

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
พฤษภาคม 2554

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
พฤษภาคม 2554  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
พฤษภาคม 2554

ธัญพร เลิศวรรณพงษ์. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร*

อพาร์ทเมนต์. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อ.ดร.ไพบุลย์ อชาอรุ่งโรจน์

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 65 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เมื่อพบ ความแตกต่างจะใช้วิธีทดสอบกำลังสองอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด หรือ ดันเนตต์ ที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพเป็นโสด /หม้าย /หย่าร้าง/แยกกันอยู่ อายุระหว่าง 18 - 27 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพ นักเรียน /นิสิต /นักศึกษา มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีระยะเวลาการเข้าพักอาศัยมากกว่า 1 ปีขึ้นไป โดยผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อปัจจัยให้บริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ด้านบุคลากรอยู่ในระดับดีมากด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านความปลอดภัย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับดี และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับไม่ดี

ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ โดยบริการที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้สูงสุด มีความพึงพอใจในการบริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา มีความพึงพอใจในการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปอยู่ในระดับพึงพอใจ

FACTOR INFLUENCE TO SATISFACTION OF BAAN PLOENCHIT  
APARTMENT'S RESIDENTS



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Master of Business Administration Degree in Management  
at Srinakharinwirot University

May 2011

Tunyaporn Lertwannapong. (2011). *Factors influence to satisfaction of Baan Ploen Chit Apartment's Residents*. Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School, Srinakarinwiroj University. Project Adviseor: Dr. Paiboon Archarungroj

This research aims to study factors influencing satisfaction of Baan Ploen Chit Apartment's Residents. The samples of this research are 65 residents who have been staying at Baan Ploen Chit Apartment's Residents. Questionnaire used as instrument for data collection. Statistics for data analysis are percentage, mean, and standard deviation. Difference analysis employs t-test and one-way analysis of variance. When significant difference is found, Least Significant Difference or Dunnett T3 are applied, Relationship analysis is done using Pearson product moment coefficient. The findings of this research are as follows:

Most of residents were female, single/widow/divorced/separated, aged between 18-27years old, with higher than bachelor degree, students, with income between 10,001-20,000 baht, and with length of stay more than 1 year. Residents' opinion towards the personality services factor of Baan Ploen Chit apartment were at the very good level. Service factors in category of productivity, price, location, security, process, physical were at the good levels and facilities are at not good levels.

Resident's satisfaction overall were at the satisfying level, in which the services meet expectation. The residents' satisfaction toward Baan Ploen Chit service is higher compared to their experiences towards the other apartments. Satisfaction in term of value to money was at the good levels.

The results of hypothesis:

Resident with different ages and educated had different overall satisfaction of Baan Ploen Chit Apartment's at statistical significance of 0.05 levels.

## ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากความกรุณา และความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์ ท่านได้เสียสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ในการให้คำปรึกษาการดำเนินงานวิจัย ตลอดจนได้ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆอันเป็นประโยชน์ในการจัดทำสารนิพนธ์ ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนกระทั่งดำเนินการเสร็จสมบูรณ์และขอขอบพระคุณ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ลำสัน เลิศกุลประหยัด อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน และ รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ตลอดจนให้คำแนะนำต่างๆที่เป็นประโยชน์ในการทำงานวิจัย รวมถึงเป็น คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ได้กรุณาอบรม สั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ทั้งในทางทฤษฎี รวมถึงการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาการศึกษาของผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบคำถามสำหรับการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ได้เห็นความสำคัญของการศึกษาและช่วยส่งเสริมให้ผู้วิจัยมีการศึกษาที่ดี รวมทั้ง พี่ๆ น้องๆ และเพื่อนๆ นิสิต X-MAB 10 สาขาการจัดการที่คอยเป็นกำลังใจและให้คำปรึกษาทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำวิจัยฉบับนี้ ได้สำเร็จลุล่วงด้วยดี คุณประโยชน์ใดที่ได้รับจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ทุกท่านที่ให้ความกรุณาแก่ผู้วิจัย และขอให้ทุกท่านประสบแต่ความสุขความเจริญสืบไป

ธัญพร เลิศวรรณพงษ์

# สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ</b> .....	1
ภูมิหลัง .....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานในการวิจัย.....	7
<b>2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	8
ทฤษฎีการบริการ.....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคามพึงพอใจ.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย.....	21
ความเป็นมาของบ้านเฟลินจิตรอาร์ทเมนต์.....	24
ความเป็นมาของบ้านเฟลินจิตรอาร์ทเมนต์.....	24
<b>3 วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย</b> .....	28
แหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า.....	28
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	28
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
การกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b> .....	40
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
<b>5</b> สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	93
สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า.....	93
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	94
สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน.....	97
อภิปรายผล.....	103
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	108
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	109
<b>บรรณานุกรม</b> .....	110
<b>ภาคผนวก</b> .....	113
ภาคผนวก ก.....	114
ภาคผนวก ข.....	120
<b>ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์</b> .....	122

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตรópolisพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบัน โดยการแจกแจงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ.....	42
2 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ บ้านเพลินิจิตรópolisพาร์ทเมนต์ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์.....	44
3 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ บ้านเพลินิจิตรópolisพาร์ทเมนต์ต่อปัจจัยด้านราคา.....	45
4 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ บ้านเพลินิจิตรópolisพาร์ทเมนต์ต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง.....	45
5 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ บ้านเพลินิจิตรópolisพาร์ทเมนต์ต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	46
6 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ บ้านเพลินิจิตรópolisพาร์ทเมนต์ต่อปัจจัยด้านความปลอดภัย.....	47
7 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ บ้านเพลินิจิตรópolisพาร์ทเมนต์ต่อปัจจัยด้านบุคลากร.....	48
8 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ บ้านเพลินิจิตรópolisพาร์ทเมนต์ต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ.....	49
9 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ บ้านเพลินิจิตรópolisพาร์ทเมนต์ต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ.....	50
10 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรópolisพาร์ทเมนต์.....	51
11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรópolisพาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามเพศ.....	53
12 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการ บ้านเพลินิจิตรópolisพาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามสถานภาพ.....	55

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
13 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของอายุที่แตกต่างกัน โดยใช้ Levene's Test.....	57
14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามอายุโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe.....	58
15 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้จำแนกตามอายุโดยใช้วิธี Dunnett's T3.....	60
16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้าน เพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปจำแนกตามอายุโดย ใช้วิธี Dunnett's T3.....	60
17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้าน เพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมาจำแนก ตามอายุโดยใช้วิธี Dunnett's T3.....	61
18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	62
19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามอาชีพ.....	64
20 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันโดย ใช้ Levene's Test.....	67
21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	68
22 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของระยะเวลาเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน โดยใช้ Levene's Test.....	70
23 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของระยะเวลาเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน โดยใช้ Levene's Test.....	71
24 แสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาเข้าพัก ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึง ปัจจุบันกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์.....	73
25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์กับ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์.....	75

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์.....	77
27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์.....	79
28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านความปลอดภัยกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์.....	80
29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านบุคลากรกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์.....	82
30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์.....	84
31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์.....	86
32 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมุติฐาน .....	88

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	6
2 การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Tools for Services).	9
3 แสดงการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจและของลูกค้า .....	13



# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

เนื่องจากสังคมไทยในปัจจุบันมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และการศึกษา ทำให้มนุษย์จำเป็นต้องย้ายถิ่นฐานที่อยู่อาศัยตลอดเวลา โดยพยายามเลือกหาที่อยู่อาศัยไว้สำหรับตนเองและครอบครัว ทำให้เกิดความต้องการในการหาที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น การเติบโตของเมืองและการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กัน ยิ่งเศรษฐกิจเติบโตเพิ่มขึ้น ประชากรเพิ่มขึ้น เมืองก็เติบโตเพิ่มขึ้น ความต้องการที่อยู่อาศัยในเขตเมืองจึงเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย การที่มนุษย์แสวงหาที่อยู่อาศัยที่ดี มีคุณภาพและเป็นไปตามความต้องการย่อมส่งผลให้ผู้มีสุขภาพอนามัยที่ดีทั้งกายและใจ มีความเป็นสัดส่วนเฉพาะตัว ตลอดจนทำให้มีความมั่นคงในชีวิตมากยิ่งขึ้น ในทางกลับกัน ถ้าคนในสังคมประสบปัญหาขาดแคลนที่อยู่อาศัยไม่ตรงกับความต้องการแล้วย่อมส่งผลต่อคุณภาพชีวิตโดยตรง

ธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่าถือได้ว่าได้มีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ และสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเขตเมืองและชานเมืองที่มีการพัฒนาในด้านการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม การขยายสาขาสถานศึกษา เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางสำหรับผู้ที่ทำงาน หรือ ที่เรียนที่อยู่ไกลบ้าน ด้วยเหตุนี้ ทำให้ธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่ามีการขยายตัวออกมามากขึ้น ไม่จำกัดเฉพาะในเขตเมืองเท่านั้น แม้แต่ในเขตชานเมืองธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่าก็มีการเติบโตและขยายตัวไปตามแหล่งชุมชนตามความหนาแน่นของแต่ละชุมชนนั้นๆ

จากแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่สูง ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอพาร์ทเมนต์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย จึงทำให้เกิดการแข่งขันกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง เพื่อที่จะแย่งส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งมักจะเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน ดังนั้นผู้ประกอบการแต่ละคนจึงต้องหาจุดเด่น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพของอพาร์ทเมนต์ ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการให้บริการ ซึ่งถือเป็นปัจจัยในการดำเนินธุรกิจอพาร์ทเมนต์ ผู้ประกอบการจะต้องมุ่งเน้นและให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพของอพาร์ทเมนต์ การบริการ ตั้งแต่การคัดสรรและอบรมบุคลากรให้มีมาตรฐานอยู่เสมอ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคที่ได้มาใช้บริการ และรู้สึกผูกพัน อบอุ่นใจ ทุกครั้งที่ได้พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์ของตน อยากใช้บริการไปนานๆ

สำหรับจังหวัดสมุทรปราการมีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เทคโนโลยีต่างๆ และการพัฒนาสถานศึกษาซึ่งขยายจากส่วนกลางของกรุงเทพมหานครไปตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ เช่น มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เป็นต้น ทำให้ประชาชนและนักศึกษาต้องมีการโยกย้ายถิ่นฐานไปอยู่ใกล้สถานี่ทำงานและสถานศึกษาภายในจังหวัดสมุทรปราการเป็นจำนวนมาก

ในปัจจุบันบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์นั้น เป็นอพาร์ทเมนต์สูง 5 ชั้น ขนาดห้องประมาณ 19 ตารางเมตร จำนวนห้องทั้งสิ้น 80 ห้อง สามารถเข้าพักได้ 1-3 คน ต่อห้องพัก มีผู้พักอาศัยแล้ว 65 คน ราคาห้องพัก เริ่มตั้งแต่ 4,500 – 6,000 บาท มีสถานที่ตั้งอยู่บนถนนบางนา –ตราด กม.26 จังหวัดสมุทรปราการ เป็นแหล่งใกล้สถานศึกษาของ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ วิทยาเขตบางนา และ ยังใกล้นิคมอุตสาหกรรมบางพลี , นิคมอุตสาหกรรมเวลโก้ เมื่อมองโดยรวมแล้วถือว่าเป็นแหล่งชุมชนแหล่งหนึ่งที่มีอพาร์ทเมนต์ให้เช่าเกิดขึ้นอย่างมากมาย โดยผู้บริโภครักษาที่พักอาศัยภายในบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์นั้น จะประกอบไปด้วย นักศึกษาของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และ ผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมดังกล่าว ที่มีภูมิลำเนาอยู่ไกลจากบ้าน ทำให้จำเป็นต้องใช้บริการเช่าอพาร์ทเมนต์ เพื่อสะดวกในการเดินทางมาศึกษาที่มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และนิคมอุตสาหกรรมที่ตนทำงานอยู่

จากเหตุผลดังกล่าวมาแล้วข้างต้นทำให้ผู้ทำการวิจัยเล็งเห็นถึงสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องเรียนรู้ เพื่อที่จะประสบความสำเร็จ และเติบโตตามแนวโน้มของตลาดธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่าได้ โดยจะต้องรู้ถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการว่าจะต้องทำอะไร เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกประทับใจในการที่ได้พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์ของตน และอยากอยู่ไปนานๆ เพื่อที่จะทำให้อุตสาหกรรมนี้สามารถทำอะไรได้อย่างสม่ำเสมอ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนปรับปรุงแนวทางการดำเนินงาน และรูปแบบการให้บริการให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ อันเป็นพื้นฐานที่จะนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ และสร้างความประทับใจให้อยู่กับเราให้นานที่สุด โดยธุรกิจที่จะสามารถอยู่รอดในปัจจุบันนั้นจะต้องมีการศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

### ความมุ่งหมายของการทำวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านผลิตภัณฑ์ ,ราคา ,ทำเลที่ตั้ง ,สิ่งอำนวยความสะดวก ,ความปลอดภัย ,บุคคลากร ,กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์
3. เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์
4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านผลิตภัณฑ์ ,ราคา ,ทำเลที่ตั้ง ,สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ,

บุคคลากร ,กระบวนการให้บริการ ,ลักษณะทางกายภาพ กับความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์

### ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอพาร์ทเมนท์เซอร์วิส ดังนี้

1. ทราบถึงความพึงพอใจในปัจจุบันด้านลักษณะทางกายภาพ ,ทำเลที่ตั้ง ,ราคา , สิ่งอำนวยความสะดวก ,ความปลอดภัย ,บุคคลากร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ อพาร์ทเมนท์ เพื่อใช้ในการวางแผนปรับปรุงแก้ไขและพัฒนากระบวนการบริหารงานในอนาคตให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการ สร้างประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลสูงสุด

2. เพื่อเป็นข้อมูลนำไปพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการให้บริการ

3. เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์แก่ผู้ต้องการศึกษาค้นคว้าข้อมูล ในธุรกิจอพาร์ทเมนท์ให้เข้า

### ขอบเขตของการวิจัย

#### พื้นที่ในการทำวิจัย

สถานที่ตั้งบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์ เลขที่ 209 หมู่ 7 ซ.บางนาคารเด็นท์ ซ.2 แขวงบางเสาธง เขตบางเสาธง จ.สมุทรปราการ อาคาร 5 ชั้น พื้นที่ 226 ตารางวา

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มผู้ให้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 65 คน จากข้อมูลของ บ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์ ณ วันที่ 28 มกราคม 2554

#### กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษา

กลุ่มผู้ใช้บริการในบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ จำนวน 65 คน จากการสำรวจ ณ วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2554 โดยการเก็บข้อมูลแบบสำมะโน ( Census )

#### ตัวแปรที่ศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ มีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ



## ตัวแปรอิสระ ( Independent Variables ) แบ่งเป็นดังนี้

### 1. ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

#### 1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

#### 1.2 สถานภาพ

1.2.1 โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

1.2.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน

#### 1.3 อายุ

1.3.1 อายุต่ำกว่า 18 ปี

1.3.2 อายุระหว่าง 18 – 27 ปี

1.3.3 อายุ 28 ปีขึ้นไป

#### 1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.4.2 ปริญญาตรีขึ้นไป

#### 1.5 อาชีพ

1.5.1 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

1.5.2 พนักงานบริษัท/ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

#### 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.6.1 รายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท

1.6.2 รายได้ 10,001 – 20,000 บาท

1.6.3 รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป

#### 1.7 ระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบัน

1.7.1 1 - 4 เดือน

1.7.2 5 – 8 เดือน

1.7.3 9 – 12 เดือน

1.7.4 มากกว่า 1 ปีขึ้นไป

### 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์

#### 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

#### 2.2 ด้านราคา

#### 2.3 ด้านทำเลที่ตั้ง

#### 2.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

#### 2.5 ด้านความปลอดภัย

- 2.6 ด้านบุคลากร
- 2.7 ด้านกระบวนการให้บริการ
- 2.8 ด้านลักษณะทางกายภาพ

### ตัวแปรตาม ( Dependent Variable ) แบ่งเป็นดังนี้

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. อพาร์ทเมนท์ หมายถึง อาคารสำหรับให้เช่าพักอาศัย มีลักษณะเป็นอาคารสูง โดยภายในอาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งการรักษาความปลอดภัยอย่างดีเยี่ยม

2. ผู้ใช้บริการ หมายถึง กลุ่มลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ในบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ โดยลักษณะการพักอาศัยเป็นรายเดือน

3. ปัจจัยที่มีผล หมายถึง การให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์โดยมีรายละเอียดดังนี้

**3.1 ผลิตภัณฑ์** หมายถึง ขนาดพื้นที่ของห้องพัก คุณภาพวัสดุที่ใช้ ความสะดวกและเหมาะสมในการวางเฟอร์นิเจอร์ และจำนวนห้องพักที่อยู่ภายในอาคาร

**3.2 ราคา** หมายถึง ค่าเช่าอพาร์ทเมนท์เป็นรายเดือน

**3.3 ทำเลที่ตั้ง** หมายถึง บริเวณที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ เช่น ใกล้สถานที่ทำงาน ใกล้สถานศึกษา ใกล้แหล่งชุมชน เป็นต้น

**3.4 สิ่งอำนวยความสะดวก** หมายถึง ลักษณะของการทำให้เกิดความสะดวกสบายในการพักอาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ ได้แก่ มีห้องน้ำภายในห้องพัก ที่จอดรถ โทรทัศน์ภายในห้องพัก รั้วกัน

**3.5 ความปลอดภัย** หมายถึง ระบบรักษาความปลอดภัยต่าง ๆ ที่มีอยู่ในอพาร์ทเมนท์ ได้แก่ พนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง บันไดหนีไฟ และถังดับเพลิง เป็นต้น

**3.6 ด้านบุคลากร** หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ต่าง ๆ ภายในอพาร์ทเมนท์ ได้แก่ ผู้ดูแลอพาร์ทเมนท์ พนักงานทำความสะอาด พนักงานรักษาความปลอดภัย

**3.7 ด้านกระบวนการให้บริการ** หมายถึง การบริการที่มีคุณภาพ รวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้บริการประทับใจ

**3.8 ด้านลักษณะทางกายภาพ** หมายถึง รูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ความสะอาด หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ผู้ใช้บริการได้รับ

