

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ปริญาพนธ์
ของ
ประสิทธิ์ ถาวร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
เมษายน 2548

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ปริญาพนธ์
ของ
ประสิทธิ์ ถาวร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2548

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

บทคัดย่อ
ของ
ประสิทธิ์ ถาวร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2548

ประสิทธิ์ ถาวร. (2547). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา*. ปรินญาณพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการผู้ควบคุม : อาจารย์ ดร. ธนัยวงศ์ กิริตวานิชย์ , ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิชา โกมลทัต

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เช่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ปัจจัยด้านแรงจูงใจและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เช่าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา โดยเปรียบเทียบอ้างอิงจากจำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่อายุสัญญาเช่ายังคงมีผลบังคับใช้ และผู้เช่าที่สัญญาเช่าสิ้นสุดลงแต่ยังคงชำระค่าเช่าให้กับการรถไฟแห่งประเทศไทย จำนวน 259 ราย (สัญญา) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายแบบเพียร์สัน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจะใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

ผลการวิจัยพบว่า

1. จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มผู้เช่าที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-40 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีอาชีพอิสระหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว มีกองจัดการเดินรถเขตเป็นคู่สัญญาเช่า มีลักษณะการเช่าเป็นเช่าที่ดิน มีลักษณะการใช้ประโยชน์เพื่อประกอบการพาณิชย์หรืออื่นๆ มีระยะเวลาในการเช่ามากกว่า 10 ปีขึ้นไป และมีรายได้ที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ผู้เช่าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ในด้านคุณค่าที่ได้รับ ด้านต้นทุน ด้านความสบาย และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉยๆ ในด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย ในด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร

3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ผู้เช่าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ในด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉยๆ ในด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์

4. ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้เช่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ในด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการในการเช่า

5. เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6. อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

8. อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

9. คู่สัญญาเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

10. ลักษณะการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

11. ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

12. ระยะเวลาในการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

13. รายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

14. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ในด้านคุณค่าที่ได้รับ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และด้านความสบาย โดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

15. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ ที่เกิดจากเหตุผล ที่เกิดจากอารมณ์ และที่เกิดจากการอุปถัมภ์ โดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

**FACTORS INFLUENCING LEASEES SATISFACTION ON LAND AND BUILDING
OF THE STATE RAILWAY OF THAILAND IN NAKORN RACHASIRI**

**AN ABSTRACT
BY
PRASIT THAWORN**

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University
MAY 2005**

Prasit Thaworn. (2005) *Factors Influencing Leasee's Satisfaction on Land and Building State Rail Way of Thailand in Nakornratchasima Province*. Master thesis ,M.B.A. (Management). Bangkok : Graduated School. Srinakharinwirot University.
Advisor Committee : Dr. Thanaiwong Kirativanich., Asst.Prof. Suvicha Komolatath.

The purpose of this research is to study the factors influencing leasee's satisfaction on land and building of state rail way of Thailand in Nakornratchasima province. The study focuses on personal data factors of leasees, marketing mix factors on point of view of customer, motivation factors and satisfaction factors of leasees affecting marketing mix factors. The sample group of this research is land and building leasees of state rail way of Thailand in Nakornratchasima province by referring from amount of land and building leasees who is still enforced by lease contract, including the leasees who met the end of contract, but they still pay the rent to the state rail way of Thailand amount 259 persons. The collection method is questionnaire. The statistics used in the data analysis are percentage, mean score, standard deviation, t-test, compared mean by Least Significant Different (LSD) method. The statistical correspondence is analyzed by pearson method. Then the data is analyzed using SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for windows.

The result were as followed :

1. Most of leasees who replied the questionnaire were male, with age between 20 and 40 years old. Most of them earned equal or lower than high school, they were free lance or business owner, and have department of rail way management as a contractor, in the period of rent more than 10 years. Most of their proprety leasing were less or equal 10,000 baht.
2. Marketing mix factors of the customer point of view. Most of them agreed on the aspect of value, cost, convenience. And their opinion were at the normal level in aspect of caring, success on respond to their need, but disagree on convenience of communication.
3. Motivation factors, most of them had the opinion at agree level regarding their opinion agreed with the aspect of motivation caused by product, caused by up holding, including caused by reason and emotion were in normal level.
4. Satisfaction factors affecting marketing mix regarding most of leasees' satisfaction were in high level. The aspect of product and physic regarding their satisfaction were in moderate level. The aspect of price, sale distribution, staff, regarding their satisfaction were in low level.

5. The difference in gender regarding satisfaction on renting land and building were different in the aspect of physic, at the significant level 0.05. The result was correspondence to the assumption.

6. The difference in age regarding satisfaction on renting land and building were different in the aspect of product, price and sale promotion, at the significant level 0.05. The result was correspondence to the assumption.

7. The difference in education regarding satisfaction on renting land and building were not different. The result was not correspondence to the assumption.

8. The difference in occupation regarding satisfaction on renting land and building were different in the aspect of product, price and sale promotion and physic, at the significant level 0.05. The result was correspondence to the assumption.

9. The difference in contractor regarding satisfaction on renting land and building were different in the aspect of selling channel, sale promotion, processing, physic and staff at the significant level 0.05. The result was correspondence to the assumption.

10. The difference in rent regarding satisfaction on renting land and building were different in the aspect of selling channel, sale promotion, processing, physic and staff at the significant level 0.05. The result was correspondence to the assumption.

11. The difference in using benefit regarding satisfaction on renting land and building were different in the aspect of physic at the significant level 0.05. The result was correspondence to the assumption

12. The difference in period of time regarding satisfaction on renting land and building were different in the aspect of physic at the significant level 0.05. The result was correspondence to the assumption

13. The difference in income received from rent regarding satisfaction on renting land and building were different in the aspect of sale promotion, at the significant level 0.05. The result was correspondence to the assumption.

14. Marketing mix factors in the point of view of customer in the aspect of value, cost, convenience, communication, caring, success on response and comfort, most of aspect were associated with the satisfaction on land and building lease.

15. Motivation factors caused by product, reason, emotion and up holding, most of aspect were associated with the satisfaction on land and building lease.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ปริญาพนธ์
ของ
ประสิทธิ์ ถาวร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
เมษายน 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ของ
นายประสิทธิ์ ถาวร

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2548

คณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์

.....ประธาน
(อาจารย์ ดร.ชนัยวงศ์ กิรติวานิชย์)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิชา โกมลทัต)

.....กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์พนสุข)

.....กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(อาจารย์ ภาศกร สกลรักษ์)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ด้วยการสนับสนุนจากอาจารย์ ดร.ธนัยวงศ์ กิรีตวานิชย์ ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิชา โกมลทัต กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ อันมีคุณค่า และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการวิจัยอย่างดียิ่ง อีกทั้งความเมตตาในการช่วยเหลือด้านต่างๆ ตลอดงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้งสองท่าน ด้วยความซาบซึ้งใจ และความเคารพอย่างสูง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข และอาจารย์ภัทร สกลรักษ์ ที่ให้ความกรุณาในการเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย และกรุณาเป็นกรรมการแต่งตั้งเพิ่มเติมในการสอบปริญญานิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการปรับปรุงแก้ไขให้ปริญญานิพนธ์มีความเรียบร้อยสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตนี้ที่ได้มอบความรู้ แนวคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้นอันทำให้ผู้วิจัยมีการเติบโตทางความคิด และสามารถเอาชนะอุปสรรคทั้งหลายได้ตลอดมา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ การรถไฟแห่งประเทศไทยที่ให้โอกาส และทุนสนับสนุนการศึกษา และที่สำคัญท่าน ดร.จิตต์สันติ ธนะโสภณ ผู้ว่าการการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย รวมถึงเจ้าหน้าที่สถานีรถไฟในเขตจังหวัดนครราชสีมาทุกท่านที่ได้ช่วยกรุณาเก็บแบบสอบถามให้แก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณมาไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ ญาติพี่น้อง เพื่อนๆ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รุ่นที่ 5 ภาคปกติ และเจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ทุกท่านที่เป็นแรงใจ และให้ความช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา ตลอดจนผู้ร่วมตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ประสิทธิ์ ถาวร

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ-----	1
ภูมิหลัง -----	1
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า-----	3
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า-----	3
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า-----	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา-----	5
นิยามคำศัพท์เฉพาะ-----	6
กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า-----	12
สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า-----	13
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง-----	15
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ-----	15
ปัจจัยด้านแรงจูงใจ-----	23
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ-----	31
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ-----	36
ความเป็นมา รูปแบบโครงสร้าง และการให้บริการเช่าของการรถไฟฟ้า-----	53
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง-----	72
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า-----	76
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง-----	76
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย-----	80
การเก็บรวบรวมข้อมูล-----	87
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล-----	87
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล-----	88

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล-----	92
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล-----	92
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล -----	92
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน -----	192
5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ-----	207
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า -----	207
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า -----	213
ผลการทดสอบสมมติฐาน -----	217
อภิปรายผล -----	221
ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย-----	234
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป-----	240
บรรณานุกรม-----	241
ภาคผนวก -----	247
ภาคผนวก ก.-----	248
ภาคผนวก ข.-----	258
ภาคผนวก ค.-----	261
ประวัติย่อผู้วิจัย-----	264

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	แสดงจำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคาร และคู่สัญญาแยกตามเขตการเดินรถ 1-5 ของการรถไฟแห่งประเทศไทย-----	2
2	แสดงจำนวนรายชื่อบริษัท และจำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคารในเขตจังหวัด นครราชสีมา -----	4
3	แสดงจำนวนรายชื่อบริษัท และจำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคารในเขตจังหวัด นครราชสีมา (ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง) -----	79
4	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา คู่สัญญาเช่า ลักษณะการเช่า ลักษณะการใช้ประโยชน์ ระยะเวลาในการเช่า และรายได้ที่ได้รับจากการเช่า-----	95
5	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้า-----	98
6	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านแรงจูงใจ -----	101
7	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านความพึงพอใจ ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด-----	103
8	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์-----	108
9	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านราคา-----	109
10	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย -----	109
11	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการขาย -----	110
12	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านกระบวนการ -----	110
13	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพ -----	111
14	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านบุคลากร -----	111

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

15	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์-----	112
16	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอายุที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์-----	113
17	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านราคา-----	114
18	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอายุที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านราคา-----	114
19	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย-----	115
20	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการขาย-----	116
21	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอายุที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย-----	116
22	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านกระบวนการ-----	117
23	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพ-----	117
24	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุที่มีผลต่อด้านความพึงพอใจ ด้านบุคลากร-----	118
25	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์-----	119
26	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านราคา-----	119
27	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย-----	120
28	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการขาย-----	120

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

29	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านกระบวนการ -----	121
30	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพ -----	122
31	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านบุคลากร -----	122
32	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ -----	123
33	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอาชีพที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ -----	124
34	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านราคา -----	125
35	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอาชีพที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านราคา -----	125
36	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย -----	126
37	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการขาย -----	127
38	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอาชีพที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย -----	128
39	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านกระบวนการ -----	129
40	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพ -----	129
41	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอาชีพที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ -----	130
42	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านบุคลากร -----	131

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
43 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์-----	132
44 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านราคา-----	133
45 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย-----	133
46 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการขาย-----	134
47 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านกระบวนการ-----	134
48 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพ-----	135
49 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านบุคลากร-----	135
50 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์-----	136
51 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านราคา-----	137
52 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย-----	137
53 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการขาย-----	138
54 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านกระบวนการ-----	138
55 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพ-----	139
56 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านบุคลากร-----	139

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

57	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์-----	140
58	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านราคา-----	141
59	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านช่องการจัดจำหน่าย-----	141
60	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย-----	142
61	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านกระบวนการ-----	142
62	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ-----	143
63	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ ประโยชน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ-----	144
64	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านบุคลากร-----	145
65	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์-----	146
66	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านราคา-----	146
67	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย-----	147
68	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย-----	148
69	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านกระบวนการ-----	148
70	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ-----	149

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

71	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่า ที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ-----	150
72	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านบุคลากร-----	151
73	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์-----	152
74	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านราคา-----	152
75	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย-----	153
76	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย-----	153
77	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านรายได้ที่ได้รับ จากการเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย-----	154
78	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านกระบวนการ-----	155
79	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ-----	155
80	แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่มีผลต่อ ความพึงพอใจด้านบุคลากร-----	156
81	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้า ด้านคุณค่าที่ได้รับที่มีผลต่อความพึงพอใจ-----	157
82	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้า ด้านต้นทุนที่มีผลต่อความพึงพอใจ-----	160
83	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้า ด้านความสะดวกที่มีผลต่อความพึงพอใจ-----	164
84	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้าด้านการติดต่อสื่อสารที่มีผลต่อความพึงพอใจ-----	167

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

85	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้าด้านการดูแลเอาใจใส่ที่มีผลต่อความพึงพอใจ -----	170
86	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้าด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ -----	173
87	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้าด้านความสบายที่มีผลต่อความพึงพอใจ -----	177
88	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัว ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจ -----	180
89	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ที่มีผลต่อความพึงพอใจ -----	183
90	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ -----	186
91	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการ อุปถัมภ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจ -----	189
92	แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านส่วนบุคคลของผู้เช่าที่ แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกัน -----	192
93	แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม -----	198
94	แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจโดยรวม -----	203

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย -----	12
2 การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า -----	23
3 ลำดับขั้นของความต้องการของมาสโลว์ (Maslow) -----	30
4 แสดงคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า -----	33
5 แสดงกระบวนการบริการ -----	48
6 แผนภูมิวิธีวัดเป้าหมายของการให้บริการสาธารณะ -----	51
7 แผนภูมิแสดงโครงสร้างการบริหารของการรถไฟแห่งประเทศไทย -----	56
8 แผนภูมิแสดงโครงสร้างการบริหารของฝ่ายบริหารทรัพย์สิน -----	68
9 ขั้นตอนการพิจารณา และกระบวนการดำเนินงานด้านการจัดให้เช่า -----	71

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การรถไฟแห่งประเทศไทยจัดเป็นหน่วยงานของรัฐที่อยู่ในรูปรัฐวิสาหกิจ มีฐานะเป็นนิติบุคคลตามพระราชบัญญัติการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ.2494 แบ่งการบริหารงานออกเป็น 13 ฝ่าย และ 6 สำนักงาน การรถไฟแห่งประเทศไทยถือกำเนิดขึ้นและเปิดทำการเดินรถครั้งแรกเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2439 จนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 108 ปี มีเส้นทางครอบคลุมทุกภาคของประเทศไทย รวมระยะทางยาว 4,180.315 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 46 จังหวัด มีขบวนรถโดยสาร จำนวน 283 ขบวน ต่อวัน มีขบวนรถสินค้า จำนวน 90 ขบวน ต่อวัน มีรายได้รวมในปี 2546 จำนวน 8,864 ล้านบาท แต่มีค่าใช้จ่ายรวม 14,528 ล้านบาท ขาดทุนสุทธิ 5,664 ล้านบาท ทำให้การรถไฟแห่งประเทศไทยยังคงประสบกับปัญหาการขาดทุนสะสมที่เพิ่มขึ้นจนถึงปี 2546 จำนวนรวมทั้งสิ้นถึง 17,498 ล้านบาท และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านการขึ้นราคาค่าโดยสารเพื่อมาชดเชยผลขาดทุนยังคงถูกควบคุมโดยรัฐ กอปรกับในปัจจุบันระบบการคมนาคมของประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามกระแสการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้เอกชนเข้ามาดำเนินการในบางส่วน ซึ่งจะเห็นได้จากการให้บริษัทเอกชนเข้ามาดำเนินการทั้งทางบกและทางอากาศ เช่น การเปิดสายการบินราคาถูก และรถโดยสารร่วมบริการ เป็นต้น ทำให้ระบบการขนส่งภายในประเทศไทยมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง จึงเป็นเรื่องยากที่การรถไฟแห่งประเทศไทยจะเพิ่มรายได้หลักในด้านการโดยสารและสินค้า ทำให้ต้องพึ่งพาเงินชดเชยผลขาดทุนจากรัฐบาลเป็นจำนวนมาก และเพิ่มขึ้นทุกปี ส่งผลให้การบริหารจัดการองค์กรมีความเป็นอิสระน้อยลงอันเนื่องมาจากรัฐบาลต้องเข้ามาควบคุมการใช้จ่ายเงิน เพื่อลดการพึ่งพาเงินชดเชยและเงินอุดหนุนจากรัฐบาลในแต่ละปีให้น้อยลง และเป็นการแบ่งเบาภาระของรัฐบาล การรถไฟแห่งประเทศไทยจึงจำเป็นต้องจัดหารายได้จากทางเลือกอื่นที่เพิ่มขึ้น ซึ่งทางเลือกหนึ่งก็คือการพัฒนาการจัดประโยชน์ในที่ดินของการรถไฟฯ ที่มีอยู่ทั่วประเทศ จำนวน 233,862 ไร่ โดยแบ่งเป็นพื้นที่เขตทาง บ้านพัก/ที่ทำการ ย่านสถานี และพื้นที่อื่น ๆ จำนวน 186,639 ไร่ 3,107 ไร่ 5,508 ไร่ และ 38,604 ไร่ ตามลำดับ (ข้อมูลจากศูนย์เทคนิค ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน) และมีรายได้จากการบริหารทรัพย์สิน (ค่าเช่า) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปี 2543 มีรายได้ 552 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 981 ล้านบาท ในปี 2546 หรือเพิ่มขึ้นสูงถึง 77% และมีจำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยกระจายอยู่ทั่วประเทศ รวม 11,729 สัญญา (ข้อมูลจากฝ่ายการเงินและการบัญชี) แต่เมื่อพิจารณาถึงบัญชีลูกหนี้จากการบริหารทรัพย์สิน(ค่าเช่า) พบว่ามียอดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน ซึ่งจะเห็นได้จากบัญชีลูกหนี้จากการบริหารทรัพย์สินสุทธิปี 2543 มียอดลูกหนี้ 81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 202 ล้านบาท ในปี 2546 หรือ

เพิ่มขึ้นสูงถึง 149% (ข้อมูลจากรายงานของผู้สอบบัญชีและงบการเงินของการรถไฟแห่งประเทศไทย สำหรับปีสิ้นสุด 30 กันยายน 2543 และ 2546)

ทั้งนี้สามารถแบ่งจำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคาร และคู่สัญญาออกตามเขตการเดินรถของการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งมีอยู่จำนวน 5 เขต ดังตารางนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคาร และคู่สัญญาแยกตามเขตการเดินรถ 1 – 5 ของการรถไฟแห่งประเทศไทย

เขตการเดินรถ	คู่สัญญาเช่า		จำนวนผู้เช่า (สัญญา)
	ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน	กองจัดการเดินรถเขต	
1	1,218	798	2,016
2	926	2,917	3,843
3	618	2,032	2,650
4	426	1,259	1,685
5	446	1,089	1,535
รวม	5	4,634	8,095
			11,729

ที่มา : ฝ่ายการเงินและการบัญชี การรถไฟแห่งประเทศไทย. ธันวาคม 2547.

จำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยที่กระจายอยู่ทั่วประเทศทั้ง 5 เขตการเดินรถ รวมผู้เช่าจำนวน 11,729 ราย (สัญญา) โดยการจัดให้เช่าตามระเบียบการรถไฟแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 129 ว่าด้วยการจัดประโยชน์ในทรัพย์สินของการรถไฟแห่งประเทศไทย และระเบียบวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการที่ดินรถไฟ พ.ศ. 2484 เช่นเดียวกัน และสถานที่ตั้งสถานีจะมีลักษณะทางกายภาพ องค์ประกอบและสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานใกล้เคียงกัน ซึ่งจากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าเขตการเดินรถที่ 2 เป็นเขตการเดินรถที่มีจำนวนผู้เช่าสูงสุด กล่าวคือ มีจำนวนถึง 3,843 ราย (สัญญา) และเขตการเดินรถดังกล่าวครอบคลุมพื้นที่รวม 10 จังหวัด ประกอบด้วยจังหวัดสระบุรี ลพบุรี นครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย บัรรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และจากจังหวัดดังกล่าว ผู้วิจัยได้เลือกที่จะศึกษาผู้เช่าที่ดิน/อาคารในเขตจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่เป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร และมีสถานีรถไฟตั้งอยู่ในพื้นที่มากที่สุด รวม 34 สถานี และมีผู้เช่ารวม 854 ราย อีกทั้งมีสภาพเศรษฐกิจโดยรวมเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผลที่ตามมาทำให้มีความต้องการที่ดินเพื่อปลูกสร้างอาคารพาณิชย์ บ้านเช่า และโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก

ดังนั้น การพัฒนาการจัดประโยชน์ในที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อให้เกิดการเช่ามากที่สุด จำเป็นจะต้องให้บริการแก่ผู้เช่าด้วยบริการที่ดี เป็นธรรม เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ อันจะนำมาซึ่งประโยชน์แก่อนุวยงานและสังคมส่วนรวม ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา เพื่อใช้เป็นแนวทางปรับปรุงการให้บริการจัดให้เช่าที่ดิน/อาคาร ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นข้อเสนอแนะต่อการรถไฟแห่งประเทศไทยในการพัฒนาการจัดให้เช่าที่ดิน/อาคารสำหรับพื้นที่ของการรถไฟฯ ในเขตจังหวัดอื่นๆ ต่อไป

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า สำหรับการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกิดจากแรงจูงใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
5. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
6. เพื่อนำผลการศึกษาไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และเชิงปฏิบัติ เพื่อปรับปรุงรูปแบบและวิธีการในการให้บริการด้านการจัดให้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาเสนอแนะต่อการรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อพิจารณาใช้ในการปรับปรุงรูปแบบและวิธีการในการจัดให้เช่าที่ดิน/อาคาร ในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ ต่อไป

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 34 สถานี และมีผู้เช่ารวม 854 ราย โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Proportional Stratified Random Samples) เฉพาะสถานีที่มีคู่สัญญาเช่าทั้งฝ่ายบริหารทรัพย์สินและกองจัดการเดินรถเขต ได้จำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคารทั้งหมดที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นรวม 20 สถานี จำนวน 731 ราย (สัญญา)

ตาราง 2 แสดงรายชื่อสถานี และจำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ลำดับที่	สถานี	คู่สัญญาเช่า		จำนวน ผู้เช่า (สัญญา)
		ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน	กองจัดการเดินรถเขต	
1	ปากช่อง	9	70	79
2	คลองไผ่	2	8	10
3	สีคิ้ว	5	69	74
4	สูงเนิน	2	46	48
5	กุดจิก	6	2	8
6	โคกกรวด	4	2	6
7	ภูเขาลาด	3	13	16
8	นครราชสีมา	45	19	64
9	ชุมทางถนนจิระ	5	28	33
10	บ้านเกาะ	1	19	20
11	หนองแมว	2	13	15
12	โนนสูง	14	8	22
13	พลสงคราม	1	19	20
14	เมืองคง	5	13	18
15	ชุมทางบัวใหญ่	64	106	170
16	บ้านพะเนา	2	8	10
17	ท่าช้าง	2	11	13

ตาราง 2 (ต่อ)

ลำดับที่	สถานี	คู่สัญญาเช่า		จำนวน ผู้เช่า (สัญญา)
		ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน	กองจัดการเดินรถเขต	
18	จักรราช	7	24	31
19	บ้านหินโคน	1	18	19
20	ห้วยแถลง	10	45	55
รวม	20	190	541	731

ที่มา : ฝ่ายการเงินและการบัญชี การรถไฟแห่งประเทศไทย. ธันวาคม 2547.

