



การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างชาวสวนยางและผู้รับซื้อไม้ยางพารา ที่มีผลต่อความพึงพอใจและความสำเร็จทางธุรกิจในจังหวัดระยอง RELATIONSHIP MANAGEMENT BETWEEN PARAWOOD PLANTER AND BUYER INFLUENCE ON SUPPLIER'S SATISFACTION IN RAYONG

วันที่รับต้นฉบับบทความ: 15 สิงหาคม 2563

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 15 ธันวาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 25 ธันวาคม 2563

จิรภิญญา นิละ*
Chiraphinya Nila
สายชล ปินมณี**
Saichon Pinmanee

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลพื้นฐานของผู้ขายไม้ยางพาราจังหวัดระยอง ศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับการจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ไม้ยางพาราจังหวัดระยอง ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ขายไม้ยางพาราในจังหวัดระยอง ศึกษาความสำเร็จทางธุรกิจ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลพื้นฐานต่อความพึงพอใจของผู้ขายไม้ยางพาราจังหวัดระยอง ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะข้อมูลพื้นฐานต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ขาย และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จทางธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างคือ เกษตรกรผู้ปลูกยางที่ขายไม้ยางพาราให้กับองค์กรรับซื้อไม้ยางพาราในจังหวัดระยอง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามแบบมาตราส่วน 5 ระดับ สถิติที่ใช้วิจัย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่าความพึงพอใจของผู้ขายไม้ยางพาราในจังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของผู้ขายไม้ยางพาราและความสำเร็จทางธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ จำนวนสมาชิก

* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ปีการศึกษา 2562 e-Mail: chocolate_jee@hotmail.com

** อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี e-Mail: wanderchachi64@hotmail.com



ในครอบครัว จำนวนปีที่ทำสวนยางพารา รายได้จากการทำสวนยางพารา และขนาดพื้นที่ปลูกยางพาราแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการขายไม้ยางพาราและความสำเร็จทางธุรกิจในจังหวัดระยองไม่แตกต่างกัน โดยปัจจัยการจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ด้านความร่วมมือ ด้านการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านความสัมพันธ์ระยะยาว มีระดับความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการขายไม้ยางพาราและความสำเร็จทางธุรกิจในจังหวัดระยอง และปัจจัยการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างชาวสวนยางพาราที่มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ด้านความร่วมมือ ด้านการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล ด้านการตอบสนองความต้องการ และปัจจัยการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างชาวสวนยางพาราที่มีผลเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านความตั้งใจ และด้านการเงิน

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์, ยางพารา, ความสำเร็จทางธุรกิจ

ABSTRACT

At present, parawood is an important economic crop in Thailand, with the number of parawood plantations decreasing but the sales value increases due to the increase in the processing of the parawood industry which has an impact on the business competition. The sample of this study are 400 rubber growers who sell rubber wood to rubber wood buying organizations in Rayong. The questionnaires scale of 5 levels. The statistical using data analysis were percentage, mean, standard deviation, ANOVA analysis and the pair tested with LSD. The result found that the overall satisfaction of rubber wood sellers in Rayong is at a high level. The gender, age, number of family members year of rubber plantation. The income from rubber plantations and the size of rubber plantations affect the satisfaction and business success in Rayong. The reason for the managing the relationship between rubber planters and rubber wood purchasers that affect business satisfaction and success in Rayong, including Cooperation Information exchange communication Meeting the needs and long-term relationships.

Keywords: supplier relationship, rubber wood, business success.