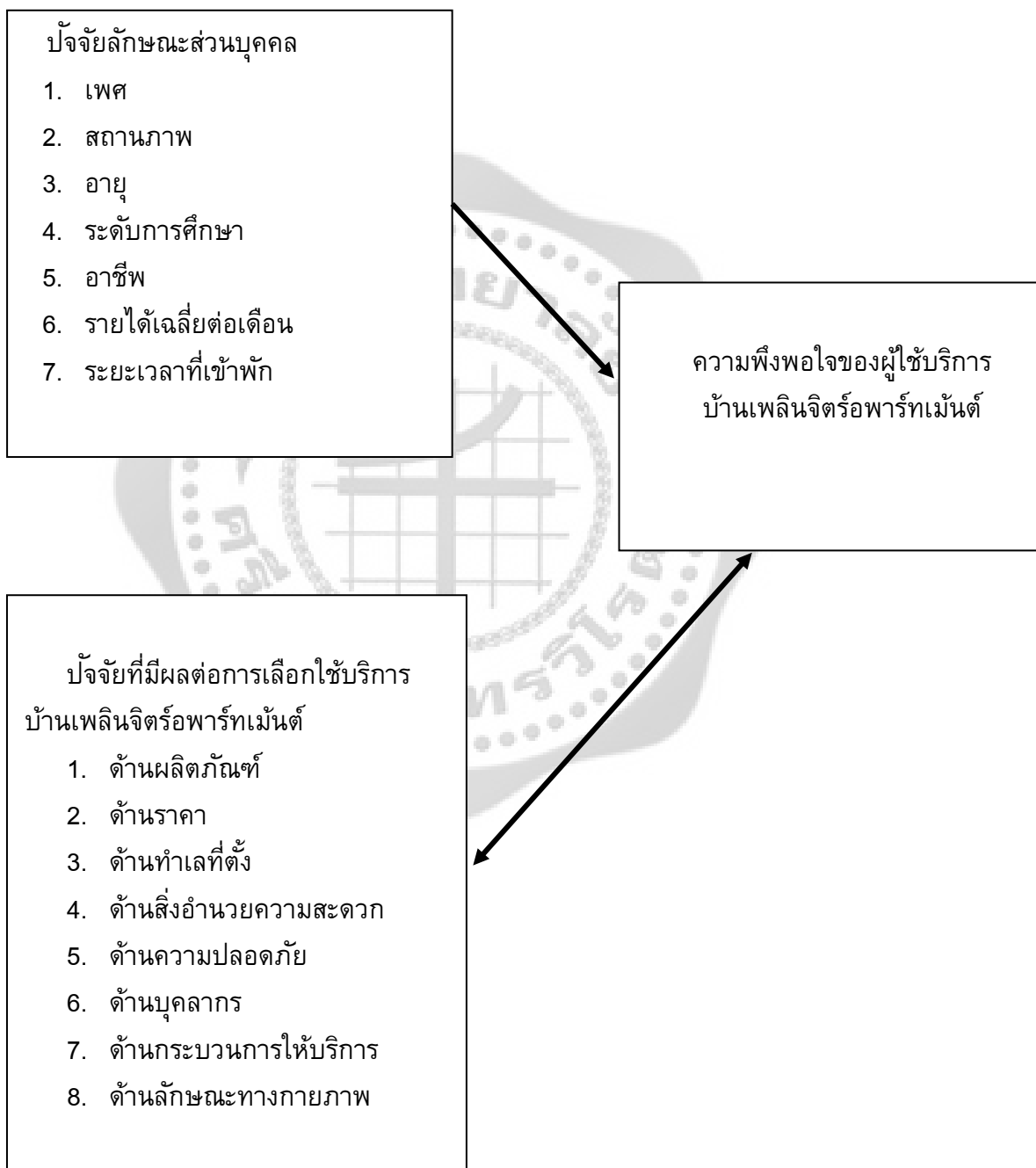
4. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของผู้ใช้บริการ หลังจากได้รับบริการแล้วเกิดความรู้สึกที่ดี ความชอบใจ ความรู้สึกทางบวกที่มีต่อบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์

### ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

### ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาเข้าพัก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

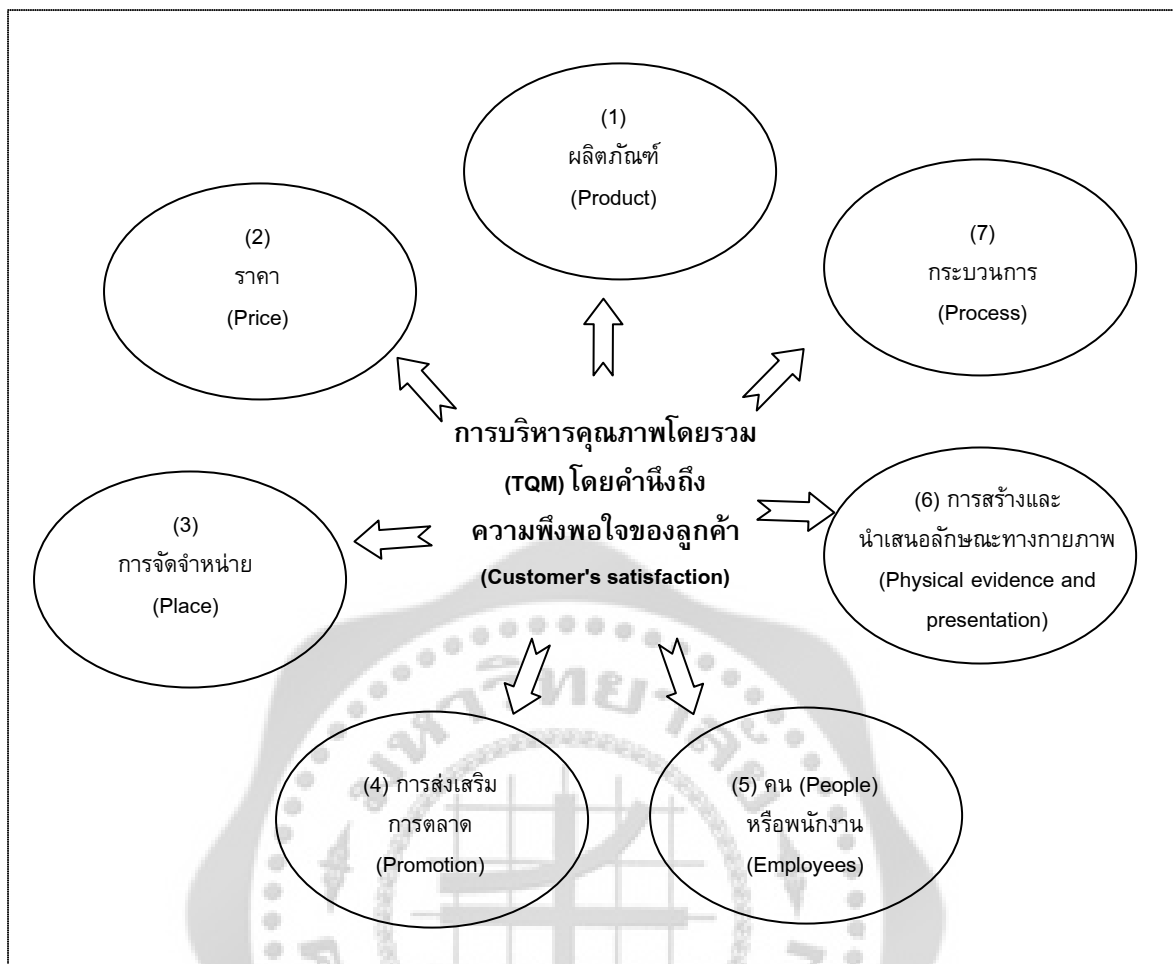
ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาถึง คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ โดยนำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีส่วประสมทางการตลาด
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
3. แนวความคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย
4. ความเป็นมาของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์
5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีส่วประสมทางการตลาด

##### กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P<sub>s</sub> เช่นเดียวกัน สินค้า ซึ่งประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ราคา (Price) (3) การจัดจำหน่าย (Place) (4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติมประกอบด้วย (5) บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท (6) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม [Total Quality Management (TQM)] ตัวอย่าง โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-Value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ (7) กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction) ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Tools for Services)

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. หน้า. 76.

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 7P's) หมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541: 32-33) แนวความคิดทางการตลาดของ Phillip Kotler

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าจึงจะสามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ของผลิตภัณฑ์จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ 1. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ 2. ความแตกต่างทางการแข่งขัน 3. พิจารณองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ 4. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ของเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและ

มีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย 5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ใหม่และมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น 6. กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนผสมผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคา ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง 1. คุณค่าที่รับรู้ในสายตาลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น 2. ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง 3. การแข่งขัน 4. ปัจจัยอื่น ๆ

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ เครื่องมือในการสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมประสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญคือ

3.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอขายข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและ (หรือ)ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ 1. กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณาและยุทธวิธีการโฆษณา 2. กลยุทธ์สื่อ

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ 1. กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย 2. การจัดการหน่วยขาย

3.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากงานโฆษณา การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ 1. การกระตุ้นผู้บริโภค 2. การกระตุ้นคนกลาง 3. การกระตุ้นพนักงานขาย

3.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

3.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) และการตลาดเชิงตรง (Online Marketing)เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรงหรือหมายถึงวิธีการต่าง ๆที่ใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันทีประกอบด้วย 1.การขายทางโทรทัศน์ 2. การขายโดยใช้จดหมาย 3. การขายโดยใช้แคตตาล็อก 4. การขายทางโทรทัศน์ วิทยูหรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจุดใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมตอบสนอง เช่น ใช้คูปอง แลกซื้อ

4. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและ  
กิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด การจัดจำหน่าย  
ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ ผลิตภัณฑ์  
ถูกเปลี่ยนไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค

4.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับการ  
เคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยทั่วไปแล้ว 4Ps ก็เพียงพอแล้วสำหรับธุรกิจผลิต  
สินค้า แต่ในธุรกิจบริการกลับมีความต้องการองค์ประกอบมากกว่านั้น ดังนั้น Booms และ Bitner  
จึงได้แนะนำให้ใช้อีก 3 Ps คือ People, Physical Evidence และ Process

5. บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection)  
การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้  
แตกต่างกันอยู่แข่งขัน พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อ  
ลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

6. กระบวนการบริการ (Process) การให้บริการอย่างมีระบบเพื่อส่งมอบคุณภาพในการ  
ให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ (Customer Satisfaction)

7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)  
โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) ตัวอย่างเช่น โรงแรมหรือ  
หอพัก ต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า  
(Customer – value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์  
อื่นๆ

#### ส่วนประสมการตลาดในมุมมองลูกค้า

ดังได้กล่าวแล้วว่าธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่วนประสมทาง  
การตลาดทั้ง 7 ตัวที่กล่าวมาเป็นมุมมองของธุรกิจที่ให้บริการ การที่จะบริหารการตลาดของธุรกิจให้  
ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องพิจารณาถึงส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้วย (ศิริวรรณ  
เสวีรัตน์; และคนอื่นๆ. 2541: 81)

1. คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) ลูกค้าจะเลือกใช้บริการอะไรหรือกับใคร สิ่ง  
ที่ลูกค้าใช้พิจารณาเป็นหลักคือ คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย  
ดังนั้นธุรกิจต้องเสนอเฉพาะบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง

2. ต้นทุน (Cost to Customer) ต้นทุนหรือเงินลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับบริการนั้นต้อง  
คุ้มค่างับบริการที่จะได้ หากลูกค้ายินดีจ่ายในราคาสูง แสดงว่าความคาดหวังในบริการนั้นย่อมสูง  
ด้วย ดังนั้นในการตั้งราคาค่าบริการ ธุรกิจจะต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายให้ได้ เพื่อนำราคานั้น  
ไปใช้ในการลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ทำให้สามารถเสนอบริการในราคาที่ลูกค้ายอมรับได้



3. ความสะดวก (Convenience) ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลและการไปใช้บริการ หากลูกค้าไปติดต่อใช้บริการได้ไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้านหรือที่ทำงานลูกค้า

4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันลูกค้าก็ต้องการติดต่อธุรกิจเพื่อให้ข้อมูล ความเห็น หรือข้อร้องเรียน ธุรกิจจะต้องจัดหาสื่อที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้การให้และรับข้อมูลความเห็นจากลูกค้า ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากการสื่อสารล้มเหลว

5. การดูแลเอาใจใส่ (Caring) ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่ว่าจะเป็นบริการที่จำเป็นหรือบริการที่ฟุ่มเฟือย เช่น ด้านความงาม ลูกค้าต้องการการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ ตั้งแต่เริ่มก้าวเท้าแรกเข้ามาจนถึงก้าวออกจากร้านนั้น ไม่ว่าจะเป็ครั้งแรกหรือครั้งใดของการใช้บริการก็ตาม หรือไม่ว่าจะเป็นพนักงานผู้ใดที่ให้บริการก็ตาม

6. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ลูกค้ามุ่งหวังให้ได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ไม่ว่าจะเป็นการบริการตัดผม ผมที่ออกมาจะต้องมีความเรียบร้อย ตรงกับความต้องการลูกค้า หรือการเข้ารักษาอาการป่วย ไม่ว่าจะในโรงพยาบาลใดอาการป่วยจะต้องหาย ในแต่ละธุรกิจบริการ แม้ขั้นตอนการให้บริการจะมีความซับซ้อนเพียงใด ต้องจ้างพนักงานจำนวนมากมายเพียงใด ลูกค้าไม่มีส่วนมารับรู้ รู้อย่างเดียวว่ากระบวนการให้บริการต้องตอบสนองความต้องการอย่างครบถ้วน ไม่ขาดตกบกพร่อง

7. ความสบาย (Comfort) สิ่งแวดล้อมของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็อาคาร เคา์เตอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ จะต้องสร้างความสบายตาและความสบายใจให้ลูกค้า โดยเฉพาะหากลูกค้ามาใช้บริการประเภทหรูหราฟุ่มเฟือย สิ่งเหล่านั้นจะต้องทำให้ความทุกข์ใจและความสบายกายได้บรรเทาเบาบางลงเช่นการนั่งฟังเพลงของลูกค้า

จากที่อธิบายมา สามารถเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจและของลูกค้าได้ดังภาพประกอบ 3

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมอง ของธุรกิจ	ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมอง ของลูกค้า
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)	1. คุณค่าที่จะได้รับ (Customer Value)
2. ราคา (Price)	2. ต้นทุน (Cost to Customer)
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3. ความสะดวก (Convenience)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4. การติดต่อสื่อสาร (Communication)
5. พนักงาน (People)	5. การดูแลเอาใจใส่ (Caring)
6. กระบวนการให้บริการ (Process)	6. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion)
7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	7. ความสบาย (Comfort)

ภาพประกอบ 3 แสดงการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจและของลูกค้า

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. หน้า. 82.

ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัวนั้น ทุกตัวล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่ง จะขาดตัวใดตัวหนึ่งไปไม่ได้ พนักงานที่ให้บริการจะทำหน้าที่สำคัญในการเชื่อมโยงส่วนประสมทางการตลาดตัวอื่นๆ ให้กลมกลืนกันเป็นเนื้อเดียวในการส่งมอบบริการให้ลูกค้า

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การบริการที่ดีต้องมีกระบวนการที่ดีในทางปฏิบัติ เพื่อเกิดความพึงพอใจ ตามความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยใช้ส่วนประสมการตลาดเข้าช่วย

พิบูล ทีปะपाल (2545: 44-47) ได้ให้ความหมายของแนวคิดทางการตลาด หมายถึง การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า จะต้องคำนึงถึงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 4 ประการ หรือ 4Ps ในการตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าโดยการตอบสนองความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่ก็ตาม ซึ่งประกอบด้วย สินค้า บริการ และความคิด ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ และมีมูลค่า ในสายตาของลูกค้าจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน อันเป็นต้นทุนของลูกค้า ในการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า กับราคาของผลิตภัณฑ์ ถ้ามูลค่าสูงกว่าหรือเหมาะสมกับราคาลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบัน และกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาด โดยสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันทางการตลาด ส่วนกิจกรรมในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การ

คลังสินค้า การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายโดยตรง หรือใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยตรง เช่น ทางโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต สมชาติ กิจจรวยง (2543: 9-10) ได้ให้ความหมายของแนวคิดทางการตลาด หมายถึง การที่องค์กรจะต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเพราะในปัจจุบันและอนาคต ล้วนมีการแข่งขัน และมีการสร้างกลยุทธ์การแข่งขันรูปแบบต่าง ๆ ดังจะเห็นได้จากปัจจุบัน จะมีกลยุทธ์ตลาดที่แข่งขันกันด้วย 4Ps คือ

1. Product ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ สินค้า คุณภาพ คุณสมบัติ คุณประโยชน์ เทคโนโลยี อายุงาน ส่วนประกอบ
2. Price ได้แก่ ราคา ราคาที่มีหลายราคา เช่น ราคาเงินสด ราคาส่ง ราคาขาย ราคาตามระยะเวลาการให้เครดิต หรือราคาเงินผ่อน เป็นต้น
3. Place ได้แก่ ช่องทาง ภูมิจำหน่าย หรือทำเลในการทำมาค้าขาย เช่น การขายโดยตรง การขายผ่อนของร้านค้าต่าง ๆ
4. Promotion คือการส่งเสริมการขาย ที่ประกอบด้วย การโฆษณาและการลด แลก แจก แถม เป็นต้น

ธงชัย สันติวงษ์ (2538: 34-38) ได้กล่าวถึง ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่าย ได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการส่วนผสมทางการตลาดแต่ละด้านมีความหมายและรายละเอียด ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ ที่จะต้องมีพัฒนาออกแบบหรือพัฒนาขึ้นมาให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้า ความหมายของผลิตภัณฑ์นี้จะหมายถึงแบบ รูปร่างของผลิตภัณฑ์หรือรวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ส่วนสำคัญที่สุดของเรื่องผลิตภัณฑ์นี้ คือ การมุ่งพยายามพัฒนาให้มีสิ่งซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

สถานที่ หรือการไปให้ถึงเป้าหมาย กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ที่ดี หากไม่สามารถไปถึงทันเวลา และในสถานที่ที่ซึ่งมีความต้องการแล้ว ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ก็จะไม่มีความหมาย ดังนั้นในด้านของสถานที่ จึงต้องมีการพิจารณาถึงสถานที่ เวลา และบุคคลที่สินค้าและบริการควรจะถูกนำไปเสนอขาย โดยปกติการเคลื่อนตัวของสินค้าและบริการจะไม่ดำเนินไปได้ด้วยดีด้วยตัวเอง แต่จะขึ้นอยู่กับช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ มากมายที่เกี่ยวข้องอยู่ ทั้งจากสถาบันที่ทำหน้าที่ค้าขาย (Institutions) และคนกลาง (Middlemen) หลายฝ่ายด้วยกัน กว่าจะถึงมือผู้บริโภคสุดท้าย ทั้งสถาบันการค้าและคนกลางต่างเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย นักการตลาดต้องเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

