສາມາດສ້າງສົມຜົນໃໝ່ໃນຮູບຄະແນນດິບໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Y_1 = 4.411 + 0.150 X_8$$

$$(8.353)^{ns} (1.691)^*$$

ແລະ ສາມາດສ້າງສົມຜົນການພະຍາກອນໃນຮູບຄະແນນມາດຕະຖານໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$ZY_1 = 0.181 X_{11}$$

$$t = (1.691)^*$$

ຈາກຜົນການວິເຄາະສົມຜົນການທົດຖອຍແບບພະຫຸຄຸນສາມາດອະທິບາຍການພະຍາກອນສົມຜົນຂອງ ປັດໄຈຄຸນະພາບການໃຫ້ບໍລິການທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

1) ສຳປະສິດຄົງທີ່ ມີຄ່າເທົ່າກັບ 4.411 ເຊິ່ງໝາຍວ່າ ປັດໄຈ ຄຸນະພາບການໃຫ້ບໍລິການທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກ ແມ່ນມີການຕັດສິນໃຈໃນລະດັບ 4.411 ລະດັບ (ລະດັບຫຼາຍ) ໂດຍບໍ່ຈຳເປັນມີປັດໄຈຄຸນະພາບການໃຫ້ບໍລິການດ້ານອື່ນໆ ເຂົ້າມາກ່ຽວຂ້ອງ.

2) ສຳປະສິດຂອງ ປັດໄຈດ້ານຄວາມເຊື່ອຖືໄວ້ວາງໃຈ (X_8) ມີຄ່າເທົ່າ 0.150 ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າ: ທະນາຄານມາຮຸຮານເຈແປນລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການແຂວງຫຼວງພະບາງມີການປ່ຽນແປງດ້ານປັດໄຈດ້ານຄວາມເຊື່ອຖືໄວ້ວາງໃຈ ດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກ ເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ລະດັບ ໂດຍປັດໄຈອື່ນໆຄົງທີ່ຈະສິ່ງຜົນໃຫ້ການຕັດສິນໃຈໃຈດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກ ເພີ່ມຂຶ້ນ 0.150 ລະດັບ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.1.

3.2.2 ດ້ານການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການ

ຜົນການວິເຄາະປັດໄຈ ຄຸນະພາບການໃຫ້ບໍລິການສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ເຫັນໄດ້ວ່າມີພຽງ 2 ປັດໄຈຄື: ດ້ານການຮູ້ຈັກ ແລະ ເຂົ້າໃຈຜູ້ຮັບບໍລິການ (X_{11}) ແລະ ດ້ານການຕອບສະໜອງຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການ (X_{12}) ເທົ່ານັ້ນທີ່ມີລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.1. ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງຕັດຕົວປ່ຽນທີ່ບໍ່ມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ ແລະ ສາມາດສ້າງສົມຜົນໃໝ່ໃນຮູບຄະແນນດິບໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Y_1 = 4.344 + 0.002 X_{11} + 0.015 X_{12}$$

$$t = (10.345)^{***} (1.674)^* (3.665)^{***}$$

ແລະ ສາມາດສ້າງສົມຜົນການພະຍາກອນໃນຮູບຄະແນນມາດຕະຖານໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$ZY_1 = 0.139 X_{11} - 0.303 X_{12}$$

$$t = (1.674)^* (3.665)^{***}$$

ຈາກຜົນການວິເຄາະສົມຜົນການທົດຖອຍແບບພະຫຸຄຸນສາມາດອະທິບາຍການພະຍາກອນສົມຜົນຂອງ ປັດໄຈຄຸນະພາບການໃຫ້ບໍລິການທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

1) ສຳປະສິດຄົງທີ່ ມີຄ່າເທົ່າກັບ 4.497 ເຊິ່ງໝາຍວ່າ: ປັດໄຈ ຄຸນະພາບການໃຫ້ບໍລິການທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ແມ່ນມີການຕັດສິນໃຈໃນລະດັບ 4.497 ລະດັບ (ລະດັບຫຼາຍ) ໂດຍບໍ່ຈຳເປັນມີປັດໄຈຄຸນະພາບການໃຫ້ບໍລິການດ້ານອື່ນໆ ເຂົ້າມາກ່ຽວຂ້ອງ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01.

