

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิจัย	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
ชื่อผู้เขียน	เนตรณัฐฐา เรืองประไพ
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต Executive MBA One-Day Program
สาขาวิชา	การจัดการ
ปีการศึกษา	2562
คณะกรรมการที่ปรึกษางานวิจัย	อาจารย์ ดร.สุรพัตน์ มังคะลี

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีขอบเขตงานวิจัยของกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เป็นลูกค้าและหรือเคยใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่แล้วในธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ตั้งแต่วันที่ 10 กันยายน – 10 ตุลาคม 2562 นอกจากนี้สมมติฐานในการงานวิจัยได้ครอบคลุมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7 Ps) โดยประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและปัจจัยด้านกระบวนการ รวมถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ซึ่งได้แก่เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ โดยมีสมมติฐานว่าปัจจัยดังกล่าวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7 Ps) โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด รวมถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในส่วนของอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยผู้ที่อยู่ในประเภทธุรกิจ Non-level (องค์กรเอกชนทั่วไป), Government (สำหรับลูกค้าราชการ, องค์กรภาครัฐ) และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 60,000 บาท จะมีระดับการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มากกว่าลูกค้าในกลุ่มอื่น ๆ

**คำสำคัญ:** เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ ไอที

## ABSTRACT

Research Title	Factors affecting consumer purchase decision on Maintenance Agreement (MA) of business in information technology.
Researcher	Miss Netnuttha Ruengraphai
Degree Sought	Master of Business Administration
Major Field	Management
Academic Year	2019
Advisor	Dr. Surapat Mangkalee

Factors affecting consumer purchase decision on Maintenance Agreement (MA) of business in information technology. 400 samples were BMA residents who have used at business in information technology. They provided data by filling out online questionnaires from 10 September to 10 October 2019. The 7Ps marketing mix – product, price, place, promotion, people, physical environment and process – was taken into account. Demographical factors such as gender, age, educational level, job and average monthly income were also considered.

Results were that price, promotion, people, process, physical environment, product, and place influenced customer choice in decreasing order of importance. Demographically, job and average monthly income were also influential. Most samples were students or employees of governmental and state enterprises. Those with an average monthly income above 60,000 baht made more choices than others. These finding may be useful to help entrepreneurs plan and customer needs in a highly competitive market

**Key words:** Information Technology or IT.

## บทนำ

### ความเป็นมาและสภาพปัญหา

Maintenance Service Agreement หรือ Maintenance Agreement Contract หรือ MA (เอ็มเอ) คือบริการดูแลและบำรุงรักษา อาทิเช่น อุปกรณ์เครือข่าย Network Device (เน็ตเวิร์ก ดีไวซ์), เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย Server (เซิร์ฟเวอร์), เครื่องลูกข่าย Client (ไคลเอนต์) หรือ Workstation (เวิร์คสเตชัน) ตลอดจนระบบโปรแกรมใช้งานต่างๆ (Application Software (แอปพลิเคชันซอฟต์แวร์)) ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานตลอดเวลา นอกจากนี้การให้บริการ MA ยังรวมไปถึงการให้คำปรึกษากับผู้ใช้งานเกี่ยวกับการใช้งานอุปกรณ์ต่างๆ ในระบบเครือข่ายให้ถูกต้องและปลอดภัย จากปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ซึ่งอาจก่อปัญหาได้ เช่น Virus Computer (ไวรัส คอมพิวเตอร์) แล้วยังรวมไปถึงการแนะนำการติดตั้ง การจัดซื้ออุปกรณ์ใหม่ๆ ให้มีความเหมาะสมกับการใช้งานภายในองค์กร

