

พฤติกรรมและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการ

สมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

วุฒิชัย กลิ่นอุบล¹, ปริญญาภรณ์ พจน์อริยะ²

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระพฤติกรรมและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการ สมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(2)ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ เป็นการสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยวิธีใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นผู้ใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เพื่อตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเบื้องต้น โดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One way Analysis of Variance) และทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็น Least-Significant Different (LSD) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า(1)ผลพฤติกรรมของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีการเข้าใช้บริการ ส่วนมากอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ใช้บริการมากที่สุด ศูนย์อาหารสวัสดิการ ช่องทางการติดต่อที่ใช้มากที่สุดผ่านทางเว็บไซต์ กิจกรรมส่วนใหญ่ที่เข้าร่วมงานเกษียณอายุ และสินค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อนำไปใช้ส่วนตัว(2)ผลความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีค่าคะแนนเฉลี่ยในระดับความคิดเห็นความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

คำสำคัญ สมาชิกสมาคม สโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พฤติกรรม ความพึงพอใจ

¹นักศึกษาโครงการพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (Visionary Leaders) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

²อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

Independent study, The behavior and satisfaction of members towards using the service bank for Agriculture and Agricultural Co-operatives officers' club The purpose is to (1) study the factors that affect the satisfaction of the members on the service bank for Agriculture and Agricultural Co-operatives officers' club. (2) Study the service usage behavior of the members on the service bank for Agriculture and Agricultural Co-operatives officers' club.

This independent study is a survey and data collection using questionnaire methods from users of Agriculture and Agricultural Co-operatives officers' club . The sample consisted of 400 people. The data were analyzed using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, standard deviation and testing hypotheses with inferential statistics, including t-test, one way analysis of variance, and comparing differences into Least-Significant Different (LSD) with the statistical significance level of 0.05.

The research found that, (1) The behavior of members on the use of Agriculture and Agricultural Co-operatives officers' club, The most at least once a year, The most used services Welfare food center, The most commonly used communication methods through the website, The most activities that are attended are Retirement party and The most products purchased are personal items. (2) The satisfaction of the members on the use of Agriculture and Agricultural Co-operatives officers' club, Overall, opinions are at a high level. When considering each aspect found that, All aspects have an average score in the level of opinions of the members' satisfaction with using the service at a high level such as Physical Evidence, Process, People, Place, Product, Price and Promotion.

Key words : Member of Agriculture and Agricultural Co-operatives officers' club, The Behavior, The satisfaction

บทนำ

สมาคมสโมสรเป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นมาโดยบุคคลร่วมกันดำเนินงานซึ่งเป็นประโยชน์กับสังคมและสมาชิก มีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล โดยส่วนใหญ่หน่วยงานต่าง ๆ จะดำเนินการจัดตั้งสมาคมสโมสรขึ้นเพื่อเป็นหน่วยงานในการดูแลในเรื่องของสวัสดิการต่าง ๆ ให้กับสมาชิก เช่น สมาคมสโมสรกรมทางหลวง สมาคมสโมสรพนักงานการบินไทย สมาคมสโมสรพนักงานยาสูบ สมาคมสโมสรพนักงานเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นต้น โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีการจัดตั้งสำนักงาน โดยมีพนักงานคอยให้บริการ อำนวยความสะดวกแก่สมาชิก จัดให้มีการบริการและสวัสดิการ