การส่งเสริมการตลาด หรือการแจ้ง บอกรถและการขายความคิดความเข้าใจให้ลูกค้า ได้รู้การส่งเสริมการจำหน่ายจะเกี่ยวข้องกับวิธีการต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับสื่อความ(Communicate) ให้ถึงตลาดเป้าหมายให้ได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการว่าต้องมีจำหน่าย ณ ที่ใด ณ ระดับราคาใด การส่งเสริมการจำหน่ายจะประกอบด้วยการขายโดยพนักงานขาย การขาย โดยทั่วไป และการส่งเสริมการขาย ซึ่งผู้บริหารการตลาดจะต้องพิจารณาเลือกใช้วิธีต่าง ๆ เหล่านี้ประกอบเข้าด้วยกัน ให้เป็นการส่งเสริมการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพที่สุด สำหรับการขายโดยพนักงานขายจะหมายถึงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงแบบตัวต่อตัว ระหว่างผู้ขายและลูกค้า แต่การขายแบบทั่วไปนั้นกลับจะเป็นวิธีที่ออกแบบสำหรับการสื่อความกับลูกค้าจำนวนมาก ๆ พร้อมกัน ซึ่งหากพิจารณาดูจะเห็นว่าการขายโดยพนักงานจะมีความสำคัญที่สุดในส่วนผสมทางการตลาดทั้งปวงเพราะตามวิธีนี้พนักงานขายจะคล่องตัว โดยสามารถปรับส่วนผสมทางการตลาดของบริษัททำให้สอดคล้องกับลูกค้าแต่ละคนได้อย่างดี แต่ต้นทุนการขายก็มักจะสูงตาม จึงมักจะต้องใช้เฉพาะกรณีสำคัญหรือใช้เฉพาะเป็นส่วนเสริมหรือเพิ่มเติมหลังจากที่ได้มีการใช้วิธีการขายแบบทั่วไปและการส่งเสริมการขายแล้ว วิธีการโฆษณา นับว่าเป็นแบบของการขายแบบทั่วไปที่สำคัญที่สุด แต่การส่งเสริมการขายจะเป็นเครื่องมือที่พยายามใช้เสริมหรือสนับสนุนการขายโดยพนักงานและการขายแบบทั่วไปในเรื่องของการส่งเสริมการขายนี้มักจะเป็นหน้าที่ของบุคคลสำคัญ คือ ผู้จัดการขาย ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการจัดจำหน่าย และโดยเฉพาะจะเป็นงานสำคัญของนักบริหารการตลาดที่ต้องตัดสินใจกำหนดนโยบายส่งเสริมการจำหน่ายเพื่อให้เหมาะสมกับกลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ

ราคาที่ต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม ในเรื่องราคานี้จะเป็นใจกลางของส่วนผสมการตลาดทั้งหมด และเป็นตัวกลไกที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้นมาได้ ในการกำหนดราคานี้จะต้องมีการพิจารณาทั้งลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย และปฏิกิริยาของลูกค้าต่อราคาที่แตกต่าง วิธีการที่เกี่ยวข้องในการกำหนดส่วนเพิ่มส่วนลดและเงื่อนไขการขายจะต้องพิจารณากำหนดให้ถูกต้อง หากลูกค้าไม่ยอมรับในเรื่องราคาเมื่อใด ปัญหาก็จะเกิดขึ้น โดยแผนงานต่าง ๆ ที่กำหนดไว้แล้วจะเสียหายหมด ไปใช้ปฏิบัติไม่ได้ถึงแม้ว่าราคาจะเป็นส่วนเดียวของส่วนผสมการตลาดก็ตาม แต่ก็เป็นส่วนสำคัญที่ลูกค้าจะจ่ายออกมาเมื่อเขาได้พอใจในส่วนผสมการตลาดของบริษัทแล้วราคาจึงเป็นส่วนตัดสินใจที่สำคัญที่ผู้บริหารการตลาดต้องตัดสินใจเป็นพิเศษ

สรุปได้ว่า แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด คือ การนำส่วนผสมทางการตลาดมาช่วยในการดำเนินงาน ซึ่งผู้บริหารที่פקอาศัยจะต้องนำมาปรับใช้เพื่อตอบสนองกับความต้องการของลูกค้า

## 2. ทฤษฎีการบริการ

การบริการ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Service เมื่อนำมาแยกตัวอักษรแต่ละตัวสามารถแยกองค์ประกอบในการบริการได้ (จิตวิทยาการบริการ. 2539: 55) ดังนี้

S = Satisfaction	หมายถึง ความพึงพอใจของผู้รับบริการ
E = Expectation	หมายถึง ความคาดหวังของผู้รับบริการ
R = Readiness	หมายถึง ความพร้อมในการบริการ
V = Values	หมายถึง ความมีคุณค่าในการบริการ
I = Interest	หมายถึง ความสนใจต่อการบริการ
C = Courtesy	หมายถึง ความมีไมตรีจิตในการบริการ
E = Efficiency	หมายถึง ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงาน

บริการรัฐเพื่อเรื่องศัพท์การบริหารธุรกิจ/การบริหารรัฐกิจ (2542: 747) ได้ให้ความหมายของศัพท์คำว่า Services หมายถึง การบริการ ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่บริษัทเสนอกับตลาด ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถแตะต้องได้

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2539: 8) กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพอใจจากผลของการกระทำนั้น

นวลฉวี รัตตสุข (2543: 48) กล่าวว่า ลักษณะของงานบริการ คือ

1. งานบริการเป็นงานที่มีการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน คือ ไม่อาจกำหนดความต้องการแน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการว่าต้องการเมื่อใด และต้องการอะไร
2. งานบริการ เป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้บริการหรือไม่ ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ใช้บริการ การกำหนดปริมาณงานล่วงหน้า จึงไม่อาจทำได้ นอกจากการคาดคะเนความน่าจะเป็นเท่านั้น
3. งานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้าไม่มีผลผลิตสิ่งที่ผู้ใช้บริการจะได้คือ ความพึงพอใจ ความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้นคุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก
4. งานบริการเป็นงานที่ต้องการตอบสนองในทันที ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติในทันที ดังนั้น ผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะตอบสนองตลอดเวลาและเมื่อหน้าวันเวลาใด ก็จะต้องตรง

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542: 775) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานเป็นเรื่องของความรู้สึกที่มีความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานที่ปฏิบัติอยู่และความพึงพอใจจะส่งผลต่อขวัญในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตามความพึงพอใจของแต่ละบุคคลไม่มีวันสิ้นสุด เปลี่ยนแปลงได้เสมอ ตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อมบุคคลจึงมีโอกาสที่จะไม่พึงพอใจในสิ่งที่เคยพึงพอใจมาแล้ว ฉะนั้นผู้บริหารจำเป็นจะต้องสำรวจตรวจสอบความพึงพอใจในการปฏิบัติให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรตลอดไป ทั้งนี้เพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายขององค์กรหรือหน่วยงานที่ตั้งไว้

โคร์แมน (สมศักดิ์ คงเที่ยง และอัญชลี โพธิ์ทอง, 2542: 161-162; อ้างอิงจาก Korman, A.K..1977) ได้จำแนกทฤษฎีความพึงพอใจในงานออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. ทฤษฎีการสนองความต้องการ กลุ่มนี้ถือว่าความพึงพอใจ ในงานเกิดจากความต้องการส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อผลที่ได้รับจากงานกับการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายส่วนบุคคล

2. ทฤษฎีการอ้างอิงกลุ่ม ความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับคุณลักษณะของงานตามความปรารถนาของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกให้กลุ่มเป็นแนวทางในการประเมินผลการทำงาน

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546: 46) ได้ให้ความหมายพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายทางการตลาดที่สำคัญที่ทุกธุรกิจให้บริการจะต้องบรรลุให้ได้ เนื่องจากความพอใจนำมาซึ่งการให้บริการซ้ำ ความจงรักภักดี และการแนะนำความพอใจนั้นให้ผู้อื่นทราบ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าลูกค้าจะพอใจการบริการ แต่ไม่จำเป็นว่าลูกค้าทุกรายที่พอใจจะต้องอยู่กับธุรกิจตลอดไป ลูกค้าอาจจะไปเป็นลูกค้าของกลุ่มคู่แข่ง เนื่องจากการต้องการทดลองใช้บริการใหม่ ๆ หรือมีราคาถูกจากการได้รับการส่งเสริมการขาย หรืออาจจะมาจากสาเหตุอื่น เช่น รายได้ลดลง ย้ายถิ่นฐานทำให้การเดินทางไม่สะดวก

การสร้างความพอใจให้กับลูกค้านั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก แต่สามารถทำได้ ผู้บริหารจะต้องทำให้พนักงานส่งมอบบริการอันประทับใจให้ลูกค้าในทุกขั้นตอน โดยเฉพาะในขั้นตอนแรกๆของการบริการ หากลูกค้ามีความพอใจการต้อนรับที่หายจากพนักงาน การบริการในขั้นต่อไปดูเหมือนจะง่ายขึ้น แต่หากลูกค้าไม่ประทับใจการต้อนรับ ก็มีแนวโน้มที่จะจำฝังใจและไม่พอใจการบริการในขั้นต่อไปด้วย แม้ว่าการบริการจะมีคุณภาพเพียงใดก็ตาม ความพอใจของลูกค้าจึงเกิดจากการที่ลูกค้าได้รับการตอบสนองความต้องการตามที่ตนได้คาดหวังไว้หรือได้รับบริการที่มีคุณค่านั่นเอง รวมทั้งการบริการนั้นต้องตอบสนองสิทธิประโยชน์เฉพาะได้ ดังนั้นสามารถสรุปความความพอใจของลูกค้าได้ดังนี้

1. กรณีที่ลูกค้ามีเพียงความต้องการทั่วไปลูกค้าจะมีความพอใจหากได้รับการตอบสนองความต้องการทั่วไป

2. กรณีลูกค้าที่มีทั้งความต้องการทั่วไปและความต้องการเฉพาะ ลูกค้าจะมีความพอใจหากได้รับการตอบสนองความต้องการทั่วไปและความต้องการเฉพาะ แต่ความต้องการเฉพาะมีบทบาทมากกว่าความต้องการทั่วไป คือหากความต้องการเฉพาะไม่ได้รับการตอบสนอง ลูกค้าจะมีแนวโน้มไม่พอใจ แม้ว่าความต้องการทั่วไปจะได้รับการตอบสนอง

คอตเลอร์ (Kotler. 1997: 40) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้ ความพึงพอใจคือระดับความรู้สึกของบุคคล อันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลงานที่รับรู้จากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของบุคคลนั้นๆ ดังนั้นระดับความพอใจจะสัมพันธ์กับความแตกต่างระหว่างผลงานที่รับรู้กับความคาดหวัง ซึ่งลูกค้าสามารถรู้สึกถึงระดับความพอใจใน 3 ระดับดังนี้

1. ถ้าผลงานที่รับรู้ต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าย่เกิดความรู้สึกไม่พอใจ
2. ถ้าผลงานที่รับรู้เท่ากับความคาดหวัง ลูกค้าย่เกิดความรู้สึกพอใจ
3. ถ้าผลงานที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวัง ลูกค้าย่เกิดความรู้สึกยินดีหรือพอใจมาก

ทึฟฟินและแมคคอร์มิค (Tiffin; & McCormic. 1965: 63) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน (Basic Need) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์ และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

อเดย์ และ แอนเดอร์เซน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. 2542: 350-351; อ้างอิงจาก Aday; Andersen) ได้ศึกษาโดยการสอบถามผู้รับบริการว่า สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการและหากได้สิ่งนั้นจะทำให้เกิดความพึงพอใจมีอะไรบ้าง จากคำตอบที่ได้นำมาจัดกลุ่มได้ 6 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ความสะดวกที่ได้รับการบริการ (Convenience) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 1.1 ระยะเวลาในการรอคอยเพื่อรอรับบริการไม่นาน
- 1.2 ความเป็นระเบียบของหน่วยบริการ
- 1.3 ลักษณะสถานที่ของหน่วยบริการ

กลุ่มที่ 2 การประสานงานของการบริการ (Coordination) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 2.1 การได้รับการทั้งหมดตามความต้องการ
- 2.2 การสนใจของผู้ปฏิบัติงานต่อผู้รับบริการ

กลุ่มที่ 3 อธิยาศและความสนใจต่อผู้รับบริการ (Courtesy) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 3.1 คำพูดเชิงบวก
- 3.2 บุคลิกภาพน่าเลื่อมใส
- 3.3 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- 3.4 ความเอาใจใส่ต่อเวลา

กลุ่มที่ 4 ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Information) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 1.1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่างๆเกี่ยวกับการรับบริการ
- 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้หรือกรณีฉุกเฉินการ ได้แก่แผ่นพับแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

กลุ่มที่ 5 คุณภาพของบริการ (Quality of service) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 1.1 ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน
- 1.2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ หากเป็นธุรกิจการบริการ เช่น ภัตตาคาร อาหารต้องอร่อยเป็นต้น

กลุ่มที่ 6 ราคาค่าใช้จ่าย (Cost) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 6.1 ราคายุติธรรม
- 6.2 สมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบผู้รับบริการ

มณีวรรณ ต้นไทย (2533: 66) ให้ความหมายความพึงพอใจหลังการได้รับบริการว่า เป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ
5. ด้านระยะเวลาของการดำเนินการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. (2539: 370–374, 382) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าหมายถึง ความพอใจเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง โดยมีทฤษฎีความต้องการที่สนับสนุน ดังนี้

### 1. ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs)

ความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้น กล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองจะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป ลำดับความต้องการ ได้แก่

1.1 ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร น้ำ ความอบอุ่น

1.2 ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย (Security or safety needs) เป็นความต้องการที่จะเป็นอิสระจากอันตรายทางกาย

1.3 ความต้องการการยอมรับหรือความผูกพัน (Affiliation or acceptance needs) เนื่องจาก บุคคลอยู่ในสังคมจะต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น

1.4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความพึงพอใจในอำนาจ ภาวะภาคภูมิใจสถานะ และความเชื่อมั่นในตนเอง

1.5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Need for self – actualization) เป็นความต้องการในระดับสูงสุด เพื่อที่จะมีศักยภาพ และบรรลุความสำเร็จในสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระดับสูงสุด

### 2. ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer

เป็นทฤษฎีความต้องการที่มีพื้นฐานจากลำดับขั้นความต้องการของ Maslow โดยพิจารณาถึงวิธีการที่บุคคลมีปฏิกิริยาเมื่อเขาสามารถ และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตนโดยพัฒนาหลักความก้าวหน้าในความพึงพอใจ (Satisfaction progression) เพื่ออธิบายถึงวิธีการที่บุคคลมีความก้าวหน้ากับลำดับขั้นความต้องการเมื่อตอบสนองความต้องการในระดับต่ำกว่าได้ และในทางตรงข้ามกับหลักของการถดถอยความตึงเครียด (Frustration regression) เมื่อบุคคลที่ยังมีความตึงเครียดในการพยายามที่จะตอบสนองความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เขาจะเลิกตอบสนองความต้องการ และเปลี่ยนไปใช้ความพยายามที่จะตอบสนองในระดับที่ต่ำกว่า



### 3. ทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg (Herzberg's two factor theory)

ปัจจัยที่ 1 ได้แก่ ปัจจัยรักษา (Maintenance factor) หรือปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene factor) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความไม่พอใจ ปัจจัยอนามัยจะรักษาแรงจูงใจให้อยู่ในระดับสูงแล้วป้องกันแรงจูงใจไม่ให้เกิดขึ้นในทางลบ

ปัจจัยที่ 2 ได้แก่ ปัจจัยการจูงใจ (Motivation factor) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจ

### 4. ทฤษฎีเสริมแรง (Reinforce theories) หรือการปรับปรุงพฤติกรรม

เป็นทฤษฎีที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ที่ถือเกณฑ์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมหนึ่ง กับผลของพฤติกรรมนั้นการเกิดพฤติกรรมซ้ำเป็นผลจากความพึงพอใจ แต่ถ้าผลของพฤติกรรมไม่พึงพอใจเขาก็จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างไป

คีรีวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ (2539: 18, 20-21) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้า ซึ่งการวัดความพึงพอใจของลูกค้ามีแนวทาง ดังนี้

1. ระบบการติดตาม และให้คำแนะนำเป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการทำงานของบริษัท
2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าจะใช้การวิจัยตลาดเป็นการออกแบบสอบถาม เพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยการให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ
3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย เป็นการเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพให้วิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัท และคู่แข่ง
4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไปจะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น

### แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบริการ

มิลเลต (Millet. 1954: 4) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้านดังนี้คือ

1. ความสามารถในการจัดบริการให้เพียงพอต่อความต้องการของ ผู้รับบริการ (Ample Service)
2. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเท่าเทียมกันและเสมอภาคกัน (Equitable Service)

3. ความสามารถในการจัดบริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) โดยไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดในการบริการนั้น

4. ความสามารถในการจัดบริการได้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) ตามลักษณะของความจำเป็นเร่งด่วนในการบริการ และความต้องการของลูกค้าในการบริการนั้น

5. ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้า (Progress Service) ตามลักษณะของบริการนั้นๆเรื่อยๆไป

#### 4. แนวความคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

นักทฤษฎีหลายท่านได้ศึกษาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย สรุปได้ดังนี้  
 ชัยยะ พัฒนะเจริญ (2539: 39) สรุปเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่าควรพิจารณาปัจจัยดังนี้

1. สภาพแวดล้อมที่ดีต่อการอยู่อาศัย
2. ความสะดวกในการเดินทางเข้าออก
3. มีระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่ดี
4. สภาพของสังคมและวัฒนธรรมบริเวณดังกล่าว

นอกจากนี้ ยังมีเงื่อนไขอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยด้วย เช่น

1. รายได้ต่อเดือน ผู้มีรายได้สูงสามารถเลือกสถานที่ตั้งของที่อยู่ได้ตามที่ตนเองต้องการ ส่วนผู้มีรายได้น้อยมักมีข้อจำกัดในการเลือก จึงต้องการที่อยู่อาศัยราคาถูกและใกล้แหล่งการค้า เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

2. การเข้าถึงแหล่งงาน โดยจะคำนึงถึงแหล่งงานและระยะเวลาในการเดินทาง

3. ระยะเวลาในช่วงชีวิตแต่ละช่วง กล่าวคือ ผู้อยู่อาศัยที่อยู่ในวัยต่างกันจะมีความต้องการอิสระค่อนข้างสูง วัยที่มีบุตรต้องการที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่มากขึ้น วัยสูงอายุต้องการที่อยู่อาศัยที่เรียบง่าย เป็นต้น

4. วิธีการดำเนินชีวิต เช่น ชาวมุสลิมจะเลือกที่อยู่ในละแวกชาวมุสลิมด้วยกัน เพราะทำให้ง่ายต่อการดำรงชีวิต ทั้งด้านอาหารและสถานที่ประกอบพิธี

กูแดลล์ (นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. 2541: 28; อ้างอิงจาก Goodal. 1972: 151-161) กล่าวว่า การเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยนั้นจะต้องสะดวกในการเข้าถึงแหล่งบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะแหล่งงานและสถานศึกษา

เคน (นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. 2541: 29; อ้างอิงจาก Kain. 1975: 265) กล่าวถึงปัจจัยด้านระยะทางไปยังแหล่งงานมีผลต่อที่ตั้งของที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ กล่าวคือ ระยะทางในการเดินทางไปทำงาน ในระยะทางที่ไกลกว่าและจะอยู่อาศัยในเขตชานเมือง ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่ำจะเดินทางไปทำงานในระยะที่ใกล้กว่า และอาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งงานโดยไม่คำนึงว่าแหล่งงานจะอยู่ที่ไหน

แคลรี่ (นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. 2541: 31; อ้างอิงจาก Clarie. 1973: 59–62) ได้อธิบายถึงการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่า

1. ราคาของที่อยู่อาศัย ซึ่งมีความสัมพันธ์กับรายได้ของผู้อยู่อาศัยและความสามารถในการจ่ายสำหรับที่พักอาศัยนั้น

2. รูปแบบที่พำนักอาศัยที่เป็นที่พอใจของผู้อาศัย ทั้งนี้ต้องสัมพันธ์กับขนาดครอบครัวและสถานภาพสมรส

3. ควรมีสิ่งแวดล้อม 3629 .มที่ดีปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ และมีความสะดวกในการเดินทางระหว่างบ้านกับแหล่งงาน และแหล่งธุรกิจ