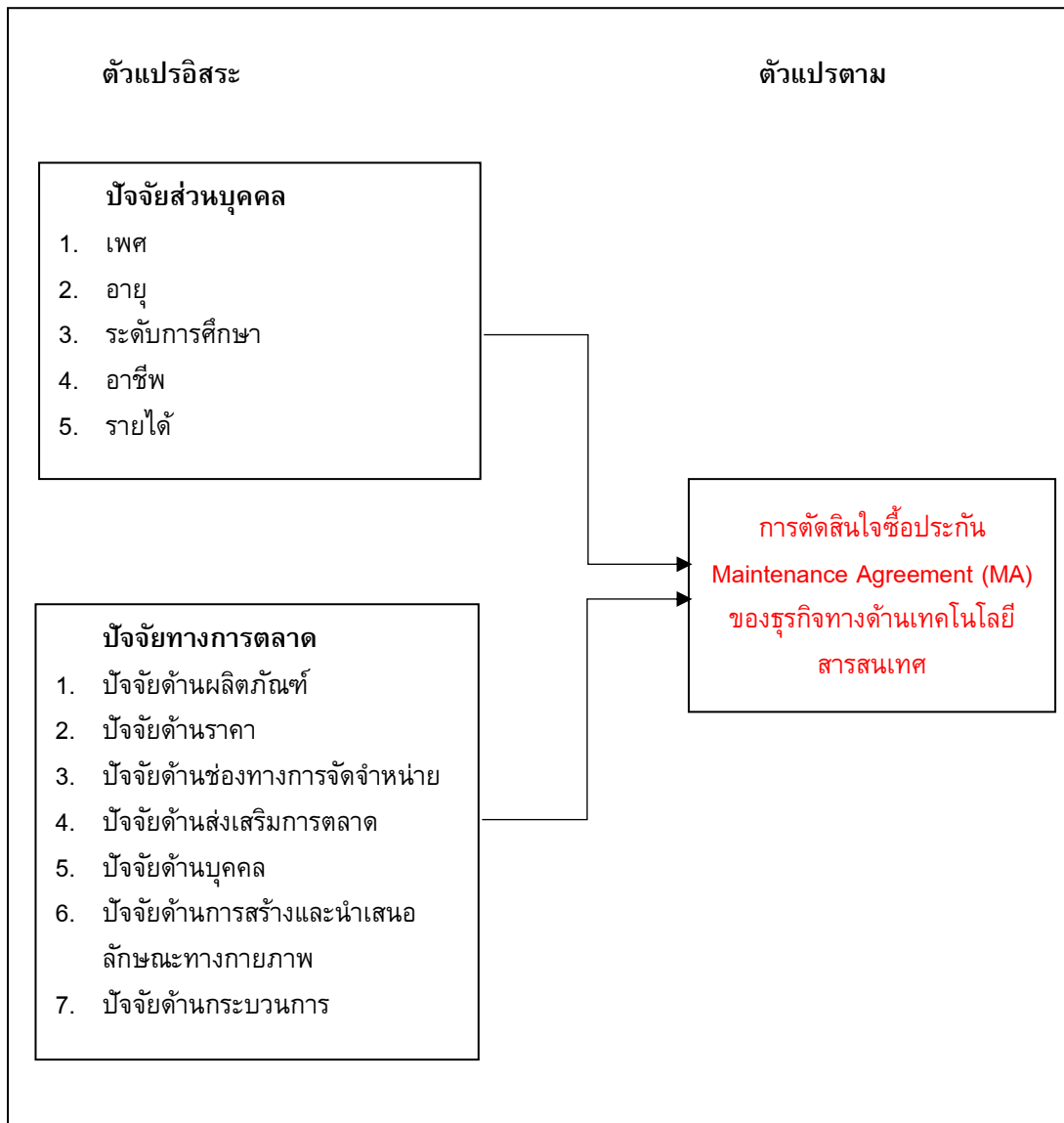
### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ รวมถึงศึกษาการรับรู้พฤติกรรมในการตัดสินใจ โดยกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เคยใช้บริการอย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกันยายน ถึง เดือนตุลาคม 2562