ด้านต่าง ๆ เพื่อประโยชน์แก่สมาชิก เสริมสร้างความสมัครสมานสามัคคีและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในหมู่สมาชิก ส่งเสริมให้สมาชิกมีสุขภาพ และพละทานามัยที่ดี มีการจัดกิจกรรมให้สมาชิกได้มีส่วนร่วม ส่งเสริมให้มีการจำหน่ายสินค้าอุปโภคที่มีคุณภาพและราคายุติธรรมแก่สมาชิก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรก็เป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีการจัดตั้งสมาคมสโมสร โดยได้รับอนุญาตให้ตั้งสมาคม เมื่อวันที่ 8 กันยายน พ.ศ. 2521 ใช้ชื่อว่า “สมาคมสโมสรพนักงานเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร” โดยมีนายรินทร์ ชวดยง เป็นนายก ส.รทส. คนแรก และปัจจุบัน นาย ส.รทส. คนที่ 16 คือนายศราวุธ อัมมขวน รองผู้จัดการ ส.ก.ส.(ข้อมูลปี2562) กิจกรรมหลัก จัดกิจกรรมงานวันใจประสานใจ จัดกิจกรรมเพื่อเป็นเกียรติให้กับผู้เกษียณอายุของธนาคาร โครงการอุปสมบทหมู่พนักงาน ส.ก.ส. ร่วมกับธนาคาร จัดตั้งกองทุนสงเคราะห์สมาชิกที่เสียชีวิตเนื่องจากประสบอุบัติเหตุ ซึ่งสมทบเงินเข้ากองทุนปีละ 500,000 บาท จัดทำปฏิทินตั้งโต๊ะและสมุดบันทึกธนาคารจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ดูแลร้านอาหารสวัสดิการ สนับสนุนชมรม ส.ก.ส. สัมพันธ์ (ชมรมของอดีตพนักงาน ส.ก.ส.) สนับสนุนชมรมกีฬาของธนาคาร กิจกรรมตามประเพณีต่าง ๆ งานสงกรานต์ งานปีใหม่ และกิจกรรมที่ได้รับมอบหมายจากธนาคาร ที่มา(ระเบียบข้อบังคับสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร แก้ไขเพิ่มเติม พุทธศักราช 2561)

ในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงจากบริษัทผลิตสินค้าที่เข้ามาเป็นคู่แข่งในการผลิตสินค้าให้สาขาโดยตรง จึงทำให้คณะกรรมการสมาคมสโมสรพนักงานเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีนโยบายในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น การคัดเลือกร้านอาหารที่มีคุณภาพ เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกให้ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของสมาชิกที่ใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสมาคมสโมสรฯ โดยจะนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

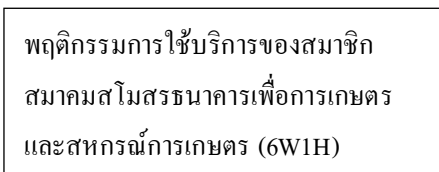
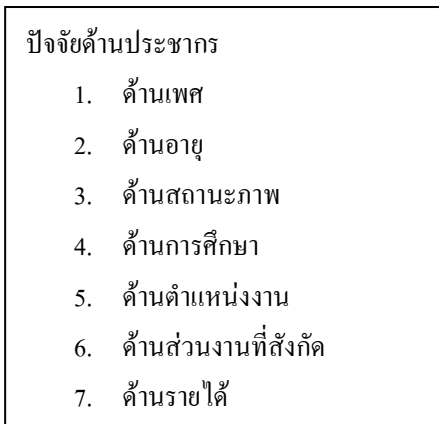
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการ สมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
- 2.ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

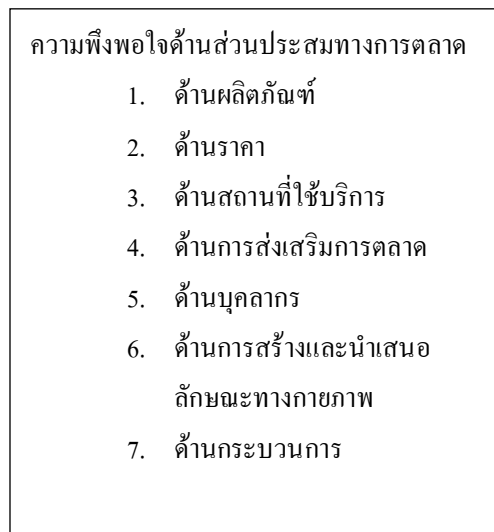
กรอบแนวความคิดการวิจัย

พฤติกรรมและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงาน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม



สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงาน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน
2. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

พฤติกรรมและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงาน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เพื่อทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ในลักษณะทางประชากร พฤติกรรม และความพึงพอใจของสมาชิก
2. ทำให้ทราบแนวทางการเพิ่มคุณภาพในการให้บริการแก่สมาชิก
3. สมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับ และสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ ก็ย่อมจะนำมาซึ่งความพอใจในบริการนั้น แต่ถ้าหากเป็นไปในทางตรงข้าม สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงไม่ตรงกับการรับรู้ที่คาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และการนำเสนอบริการได้ นักวิชาการได้ให้ความหมายและแนวคิดของความพึงพอใจไว้หลากหลาย ดังนี้

กู๊ด (Good, 1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจาก ความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น