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งได้จากข้อมูลผู้เช่าที่ดิน/อาคาร จำนวน 731 ราย (สัญญา) ผู้วิจัยจึงทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขึ้นตามสูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างพอดีของยามาเน่ (Yamane, 1975 : 725) ในการประมาณค่าความเชื่อมั่น 95% จึงได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 259 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- คู่สัญญาเช่า
- ลักษณะการเช่า
- ลักษณะการใช้ประโยชน์
- ระยะเวลาในการเช่า
- รายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ได้แก่

- คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ
- ต้นทุน
- ความสะดวก
- การติดต่อสื่อสาร
- การดูแลเอาใจใส่
- ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ
- ความสบาย

1.3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ได้แก่

- ที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์
- ที่เกิดจากเหตุผล
- ที่เกิดจากอารมณ์
- ที่เกิดจากการอุปถัมภ์

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ

ความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่

1.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์
- ราคา
- ช่องทางการจัดจำหน่าย
- การส่งเสริมการขาย
- กระบวนการ
- ลักษณะทางกายภาพ
- บุคลากร

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับงานวิจัยดังนี้

1. การรถไฟแห่งประเทศไทย หมายถึง หน่วยงานของรัฐที่อยู่ในรูปรัฐวิสาหกิจ มีฐานะเป็นนิติบุคคลตามพระราชบัญญัติการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2494 มีหน้าที่หลักในการจัดดำเนินการ และนำมาซึ่งความเจริญของกิจการรถไฟเพื่อประโยชน์แห่งรัฐและประชาชน และดำเนินธุรกิจอันเกี่ยวกับการขนส่งของรถไฟ และธุรกิจอื่นซึ่งเป็นประโยชน์แก่กิจการรถไฟ

2. เขตการเดินรถ 2 หมายถึง เขตการปกครองของกองจัดการเดินรถเขต 2 ฝ่ายการเดินรถ การรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งมีที่ทำการตั้งอยู่ที่สถานีนครราชสีมา (จังหวัดนครราชสีมา มีเขตการปกครองในทางสายตะวันออกเฉียงเหนือ ตั้งแต่เขตสถานีด้านเหนือ (ด้านสถานีหนองกวย)ของสถานีชุมทางบ้านภาชี (ไม่รวมสถานีชุมทางบ้านภาชี) ถึงสถานีอุบลราชธานี และสถานีหนองคาย และจากสถานีชุมทางแก่งคอย ถึงสถานีชุมทางบัวใหญ่

3. สถานีรถไฟ หมายถึง หน่วยงานที่การรถไฟแห่งประเทศไทยได้จัดตั้งขึ้นไว้เพื่อให้บริการประชาชนทั่วไป ในด้านการรับ-ส่งผู้โดยสาร สินค้า และอื่น ๆ โดยมีเจ้าหน้าที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทยประจำที่สถานีไว้คอยให้บริการประชาชนทั่วไป เฉพาะในเขตจังหวัดนครราชสีมา มีจำนวน 34 สถานี

4. ที่ดินรถไฟ หมายถึง ที่ดินทั้งหลายที่ได้จัดซื้อ หรือเช่าซื้อไว้ใช้ในกิจการการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยชอบด้วยพระราชกำหนดกฎหมาย เฉพาะที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตการเดินรถ 2 ตั้งแต่สถานีหนองกวย ถึงสถานีอุบลราชธานี และสถานีหนองคาย และ จากสถานีชุมทางแก่งคอย ถึง สถานีชุมทางบัวใหญ่

5. อาคาร/ตึกแถว หมายถึง อาคารที่ก่อสร้างติดต่อกันเป็นแถวยาวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไป มีผนังร่วมแบ่งอาคารเป็นคูหาและประกอบด้วยวัสดุทนไฟเป็นส่วนใหญ่

6. การให้บริการ หมายถึง บริการที่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้เช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ให้แก่ประชาชนทั่วไปที่มาขอเช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทย

7. ผู้เช่าที่ดิน/อาคาร หมายถึง ประชาชนทั่วไปที่มาขอรับบริการด้านการเช่าที่ดิน/อาคาร จากการรถไฟแห่งประเทศไทย เฉพาะในเขตจังหวัดนครราชสีมา

8. ระบบการให้บริการ หมายถึง องค์ประกอบ และโครงข่ายที่สัมพันธ์กันของกิจกรรมบริการ เช่น ระบบการแจ้งความจำนงค์ขอเช่าที่ดิน/อาคาร โดยยื่นเรื่องขอเช่า และจัดส่งเอกสารหลักฐานในการขอเช่า เช่น บัตรประจำตัวประชาชน สำเนาทะเบียนบ้าน แผนผังบริเวณที่ดิน/อาคารที่ขอเช่า วัตถุประสงค์ในการเช่า จำนวนเนื้อที่ที่ขอเช่า และระยะเวลาในการเช่า เป็นต้น การพิจารณาอนุมัติหรือไม่อนุมัติให้เช่า ตลอดจนการแจ้งให้ทราบผลการพิจารณาในเรื่องการอนุมัติหรือไม่อนุมัติให้เช่า

9. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง คุณสมบัติอันเป็นลักษณะเฉพาะตัวของ ผู้เช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทย ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ คู่สัญญาเช่า ลักษณะการเช่า ลักษณะการใช้ประโยชน์ ระยะเวลาในการเช่า และรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน

10. อายุ หมายถึง อายุปีเต็มของผู้เช่านับตั้งแต่ปีที่เกิดจนถึงปีที่ตอบแบบสอบถาม

11. ระดับการศึกษา หมายถึง วุฒิกการศึกษาที่สำเร็จขั้นสูงสุดของผู้เช่าในปีที่ตอบแบบสอบถาม

12. รายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน หมายถึง ผลตอบแทนที่ผู้เช่าได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคาร จากการรถไฟแห่งประเทศไทย ในปัจจุบัน จนถึงวันที่ผู้เช่าตอบแบบสอบถาม

13. คู่สัญญาเช่า หมายถึง คู่สัญญาทั้ง 2 ฝ่าย ระหว่างผู้เช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทย และผู้แทนฝ่ายบริหารทรัพย์สิน หรือกองจัดการเดินรถเขต ที่ทำการแทนการรถไฟแห่งประเทศไทย

14. ลักษณะการเช่า หมายถึง เงื่อนไขในสัญญาเช่าที่ผู้เช่าได้ทำไว้กับการรถไฟแห่งประเทศไทยที่ระบุข้อความว่าเป็นการเช่าที่ดิน หรืออาคาร

15. ลักษณะการใช้ประโยชน์ หมายถึง ผู้เช่าได้ใช้ประโยชน์จากพื้นที่เช่าไปในลักษณะใด เช่นกิจการพาณิชย์ ที่อยู่อาศัย หรือการเกษตร เป็นต้น

16. ระยะเวลาในการเช่า หมายถึง เงื่อนไขในสัญญาเช่าที่ผู้เช่าได้ทำไว้กับการรถไฟแห่งประเทศไทยที่ระบุข้อความว่าสัญญาเช่ามีกำหนดอายุกี่ปี โดยเริ่มตั้งแต่วันที่เช่าถึงวันสิ้นสุดที่ตอบแบบสอบถาม

17. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย

17.1 ผลិតภัณฑ์ หมายถึง พื้นที่ที่เปิดให้เช่า และประโยชน์ใช้สอย ของที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย เฉพาะในเขตจังหวัดนครราชสีมา

17.2 ราคา หมายถึง ค่าเช่าและค่าธรรมเนียม ในการเช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

17.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ความสะดวกในการเช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

17.4 การส่งเสริมการขาย หมายถึง การให้ข้อมูลที่ดิน/อาคารที่เปิดให้เช่าของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

17.5 กระบวนการเช่า หมายถึง การขอเช่า การอนุมัติให้เช่า การชำระเงิน และการแจ้งเดือน ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

17.6 ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก ของที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

17.7 บุคลากร หมายถึงเจ้าหน้าที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทยในเขตจังหวัดนครราชสีมา

18. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ คือ ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจให้ผู้เช่าเข้ามาขอเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย

18.1 ปัจจัยที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากตัวที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ที่ตรงกับความต้องการของผู้

เช่า ในด้าน ประโยชน์ใช้สอย จำนวนพื้นที่ ความพร้อมของพื้นที่ และไม่สามารถหาเช่าหรือซื้อได้จากที่อื่น ๆ เป็นต้น

18.2 ปัจจัยที่เกิดจากเหตุผล หมายถึงแรงจูงใจที่เกิดจากการไคร่ครวญพิจารณาของผู้เช่าอย่างมีเหตุผลก่อนว่าทำไมจึงเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา เช่น การเปิดเผยข้อมูล การใช้เงินลงทุนน้อยกว่าการซื้อ ระยะเวลาในการเช่าระบุไว้อย่างชัดเจน สามารถนำสิทธิการเช่าไปใช้เป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อจากธนาคาร ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์ที่เช่าสูงกว่าการนำเงินไปใช้หาประโยชน์ในด้านอื่น และสามารถโอนสิทธิการเช่าให้กับบุคคลอื่นได้ เป็นต้น

18.3 ปัจจัยที่เกิดจากอารมณ์ หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากการแข่งดีแข่งเด่นกัน ความต้องการจุดเด่นเป็นเอกเทศ หรือคล้อยตามผู้อื่น จากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา เช่น เช่าตามคู่แข่ง ญาติพี่น้องหรือคนรู้จักชักจูง ต้องการอุดหนุนหน่วยงานของรัฐ เป็นต้น

18.4 ปัจจัยที่เกิดจากการอุปถัมภ์ หมายถึงแรงจูงใจที่เกิดจากการให้บริการดี ราคาสมเหตุสมผล และชื่อเสียงของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา เช่น ต้นทุนในการลงทุนต่ำ ได้รับผลประโยชน์อย่างต่อเนื่อง มีการกำหนดราคาค่าเช่าไว้อย่างชัดเจน และเจ้าของที่ดิน/อาคารที่เปิดให้เช่า เป็นหน่วยงานของรัฐ เป็นต้น

19. ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติ หรือความรู้สึก หรือความประทับใจของผู้เช่า ที่แสดงผลออกมาเป็นความรู้สึกในเชิงบวก หรือเชิงลบ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทย ในด้านประโยชน์ใช้สอย ค่าเช่า ความสะดวกในการเช่า การให้ข้อมูล การอนุมัติให้เช่า การชำระเงิน ทำเลที่ตั้ง และความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ เป็นต้น

20. พื้นที่ที่เปิดให้เช่า หมายถึง พื้นที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทย เช่น พื้นที่ในเขตย่านสถานี ในเขตทางที่ไม่กีดขวางการเดินรถ หรือพื้นที่อื่น ๆ ที่เปิดให้เช่า

21. ประโยชน์ใช้สอย หมายถึง ผลลัพธ์ของบริการ (Outcome of Service) ที่ได้รับอนุมัติให้เช่าในขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินการนั้นว่ามีคุณค่าหรือประโยชน์ใช้สอยต่อผู้เช่าหรือผู้รับบริการ (Users) มากน้อยเพียงใด เช่น การให้เช่าที่ดิน ผลลัพธ์ของบริการ คือ ผู้เช่าสามารถใช้สอยที่ดินที่เช่าได้เต็มศักยภาพของเนื้อที่ที่เช่า ระยะเวลาในการเช่า และสามารถนำพื้นที่ไปใช้ได้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ เป็นต้น

22. ค่าเช่าและค่าธรรมเนียม หมายถึง ความรู้สึกเหมาะสม หรือไม่เหมาะสมในเรื่องอัตราค่าเช่าที่เรียกเก็บ เปรียบเทียบกับประโยชน์ใช้สอยที่ได้รับจากที่ดิน/อาคารที่เช่า

23. ความสะดวกในการเช่าที่ดิน/อาคาร หมายถึง ความง่ายและความมากน้อยของเงื่อนไขที่จะทำให้เกิดสิทธิในการเช่าที่ดิน/อาคาร เช่น การยื่นเรื่องขอเช่าสามารถทำได้หลายทางไม่ว่าจะส่งทางไปรษณีย์ ยื่นเรื่องด้วยตนเอง เป็นต้น นอกจากนี้มีเงื่อนไขในเรื่องเอกสารหลักฐานที่ต้องยื่นในการขอเช่าที่ดิน/อาคาร เช่น บัตรประจำตัวประชาชน ทะเบียนบ้าน แผนผังแสดงพื้นที่เช่า เป็นต้น

24. การให้ข้อมูลพื้นที่ที่จะเปิดให้เช่า หมายถึง การให้ข้อมูลของพื้นที่ที่จะเปิดให้เช่าโดยการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต หรือตีตประกาศที่หน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นต้น

25. กระบวนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนต่าง ๆ ในการพิจารณาให้เช่าที่ดิน/อาคารที่ต่อเนื่องกันตั้งแต่ เริ่มต้นของทางเดินของงาน (Initial Work Flow) จนถึงขั้นสุดท้ายของทางเดินของงาน (Final Work Flow) เช่น การขอเช่าที่ดิน ประกอบด้วย ขั้นตอนแรก คือ การยื่นเรื่องขอเช่าที่ดิน โดยการยื่นเรื่องด้วยตัวเอง ณ ที่ทำการสถานีของการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นที่ตั้งของที่ดิน/อาคารที่ขอเช่า หรือที่ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน ที่ตั้งอยู่กรุงเทพมหานคร จนถึงขั้นตอนพิจารณาอนุมัติหรือไม่อนุมัติ แจ้งให้ทราบผลการพิจารณาและให้ไปทำสัญญาเช่า ทำสัญญาเช่า รวมถึงการลงนามในสัญญาเช่าและส่งสัญญาเช่าคู่ฉบับกลับคืนให้แก่ผู้เช่า และการชำระค่าเช่าตลอดอายุสัญญา เป็นต้น

26. การขอเช่าที่ดินและการชำระเงิน หมายถึง ความยากง่ายในการขอรับบริการ เช่น การยื่นเรื่องขอเช่าที่สามารถยื่นด้วยตนเอง หรือยื่นเรื่องผ่านทางไปรษณีย์ได้ แต่การชำระเงินค่าเช่าจะต้องมาชำระที่ทำการสถานี ซึ่งเป็นที่ตั้งของที่ดิน/อาคารที่ขอเช่า หรือที่ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน หรือที่กองการเงิน ฝ่ายการเงินและการบัญชี ที่ตั้งอยู่กรุงเทพมหานคร เป็นต้น

27. การอนุมัติให้เช่าที่ดิน/อาคาร หมายถึง ความมากน้อยของขั้นตอน และความรวดเร็วของการพิจารณาในขั้นตอนต่าง ๆ เช่น ขั้นตอนยื่นเรื่องขอเช่า ขั้นตอนพิจารณาการให้เช่า อนุมัติหรือไม่อนุมัติให้เช่า แจ้งให้ผู้ขอเช่ามาทำสัญญา การลงนามในสัญญา ส่งสัญญาคู่ฉบับคืนให้ผู้เช่า เป็นต้น

28. การแจ้งเตือน หมายถึง ความคงเส้นคงวาของการให้บริการอย่างต่อเนื่องหรือแบบขาด ๆ หาย ๆ เช่น การแจ้งให้ทราบถึงกำหนดชำระค่าเช่า การแจ้งให้ชำระค่าภาษีโรงเรือนและที่ดินประจำปี การแจ้งให้ยื่นเรื่องขอต่อสัญญาเช่าตามกำหนดเวลาที่ระบุในสัญญา เมื่อสัญญาใกล้สิ้นสุด การแจ้งให้มารับเงินค่าประกันคืนเมื่อสัญญาหมดภาระผูกพันแล้ว เป็นต้น

29. ทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวกของพื้นที่เช่า หมายถึง ที่ตั้งของสถานบริการ และพื้นที่บริเวณใกล้เคียงที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย ชุมชน เส้นทางคมนาคม ความสะดวกในการเดินทาง ใกล้สถานที่ทำงาน สถาบันการศึกษา สถานที่ท่องเที่ยว ศูนย์การค้า ย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งอุปโภคบริโภค

30. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ หมายถึง พนักงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่เกี่ยวข้องในการให้บริการแก่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารในเรื่องต่าง ๆ

31. ความเอาใจใส่ในงานให้บริการของเจ้าหน้าที่ หมายถึง ความสนใจและตั้งใจในงานบริการ เช่น สนใจในการรับเรื่องต่างๆ จากผู้เช่า ให้คำอธิบายเมื่อผู้เช่าไม่เข้าใจ หรือขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม รวมทั้งความฉะฉานในการให้บริการนั้น ๆ

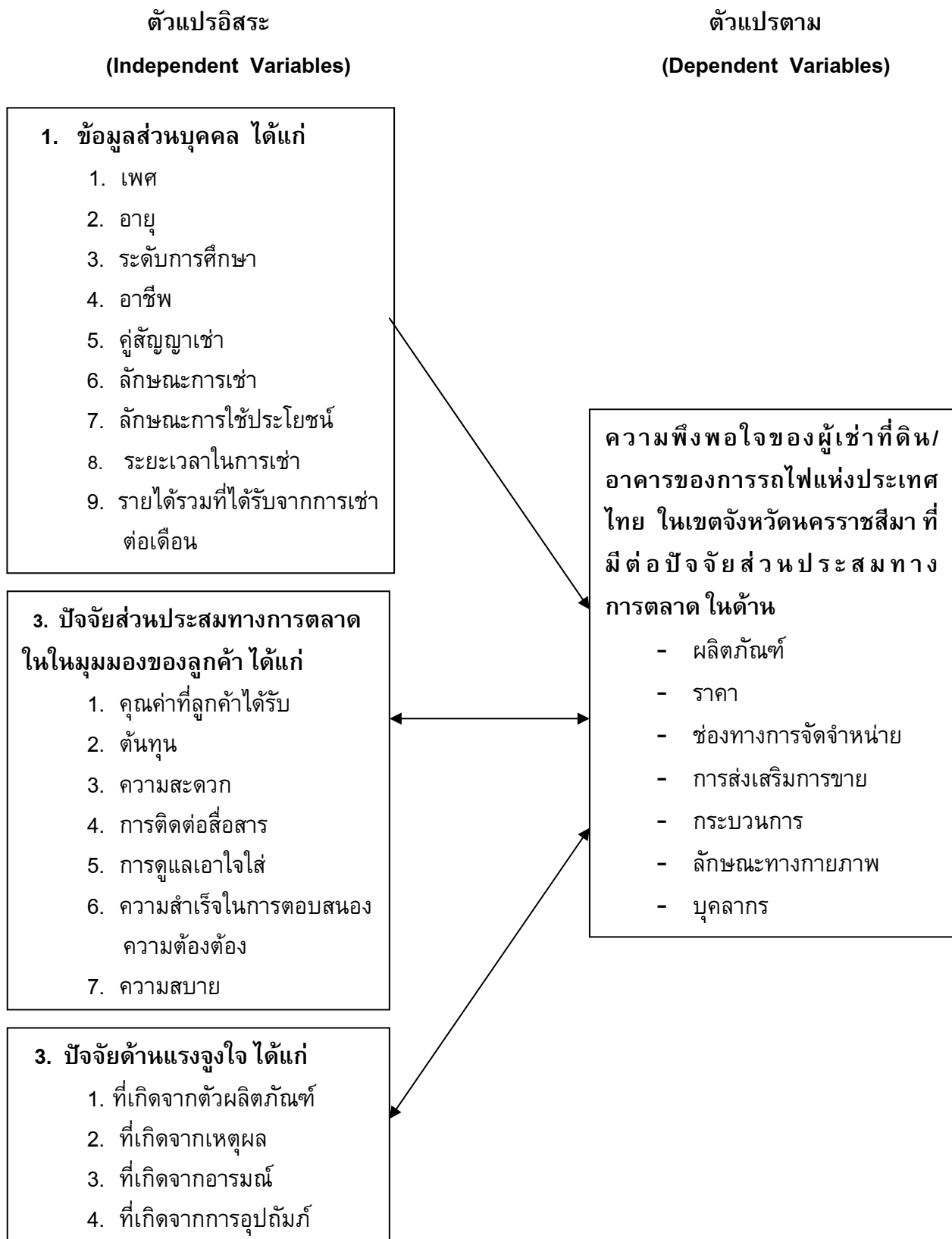
32. ความเสมอภาคในการให้บริการ หมายถึง การให้บริการต่อผู้ขอเช่าที่ดินอย่างเท่าเทียมกันไม่ลำเอียงหรือเลือกที่รักมักที่ชัง

33. บุคลิก ท่าที และมารยาทในการบริการ หมายถึง การแสดงออกต่อผู้ขอรับบริการในลักษณะยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่บึ้งตึง พุดจาสุภาพอ่อนโยน ไม่กระด้างหยาบคาย เป็นต้น

34. ความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ให้บริการ หมายถึง ความตรงไปตรงมาในการปฏิบัติต่อผู้ขอรับบริการโดยไม่เรียกร้องหรือรับผลประโยชน์หรือต่อรองผลประโยชน์ในการพิจารณาให้เช่าที่ดิน/อาคาร และการตรวจสอบควบคุมการใช้ประโยชน์ที่ดิน/อาคารของผู้เช่าให้เปลี่ยนแปลงไปจากเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญาเพื่อหวังผลประโยชน์ตอบแทนที่จะได้รับ

กรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา



สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. ปัจจัยด้านส่วนบุคคลของผู้เช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน
 - 1.1 ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน
 - 1.2 ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน
 - 1.3 ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน
 - 1.4 ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน
 - 1.5 กลุ่มสัญญาเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน
 - 1.6 ลักษณะการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน
 - 1.7 ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน
 - 1.8 ระยะเวลาในการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน
 - 1.9 ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
 - 2.1 ปัจจัยด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
 - 2.2 ปัจจัยด้านต้นทุน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
 - 2.3 ปัจจัยด้านความสะดวก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
 - 2.4 ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
 - 2.5 ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

2.6 ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

2.7 ปัจจัยด้านความสบาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

3.1 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

3.2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

3.3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

3.4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
5. ความเป็นมา รูปแบบโครงสร้างการบริหารงาน และการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคารของ การรถไฟแห่งประเทศไทย
6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 337) กล่าวว่า ธุรกิจบริการใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ราคา (Price) 3. การจัดจำหน่าย (Place) 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติมซึ่งประกอบด้วย 5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) 6. มีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management :TQM) 7. มีกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ (Customer satisfaction)

คอตเลอร์ (Kotler. 1997:92) กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริการ ว่า

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ประกอบไปด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้

2. ราคา(Price) หมายถึงมูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด ส่วนกิจกรรมนั้นเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

6. การสร้าง และนำเสนอลักษณะทางการตลาด (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management (TQM)

7. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการให้กับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction)

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 18-22) กล่าวว่า กลยุทธ์ส่วนผสมการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจะมี 4P's แต่ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริการจะมี 7P's ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ประกอบไปด้วยประเด็นสำคัญคือ

1.1 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) ควรจะกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของตนให้ชัดเจนก่อนที่จะทำการสื่อสารใดๆ ออกไป สินค้าที่เป็นผู้นำอันดับ 1 ในตลาดมักจะวางสินค้าของตนในตำแหน่งที่ชัดเจนและผู้บริโภคจะจดจำสินค้าที่ติดตลาดมาเป็นอันดับ 1 มากกว่าอันดับ 2 หรือ 3

1.2 บุคลิกภาพ (Personality) ก็คือการสร้างบุคลิกภาพให้แก่ตัวสินค้า ให้มีบุคลิกภาพที่ชัดเจนและถาวร เพื่อที่ผู้บริโภคสามารถคาดหวังสิ่งที่ได้จากตัวสินค้าได้ ต้องมีลักษณะที่เด่นแตกต่างจากสินค้าอื่นโดยใช้ คำพูด รูปภาพ อารมณ์

2. ราคา (Price) เป็นราคาที่ลูกค้าเห็นว่าเหมาะสม ยอมรับได้

3. การจัดจำหน่าย (Place) การกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าเมื่อต้องการได้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการหาวิธีการที่จะให้สินค้านั้นขายได้

5. การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม หลากรูปแบบ ก็เป็นอีกหนทางหนึ่งที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ ไม่เพียงแต่บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามเท่านั้นความสะอาดดีไซน์ที่ไม่เหมือนใคร โลโก้ที่ดูทันสมัยก็เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจได้

6. พนักงาน (People) แต่ก่อนจะเน้นแค่เพียงพนักงานขายเพียงอย่างเดียว โดยการอบรมและให้สิ่งจูงใจแก่พนักงานขาย ไม่ว่าจะเป็นค่าคอมมิชชั่น หรือสวัสดิการ จริงแล้วพนักงานทุกคนก็มีส่วนสำคัญเท่ากันหมด เพราะฝ่ายขายไม่สามารถทำงานคนเดียวได้ ทุกฝ่ายจะต้องช่วยดูแลลูกค้า ประสานงานกันอย่างมีประสิทธิภาพจึงจะรักษาลูกค้าไว้ได้

7. อำนาจ (Power) อำนาจของผู้บริหารระดับสูง เป็นสิ่งสำคัญในการแข่งขันทางตลาด โดยที่จะต้องรู้จักธุรกิจ รู้จักวิธีการ รู้จักคนที่ติดต่อประสานงาน รู้จักใช้คนให้เป็น รวมไปถึงการใช้ อำนาจในทางที่ถูกที่ควรด้วย จึงจะนำไปสู่อำนาจในการต่อรองทางการตลาดได้

8. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) สามารถสร้างภาพพจน์ให้สินค้าได้ดีกว่า การส่งเสริมการโฆษณาหรือการส่งเสริมการขาย เพราะการประชาสัมพันธ์จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ สินค้า ทำให้สินค้าเป็นที่น่าเชื่อถือ สามารถตั้งราคาขายได้แพงกว่าคู่แข่ง ทั้งยังได้รับความ ไว้วางใจและได้รับการเลือกซื้อ เลือกใช้มากกว่าคู่แข่ง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 63-83) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดของตลาด บริการแตกต่างไปจากส่วนประสมทางการตลาดทั่วไป มีการเน้นพนักงาน กระบวนการในการ ให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนนี้เป็นปัจจัยหลักของการบริการและเป็นส่วน เพิ่มจาก 4P's ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบไปด้วย 7Ps ได้แก่ (อ้างถึง Payne, 1993)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) การบริการเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งที่ไม่มีตัวตน (intangible product) ไม่สามารถจับต้องได้ เป็นอาการนาม เช่น ความสะอาด ความรวดเร็ว ความสบายใจ การ ให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น การบริการประกอบไปด้วยหลายปัจจัย ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและต่อเนื่อง ของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมถึงอรรถาธิบายไมตรีของพนักงาน ทุกคน โดยที่เน้นคุณภาพเช่นเดียวกันสินค้า

2. ราคา (Price) ราคาเป็นตัวกำหนดรายได้ของกิจการ การตั้งราคาสูงก็จะทำให้มี รายได้สูง การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้นั้นต่ำ ในการทำธุรกิจหากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่ การบริการไม่ได้แตกต่างกัน ย่อมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการ หากตั้งราคาต่ำก็จะทำให้เกิดสงคราม ราคาขึ้นได้ เนื่องจากคู่แข่งรายอื่นก็ลดราคามาสู้กันได้ อีกทั้งการตั้งราคายังมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้าและยังเป็นตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพของการบริการ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้ 4 วิธี คือ (Zeithaml and Bitner. 1996)

3.1. การให้บริการจัดจำหน่าย (Outlet) การให้บริการแบบนี้เป็นแบบที่ทำกันมา นาน เช่น ร้านตัดผม ร้านซักรีด ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต ให้บริการด้วยการเปิดร้านค้าตามแนว ตึกแถวในชุมชนหรือห้างสรรพสินค้า แล้วขยายสาขาออกไปเพื่อให้บริการลูกค้าได้สูงสุด โดยร้าน ประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับบริการและผู้ให้บริการมาพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่งโดยการ เปิดร้านค้าขึ้นมา

3.2. การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ เป็นการส่งพนักงานไปให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่อื่น ๆ ตามความสะดวกของลูกค้า เช่น การบริการจัดส่งอาหารตามสั่ง การให้บริการส่งพยาบาลไปดูแลผู้ป่วย การส่งพนักงานทำความสะอาดไปทำความสะอาดอาคาร การบริการปรึกษาคดีถึงที่ทำงานลูกค้า การจ้างวิทยากรมาฝึกอบรมที่โรงแรมแห่งหนึ่ง การให้บริการแบบนี้ธุรกิจไม่จำเป็นต้องมีการจัดตั้งสำนักงานที่หรูหราหรือการเปิดเป็นร้านค้าให้บริการ สำนักงานอาจจะที่บ้านเจ้าของ หรืออาจจะมีสำนักงานแยกต่างหาก แต่ลูกค้าติดต่อธุรกิจด้วยการใช้โทรศัพท์หรือโทรสาร เป็นต้น

3.3. การให้บริการผ่านตัวแทน การให้บริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายแฟรนไชส์ หรือการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ เช่น แมคโดนัลด์หรือเคเอฟซีที่ขยายธุรกิจไปทั่วโลก บริษัทการบินไทยขายตั๋วเครื่องบินผ่านบริษัทท่องเที่ยว และโรงแรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเซอรادتัน แมริออตต์ เป็นต้น

3.4. การให้บริการผ่านอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการแบบนี้เป็นการบริการที่ค่อนข้างใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อให้การบริการเป็นไปได้อย่างสะดวกและทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง เช่น การให้บริการผ่านเครื่องเอทีเอ็ม เครื่องแลกเงินตราต่างประเทศ แก้อั้วนวดอัตโนมัติ เครื่องชั่งน้ำหนักหยอดเหรียญตามศูนย์การค้า การให้บริการดาวน์โหลด (download) ข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของธุรกิจบริการจะมีความคล้ายกับธุรกิจขายสินค้า กล่าวคือ การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการทำได้ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว การลดแลกแจกแถม การลดราคาตรงผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับสูง ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ ส่วนการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับกลางและระดับล่างซึ่งเน้นราคาค่อนข้างต่ำ ต้องอาศัยการลดแลกแจกแถม เป็นต้น

5. พนักงาน (People) จะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการ ซึ่งจะรวมตั้งแต่เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ บุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งเจ้าของและผู้บริหารมีส่วนสำคัญอย่างมากในการกำหนดนโยบายในการให้บริการ การกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานในทุกระดับ กระบวนการในการให้บริการ รวมถึงการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการ

พนักงานผู้ให้บริการและพนักงานในส่วนสนับสนุน เป็นบุคคลที่มีต้องพบปะและให้บริการกับลูกค้าโดยตรง และพนักงานในส่วนสนับสนุนก็จะทำหน้าที่ให้การสนับสนุนงานด้านต่างๆ ที่จะทำให้การบริการครบถ้วนสมบูรณ์

ผู้บริหารบางคนมักจะเข้าใจว่าพนักงานรับโทรศัพท์ พนักงานให้บริการที่จอดรถ บริการทั้งชายและหญิงที่ทำหน้าที่เสิร์ฟอาหารไม่ได้มีความสำคัญมากนัก จึงไม่ได้คัดเลือกและฝึกอบรม

อย่างจริงจัง เนื่องจากได้จ้างในอัตราเงินเดือนต่ำ แต่ในความเป็นจริงแล้ว พนักงานดังกล่าวมีผลต่อ ยอดขาย ความพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ของกิจการอย่างมาก

6. กระบวนการให้บริการ (Process) เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมากต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า การปรับปรุงกระบวนการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยความเห็นจากพนักงานและจากลูกค้า เป็นสิ่งที่ผู้บริหารจะต้องทำอย่างจริงจังและออกเป็นนโยบาย

ผู้บริหารที่เก่ง จะต้องเริ่มให้พนักงานส่งมอบบริการอย่างมีคุณภาพและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าตั้งแต่ขั้นตอนแรก ไม่ว่าจะเป็นพนักงานรับโทรศัพท์หรือพนักงานต้อนรับ จะต้องอบรมพนักงานเป็นอย่างดี โดยพนักงานที่มอบหมายให้ทำหน้าที่ตรงนี้ต้องมีอักษณาคที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้บริการที่ลูกค้าประทับใจ เพื่อช่วยสร้างบรรยากาศของการบริการให้มีความประทับใจต่อไป เนื่องจากหากเกิดความผิดพลาดตั้งแต่ขั้นตอนแรก การบริการในขั้นต่อไปจะดีเพียงใดลูกค้า ย่อมไม่พอใจหรือพอใจน้อยลง ภาพความไม่ประทับใจเหล่านั้นจะติดอยู่ในอารมณ์ของลูกค้า แต่หากลูกค้าประทับใจ การบริการตั้งแต่ขั้นตอนแรกแม้ว่าจะมีบางขั้นตอนที่สะดุดบ้าง แต่ลูกค้าอาจจะมองข้ามไปได้

สิ่งที่ผู้บริหารควรบริหารพนักงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการ ดังนี้

1. การกำหนดงานอย่างชัดเจน ผู้บริหารจะต้องแบ่ง กำหนดหน้าที่ และความรับผิดชอบระหว่างพนักงานส่วนหน้าและส่วนหลังอย่างชัดเจน เช่น การติดต่อลูกค้า หากพบว่าลูกค้าหายไปนานไม่ได้มาใช้บริการ ควรเป็นหน้าที่ของใครที่จะติดต่อกลับไปหาลูกค้า ซึ่งการแบ่งงานให้ชัดเจนเป็นสิ่งแรกที่ต้องกระทำ ทั้งนี้ ความชัดเจนและความยากง่ายขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ โครงสร้างองค์กร และความซับซ้อนของฐานลูกค้า เมื่อแบ่งไปแล้วในอนาคตต้องมีการทบทวนงานอีกครั้งหนึ่งอย่างต่อเนื่อง

2. สร้างกระบวนการทำงานที่สั้น กระชับ และมีประสิทธิภาพ การกำหนดกระบวนการทำงานย่อมทำให้บทบาทและหน้าที่ของพนักงานที่ได้แบ่งไว้มีความชัดเจนมากขึ้น กระบวนการทำงานที่เหมาะสมช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างไม่สับสน และทำให้การบริการมีคุณภาพอย่างแน่นอน ผู้บริหารต้องไม่ลืมปรับเปลี่ยนกระบวนการให้บริการซึ่งอาจจะเป็นทุก 3 เดือน ทุกครึ่งปี หรือทุกปี ตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไป รวมทั้งสถานการณ์ทางการตลาดที่รุนแรงยิ่งขึ้น

3. เน้นการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน การดำเนินการใดๆที่มีผลต่อพนักงานทั้งสองส่วน ต้องมีตัวแทนจากทุกฝ่ายงานเข้าร่วมประชุมเพื่อทราบประเด็นความเห็น ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นและข้อดีข้อเสียของการดำเนินงานนั้น หลังจากนั้น จะต้องมีการสื่อสารให้พนักงานทุกคนเข้าใจร่วมกัน แต่สิ่งที่พบคือ ธุรกิจมักไม่ค่อยใส่ใจเรื่องนี้ ทำให้พบปัญหาในการให้บริการที่พนักงานรับรู้ข้อมูลไม่เท่ากัน บางครั้งจะพบว่าพนักงานส่วนหน้า (ฝ่ายขาย) จัดทำโครงการส่งเสริมการขาย โดยให้ส่วนลดกับลูกค้าที่ถือบัตรเครดิตเมื่อไปรับประทานอาหารและจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิต แต่เมื่อลูกค้าโทรฯ มาสอบถามพนักงานที่ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ พนักงานที่ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ไม่สามารถตอบคำถามได้ ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจได้

สิ่งหนึ่งที่ควรลงทุนคือการพัฒนาระบบข้อมูลแบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ให้ทุกคนรับรู้ข้อมูลเท่ากันพร้อมกัน โดยผ่านฐานข้อมูลและอีเมล

4. ส่งเสริมกิจกรรมร่วมกันการสร้างกิจกรรมร่วมกันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พนักงานทั้งสองส่วนทำงานร่วมกันได้อย่างดีเนื่องจากกำแพงความเป็นฝ่ายและเป็นแผนกได้พังทลายลง ผู้บริหารควรสร้างกิจกรรม เช่น การเข้าฝึกอบรมร่วมกัน การประชุมร่วมกัน การมอบหมายงานให้ทำร่วมกัน การนำปัญหาการให้บริการลูกค้ามาร่วมกันหาสาเหตุและแก้ไขร่วมกัน ทำให้ทั้งสองส่วนมีโอกาสได้เรียนรู้งานซึ่งกันและกัน สร้างความเข้าใจกันได้ดียิ่งขึ้น

5. การสลับเปลี่ยนกันทำงาน หากการส่งเสริมให้ทำกิจกรรมร่วมกันแล้ว ปัญหาการประสานงานของพนักงานยังเกิดขึ้นอยู่เนื่อง ๆ ผู้บริหารควรดำเนินการให้พนักงานส่วนหน้าลงทำงานส่วนหลัง และพนักงานส่วนหลังลงทำงานของส่วนหน้า เพื่อฝึกชิมรสงานที่แตกต่างกัน รับรองว่าสักระยะหนึ่งการประสานงานและการช่วยเหลือกันจะดีขึ้น จนในที่สุดปัญหาที่ค้างตามานานจะลดลง

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และ อุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ล็อบบี้ ลานจอดรถ สวนห้องน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือ ลูกค้าจะอาศัย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดูหรูหราและสวยงามเพียงใดบริการน่าจะมีคุณภาพตามด้วย

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพในแต่ละธุรกิจไม่เหมือนกัน ทั้งในด้านการให้ความสำคัญ ด้านการออกแบบ การจัดวาง สิ่งที่ผู้บริหารต้องทำคือการศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าว่าลูกค้าคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นสิ่งประทับใจสิ่งแรก (first impression) สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในครั้งแรก

นักการตลาดที่ดีจะต้องสร้างให้สิ่งแวดล้อมกายภาพมีความเหมาะสมกับคุณภาพในการให้บริการ แต่คงไว้ซึ่งลักษณะเฉพาะของธุรกิจนั้นๆ เช่น ทันตแพทย์ ลักษณะเฉพาะของร้านคือต้องมองเห็นภายใน ต้องสะอาด โปร่งใส เนื่องจากสิ่งแวดล้อมกายภาพเหล่านี้จะเป็นตัวแทนของความเป็นทันตแพทย์ หากร้านสกปรก ดูไม่สดใส ลูกค้าจะมีความคิดกลัวหรือเกิดมโนภาพไม่กล้าเข้าไปใช้บริการ เนื่องจากกลัวว่าเครื่องมือไม่ทันสมัย กลัวโรคติดต่ออันเกิดจากความไม่สะอาด ดังนั้น หากต้องการกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้ามีเงิน การตกแต่งร้านต้องสะอาด หรูหรา สร้างความน่าเชื่อถือ และความมั่นใจของการให้บริการเกี่ยวกับฟัน แต่หากต้องการเจาะกลุ่มลูกค้าปานกลาง ร้านอาจจะไม่ต้องหรูหรามากนัก แต่ต้องดูใส โปร่ง และสะอาด

มนุษย์กับส่วนประสมทางการตลาด

หากเปรียบเทียบชีวิตมนุษย์กับส่วนประสมทางการตลาดแล้ว ชีวิตมนุษย์ทุกคนก็เป็นส่วนประสมทางการตลาดอย่างหนึ่ง คือ

- ผลិតภัณฑ์ (บริการ) คือร่างกาย
- ราคา คือเงินเดือนที่ได้รับ
- ช่องทางการจัดจำหน่าย คือปาก (ปากไม่ดี ก็ขายไม่ได้ ทำงานไม่เสร็จ)
- การส่งเสริมการตลาด คือ กิริยาท่าทาง การแต่งกาย บุคลิกภาพ

หากมนุษย์ต้องการจะขายตัวเองให้ได้ราคาสูง ได้เงินเดือนมากๆ เหมาะกับความรู้ความสามารถ ก็ต้องบริหารผลิตภัณฑ์ของตนให้ดี บริหารช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยการพูดจาให้ไพเราะเหมาะสมกับกาลเทศะ รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดที่ดี มีประสิทธิภาพ วางกิริยาท่าทางการแต่งกาย และสร้างบุคลิกภาพให้โดดเด่นกว่าผู้อื่น

ส่วนประสมการตลาดในมุมมองลูกค้า

ธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัวเป็นมุมมองของธุรกิจที่ให้บริการ การที่จะบริหารการตลาดของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องพิจารณาถึงส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้วย (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2547 : 63-83; อ้างอิงจาก ชูเดชและคณะ. 2546) ดังนี้

1. คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) ลูกค้าจะเลือกใช้บริการอะไรหรือกับใคร สิ่งที่ลูกค้าใช้พิจารณาเป็นหลักคือ คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้นธุรกิจจะต้องเสนอแต่บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง

2. ต้นทุน (Cost to Customer) ต้นทุนหรือเงินที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับบริการนั้นต้องคุ้มค่างับบริการที่จะได้ หากลูกค้ายินดีจ่ายในราคาสูง แสดงว่าความคาดหวังในบริการนั้นย่อมสูงด้วย ดังนั้น ในการตั้งราคาค่าบริการธุรกิจจะต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายให้ได้ เพื่อนำราคานั้นไปใช้ในการลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ทำให้สามารถเสนอบริการในราคาที่ลูกค้ายอมรับได้

3. ความสะดวก (Convenience) ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลและการไปใช้บริการ หากลูกค้าไปติดต่อใช้บริการได้ไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้านหรือที่ทำงานลูกค้า

4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากธุรกิจ ในขณะเดียวกันลูกค้าก็ต้องการติดต่อธุรกิจเพื่อให้ข้อมูล ความเห็น หรือข้อร้องเรียน ธุรกิจจะต้องจัดหาสื่อที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อการให้และการรับข้อมูลความเห็นจากลูกค้า ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากการสื่อสารล้มเหลว

5. การดูแลเอาใจใส่ (Caring) ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่ว่าจะเป็นบริการที่จำเป็นหรือบริการที่ฟุ่มเฟือย เช่น ด้านความงามลูกค้าต้องการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ ตั้งแต่เริ่มก้าวเท้าแรกเข้ามาจนถึงก้าวออกจากร้านนั้น ไม่ว่าจะเป็นครั้งแรกหรือครั้งใดของการใช้บริการก็ตาม หรือไม่ว่าจะเป็นพนักงานผู้ใดที่ให้บริการก็ตาม

6. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ลูกค้ามุ่งหวังให้ได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ไม่จะเป็นการบริการตัดผม ผมที่ออกมาจะต้องมีความเรียบร้อย ตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือการเข้ารักษาอาการป่วย ไม่ว่าในโรงพยาบาลใดอาการป่วยจะต้องหาย ในแต่ละธุรกิจบริการแม้ขั้นตอนการให้บริการจะมีความซับซ้อนเพียงใด ต้องจ้างพนักงานจำนวนมากมายเพียงใด ลูกค้าไม่มีส่วนมารับรู้ รู้อย่างเดียวว่ากระบวนการให้บริการต้องตอบสนองความต้องการอย่างครบถ้วน ไม่ขาดตกบกพร่อง

7. ความสบาย (Comfort) สิ่งแวดล้อมของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นอาคาร เคา์เตอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ จะต้องสร้างความสบายตาและความสบายใจให้ลูกค้า โดยเฉพาะหากลูกค้ามาใช้บริการประเภทหรูหราฟุ่มเฟือย สิ่งเหล่านั้นจะต้องทำให้ความทุกข์ใจและความไม่สบายกายได้บรรเทาเบาบางลง เช่น การนั่งฟังเพลงในร้านอาหาร ทุกสิ่งในร้านอาหารต้องสร้างความสบายให้ลูกค้า

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

ภาพประกอบ 2 การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจและลูกค้า
ที่มา : ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2547 : 63-83.