กรอบแนวคิดการวิจัย และสมมติฐานการวิจัย  
กรอบแนวคิดการวิจัย



## สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านบุคคลที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

## นิยามศัพท์

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการขั้นตอนในการเลือกซื้อ ได้แก่ การค้นหาข้อมูล การวิเคราะห์ทางเลือก และการตัดสินใจเลือก

Maintenance Service Agreement หรือ Maintenance Agreement Contract หรือ MA (เอ็มเอ) หมายถึง บริการดูแลและบำรุงรักษา

ธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง องค์กรธุรกิจ ที่ทำกิจกรรมทางธุรกิจ ด้านการขายส่งเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีในการรวบรวมข้อมูล การจัดเก็บอย่างมีระบบ การเรียกหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว การประมวลผล การวิเคราะห์ผลที่ได้จากการประมวลผลนั้น รวมไปถึงการเน้นในเรื่องการแสดงผล และประชาสัมพันธ์สารสนเทศนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ ในรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้ที่นำไปใช้ต่อไป ตลอดไปจนถึงการสื่อสารข้อมูลนั้นไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ด้วย ว่ากันว่า IT กำลังจะก้าวเข้ามาแทนวิชา MIS (management information system) เพราะมีขอบเขตกว้างขวางกว่ามาก สรุปสั้น ๆ ได้ว่า เป็นเหมือนการนำวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ (computer science) ร่วมกับนิเทศศาสตร์ (mass communications)

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย
2. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
3. เพื่อทราบถึงการรับรู้พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

## กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคคลที่เคยใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างน้อย 1 ครั้ง
2. กลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย ได้แก่ บุคคลที่เคยใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างน้อย 1 ครั้ง และพักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเก็บตัวอย่าง ดังนี้
  - 2.1 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครมีลักษณะทางประชากรที่หลากหลาย อีกทั้งผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนประชากรเป้าหมายที่แท้จริงได้ ทำให้การศึกษาครั้งนี้จะกำหนดกลุ่ม

ตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบประชากร ด้วยการตั้งสมมติฐานที่กำหนดว่าข้อมูลมีการกระจายตัวแบบปกติ (Normal Distribution) ซึ่งผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างเพื่อประมาณสัดส่วนของประชากร โดยกำหนดระดับความแปรปรวนสูงสุด คือ  $p = 0.5$  และ  $q = 0.5$  กำหนดความเชื่อมั่นที่ระดับ 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 5%

## วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากรเป้าหมายการศึกษาคือบริษัทที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ในการศึกษาครั้งนี้จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งตอบแบบสอบถามผ่านทาง Google Docs และผู้วิจัยได้มีการกระจายแบบสอบถามผ่านทาง Social Network ได้แก่ Line และ Facebook

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการตอบครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยจะทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้วิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจากการใช้อธิบายผ่านการนำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แผนภูมิแท่งและแผนภูมิวงกลม (PieChart)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการใช้อธิบายสรุปทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ซึ่งใช้เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้
  - 2.1 การวิเคราะห์ Independent Sample T-Test และ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความแตกต่างกันตามปัจจัยด้านบุคคลหรือไม่
  - 2.2 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรในแต่ละปัจจัย
  - 2.3 การวิเคราะห์การถดถอย (Regression) เป็นการวิเคราะห์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกิดจากการจัดกลุ่มตัวแปรหรือการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
จากผลการวิจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแบ่งออกเป็นเพศหญิง และเพศชาย ร้อยละ 57.5% และ 42.5% ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 53.48% โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 58.71% และเป็นกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 74.63% ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.85%