ไซเกล (นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. 2541: 31; อ้างอิงจาก Siegel. 156–169) ได้กล่าวถึงหลักการเลือกที่อยู่อาศัยว่ามีปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความสะดวกในการเข้าถึง

2. คุณภาพของสิ่งแวดล้อม เช่น ลักษณะทางสังคมของชุมชน สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบริการสาธารณะสำหรับชุมชน ความพึงพอใจที่ได้รับจากที่ตั้งนั้น เป็นต้น

3. ลักษณะที่ดินที่ใช้ในการปลูกบ้านและทำเลที่ตั้ง

นีดแฮม (นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. 2541: 31; อ้างอิงจาก Needham. 1977: 103) มีความเห็นว่า เหตุผลในการรวมตัวของย่านพำนักอาศัยเกิดขึ้นจาก ประการแรก ความสะดวกในการเข้าถึง ทำให้การอยู่อาศัยมีความสะดวกในการคมนาคม จัปจ่ายซื้อของ และติดต่อธุรกิจ ทำให้ย่านพำนักอาศัยขยายตัวตามแนวเส้นทางคมนาคม และกระจายตัวรอบ ๆ ศูนย์กลางธุรกิจ ร้านค้า ที่ทำงาน และสถานศึกษา ประการที่สอง การประหยัดด้วยปัจจัยนอกจากการจับตัวตั้งกล่าวมีผลดีทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายเรื่องการใช้บริการสาธารณูปโภคของเมืองได้

เบอร์รี่และฮอร์ตตัน (นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. 2541: 31; อ้างอิงจาก Berry; & Horton. 1970: 45) ได้ศึกษาการเดินทางไปทำงานของประชากรในเมือง และพยายามศึกษาถึงตำแหน่งของแหล่งงานและตำแหน่งของประชากร ที่เดินทางมายังแหล่งงานนั้น ๆ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่กำหนดรูปแบบของการเดินทาง 3 ลักษณะ คือ

1. เส้นทางคมนาคม และระยะทางที่อยู่อาศัยใกล้เส้นทางคมนาคมจะสามารถเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและลดระยะเวลาในการเดินทาง

2. อาชีพการงานและรายได้ พบว่าประชากรมีรายได้ดีจะมีระยะทางในการเดินทางไปทำงานในระยะที่ไกลกว่า และจะยึดที่อยู่อาศัยในเขตชานเมืองที่อยู่ใกล้ถนนหลักหรือทางด่วน ทำให้สามารถเดินทางได้สะดวก ส่วนผู้มีรายได้น้อยจะเลือกอยู่อาศัยใกล้ที่ทำงาน โดยพยายามลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้เหลือน้อยที่สุด มักเดินทางโดยบริการขนส่งสาธารณะ

3. ลักษณะทางเชื้อชาติและประชากร ทำให้เกิดการรวมกลุ่มทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม โดยมักจะไปตั้งที่อยู่อาศัยเป็นกลุ่มในส่วนหนึ่งของเมือง ทำให้ประมาณการเดินทางไปทำงานใหม่ในย่านนั้นของเมืองมีปริมาณสูงขึ้นด้วย

เบอร์รี่และฮอร์ตตัน (นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. 2541: 31; อ้างอิงจาก Berry; & Horton. 1966: 436) เสนอปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดการเลือกที่อยู่อาศัย 3 ประการ คือ

1. ราคาหรือค่าเช่าที่พักอาศัย
2. ชนิดของที่พักอาศัย
3. ที่ตั้งของที่พักอาศัย ซึ่งรวมถึงสภาพแวดล้อมชุมชนและที่ตั้งของแหล่งงาน

บันตัน (นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. 2541: 31; อ้างอิงจาก Button. 1976: 46-47) ได้เสนอแนวความคิดในการเลือกที่พักอาศัยที่ดีว่าขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมที่ดี และขึ้นอยู่กับความรู้สึกสนิทสนมกับเพื่อนบ้าน

เมอร์เซลลีโน (นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. 2541: 31; อ้างอิงจาก Mercellino. 1979: 199) ได้ศึกษาพบว่า นักศึกษาหญิงให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมของหอพักมากกว่านักศึกษาชาย และมีปัจจัยการรับรู้ด้านอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ในขณะที่นักศึกษาชายให้ความสำคัญกับเรื่องความต้องการเป็นอิสระส่วนตัวมากกว่านักศึกษาหญิง

มูท (นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. 2541: 31; อ้างอิงจาก Muth. 1969) ได้กล่าวว่าความแตกต่างในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูงและรายได้ต่ำกว่า ประชากรที่มีรายได้สูงจะมีแหล่งที่พักอาศัยในเขตชานเมือง เพราะพอใจในบริเวณที่มีความหนาแน่นต่ำ เนื่องจากต้องการบ้านในบริเวณไม่แออัด แต่ประชากรที่มีรายได้ต่ำจะอยู่ใกล้ศูนย์กลางของเมือง เพื่อให้สะดวกในการเดินทางไปทำงานและกิจกรรมอื่น ๆ และให้ความสนใจกับราคาที่อยู่อาศัยมากกว่าสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ลินและกูเดลล์ (นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. 2541: 31; อ้างอิงจาก Lean; & Goodal. 1977: 199-200) ได้กล่าวถึงการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่า ผู้มีรายได้ต่ำจะพยายามที่มีที่อยู่อาศัยใกล้กับที่ทำงาน (โดยเฉพาะการมีที่ทำงานในเขตอุตสาหกรรม) เพราะจะประหยัดค่าเดินทาง โดยอาจเสียค่าใช้จ่ายเฉพาะค่าเช่าบ้าน ส่วนผู้มีรายได้สูงจะสามารถเลือกที่อยู่อาศัยได้หลายประเภท โดยไม่ต้องสนใจว่าที่อยู่อาศัยกับที่ทำงานต้องมีความสัมพันธ์ต่อกัน เพราะผู้มีรายได้สูงสามารถที่จะเดินทางได้อย่างรวดเร็ว โดยจะใช้เวลาเท่ากับผู้มีรายได้น้อยที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน

วินโก้ (นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. 2541: 31; อ้างอิงจาก Wingo. 1969) ได้ให้ความสำคัญกับการเดินทางมากที่สุด เนื่องจากได้ศึกษาว่ามีครอบครัวที่ย้ายที่อยู่อาศัยตามแหล่งงานเป็นจำนวนมาก เพราะต้องการความสะดวกและลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จนกระทั่งพบแหล่งทำเลที่ตั้งใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ Goodal ที่มีความเห็นว่า การเลือกสถานที่ตั้งที่อยู่อาศัยนั้นจะต้องมีความสะดวกในการเดินทาง เข้าถึงแหล่งบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะใกล้แหล่งงานและสถานศึกษา โดยควรจะมีที่ตั้งติดถนนสายสำคัญหรือสถานีรถไฟ นอกจากนี้รายได้และสภาพของครอบครัวก็มีอิทธิพลต่อการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยด้วย

อลอนโซ (กำพล วุฒิวิริยะกิจ. 2540: 13; อ้างอิงจาก Alonso. 1975: 435) กล่าวถึงการเลือกบริเวณที่พักอาศัยว่าควรพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างที่ตั้งของที่พักอาศัยซึ่งมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและระยะห่างจากที่ทำงาน

#### 4. ความเป็นมาของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์

บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ตั้งอยู่เลขที่ 209 หมู่ 7 ซอยบางนาการ์เด็นท์ 2 แขวงบางเสาธง เขตบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10540 เป็น อาคารสูง 5 ชั้น บนเนื้อที่ 226 ตารางวา เป็นอพาร์ทเมนท์รวม โดยที่ตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษา มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ วิทยาเขตบางนา และนิคมอุตสาหกรรมบางพลี เป็นห้องพักอาศัยที่มีห้องน้ำในตัวทั้งหมด 80 ห้อง แบ่งชั้น 2 ถึงชั้น 4 ห้องพักชั้นละ 23 และชั้น 1 จำนวน 8 ห้อง ขนาดของห้องพัก 21 ตารางเมตร / 1 ห้อง อัตราค่าเช่าห้องพักแบ่งเป็น ห้องพักชั้น 1 ถึง ชั้น 2 ราคาห้องละ 4,500 บาท , ห้องพักชั้น 3 ถึง ชั้น 4 ราคาห้องละ 4,800 บาท และห้องพักชั้น 5 ราคาห้องละ 5,000 บาท โดยไม่รวมในส่วนของค่าน้ำ ,ค่าไฟ, อินเทอร์เน็ต) โดยชั้นที่ 1 มีห้องฟิตเนส จักรยานและที่จอดรถในร่มไว้บริการฟรีสำหรับผู้ที่พักอาศัยในบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ มีร้านอาหาร ร้านซักรีดและร้านเสริมสวยไว้คอยบริการ

โดยบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์เริ่มก่อสร้างขึ้นเดือน มกราคม 2550 แล้วเสร็จเดือนกุมภาพันธ์ 2552 เปิดให้ใช้บริการเมื่อ พฤษภาคม 2552 เจ้าของธุรกิจคือ นางญาณีศา เลิศวรรณพงษ์ การบริหารงานจะบริหารงานกันเองภายในครอบครัว

#### 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา แก้วแหยม (2539) ศึกษาสภาพที่พักอาศัยในปัจจุบัน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักอาศัยและความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีมีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยให้เช่าสำหรับนักศึกษาเรียงลำดับได้ ดังนี้ 1. ความสะดวกในการเดินทาง 2. ขนาดห้องพัก 3. ราคาเช่า 4.สภาพแวดล้อม 5. ต้องการอิสระในการพักอาศัย

นฤมล จิตรเอื้อ (2547: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าในตำบลรังสิต ซึ่งมีตัวแปรต้นคือ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และตัวแปรตามเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเช่าห้องพักรายเดือน และ ความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือน และเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบวิธีการเก็บแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ใช้เป็น ผู้เช่าห้องพักรายเดือนในหมู่ 2 ตำบลเมืองรังสิตจำนวน 355 คน ใช้สถิติการวิเคราะห์ได้แก่ T-test , One-Way Anova และสถิติทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของสองประชากรแบบจับคู่ ซึ่งผลสรุปออกมาคือผู้เช่าให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจเช่าห้องพักรายเดือน โดยรวมในระดับมาก โดยอันดับหนึ่งคือ ด้านการรักษาความปลอดภัย และรองลงมาคือด้านบุคลากร ส่วนความพึงพอใจของผู้เช่ามีระดับความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือนโดยรวมในระดับมาก โดย

อันดับหนึ่งคือด้านทำเลที่ตั้ง และปัญหาของผู้เช่าที่เกิดขึ้นมากที่สุดคือ ด้านราคาแพงที่สุด นอกจากนี้ในส่วนของผลทดสอบสมมุติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% นั้นสรุปได้ว่าระดับการศึกษา และอาชีพต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเช่าห้องพักรายเดือนโดยรวมแตกต่างกัน และผู้เช่าที่มีระดับรายได้ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจเช่าพักรายเดือนโดยรวมแตกต่างกัน และระดับของปัจจัยในการตัดสินใจเช่าห้องพักรายเดือนและความพึงพอใจในการเช่ามีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นภาพรณ์ หอมอ่อน (2545) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจอยู่หอพักสตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าเช่าของห้องพัก ภูมิสำเนาของบิดามารดาของนักศึกษา และความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสารคมนาคม การชักจูงของกลุ่มเพื่อนและชั้นปีการศึกษากับการตัดสินใจอยู่หอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจอยู่หอพักสตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของหอพัก ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยรามคำแหงแหล่งชุมชน สภาพภายในและภายนอกห้องพักมีความสะอาด มีความปลอดภัยสูง มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและภายนอกอาคารพักอาศัย และมีสาธารณูปโภคครบถ้วน

กฤษฎา เตชะอารณกุล (2552) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีธุรกิจจิวเวลรี่ให้เช่าในพื้นที่คลองขวาง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 29 ปี รายได้รวมทั้งหมดต่อเดือน 10,000 บาท ได้ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญมากที่สุดคือระบบรักษาความปลอดภัย ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งให้ความสำคัญมากที่สุดคือความสะดวกในการคมนาคม ด้านราคาที่สำคัญที่สุดคือราคาเช่าห้องพัก และด้านส่งเสริมทางการตลาดที่สำคัญคือมีการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกฟรี

ปราณี ต้นประยูร (2538) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก สภาพปัญหาและความต้องการของผู้เช่าห้องพัก ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยด้านกายภาพที่มีอิทธิพลสูงสุด 3 อันดับแรกต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก คือ ความปลอดภัย ทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเข้าถึง และระยะทางไม่ไกลจากที่ทำงาน ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ อัยาศัยของผู้ให้เช่า กฎระเบียบของผู้ให้เช่า และความต้องการอยู่ใกล้เพื่อนสนิท ส่วนปัจจัยด้านเศรษฐกิจนั้นผู้เช่าจะคำนึงถึงราคาเช่ามากกว่าวิธีการและเงื่อนไขการชำระค่าเช่า

2. ปัญหาที่ผู้เช่าพบว่ามีแรงรุนแรงมากคือ เสียงรบกวนจากยานพาหนะ รongลงมาคือการใช้ไฟฟ้า การกำจัดขยะมูลฝอย การใช้น้ำและความปลอดภัยในทรัพย์สิน

3. ลักษณะของห้องเช่าที่ผู้เช่าต้องการมาก 3 อันดับแรก คือ ห้องพักที่มีห้องน้ำเป็นส่วนตัว ห้องมีขนาดกว้างพอควร และห้องที่มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นตามลำดับ บริการต่าง ๆ ที่ต้องการให้เจ้าของห้องจัดให้มาก 3 อันดับแรก คือ ยามรักษาการณ์ ร้านจำหน่ายอาหารและสิ่งของ

จำเป็น บริการโทรศัพท์ ค่าเช่าห้องที่มีลักษณะและบริการตามที่คุณเช่าต้องการคือเดือนละ 600 – 700 บาท

4. ผู้เช่าที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันจะตัดสินใจเช่าห้องพักที่มีราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5. ผู้เช่าที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันจะใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเช่าห้องพักไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

6. ผู้เช่าที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันจะมีความต้องการลักษณะของห้องเช่าและบริการต่าง ๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เรไร นันทนาวัฒน์ (2540) การศึกษารัศนี้ได้เลือกที่พักอาศัยในโครงการเมืองใหม่บางพลี ระยะที่ 1 เป็นกรณีศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พัก ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้เช่าในโครงการเมืองใหม่บางพลีส่วนใหญ่สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมไม่แตกต่างกันมากนัก คือเป็นผู้มีรายได้น้อย เข้ามาทำงานภายในนิคมอุตสาหกรรมบางพลี ซึ่งใช้เวลาในการเดินทางไปทำงานไม่เกิน 30 นาที ส่วนลักษณะของบ้านเช่ามีอยู่ 3 แบบ คือ ห้องแบ่งให้เช่า ให้เช่าทั้งหลัง และในลักษณะหอพัก ซึ่งแต่ละแบบจะมีลักษณะภายในไม่แตกต่างกัน และไม่แตกต่างกับแฟลตเช่าของการเคหะแห่งชาติด้วย จะต่างกันเพียงขนาดของห้องพักของแฟลตเช่าจะกว้างขวางกว่าเท่านั้น ด้านปัจจัยในการเลือกเช่านั้นส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง การเดินทางไปทำงานสะดวก ราคาเช่า อยู่ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก และมีญาติหรือเพื่อนพักอยู่ก่อนแล้ว และความสนใจของผู้เช่าต่อแฟลตเช่า พบว่า ส่วนใหญ่สนใจโดยเหตุผลว่า มีสภาพแวดล้อมที่ดี อยู่ไกลจากที่ทำงาน และราคาไม่แพง แต่ยังคงคิดว่าภายในโครงการแฟลตเช่ายังไม่ค่อยปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ

อังคณา ประทีปชัย (2549) ทำการวิจัยเรื่อง ทศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุดของ บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ พาร์ทเนอร์ จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุดของ บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ พาร์ทเนอร์ จำกัด ของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับที่ดี ด้านความพึงพอใจโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับที่น่าพอใจ และเมื่อพิจารณาด้านแนวโน้มพฤติกรรมในการเลือกใช้ธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุด พบว่ามีระดับแนวโน้มพฤติกรรมใช้ต่อไป และบอกต่อบุคคลอื่นให้ใช้บริการ

พร้อมพงษ์ วงศ์วนิชกังวาล (2547) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยของอาคารชุดศุภาลัยพาร์คพลโยธิน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี เพศ อาชีพ จำนวนสมาชิกที่พักอาศัยร่วมกัน แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยอาคารชุดศุภาลัยพาร์คพลโยธิน ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากอาคารชุดศุภาลัยพาร์คพลโยธิน คือที่อยู่อาศัยประเภทหนึ่งซึ่งที่อยู่อาศัยถือเป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต ซึ่งตอบสนอง

ความต้องการพื้นฐานของคนไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือหญิง ผลจากการศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยา พบว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยอาคารชุดศุภภาลย์พาร์คพลโยธิน ในระดับปานกลาง

สุกัญญา โยธา (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม และความภักดีต่อบริษัท ลุมพินี พรอพเพอร์ตี้มาเนจเม้นท์ จำกัด ของผู้บริหารที่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ด้านความคุ้มค่าในการตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจต่อการบริหาร และการตอบสนองความคาดหวังต่อบริษัท ลุมพินี พรอพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด ไม่ต่างกัน

เอกชัย ลีนสุวรรณ (2545: 40-96) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการรับบริการของศูนย์บริการโทรศัพท์ทะเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สาขาฟอร์จูนทาวน์ รัชดาภิเษก จำนวนครั้งที่ใช้บริการ ประเภทของการรับบริการต่างก็มีความพึงพอใจต่อการรับบริการของศูนย์บริการโทรศัพท์ทะเลคอมเอเชีย สาขาฟอร์จูนทาวน์ รัชดาภิเษก ไม่แตกต่างกัน

ชัชวาลย์ เย็นบำรุง (2546) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อห้องชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้บริโภค : กรณีศึกษาห้องชุดพักอาศัยในโครงการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อ ได้แก่ ราคาที่ถูกกว่าตลาด คุ้มค่ากับราคา และราคาอยู่ในเกณฑ์ที่รับภาระได้

บริษัท นาโน เซิร์ช จำกัด (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง สถานที่พักอาศัยประเภทที่จะต้องมีการเช่า เช่น อพาร์ทเมนท์ คอนโด แมนชั่น หอพัก เป็นต้น ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบหลักในการตัดสินใจเรื่องการเช่า พบว่า โดยส่วนใหญ่ ประเด็นแรกสำหรับการตัดสินใจคือ ค่าเช่าห้องต่อเดือน

ภริดา พงษ์ธานี (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความเป็นไปได้ของโครงการธุรกิจอพาร์ทเมนท์ กรณีศึกษา ประจักษ์ศิลป์อพาร์ทเมนท์ เขตสวนหลวงกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การแข่งขันของธุรกิจอพาร์ทเมนท์มักแข่งขันที่ทำเลที่ตั้ง หากการคมนาคมสะดวกสบายใกล้แหล่งชุมชน ทำให้ได้เปรียบในการแสวงหากำไรมากกว่าคู่แข่ง