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

2.1.1 ความหมายของแรงจูงใจ

กิบสันและคนอื่น ๆ (Gibson and Others. 2000 : 127) ได้ให้ความหมายของการจูงใจว่าหมายถึงการได้รับแรงผลักดันในตัวเอง และ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมโดยตรง

ฟลิปโป (มนัส บุญวงศ์. 2537 : 15 ; อ้างอิงจาก Flippo. 1966) ได้ให้ความหมายของการจูงใจว่าหมายถึง การกระตุ้นเร้าและการทำให้เกิดอิทธิพลเหนือพฤติกรรมคน อันจะยังผลให้คนเกิดความรู้สึกภายในเป็นพลัง มีอาการเร้าหรือเป็นอาการเคลื่อนไหวที่บ่งการ หรือเป็นช่องทางให้มีพฤติกรรมมุ่งสู่เป้าหมายที่ต้องการ ทั้งนี้โดยอาจกระตุ้นเร้าและทำให้เกิดอิทธิพลเช่นนั้นด้วยวิธีการเชิงปฏิฐานหรือเชิงบวก เช่นการดำเนินการเพื่อสนองความปรารถนาต่าง ๆ ให้เป็นที่พอใจ และด้วยวิธีการเชิงลบ เช่น การดำเนินการบังคับให้ทำงานด้วยวิธีการต่าง ๆ เป็นต้น

ดาฟท์ (มนัส บุญวงศ์. 2537 : 15) ; อ้างอิงจาก Daft. 1988 : 398) ให้ความหมายของแรงจูงใจว่าหมายถึง แรงกระตุ้นหรือแรงผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการ และเป็นแรงกระตุ้นที่บุคคลรักษาสภาพพฤติกรรมนั้นไว้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545 : 305) กล่าวว่า การจูงใจ หมายถึง อิทธิพลภายในของบุคคล ซึ่งเกี่ยวกับระดับการกำหนดทิศทางและการใช้ความพยายามในการทำงานอย่างต่อเนื่อง

การจูงใจจึงเป็นสิ่งเร้าซึ่งทำให้บุคคลเกิดความคิดริเริ่ม ควบคุม รักษาพฤติกรรมและการกระทำ หรือเป็นสภาพภายในซึ่งเป็นสาเหตุให้บุคคลมีพฤติกรรมที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายบางประการได้

ลัดดา กุลนันทน์ (2544 : 7) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งเร้าที่มากระตุ้นหรือผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใด อย่างหนึ่งออกมาเพื่อที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือตอบสนองความต้องการที่ตนเองมีอยู่ แรงจูงใจจะเป็นกำลังหรือพลังใจที่จะส่งผลทำให้บุคคลปฏิบัติภาระหน้าที่ให้สำเร็จตามที่องค์กรกำหนดไว้โดยจะทำงานนั้นได้ต้องมีความต้องการเป็นพื้นฐานเริ่มด้วยความปรารถนา ความประสงค์ จุดมุ่งหมาย เป้าหมาย ความอยาก เป็นเงื่อนไข และหากเงื่อนไขเหล่านี้ถูกกระตุ้นแล้วก็จะได้รับการตอบสนอง บุคลากรแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างเต็มความสามารถและทุ่มเทความพยายามในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายองค์การ ซึ่งก็จะส่งผลทำให้ได้ผลงานที่ดีมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

อาริดา สวับุตร (2539 : 11) ได้ให้ความหมายไว้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่ง อย่างใด เพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้

เรวัธ สวัสดิ์ (2536 : 14) กล่าวว่า แรงจูงใจอาจเกิดได้จากสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคลนั้น ๆ เอง ภายใน ได้แก่ ความรู้สึกต้องการหรือขาดอะไรบางอย่างจึงเป็นพลังชักจูงหรือกระตุ้นให้มนุษย์ประกอบกิจกรรมเพื่อทดแทนสิ่งที่ขาดหรือต้องการนั้น ส่วนภายนอก ได้แก่ สิ่งใดก็ตามที่เร้าเร้าช่องทางและเสริมสร้างความปรารถนาในการประกอบกิจกรรมในตัวมนุษย์ ซึ่งแรงจูงใจนี้อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกแต่เพียงอย่างเดียวหรือทั้งสองอย่างพร้อมกันได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2536 : 145) การจูงใจ หมายความว่า การที่บุคคลถูกชักนำบุคคลให้ก่อปฏิริยาไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง การจูงใจอาจจะเป็นปฏิริยาในจิตสำนึกหรือจิตใต้สำนึกก็ได้ แต่มันก็เป็นพลังผลักดันให้ก่อปฏิริยานั้น พลังดังกล่าวเรียกว่า สิ่งจูงใจ

วอลเตอร์ (Walters. 1978 : 218) ได้ให้ความหมายของ “แรงจูงใจ” หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำ หรือเคลื่อนไหว หรือมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย

เลาน์ดอน และบิตต้า (Loudon and Bitta. 1988 : 368) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า “แรงจูงใจ” หมายถึง สภาวะที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่เป็นพลังทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่มีเป้าหมายที่ได้เลือกไว้แล้วซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่ในภาวะสิ่งแวดล้อม

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 54) ให้ความหมาย “แรงจูงใจ” หมายถึง พลังกระตุ้น (Drive) ภายในของแต่ละบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดการปฏิบัติ

จากความหมายต่างๆ ข้างต้น “แรงจูงใจ” หมายถึง การที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากปัจจัยภายนอกและภายใน เพื่อให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมบางอย่างที่ต้องการ

2.1.2. สาเหตุของการเกิดแรงจูงใจ

สาเหตุของการเกิดแรงจูงใจมีหลายกรณี พิบูล ที่ปะปาล (2545 : 156-159) กล่าวถึงสาเหตุของการเกิดแรงจูงใจไว้ดังนี้

1. แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ (Product Buying Motives) ได้แก่แรงจูงใจที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่จะต้องซื้อสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่งมาเพื่อสนองความต้องการของตนเองให้ได้รับความพอใจ เนื่องจากสินค้าและบริการที่นำมาสนองความต้องการนั้นมีมากมาย แต่เงินที่จะนำมาซื้อสินค้าเหล่านั้นมีจำกัด ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งตามกำลังอำนาจซื้อของเขา

2. แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational Buying Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการใคร่ครวญพิจารณาของผู้ซื้ออย่างมีเหตุผลก่อนว่าทำไมจึงซื้อสินค้าชนิดนั้น แรงกระตุ้นประเภทนี้ได้แก่

2.1. ความประหยัด (Economy) หมายถึงความประหยัดในการซื้อและใช้ เช่น ในปัจจุบันนิยมใช้รถยนต์ขนาดเล็กมากกว่าขนาดใหญ่ เพราะรถยนต์ขนาดเล็กถูกกว่าและประหยัดค่าน้ำมันได้มากกว่า เป็นต้น

2.2. ประสิทธิภาพและสมรรถภาพในการใช้ (Efficiency and Capacity) เช่น คนนิยมยางเรเดียลก็เพราะมีประสิทธิภาพในการเกาะถนนได้ดีกว่ายางรถยนต์ธรรมดา หรือบางคนซื้อนาฬิกาโอเมกาก็เพราะเชื่อว่ามีความเที่ยงตรงในการรักษาเวลาดี เป็นต้น

2.3. ความเชื่อถือได้ (Dependability) เป็นแรงจูงใจในการซื้อที่มีความสำคัญมากอย่างหนึ่ง ปกติผู้ผลิตหรือผู้ขายมักจะมีสัญญาประกันสินค้าให้ เช่น รับประกันภายใน 1 ปี หรือจะซ่อมให้ฟรีเมื่อชำรุด เป็นต้น

2.4. ความทนทานถาวร (Durability) เช่น บางคนนิยมใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากสหรัฐหรือจากประเทศทางตะวันตกมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมาจากประเทศญี่ปุ่น เพราะคิดว่าผลิตภัณฑ์จากประเทศญี่ปุ่นมักไม่ค่อยคงทนถาวร เป็นต้น

2.5. ความสะดวกในการใช้ (Convenience) เช่น การนิยมใช้รถยนต์อัตโนมัติ เพราะจะได้ไม่ยุ่งยากในการเข้าเกียร์ เป็นต้น

3. แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ (Emotional Buying Motive) แบ่งออกได้ดังนี้

3.1. การเอาอย่างแข่งดีกัน (Emulation) เช่น เมื่อเห็นเพื่อนฝูงญาติมิตร หรือเพื่อนบ้านใกล้เคียงมีอะไรเด่น ตนเองก็พยายามไปชวนขวยหาซื้อมาบ้างเพื่อไม่ให้หน้าเขา เป็นต้น

3.2. ต้องการจุดเด่นเป็นเอกเทศ (Individuality) เช่น ต้องการแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าที่ทันสมัยหรือนำแฟชั่นเพื่อแสดงจุดเด่นไม่ซ้ำแบบใคร เป็นต้น

3.3. ต้องการอนุโลมคล้ายตามผู้อื่น (Conformity) เป็นลักษณะตรงข้ามกับพวกต้องการจุดเด่นเป็นเอกเทศ พวกนี้จะรอคอยคนกว่าคนอื่นเขาซื้อกัน หรือซื้อตามบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบ เป็นต้น

3.4. ต้องการความสะดวกสบาย (Comfort) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากผู้ซื้อต้องการความสะดวกสบายในการทำงานที่เป็นอยู่ การผ่อนแรง หรือการพักผ่อน เป็นต้น

3.5. ต้องการความสำราญเพลิดเพลิน (Entertainment and Pleasure) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากผู้ซื้อต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน เช่น การซื้อวิทยุมาฟัง เป็นต้น

3.6. ความทะเยอทะยานมักใหญ่ใฝ่สูง (Ambition) เป็นความหยิ่ง ถือดี หรือความปรารถนาเกี่ยวกับศักดิ์ศรีเกียรติคุณ เช่น ชอบซื้อรถยนต์ใหญ่ เพื่อให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนมีเกียรติ เป็นต้น

4. แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า (Patronage Buying Motives) เกิดจากสาเหตุดังต่อไปนี้

4.1. ให้บริการดีเป็นที่พอใจ (Satisfactory Services)

4.2. ราคาย่อมเยาสมเหตุสมผล (Reasonable Prices)

4.3. ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกในการที่จะไปซื้อ (Good Access to Location)

4.4. มีสินค้าให้เลือกได้หลายอย่าง (Abundant of Assortments) เช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เป็นต้น

4.5. ชื่อเสียงของร้าน (Goodwill or Image) ดีเป็นที่เชื่อถือได้

4.6. ความเคยชินเกี่ยวกับนิสัยการซื้อ (Buying Habits) เช่น การเคยซื้อสินค้าจากร้านใดร้านหนึ่งมาเป็นเวลานานแล้ว เป็นต้น

2.1.3 ธรรมชาติของแรงจูงใจ

แรงจูงใจเป็นสิ่งที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ธรรมชาติของแรงจูงใจ (Nature of Motive) ของมนุษย์ (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 54) ประกอบด้วย

1. แรงจูงใจที่มีพื้นฐานมาจากความต้องการ (Based on needs) คือ มีแรงจูงใจเกิดขึ้นจากความต้องการ ซึ่งความต้องการแบบนี้มีก็ได้ หรือไม่มีก็ได้ ซึ่งไม่จัดเป็นแรงจูงใจ เมื่อไรที่ความต้องการมีความรุนแรงขึ้น จนเกิดความตึงเครียดและกลายเป็นแรงจูงใจขึ้นมา

2. แรงจูงใจเป็นความหงุดหงิด หรือความตึงเครียด (Frustration) ถ้าหากเกิดแล้วไม่ได้ขจัดให้หมดไป มนุษย์ก็จะหงุดหงิด

3. การมุ่งหมายความสำคัญไปที่เป้าหมาย (Goal-Directed) คือ การพยายามที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ซึ่งจะต้องมีทิศทางที่แน่ชัดและทิศทางที่ว่่านั้น จะต้องมุ่งตรงเข้าสู่เป้าหมายของชีวิตเป็นการรวมพลัง

4. การรวบรวมความพยายาม (Muster Up all the Efforts) เมื่อพยายามจะรวมพลัง รวมความพยายามต่าง ๆ ทั้งหลายเพื่อจะบรรลุเป้าหมาย ที่เราต้องการจะแก้ไขให้ได้

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

2.2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจของ สเตรสส์และเชรีย

ทฤษฎีแรงจูงใจของ สเตรสส์และเชรีย (อรรถรัตน์ ศกุนะสิงห์. 2541 : 54 ; อ้างอิงจาก Strauss and Sayley. 1960 : unpagged) ได้กล่าวถึง ความต้องการที่จำเป็น (Needs) ของมนุษย์ไว้ 3 ประการ และความต้องการเหล่านี้เป็นแรงจูงใจให้มนุษย์ทำงาน มีความกระตือรือร้น เกิดกำลังใจที่จะทำงานได้ดีที่สุด เพราะความต้องการของเขาสมฤทธิ์ผลทำให้เขามีขวัญดี ผลงานที่ออกมาจึงมีประสิทธิภาพ ความต้องการเหล่านี้ คือ

1. ความต้องการทางกายและความมั่นคง (Physical and Security Needs) คือ ความต้องการที่จะได้รับความพอใจทางด้านร่างกาย เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่มและที่อยู่อาศัย ความต้องการในหลักประกันที่ว่า ปัจจัยที่จำเป็นเหล่านี้ตนจะได้รับตอบสนองตลอดไป สิ่งที่จะตอบสนองความต้องการทางร่างกายและความมั่นคงในเรื่องต่าง ๆ ดังกล่าวคือรายได้ความมั่นคงในการงาน และความก้าวหน้าในการงาน

2. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) มนุษย์เป็นสัตว์สังคมย่อมต้องพึ่งพาอาศัยการช่วยเหลือการยอมรับนับถือของคนอื่น สิ่งที่จะตอบสนองความต้องการทางสังคมของคนได้ก็คือ การมีเพื่อนฝูง การยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น และความรู้สึกว่าตนได้เป็นเจ้าของสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Sense of Belonging) เป็นต้น

3. ความต้องการเป็นตัวของตัวเอง (Egoistic Needs) หมายถึงความต้องการเป็นอิสระต้องการจะทำอะไรด้วยตัวเองและต้องการความสำเร็จในการกระทำของตน มนุษย์จะได้รับการตอบสนองความต้องการเป็นของตัวเอง จะต้องอาศัยความสำเร็จในการทำงาน

2.2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจทางความสำเร็จของแมคคลีแลนด์ (McClelland's Achievement Motive)

แนวความคิดที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของทฤษฎีการจูงใจที่อยู่บนพื้นฐานของพลังที่อยู่ในบุคคลคือ แรงจูงใจทางความสำเร็จ ในการวิจัยแรงจูงใจทางความสำเร็จของแมคคลีแลนด์ (อรรถรัตน์ ศกุนะสิงห์. 2541 : 22 ; อ้างอิงจาก McClelland. 1965 : 321-333) เขาพบว่านักธุรกิจ นักวิทยาศาสตร์ และนักวิชาชีพต่าง ๆ จะมีแรงจูงใจทางความสำเร็จสูงกว่าคนธรรมดา นักธุรกิจที่มีแรงจูงใจทางความสำเร็จไม่ได้ตีราคากำไรแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น เขาต้องการกำไรเพราะว่าเขามีความต้องการความสำเร็จอย่างรุนแรง กำไรเป็นเพียงเครื่องวัดว่าการทำงานดีแค่ไหน กำไรไม่ได้เป็นเป้าหมายโดยตัวเอง

McClelland เสนอแนะว่า บุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จสูงจะมีคุณสมบัติบางอย่าง คุณลักษณะเหล่านี้ได้แก่

1. เขาพอใจในงานที่เขาสามารถมีความรับผิดชอบส่วนบุคคลในผลลัพธ์
2. เขากำหนดเป้าหมายระดับปานกลาง
3. เขาต้องการสิ่งย้อนกลับทางความสำเร็จหรือความล้มเหลว

ในกรณีที่ขาดความรับผิดชอบส่วนบุคคล ผู้ต้องการความสำเร็จจะได้รับการยอมรับ การตอบสนองความพอใจส่วนบุคคลในการบรรลุถึงเป้าหมายน้อยมาก ด้วยการทำงานที่มีความยุ่งยากปานกลางเท่านั้น เขาจะมีความรู้สึกทางความสำเร็จส่วนบุคคลอย่างดีที่สุด ถ้าหากว่าเขาแก้ปัญหาง่าย ๆ และประสบความสำเร็จ เขาจะได้รับการตอบสนองความพอใจน้อยมากในทางตรงกันข้ามถ้าหากว่าเขาทำงานที่ยุ่งยากมาก เขาอาจจะล้มเหลวและไม่ได้รับการตอบสนองความพอใจเลย ถ้าปราศจากสิ่งย้อนกลับ เขาจะไม่รู้ว่าการตัดสินใจของเขาผิดหรือถูก ดังนั้นเขาจะพอใจและทำงานได้ดีที่สุดในสถานการณ์ที่เขาจะได้รับสิ่งย้อนกลับ ในองค์การธุรกิจสิ่งย้อนกลับอาจจะเป็นต้นทุนและกำไร ตามที่เคยกล่าวถึงนักธุรกิจที่ต้องการความสำเร็จไม่ได้สนใจกำไรเพราะว่าอยากได้แต่กำไรจะเป็นเครื่องวัดความสำเร็จเท่านั้น และพวกเขาเพียงแต่ต้องการงานที่มีเงินเดือนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายประจำเดือนเท่านั้น ดังนั้นผู้บริหารต้องใช้การจูงใจจากภายนอกเพื่อให้บุคคลเหล่านี้ทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การ ดังนั้นการทำความเข้าใจทั้งการจูงใจจากภายในและภายนอกขององค์การจึงเป็นสิ่งจำเป็น

การจูงใจจากภายนอก (External Motivation)

การจูงใจจากภายในเกิดขึ้นจากพลังต่าง ๆ ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ความต้องการของเขา ทฤษฎีการจูงใจจากภายนอกไม่ได้ลบล้างทฤษฎีจูงใจจากภายใน แต่ทฤษฎีการจูงใจภายนอกถูกสร้างขึ้นมาบนพื้นฐานของทฤษฎีการจูงใจจากภายใน ทฤษฎีการจูงใจจากภายนอกรวมเอาพลังต่าง ๆ ที่มีอยู่ในบุคคลและปัจจัยต่าง ๆ ที่ควบคุมโดยผู้บริหาร เช่น สภาพแวดล้อมงาน เงินเดือน และนโยบายของบริษัท การยกย่อง ความก้าวหน้า และความรับผิดชอบเข้าไว้ด้วยกัน

เนื่องจากพนักงานอาจจะมีปฏิกริยาในทางบวกหรือลบต่อทุกสิ่งทุกอย่างที่ผู้บริหารของพวกเขากระทำ ดังนั้นผู้บริหารควรจะใช้การชักจูงใจจากภายนอกที่ทำให้เกิดการตอบสนองในทางบวกของพนักงาน การตอบสนองในทางบวกเหล่านี้จะชี้ให้เห็นว่าผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาของเขา กำลังทำงานเพื่อผลประโยชน์ขององค์การ ผู้บริหารสามารถใช้การจูงใจจากภายนอกที่เป็นบวกหรือลบได้ การจูงใจทางบวกจะให้รางวัลกับการปฏิบัติงานที่ดี การจูงใจทางลบจะลงโทษการปฏิบัติงานไม่ดี การจูงใจทั้งสองสามารถใช้ได้โดยผู้บริหารส่วนใหญ่ในทุกวัน

ความมุ่งหมายและความจำเป็นของการจูงใจจากภายนอก

บุคคลพบว่าองค์การยอมให้พวกเขาบรรลุถึงเป้าหมายที่พวกเขาไม่สามารถบรรลุถึงความสำเร็จได้โดยลำพัง สิ่งเหล่านี้อาจจะแสดงให้เห็นเป็นนัยถึงการจูงใจด้วยตัวเองหรือการจูงใจจากภายในของแต่ละบุคคลค่อนข้างมาก แต่บุคคลหลายคนไม่ได้ยอมรับว่าด้วยการทำงานที่บรรลุถึงเป้าหมายขององค์การ พวกเขายังบรรลุเป้าหมายของพวกเขาเองด้วย บุคคลดังกล่าวนี้ไม่ค่อยจะมีแรงจูงใจด้วยตัวเองในการบรรลุถึงเป้าหมายขององค์การ

2.2.3 ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's General Theory of Human Motivation)

มาสโลว์ ได้ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ไว้ดังนี้คือ (ธงชัย สันติวงษ์. 2530 : 383-385)