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง โดยสรุป พฤติกรรมการใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บริการ ประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็น 60.2% รองลงมา น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็น 20.4% โดยมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการ คือ สะดวกในการใช้บริการ เช่น มีสาขาอยู่ใกล้ๆ บ้าน ที่ทำงาน เป็นต้น คิดเป็น 68.2% รองลงมา เป็น มีโปรโมชั่นอยู่เสมอๆ คิดเป็น 47.0% อีกทั้งสถานที่ตั้งของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุดคือผ่านทางเว็บไซต์ คิดเป็น 72.4% รองลงมาคือ ทางโทรศัพท์ คิดเป็น 21.4% นอกจากนี้วัตถุประสงค์สำหรับการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพื่อเพิ่มความคุ้มครองและความปลอดภัยของข้อมูล 59.7% รองลงมา เพื่อการบริการดูแลและบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง คิดเป็น 27.9% อีกทั้งค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ 10,000 – 30,000 บาท คิดเป็น 57.2% รองลงมา 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็น 21.9% และแหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างใช้สำหรับประกอบการตัดสินใจใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ เพื่อน คิดเป็น 45.3% รองลงมาคืออินเทอร์เน็ต คิดเป็น 21.4%

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ตัวแปรอิสระทั้งหมด 35 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ทั้งหมด 6 กลุ่มปัจจัย จากนั้นนำกลุ่มปัจจัยทั้งหมด 6 กลุ่มมาทำการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) โดยเรียงจากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficient) จากมากไปน้อยคือ ปัจจัยด้านราคา และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ปัจจัยด้านบุคคลและกระบวนการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยสามารถอธิบายปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านราคา และโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพเป็นอย่างมาก และการกำหนดราคานั้นต้องมีความเป็นธรรม ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่คำนึงถึงความคุ้มค่าในเรื่องของการเพิ่มความคุ้มครองและความปลอดภัยของข้อมูลภายในองค์กร เมื่อเปรียบเทียบกับความเสียหายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต กับราคาที่จ่ายไป ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคคลและกระบวนการ แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านกระบวนการให้บริการของพนักงาน ที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน มีบริการหลังการขายที่ดี รวมถึงความรวดเร็วในการให้บริการ อีกทั้งกระบวนการให้บริการนั้นให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน สามารถเป็นที่ปรึกษาได้ ทั้งด้านราคาและคู่มือการใช้งานเบื้องต้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีความสะดวกสบาย รวมถึงภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ เนื่องจากธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีความน่าเชื่อถือ นั้นสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ อีกทั้งยังสามารถดึงดูด ความสนใจจากลูกค้าได้เช่นกัน รองลงมาเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีชื่อเสียง และน่าเชื่อถือ เนื่องจากธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่เปิดมายาวนานและ เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนจำนวนมากทำให้ธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นั้นเกิดความน่าเชื่อถือ ทั้งในด้านชื่อเสียง หรือในด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ที่ได้ส่งผ่านและบอกต่อๆ กัน รองลงมาเป็นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเลือกช่องทางการติดต่อที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก

โดยการมีช่องทางหรือทำเลที่ตั้งที่ดีนั้น เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้สะดวก รวมถึงหากช่องทางหรือทำเลที่ตั้งนั้นเข้าถึงได้ง่าย ผู้บริโภคจะให้ความรู้สึกถึงความสะดวกในการเลือกใช้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่ธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นั้นจะค้นหาในเว็บไซต์ได้ง่าย เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้สะดวก นอกจากนี้การมีช่องทางผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค สำหรับให้บริการเป็นจำนวนมาก ก็เป็นปัจจัยสำคัญ โดยธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีให้บริการสำหรับในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่เป็นจำนวนมากเนื่องจากธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ต้องการให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้ง่าย ไม่ว่าจะไปที่ไหนก็มีให้บริการ เช่น ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน เป็นต้น อีกทั้งต้องการทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้รับความสะดวกในการใช้บริการ และไม่เสียเวลาในการเดินทาง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

สำหรับการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ หรือปัจจัยส่วนบุคคล ด้วยวิธี Independent Sample Test และ One-Way ANOVA โดยพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในส่วนของ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ แตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งจากงานวิจัยพบว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และในขณะที่ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า อาชีพ และรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจาก ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่ต่างกันนั้น มีแนวคิด ค่านิยมและแรงจูงใจที่ต่างกัน ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความคาดหวังที่ต่างกันออกไป โดยพบว่ากลุ่มบุคคลทั่วไปที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้อยสุด เนื่องจากแต่ละอาชีพมีความอำนาจการตัดสินใจที่ต่างกันออกไป โดยกลุ่ม ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่จะมีอำนาจการตัดสินใจ และมีความต้องการอยู่แล้ว นอกจากนี้ยังพบว่า รายได้เฉลี่ยที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องจากผู้ที่มีรายได้มากจะสามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ง่ายกว่าผู้มีรายได้น้อยกว่า เพราะผู้มีรายได้น้อยกว่ามักมีอัตรากำลังในการใช้จ่ายที่มากทำให้ตัดสินใจ หรืออำนาจการตัดสินใจ หรืออื่น ๆ มักเกิดขึ้นได้ง่ายโดยไม่มีความกังวลเรื่องค่าใช้จ่าย

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านเพศที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยด้านเพศที่ต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านอายุที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยด้านอายุที่ต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน





การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 11 บัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการทดสอบพบว่า บัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## อภิปรายผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

### อภิปรายผลข้อที่ 1 บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์

บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ ธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรให้ความสำคัญในเรื่องความน่าเชื่อถือ ซึ่งควรมีมาตรการสำหรับการให้เห็นถึงประโยชน์ และสำคัญเพื่อให้สามารถรักษามาตรฐานการบริการที่ดีให้กับธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้ อีกทั้งการพัฒนาความสามารถในการให้ความรู้ อัปเดตข่าวสารอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ลูกค้าได้รับความรู้สึกที่ดีกับบริการนั้น นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาหรือช่วยวางแผนระบบใหม่ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มความต้องการให้กับลูกค้า อีกทั้งสร้างความรู้สึกรู้สึกที่แปลกใหม่และเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า

### อภิปรายผลข้อที่ 2 บัณฑิตด้านราคา

บัณฑิตด้านราคา ธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรให้ความสำคัญในเรื่องการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการ รวมถึงเหมาะสมกับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรมีนโยบายในการตั้งราคาที่สมเหตุสมผล และเป็นธรรม อีกทั้งมีโครงสร้างราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ นอกจากนี้อาจมีการตั้งราคาที่ต่ำกว่าหรือถูกกว่าคู่แข่งเล็กน้อย เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้

### อภิปรายผลข้อที่ 3 บัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรให้ความสำคัญในเรื่องการขยายช่องทางการติดต่อเพิ่มขึ้นและมีการเลือกช่องทางการติดต่อหรือทำเลที่ตั้งที่ดี เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้ง่าย และเพื่อให้ครอบคลุมกับลูกค้าที่มีอยู่จำนวนมากในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อีกทั้งการช่องทางการติดต่อหรือมีทำเลที่ตั้งที่นั่น ส่งผลให้ธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีโอกาสในการประสบความสำเร็จสูงในการขายหรือการให้บริการ เนื่องจากลูกค้าให้ความสำคัญในการติดต่อที่สะดวกเป็นหลัก ซึ่งถ้าหากธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีช่องทางหรือทำเลที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก ก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดการใช้บริการของลูกค้า รวมถึงเป็นข้อได้เปรียบในเชิงการแข่งขันกับคู่แข่งด้วยเช่นกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรดำเนินการพิจารณาการเลือกช่องทางการติดต่อหรือทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม โดยวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ สำหรับการเลือกช่องทางการติดต่อหรือที่ตั้งอย่างรอบคอบ เช่น ใกล้เคียงไฟฟ้า มีสภาพแวดล้อมโดยรอบเป็นกลุ่มเป้าหมายอาศัยอยู่ มีที่จอดรถเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ เป็นต้น