2) ສຳປະສິດຂອງ ປັດໄຈ ການຮູ້ຈັກ ແລະ ເຂົ້າໃຈຜູ້ຮັບບໍລິການ (X_{11}) ມີຄ່າເທົ່າ 0.155 ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າທະນາຄານ ມາຮຸຮານ ເຈແປນ ລາວ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງມີການປ່ຽນແປງດ້ານປັດໄຈດ້ານການຮູ້ຈັກ ແລະ ເຂົ້າໃຈຜູ້ຮັບບໍລິການ ເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ລະດັບ ໂດຍປັດໄຈອື່ນໆຄົງທີ່ຈະສິ່ງຜົນໃຫ້ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ເພີ່ມຂຶ້ນ 0.155 ລະດັບ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.1.

3) ສຳປະສິດຂອງປັດໄຈການຕອບສະໜອງຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການ (X_{12}) ມີຄ່າເທົ່າ 0.296 ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າທະນາຄານມາຮຸຮານ ເຈແປນ ລາວ ໜ່ວຍບໍລິການ ຫຼວງພະບາງມີການປ່ຽນແປງດ້ານປັດໄຈດ້ານການຕອບສະໜອງຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ລະດັບ ໂດຍປັດໄຈອື່ນໆຄົງທີ່ຈະສິ່ງຜົນໃຫ້ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອດ້ານການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ເພີ່ມຂຶ້ນ 0.296 ລະດັບ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01.

ສະຫຼຸບ: ຜົນການວິເຄາະການຖົດຖອຍພະຫຸຄຸນຂອງປັດໄຈຄຸນະພາບການໃຫ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ຂອງທະນາຄານ ມາຮຸຮານ ໜ່ວຍບໍລິການ ຫຼວງພະບາງ ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການໃນດ້ານການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການ ປະກອບມີ 2 ປັດໄຈ ຄື: ດ້ານການຮູ້ຈັກ ແລະ ເຂົ້າໃຈຜູ້ຮັບບໍລິການ ແລະ ດ້ານການຕອບສະໜອງຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການ ສິ່ງຜົນໃນທາງບວກ ທີ່ມີທີ່ມີຄວາມສຳຄັນກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.1.

4. ວິພາກຜົນ

4.1 ປັດໄຈທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານ ມາຮຸຮານ ເຈແປນລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງ

ປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດບໍລິການ ທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ຂອງທະນາຄານ ມາຮຸຮານ ໜ່ວຍບໍລິການ ຫຼວງພະບາງ ພົບວ່າ: ປັດໄຈຂະບວນການໃຫ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ (X_6) ແລະ ປັດໄຈດ້ານສິ່ງນຳສະເໜີທາງກາຍະພາບ (X_7) ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າ: ຖ້າທາງທະນາຄານໃຫ້ຄວາມສຳຄັນໃນການປັບປຸງດ້ານຂະບວນການໃຫ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ (X_6) ແລະ ປັບປຸງດ້ານການນຳສະເໜີສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກທາງກາຍະພາບ (X_7) ໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນກໍ່ຈະເຮັດໃຫ້ ການຕັດສິນໃຈໃນການປະເມີນຜົນທາງເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ຂອງທະນາຄານມາຮຸຮານ ເຈແປນ ລາວ ຈຳກັດ ໜ່ວຍບໍລິການຫຼວງພະບາງ ເພີ່ມຂຶ້ນ ເຊິ່ງຜົນການຄົ້ນຄວ້າ ແມ່ນບໍ່ສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ ພູນສະຫວັດ ພ້ອມດ້ວຍຄະນະ (2019) ພົບວ່າ: ດ້ານລາຄາ ມີຄ່າສະເລ່ຍ ຫຼາຍທີ່ສຸດ, ອັດຕາດອກເບ້ຍ, ໄລຍະເວລາໃນການຜ່ອນຊຳລະເງິນກູ້ໄລຍະຍາວ, ເງິນງວດຕ່ຳ ແລະ ອັດຕາຄ່າທຳນຽມໃນການຢືນຂໍສິນເຊື້ອ ແລະ ຄ່າປັບໃໝຕ່າງໆ ເຊິ່ງຜົນການຄົ້ນຄວ້າແມ່ນບໍ່ສອດຄ່ອງກັບຜົນການຄົ້ນຄວ້າຂອງ ກັນຈະນັດ (2023) ພົບວ່າ: ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອໄດ້ແກ່: ດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ຊ່ອງທາງການໃຫ້ບໍລິການ, ດ້ານລາຄາ ແລະ ຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນ, ດ້ານສະຖານທີ່ໃຫ້ບໍລິການ ແລະ ດ້ານການສົ່ງເສີມທາງການຕະຫຼາດ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບ ກັນຈະນັດ (2023), Insomphorn et al. (2023);