โอลิวอร์ (Oliver, 1997) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ คือการตอบสนองที่แสดงถึง ความรู้ปะสงค์ของลูกค้าเป็นวิจรณ์ญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจมีมุมมองที่ แตกต่างกันแล้วแต่ มุมมองของแต่ละคน

โวลแมน (Wolman, 1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้ รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

เคลิร์ก (Quirk, 1987) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับ ความสำเร็จหรือได้รับสิ่งที่ต้องการ

ฮอร์นบี (Hornby, 2000) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

วิรุพ พรรณเทวี (2542, หน้า 111) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมี ความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2530, หน้า 42 อ้างถึงใน ปรภากร กองแก้ว, 2546, หน้า 17) ได้ให้ ความหมายความพึงพอใจหลังการให้บริการของหน่วยงานของรัฐของเขาว่า ระดับผลที่ได้จาก การพบปะ สอดคล้องกับปัญหาที่มีอยู่หรือไม่ ส่งผลดีและสร้างความภูมิใจเพียงใด และสร้าง ความภูมิใจเพียงใด

สาโรช ไสยสมบัติ (2534, หน้า 18 อ้างถึงใน ปรภากร กองแก้ว, 2546, หน้า 17) ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจ ในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะทำ ให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วยเพราะ ความเจริญก้าวหน้าของการบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่

เป็นตัวบ่งชี้ถึงจำนวนผู้มาใช้ บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (1994) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษา และวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ กล่าวคือ (1) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อ กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดที่ สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (2) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาด 182 วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ ปีที่ 28 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2561) (Marketing Concept) ที่ว่า การทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อจัดตั้งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็น การศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้ เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความต้องการสิ่ง กระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (1) สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus) สิ่ง กระตุ้นเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ (2) กล่องดำหรือความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเปรียบเสมือนกับกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขาย ไม่สามารถทราบ ได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (3) การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's Response) การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

Engel, Blackwell & Miniard (1990 : 3) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา การบริโภคและการใช้จ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและ บริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังกระทำดังกล่าวด้วย

ศิริรัตน์ ณ ปทุม และคณะ (2550 : 13) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใด บุคคลหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ ประเด็นสำคัญของคำจำกัดความก็คือ กระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อน (Precede) หมายถึง ลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคในขณะใดขณะหนึ่งที่ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้น จะมีกระบวนการทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาที่มีส่วนร่วมและขัดเกลาทัศนคติรวมทั้งค่านิยม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์ (2541) สรุปเกี่ยวกับแนวคิดกลยุทธ์การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix's) ว่าขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และพบว่าผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 7 ขั้นตอน คือธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix's)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สมาชิกสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำนวน 20,429 คน (สมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 31 สิงหาคม 2562) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่มาใช้บริการ จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ซึ่งเป็นวิธีการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ปรับปรุงขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยนำข้อมูลและแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร รวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาสรุปในการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวิจัย โดยได้แบ่งการสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของสมาชิก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดรหัสหมายเลขแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบการเก็บแบบสอบถาม

2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 ฉบับ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือแบบตามสะดวก (Accidental or Convenience Sampling)

3. ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนและตรวจสอบถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ ของแบบสอบถาม ครบตามจำนวนที่แจก คิดเป็นร้อยละ 100%

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. นำแบบทดสอบที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนแล้วนำมาลงรหัสเลข (Coding) ตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วน

2. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้ว มาบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้จัดเก็บ และคำนวณค่าทางสถิติแล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำเสนอผลในรูปแบบตารางประกอบความเรียงและนำผลการศึกษาที่วิเคราะห์ได้มาสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และเขียนข้อเสนอแนะ

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล โดยใช้สถิติที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพรรณนาข้อค้นพบจากการวิจัย และทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยแยกสถิติออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.3 มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.8 สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 62.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.3 เป็นระดับ 4-7 คิดเป็นร้อยละ 48.8 ส่วนใหญ่ ฝ้ายกิจการสาขาภาคเหนือตอนล่าง คิดเป็นร้อยละ 28.8 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.0

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนใหญ่ สมาชิกจะมาใช้บริการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 74.3 จะใช้บริการศูนย์อาหารสวัสดิการ คิดเป็นร้อยละ 85.5 จะใช้บริการผ่านช่องทางเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 51.5 ร่วมกิจกรรม งานเกษียณอายุ คิดเป็นร้อยละ 42.9 และซื้อเพื่อใช้ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 45.7