บทนำ

ยางพารา (*hevea brasiliensis* muell) เป็นพืชเศรษฐกิจ การปลูกยางพารานอกจากจะเป็นการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรโดยการกรีดยางและนำน้ำยางมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางแล้ว ต้นยางพาราที่หมดอายุกรีดยางยังสามารถทำรายได้โดยการส่งเข้าอุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ได้อีกทางหนึ่ง (ณัฐนันท์ โพธิจันทร์, 2559) ประเทศไทยเหมาะสมกับการปลูกยางพาราอย่างมาก เนื่องจากสภาพดินฟ้าอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโต และตลาดโลกมีความต้องการยางพาราเพิ่มมากขึ้นทุกปี (ปรีดี สีลาเศรษฐวงศ์, 2556) ปัญหาในการจัดหาไม้ยางพาราเกิดจากการขาดไม้ยางพาราในช่วงหน้าฝนซึ่งเป็นปัญหาตลอดทุกปี รวมถึงราคาไม้ยางพาราไม่ว่าจะเป็นกำไรหรือซื้อไม้ยางพาราหน้าองค์กรนับวันจะเพิ่มสูงมากขึ้น และในอนาคตจะเป็นต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นอันเนื่องมาจากปัญหาการแข่งขันกันจัดหาวัตถุดิบ (แจ่มจิต ศรีวงษ์, 2558) ในการจัดหาไม้ยางพารานั้นองค์กรจะรับซื้อไม้ยางพาราที่เจ้าของสวนยางพาราหรือพ่อค้าไม่ได้ตัดมาเป็นท่อนเรียบร้อยแล้วซึ่งวิธีนี้มีความสะดวก ไม่ต้องส่งคนงานออกไปตัดต่อหาซื้อไม้ยางพารา เจ้าของสวนยางพาราหรือพ่อค้าไม้จะหาไม้ยางพารามาส่งให้ จึงมีการใช้การจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ (พันธุ์ทิฐ เทียนทอง, 2553) มีการทำงานร่วมกันในระยะยาวนับตั้งแต่การแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย (ทศพล องค์กรวงศ์กุล, ออนไลน์, 2558)

ผู้วิจัยมีความตั้งใจศึกษาการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างชาวสวนยางและผู้รับซื้อไม้ยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจและความสำเร็จทางธุรกิจในจังหวัดระยอง จะช่วยสนับสนุนการดำเนินงานด้วยการจัดการวัตถุดิบและการบริการตอบสนองโดยไม่ขาดสาย เพื่อมิให้กระบวนการผลิตหยุดชะงักเนื่องจากขาดวัตถุดิบ เป็นการจัดหาไม้ยางพาราที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ขายไม้ยางพารา เพื่อให้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจมากที่สุด และจะนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการจัดหาเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ขาย รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์ในการดำเนินงานต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลพื้นฐานของผู้ขายไม้ยางพาราจังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับการจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ไม้ยางพาราจังหวัดระยอง
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ขายไม้ยางพาราในจังหวัดระยอง
4. เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จทางธุรกิจ



5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลพื้นฐานต่อความพึงพอใจของผู้ขายไม่อย่างพาราจังหวัดระยอง
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะข้อมูลพื้นฐานต่อความสำเร็จทางธุรกิจ
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ขาย
8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จทางธุรกิจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานของการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ขายที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ขายไม่อย่างพาราที่แตกต่างกัน
2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ขายที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลกระทบต่อความสำเร็จทางธุรกิจที่แตกต่างกัน
3. ปัจจัยทางด้านการจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ขายไม่อย่างพารา
4. ปัจจัยทางด้านการจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ มีผลกระทบต่อความสำเร็จทางธุรกิจ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกยางที่มาขายไม่อย่างพาราให้กับองค์กรรับซื้อไม่อย่างในจังหวัดระยอง จำนวน 400 คน ด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t -test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนปีในการทำสวนยางพารา รายได้จากการทำสวนยางพารา (รายเดือน) และขนาดพื้นที่ปลูกยางพารา พบว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 60.50 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 37.30 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป ร้อยละ 61.50 จำนวนปีในการทำสวนยางพารา 5-10 ปี ร้อยละ 40.50 รายได้จากการทำสวนยางพาราเฉลี่ยต่อเดือน 10,000-50,000 บาท ร้อยละ 82.00 และขนาดพื้นที่ปลูกยางพารา 11-50 ไร่ ร้อยละ 79.50