Bounthachit et al. 2024) ພົບວ່າ: ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ, ປັດໄຈການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ, ປັດໄຈດ້ານລາຄາ ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການ. ປະຣາດັບ (2017) ພົບວ່າ: ປັດໄຈລາຄາ ແລະ ເງື່ອນໄຂຜະລິດຕະພັນ ສົ່ງຜົນທາງບວກຕໍ່ຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າໃນການນໍາໃຊ້ການບໍລິການສິນເຊື້ອ

ອີງໃສ່ ຈັນປະສົບໂຊກ (2021) ພົບວ່າ: ຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການດ້ານພະນັກງານຜູ້ໃຫ້ບໍລິການ, ດ້ານຂໍ້ມູນທີ່ບໍລິການໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ ສົ່ງຜົນຕໍ່ການບອກຕໍ່ໂດຍພາບລວມຂອງການໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ.

4.2 ປັດໄຈຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການໃນດ້ານການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການ

ພົບວ່າ: ປັດໄຈດ້ານຄວາມເຊື່ອຖືໄວ້ວາງໃຈ ສົ່ງຜົນໃນທາງບວກຕໍ່ການຕັດສິນໃຈດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.1 ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າ ຖ້າທາງທະນາຄານໃຫ້ຄວມສໍາຄັນໃນການປັບປຸງ ດ້ານກາຍີ່ຫໍ້ຂອງທະນາຄານ ແລະ ສ້າງຊື່ສຽງໃນທາງບວກ, ປັບປຸງໃຫ້ທະນາຄານມີຮາກຖານທາງການເງິນທີ່ແຂງແກ່ນ ສາມາດສະໜອງເງິນກູ້ໃຫ້ໄດ້ຕາມກໍານົດເວລາຫຼັງຈາກອະນຸມັດ, ສ້າງໃຫ້ທະນາຄານມີຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື, ປອດໄພ ແລະ ເນັ້ນເອົາລູກຄ້າເປັນສູນກາງ ແລະ ການສ້າງພາຍໃຕ້ຊື່ຂອງ ມາຣູຮານ ທີ່ເປັນທະນາຄານຂຶ້ນກັບທະນາຄານແຫ່ງ ສປປ ລາວ ຄຸ້ມຄອງ ໂດຍວາງແຜນປັບປຸງສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ໃຫ້ມີຄຸນນະພາບສູງຂຶ້ນແມ່ນຈະສົ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ລູກຄ້າຕັດສິນໃຈເລືອກທາງເລືອກການໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານມາຣູຮານເຈແປນລາວຈໍາກັດ ໜ່ວຍບໍລິການ ຫຼວງພະບາງ ຫຼາຍຂຶ້ນ ເຊິ່ງຜົນການຄົ້ນຄວ້າມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບ Bunchum (2020) ພົບວ່າ: ປັດໄຈດ້ານຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການ ແລະ ປັດໄຈຄວາມໄວ້ວາງໃຈຕໍ່ຊື່ສຽງອົງກອນສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອເພື່ອທີ່ຢູ່ອາໄສຂອງລູກຄ້າທະນາຄານອາຄານສິງເຄາະ ໃນລະດັບຄວາມສໍາພັນກັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.05 ແລະ ມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບ ຈັນປະສົບໂຊກ (2021) ພົບວ່າ: ຄວາມພໍໃຈໃນການໃຊ້ບໍລິການດ້ານການໃຫ້ບໍລິການຢ່າງສະໝັພາບສົ່ງຜົນຕໍ່ການບອກຕໍ່ໂດຍລວມຂອງຜູ້ປະກອບການ SME ໃນການໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງ ຂອງທະນາຄານພັດທະນາ SME ປະເທດໄທ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາພັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.05 ແລະ ສອດຄ່ອງກັບ Douangphachan et al. (2023) ພົບວ່າ ດ້ານ ຄວາມມີນໍ້າໃຈ, ດ້ານຄວາມເຂົ້າໃຈຕໍ່ຜູ້ຮັບບໍລິການ, ດ້ານການຕອບສະໜອງຢ່າງວ່ອງໄວ, ດ້ານຊ່ອງທາງການເຂົ້າເຖິງ, ດ້ານຄວາມສາມາດ, ດ້ານຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື, ດ້ານຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ, ດ້ານຄວາມປອດໄພ, ດ້ານຄວາມເຂົ້າໃຈລູກຄ້າ-ຮູ້ຈັກລູກຄ້າ ແລະ ດ້ານການຕິດຕໍ່ສື່ສານຕາມລຳດັບ.