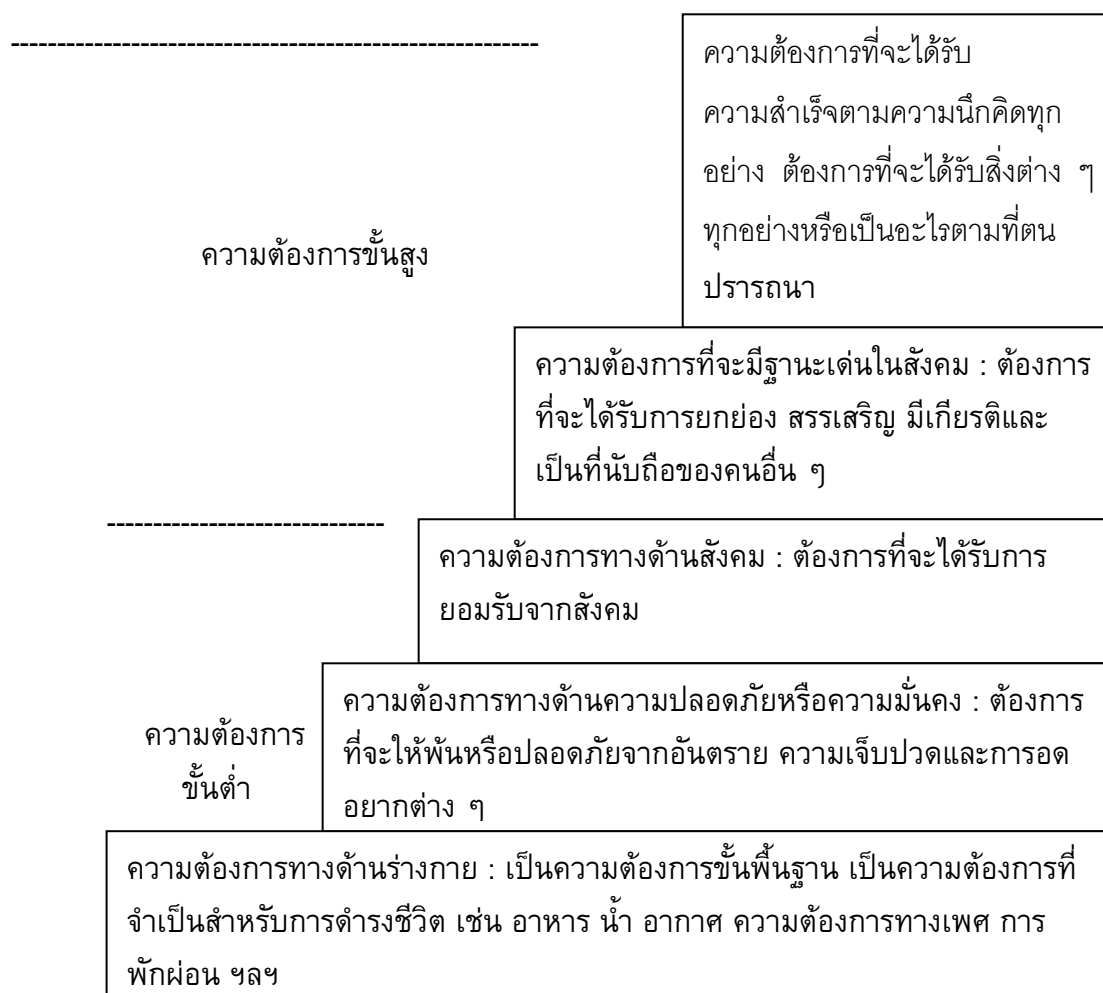
1. คนทุกคนมีความต้องการ และความต้องการนี้จะมียุ่ตลอดเวลาและไม่มีที่สิ้นสุดนับตั้งแต่เกิดจนตาย
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วก็จะมิใช่แรงจูงใจสำหรับพฤติกรรมต่อไปอีก ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นเป็นสิ่งที่จูงใจทางพฤติกรรม
3. ความต้องการของคนมีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูงตามลำดับของความสำคัญ กล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับต่ำ ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการในระดับสูงก็จะตามมา และเรียกร้องให้มีการตอบสนอง

มาสโลว์ ได้สรุปว่าการจูงใจจะมีลักษณะที่เป็นไปตามลำดับของความต้องการอย่างมีระเบียบ ลำดับขั้นตอนของความต้องการนี้ก็คือ “Hierarchy of Needs” ความต้องการของมนุษย์มีลำดับขั้น 5 ประการ ดังนี้คือ

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการให้ชีวิตอยู่รอดเช่น ความต้องการ อาหาร น้ำ อากาศที่เหมาะสม เป็นต้น
2. ความต้องการทางด้านความปลอดภัย หรือความมั่นคง (Security or Safety Needs) ภายหลังความต้องการด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์จะเริ่มคิดถึง ความมั่นคงในอาชีพ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
3. ความต้องการทางสังคม (Social or Belongingness Needs) ความต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การต่าง ๆ ต้องการคบหาสมาคมกับบุคคลอื่น เป็นต้น
4. ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องในสังคม (Esteem Needs) ความต้องการมีฐานะเด่นในสังคม เป็นที่ยอมรับ ได้รับการยกย่องสรรเสริญจากบุคคลอื่น ๆ ทั่วไป

5. ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิดของตน (Self Actualization Needs) ของมนุษย์ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามที่ตนนึกคิด

ความต้องการของบุคคลเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการสร้างแรงจูงใจให้บุคคลปฏิบัติงาน เมื่อบุคคลยังมีความต้องการทางกายอยู่ บุคคลจะมุ่งทำงาน มุ่งความปลอดภัย เมื่อตนเองปลอดภัยแล้วก็จะเกิดความผูกพันในสังคม พยายามให้กลุ่มยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของสังคม หลังจากนั้นความต้องการด้านความสมหวังในชีวิตจะมีความรุนแรงขึ้น บุคคลจึงพยายามแสดงความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ฉะนั้นความต้องการจึงเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลทำงานเพื่อที่จะได้ประสบความสำเร็จที่คาดหวังไว้



ภาพประกอบ 3 ลำดับขั้นของความต้องการของมาสโลว์ (Maslow)

ที่มา : ธงชัย สันติวงษ์. (2530). องค์การและการบริหารการศึกษาการจัดการแผนใหม่: 384

2.2.4 ทฤษฎีแรงจูงใจของอัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer' E.R.G. Theory)

ทฤษฎีแรงจูงใจของอัลเดอร์เฟอร์นั้น มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีของมาสโลว์ แต่จะมีเนื้อหาบางประการแตกต่างกัน ซึ่งเทพพนม เมืองแมน และสรวง (2529 : 26-27) สรุปว่า อัลเดอร์เฟอร์ จำแนกความต้องการของมนุษย์เป็น 3 กลุ่ม

1. ความต้องการเพื่อดำรงชีวิต (Existiting Needs) ความต้องการที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้รวมความต้องการด้านกายภาพกับความต้องการทางด้านความปลอดภัยทางด้านวัตถุที่อธิบายถึงความต้องการสองขั้นแรกในทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์เข้าไว้ด้วยกัน
2. ความต้องการความสัมพันธ์ (Relatedness Needs) เป็นความต้องการในด้านการที่จะมีสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ อาทิ กับสมาชิกภายในครอบครัว กับเพื่อนร่วมงาน กับเพื่อนกับบุคคลที่ตนเองมีความเกี่ยวพันด้วย
3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth Needs) ความต้องการนี้เป็นผลจากการที่บุคคลมีส่วนร่วมอย่างจริงจังกับสภาพแวดล้อม อาทิ ครอบครัว งาน และกิจกรรมด้านสันตนาการ ความพอใจในการเจริญก้าวหน้าได้มาจากการที่บุคคลนั้นเผชิญปัญหาในสภาพแวดล้อมที่ทำให้บุคคลได้ใช้ความสามารถที่มีอยู่อย่างเต็มที่ หรือได้พัฒนาความสามารถให้เพิ่มมากขึ้น

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

3.1 ความหมายของความพึงพอใจ

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายท่าน ดังนี้

กิตติมา ปรีดีดิolk (2524 : 35) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ชอบหรือพอใจของบุคคลที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ และบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองตามความต้องการของเขาได้

สมยศ นาวิการ (2536 : 364) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรุนแรงของความต้องการของบุคคลสำหรับผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งความพึงพอใจอาจจะเป็นบวกหรือลบก็ได้ โดยผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะต้องให้ความพึงพอใจ เพราะว่าผลลัพธ์ดังกล่าวนี้จะเกี่ยวข้องกับความต้องการของบุคคล

หลุย จำปาเทศ (2533) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการได้บรรลุเป้าหมายพฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จาก สายตา คำพูด และการแสดงออก

วิมลสิทธิ์ หยางกูร (2529 : 134) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี – เลว – ไม่พอใจ สนใจ – ไม่สนใจ

สมิท (Smith. 1955 : 114) กล่าวว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการเป็นผลทางจิตวิทยา สารวิทยา และสิ่งแวดล้อม ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ

จากแนวความคิดดังกล่าว พอจะสรุป “ความพึงพอใจ” ได้ว่า เป็นทัศนคติหรือความรู้สึกที่ดี ความรู้สึกในทางบวก ความประทับใจที่คนเรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเป็นบุคคล หรือวัสดุสิ่งของ สถานที่ การบริการ เป็นความรู้สึกส่วนตัวที่เป็นสุข เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของตนในสิ่งที่ขาดหายไป เป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคล

3.2 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

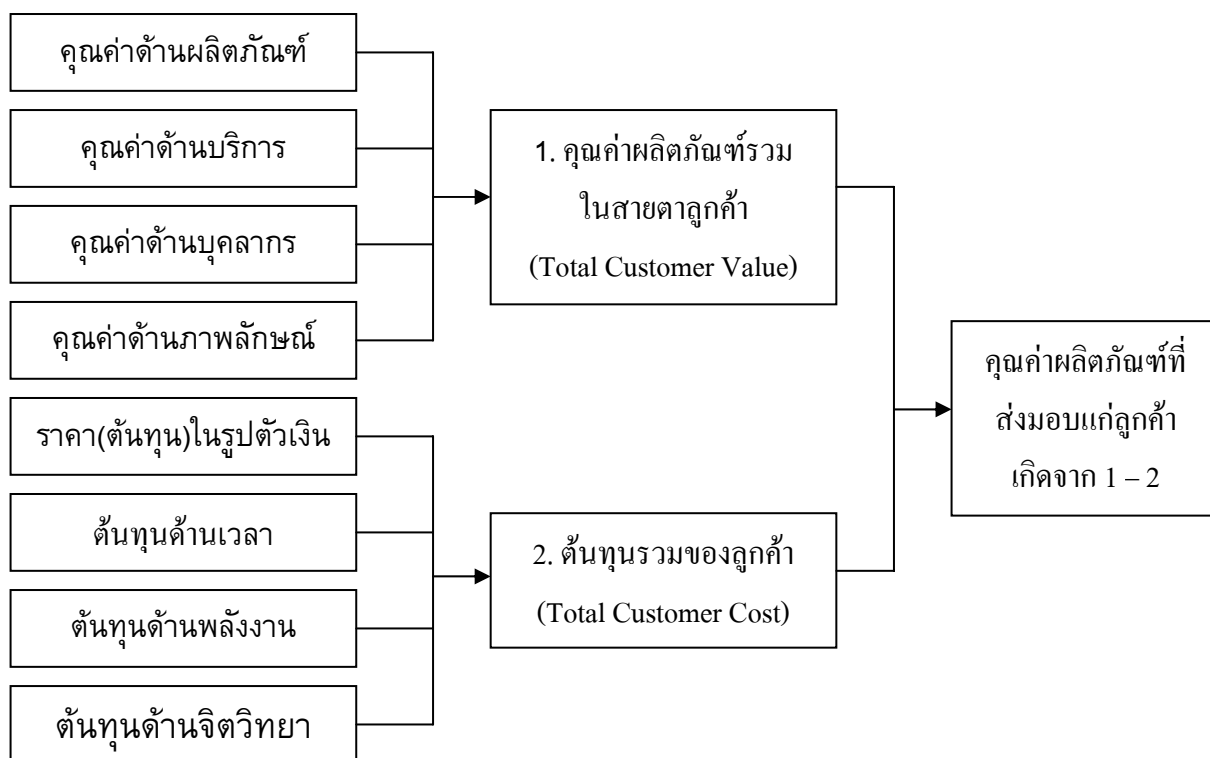
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 45 – 47) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ว่าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล (Kotler. 1994 : 98) โดยการคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์ และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากการตลาด และฝ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง จะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม(Value Added)โดยการสร้างคุณค่าเพิ่มจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Total Quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่คือ ราคาสินค้า (Price) นั่นเอง

ความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ หรือบริษัทให้แตกต่างจากคู่แข่ง และความแตกต่างนั้นจะต้องมีคุณค่าสายตาของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ความแตกต่างทางการแข่งขัน ประกอบด้วย

- ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)
- ความแตกต่างด้านการบริการ (Services Differentiation)
- ความแตกต่างด้านบุคลากร (Personal Differentiation)
- ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image Differentiation)

คุณค่ารวมสำหรับลูกค้า (Total Customer Value) เป็นผลรวมของผลประโยชน์ หรืออรรถประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบริการหนึ่ง คุณค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วยความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการ บุคลากร และภาพลักษณ์ ความแตกต่างทั้ง 4 ประการ รวมเรียกว่า คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า

นักการตลาดจะต้องสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันและความแตกต่างนั้นจะต้องสามารถสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) คุณค่านี้จะต้องสูงเกินต้นทุน (Cost) หรือราคาสินค้า (Price) ทั้งนี้ยิ่งหลักว่าคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้าต้องมากกว่าราคาสินค้า (Price) ดังภาพ



ภาพประกอบ 4 แสดงคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า
ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. 46.

3.3 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช (2543 : 27 – 28) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้บริโภคไว้ว่า ภาวะการแสดงถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้ามความไม่พอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกทางลบที่เกิดขึ้นจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ความพึงพอใจของผู้บริโภค จะแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกหรือทางลบนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ดังนี้

1. การผลิตภัณฑบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีคุณภาพ การให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กร ตลอดจนคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นสำคัญ
2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการเหมาะสม กับคุณภาพของการบริการ
3. สถานที่บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง การกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า
4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับ การได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของบริการในทางบวก
5. ผู้ให้บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นเมื่อ ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงาน แสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความเอาใจใส่อย่างเต็มที่ ด้วยจิตสำนึกของการบริการ
6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นจากการชื่นชมสภาพแวดล้อมบรรยากาศของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคาร สถานที่ การตกแต่งสถานที่ภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสัมผัส ตลอดจนการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน
7. กระบวนการบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นจากการนำกระบวนการทำงานที่มีคุณภาพและถูกต้องทำให้เกิดความคล่องตัวในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

3.4 ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

3.4.1 ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of Needs) มาสโลว์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2543 : 350 ; อ้างอิงจาก Maslow. n.d.) กล่าวว่า ความต้องการของผู้บริโภคเป็นหัวใจหลักของการตลาดผู้ประกอบการจะจัดสินค้า หรือบริการใดๆ ก็ตาม จะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เพราะธุรกิจจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากลูกค้า ตลอดเวลาอย่างสม่ำเสมอ และมากขึ้นไปเรื่อยๆ จึงทำให้ธุรกิจอยู่รอด และเจริญเติบโตได้ ดังนั้น การที่จะจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ต้องเข้าใจถึงความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าเพื่อกระตุ้นให้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มนุษย์จำเป็นต้องหาทางตอบสนองเพื่อความอยู่รอดต่อไป เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ที่เป็นปัจจัยสี่ เป็นต้น
2. ความต้องการด้านความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety and Security Needs) เป็นความต้องการที่ปรารถนาที่จะให้ตัวเองได้รับการป้องกันพิทักษ์เพื่อให้ความปลอดภัย

และมันคงจากสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัว เช่น การดูแลเอาใจใส่ การให้ความมั่นใจจากการติดต่อกับบริษัท การให้ความช่วยเหลือ

3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Belonging Needs) เป็นความต้องการที่อยากให้มีผู้อื่นและสังคมยอมรับ รวมคบหาสมาคมกับผู้อื่น ตลอดจนได้รับความเป็นมิตรและความรักจากผู้อื่น

4. ความต้องการยอมรับและยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการได้รับความนับถือ อยากมีชื่อเสียง ทำให้เกิดความภูมิใจในตัวเอง การได้รับการตอบสนองความต้องการในขั้นนี้ จะนำไปสู่ความเชื่อมั่นในตนเอง รู้สึกว่ามีคุณค่า รวมทั้งต้องการที่จะมีฐานะโดดเด่นเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น อยากให้บุคคลอื่นยกย่อง ซึ่งมีผลทำให้พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไป

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self – Actualization) เป็นความปรารถนาที่จะใช้ศักยภาพสูงสุดที่ตนมีอยู่ ทำในสิ่งที่คิดว่าสามารถที่จะเป็นหรือจะทำได้ เช่น ความปรารถนาที่จะเป็นเจ้าของกิจการที่มีชื่อเสียง เป็นพนักงานตัวอย่าง เป็นต้น เป็นความต้องการที่จะให้ตนได้รับความสำเร็จและสมหวังในสิ่งที่ตนคิด หรือที่ต้องการทุกอย่าง

3.4.2 ทฤษฎีความต้องการของอเดย์และแอนเดอร์เซน

อเดย์ และแอนเดอร์เซน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2543 : 351 ; อ้างอิงจาก Aday and Andersen. n.d.) กล่าวว่า ความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคต่องานบริการจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละธุรกิจ ซึ่งไม่เหมือนกัน เช่น ธุรกิจสายการบิน ผู้รับบริการต้องการความปลอดภัย ความสะดวกสบายในการเดินทาง ฯลฯ ธุรกิจการบริการอาหาร ผู้รับบริการต้องการ การต้อนรับที่ดี อาหารอร่อย ความรวดเร็ว สถานที่สะอาด ฯลฯ Aday and Andersen ได้ศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการและหากได้รับสิ่งนั้นจะเกิดความพึงพอใจ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความสะดวกที่ได้รับบริการ (Convenience) ได้แก่ ระยะเวลาในการรอคอยเพื่อรอรับบริการไม่นาน ความเป็นระเบียบของหน่วยบริการ และลักษณะสถานที่ของหน่วยบริการ

2. การประสานงานของการบริการ ได้แก่ การได้รับบริการทั้งหมดตามความต้องการ ความสนใจของผู้ปฏิบัติงานต่อผู้รับบริการ เป็นต้น

3. อธยาศัย และความสนใจต่อผู้รับบริการ (Courtesy) ได้แก่ คำพูดเชิงบวก บุคลิกภาพน่าเลื่อมใส ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความดูแลเอาใจใส่

4. ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Information) ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป เช่น วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่างๆ เกี่ยวกับการรับบริการ หรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

5. คุณภาพของการบริการ (Quality of Service) ได้แก่ ความสามารถของ ผู้ปฏิบัติงาน คุณภาพของผลิตภัณฑ์

6. ราคาค่าใช้จ่าย (Cost) ได้แก่ ราคายุติธรรม สมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบผู้รับบริการ

3.5 การวัดความพึงพอใจต่อการบริการ

สาโรช ไสยสมบัติ (สกล พงศ์วรทรัพย์. 2545 : 18 ; อ้างอิงจาก สาโรช ไสยสมบัติ. 2534 : 39) ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นหรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้รับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้น ในการวัดความพึงพอใจในการทำงาน อาจจะกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการขอรับรองหรือความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีหนึ่งในการที่ได้ทราบถึงระดับความพอใจของผู้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิค และความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะช่วยให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริงการวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งจะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โดยวิธีการสังเกตพฤติกรรม ทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการ และหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกริยา ท่าทาง การพูด สีหน้า เป็นต้น การวัดความพึงพอใจ โดยวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจัง และมีแบบแผนที่แน่นอน จึงสามารถประเมินระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

จะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการ สามารถที่จะทำการวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นน่าเชื่อถือ

วรูม (Vroom. 1964 : 99) กล่าวว่า ทักษะคติ และความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะคติทางบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทักษะคติทางลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

4.1 ความหมายการบริการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2531 : 836) ให้ความหมายของคำว่าบริการไว้ว่า บริการ หมายถึง กิจกรรมซึ่งส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่สามารถชี้ระบุและสร้างความพอใจให้แก่ผู้รับได้บริการไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยงอยู่กับการขายสินค้าหรือการขายบริการอื่น การให้บริการ

อาจจะใช้หรือไม่ใช้สินค้าเป็นองค์ประกอบก็ได้ และหากมีการใช้สินค้าเป็นส่วนประกอบก็จะเป็นการโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้านั้นไปให้ผู้ให้บริการ

เพื่อมิให้เกิดความสับสน ได้มีความพยายามที่จะขยายความหมายของ “บริการ” เพิ่มเติม ดังนี้

1. บริการ หมายถึง กิจกรรม เช่น การรักษาพยาบาล การมหรสพ และการบริการซ่อมแซมต่างๆ ทั้งนี้ไม่รวมการรักษาโรค และชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการซ่อมแซม
2. การบริการในที่นี้ไม่รวมถึง การให้สินเชื่อ การจัดส่งสินค้า และการบริการอื่นๆ ซึ่งเป็นการกระทำร่วมกับการขายสินค้า
3. ผู้ให้บริการอาจเข้าเป็นเจ้าของสินค้า หรือผู้ให้เช่าสินค้าประกอบการบริการ แต่ก็มีลักษณะเป็นเพียงชั่วคราว มิใช่เป็นการถาวร เช่น การเช่าห้องพักในโรงแรม หรือการเช่ารถยนต์
4. องค์การที่ให้บริการไม่ได้เป็นผู้ผลิตสินค้าที่มีตัวตนขึ้นมาเพื่อการขายสินค้าที่ผลิตขึ้นเอง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 334) ให้ความหมายของคำว่าบริการไว้ว่า บริการ (Service) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ตัวอย่าง เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล โรงภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์ ฯลฯ

สมนา อยู่โพธิ์ (2544 : 3) ให้ความหมายของคำว่าบริการไว้ว่า บริการ หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพึงพอใจ ซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

อุไรวรรณ แยมเนียม และคณะ (2530 : 574) ให้ความหมายของคำว่าบริการไว้ว่า บริการ หมายถึง กิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการบุคคลในสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่ สามารถมองเห็นได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้