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการจัดการความสัมพันธ์ของ ชีพพลายเออร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ขายไม่ยางพารา

การจัดการความสัมพันธ์ของชีพพลายเออร์	N = 400		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	SD	ความคิดเห็น	
1. ความร่วมมือ	4.42	0.25	มาก	3
2. การสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล	4.50	0.22	มากที่สุด	2
3. การตอบสนองความต้องการ	4.69	0.25	มากที่สุด	1
4. ความสัมพันธ์ระยะยาว	4.22	0.37	มาก	4
	4.46	0.18	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่าการจัดการความสัมพันธ์ของชีพพลายเออร์โดยรวมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความร่วมมือ การสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล การตอบสนองความต้องการ และความสัมพันธ์ระยะยาว มีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการตอบสนองความต้องการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล ด้านความร่วมมือ และด้านความสัมพันธ์ระยะยาว

ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เกษตรกรผู้ขายไม่ยางพาราที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ขายไม่ยางในจังหวัดระยองที่แตกต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนปีในการทำสวนยางพารา และรายได้จากการทำสวนยางพารา (รายเดือน) ที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ขายไม่ยางพาราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนปีที่ทำสวนยางพารา รายได้จากการทำสวนยางพารา และขนาดพื้นที่ปลูกยางพารา

สมมติฐานที่ 2 เกษตรกรผู้ขายไม่ยางพาราที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ขายไม่ยางในจังหวัดระยองที่แตกต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนปีในการทำสวนยางพารา และรายได้จากการทำสวนยางพารา (รายเดือน) ที่ต่างกัน มีระดับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ขายไม่ยางพาราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนปีที่ทำสวนยางพารา และรายได้จากการทำสวนยางพารา



สมมติฐานที่ 3 การจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ขายไม้ยางพาราในจังหวัดระยอง พบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4 การจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ขายไม้ยางพาราในจังหวัดระยอง พบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างชาวสวนยางและผู้รับซื้อไม้ยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจและความสำเร็จทางธุรกิจในจังหวัดระยอง

	<i>B</i>		ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยคะแนน มาตรฐาน (β)		<i>t</i>		<i>p</i>	
ค่าคงที่ (constant)	.547	.427			2.225*	2.268*	0.01	0.01
ด้านความร่วมมือ	2.838	-.035	.356	-.036	9.588*	-1.478	0.00	0.14
ด้านการสื่อสาร	1.084	.044	.767	.038	5.466*	1.190	0.00	0.23
แลกเปลี่ยนข้อมูล								
ด้านการตอบสนอง	-.865	.907	1.246	.921	-7.190*	19.376*	0.00	0.00
ความต้องการ								
ด้านความสัมพันธ์	-3.057	-.026	1.630	-.077	27.769*	-1.992	0.00	0.47
ระยะยาว								

* $p < .05$, $R^2 = .294$, $R = .542$, $F = 54.854$

จากผลการวิจัยสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวม = $0.547 + 2.838$ (ความร่วมมือ) + 1.084 (การสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล) + (-3.057) (ความสัมพันธ์ระยะยาว) + $(-.865)$ (การตอบสนองความต้องการ)

ความสำเร็จทางธุรกิจโดยรวม = $0.427 + .907$ (การตอบสนองความต้องการ) + $.044$ (การสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล) + $(-.035)$ (ความร่วมมือ) + $(-.026)$ (ความสัมพันธ์ระยะยาว)



อภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนปีที่ทำสวนยางพารา รายได้จากการทำสวนยางพารา และขนาดพื้นที่ปลูกยางพาราที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการขายไม้ยางพาราในจังหวัดระยอง โดยรวมและรายด้านคือ ด้านราคา ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านเวลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยสอดคล้องกับ รียัฐตา มั่นรักดีศิริ (2555) ที่ศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการบริหารงานของกลุ่มเกษตรกรทำสวนยางพารา ทำตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าความร่วมมือ การสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล การตอบสนองความต้องการ และความสัมพันธ์ระยะยาว มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ขายไม้ยางพารา ด้านราคา ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านเวลา อยู่ในระดับต่ำ และการจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จทางธุรกิจโดยรวม