### อภิปรายผลข้อที่ 4 บัณฑิตด้านส่งเสริมการตลาด

บัณฑิตด้านส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้ อีกทั้งเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และชื่อเสียงของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการจัดทำโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้เกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสาร ต่างๆ ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้

### อภิปรายผลข้อที่ 5 บัณฑิตด้านบุคคล

บัณฑิตด้านบุคคล ประชากรศาสตร์ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรศึกษาความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจ Non-level (องค์กรเอกชนทั่วไป), Government (สำหรับลูกค้าราชการ, องค์กรภาครัฐ) และผู้ที่มีรายได้มากเพิ่มเติม เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

สูง เพื่อนำข้อมูลต่างๆ มาใช้ประโยชน์ในด้านการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผลข้อที่ 6 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรให้ความสำคัญในด้านความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ที่ดีทั้งภายในและภายนอกองค์กร จะทำให้ลูกค้าเกิดความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ อีกทั้งการจัดการหน้าเว็บที่ดูทันสมัย ดูเหมาะสม ใช้งานง่ายก็เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้ด้วยเช่นกัน

อภิปรายผลข้อที่ 7 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกพนักงาน หรือการรับพนักงานเข้ามาปฏิบัติงาน เนื่องจากธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นธุรกิจที่เน้นการให้บริการ ซึ่งการให้บริการที่ดีนั้นจะเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า โดยอาศัยการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีการกล่าวต้อนรับ ทักทายอย่างเป็นมิตร อีกทั้งต้องมีการพูดจากที่ดี สุภาพกับลูกค้ารวมถึงมีมารยาทที่ดี และมีความกระตือรือร้น ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังสามารถแก้ปัญหาในเมืองต้นให้กับลูกค้าได้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการกับลูกค้า เช่น เมื่อลูกค้าต้องการสอบถามข้อมูล เงื่อนไขการบริการ พนักงานก็สามารถแนะนำได้ รวมถึงแนะนำความสำคัญที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า และให้คำแนะนำอื่นๆ เกี่ยวกับบริการนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งผู้ประกอบการควรมีหลักสูตรสำหรับการอบรมพัฒนาการให้บริการที่เป็นเลิศแก่พนักงาน และปลูกฝังให้ใส่ใจที่รับบริการกับพนักงาน ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานทำงานด้วยใจที่รับบริการ อีกทั้งส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการใช้บริการ

## ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้มีระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามที่ค่อนข้างจำกัด โดยมีระยะเวลาเก็บข้อมูลเพียง 1 เดือน (ระหว่างเดือนกันยายน ถึง เดือนตุลาคม 2562) ซึ่งอาจส่งผลให้ผลที่ได้นั้นเกิดความคลาดเคลื่อนในการนำไปอ้างอิงกลุ่มประชากรได้ เนื่องจากกลุ่มประชากรไม่มีการกระจายตัวมากเท่าที่ควร ซึ่งส่วนใหญ่ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ จึงอาจทำให้ไม่ได้คัดเลือกทำเลของการแจกแบบสอบถามไปยังทำเลต่างๆ ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้เก็บจากกลุ่มตัวอย่างเป็นการสำรวจจากปี พ.ศ. 2562 ดังนั้นผู้ที่นำข้อมูลจากวิจัยครั้งนี้ไปใช้ ควรระมัดระวังการนำข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลสถิติอื่นๆ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ไปตามระยะเวลา

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน Maintenance Agreement (MA) ของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม หรือ การทำ Focus Group เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น
2. เนื่องจากฐานลูกค้าของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีเป็นจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ จึงควรขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างมากขึ้น โดยการขยายไปยังจังหวัดอื่นๆ หรือครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้งานวิจัยสามารถครอบคลุมกลุ่มประชากรได้มากขึ้น
3. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มเติม เนื่องจากจะทำให้สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อรักษารฐานลูกค้าของธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้ อีกทั้งยังสามารถเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าใหม่ได้ในอนาคต