4.2 ประเภทของงานบริการ

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2540 : 319) ได้มีการแบ่งประเภทของธุรกิจบริการสามารถจำแนกประเภท ตามลักษณะของธุรกิจ ได้ดังนี้

1. ที่อยู่อาศัย (Housing) การเช่าสถานที่ต่างๆ เช่น บ้าน พื้นที่ทำเกษตร พื้นที่โรงงาน อุตสาหกรรม ร้านค้า หอพัก อพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม โรงแรม บ้านพักตากอากาศ
2. บริการเกี่ยวกับครัวเรือน (Household Operating) ไฟฟ้า น้ำประปา บริการซ่อมแซมบ้าน และเครื่องใช้ต่างๆ ในบ้าน บริการจัดสวน บริการทำความสะอาดบ้าน บริการซักล้างเสื้อผ้าการจัดคนรับใช้มาทำงานต่างๆ ในบ้าน จ้างแม่ครัวมาทำอาหารให้
3. บริการเกี่ยวกับการบันเทิง พักผ่อน (Entertainment and Recreation) กิจกรรมบันเทิงทุกประเภท โรงภาพยนตร์ สถานบันเทิง ไนท์คลับ คาราโอเกะ สวนสนุก สนามกีฬาทุก

ประเภท สระว่ายน้ำ สวนสัตว์ คอนเสิร์ต ละคร การแข่งขันกีฬา บริการท่องเที่ยว รวมทั้งกิจการให้บริการซ่อมแซม หรือใช้เช่าอุปกรณ์กีฬา หรืออุปกรณ์ในการพักผ่อนต่างๆ

4. บริการส่วนบุคคล (Personal Care) ร้านเสริมสวย ร้านตัดผม ร้านเย็บเสื้อผ้า

5. บริการด้านการแพทย์และสุขภาพ (Medical and Health care) โรงพยาบาล สถานพยาบาลทุกประเภท บริการพยาบาลเฝ้าไข้พิเศษ คลินิกหมอพื้น ศูนย์สุขภาพต่างๆ ศูนย์รับเลี้ยงเด็กอ่อนศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ ศูนย์กายภาพบำบัด การวางแผนโบราณ

6. บริการด้านการศึกษา (Private Education) สถานศึกษาของเอกชนทั้งระดับอนุบาลถึงระดับมหาวิทยาลัย โรงเรียนสอนพิเศษเฉพาะวิชา ภาษาอังกฤษ คอมพิวเตอร์ พิมพ์ดีด หรือศิลปะต่างๆ วิชาชีพเฉพาะด้าน ซ่อมโทรทัศน์ จัดดอกไม้ เป็นต้น รวมถึงหน่วยงานที่ให้คำแนะนำปรึกษา หรือรับผิดชอบจัดหาที่เรียนในต่างประเทศ บริการด้านการฝึกอบรมต่างๆ

7. บริการวิชาชีพ (Professional services) การให้บริการด้านงานบัญชี กฎหมาย วิศวกรรม ที่ปรึกษาด้านการจัดการ หรือธุรกิจที่ปรึกษาต่างๆ ตลอดจนการรับบริหารโครงการต่างๆ บริการจัดประชุม สัมมนา จัดงานแสดงสินค้า

8. บริการด้านความปลอดภัย (Security) ให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน บริการยาม ดูแลสถานที่ หน่วยรักษาความปลอดภัย การรับประกันภัยต่างๆ ทั้งชีวิต และทรัพย์สิน

9. บริการด้านการเงิน (Banking and Finance) บริการของธนาคาร บริการการเงินอื่นๆ การให้กู้ยืมเงิน การให้คำแนะนำในการลงทุนต่างๆ

10. บริการด้านการขนส่ง (Transportation) บริการขนส่งผู้โดยสารของรถไฟ รถยนต์ประจำทาง ขสมก. รถแท็กซี่ เรือด่วนเจ้าพระยา บริการสายการบินต่างๆ ทั้งในประเทศ และระหว่างประเทศ และบริการขนส่งสินค้า ทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ ระบบขนส่งมวลชน รถไฟฟ้า การให้เช่ารถยนต์ชนิดต่างๆ

11. บริการด้านการสื่อสาร (Communication) โทรศัพท์ ทั้งธรรมดา และมีมือถือ วิทยุติดตามตัว (Pager) โทรสาร (FAX) การถ่ายเอกสาร คอมพิวเตอร์ติดต่อผ่าน Internet เครือข่ายต่างๆ การให้บริการสัญญาณดาวเทียมสื่อสารต่างๆ

4.3 ลักษณะของการบริการ

บริการมีลักษณะบางประการซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะ ลักษณะพิเศษเหล่านี้ทำให้การกำหนดแผนการตลาดของการบริการแตกต่างไปจากแผนการตลาดของสินค้าลักษณะดังกล่าว ได้แก่ (สุทธินาทวาทิต. 2537 : 838)

1. จับต้องไม่ได้ (Intangibility) บริการเป็นเรื่องของสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ผู้ซื้อไม่อาจสัมผัสกับการบริการก่อนที่จะตกลงใจซื้อเหมือนกับการซื้อสินค้า ลักษณะนี้ก่อให้เกิดความยุ่งยากกับหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตลาดซึ่งภารกิจหลักเป็นเรื่องของการส่งเสริมการขาย หน่วยงาน

ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานขาย และงานโฆษณา จะต้องเน้นในเรื่องคุณสมบัติที่จะได้รับการใช้บริการมากกว่าตัวบริการนั่นเอง เช่น ในเรื่องของการประกันชีวิต ก็ต้องมุ่งไปที่หลักประกันที่จะให้กับครอบครัวของผู้เอาประกันเป็นสำคัญ

2. แยกแยกไม่ได้ (Inseparability) บ่อยครั้งที่ไม่สามารถแยก เรื่องบริการออกจากตัวบุคคล ซึ่งเป็นผู้ให้ (ผู้ขาย) บริการนั้น และบริการบางอย่าง การให้และการเลิกให้ทำต่อเนื่องกันในโอกาสเดียว เช่น บริการของทันตแพทย์ ลักษณะของการแยกแยกไม่ได้ในความหมายทางการตลาด ทำให้การขายบริการต้องเป็นการขายโดยตรงจากผู้ให้บริการไปยังผู้ซื้อ และทำให้การขายทำได้ในปริมาณจำกัด ลักษณะนี้มีผลทำให้ธุรกิจประเภทนี้ทำได้ในขอบเขตที่จำกัด แพทย์คนหนึ่งจะรักษาคนไข้ได้ในจำนวนจำกัด

ในบางกรณีลักษณะของการแยกแยกไม่ได้อาจจะทำให้มาตรฐานทางการตลาดแปรไปจากการขายตรงที่กล่าวมาข้างต้น กล่าวคือ อาจจะต้องใช้ตัวแทนเข้ามาเป็นสื่อกลางของการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้ และผู้ใช้บริการ เช่น ในกรณีของสำนักงานจัดการท่องเที่ยว นายหน้าประกันภัย นายหน้าติดต่อบ้านเช่า ฯลฯ ตัวแทนเหล่านี้เข้ามาทำหน้าที่เสริมการขายบริการ ซึ่งเป็นของผู้อื่น

3. ความเป็นอเนกพันธ์(Heterogeneity) ผู้ให้บริการแต่ละคนก็มีแบบและวิธีการในการให้บริการของตนเอง จึงเป็นการยากที่จะกำหนดมาตรฐานของการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกัน ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ให้บริการคนเดียวกันก็อาจจะให้บริการต่างกันเป็นเรื่องที่ต่างกรรมต่างวาระกัน การตัดสินเรื่องคุณภาพของการบริการที่ผู้ซื้อได้รับจึงเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก ในบางกรณีก็เป็นการยากที่จะบอกให้ทราบล่วงหน้าว่า บริการที่ลูกค้าได้รับจะมีลักษณะอย่างไร การเข้าชมการแข่งขันกีฬาไม่อาจบอกให้ทราบล่วงหน้าก่อนว่า การแข่งขันจะสนุกสนานและน่าตื่นเต้นเพียงใด ด้วยเหตุผลที่กล่าวข้างต้น ในการขายบริการจึงต้องให้ความสนใจในกิจกรรมการวางแผนที่จะให้บริการมากเป็นพิเศษ เพื่อให้แน่ใจว่าบริการที่จะให้ลูกค้ามีคุณภาพดีเท่าเทียมกัน และโดยสม่ำเสมอ

4. ลักษณะของความไม่คงทนและความต้องการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา(Perishability and Fluctuating Demand) บริการเป็นของที่ไม่คงทนและไม่อาจเก็บรักษาไว้ได้ เช่น ที่นั่งในโรงแรมสพในแต่ละรอบ ถ้าไม่มีคนดูก็เสียเปล่า พนักงานดูแลสถานที่มีงานทำ เมื่อเวลาผ่านไป สิ่งเหล่านี้ก็เป็นเรื่องสูญเปล่า เรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ไม่ได้

นอกจากนี้ ความต้องการใช้บริการก็มีขึ้นๆ ลงๆ มากบ้างน้อยบ้าง ตามฤดูกาล คนโดยสารรถประจำทางจะแน่นในตอนเช้าและตอนเย็นหลังเลิกงาน โรงแรมพักตากอากาศจะมีคนมาพักมากในระยะปลายสัปดาห์ และเบาบางในวันระหว่างสัปดาห์ หน้าที่ของนักการตลาดต้องหาหรือกระตุ้นให้มีผู้ใช้ในระยะที่มีผู้ใช้บริการน้อย ให้มีการใช้ประโยชน์ของการบริการเพิ่มขึ้น เพื่อให้ระดับความต้องการเป็นไปได้อย่างสม่ำเสมอไป ดังนั้น ในฤดูฝนหรือฤดูหนาวที่ห้องในโรงแรมว่างมาก ผู้บริการก็ต้องหาทางชักจูงให้ผู้มาพักเพิ่มโดยวิธีต่างๆ เช่น ลดค่าพักให้ต่ำกว่าอัตราปกติ เป็นต้น

4.4 แนวคิดทางการตลาดของธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539 : 110 – 112) ได้กล่าวถึงแนวคิดทางการตลาดของ Philip Kotler ว่าธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 4P's เช่นเดียวกับธุรกิจที่ขายสินค้า ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่า ในสายตาของลูกค้า จึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ดี
2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า ผลิตภัณฑ์กับราคา ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการ ความมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน ง่ายต่อการจำแนกระดับบริการ
3. สถานที่ (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าการกำหนดทำเลที่ตั้งเพื่อการเข้าถึงผู้บริโภค
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ
5. บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องผ่านการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาลูกค้า
6. กระบวนการบริการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณค่าในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วประทับใจลูกค้า (Customer Satisfaction)

4.5 การจัดการด้านตลาดบริการ

โดยหลักทั่วไปแล้ว การจัดการที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของสินค้าที่ได้ศึกษามาอาจนำมาปรับใช้ในการจัดการในเรื่องตลาดบริการได้ด้วย เพียงแต่ว่าโดยที่ลักษณะของบริการ มีลักษณะพิเศษที่แตกต่างกับลักษณะของสินค้าอยู่ในบางประการ ลักษณะพิเศษดังกล่าวทำให้การพิจารณากำหนดส่วนประสมทางการตลาดของการบริการอาจแตกต่างไปจากเรื่องของสินค้าบ้าง ได้แก่ (สุรีนาทวาทต์. 2537 : 841)

1. การวิจัยและการวางแผนตลาด (Market analysis and market planning)

ตามหลักการจัดการ ไม่ว่าจะการตลาดของสินค้า หรือบริการ ก็มักเริ่มต้นด้วยการวิจัยตลาดเพื่อค้นหาโอกาสทางการตลาด เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนเพื่อเป็นแนวดำเนินงานต่อไป ใน

ส่วนของการบริการ นักการตลาดจะเน้นความสนใจในองค์ประกอบที่เกี่ยวกับเรื่องของประชาชนและรายได้ ซึ่งเป็นเครื่องกำหนดความต้องการบริการ นอกเหนือจากนั้นก็ต้องวิจัยเจาะลึกต่อไป โดยแยกกลุ่มของลูกค้าที่อาจจะมีเหตุจูงใจในการซื้อแตกต่างกัน ผู้ขายบริการต้องการที่จะทราบแบบการซื้อของลูกค้า ซึ่งต้องมีการทำวิจัยต่อไปว่า ลูกค้าซื้อเมื่อใด ที่ไหน และอย่างไร และใครเป็นผู้ตัดสินใจในการซื้อ ข้อพิจารณาในแง่จิตวิทยาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อ เกี่ยวกับท่าที การยอมรับ เป็นต้น ก็เป็นเรื่องที่สำคัญต้องนำมาพิจารณาด้วย

แผนการใช้จ่ายของครอบครัวเทียบต่อระดับรายได้ ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญข้อหนึ่งว่า ผู้บริโภคมีรายได้สูงขึ้น และมีอำนาจในการซื้อสูง ความต้องการบริการเพื่อสุขภาพ อนามัย เช่น การรักษาพยาบาล การประกันชีวิต ความสะดวกสบายในการขนส่งเดินทาง จะมีเพิ่มขึ้น เมื่อชั่วโมงในการทำงานลดลง ผู้บริโภคมีเวลาว่างมากขึ้น ความต้องการบริการในด้านการพักผ่อนหย่อนใจก็มีมากขึ้น การวิจัยตลาดจะเป็นเครื่องมือที่จะนำไปให้ผู้บริหารพิจารณาเลือกตลาดที่เชื่อว่าจะให้ผลประโยชน์สูงสุด

2. การวางแผนและการพัฒนาบริการ (Planing and developing the Service)

บริการก็มีลักษณะเหมือนกับสินค้าในข้อที่ว่าต้องมีการปรับปรุงรูปแบบให้อยู่ในความต้องการของผู้ซื้ออยู่เสมอสิ่งใดที่ไม่ตรงกับความต้องการของยุคสมัยก็ต้องเปลี่ยนใหม่ ของเดิมที่ให้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่าก็เลิกไป เมื่อการแข่งขันเข้มข้นขึ้นก็ต้องปรับปรุงบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง

ลักษณะของการบริการในส่วนที่เกี่ยวกับความคงทนไม่อาจจะเก็บรักษาไว้ก่อนได้และความต้องการเปลี่ยนแปลงไม่แน่นอนเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่ต้องนำมาใช้เป็นข้อพิจารณาประกอบในการวางแผนการตลาดบริการที่ความต้องการมีน้อยในบางโอกาส ก็ต้องหาวิธีการกระตุ้นให้มีความต้องการเพิ่มขึ้น ในระหว่างสัปดาห์ความต้องการที่พักต้ออากาศชายทะเลมีน้อย ก็ใช้วิธีลดค่าเช่าให้ต่ำ เพื่อจะได้มีผู้ใช้บริการในระยะดังกล่าวไม่เกิดความเสียเปล่าขายบริการได้สม่ำเสมอ

บางครั้งอาจจะต้องใช้วิธีรวบรวมบริการหลายๆ อย่างมาไว้ในที่แห่งเดียวกัน เป็นการดึงดูดลูกค้าด้วยการให้ความสะดวก เช่น ร้านซักรีดเสื้อผ้า มีบริการซักแห้ง รับปะชุนเสื้อผ้า หรือบริการบางอย่างอาจร่วมกับบริการของผู้อื่น เป็นการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ให้ความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น บริษัทให้เช่ารถยนต์ร่วมกับสายการบินจัดรถยนต์ให้บริการผู้โดยสารเครื่องบินเช่า เมื่อผู้โดยสารลงจากเครื่องบินก็ใช้ประโยชน์รถยนต์ที่เช่าได้ทันที บริษัทท่องเที่ยวร่วมมือกับสายการบิน โรงแรม จัดบริการทัศนอาจรให้ลูกค้าเป็นการสนับสนุนช่วยเหลือกัน บริษัทท่องเที่ยวมีงานทำ สายการบินได้ผู้โดยสาร โรงแรมมีแขกพักอาศัย และผู้ใช้บริการก็ได้รับความสะดวกสบาย

ในบางกรณีข้อพิจารณาในการวางแผนการตลาดของบริการอาจง่ายกว่าการตลาดของสินค้า แต่ในบางเรื่องก็อาจจะมีข้อพิจารณาที่ยุ่ยากมากกว่า เช่น ในเรื่องของกำหนดมาตรฐานคุณภาพที่แตกต่างกันสำหรับสนองความต้องการของลูกค้าในฐานะที่แตกต่างกัน เช่น การให้บริการ

รักษาพยาบาล เสริมสวย หรือการพักผ่อนหย่อนใจจะใช้สิ่งใดเป็นเครื่องกำหนดและให้ลูกค้าเลือกรับชำระมาตรฐานที่เขาต้องการซึ่งถ้าเป็นกรณีของสินค้าอาจจะใช้ตราสัญลักษณ์หรือป้ายสลากเข้ามาช่วย

3. การกำหนดราคา

การกำหนดราคาขายของบริการเป็นเรื่องที่ต้องใช้ความคิดริเริ่ม และความสันทัดของผู้บริหารงานเป็นพิเศษ ด้วยเหตุผลที่สืบเนื่องจากลักษณะของบริการที่ว่า บริการเป็นสิ่งที่เก็บรักษาไว้รอการจำหน่ายไม่ได้เสียเปล่าถ้าไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์ และความต้องการใช้บริการก็เปลี่ยนแปลงได้ง่าย ลูกค้าอาจจะเลื่อนการซื้อต่อไป หรืออาจจะทำงานบริการนั้นด้วยตนเองหากจำเป็นต้องซื้อบริการในราคาสูง เช่น การซ่อมแซมบ้านเรือน หรือการซ่อมพาทะนะ ซึ่งลูกค้าอาจจะเลื่อนเวลาการซ่อม หรือทำการซ่อมเสียเอง ดังนั้น การกำหนดราคาให้เหมาะสมถึงเป็นเรื่องที่สำคัญ

บริการหลายประเภทรัฐจะเข้ามาแทรกแซงในเรื่องการกำหนดราคาค่าบริการเพราะถือว่าเป็นเรื่องที่มีผลต่อสาธารณชน เมื่อเอกชนได้รับอนุญาตให้เป็นผู้ประกอบการ การกำหนดราคาขายบริการจะต้องได้รับความเห็นชอบจากทางการด้วย แต่โดยหลักการแล้ว จุดมุ่งหมายในการแทรกแซงของรัฐก็ไม่ได้มุ่งหวังที่จะบีบบังคับผู้ประกอบการให้ต้องขาดทุน ซึ่งข้อกำหนดในลักษณะนี้ก็คงจะไม่เป็นอุปสรรคต่อผู้บริหารการตลาดที่จะใช้แนวความคิด และวิธีการที่จะกำหนดราคาตามขอบเขตที่ได้รับอนุญาตจากทางการ เพื่อให้ได้ราคาที่ได้ผลกำไรดีที่สุด การเก็บค่าธรรมเนียมการใช้โทรศัพท์ทางไกลในช่วงเวลากลางคืน หรือในช่วงเวลาที่เป็นวันหยุดงานในอัตราต่ำกว่าอัตราปกติ และเก็บค่าธรรมเนียมในช่วงเวลาที่มีการใช้มากในอัตราสูงกว่า เป็นแบบของการใช้วิธีการกำหนดราคาเพื่อเป็นมาตรการในการแทรกซึมตลาดและเพิ่มกำไรให้สูงขึ้น

นโยบายที่นำมาใช้ในการกำหนดราคาที่ได้ศึกษามาในเรื่องการตลาดของสินค้า อาจนำมาปรับใช้ในเรื่องของการบริการได้เช่นกัน เช่น การให้ส่วนลดที่เนื่องจากปริมาณ ถ้าใช้มากก็ลดราคาให้ต่ำลง ในกรณีการเช่ารถถ้าเป็นการเช่าในระยะยาว อัตราเช่าก็ต่ำกว่าอัตราค่าเช่าปกติ การให้ส่วนลดเมื่อมีการชำระเงินสด ก็มีการนำไปใช้ในเรื่องการประกันภัย ถ้าชำระเบี้ยประกันเป็นเงินสดครั้งเดียวจะได้รับส่วนลดเพิ่มจากการชำระเป็นงวดๆ แพทย์อาจใช้นโยบายกำหนดราคาบริการต่างกัน สำหรับคนไข้ที่มีรายได้สูง ค่าบริการอาจจะแพงกว่าคนไข้ที่ยากจน ราคาอาจจะต่างกันตามลักษณะของการบริการ คนไข้ที่มาหาแพทย์ที่สำนักงาน ค่าบริการอาจต่ำกว่าที่แพทย์ต้องไปที่บ้านคนไข้

4. การจัดจำหน่าย

การขายบริการส่วนใหญ่เป็นการขายตรงจากผู้ผลิต (ผู้ขาย) บริการไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ จะไม่มีการใช้คนกลางเมื่อการให้บริการเป็นเรื่องที่ผู้ขายต้องทำงานเอง หรือในเมื่อต้องสร้างบริการและขายไปด้วยพร้อมกัน เช่น บริการสาธารณสุขโรค การรักษาพยาบาล การซ่อมแซมต่างๆ เป็นการจำกัดการขายให้ทำได้ในขอบเขตที่จำกัด แต่ก็ยังเป็นวิธีการที่ผู้ขายติดต่อกับผู้ซื้อโดยใกล้ชิด ทำให้เรารู้สึกถึงท่าทีความพอใจของลูกค้าในทันที

บริการที่อาจจะขายผ่านคนกลาง และเป็นการใช้คนกลางเพียงคนเดียวที่ใช้ตัวแทน นายหน้า เช่น การขายหุ้นบริษัท พันธบัตร การเดินทาง การแสดง และการเช่าบ้าน เป็นแบบที่ใช้กันมาก แบบของช่องทางการให้บริการที่ใช้บริการกันมากอีกแบบหนึ่ง เป็นเรื่องของการใช้สิทธิ (Franchising) ซึ่งผู้เป็นเจ้าของแบบการให้บริการอนุญาตให้ผู้ได้รับสิทธินำเอาแบบของการให้บริการของเจ้าของไปใช้ได้ โดยผู้ได้รับสิทธิต้องจ่ายค่าตอบแทนให้ผู้เป็นเจ้าของตามที่ตกลงกัน ผู้ที่ได้รับสิทธิที่จะมาเป็นผู้ให้บริการในนามของเจ้าของเดิม จะต้องใช้วิธีการในการให้บริการตามแบบที่ผู้เป็นเจ้าของกำหนด เช่น สถานสอนภาษาต่างประเทศที่ใช้ชื่อของสถาบันที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ เป็นต้น