4.3 ການວິເຄາະການຖືກຖອຍພະຫຸພົດຂອງປັດໄຈຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການໃນດ້ານການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການ

ພົບວ່າ: ປັດໄຈການຕອບສະໜອງຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການ ສົ່ງຜົນໃນທາງບວກ ທີ່ມີທີ່ມີຄວາມສໍາພັນກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.1 ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າ ຖ້າທາງທະນາຄານຫາກໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນຕໍ່ການປັບປຸງໃນດ້ານການໃຫ້ລູກຄ້າສາມາດຊໍາລະເງິນຄືນຜ່ານຫຼາຍຊ່ອງທາງເຊັ່ນ: ທີ່ເຄົ້າເຕີທະນາຄານ, ໂອນຜ່ານແອັບມືຖືທາງອອນລາຍ ໂດຍບໍ່ເຂົ້າມາທະນາຄານ, ພະນັກງານສິນເຊື້ອມີການປັບປຸງການໃຫ້ບໍລິການມີການໃນການແນະນຳແນວທາງການປະກອບເອກະສານ, ມີການປັບປຸງຜະລິດຕະພັນສິນເຊື້ອໃຫ້ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍສາມາດຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ ໃນການກູ້ຢືມຢ່າງເຕັມທີ່ ແລະ ທາງທະນາຄານມີການປັບປຸງການບໍລິການແຈ້ງເຕືອນວັນເວລາຄືບກຳນົດ

ງວດຊໍາລະແຕ່ລະເດືອນ ຜ່ານທາງຂໍ້ຄວາມໂທລະສັບ ເຊິ່ງຖ້າຫາກປັບປຸງປັດໄຈເຫຼົ່ານີ້ໃຫ້ມີຄຸນນະພາບສູງຂຶ້ນແມ່ນຈະເຮັດໃຫ້ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງລູກຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນ ເຊິ່ງຜົນການຄົ້ນຄວ້າແມ່ນມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບ ທໍາມະພາບອນ (2012) ພົບວ່າ ປັດໄຈສ່ວນໃຫຍ່ທີ່ລູກຄ້າເລືອກເງື່ອນໄຂການກູ້ບໍ່ຈຳກັດຄຸນສົມບັດຂອງຜູ້ກູ້ຫຼາຍເກີນໄປ, ອັດຕາດອກເບ້ຍມີໃຫ້ເລືອກຫຼາຍປະເພດ, ອັດຕາຄ່າທໍານຽມບໍລິການເພື່ອຂໍສິນເຊື້ອຕໍ່າ, ພະນັກງານມີຄວາມກະຕືລືລົ້ນເອົາໃຈໃສ່ ແລະ ເຕັມໃຈໃຫ້ບໍລິການ, ມີບໍລິການຈັດສົ່ງເອກະສານທີ່ກ່ຽວກັບປະໂຫຍດການປ່ຽນແປງຕ່າງໆ ໃຫ້ລູກຄ້າຮູ້ ແລະ ໃຫ້ບໍລິການສິນເຊື້ອທີ່ຢູ່ອາໄສ.

4.4 ການວິເຄາະການຖືກຖອຍພະຫຸພົດຂອງປັດໄຈຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການໃນດ້ານການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການ

ພົບວ່າ: ປັດໄຈ ການຮູ້ຈັກ ແລະ ເຂົ້າໃຈຜູ້ຮັບບໍລິການ ສົ່ງຜົນໃນທາງບວກ ທີ່ມີທີ່ມີຄວາມສໍາພັນກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.1 ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າ ຖ້າທາງທະນາຄານໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນໃນການປັບປຸງຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການໃນດ້ານການຮູ້ຈັກ ແລະ ເຂົ້າໃຈຜູ້ໃຊ້ບໍລິການໃຫ້ມີຄຸນນະພາບສູງຂຶ້ນ ແມ່ນຈະສົ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການຂອງລູກຄ້າເພີ່ມສູງຂຶ້ນ ເຊັ່ນ: ການປັບປຸງດ້ານການອໍານວຍຄວາມສະດວກ ແລະ ວ່ອງໄວໃນຂັ້ນຕອນການອະນຸມັດ, ດ້ານຄຸນລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນສິນເຊື້ອຕອບໂຈດຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງ ລູກຄ້າ, ປັບປຸງຄວາມສາມາດແກ້ໄຂຂັ້ນຫາໃຫ້ກັບລູກຄ້າໄດ້ຢ່າງທັນເວລາ ແລະ ປັບປຸງຄວາມສາມາດໂອນຜ່ານແອັບທະນາຄານອື່ນ ແລະ ສະແດງ QR CODE ໄດ້ ເຊິ່ງຜົນຂອງການຄົ້ນຄວ້າແມ່ນມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບ ພູນສະຫວັດ ພ້ອມດ້ວຍຄະນະ (2019) ພົບວ່າ: ຄວາມຄິດເຫັນກ່ຽວກັບປັດໄຈຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອເພື່ອທີ່ຢູ່ອາໄສຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດໂດຍລວມພົບວ່າ: ດ້ານຄວາມໜ້າເຊື່ອຖືມີຄ່າສະເລ່ຍຫຼາຍທີ່ສຸດ, ພະນັກງານມີຄວາມຮູ້ຄວາມສາມາດໃນການແນະນຳການບໍລິການຢ່າງຖືກຕ້ອງ, ພະນັກງານສາມາດໃຫ້ບໍລິການໄດ້ຕຶງຕາມຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ທັນເວລາ ແລະ ໄລຍະເວລາການອະນຸມັດສິນເຊື້ອເປັນໄປຕາມກໍານົດ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິການເກີດຄວາມປະທັບໃຈ ແລະ ຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບ Douangphachan et al. (2023); Fatah (2018) ພົບວ່າ ດ້ານຄວາມມີນໍ້າໃຈ, ດ້ານຄວາມເຂົ້າໃຈຕໍ່ຜູ້ຮັບບໍລິການ, ດ້ານການຕອບສະໜອງຢ່າງວ່ອງໄວ, ດ້ານຊ່ອງທາງການເຂົ້າເຖິງ, ດ້ານຄວາມສາມາດ, ດ້ານຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື, ດ້ານຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ, ດ້ານຄວາມປອດໄພ, ດ້ານຄວາມເຂົ້າໃຈລູກຄ້າ-ຮູ້ຈັກລູກຄ້າ ແລະ ດ້ານການຕິດຕໍ່ສື່ສານ.

5. ສະຫຼຸບ

ປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດບໍລິການມີຄວາມສໍາພັນກັບການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານມາຣູຮານ ເຈແປນ ລາວ ຈໍາກັດ ໜ່ວຍບໍລິການ ຫຼວງພະບາງ ພົບວ່າມີ 2 ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຄື: ດ້ານຂະບວນການ ແລະ ດ້ານສິ່ງນໍາສະເໜີທາງກາຍະພາບ ສົ່ງຜົນໃນທາງບວກ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01.

ປັດໄຈຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການ ມີຄວາມສໍາພັນກັບການຕັດສິນໃຈດ້ານການປະເມີນຜົນທາງເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອ ຂອງທະນາຄານມາຣູຮານ ເຈແປນ ລາວ ຈໍາກັດ ໜ່ວຍບໍລິການ ຫຼວງພະບາງ ປະກອບມີພຽງ 1 ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຄື: ດ້ານຄວາມເຊື່ອຖືໄວ້ວາງໃຈ.

ປັດໄຈຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານມາຣູຮານ ເຈແປນ ລາວ ຈໍາກັດ ໜ່ວຍບໍລິການ ຫຼວງພະບາງ ສົ່ງຜົນຕໍ່ 2 ປັດໄຈ ຄື: ດ້ານການຮູ້ຈັກ ແລະ ເຂົ້າໃຈຜູ້ຮັບບໍລິການ ແລະ ດ້ານການຕອບ

ສະໜອງຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການ ສິ່ງຜົນໃນທາງບວກ ທີ່ມີທີ່ມີຄວາມສໍາພັນ ກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.1.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້າພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົນຄວາວິທະຍາສາດ ຂໍປະຕິຍານຕົນວ່າ ຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງທາງຜົນປະໂຫຍດກັບພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອື້ອປະໂຫຍດໃຫ້ກັບພາກສ່ວນໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການລະເມີດ ໃນຮູບການໃດໜຶ່ງ ຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີ ທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