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า
2. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. แหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า

1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับผลการศึกษาในอดีต และกรอบทฤษฎีต่างๆ ที่นำมาใช้อ้างอิงในการศึกษาวิจัยนี้ได้มาจากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ ผลงานวิจัย และตำราทางวิชาการเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ การบริการ และความพึงพอใจ

1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Respond Questionnaire) และนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวัดปัจจัยที่สำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ จำนวน 65 คน

#### 2. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ จำนวน 65 คน จากข้อมูลของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ณ วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2554

##### กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษา

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ โดยการเก็บข้อมูลแบบวิธีการสำมะโน (Census) จำนวน 65 คน

#### 3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ลักษณะเครื่องมือ หรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากการศึกษาจากเอกสารต่างๆ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการศึกษา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและระยะเวลาที่เข้าพัก

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- ชาย
- หญิง

ข้อที่ 2 สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- โสด / หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่
- สมรส / อยู่ด้วยกัน

ข้อที่ 3 อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) การกำหนดช่วงอายุใช้ข้อมูลจากการสำรวจสำมะโนของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรที่มีอายุตั้งพาร์ทเมนต์ ตั้งแต่ต่ำกว่า 18 ปี – 27 ปี ขึ้นไป โดยแบ่งเป็นช่วงดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 195)

ความกว้างของอันตรภาคชั้น =  $\frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$

$$= \frac{48 - 18}{3}$$

$$= 10$$

ดังนั้นจึงมีการกำหนดช่วงอายุดังนี้

- ต่ำกว่า 18 ปี
- 18 - 27 ปี
- 28 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 4 การศึกษาสูงสุด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรีขึ้นไป

ข้อที่ 5 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

- นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
- พนักงานบริษัท / ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ข้อที่ 6 รายได้ต่อเดือนระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ช่วงรายได้คือ

- ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 10,001 – 20,000 บาท
- 20,001 บาท ขึ้นไป

ข้อที่ 7 ระยะเวลาที่ใช้บริการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal Scale)จากประวัติทะเบียนผู้เข้าพักบ้านเพลินิจิตร ดังนี้

- 1 – 4 เดือน
- 5 - 8 เดือน
- 9 – 12 เดือน
- มากกว่า 1 ปีขึ้นไป

ซึ่งนำเกณฑ์มาจากอายุการเข้าใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ในปี พ.ศ. 2553 ที่เกิดขึ้นจริง

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ จำนวน 8 หัวข้อ ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	2 ข้อ
2. ด้านราคา	จำนวน	4 ข้อ
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	จำนวน	2 ข้อ
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	จำนวน	4 ข้อ
5. ด้านความปลอดภัย	จำนวน	4 ข้อ
6. ด้านบุคลากร	จำนวน	5 ข้อ
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	5 ข้อ
8. ด้านลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	4 ข้อ

เป็นจำนวนคำถามทั้งหมด 28 ข้อ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยได้แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ค่าประเมิน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ระดับคะแนน 5
เห็นด้วย	ระดับคะแนน 4
ปานกลาง	ระดับคะแนน 3
ไม่เห็นด้วย	ระดับคะแนน 2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ระดับคะแนน 1

การแปลผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบายโดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการหาค่าเฉลี่ย (มัลลิกา บุนนาค. 2542: 29)

$$\begin{aligned}
 \text{อัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน (ส่วนที่ 2)

คะแนนเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
4.21 – 5.00	ดีมาก
3.41 – 4.20	ดี
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	ไม่ดี
1.00 – 1.80	ไม่ดีมาก

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรópolis ทเมนต์ มีจำนวน 3 ข้อ เป็นคำถามแบบปลายปิดโดยเป็นแบบสอบถาม Likert scale และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยได้แบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ค่าประเมิน
พึงพอใจมาก	ระดับคะแนน 5
พึงพอใจ	ระดับคะแนน 4
ปานกลาง	ระดับคะแนน 3
ไม่พึงพอใจ	ระดับคะแนน 2
ไม่พึงพอใจอย่างมาก	ระดับคะแนน 1

การแปลผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายโดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการหาค่าเฉลี่ย (มัลลิกา บุนนาค. 2542 : 29)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน (ส่วนที่ 4)

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.21 – 5.00	พึงพอใจมาก
3.41 – 4.20	พึงพอใจ

2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	ไม่พึงพอใจ
1.00 – 1.80	ไม่พึงพอใจอย่างมาก

### ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2. สร้างแบบสอบถามทั้งหมด 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ลักษณะลักษณะส่วนบุคคลของแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากร เป็นจำนวนคำถามทั้งหมด 29 ข้อ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ จำนวน 3 ข้อ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นประยุกต์มาจากแบบสอบถามมาตรฐานเพื่อให้สอดคล้องกับเรื่องที่ทำการศึกษา

3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไข เสนอต่อคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงใหม่ให้มีความถูกต้องก่อนนำไปใช้

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) โดยวิธีการคำนวณของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538: 125-126) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แต่ละด้านดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยแยกเป็นรายด้านดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์	เท่ากับ	0.746
- ด้านราคา	เท่ากับ	0.840
- ด้านทำเลที่ตั้ง	เท่ากับ	0.618
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	เท่ากับ	0.605
- ด้านความปลอดภัย	เท่ากับ	0.868
- ด้านบุคลากร	เท่ากับ	0.909
- ด้านกระบวนการให้บริการ	เท่ากับ	0.821
- ด้านลักษณะทางกายภาพ	เท่ากับ	0.859
ความพึงพอใจโดยรวม	เท่ากับ	0.826

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์

## การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามคืนแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อการประมวลผลข้อมูลซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS)

## การกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติใช้ทดสอบความเชื่อมั่นแบบสอบถาม  
การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability of the test) เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นรวมโดยใช้วิธี ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) ของ Cronbach (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546: 449)

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{k \text{ covariance} / \text{variance}}{1 + (k - 1) \text{ covariance} / \text{variance}}$$

เมื่อ	Cronbach's Alpha	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
	$k$	แทน	จำนวนคำถาม
	$\frac{\text{covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
	$\frac{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

2. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่

- 2.1 ใช้สูตรหาค่าร้อยละ (Percentage) (เดือนจิตต์ จิตต์อารี. 1999: 236)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

โดย	P แทน	ค่าสถิติร้อยละ
	F แทน	ความถี่ในการปรากฏของข้อมูล
	X แทน	ค่าของข้อมูล หรือคะแนน
	N แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

## 2.2. ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541:40)

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum Xi$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

## 2.3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2540: 40)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

## 3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t – Test (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541: 80) ซึ่ง 2 กลุ่มดังกล่าวเป็นอิสระ คือ ไม่มีสมาชิกร่วมกัน สำหรับสมมติฐานข้อ 1 (เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ)

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน  $S_1^2 = S_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$



$$\text{โดยที่ } df = n_1 + n_2 - 2$$

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่ม ไม่เท่ากัน  $S_1^2 \neq S_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$\text{โดยที่ } df = \frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} - \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[ \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ	$t$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	$S_1^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$S_2^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	$n_1$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$n_2$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	องศาอิสระ (Degree of freedom)

### 3.2 Levene's Test ใช้ทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้สูตร

แหล่งของการแปรปรวน	ผลรวมกำลังสอง	df	ค่าประมาณของความแปรปรวน MS	F
ระหว่างกลุ่ม	$SS_b$	k-1	$MS_b$	$MS_b/MS_w$
ภายในกลุ่ม	$SS_w$	n-k	$MS_w$	
ทั้งหมด	$SS_t$	n-1		

3.3 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2534: 249) ในกรณีค่าความแปรปรวนเท่ากัน สำหรับทดสอบสมมุติฐาน ข้อ 1 (อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเข้าพัก)

กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน ใช้ One Way Anova มีสูตรดังนี้

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	$MS_b$	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	$MS_w$	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1), ภายในกลุ่ม (n-k)

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544:333)

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE} \sqrt{\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}}$$

โดยที่  $n_i \neq n_j$

เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j
	MSE	แทน	ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	k	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	จำนวนของตัวอย่างทั้งหมด
	$\alpha$	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้สถิติ Brown – Forsythe (Hartung. 2001: 300) ในกรณีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน สำหรับทดสอบสมมุติฐาน ข้อ 1 (อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเข้าพัก) โดยใช้สูตร

$$\beta = \frac{MSB}{MSW'}$$

โดยค่า  $MSW' = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_i}{N}\right) S_i^2$

เมื่อ $\beta$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-forsythe
MSB	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
MSW'	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับสถิติ Brown-forsythe
K	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N	แทน	ขนาดประชากร
$S_i^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 (Kappel. 1982: 153–155) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$\bar{d}_D = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{S}}$$

เมื่อ $\bar{d}_D$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test
$q_D$	แทน	ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett test
$MS_{S/A}$	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
S	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีตรวจสอบเงื่อนไขแล้วพบว่า ตัวแปรของแต่ละกลุ่มย่อยมีการแจกแจงแบบปกติ และมีค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มแตกต่างกัน จะใช้สถิติทดสอบ Brown – Forsthe ในการทดสอบค่าเฉลี่ย และถ้าพบว่ามีค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ว่ามีคู่ใดบ้างที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันในระดับความสำคัญ 0.05 , 0.01 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา 2548:242)

4. ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย Pearson Correlation (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน ที่แต่ละตัว มีระดับการวัดของข้อมูลในระดับอันตรภาค (Interval scale) โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 280) ใช้สูตรดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

โดยที่ $r_{xy}$	แทนค่า	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
$n$	แทนค่า	จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง
$\sum XY$	แทนค่า	ผลรวมของผลคูณระหว่างค่าตัวแปร X และ Y ทุกคู่
$\sum X$	แทนค่า	ผลรวมของค่าตัวแปร X
$\sum Y$	แทนค่า	ผลรวมของค่าตัวแปร Y
$\sum X^2$	แทนค่า	ผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร X
$\sum Y^2$	แทนค่า	ผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร Y

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง -1.00 ถึง +1.00 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ค่า  $r$  เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า X เพิ่ม Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ค่า  $r$  เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่ม Y จะเพิ่ม แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย
3. ค่า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ค่า  $r$  เข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า  $r$  เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ถ้า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ.2541 : 324) มีดังนี้

<u>ค่าระดับความสัมพันธ์</u>	<u>ระดับความสัมพันธ์</u>
0.91-1.00	สูงมาก
0.71-0.90	สูง
0.31-0.70	ปานกลาง
0.01-0.30	ต่ำ
0	ไม่มีความสัมพันธ์

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

H <sub>0</sub>	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H <sub>1</sub>	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
F -Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F - Distribution
Sig.2 tailed	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
LSD	แทน	Least Significant Difference
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

## การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอ ออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

**ส่วนที่ 3** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์

**ส่วนที่ 4** การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบัน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2** ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบัน โดยการแจกแจงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ดังตาราง

ตาราง 1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ สถานภาพ  
 อายุระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ณ  
 บ้านเฟลนิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบัน

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
<b>1.1 เพศ</b>		
ชาย	19	29.20
หญิง	46	70.80
<b>รวม</b>	<b>65</b>	<b>100.00</b>
<b>1.2 สถานภาพ</b>		
โสด /หม้าย /หย่าร้าง /แยกกันอยู่	62	95.40
สมรส /อยู่ด้วยกัน	3	4.60
<b>รวม</b>	<b>65</b>	<b>100.00</b>
<b>1.3 อายุ</b>		
ต่ำกว่า 18 ปี	17	26.20
18 - 27 ปี	40	61.50
28 ปีขึ้นไป	8	12.30
<b>รวม</b>	<b>65</b>	<b>100.00</b>
<b>1.4 ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	23	35.40
ปริญญาตรีขึ้นไป	42	64.60
<b>รวม</b>	<b>65</b>	<b>100.00</b>
<b>1.5 อาชีพ</b>		
นักเรียน /นิสิต /นักศึกษา	54	83.10
สมรส / อยู่ด้วยกัน	11	16.90
<b>รวม</b>	<b>65</b>	<b>100.00</b>
<b>1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	26	40.00
10,001 – 20,000 บาท	31	47.70
20,001 บาทขึ้นไป	8	12.30
<b>รวม</b>	<b>65</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
<b>1.7 ระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์</b>		
1 – 4 เดือน	7	10.80
5 – 8 เดือน	16	24.60
9 – 10 เดือน	11	16.90
1 ปี ขึ้นไป	31	47.70
<b>รวม</b>	<b>65</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 65 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

**เพศ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 70.80 และเป็นเพศชาย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20

**สถานภาพ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสด /หม้าย /หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 95.40 และมีสถานภาพสมรส /อยู่ด้วยกัน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60

**อายุ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 27 ปี มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาเป็นผู้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 และเป็นผู้บริการที่มี 28 ปีขึ้นไป มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 64.60 และเป็นผู้บริการที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20

**อาชีพ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน /นิสิต /นักศึกษา มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 83.10 และมีอาชีพ พนักงานบริษัท /ข้าราชการ /รัฐวิสาหกิจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 47.70 รองลงมาเป็นผู้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเป็นผู้บริการที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาท มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 ตามลำดับ

**ระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบัน** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเข้าพักอาศัยมากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 47.70 รองลงมาเป็นผู้บริการที่เข้าพักอาศัย 5 – 8 เดือน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60



รองลงมาเป็นผู้ใช้บริการที่เข้าพักอาศัย 9 – 12 เดือน มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และเป็นผู้ใช้บริการที่เข้าพักอาศัย 1 – 4 เดือน มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ มี 8 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ปรากฏตามตาราง 2

ตาราง 2 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
รูปแบบการตกแต่งภายในห้องพักและเฟอร์นิเจอร์มีความทันสมัย	3.86	0.496	ดี
เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ,แอร์, ตู้เย็น,เครื่องทำน้ำอุ่น ภายในห้องพัก	4.02	0.484	ดี
มีคุณภาพดี			ดี
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.437</b>	<b>ดี</b>

จากตาราง 2 แสดงว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยให้บริการของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยการให้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดี คือ เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ,แอร์, ตู้เย็น,เครื่องทำน้ำอุ่น ภายในห้องพัก มีคุณภาพดี และรูปแบบการตกแต่งภายในห้องพักและเฟอร์นิเจอร์มีความทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 3.86 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการบ้าน  
เฟลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
อัตราค่าเช่ารายเดือนมีความเหมาะสม กับบริการที่ได้รับ	3.78	0.649	ดี
อัตราค่าน้ำ มีความเหมาะสม	3.48	0.752	ดี
อัตราค่าไฟ มีความเหมาะสม	3.43	0.728	ดี
อัตราค่าโทรศัพท์ มีความเหมาะสม	3.29	0.785	ปานกลาง
<b>ปัจจัยด้านราคาโดยรวม</b>	<b>3.50</b>	<b>0.600</b>	<b>ดี</b>

จากตาราง 3 ผู้ใช้บริการบ้านเฟลินิจิตรอพาร์ทเมนท์แสดงความความคิดเห็นต่อปัจจัยการ  
ให้บริการของบ้านเฟลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านราคา อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการแสดงความความคิดเห็นต่อปัจจัยการให้บริการบ้าน  
เฟลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านราคา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีคือ อัตราค่าเช่ารายเดือนมีความเหมาะสม  
กับบริการที่ได้รับ อัตราค่าน้ำมีความเหมาะสม อัตราค่าไฟมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ  
3.78 3.48 และ 3.43 ตามลำดับ และอัตราค่าโทรศัพท์มีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29  
มีระดับปานกลาง

ตาราง 4 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการบ้าน  
เฟลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
อาคารที่พักอยู่ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	3.72	0.599	ดี
อาคารที่พักตั้งอยู่ใกล้ ร้านค้า / ห้างสรรพสินค้า	3.51	0.793	ดี
<b>ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโดยรวม</b>	<b>3.62</b>	<b>0.597</b>	<b>ดี</b>

จากตาราง 4 ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยการให้บริการของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านทำเลที่ตั้ง อยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยการให้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านทำเลที่ตั้ง อยู่ในระดับดีคือ อาคารที่พักอยู่ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา และอาคารที่พักตั้งอยู่ใกล้ ร้านค้า / ห้างสรรพสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 3.51 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
ที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอต่อผู้ให้บริการ	3.66	0.735	ดี
อินเทอร์เน็ตที่มีไว้บริการมีความเร็วเพียงพอต่อการทำงานของท่าน	2.09	0.861	ไม่ดี
เครื่องออกกำลังกายในห้องฟิตเนสมีจำนวนเพียงพอ	3.09	0.605	ปานกลาง
ร้านอาหารมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.51	0.664	ดี
<b>ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวม</b>	<b>3.09</b>	<b>0.489</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 5 ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยให้บริการของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยการให้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีคือ ที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอต่อผู้ให้บริการ ร้านอาหารมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 , 3.51 อยู่ในระดับปานกลาง คือเครื่องออกกำลังกายในห้องฟิตเนสมีจำนวนเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.09 และอยู่ในระดับไม่ดีคือ อินเทอร์เน็ตที่มีไว้บริการมีความเร็วเพียงพอต่อการทำงานของท่าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.09 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการบ้าน  
เพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ต่อปัจจัยด้านความปลอดภัย

ปัจจัยด้านความปลอดภัย	$\bar{X}$	S.D	ระดับปัจจัย
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม.	3.8	0.65	ดี
	6	9	
มีระบบดับเพลิงครอบคลุมทุกชั้น	3.9	0.59	ดี
	2	4	
มีระบบคีย์การ์ดเข้า – ออก เฉพาะผู้พักอาศัย	4.0	0.60	ดี
	9	5	
มีระบบกล้องวงจรปิดครอบคลุมทุกจุดใน อพาร์ทเมนท์	4.0	0.65	ดี
	9	5	
<b>ปัจจัยด้านความปลอดภัยโดยรวม</b>	<b>3.9</b>	<b>0.53</b>	<b>ดี</b>
	<b>9</b>	<b>2</b>	

จากตาราง 6 ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยให้บริการ  
ของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์แสดงความคิดเห็น  
ต่อปัจจัยการให้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านความปลอดภัย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี คือมี  
ระบบคีย์การ์ดเข้า – ออก เฉพาะผู้พักอาศัย มีระบบกล้องวงจรปิดครอบคลุมทุกจุดในอพาร์ทเมนท์  
มีระบบดับเพลิงครอบคลุมทุก และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ  
4.09 4.09 3.92 3.86 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการบ้าน  
เฟลินิจิตรอาร์ทเมนต์ต่อปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D	ระดับปัจจัย
พนักงานมีความเป็นกันเอง	4.28	0.650	ดีมาก
พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.20	0.642	ดี
พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับห้องพัก การ บริการให้เข้าใจได้อย่างดี	4.20	0.642	ดี
พนักงานให้ความเสมอภาคเท่าเทียม ในการให้บริการกับทุกคนที่เข้าพัก	4.23	0.632	ดีมาก
พนักงานมีมารยาทได้อย่างสม่ำเสมอ	4.28	0.625	ดีมาก
<b>ปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม</b>	<b>4.24</b>	<b>0.546</b>	ดีมาก