การใช้คนกลางในบางลักษณะจะช่วยให้การบริการขยายกว้างขวางขึ้น เช่น ในกรณีของธนาคารพาณิชย์เข้ามารับทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยเงินเดือนให้พนักงานในหน่วยงานของรัฐบาล หรือบริษัทเอกชน ธนาคารพาณิชย์รับฝากเงินค่าจ้างของคณงานโดยตรงจากนายจ้าง และรับผิดชอบที่จะจ่ายเงินให้กับคณงาน ของบริษัทตามที่คณงานต้องการ ในลักษณะนี้นายจ้างทำหน้าที่เป็นสื่อกลางการติดต่อระหว่างคณงาน (ผู้ใช้บริการ) และธนาคารพาณิชย์ (ผู้ให้บริการ)

5. การส่งเสริมการตลาด

บริการเป็นสิ่งที่มองเห็นไม่ได้เป็นตัวตนเหมือนกับสินค้า ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดที่จะใช้สำหรับบริการจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากสำหรับผู้บริหาร การส่งเสริมการตลาดของบริการจึงต้องใช้วิธีการทางอ้อม และพนักงานขายและการโฆษณาเป็นหลัก

ในรูปแบบของการส่งเสริมทางอ้อมผู้ให้บริการในงานอาชีพบางอย่าง เช่น แพทย์ นักกฎหมาย ฯลฯ อาจจะเผยแพร่ตัวเองด้วยการเข้าร่วมในกิจการอันเป็นประโยชน์ของสังคม ธนาคารพาณิชย์ สนับสนุนให้อุตสาหกรรมเข้ามาดำเนินกิจการในท้องถิ่น ในลักษณะที่จะช่วยสร้างความเจริญให้กับสังคมที่เกี่ยวข้อง แต่ก็ได้รับผลประโยชน์จากการขายบริการของตนให้กับอุตสาหกรรมที่เข้ามาดำเนินงานด้วย แผนการส่งเสริมการตลาดของการบริการ ควรจะมีการกำหนดเป้าหมายหลักไว้ 3 ประการ คือ

5.1 แสดงประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการพึงได้รับหากมีการใช้บริการ ในลักษณะที่เป็นการจูงใจผู้บริโภคได้มากที่สุด

5.2 แสดงให้เห็นว่าบริการที่เสนอให้ลูกค้าแตกต่างกับบริการของคู่แข่ง

5.3 สร้างชื่อเสียงดีให้กับผู้เสนอขายบริการ

4.6 องค์ประกอบของระบบการบริการ

จิตตนันท์ เดชะคุปต์ (2544 : 29-35) ได้กล่าวถึงระบบการบริการที่มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่เป็นส่วนสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

4.6.1. ผู้รับบริการเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในกระบวนการบริการ เพราะความพอใจของลูกค้า คือ เป้าหมายหลักของการให้บริการ หากกิจการใดให้บริการที่ดีทำให้ลูกค้าพอใจ ย่อมสามารถรักษาลูกค้าไว้ให้กลับมาใช้บริการนั้นๆ ต่อไปอีก หรืออาจจะแนะนำลูกค้าใหม่ได้ด้วย

ลักษณะการรับรู้ของผู้รับบริการ แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การรับรู้จากประสบการณ์ที่ได้รับเป็นการรับรู้ที่เกิดจากการที่ลูกค้าได้รับบริการ แล้วเกิดความรู้สึกหรือภาพพจน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับและวิธีปฏิบัติในกระบวนการให้บริการ ว่ามีคุณภาพมากน้อยเพียงใด

2. การรับรู้จากความคาดหวัง เป็นการรับรู้ที่เกิดจากข้อมูลที่ลงโฆษณาภาพพจน์ที่สื่อให้เห็น การได้ยินผู้อื่นวิจารณ์ และความต้องการของลูกค้าเอง

ประเภทของผู้รับบริการ จำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ

ยึดพฤติกรรมของผู้รับบริการเป็นหลัก สโตน (Stone) ศึกษาลักษณะของลูกค้าและจำแนกลูกค้าที่มารับบริการออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. ประเภทลงทุนคุ้มค่า (Economizing Customer) เป็นลูกค้าที่เน้นคุณค่าของการบริการโดยคำนึงถึงเวลา แรงงานและเงินที่สูญเสียไป มักเป็นลูกค้าที่ชอบเรียกร้อง และเปลี่ยนใจง่าย

2. ประเภทเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (Ethical Customer) เป็นลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับการทำประโยชน์เพื่อสังคมส่วนรวมขององค์กร

3. ประเภทนิยมตนเอง (Personalizing Customer) เป็นลูกค้าที่ชอบให้ผู้อื่นเห็นว่าตนสำคัญ และต้องการยกย่องให้เกียรติ

4. ประเภทชอบความสะดวก (Convenient Customer) เป็นลูกค้าที่ใช้ชีวิตเรียบง่าย และยินดีจ่ายเงินสำหรับบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกต่างๆ

ยึดเกณฑ์การพิจารณาอัตราค่าบริการ และคุณภาพของบริการเป็นหลัก บลัมเบิร์ก (Blumberg) ได้ระบุประเภทของลูกค้าที่มาใช้บริการเป็น 4 ประเภท คือ

1. พิจารณาอัตราค่าบริการเป็นสำคัญ (Price – Sensitive Customer) เป็นลูกค้าที่นิยมความประหยัดไม่สนใจว่าบริการจะมีคุณภาพเพียงใด

2. พิจารณาอัตราค่าบริการและคุณภาพเป็นสำคัญ (Price – Quality Customer) เป็นลูกค้าที่ตัดสินใจด้วยเหตุผล รู้จักเปรียบเทียบความคุ้มค่าของเงินกับการบริการที่ได้รับ

3. พิจารณาคุณภาพเป็นสำคัญ (Quality – Sensitive Customer) เป็นลูกค้าที่ต้องการบริการที่ถูกต้องแม้ว่าจะต้องจ่ายเงินมากขึ้นก็ตาม

4. ใช้อัตราค่าบริการเป็นตัวกำหนดคุณภาพ (Price – Sensitive Customer) เป็นลูกค้าที่ให้ปัจจัยภายนอกช่วยตัดสินใจด้วยความเชื่อว่า ถ้าค่าบริการสูงแสดงว่าเป็นบริการที่ดี

4.6.2. ผู้ปฏิบัติงานบริการ

คาวเวล (Cowell) ได้จำแนกผู้ให้บริการตามระดับของปฏิสัมพันธ์และการปรากฏตัวกับลูกค้าขณะให้บริการต่อลูกค้า โดยแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ

1. ประเภทที่ต้องปฏิสัมพันธ์ และปรากฏตัวกับลูกค้า เช่น พนักงานเสิร์ฟอาหาร พนักงานต้อนรับของโรงแรม เป็นต้น
2. ประเภทที่ไม่ต้องปฏิสัมพันธ์แต่ต้องปรากฏตัวกับลูกค้า เช่น พนักงานจัดเครื่องดื่ม พนักงานควบคุมคอมพิวเตอร์ เป็นต้น
3. ประเภทที่ต้องปฏิสัมพันธ์แต่ไม่ต้องปรากฏตัวกับลูกค้า เช่น นักบิน พนักงานรับโทรศัพท์
4. ประเภทที่ไม่ต้องปฏิสัมพันธ์ และไม่ต้องปรากฏตัวกับลูกค้า เช่น พนักงานทำความสะอาด นักบัญชี

นับเป็นการยากที่จะกล่าวว่าผู้ปฏิบัติงานให้บริการ หรือผู้ให้บริการประเภทใดให้บริการที่ดีที่สุด เพราะลักษณะของการบริการแต่ละประเภทมีวิธีการให้บริการที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ทักษะ ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนพฤติกรรมการแสดงออกของบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการล้วนมีอิทธิพลต่อการสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าขณะรับบริการทั้งสิ้น

4.6.3 องค์การบริการ

เป้าหมายขององค์การธุรกิจทุกแห่งจะมุ่งความสนใจไปที่ความต้องการของลูกค้าเสมอ เพื่อผลิตสินค้าและบริการให้ถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ ผู้บริหารการบริการในองค์การบริการจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. นโยบายการบริการ องค์การต้องมีการกำหนดนโยบายการให้บริการที่ชัดเจน (วัตถุประสงค์และเป้าหมายรวม) และแจ้งให้พนักงานทุกคนในองค์การยึดมั่นในนโยบายดังกล่าว พร้อมทั้งคอยสอดส่องดูแลให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามนโยบายโดยพร้อมเพรียงกัน
2. การบริหารการบริการ การกำหนดโครงสร้างองค์การ และกลยุทธ์การบริหารการบริการที่ดีให้ความสำคัญกับลูกค้า และพนักงานให้บริการทุกระดับ ตลอดจนกำหนดแผนการบริการ และฝึกอบรมพนักงานบริการให้มีทักษะเชิงมโนภาพควบคู่กับทักษะเชิงพฤติกรรม ซึ่งทำให้การดำเนินงานบริการเป็นไปด้วยดี
3. วัฒนธรรมการบริการ การเสริมสร้างความร่วมมือร่วมใจ ความเชื่อถือ และความจริงใจต่อกันให้เกิดทั่วองค์กร รวมทั้งการให้คุณค่าของการให้บริการซึ่งกันและกัน จะช่วยกระตุ้นจิตสำนึกและทัศนคติต่องานบริการ ของผู้ที่เกี่ยวข้องในอันที่จะส่งผลให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างมีคุณภาพ

4. รูปแบบของการบริการ องค์การจะต้องพิจารณาออกแบบระบบ หรือวิธีการ ให้บริการลูกค้าที่สอดคล้องกับนโยบายการบริการ เช่น นโยบายใกล้ชิดลูกค้า นโยบายอำนวยความสะดวก สะดวกรวดเร็ว

5. คุณภาพของการบริการ การควบคุมมาตรฐานคุณภาพการให้บริการอย่างจริงจัง ด้วยการตรวจสอบ และประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า และปัญหาข้อบกพร่องต่างๆ เป็นระยะๆ จะช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนางานบริการได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า อันนำมาซึ่งคุณภาพของบริการที่เป็นเลิศได้

4.6.4 ผลิตภัณฑ์บริการ

ผลิตภัณฑ์บริการ นับเป็นกุญแจสำคัญของการให้บริการที่จะสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ทั้งนี้องค์การจะเป็นผู้กำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์บริการที่จะนำเสนอ (Service Offer) แก่ลูกค้า โดยคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บริการ รูปแบบการให้บริการ และภาพลักษณ์ของการบริการ

การนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า จะต้องเริ่มต้นจากการสำรวจพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้บริโภคเกี่ยวกับลักษณะของการบริการที่เขาต้องการ และสิ่งที่เขาคาดว่าจะได้จากการบริการ แล้วนำข้อมูลนั้นมาจัดวางระบบการบริการแก่ลูกค้า โดยระดับของการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการ แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

1. บริการหลัก (Core Service) หมายถึง กิจกรรม หรือการกระทำที่เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบโดยตรงของธุรกิจบริการแต่ละประเภท เช่น ในธุรกิจโรงแรม บริการหลัก คือ การให้เข้าพัก

2. บริการที่คาดหวัง (Expected Service) หมายถึง กิจกรรม หรือการกระทำที่ลูกค้ามักคาดหวังว่าจะได้รับ เช่น ในธุรกิจโรงแรมบริการที่คาดหวัง คือห้องพักที่จัดไว้เรียบร้อยสะอาดตา

3. บริการพิเศษเพิ่มเติม (Exceeded Service) หมายถึง กิจกรรม หรือการกระทำที่ลูกค้ามิได้คาดคิดมาก่อน หรือคาดหวังว่าจะได้รับ ทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจ ซึ่งเป็นสิ่งนำไปสู่ความสำเร็จของการบริการที่เป็นเลิศ เช่น ในธุรกิจโรงแรม บริการพิเศษเพิ่มเติม คือ การต้อนรับ และอำนวยความสะดวกด้วยไมตรีจิตที่ดีงาม

4.6.5 สภาพแวดล้อมของการบริการ

การจัดสภาพแวดล้อม และบรรยากาศขององค์การเอื้อต่อการให้บริการแก่ลูกค้าและการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ขององค์การ และก่อให้เกิดการกล่าวขานเกี่ยวกับการบริการดังกล่าว

“สภาพแวดล้อม” ในที่นี้ หมายถึง สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องใช้ต่างๆ รวมทั้งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อร่างกาย เช่น แสง สี เสียง อุณหภูมิ เป็นต้น ทั้งนี้ สภาพแวดล้อมทั่วไปขององค์การบริการที่จำเป็นต้องคำนึงถึง มีดังนี้

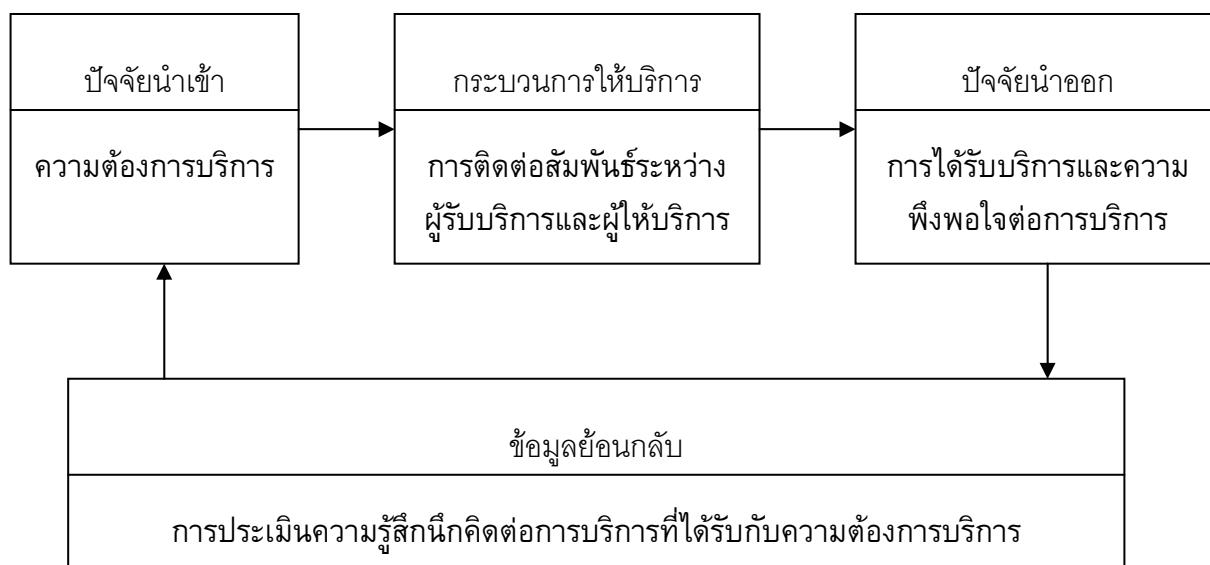
1. สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏให้เห็นภายนอกอาคาร เช่น สถานที่ตั้ง และบริเวณ ขนาด และรูปร่างของอาคาร เป็นต้น

2. สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏให้เห็นภายในอาคาร เช่น การวางผังบริเวณต่างๆ การจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ การติดตั้งไฟฟ้า โทรศัพท์ เป็นต้น

“บรรยากาศ” หมายถึง สภาพความเป็นไปที่เกิดขึ้นภายในองค์การ เช่น การจัดแบ่งห้องต่างๆ เป็นสัดส่วน การประดับตกแต่งสถานที่ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรภายในองค์การ เป็นต้น สำหรับบรรยากาศของการให้บริการขึ้นอยู่กับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรขององค์การ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับความสะดวกสบาย เช่นเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อลูกค้า อันจะส่งผลให้การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นไปอย่างราบรื่น

4.7 วงจรของการให้บริการ

จิตตพันธ์ เดชะคุปต์ (2544 : 41) กล่าวว่า การบริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบเป็นขั้นตอน เช่นเดียวกับการดำเนินกิจกรรมอื่นๆ นั้น คือ มีองค์ประกอบของปัจจัยนำเข้า ปัจจัยนำออก และข้อมูลย้อนกลับ โดยเริ่มต้นจากลูกค้า หรือผู้รับบริการมีความต้องการการบริการ (ปัจจัยนำเข้า) ความต้องการนี้เองเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้รับบริการพยายามค้นหาการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวให้ได้ ผู้รับบริการจึงจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ เพื่อแสดงความต้องการของตนเองออกมาให้เกิดการรับรู้ และมีการดำเนินงานที่จะสนองตอบความต้องการนั้น (กระบวนการให้บริการ) ซึ่งในท้ายที่สุดผู้รับบริการจะได้รับบริการอย่างใดอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ (ปัจจัยนำออก) ผลที่เกิดขึ้นจากการบริการที่ได้รับจะส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้รับบริการ ความพึงพอใจในทางบวกหรือลบได้ ขึ้นอยู่กับว่าความต้องการของผู้รับบริการได้ถูกตอบสนองต่อความคาดหวังหรือไม่ เพียงใด (ข้อมูลย้อนกลับ)



ภาพประกอบ 5 แสดงกระบวนการบริการ

ที่มา : จิตตพันธ์ เดชะคุปต์. (2544). เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ : 41.

4.8 คุณภาพการให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539 : 334 – 335) ได้กล่าวถึง แนวคิดของคุณภาพสำหรับการให้บริการว่าเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพการบริการโดยคำนึงถึงคุณลักษณะมี 10 ประการ ดังนี้

4.8.1 การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

4.8.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

4.8.3 ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ ความสามารถในงาน

4.8.4 ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรที่ให้บริการต้องมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณ

4.8.5 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัท และบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

4.8.6 ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอ และถูกต้อง

4.8.7 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามความที่ลูกค้าต้องการ

4.9. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะ

4.9.1 ความหมายและขอบข่าย

การให้บริการสาธารณะตรงกับภาษาอังกฤษว่า Public Services Delivery ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้แสดงแนวคิดและความหมายของคำนี้ ดังนี้

สุจิตรา ปัญญารัตน์บัณฑู-ภักดี (จุมพล ขุยรักขิต. 2539:24 ; อ้างอิงจาก Suchitra 1986:21) ได้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะ ว่าเป็นการบริการในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเพื่อให้เกิดความพอใจ จากความหมายนี้จึงเป็นการพิจารณาการให้บริการว่าประกอบด้วยผู้ให้บริการ (Providers) และผู้รับบริการ (Recipients) โดยฝ่ายแรกถือปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการเพื่อให้ฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ

สุจิตรา ปัญญารัตน์บัณฑู-ภักดี (จุมพล ขุยรักขิต. 2539:24 ; อ้างอิงจาก Suchitra.1986:50) ได้พิจารณาการให้บริการสาธารณะว่า เป็นกระบวนการในการให้บริการ ซึ่งมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเป็นพลวัตร โดยระบบการให้บริการที่ดีจะเกิดขึ้นได้ เมื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบใช้ทรัพยากรและผลิตรายการได้เป็นไปตามแผนงานและการเข้าถึงการให้บริการ จากความหมายดังกล่าว จะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาโดยใช้แนวคิดเชิงระบบ (System Approach) ที่มีการมองหน่วยที่มีหน้าที่ให้บริการใช้ปัจจัยนำเข้า (Inputs) เข้าสู่กระบวนการผลิต (Process) และออกมาเป็นผลผลิตหรือการบริการ (Output) โดยทั้งหมดจะต้องเป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้ ดังนั้นการประเมินผลจะช่วยให้ทราบถึงผลผลิตหรือการบริการที่เกิดขึ้นว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร ซึ่งจะเป็นข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เป็นปัจจัยนำเข้าต่อไป ด้วยเหตุนี้ระบบการให้บริการสาธารณะจึงมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

สุจิตรา ปัญญารัตน์บัณฑู-ภักดี (จุมพล ขุยรักขิต. 2539:24 ; อ้างอิงจาก Suchitra.1986:104-105) ได้พิจารณาการให้บริการสาธารณะ ว่าเป็นการเคลื่อนย้ายเรื่องที่ให้บริการจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อให้เป็นไปตามที่ต้องการ ด้วยเหตุนี้ทำให้เขามองการบริการว่ามี 4 ปัจจัยที่สำคัญคือ (1) ตัวบริการ (Service) (2) แหล่งหรือสถานที่ที่ให้บริการ (Sources) (3) ช่องทางในการให้บริการ (Channels) และ (4) ผู้รับบริการ (Client Groups) จากปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวเข้าจึงให้ความหมายของระบบการให้บริการ ว่าเป็นระบบที่มีการเคลื่อนย้ายบริการอย่างคล่องตัวผ่านช่องทางที่เหมาะสม จากแหล่งให้บริการที่มีคุณภาพไปยังผู้รับบริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งจากความหมายดังกล่าวจะเป็นได้ว่าการให้บริการนั้น จะต้องมีการเคลื่อนย้ายตัวบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการผ่านช่องทาง และต้องตรงตามเวลาที่กำหนด

กฤษณะ สินธุเดชะ (จุมพล ขุยรักขิต. 2539:25 ; อ้างอิงจาก กฤษณะ 2538:26) มีความเห็นว่าการให้บริการสาธารณะประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญคือ หน่วยงานที่ให้บริการ (Service Delivery Agency) บริการ (The Service) ซึ่งเป็นประโยชน์ที่หน่วยงานที่ให้บริการได้ส่ง

มอบให้แก่ผู้รับบริการ (The Service Recipient) โดยประโยชน์หรือคุณค่าของบริการที่ได้รับนั้น ผู้รับบริการจะตระหนักไว้ในจิตใจซึ่งอาจสามารถวัดออกมาในรูปของทัศนคติก็ได้