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ความพึงพอใจของสมาชิก	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.93	0.73	มาก
2. ด้านราคา	3.91	0.71	มาก
3. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.96	0.70	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.78	0.82	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.00	0.72	มาก
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.03	0.67	มาก
7. ด้านกระบวนการ	4.03	0.72	มาก
ผลรวม	3.95	0.72	มาก

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีค่าคะแนนเฉลี่ยในระดับความคิดเห็นความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้านสถานที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ตามลำดับ

สรุปผลการศึกษาวิจัย

สรุปผลการวิจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.3 ส่วนเพศชาย ร้อยละ 33.8 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 31ปี-40ปี ร้อยละ 41.8 สถานะภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 62.5 นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.3 ตำแหน่งงาน ระดับ 4-7 คิดเป็นร้อยละ 48.8 ส่วนใหญ่สังกัดฝ่ายกิจการสาขาภาคเหนือตอนล่าง คิดเป็นร้อยละ 28.8 และส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.0

พฤติกรรมของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีการเข้าใช้บริการ ส่วนมากอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ใช้บริการมากที่สุด ศูนย์อาหารสวัสดิการ ช่องทางการติดต่อที่ใช้งานที่สุดผ่านทางเว็บไซต์ กิจกรรมส่วนใหญ่ที่เข้าร่วมงานเกษียณอายุ และสินค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อนำไปใช้ส่วนตัว

ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร รายด้านพบว่า ทุกด้านมีค่าคะแนนเฉลี่ยในระดับความคิดเห็นความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้านสถานที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ตามลำดับ

จากการศึกษาในครั้งนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐานจากการนำข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน ได้ผลสรุปการศึกษาและวิเคราะห์ ตามสมมุติฐานพบว่าจากสมมุติฐานที่ตั้งไว้ 2 ข้อ ต่อไปนี้

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี เพศ ต่างกันมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ช่วงอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนงานที่สังกัดแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านราคา ด้านสถานที่ใช้

บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ช่วงระดับรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจใน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ผู้ที่เคยใช้บริการ การซื้อสินค้า/ของที่ระลึก สมาคมสโมสรรฯ มีความเห็นในด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ แตกต่างจากผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้า/ของที่ระลึก อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05

ผู้ที่เคยใช้บริการผ่านทางเว็บไซต์ มีความเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างจากผู้ที่ไม่เคยใช้บริการช่องทาง เว็บไซต์ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05

ผู้ที่เคยใช้บริการทางโทรศัพท์ มีความเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างจากผู้ที่ไม่เคยใช้บริการช่องทาง โทรศัพท์ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05

ผู้ที่เคยร่วมกิจกรรม งานปีใหม่ มีความเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ใช้บริการ ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างจากผู้ที่ไม่เคยร่วมกิจกรรม งานปีใหม่ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05

ผู้ที่เคยร่วมกิจกรรม งานเกษียณอายุ มีความเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร แตกต่างจากผู้ที่ไม่เคยร่วมกิจกรรม งานเกษียณอายุ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05

ผู้ที่ซื้อสินค้า เพื่อใช้ในกิจกรรมส่งเสริมทีวีโชค มีความเห็นในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างจากผู้ที่ไม่ซื้อสินค้า เพื่อใช้ในกิจกรรมส่งเสริมทีวีโชค อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05

จึงไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรร พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อภิปรายผลได้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการ สมาคมสโมสรร พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่า ช่วงอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่แตกต่างกัน ส่วนงานที่สังกัดแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านราคา ด้านสถานที่ใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ที่แตกต่างกัน ช่วงระดับรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจใน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อ้อมจันทร์ วงศ์วิเศษ (2559) ปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันใน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้บริการธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันในกรุงเทพมหานครมากที่สุด 1) อายุระหว่าง 25 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.25 2) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 53.00 3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 42.75 และ 4) ความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 37.25 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันในกรุงเทพมหานครมากที่สุดคือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.22 และ 2) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.37 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสมาคมสโมสร

พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่าผู้ที่เคยใช้บริการ การซื้อสินค้า/ของที่ระลึก สมาคมสโมสรฯ มีความเห็นในด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างจากผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้า/ของที่ระลึก ผู้ที่เคยใช้บริการทางโทรศัพท์ มีความเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างจากผู้ที่ไม่เคยใช้บริการช่องทางโทรศัพท์ ผู้ที่เคยใช้บริการผ่านทางเว็บไซต์ มีความเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างจากผู้ที่ไม่เคยใช้บริการช่องทางเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของกนกกาญจน์ บุญยืน(2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการดาวน์โหลดเพลงถูก ลิขสิทธิ์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตวังท่าพระ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมกราดาวน์โหลดเพลงถูก ลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตวังท่าพระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ปัจจัยด้านบุคลากรและด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ควรมีการออกแบบและพัฒนาสินค้าให้มีความทันสมัยน่าสนใจและตอบสนองความต้องการของสมาชิกให้มากยิ่งขึ้น
2. ด้านราคาควรหาแนวทางในการกำหนดราคาที่เหมาะสมเพื่อช่วยลดค่าครองชีพให้กับสมาชิกให้มากขึ้น
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเพิ่มให้มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม และโปรโมชั่นในโอกาสต่างๆ
4. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ

ข้อจำกัดในงานวิจัยและงานวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถามในการศึกษาค้นคว้าต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัย เชิงคุณภาพโดยอาจใช้การสัมภาษณ์ ข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลเชิงลึกซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสมาคมสโมสรพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สามารถนำไปเป็นแนวทางในการต่อยอดในการวิจัยสมาคมสโมสร หรือองค์กรอื่น ๆ ที่ต้องการพัฒนาองค์กร ให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ

สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

เบญจภา แจ่มเวชฉาย(2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ

ผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร.

ศิวรัตน์ ณ ปทุม(2550). พฤติกรรมผู้บริโภคชั้นสูง : การตลาด อุตสาหกรรม

ธุรกิจการค้าปลีก การสื่อสารการตลาดบูรณาการ

ภัทรา ปานะจันท(2560). อิทธิพลของการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร ความพึงพอใจ

ในการทำงาน ความผูกพันกับองค์กรที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง

ราณี เขาวนปรีชา. (2538). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่สถานีอนามัยขนาดใหญ่

จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเวชศาสตร์ป้องกันและสังคม, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วฤทธิ สารฤทธิคาม. (2548). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์กร

บริหาร ส่วนตำบล: กรณีศึกษาขององค์การบริหารส่วนตำบลคอนจัว อำเภอบรบือ จังหวัด มหาสารคาม.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.

วัลภา ชายหาด. (2532). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะด้านการ

รักษา ความสะอาดของกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์

มหบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

วิวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : เพชรจรัส

แสงแห่งโลก ธุรกิจ

ษรญา บุญสิน(2559). *การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้เครือข่ายสังคม*

ออนไลน์การเรียนรู้ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

สุทธิชาติ อามาศย์หิน. (2543). *ความพึงพอใจของเกษตรกรในการบริการตลาดกลาง*

การค้าผลผลิตเกษตรประจำตำบลในจังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์เกษตรศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชา
ส่งเสริมการเกษตร, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สมาคมสหประชาชาติเกษตรกรเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(2562). *ระเบียบ*

ข้อบังคับสมาคมสหประชาชาติเกษตรกรเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

แก้ไขเพิ่มเติม พุทธศักราช 2561

สาโรช ไสยสมบัติ. (2534). *ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียน*

มัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
บริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์. (2530). *พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่องค์การราชการกับ*

ปัจจัยสภาพแวดล้อมในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาบริหาร
รัฐกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์ม

และไซเท็กซ์

อ้อมจันทร์ วงศ์วิเศษ (2559) *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อความ*

พึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันในกรุงเทพมหานคร

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนุสรณ์ มีเรื่อง(2560). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ
และประโยชน์สุขของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานจอดรถ

Hornby, A. F. (2000). Advance learner's dictionary (6th ed.). London, England: Oxford
University.

Oliver, R.L. (1980, August). “A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences
of Satisfaction Decisions”, Journal of Marketing Research. 17 : 460-469.

Quirk, R. (1987). Longman Dictionary of Contemporary English. London: Richard
Clay.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). Consumer behavior. (5th ed.). Englewood
Cliffs,N. J. : Prentice-Hall.

Wolman, B.B. (1973). Dictionary of Behavioral Man. No strand : Rein held Company

Wolman, BB. (1973). Dictionary of Behavior Science. New York: Van Norstand Reinhold Company