จากตาราง 7 ผู้ใช้บริการบ้านเฟลินิจิตรอาร์ทเมนต์แสดงความเห็นต่อปัจจัยให้บริการ  
ของบ้านเฟลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านบุคลากร อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการบ้านเฟลินิจิตรอาร์ทเมนต์แสดงความเห็น  
ต่อปัจจัยการให้บริการบ้านเฟลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านบุคลากร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีมากคือ  
พนักงานมีความเป็นกันเอง พนักงานมีมารยาทได้อย่างสม่ำเสมอ และ พนักงานให้ความเสมอภาค  
เท่าเทียมในการให้บริการกับทุกคนที่เข้าพัก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 4.28 4.23 ตามลำดับ และมี  
ระดับดีคือ พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับห้องพัก การบริการให้เข้าใจได้อย่างดี พนักงานสามารถให้  
ความช่วยเหลือและแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ตาราง 8 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการบ้าน  
เพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
พนักงานเข้าให้บริการ เช่น การซ่อม อุปกรณ์ภายในห้องได้ตรงตามเวลานัด หมาย	4.03	0.637	ดี
ท่านสามารถเข้าพบพนักงานได้ทันทีที่ เกิดปัญหา	4.03	0.612	ดี
มีการแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ พักอาศัยอยู่เสมอ	3.97	0.661	ดี
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวม</b>	<b>4.01</b>	<b>0.546</b>	<b>ดี</b>

จากตาราง 8 ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์แสดงความเห็นต่อปัจจัยการ  
ให้บริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.01

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์แสดงความเห็น  
ต่อปัจจัยการให้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ  
ดีคือ พนักงานเข้าให้บริการ เช่น การซ่อมอุปกรณ์ภายในห้องได้ตรงตามเวลานัดหมาย ท่าน  
สามารถเข้าพบพนักงานได้ทันทีที่เกิดปัญหา และมีการแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้พักอาศัยอยู่  
สม่ำเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 4.03 3.97 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการบ้าน  
เฟลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
ภายในอาคารมีความสะอาดดี	4.30	0.465	ดีมาก
ภายนอกอาคารมีความสะอาดดี	4.14	0.556	ดี
ห้องรับรองภายในอาคารมีขนาด เพียงพอต่อผู้ให้บริการ	3.82	0.705	ดี
ลิฟท์โดยสารมีความปลอดภัยดี	4.03	0.585	ดี
<b>ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวม</b>	<b>4.07</b>	<b>0.490</b>	<b>ดี</b>

จากตาราง 9 ผู้ใช้บริการบ้านเฟลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยการให้บริการ  
ของบ้านเฟลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการบ้านเฟลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ แสดงความคิดเห็น  
ต่อปัจจัยการให้บริการบ้านเฟลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับดีมาก คือ  
ภายในอาคารมีความสะอาดดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี คือ ภายนอก  
อาคารมีความสะอาดดี ลิฟท์โดยสารมีความปลอดภัยดี และห้องรับรองภายในอาคารมีขนาด  
เพียงพอต่อผู้ให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 4.03 3.82 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายปรากฏตามตาราง ดังนี้

ตาราง 10 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	4.14	0.496	มาก
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	4.08	0.510	มาก
การบริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	4.11	0.504	มาก
<b>ความพึงพอใจโดยรวม</b>	<b>4.11</b>	<b>0.433</b>	มาก

จากตาราง ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ มีความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ มีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากคือ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 4.11 4.08 ตามลำดับ



## ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้ คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตรจนถึงปัจจุบัน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ต่างกัน

ในด้าน เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพ สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ t-test โดยใช้คำถามตอนที่ 1 ข้อที่ 1,2,4 และ 5 ทดสอบกับคำถามตอนที่ 3 (ข้อที่ 1 – 3)

ในด้าน อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์จนถึงปัจจุบัน สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ ANOVA (One-way Analysis of Variance) โดยใช้คำถามตอนที่ 1 ข้อที่ 3 ,6 และ 7 ทดสอบกับคำถามตอนที่ 3 (ข้อที่ 1 – 3)

1.1 ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่ต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม เป็นเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อมีความน่าจะเป็น (P) ระดับนัยสำคัญทางสถิติ น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 11

ตาราง 11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจ	เพศ	t-test for Equality of Means				
		(N)	$\bar{X}$	S.D.	t	df
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้	ชาย	4.10	0.458	-0.344	63	0.732
	หญิง	4.15	0.514	-0.361		
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	ชาย	4.00	0.471	-0.78	63	0.438
	หญิง	4.10	0.526	-0.817		
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา	ชาย	4.15	0.501	0.513	63	0.610
	หญิง	4.08	0.508	0.516		
ความพึงพอใจโดยรวม	ชาย	4.08	0.382	-0.237	63	0.813
	หญิง	4.11	0.456	-0.255		

จากตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามเพศ พบว่าการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้เมื่อใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.732 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าผู้ให้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปเมื่อใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.438 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าผู้ให้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมาเมื่อใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.610 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าผู้ให้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการจาก

บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจโดยรวมเมื่อใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.813 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการไม่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**1.2** ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ไม่ต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม เป็นเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อมีค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 12

ตาราง 12 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามสถานภาพ

ความพึงพอใจ	สถานภาพ	t-test for Equality of Means					
		(N)	$\bar{X}$	S.D.	t	df	P
การบริการจากบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตาม ความคาดหวังไว้	โสด/หม้าย/						
	หย่าร้าง/	4.14	0.507	0.492	63	0.624	
	แยกกันอยู่						
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.00	0				
การบริการจากบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	โสด/หม้าย/						
	หย่าร้าง/	4.11	0.482	2.714	63	0.009**	
	แยกกันอยู่						
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.33	0.577				
การบริการจากบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับ อพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา	โสด/หม้าย/						
	หย่าร้าง/	4.11	0.515	0.377	63	0.708	
	แยกกันอยู่						
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.00	0				
ความพึงพอใจโดยรวม	โสด/หม้าย/						
	หย่าร้าง/	4.12	0.436	1.359	63	0.179	
	แยกกันอยู่						
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.77	0.192				

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามสถานภาพ พบว่า ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้เมื่อใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.624 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง

( $H_1$ ) หมายความว่าผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังหรือไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคําค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปเมื่อใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่ามีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคําค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมาเมื่อใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่ามีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.610 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจโดยรวม เมื่อใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า มีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.179 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่ไม่ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**1.3** ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ไม่ต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบ แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe test การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนด้วย Levene's Test ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย One Way ANOVA และถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย

หนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในกรณีที่ทดสอบสมมติฐานด้วย One Way ANOVA หรือ Dunnett's T3 ในกรณีที่ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของค่าแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง 13

ตาราง 13 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของอายุที่แตกต่างกัน โดยใช้ Levene's Test

ความพึงพอใจ	Levene			
	Statistic	df1	df2	P
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้	9.814	2	62	0.000**
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	4.309	2	62	0.018*
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา	7.160	2	62	0.002**
ความพึงพอใจโดยรวม	6.716	2	62	0.002**

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 13 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test พบว่า ความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้มีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุ มีความแตกต่างกัน จะใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปมีค่าค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุ มีความแตกต่างกัน จะใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมามีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุ มีความแตกต่างกัน จะใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจโดยรวมมีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุ มีความแตกต่างกัน จะใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามอายุโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

ความพึงพอใจ		Statistic	df1	df2	P
การบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้	Brown-Forsythe	4.035	2	27.706	0.029*
การบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	Brown-Forsythe	10.275	2	33.994	0.000**
การบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา	Brown-Forsythe	4.945	2	31.126	0.014*
ความพึงพอใจโดยรวม	Brown-Forsythe	7.632	2	28.596	0.002**

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 14 ผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามอายุ โดยใช้การทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า

ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้ มีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ม้ทำงานที่มีอายุต่างกันมีความ

พึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคัมค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป มีค่าSig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ทั้งงานที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคัมค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา มีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ทั้งงานที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมาแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ทั้งงานที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้



ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลิน จิตรópolis ท์เมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้จำแนกตามอายุโดยใช้วิธี Dunnett's T3

อายุ(ปี)	$\bar{X}$	มากกว่า 28 ปี		
		ต่ำกว่า 18ปี	18-27ปี	ปี
		4.411	4.000	4.250
ต่ำกว่า 18 ปี	4.411	-	0.411 (0.054)	0.161 (0.847)
18-27ปี	4.000		-	-0.250 (0.437)
มากกว่า 28ปี	4.250			-

จากตาราง 15 สำหรับรายคู่ของความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลิน จิตรópolis ท์เมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้จำแนกตามอายุไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลิน จิตรópolis ท์เมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปจำแนกตามอายุโดยใช้วิธี Dunnett's T3

อายุ(ปี)	$\bar{X}$	มากกว่า 28 ปี		
		ต่ำกว่า 18ปี	18-27ปี	ปี
		4.47	3.90	4.12
ต่ำกว่า 18 ปี	4.47	-	0.570 (0.001)**	0.345 (0.177)
18-27ปี	3.90		-	-0.22 (0.352)
มากกว่า 28ปี	4.12			-

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตร้อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคําค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตร้อพาร์ทเมนต์ที่มีอายุต่ำกว่า 18ปี มีความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตร้อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคําค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.570

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตร้อพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมาจำแนกตามอายุโดยใช้วิธี Dunnett's T3

อายุ(ปี)	ต่ำกว่า 18ปี			18-27ปี	มากกว่า 28ปี
	$\bar{X}$	4.41	3.97	4.12	
ต่ำกว่า 18 ปี	4.41	-	0.436 (0.041)*	0.286 (0.389)	
18-27ปี	3.97		-		
มากกว่า 28ปี	4.12				-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตร้อพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมาจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตร้อพาร์ทเมนต์ที่มีอายุต่ำกว่า 18ปี มีความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตร้อพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.436

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4 ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ไม่ต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม เป็นเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อมีค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 18

ตาราง 18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ	ระดับการศึกษา		t-test for Equality of Means			
	(N)	$\bar{X}$	S.D.	t	df	P
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้	ต่ำกว่า	4.3043	0.558	2.079	36.636	.045*
	ปริญญาตรี					
	ปริญญาตรี	4.0250	0.422			
	ขึ้นไป					
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	ต่ำกว่า	4.2609	0.619	2.174	32.181	.037*
	ปริญญาตรี					
	ปริญญาตรี	3.9500	0.388			
	ขึ้นไป					
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา	ต่ำกว่า	4.3043	0.558	2.452	36.636	.019*
	ปริญญาตรี					
	ปริญญาตรี	3.9750	0.422			
	ขึ้นไป					
ความพึงพอใจโดยรวม	ต่ำกว่า	4.2899	0.515	2.581	31.934	.015*
	ปริญญาตรี					
	ปริญญาตรี	3.9833	0.319			
	ขึ้นไป					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า การบริการจากบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้เมื่อใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าผู้ให้บริการบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปเมื่อใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าผู้ให้บริการบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนท์อื่นที่เคยพักมาเมื่อใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าผู้ให้บริการบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนท์อื่นที่เคยพักมา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจโดยรวม เมื่อใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.179 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ให้บริการบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่ไม่ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**1.5** ผู้ให้บริการบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้ให้บริการบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่ต่างกัน

$H_1$ : ผู้ให้บริการบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม เป็นเป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะ

ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น ( $P$ ) มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	t-test for Equality of Means				
	$\bar{X}$	S.D	t	df	P
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา พนักงาน บริษัท / ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.13	0.516	-0.316	63	0.753
การบริการจากบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่ คาดหวังไว้	4.18	0.404	-0.371		
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา พนักงาน บริษัท / ข้าราชการ /รัฐวิสาหกิจ	4.07	0.544	-0.099	63	0.921
การบริการจากบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อ เทียบกับเงินที่เสียไป	4.09	0.301	-0.144		
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา พนักงาน บริษัท / ข้าราชการ /รัฐวิสาหกิจ	4.13	0.516	0.775	63	0.441
การบริการของบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับ อพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา	4.00	0.447	0.853		

ตาราง 19 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	อาชีพ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D	t	df	P
ความพึงพอใจโดยรวม	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	4.11	0.453	0.14	63	
	พนักงาน บริษัท / ข้าราชการ /รัฐวิสาหกิจ	4.09	0.336	0.17		

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรópolisพาณิชย์จำแนกตามอาชีพ พบว่าการบริการจากบ้านเพลินิจิตรópolisพาณิชย์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ เมื่อใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่ามีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.753 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรópolisพาณิชย์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริการจากบ้านเพลินิจิตรópolisพาณิชย์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ไม่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรópolisพาณิชย์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป เมื่อใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่ามีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.921 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรópolisพาณิชย์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริการจากบ้านเพลินิจิตรópolisพาณิชย์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปไม่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการของบ้านเพลินิจิตรópolisพาณิชย์ดีกว่าเมื่อเทียบกับบ่อพาณิชย์อื่นที่เคยพักมา เมื่อใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่ามีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.441 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรópolisพาณิชย์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริการของ

บ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา ไม่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการ เมื่อใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่ามีแนวโน้มจะเป็น (P) เท่ากับ 0.889 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการไม่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**1.6** ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ไม่ต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบ แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe test การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนด้วย Levene's Test ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย One Way ANOVA และถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่ต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในกรณีที่ทดสอบสมมติฐานด้วย One Way ANOVA หรือ Dunnett's T3 ในกรณีที่ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง 20

ตาราง 20 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน โดยใช้  
Levene's Test

ความพึงพอใจ	Levene Statistic	df1	df2	Prob.
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	0.037	2	62	0.964
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	1.407	2	62	0.253
การบริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ดีกว่าเมื่อเทียบกับ อพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา	0.418	2	62	0.660
ความพึงพอใจโดยรวม	0.15	2	62	0.861

จากตาราง 20 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ามีความน่าจะเป็น (P) ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป ด้านการบริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับ อพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา ความพึงพอใจโดยรวม มีค่า Sig เท่ากับ 0.964 0.253 0.660 0.861 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากัน จึงใช้ One Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน



ตาราง 21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	P
	ระหว่างกลุ่ม	ภายในกลุ่ม					
การบริการจากบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	ระหว่างกลุ่ม		2	0.116	0.058	0.230	0.795
	ภายในกลุ่ม		62	15.638	0.252		
	รวม		64	15.754			
การบริการจากบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	ระหว่างกลุ่ม		2	0.257	0.128	0.486	0.617
	ภายในกลุ่ม		62	16.359	0.264		
	รวม		64	16.615			
การบริการของบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับ อพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา	ระหว่างกลุ่ม		2	0.337	0.168	0.656	0.522
	ภายในกลุ่ม		62	15.909	0.257		
	รวม		64	16.246			
ความพึงพอใจโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม		2	0.003	0.002	0.008	0.992
	ภายในกลุ่ม		62	12.021	0.194		
	รวม		64	12.024			

จากตาราง 21 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า

ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้เมื่อใช้สถิติ One Way ANOVA ในการทดสอบพบว่ามีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.795 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลิน

จิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปเมื่อใช้สถิติ One Way ANOVA ในการทดสอบพบว่ามีแนวโน้มจะเป็น (P) เท่ากับ 0.617 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการของบ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมาเมื่อใช้สถิติ One Way ANOVA ในการทดสอบพบว่ามีแนวโน้มจะเป็น (P) เท่ากับ 0.522 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการของบ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจโดยรวมเมื่อใช้สถิติ One Way ANOVA ในการทดสอบพบว่ามีแนวโน้มจะเป็น (P) เท่ากับ 0.992 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**1.7** ผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีระยะเวลาเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีระยะเวลาเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ไม่ต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีระยะเวลาเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบ แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe test การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนด้วย Levene's Test ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย One Way ANOVA และถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย

หนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในกรณีที่ทดสอบสมมติฐานด้วย One Way ANova หรือ Dunnett's T3 ในกรณีที่ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง 22

ตาราง 22 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของระยะเวลาเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน โดยใช้ Levene's Test

ความพึงพอใจ	Levene Statistic	df1	df2	Prob.
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	1.430	3	61	0.243
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	0.352	3	61	0.788
การบริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับ อพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา	0.967	3	61	0.414
ความพึงพอใจโดยรวม	0.597	3	61	0.620

จากตาราง 22 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มระยะเวลาเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบันพบว่ามีแนวโน้มจะเป็น (P) ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับ

คุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป ด้านการบริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา และความพึงพอใจโดยรวม มีค่า Sig เท่ากับ 0.243 0.788 0.414 0.620 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากัน จึงใช้ One Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 23 แสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาเข้าพัก ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบัน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน					
		df	SS	MS	F	P
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	ระหว่างกลุ่ม	3	0.939	0.313	1.288	0.286
	ภายในกลุ่ม	61	14.815	0.243		
	รวม	64	15.754			
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	ระหว่างกลุ่ม	3	1.703	0.568	2.322	0.084
	ภายในกลุ่ม	61	14.913	0.244		
	รวม	64	16.615			
การบริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	ระหว่างกลุ่ม	3	1.032	0.344	1.379	0.258
	ภายในกลุ่ม	61	15.214	0.249		
	รวม	64	16.246			
ความพึงพอใจโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.030	0.343	1.904	0.138
	ภายในกลุ่ม	61	10.994	0.18		
	รวม	64	12.024			

จากตาราง 23 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระยะเวลาเข้าพัก ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบัน พบว่า

ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้เมื่อใช้สถิติ One Way ANOVA ในการทดสอบพบว่ามีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.286 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีระยะเวลาเข้าพัก ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปเมื่อใช้สถิติ One Way ANOVA ในการทดสอบพบว่ามีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.084 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีระยะเวลาเข้าพัก ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมาเมื่อใช้สถิติ One Way ANOVA ในการทดสอบพบว่ามีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.258 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีระยะเวลาเข้าพัก ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจโดยรวมเมื่อใช้สถิติ One Way ANOVA ในการทดสอบพบว่ามีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.138 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีระยะเวลาเข้าพัก ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2** ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนท์ รายด้านต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ในการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีผลกับความพึงพอใจ โดยใช้คำถามตอนที่ 2 (ข้อ 1 – 28) ทดสอบกับคำถามตอนที่ 3 ข้อที่ (ข้อที่ 1 – 3) สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

**2.1** ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนท์ด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนท์

$H_0$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนท์ด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนท์

$H_1$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนท์ด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนท์

ตาราง 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนท์

ความพึงพอใจ	r	P	ระดับความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนท์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	0.40	0.753	ไม่มีความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนท์ที่ท่านได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	0.232	0.063	ไม่มีความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนท์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนท์อื่นที่ท่านเคยพักมา	0.066	0.602	ไม่มีความสัมพันธ์
<b>ความพึงพอใจโดยรวม</b>	<b>0.132</b>	<b>0.296</b>	<b>ไม่มีความสัมพันธ์</b>

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 24 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนท์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่า



**2.2** ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ด้านราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์

$H_0$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์

$H_1$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ด้านราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์