## บรรณานุกรม

วิทยานิพนธ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อดุลย์ และตลยา จาตุรงค์กุล. (2549). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา มีศรีสม. (2558). *อิทธิพลของรูปแบบผู้นำและการพัฒนาบุคลากรที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานในระดับปฏิบัติการ*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- คัทลียา ณรุณ, อัครเดช ฉวีรักษ์ และศุภรักษ์ จันทร์จรูญจิตต์. (2558). ผลกระทบของมาตรฐานการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของผู้ทำบัญชีในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 34(3), 20.
- ณัฐธิดา ชูเจริญพิพัฒน์. (2555). *วัฒนธรรมในองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ เขตนครสวรรค์*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ดนตรีทวี ไทรวิจิตร, มนต์รี พิริยะกุล และประยงค์ มีใจชื้อ. (2555). *อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทที่ไอที จำกัด (มหาชน)*. *วารสารการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 5(2), 93.
- ทิพาวดี เมฆสวรรค์. (2543). *แนวความคิด ทฤษฎีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน*. สืบค้นจาก [http://sukanrat.blogspot.com/2012/09/blog-post\\_804.html](http://sukanrat.blogspot.com/2012/09/blog-post_804.html)
- ชนพล แสงจันทร์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2556). *อิทธิพลคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานผ่านความผูกพันขององค์กรของพนักงานบริษัทประกันภัย*. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*, 6(3), 395.
- นันทวรรณ ทองแสน. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานกลุ่มธุรกิจผลิตเครื่องสำอางในเขตจังหวัดปทุมธานี*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ประพนธ์ ผาสุขยัต. (2541). *ทางเลือก ทางรอด*. กรุงเทพมหานคร: เอ.อาร์.บีซีเนส เพรส (2541).
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2535). *จิตวิทยาการบริหารบุคคล*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพมหานคร.
- วรารณา กาญจนพาทิ. (2556). *ภาวะผู้นำและภาวะผู้ตามที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลองค์กร : กรณีศึกษา ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สมจิตร์ จันทร์เพ็ญ. (2557). *ความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมหมาย เทียนสมใจ. (2556). *รูปแบบการบริหารงานที่มีประสิทธิผลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร*.
- อภิชัย จตุพรวาทิ. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครคุมประพฤติ จังหวัดนครสวรรค์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- อารยา แป๊ะป่อง. (2557). *การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล การประเมินองค์กรแบบสมดุล (Balanced Scorecard) และการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตย่านธุรกิจการค้าสีลม*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectation*. New York: The Free Press.
- Becker, S., & Neuhauser, D. (1975). *The efficient organization*. New York: Elsevier Scientific.
- Bingol & Polat. (2017). *Measuring Managerial Capability of Subcontractors Using a KPI Model*. In *Creative Construction Conference 2017* (p.68). Primosten, Croatia: Elsevier Ltd.
- Campbell, J. P. (1977). *On the nature of organizational effectiveness*. In *New Perspectives on organizational effectiveness*. P. S. Goodman and J. M. Pennings, eds. San Francisco: Jossey-Bass.

- Fazzi, R. A. (1994). *Management plus : Maximizing productivity through motivations, performance, and commitment*. New York: Irwin Professional.
- Nazarian, Soares & Lottermoser. (2016). Inherited organizational performance? The perceptions of generation Y on the influence of leadership styles. *Leadership & Organization Development Journal*, 8(38), 1078.
- Steers, R. M. (1980). When is an organization effective?. A process approach to understanding effectiveness. *Organizations Dynamics*, 5, 50-63.
- Yamane, T. (1973). *Statistic: An introductory analysis* (3<sup>rd</sup> ed.). New York: Harper & Row.
- Yukl, G. A. (1994). *Leadership in organization*. New Jersey: Prentice - Hall.