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ขายไม้ยางพาราที่มาขายไม้ยางพารากับองค์กรรับซื้อไม้ยางพาราในจังหวัดระยอง
2. ควรใช้เครื่องมือที่หลากหลายในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น แบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นต้น

บรรณานุกรม

- แจ่มจิต ศรีวงษ์. (2558). *การจัดซื้อจัดหาวาสต์ด้วยการจัดแบ่งกลุ่มเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน กรณีศึกษา บริษัท ผู้ผลิตแก้ว จำกัด*. งานนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน, คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐนันท์ โพธิจันทร์. (2559). *ศึกษาความต้องการการช่วยเหลือของเกษตรกรชาวสวนยางในความรับผิดชอบของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางอำเภอแกลง*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหารระดับต้น, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ทศพล องค์วงสกุล. (2558). *แนวคิดการจัดการความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://importbytop.blogspot.com/2015/08/blog-post_20.html [2564, 26 มกราคม].



นพปฎล สุวรรณทรัพย์ และมณฑลลี ศาสนนันท์. (2555). การเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดซื้อด้วยการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จำหน่าย กรณีศึกษา อุตสาหกรรมซ่อมบำรุงอากาศยานในประเทศไทย. *วารสารวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 9 (1), หน้า 1-15.

ปรีดี ลีลาเศรษฐวงศ์. (2556). *นโยบายการพัฒนาสหกรณ์กองทุนสวนยาง: กรณีศึกษาสหกรณ์กองทุนสวนยางจังหวัดภาคตะวันออก ระยอง จันทบุรี และตราด*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

พันธุ์ดิฐ เทียนทอง. (2553). *ปัจจัยการผลิตที่มีอิทธิพลต่อผลผลิตของโรงงานแปรรูปไม้ยางพาราในจังหวัดสุราษฎร์ธานี*. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ภาณุเดช เพียรความสุข. (2558). *ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*. อุบลราชธานี: สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ภูริปัญญา เกิดศรี. (2553). *ปัจจัยความสำเร็จในการประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในเขตปฏิรูปที่ดิน: ศึกษากรณี ตำบลนิคมกระเสียว อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการเชิงกลยุทธ์, คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

มณฑิรา สุวรรณมณีรัตน์. (2553). *ความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรเทศบาลตำบลแหลมงอบ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

มะลิวัลย์ แสงสวัสดิ์. (2560). *ปัจจัยความเชื่อมั่นและความภักดีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษา ห้างสรรพสินค้าชั้นนำในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รียัฐตา มั่นภักดีหิรัญ. (2555). *ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการบริหารงานของกลุ่มเกษตรกรทำสวนยางพาราท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.



- วสนันท์ ศิริเลิศสกุล. (2556). *ศักยภาพการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จของเกษตรกรชาวนาในเขตอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Etzel, Michael J., Walker, Bruce J., & Stanton, William J. (2001). *Marketing* (12th ed.). Boston, MA: McGraw-Hill.
- Goleman, Danial. (1998). *Working with emotional intelligence*. New York, NY: Bantam Books.
- Morgan, Robert M., & Hunt, Shelby. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58 (3), pp. 20-38.
- Ruesch, Jurgen, & Bateson, Gregory. (1951). *Communication: The social matrix of psychiatry*. New York, NY: Norton.
- Song, Lisa, Song, Michael, & Parry, Mark E. (2010). Perspective: Economic conditions, entrepreneurship, first-product development, and new venture success. *Journal of Product Innovation Management*, 27(1), pp. 130-135.
- Swanson, Vivien, & Power, Kevin. (2005). Initiation and continuation of breastfeeding: Theory of planned behaviour. *Journal Advanced Nursing*, 50(3), pp. 272-282
- Wolman, Benjamin B. (1973). *Dictionary of behavioral science*. London, UK: Litton Educational.