ตาราง 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์

ความพึงพอใจ	r	P	ระดับความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	0.330	0.007**	ปานกลาง
การบริการจากบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	0.499	0.000**	ปานกลาง
การบริการจากบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	0.466	0.000**	ปานกลาง
ความพึงพอใจโดยรวม	0.502	0.000**	ปานกลาง

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 25 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ มีค่า P เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.330 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคามากขึ้น ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเฟลิน





ตาราง 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านทำเลที่ตั้งกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์

ความพึงพอใจ	r	P	ระดับความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	0.367	0.003**	ปานกลาง
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ที่ท่านได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	0.355	0.004**	ปานกลาง
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนท์อื่นที่ท่านเคยพักมา	0.373	0.002**	ปานกลาง
<b>ความพึงพอใจโดยรวม</b>	<b>0.424</b>	<b>0.000**</b>	<b>ปานกลาง</b>

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 26 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านทำเลที่ตั้งกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ มีค่า P เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.367 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านทำเลที่ตั้งมากขึ้น ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้มากขึ้นในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป มีค่า P เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.355 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านทำเลที่ตั้งมากขึ้น ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคํ่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป มากขึ้นในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมามีค่า P เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.373 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านทำเลที่ตั้งมากขึ้น ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมามากขึ้นในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.424 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านทำเลที่ตั้งมากขึ้น ทำให้ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ มากขึ้นในระดับปานกลาง

**2.4** ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์

$H_0$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์

$H_1$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนต์

ตาราง 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์

ความพึงพอใจ	r	P	ระดับความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	0.013	0.917	ไม่มีความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	0.082	0.516	ไม่มีความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	-0.087	0.492	ไม่มีความสัมพันธ์
<b>ความพึงพอใจโดยรวม</b>	<b>0.003</b>	<b>0.978</b>	<b>ไม่มีความสัมพันธ์</b>

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 27 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ มีค่า P เท่ากับ 0.917 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.013

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป มีค่า P เท่ากับ 0.516 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.082

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา มีค่า  $P$  เท่ากับ 0.492 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ -0.087

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ มีค่า  $P$  เท่ากับ 0.978 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.003

**2.5** ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์

$H_0$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ด้านความปลอดภัยไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์

$H_1$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์

ตาราง 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านความปลอดภัยกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์

ความพึงพอใจ	r	P	ระดับความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	0.374	0.002**	ปานกลาง
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	0.492	0.000**	ปานกลาง
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	0.338	0.006**	ปานกลาง
ความพึงพอใจโดยรวม	0.467	0.000**	ปานกลาง

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 28 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านความปลอดภัยกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ มีค่า P เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.374 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านความปลอดภัยมากขึ้น ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ มากขึ้นในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.492 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านความปลอดภัยมากขึ้น ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป มากขึ้นในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมามีค่า P เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.338 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านความปลอดภัยมากขึ้น ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมามากขึ้นในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าว

ข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.467 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านความปลอดภัยมากขึ้น ทำให้ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์ มากขึ้นในระดับปานกลาง

**2.6** ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์ด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์

$H_0$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์ด้านบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์

$H_1$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์ด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์

ตาราง 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านบุคลากรกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	r	P	ระดับความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	0.315	0.011**	ปานกลาง
การบริการจากบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์ที่ท่านได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	0.371	0.002**	ปานกลาง
การบริการจากบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนท์อื่นที่ท่านเคยพักมา	0.314	0.011**	ปานกลาง
<b>ความพึงพอใจโดยรวม</b>	<b>0.388</b>	<b>0.001**</b>	<b>ปานกลาง</b>

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 29 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านบุคลากรกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านการบริการจากบ้านเฟลินจิตรอพาร์ทเมนท์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ มีค่า P เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ





**2.7** ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์

$H_0$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์

$H_1$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์

ตาราง 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	r	P	ระดับความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	0.225	0.071	ไม่มีความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ท่านได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	0.278	0.025	ไม่มีความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทแมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	0.109	0.385	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจโดยรวม	0.237	0.057	ไม่มีความสัมพันธ์

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 30 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ มีค่า P เท่ากับ 0.071 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.225

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคําค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป มีค่า  $P$  เท่ากับ 0.025 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคําค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.278

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา มีค่า  $P$  เท่ากับ 0.385 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับ อาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.109

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ มีค่า  $P$  เท่ากับ 0.057 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.237

**2.8** ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์

$H_0$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์

$H_1$  : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์

ตาราง 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	r	P	ระดับความสัมพันธ์
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	0.424	0.000**	ปานกลาง
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	0.478	0.000**	ปานกลาง
การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	0.205	0.101	ไม่มีความสัมพันธ์
<b>ความพึงพอใจโดยรวม</b>	<b>0.429</b>	<b>0.000**</b>	<b>ปานกลาง</b>

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 31 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.424 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพมากขึ้น ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ มากขึ้นในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ

0.478 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพมากขึ้น ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคําค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป มากขึ้นในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมามีค่า  $P$  เท่ากับ 0.101 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.205 กล่าวคือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ มีค่า  $P$  เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.429 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพมากขึ้น ทำให้ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ มากขึ้นในระดับปานกลาง

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 32 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
<b>สมมติฐานข้อที่ 1</b> ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ณบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ต่างกัน			
<b>เพศ</b>			
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
	ความพึงพอใจโดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
<b>สถานภาพสมรส</b>			
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
	ความพึงพอใจโดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
<b>อายุ</b>			
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Oneway Anova
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Oneway Anova
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Oneway Anova
	ความพึงพอใจโดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Oneway Anova

ตาราง 32 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
ระดับการศึกษาสูงสุด			
	การบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
	การบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
	การบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
	ความพึงพอใจโดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
อาชีพ			
	การบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
	การบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
	การบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
	ความพึงพอใจโดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	การบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Oneway Anova
	การบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Oneway Anova
	การบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Oneway Anova
	ความพึงพอใจโดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Oneway Anova

ตาราง 32 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
ระยะเวลาเข้าพัก			
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Oneway Anova
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Oneway Anova
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Oneway Anova
	ความพึงพอใจโดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Oneway Anova
<b>สมมติฐานข้อที่ 2</b> ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ			
ด้านผลิตภัณฑ์			
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	ความพึงพอใจโดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
Pearson Correlation			
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	ความพึงพอใจโดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation

ตาราง 32 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
ด้านทำเลที่ตั้ง			
	การบริการจากบ้านเฟลินจิตร์อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	ความพึงพอใจโดยรวม	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านเฟลินจิตร์อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	ความพึงพอใจโดยรวม	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านเฟลินจิตร์อพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	ความพึงพอใจโดยรวม	Pearson Correlation
	ความพึงพอใจโดยรวม	ความพึงพอใจโดยรวม	Pearson Correlation
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
	การบริการจากบ้านเฟลินจิตร์อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านเฟลินจิตร์อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านเฟลินจิตร์อพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับ อพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	ความพึงพอใจโดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
ด้านความปลอดภัย			
	การบริการจากบ้านเฟลินจิตร์อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านเฟลินจิตร์อพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านเฟลินจิตร์อพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับ อพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	ความพึงพอใจโดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation



ตาราง 32 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
<b>ด้านบุคลากร</b>			
	การบริการจากบ้านพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับ อพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	ความพึงพอใจโดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>			
	การบริการจากบ้านพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับ อพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	ความพึงพอใจโดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>			
	การบริการจากบ้านพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	การบริการจากบ้านพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับ อพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
	ความพึงพอใจโดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์ โดยเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์ จนถึงปัจจุบัน ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์ สำหรับนำข้อมูลเบื้องต้นมาปรับปรุง พัฒนาในการแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์ เกิดความพึงพอใจกับบริการที่ได้รับมากที่สุด โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ความพึงพอใจ และงานวิจัยอื่นๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดปัจจัยต่างๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริการ

#### สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน

##### ความมุ่งหมายของการทำวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ให้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์ ด้านผลิตภัณฑ์ , ราคา ทำเลที่ตั้ง , สิ่งอำนวยความสะดวก , ความปลอดภัย , บุคลากร , กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์
3. เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์
4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์ ด้านผลิตภัณฑ์ , ราคา , ทำเลที่ตั้ง , สิ่งอำนวยความสะดวก , ความปลอดภัย , บุคลากร , กระบวนการให้บริการ , ลักษณะทางกายภาพ กับความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์

##### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาเข้าพัก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์ ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนท์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากร ด้าน

กระบวนการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายด้านและโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์

## สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลจากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ สรุปผลได้ดังนี้

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการทำสำมะโน (Census) โดยเก็บข้อมูลจากทุก ๆ หน่วยประชากรที่ให้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 65 คน มีรายละเอียดดังนี้

**เพศ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 70.80 และเป็นเพศชาย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20

**สถานภาพ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสด /หม้าย /หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 95.40 และมีสถานภาพสมรส /อยู่ด้วยกัน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60

**อายุ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 27 ปี มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาเป็นผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 และเป็นผู้ใช้บริการที่มี 28 ปีขึ้นไป มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 64.60 และเป็นผู้ใช้บริการที่มีวุฒิมัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20

**อาชีพ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน /นิสิต /นักศึกษา มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 83.10 และมีอาชีพ พนักงานบริษัท /ข้าราชการ /รัฐวิสาหกิจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 โดยสรุปผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน /นิสิต /นักศึกษา มากกว่า อาชีพ พนักงานบริษัท /ข้าราชการ /รัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 47.70 รองลงมาเป็นผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเป็นผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาท มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 ตามลำดับ

ระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ณบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์จนถึงปัจจุบัน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเข้าพักอาศัยมากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 47.70 รองลงมาเป็นผู้ใช้บริการที่เข้าพักอาศัย 5 – 8 เดือน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60 รองลงมาเป็นผู้ใช้บริการที่เข้าพักอาศัย 9 – 12 เดือน มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และเป็นผู้ใช้บริการที่เข้าพักอาศัย 1 – 4 เดือน มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ มี 8 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ,แอร์,ตู้เย็น,เครื่องทำน้ำอุ่น ภายในห้องพัก มีคุณภาพดี และรูปแบบการตกแต่งภายในห้องพักและเฟอร์นิเจอร์มีความทันสมัย

ปัจจัยด้านราคา จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากคือ อัตราค่าเช่ารายเดือนมีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ อัตราค่าน้ำมีความเหมาะสม อัตราค่าไฟมีความเหมาะสม และมีระดับความคิดเห็นเฉยๆ คือ อัตราค่าโทรศัพท์มีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็น อยู่ในระดับมากคือ อาคารที่พักอยู่ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา และอาคารที่พักตั้งอยู่ใกล้ ร้านค้า / ห้างสรรพสินค้า

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็น อยู่ในระดับมากคือ ที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ มีร้านอาหารมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 , 3.51 ในระดับปานกลางคือเครื่องออกกำลังกายในห้องฟิตเนสมีจำนวนเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.09 และในระดับน้อยคือ อินเทอร์เน็ตที่มีไว้บริการมีความเร็วเพียงพอต่อการทำงานของท่าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.09

ปัจจัยให้บริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการให้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ ด้านความปลอดภัย ในเรื่องระบบคีย์การ์ดเข้า – ออก เฉพาะผู้พักอาศัย มีระบบกล้องวงจรปิดครอบคลุมทุกจุดใน อพาร์ทเมนท์ มีระบบดับเพลิงครอบคลุมทุกชั้น

และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 , 4.09 , 3.92 , 3.86 ตามลำดับ

ปัจจัยให้บริการของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยการให้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านบุคลากร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ พนักงานมีความเป็นกันเอง พนักงานมีมารยาทได้อย่างสม่ำเสมอ และ พนักงานให้ความเสมอภาคเท่าเทียมในการให้บริการกับทุกคนที่เข้าพัก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 4.28 4.23 ตามลำดับ และมีระดับเห็นด้วยคือ พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับห้องพัก การบริการให้เข้าใจได้อย่างดี พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือและแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 , 4.20

ปัจจัยให้บริการของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการให้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องพนักงานเข้าให้บริการ เช่น การซ่อมอุปกรณ์ภายในห้องได้ตรงตามเวลานัดหมาย สามารถเข้าพบพนักงานได้ทันทีที่เกิดปัญหา มีการแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้พักอาศัยอยู่เสมอ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 , 4.03 , 3.97

ปัจจัยให้บริการของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยการให้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมากที่สุด คือภายในอาคารมีความสะอาดดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ภายนอกอาคารมีความสะอาดดี ลิฟท์โดยสารมีความปลอดภัยดี และห้องรับรองภายในอาคารมีขนาดเพียงพอต่อผู้บริการโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 4.03 3.82 ตามลำดับ

### **ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์**

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจ ในเรื่องการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้สูงสุด บริการของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป มีระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 , 4.11 , 4.08

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา** สูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตรจนถึงปัจจุบัน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ต่างกัน โดยสามารถจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 7 สมมติฐาน ดังนี้

### ผลการศึกษาพบว่า

#### เพศ

ผู้ให้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

#### สถานภาพ

ผู้ให้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้ และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า

ผู้ให้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีสถานภาพโสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ และสมรส/อยู่ด้วยกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ไม่ต่างกัน แต่ความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ให้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีสถานภาพ โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป โดยเฉลี่ยมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.78

#### อายุ

ผู้ให้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า

ผู้ให้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีมีความพึงพอใจโดยรวมมากกว่าผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 18-27 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.47



บริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการของบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

#### **ระยะเวลาเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบัน**

ผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีระยะเวลาเข้าพัก ณ บ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการของบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

#### **สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์**

ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์โดยสามารถจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 8 สมมติฐาน ดังนี้

##### **ผลการศึกษาพบว่า**

##### **ด้านผลิตภัณฑ์**

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

##### **ด้านราคา**

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคาเหมาะสมขึ้นจะทำให้ผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์มีความพึงพอใจโดยรวมมากขึ้น เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมาไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับ



ปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์มีความคิดเห็นว่าง่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคาเหมาะสมขึ้นจะทำให้ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์มีความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมามากขึ้น

#### **ด้านทำเลที่ตั้ง**

ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านทำเลที่ตั้ง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์มีความคิดเห็นว่าง่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านทำเลที่ตั้งเหมาะสมขึ้น ใกล้แหล่งชุมชน สถานศึกษา ที่ทำงานมากขึ้นจะทำให้ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์มีความพึงพอใจโดยรวมมากขึ้นเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านทำเลที่ตั้ง มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งโดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์มีความคิดเห็นว่าง่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านทำเลที่ตั้งเหมาะสมขึ้น ใกล้แหล่งชุมชน สถานศึกษา ที่ทำงานมากขึ้นจะทำให้ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์มีความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมามากขึ้น

#### **ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก**

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้



บ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมามากขึ้น

#### **ด้านกระบวนการบริการ**

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

#### **ด้านลักษณะทางกายภาพ**

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งโดยมีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือถ้าผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพดีขึ้นจะทำให้ผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์มีความพึงพอใจโดยรวมดีขึ้นเมื่อพิจารณา ray ข้อพบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลางกล่าวคือถ้าผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพดีขึ้นจะทำให้ผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์มีความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ และด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปมากขึ้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการบริการจากบ้านเพลินจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

## การอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ ซึ่งมีประเด็นที่สำคัญสามารถนำมาอภิปรายตามผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สถานภาพโสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ อายุ 18-27 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีอาชีพเป็น นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และระยะเวลาเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบัน 1 ปีขึ้นไป

**เพศ** ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการเพศชาย และหญิง ปัจจุบันมีความทัดเทียมกันมากขึ้น ประกอบกับการบริการของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ไม่ได้มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของผู้อยู่อาศัยโดยแบ่งแยกเพศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพร้อมพงษ์ วงศ์วนิชกั้วภาพ (2547) : ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยอาคารชุดศุภกาลัยพาร์ค พหลโยธิน ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

**สถานภาพ** ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้ และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีสถานภาพโสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ และสมรส/อยู่ด้วยกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ไม่ต่างกัน อาจเนื่องมาจากในสังคมปัจจุบัน ส่วนใหญ่ต้องการใช้ชีวิตอย่างอิสระ ไม่ชอบความซ้ำซาก และตนเองเป็นผู้ตัดสินใจเอง ดังนั้นในเรื่องสถานภาพกับความพึงพอใจในการใช้บริการจึงไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษฎา เตชะอารมณ์กุล (2552) : ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจอาร์ทเมนต์ให้เช่าในพื้นที่คลองขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้กล่าวถึง ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

**อายุ** ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยพบว่าผู้ที่ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ส่วนใหญ่มีอายุ 18-27 ปี เป็น นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา อยู่ในช่วงวัยกำลังศึกษา ยังมีความต้องการที่พักอาศัยที่มีความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพร้อมพงษ์ วงศ์วนิชกังวาล (2547) : ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยอาคารชุดศุภภาลย์พาร์ค พหลโยธิน ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน ซึ่งพบว่าแต่ละช่วงอายุของผู้บริโภคจะมีความต้องการหรือรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน

**ระดับการศึกษาสูงสุด** ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากสังคมไทยในปัจจุบันมีระดับการศึกษาสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เกิดทัศนคติที่แตกต่างกันในเรื่องความคิดและการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรัญญา เนื่องนิยม (2552) : ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม จำกัด ด้านสมาชิกที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการต่างกัน

**อาชีพ** ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่มีอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัทฎญา โยธา (2552) : ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม และความภักดีต่อบริษัท ลุมพินี พรอพเพอร์ตี้มาเนจเม้นท์ จำกัด ของผู้บริโภคที่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ด้านความค้ำค่าในการตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจต่อการบริหาร และการตอบสนองความคาดหวังต่อบริษัท ลุมพินี พรอพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด ไม่ต่างกัน

**รายได้** ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งในการตัดสินใจในการเลือกที่อยู่ นั้น อาจมาจากการแนะนำจากเพื่อน หรือคนรู้จักที่เคยพักอยู่แล้ว แล้วพึงพอใจกับอพาร์ทเมนต์ จึงได้มีการแนะนำบอกต่อกันมา เพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อหรือการทำกิจกรรมร่วมกัน

เช่นการตีหนังสือ เป็นต้น โดยการแนะนำอาจจะเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจ หรือเลือกที่จะสนใจในเรื่องความสะดวกสบายในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภาพรณ หอมอ่อน (2545) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจอยู่หอพักสตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าเช่าของห้องพักรวมมีค่าเช่าของบิดามารดาของนักศึกษา และความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสารคมนาคม การชักจูงของกลุ่มเพื่อนและชั้นปี การศึกษากับการตัดสินใจอยู่หอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการศึกษาพบว่าการตัดสินใจอยู่หอพักสตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของหอพักทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยรามคำแหงแหล่งชุมชน

**ระยะเวลาเข้าพักอาศัย ณ บ้านเพลินิจิตรจนถึงปัจจุบัน** ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรแมนต์ที่มีระยะเวลาเข้าพักอาศัย จนบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์จนถึงปัจจุบัน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทแมนต์อื่นที่เคยพักมา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกชัย ลีนสุวรรณ (2545: 40-96) : ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการรับบริการของศูนย์บริการโทรศัพท์ทะเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สาขาฟอร์จูนทาวน์ รัชดาภิเษก จำนวนครั้งที่ใช้บริการ ประเภทของการรับบริการต่างก็มีความพึงพอใจต่อการรับบริการของศูนย์บริการโทรศัพท์ทะเลคอมเอเชีย สาขาฟอร์จูนทาวน์ รัชดาภิเษก ไม่แตกต่างกัน