ກັນຈະນັດ, ອ (2023). ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອກັບທະນາຄານພານິດຂອງປະຊາກອນທີ່ອາໄສຢູ່ໃນພື້ນທີ່ກຸງເທບມະຫານະຄອນ ແລະ ປະລິມົນທົນ ໃນຊ່ວງໄວເຮັດວຽກ (ຕັ້ງແຕ່ອາຍຸ 22 - 60 ປີ). (Original language is in Thai)

ຈັນປະສິບໂຊກ, ສ. (2021). ຄຸນະພາບການໃຫ້ບໍລິການທີ່ມີອິດທິພົນຕໍ່ການບອກຕໍ່ຂອງຜູ້ປະກອບການ SME ໃນການໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານພານິດຂອງປະເທດໄທ. (Original language is in Thai)

ປຣະດັບ, ດ. (2017). ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມພໍໃຈໃນການໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອລົດ ຂອງທະນາຄານພານິດໃນເຂດກຸງເທບມະຫານະຄອນ. ປະເທດໄທ.

ທໍາມະພາພອນ, ອ. (2012). ປັດໄຈທີ່ຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການ ແລະ ຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າທີ່ມີຜົນຕໍ່ການບໍລິຫານຈັດການດ້ານສິນເຊື້ອຂອງທະນາຄານອາຄານສົງເຄາະ ກຸງເທບມະຫານະຄອນ. (Original language is in Thai)

ພູນສະຫວັດ, ປ., ວິຣິຍະກິດຈາ, ຣ., ປົວອນລາພອນ, ນ., ແລະ ສຸລະໄຊກະລຸນວັດ, ພ. (2019). ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການສິນເຊື້ອເພື່ອທີ່ຢູ່ອາໄສທະນາຄານອາຄານສົງເຄາະສູນບໍລິການສິນເຊື້ອນະຄອນຫຼວງພະ. ກຸງເທບມະຫານະຄອນ. (Original language is in Thai)

Bounthachit, B., Yangsenxay, C., & Somsackxaysompheng, O. (2024). Factors Affecting Towards Decision to Use Services of Luang Prabang Night Garden: *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 10(4), 93–101. Retrieved from <https://www.su-journal.com/index.php/su/article/view/744>

Bunchum, W. (2020). *Service quality and trust in the organization's reputation influence the decision of Bank of Thailand customers in Bangkok and the metropolitan areas to use housing credit services*. Ramkhamhaeng University, Thailand. (Original language is in Thai)

Chaudhary, P. (2022). Online Influencer Marketing – An Effective Marketing Technique for Strategic Branding, Resonating Communication and Customer Engagement, *Management Dynamics*. 22(1), 36-42, DOI:

<https://doi.org/10.57198/2583-4932.1296>

(Original language is in Thai)

Douangphachan, P., Hoongsengpha, S., & Sisavanh, O. (2023). Customer Satisfaction with the Service of the Lao Development Bank: Xayabuly Branch. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 9(3), 216–224. Retrieved from <https://www.su-journal.com/index.php/su/article/view/444>

Fatah, N. (2018). *Factors Affecting Customers' Decisions to Take Out Bank Loans: A Case Study of Sulaymaniyyah City Commercial Banks*. master's thesis.

Insomphorn, T., Siphanthong, B., Sioudomphan, S., & Sengdara, C. (2023). The Factors Affecting Decision to Use Currency Exchange Service with the Service Units of the Commercial Banks in Luang Prabang Capital. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 9(2), 100–107. Retrieved from <https://www.su-journal.com/index.php/su/article/view/380>

Kotler, P. and Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing. Pearson, London, 39-48.

Kotler, P., & Keller, L. (2016). *Marketing Management*. (1st Ed) Pearson Education.

Mishkin, F. S. (2001). *The transmission mechanism and the role of asset prices in money policy*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=292516

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service

quality. *Journal of Retailing*, 1(64), 12–40.

<https://psycnet.apa.org/record/1989-10632-001>

Tehulu, T. A. (2014). Factors Influencing Customers' Bank Selection Decision in Ethiopia: The Case of Bahir Dar City. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(21).

<https://www.iiste.org/Journals/index.php/RJFA/article/view/17573>

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd Ed). Harper and Row, New York