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์** ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์โดยสามารถจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 8 สมมติฐาน ดังนี้

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์** ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทแมนต์อื่นที่เคยพักมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้นอาจไม่ได้สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการทุกคน โดยผู้ใช้บริการแต่ละคนมีความพึงพอใจในแต่ละด้านที่แตกต่างกันไปในการได้รับบริการจากปัจจัยต่าง ๆ จึงถือได้ว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้นไม่ได้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอาร์ทแมนต์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปราณี ดันประยูร (2538) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก สภาพปัญหาและความต้องการ

ของผู้เช่าห้องพัก ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกายภาพที่มีอิทธิพลสูงสุด 3 อันดับแรกต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก คือ ความปลอดภัย ทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเข้าถึง และระยะทางไม่ไกลจากที่ทำงาน

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคา** มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวมด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งทางผู้บริหารของอาร์ทเมนต์บ้านเพลินิจิตรได้มีการกำหนดราคาอย่างเป็นมาตรฐานและชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวรัช เบ็ญบำรุง (2546) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อห้องชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้บริโภค : กรณีศึกษาห้องชุดพักอาศัยในครอบครองของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ด้านราคาที่สูงผลต่อการซื้อ ได้แก่ ราคาที่ถูกลงกว่าตลาด ค้ำค่ากับราคา และราคาอยู่ในเกณฑ์ที่รับภาระได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของบริษัท นาโน เซิร์ช จำกัด (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง สถานที่พักอาศัยประเภทที่จะต้องมีค่าเช่า เช่น อาร์ทเมนต์ คอนโด แมนชั่น หอพัก เป็นต้น ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบหลักในการตัดสินใจเรื่องการเช่า พบว่า โดยส่วนใหญ่ ประเด็นแรกสำหรับการตัดสินใจคือ ค่าเช่าห้องต่อเดือน

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง** มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งอาจเนื่องมาจากที่ตั้งของอาร์ทเมนต์นั้นมีเส้นทางคมนาคมและระยะทางที่อยู่อาศัยใกล้เส้นทางคมนาคม สามารถเดินทางได้สะดวกรวดเร็ว และลดระยะเวลาการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา แก้วแหยม (2539) : ศึกษาสภาพที่พักอาศัยในปัจจุบัน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักอาศัยและความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีมีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยให้เช่าสำหรับนักศึกษาอันดับแรกคือ เรื่องความสะดวกในการเดินทางและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิรดา พงษ์ธานี (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ของโครงการธุรกิจอาร์ทเมนต์ กรณีศึกษา ประจักษ์ศิลป์อาร์ทเมนต์ เขตสวนหลวงกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การแข่งขันของธุรกิจอาร์ทเมนต์มักแข่งขันที่ทำเลที่ตั้ง หากการคมนาคมสะดวกสบายใกล้แหล่งชุมชนทำให้ได้เปรียบในการแสวงหากำไรมากกว่าคู่แข่ง

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก** ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับตรงตามที่

คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้ใช้บริการอาจไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าใดต่อการตัดสินใจเลือกใช้ โดยเฉพาะผู้บริการที่เป็นเพศหญิง ซึ่งจะให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณา เตชะอาภรณ์กุล (2552) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีธุรกิจอาร์ทเมนต์ให้เช่าในพื้นที่คลองขวาง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 29 ให้ความสำคัญมากที่สุดคือระบบรักษาความปลอดภัย

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านความปลอดภัย** มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับเดียวกัน 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยอาจเนื่องมาจากทางอาร์ทเมนต์ได้ให้ความสำคัญต่อระบบการรักษาความปลอดภัยภายในและภายนอกอาร์ทเมนต์มาเป็นอันดับแรก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริการได้รับรู้ถึงความปลอดภัยตลอดระยะเวลาการเข้าพัก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ : และคนอื่นๆ (2539: 370-374 , 382) ได้อธิบายทฤษฎีลำดับความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้น คือ ความต้องการของร่างกาย , ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย , ความต้องการการยอมรับหรือผูกพัน , ความต้องการการยกย่อง และความต้องการความสำเร็จในชีวิต

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านบุคลากร** มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับเดียวกัน 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งอาจเนื่องมาจากพนักงานมีความสนใจและเอาใจใส่ต่อผู้บริการ เสมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน ทำให้ผู้บริการรู้สึกเปรียบเสมือนเป็นบ้านหลังที่สาม อีกทั้งยังมีช่างประจำสำนักงานที่มีประสบการณ์ และความชำนาญในการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ภายในห้องพัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พร้อมพงษ์ วงศ์วานิชกังวาฬ (2547) : พบว่าการให้บริการของพนักงานส่วนกลาง เช่น พนักงานประจำสำนักงาน, ช่างประจำอาคาร หากมีประสบการณ์หรือมีความชำนาญในงานที่ปฏิบัติแล้วจะสามารถอำนวยความสะดวกและให้บริการผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี จะทำให้ผู้เข้าพักอยู่อาศัยมีความพึงพอใจมากขึ้น

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการ** ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์ที่ได้รับค้ำค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป และด้านการ



บริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่เคยพักมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้นั้นส่วนใหญ่จะคำนึงถึง ความสะดวกในการเดินทาง หรือราคา มาก่อนเป็นอันดับต้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา แก้วแหมม (2539) ศึกษาสภาพที่พักอาศัยในปัจจุบัน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักอาศัยและความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีมีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยให้เช่าสำหรับนักศึกษาเรียงลำดับได้ ดังนี้ 1. ความสะดวกในการเดินทาง 2. ขนาดห้องพัก 3. ราคาเช่า 4. สภาพแวดล้อม 5. ต้องการอิสระในการพักอาศัย

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ** มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวม ด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้ และด้านการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ได้รับคุ่มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับเดียวกัน 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งทางบริษัทได้ เน้นการบริการให้เกิดภาพลักษณ์ที่ชัดเจน ความสะอาดสวยงาม สะดวกสบาย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย อังคณา ประทีปชัย (2549) : พบว่าการปรับปรุงอาคารสถานที่ให้สวยงาม มีการพัฒนาสภาพแวดล้อมและสถานที่ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจและทัศนคติที่ดี

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้บริหารของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ควรทำการปรับปรุงในส่วนทางด้านความปลอดภัย เช่นการให้ช่างเข้ามาดูแล ตรวจสอบเช็ค กล้องวงจรปิด หรือคีย์การ์ดเปิด-ปิดประตูอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนั้นควรมีการเพิ่มอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย เช่นกล้องวงจรปิดมากขึ้น เพื่อติดตั้งให้ครอบคลุมทุกจุดทั้งภายใน-ภายนอกอาคาร เพื่อที่จะทำให้ความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น
2. ผู้บริหารของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ควรมีการปรับปรุงอุปกรณ์อินเทอร์เน็ต เพื่อเพิ่มความเร็วและคุณภาพในการใช้งานให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า อินเทอร์เน็ตมีความเร็วในการทำงานต่อผู้ให้บริการอยู่ในระดับน้อย จึงควรมีการพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตให้ดีขึ้น เพื่อจูงใจผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในระดับมากขึ้น
3. ผู้บริหารควรมีการจัดสภาพแวดล้อมรอบอพาร์ทเมนต์ให้น่าอยู่รวมทั้งภายในและภายนอกอาคาร เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ท ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้อพาร์ทเมนต์ตลอดระยะเวลาเข้าพัก

4. ผู้บริหารควรมีการส่งพนักงานเข้ารับการศึกษาอบรม เกี่ยวกับการให้บริการกับผู้ใช้บริการ อพาร์ทเมนต์ และข้อมูลเกี่ยวกับอพาร์ทเมนต์อย่างละเอียด หากผู้ใช้บริการอพาร์ทเมนต์ต้องการความช่วยเหลือ สามารถเข้าช่วยได้ทันที เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตรอพาร์ทเมนต์ ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับความพร้อมของง ทีมงานที่จะดูแลผู้ใช้บริการ เพื่อส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

### ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า

1. ควรมีการศึกษาในด้านแนวโน้มความเป็นไปได้ในการขยายผลการดำเนินงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด ซึ่งจะส่งผลต่อส่วนครองตลาดที่เพิ่มมากขึ้นด้วย
2. ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นควบคู่กันไปด้วย เพื่อให้ เห็นภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้น และควรมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รูปแบบการให้บริการ และ บริการเสริมต่างๆว่าควรทำอย่างไรบ้าง ซึ่งจะช่วยให้เห็นความแตกต่างจากธุรกิจที่เราทำการศึกษานี้



## บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (ฉบับปรับปรุงใหม่) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2549). สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพาวรรณ วรณวณิชย์. (ตุลาคม พฤศจิกายน, 2542) บริการและการจัดการกรุงเทพฯ. *เพิ่มผลผลิต*. 39(1):
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2534). การบริการทางการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัทวิสิทธ์พัฒนา จำกัด.
- ชูศรี วงศ์รัตน์ (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ส.เอเซียเนเพรส (1989).
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สุนันทา อยู่โพธิ์. (2546). ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อเดย์ และ แอนเดอร์เซน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542: 350-351 อ้างอิงจาก Aday; Andersen).
- มิลเลต (Millet.1954) . ความพึงพอใจในการให้บริการ. (Satisfactory Service).
- พิบูล ทีปะปาล (2545). ความหมายของแนวคิดทางการตลาด. กรุงเทพฯ:
- นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. (2541). ความพึงพอใจต่อที่พักอาศัยประเภทเช่าของนักศึกษาภาคสมทบ : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. วิทยานิพนธ์ วท.ม.(เคหะการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถ่ายเอกสาร.
- ปราณี ต้นประยูร. (2538). ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก สภาพปัญหาและความต้องการของผู้เช่าห้องพัก.
- พร้อมพงษ์ วงศ์นิชกังวาล. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยของอาคารชุดศุภาลัยพาร์คพหลโยธิน. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถ่ายเอกสาร.

- อังคณา ประทีปชัย. (2549). *ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุดของ บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ พาร์ทเนอร์ จำกัด*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถ่ายเอกสาร.
- สุกัญญา โยธา. (2552). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม และความภักดีต่อ บริษัท ลุ่มพินี พร็อพเพอร์ตี้มาเนจเม้นท์ จำกัด ของผู้บริโภคที่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขต กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถ่ายเอกสาร.
- เอกชัย ลีนสุวรรณ (2545). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการรับบริการของศูนย์บริการโทรศัพท์ เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สาขาฟอร์จูนทาวน์ รัชดาภิเษก*. กรุงเทพฯ: ชัชวาลย์ เย็นบำรุง. (2546) . *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อห้องชุด พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บริษัท นาโน เซิร์ช จำกัด. (2550). *สถานที่พักอาศัยประเภทที่จะต้องมีค่าเช่า เช่น อพาร์ทเมนท์ คอนโด แมนชั่น หอพัก เป็นต้น ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. กรุงเทพฯ: ภิรดา พงษ์ธานี. (2547). *ความเป็นไปได้ของโครงการธุรกิจอพาร์ทเมนท์ กรณีศึกษา ประจักษ์ ศิลป์อพาร์ทเมนท์ เขตสวนหลวงกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: Kotler Philips. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentic-hall
- Love Lock H. Christopher. (1996). *Managing Services*. New York: McGraw-Hill Book Company.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์

Factors influence to satisfaction of Baan Ploen Chit Apartment 's Residents

### คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะ  
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีการศึกษา 2553 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา  
เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์

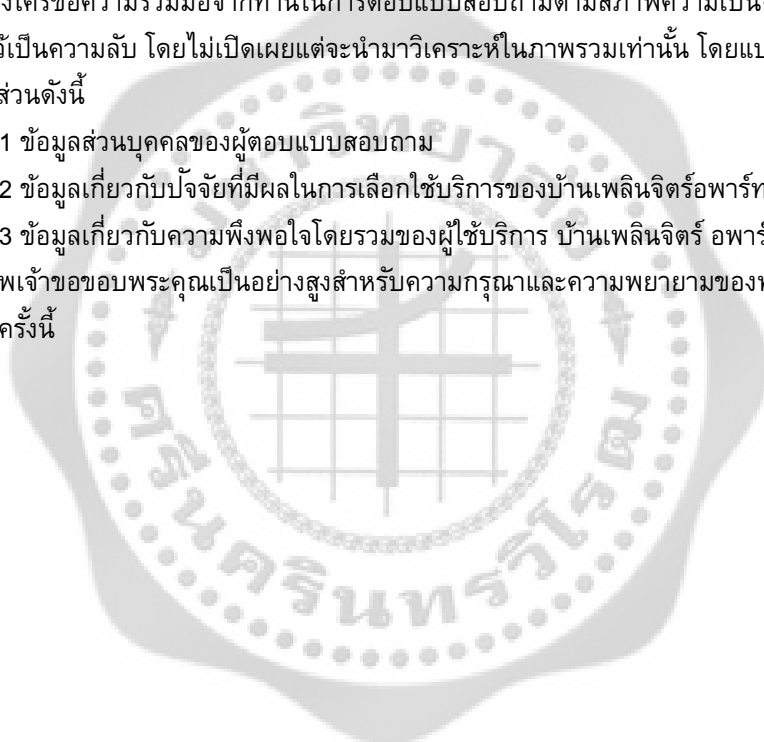
ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริงซึ่งผู้วิจัยจะเก็บ  
ข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ โดยไม่เปิดเผยแต่จะนำมาวิเคราะห์ในภาพรวมเท่านั้น โดยแบบสอบถามจะ  
ประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการของบ้านเพลินจิตร์อพาร์ทเมนท์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการ บ้านเพลินจิตร์ อพาร์ทเมนท์

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาและความพยายามของท่านในการตอบ  
แบบสอบถามในครั้งนี้





### แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเฟลินจิตร์อพาร์ทเมนต์

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

โปรดทำเครื่องหมาย X ลงใน ( ) ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

#### 1. เพศ

- ( ) ชาย ( ) หญิง

#### 2. สถานภาพ

- ( ) โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ( ) สมรส/อยู่ด้วยกัน

#### 3. อายุ

- ( ) ต่ำกว่า 18 ปี ( ) 18 - 27 ปี  
( ) 28 ปีขึ้นไป

#### 4. ระดับการศึกษา

- ( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรี ขึ้นไป

#### 5. อาชีพ

- ( ) นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา ( ) พนักงานบริษัท/ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

#### 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ( ) 10,001 - 20,000 บาท  
( ) 20,001 บาทขึ้นไป

#### 7. ระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ณ บ้านเฟลินจิตร์อพาร์ทเมนต์จนถึงปัจจุบัน

- ( ) 1 - 4 เดือน ( ) 5 - 8 เดือน  
( ) 9 - 12 เดือน ( ) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความในแบบสอบถามแต่ละข้อ และใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องระดับของความคิดเห็นที่แท้จริงของท่านมากที่สุดเพียงหนึ่งช่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ บ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง มาก	เห็น ด้วย	ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง มาก
	5	4	3	2	1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์</b>					
1. รูปแบบการตกแต่งภายในห้องพักและเฟอร์นิเจอร์มีความทันสมัย					
2. เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ , แอร์ , ตู้เย็น , เครื่องทำน้ำอุ่นภายในห้องพักมีคุณภาพดี					
<b>ด้านราคาของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์</b>					
3. อัตราค่าเช่ารายเดือนมีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ					
4. อัตราค่าน้ำ มีความเหมาะสม					
5. อัตราค่าไฟ มีความเหมาะสม					
6. อัตราค่าโทรศัพท์ มีความเหมาะสม					
<b>ด้านทำเลที่ตั้งของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์</b>					
7. อาคารที่พักอยู่ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา					
8. อาคารที่พักตั้งอยู่ใกล้ ร้านค้า / ห้างสรรพสินค้า					
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์</b>					
9. ที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ					
10. อินเทอร์เน็ตที่มีไว้บริการมีความเร็วเพียงพอต่อการทำงานของท่าน					
11. เครื่องออกกำลังกายในห้องฟิตเนสมีจำนวนเพียงพอ					
12. ร้านอาหารมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ					

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ บ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง มาก	เห็น ด้วย	ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง มาก
	5	4	3	2	1
<b>ด้านความปลอดภัย ของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์</b>					
13. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง					
14. มีระบบดับเพลิงครอบคลุมทุกชั้น					
15. มีระบบคีย์การ์ดเข้า – ออก เฉพาะผู้พักอาศัย					
16. มีระบบกล้องวงจรปิดครอบคลุมทุกจุดในอพาร์ทเมนต์					
<b>ด้านบุคลากร ของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์</b>					
17. พนักงานต้อนรับมีความเป็นกันเอง					
18. พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือและแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
19. พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับห้องพัก การบริการให้เข้าใจได้ อย่างง่าย					
20. พนักงานให้ความเสมอภาคเท่าเทียมในการบริการกับทุก คนที่เข้าพัก					
21. พนักงานมีมารยาทดีอย่างสม่ำเสมอ					
<b>กระบวนการให้บริการ ของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์</b>					
22. พนักงานเข้าให้บริการ เช่น การซ่อมอุปกรณ์ภายในห้องพัก ได้ตรงตามเวลาที่นัดหมาย					
23. ท่านสามารถเข้าพบพนักงานได้ทันทีที่เกิดปัญหา					
24. มีการแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้พักอาศัยอยู่ สม่ำเสมอ					
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพของบ้านเพลินิจิตรอาร์ทเมนต์</b>					
25. ภายในอาคารมีความสะอาดดี					
26. ภายนอกอาคารมีความสะอาดดี					
27. ห้องรับรองภายในอาคารมีขนาดเพียงพอต่อผู้ให้บริการ					
28. ลิฟท์โดยสารมีความปลอดภัยดี					

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความในแบบสอบถามแต่ละข้อ และใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องระดับของความคิดเห็นที่แท้จริงของท่านมากที่สุดเพียงหนึ่งช่อง

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์	ระดับความพึงพอใจ				
	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจ	ปานกลาง	ไม่พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจอย่างมาก
	5	4	3	2	1
1. การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ ที่ท่านได้รับตรงตามที่คาดหวังไว้					
2. การบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ที่ท่านได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป					
3. การบริการของบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนต์ดีกว่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์อื่นที่ท่านเคยพักมา					



**ภาคผนวก ข**

**รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม**

## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. อาจารย์ ดร.ลำสัน เลิศกุลประหยัด	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวธัญพร เลิศวรรณพงษ์
วันเดือนปีเกิด	28 พฤษภาคม 2522
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	341/216 หมู่บ้านรุ่งเจริญ ถ.สุขุมวิท101/1 แขวงบางจาก เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	สมุหบัญชี
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท เน็คต้า (ประเทศไทย) จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2540	จาก โรงเรียนสายน้ำผึ้ง
พ.ศ.2544	ปริญญาบัณฑิต
พ.ศ.2554	จาก มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.