ลูซี่ , กิลเบิร์ต และไบร์เฮด (จุมพล ขุรักษ์ชิต. 2539:25 ; อ้างอิงจาก William H. Lucy Dennis Gilbert and Guthrie S. Birkhead. 1977:687-697) มองว่าการให้บริการสาธารณะมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. ปัจจัยนำเข้า (Inputs) หรือทรัพยากร อันได้แก่ บุคลากร ค่าใช้จ่าย อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก
2. กิจกรรม (Activities) หรือกระบวนการ (Process) ซึ่งหมายถึง วิธีการที่จะใช้ทรัพยากร
3. ผล (Results) หรือผลผลิต (outputs) ซึ่งหมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากมีการใช้ทรัพยากรแล้ว
4. ความคิดเห็น (Opinions) ต่อผลกระทบ (Impacts) ซึ่งหมายถึง ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับ (Lucy, Gilbert and Birkhead, 1977:687-697) จากความหมายดังกล่าว จะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาโดยใช้แนวคิดเชิงระบบที่มีการมองว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการนำปัจจัยนำเข้าเข้าสู่กระบวนการผลิตและออกมาเป็นผลผลิตหรือการบริการเช่นเดียวกับแนวคิดของ บีเอ็ม เวอร์มา อย่างไรก็ตามจากความหมายดังกล่าวมีประเด็นสำคัญประการหนึ่งก็คือ การมองในแง่ของผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังจากใช้บริการ ซึ่งสามารถวัดได้จากความคิดเห็น หรือทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อระบบการให้บริการ

ประยูร กาญจนดุล (2491:118-121) ได้กล่าวถึง แนวคิดของการให้บริการสาธารณะว่ามีอยู่ 5 ประการที่สำคัญคือ

1. บริการสาธารณะเป็นกิจการที่อยู่ในความอำนาจอำนวยการหรือในความควบคุมของฝ่ายปกครอง
2. บริการสาธารณะ มีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน
3. การจัดระเบียบและวิธีดำเนินการสาธารณะ ย่อมจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอเพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลสมัย
4. บริการสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการอยู่เป็นนิจและโดยสม่ำเสมอไม่มีการหยุดชะงัก ถ้าบริการสาธารณะจะต้องหยุดชะงักลงด้วยประการใด ๆ ประชาชนย่อมได้รับความเดือดร้อนหรือได้รับความเสียหาย

5. เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน

เทพศักดิ์ บุญรัตพันธ์ (2536:13) ได้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะว่า หมายถึงการที่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสาธารณะ ซึ่งอาจจะป็นของรัฐ หรือเอกชน ที่มีหน้าที่ในการส่งต่อการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวม การ

ให้บริการสาธารณะมีลักษณะที่เป็น “ระบบ” มีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ส่วนคือ (1) สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ (2) ปัจจัยนำเข้าหรือทรัพยากร (3) กระบวนการและกิจกรรม (4) ผลผลิตหรือตัวบริการ และ (5) ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นถึงแม้ว่าจะมองแนวคิดของการให้บริการสาธารณะจำกัดขอบเขตอยู่เพียงหน้าที่ของฝ่ายปกครอง ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐเท่านั้น แต่เมื่อพิจารณาในแง่ของวัตถุประสงค์ อาจกล่าวได้ว่าค่อนข้างจะครอบคลุม กล่าวคือ เป็นการมองว่าการให้บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์ เพื่อสนองต่อความต้องการส่วนรวมของประชาชนมิใช่เพียงบุคคลหนึ่งหรือ กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น นอกจากนี้คุณค่าที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การเน้นหลักการให้บริการสาธารณะ อันได้แก่ความต่อเนื่องและความยุติธรรมในการให้บริการสาธารณะ ซึ่งหลักการทั้งสองนี้ได้ถูกนำไปใช้ในการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการด้วยเช่นกัน

4.9.2 การวัดการให้บริการสาธารณะ

สำหรับการวัดการบรรลุเป้าหมายของการให้บริการสาธารณะนั้น Jeffery L. Brudney and Robert E. England (อ้างในเทพศักดิ์, 2536) ได้เปรียบเทียบให้เป็นถึงการวัดการให้บริการสาธารณะระหว่างแนวทางแบบอัตวิสัย และแนวทางแบบวัตถุวิสัยสรุปได้ดังแผนภูมิ

มิติ (Dimension)	อัตวิสัย (Subjective)	วัตถุวิสัย (Objective)
มุ่งเน้นหน้าที่ของบริการ เป้าหมายของบริการ	-พิจารณาที่ประชาชน -พิจารณาที่หน้าที่ทางการเมือง 1. พิจารณาที่การสนองตอบ (Responsiveness) ต่อความต้องการและข้อ เรียกร้องของประชาชน 2. พิจารณาที่ความเสมอภาพ (Equity) ในการกระจาย	-พิจารณาที่ผู้ให้บริการ -พิจารณาหน้าที่ทางเศรษฐกิจ 1. พิจารณาที่ประสิทธิภาพ (Efficiency) พิจารณาจากผลผลิตภาพ (Productivity) 2. พิจารณาที่ประสิทธิผล (Effectiveness) เช่น พิจารณาจากการ ประเมินผล

ภาพประกอบ 6 แผนภูมิวิธีวัดเป้าหมายของการให้บริการสาธารณะ

จากตารางดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าวิธีการวัดการให้บริการสาธารณะในแต่ละด้านจะมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ การวัดด้านอัตวิสัยจะมุ่งเน้นที่ประชาชนหรือผู้รับบริการ ในขณะที่การวัดด้านวัตถุวิสัยจะมุ่งเน้นที่ผู้ให้บริการเป็นหลัก นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในแง่ของเป้าหมายของการบริการแล้ว ในการวัดด้านอัตวิสัยจะมุ่งตอบคำถามที่สำคัญ 2 ประการ คือ หน่วยงานที่มีหน้าที่

ให้บริการสาธารณะสามารถสนองต่อความต้องการหรือข้อเรียกร้องของประชาชนได้หรือไม่ อย่างไร และมีความเสมอภาคในการให้บริการหรือไม่ ในขณะที่การวัดด้านวัตถุประสงค์จะมุ่งตอบคำถามที่สำคัญ 2 ประการ คือ ระบบการให้บริการสาธารณะมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลหรือไม่

กล่าวโดยสรุป จากแนวคิดเกี่ยวกับการวัดการให้บริการสาธารณะที่นักวิชาการดังกล่าวข้างต้นได้ยกมาพิจารณา เมื่อนำมาสังเคราะห์แล้วอาจได้ข้อสรุปที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. แนวทางการวัดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะมีอยู่ 2 แนวทางคือ แนวทางการวัดแบบอัตวิสัย และแบบวัตถุวิสัย โดยแนวทางแรกเน้นวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ ในขณะที่แนวทางหลังวัดที่ผู้ให้บริการ

2. ในแนวทางการวัดแบบอัตวิสัยที่เน้นการสอบถามความคิดเห็นหรือข้อเรียกร้องของผู้รับบริการ สามารถที่จะวัดได้ 6 องค์ประกอบที่สำคัญคือ

2.1 ความสามารถในการสนองต่อความต้องการ หรือข้อเรียกร้องของผู้รับบริการ และการมีส่วนร่วมของประชาชน

2.2 ความเสมอภาคในการให้บริการ

2.3 การให้บริการที่ตรงเวลา

2.4 การให้บริการอย่างเพียงพอ

2.5 ความต่อเนื่องในการให้บริการ

2.6 ความก้าวหน้าในการให้บริการ

โดยเน้นในแนวทางการวัดแบบอัตวิสัยมีฐานคิดที่ว่าผู้รับบริการมีความสามารถในการรับรู้ถึงการบริการที่ได้รับ ซึ่งแต่ละบุคคลอาจมีการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์หรือเกณฑ์ที่แต่ละบุคคลนำมาใช้ในการประเมินผล

3. ในแนวทางการวัดแบบวัตถุวิสัยที่เน้นวัดที่การให้บริการสาธารณะของผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการ สามารถที่จะวัดได้ใน 2 ประการที่สำคัญคือ

3.1 ประสิทธิภาพของการให้บริการ วัดจากการเปรียบเทียบระหว่างผลผลิตที่เกิดขึ้นกับปัจจัยนำเข้าในเชิงปริมาณ และเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของประชาชน

3.2 ประสิทธิภาพของการให้บริการวัดจากการบรรลุเป้าหมายหน่วยงาน และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน

ซึ่งจากการพิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะข้างต้น แสดงให้เห็นว่าเป้าหมายการให้บริการสาธารณะนั้น คือการสร้างความปลอดภัยให้เกิดแก่ผู้รับบริการ ดังนั้นการที่จะวัดว่าการให้บริการสาธารณะบรรลุเป้าหมายหรือไม่ วิธีหนึ่งคือการวัดความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ เพื่อเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการ เพราะการวัดความพึงพอใจนี้ เป็นการตอบคำถามว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการ มีความสามารถสนองต่อความต้องการของประชาชนได้หรือไม่ เพียงใด อย่างไร

5. ความเป็นมา รูปแบบโครงสร้างการบริหารงาน และการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย

5.1 ความเป็นมาของการรถไฟแห่งประเทศไทย

กิจการรถไฟได้ถือกำเนิดเมื่อปีรัตนโกสินทรศก 105 ตรงกับปี พ.ศ. 2429 โดยรัฐบาลได้อนุมัติสัมปทานแก่บริษัทชาวเดนมาร์กให้สร้างทางรถไฟจากกรุงเทพถึงสมุทรปราการ หลังจากนั้นในเดือนตุลาคม 2433 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตั้งกรมรถไฟหลวงขึ้นสังกัดกระทรวงโยธาธิการ และเสด็จทรงประกอบพระราชพิธีเปิดการเดินทางรถไฟระหว่างกรุงเทพถึงอยุธยา เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2439 ซึ่งถือเอาวันนี้เป็นวันสถาปนากิจการรถไฟหลวง ครั้นในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 กิจการรถไฟประสบภัยสงครามอย่างหนักทรัพย์สินทั้งอาคารและรถจักรได้รับความเสียหายมากจำต้องเร่งบูรณะฟื้นฟูให้กลับสภาพเดิมโดยเร็ว รัฐบาลจึงต้องขอกู้เงินจากธนาคารโลก ซึ่งธนาคารโลกจึงได้เสนอให้รัฐปรับปรุงองค์กรของกรมรถไฟหลวงให้มีอิสระกว่าที่เป็นอยู่ เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารกิจการในเชิงธุรกิจ กรมรถไฟหลวงจึงเปลี่ยนฐานะมาเป็นรัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปการ ภายใต้ พระราชบัญญัติการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2494 เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2494 เป็นต้นมา โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการ

1. รับโอนกิจการของกรมรถไฟจากกรมรถไฟ กระทรวงคมนาคม

2. จัดดำเนินการและนำมาซึ่งความเจริญของกิจการรถไฟเพื่อประโยชน์แห่งรัฐและประชาชน และดำเนินธุรกิจอันเกี่ยวกับการขนส่งของรถไฟ และธุรกิจอื่นซึ่งเป็นประโยชน์แก่กิจการรถไฟ ภายในขอบวัตถุประสงค์ดังกล่าวให้รวมถึง

2.1 สร้าง ซ่อม ซ่อม ซ่อม จัดหา จำหน่าย แลกเปลี่ยน เช่า ให้เช่า เช่าซื้อ ให้เช่าซื้อ ยืม ให้ยืม และดำเนินงานเกี่ยวกับเครื่องใช้ บริการ และความสะดวกต่างๆ ของกิจการรถไฟ

2.2 ซื้อ จัดหา เช่า ให้เช่า เช่าซื้อ ให้เช่าซื้อ ถือกรรมสิทธิ์ ครอบครอง อาศัย ให้อาศัย จำหน่าย แลกเปลี่ยน และดำเนินงานเกี่ยวกับทรัพย์สินใด ๆ

2.3 กำหนดอัตราค่าภาระการใช้รถไฟ บริการ และความสะดวกต่างๆ ของกิจการรถไฟ และจัดระเบียบเกี่ยวกับวิธีชำระค่าภาระดังกล่าว

2.4 จัดระเบียบเกี่ยวกับความปลอดภัย การใช้รถไฟ บริการ และความสะดวกต่าง ๆ ของกิจการรถไฟ

2.5 กู้ยืมเงิน ให้กู้ยืมเงิน ลงทุน ร่วมลงทุน หรือออกพันธบัตรหรือตราสารอื่นใดเพื่อการลงทุน

2.6 รับส่งเงินทางรถไฟ

2.7 รับขนส่งคนโดยสาร สินค้า พัสดุภัณฑ์ และของอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับกิจการรถไฟ

2.8 ดำเนินกิจการโรงแรมและภัตตาคาร รวมตลอดถึงกิจการอื่นอันเป็นอุปกรณ์แก่กิจการโรงแรมหรือภัตตาคาร

2.9 จัดบริการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องกับกิจการรถไฟ

2.10 จัดตั้งบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด เพื่อประกอบธุรกิจเกี่ยวกับกิจการรถไฟและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องเนื่องกับกิจการรถไฟ ทั้งนี้บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัดดังกล่าว จะมีคนต่างด้าวตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวถือหุ้นเกินกว่าร้อยละสี่สิบเก้า ของทุนจดทะเบียนของบริษัทนั้นไม่ได้

2.11 เข้าร่วมกับกิจการกับบุคคลอื่นหรือถือหุ้นในบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด เพื่อประโยชน์แก่กิจการรถไฟ

5.2 รูปแบบโครงสร้างการบริหารงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย

จากการประกาศใช้พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2494 กำหนดให้มืองค์ประกอบคือ

1. คณะกรรมการการรถไฟแห่งประเทศไทย
2. ผู้ว่าการรถไฟแห่งประเทศไทย

คณะกรรมการการรถไฟแห่งประเทศไทย

คณะกรรมการการรถไฟแห่งประเทศไทย ประกอบด้วยประธานกรรมการหนึ่งคน และกรรมการอื่นอีกไม่น้อยกว่าสี่คนแต่ไม่เกินหกคน ซึ่งคณะรัฐมนตรีเป็นผู้แต่งตั้ง โดยอยู่ในตำแหน่งคราวละสามปี มีอำนาจหน้าที่วางนโยบายและควบคุมดูแลโดยทั่วไป ซึ่งกิจการของการรถไฟแห่งประเทศไทย อำนาจเช่นนี้ให้รวมถึง

1. วางข้อบังคับเกี่ยวกับการต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย
2. วางข้อบังคับการประชุมและดำเนินกิจการของคณะกรรมการ
3. วางข้อบังคับว่าด้วยการบรรจุแต่งตั้ง และการถอดถอนพนักงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย
4. วางข้อบังคับว่าด้วยระเบียบปฏิบัติงานของการรถไฟแห่งประเทศไทยและข้อบังคับว่าด้วยระเบียบวินัยและการลงโทษพนักงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย
5. ตั้งอัตรามาตรฐานค่าภาระการใช้รถไฟ บริการ และความสะดวกต่าง ๆ ของกิจการรถไฟ
6. กำหนดอัตราเงินเดือนพนักงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย
7. เป็นผู้แต่งตั้งผู้ว่าการ

ผู้ว่าการรถไฟแห่งประเทศไทย

ผู้ว่าการเป็นผู้บริหารกิจการของการรถไฟแห่งประเทศไทยให้เป็นไปตามนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด และมีอำนาจบังคับบัญชาพนักงานของการรถไฟแห่งประเทศไทยทุกตำแหน่ง อำนาจเช่นนี้ให้รวมถึง

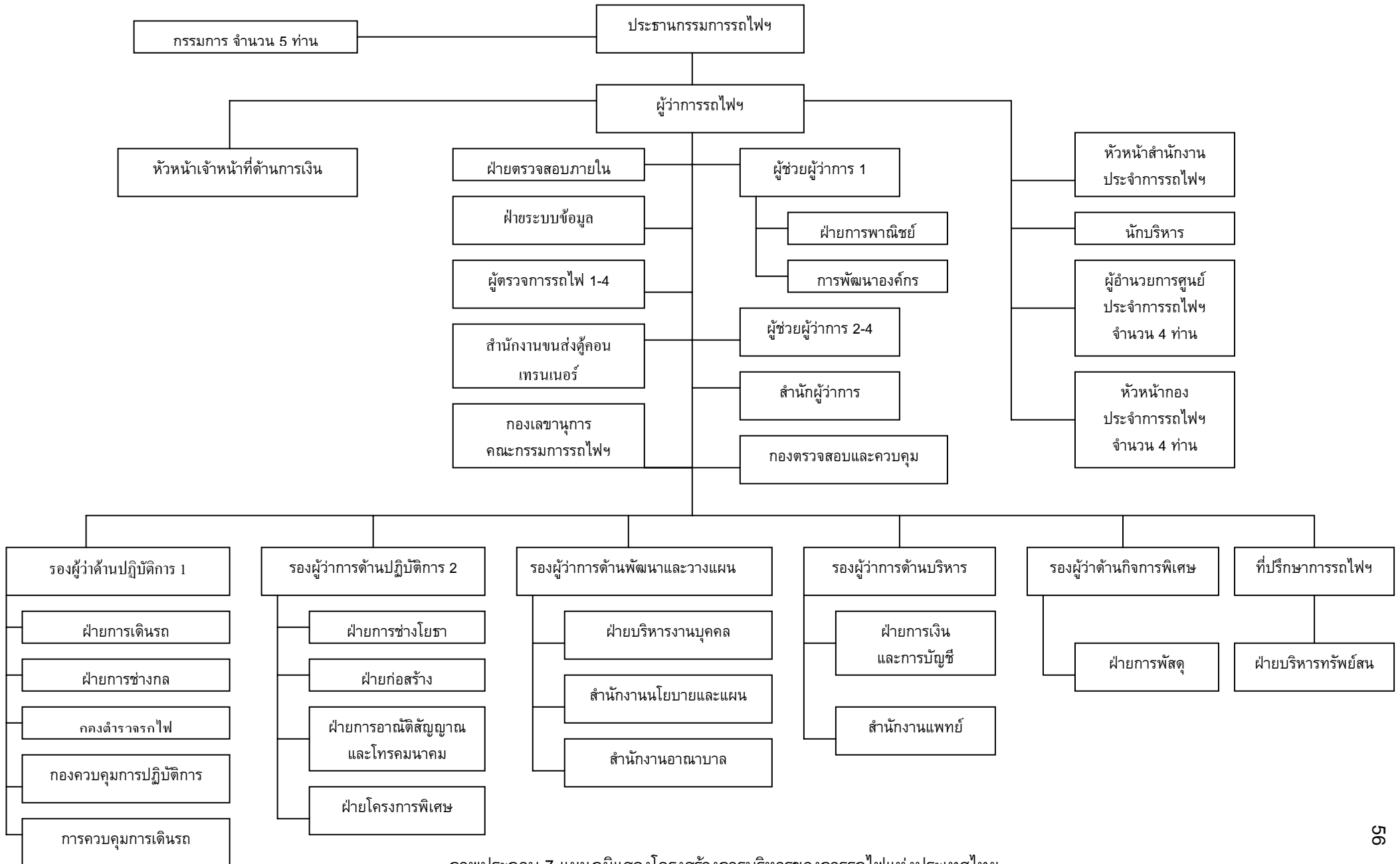
1. แต่งตั้ง ถอดถอน เลื่อนขั้นหรือลดขั้นเงินเดือนพนักงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ต้องเป็นไปตามข้อบังคับที่คณะกรรมการกำหนด แต่ถ้าพนักงานเช่นว่านั้นเป็นพนักงานชั้นที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้อำนวยการฝ่ายต่าง ๆ ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ
2. วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยไม่แย้งหรือขัดต่อข้อบังคับที่คณะกรรมการวางไว้
3. ในกิจการที่เกี่ยวกับบุคคลภายนอก ผู้ว่าการเป็นผู้กระทำการในนามของการรถไฟแห่งประเทศไทย และเป็นตัวแทนของการรถไฟแห่งประเทศไทย

การแบ่งส่วนราชการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

การรถไฟแห่งประเทศไทย ได้มีการแบ่งส่วนราชการออกเป็น 13 ฝ่าย และ 6 สำนักงาน ดังนี้

1. ฝ่ายการเดินรถ
2. ฝ่ายการช่างกล
3. ฝ่ายการช่างโยธา
4. ฝ่ายการเงินและการบัญชี
5. ฝ่ายการพาณิชย์
6. ฝ่ายบริหารงานบุคคล
7. ฝ่ายการอาณัติสัญญาณและโทรคมนาคม
8. ฝ่ายระบบข้อมูล
9. ฝ่ายการพัสดุ
10. ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน
11. ฝ่ายก่อสร้าง
12. ฝ่ายตรวจสอบภายใน
13. ฝ่ายโครงการพิเศษ
14. สำนักงานตำรวจรถไฟ
15. สำนักงานอาณบาล
16. สำนักงานแพทย์
17. สำนักงานนโยบายและแผน
18. สำนักงานขนส่งตู้คอนเทนเนอร์
19. สำนักงานผู้ว่าการ

แผนภูมิโครงสร้าง การรถไฟแห่งประเทศไทย



ภาพประกอบ 7 แผนภูมิแสดงโครงสร้างการบริหารของการรถไฟแห่งประเทศไทย

5.3 ระเบียบว่าด้วยการจัดประโยชน์ในทรัพย์สินของการรถไฟแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 129

อาศัยอำนาจตามมาตรา 9 แห่งพระราชบัญญัติการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ.2494 การรถไฟแห่งประเทศไทยโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงกำหนดระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า“ระเบียบการรถไฟแห่งประเทศไทยว่าด้วยการจัดหาประโยชน์ในทรัพย์สินของการรถไฟแห่งประเทศไทย”

ข้อ 2 บรรดาข้อความในคำสั่ง ระเบียบการ ระเบียบวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการที่ดินรถไฟหรือใบแทรกที่ขัดแย้งกับระเบียบนี้ให้ยกเลิกเสียทั้งสิ้นแล้วให้ใช้ระเบียบนี้แทน

ในกรณีที่มีปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับระเบียบนี้หรือที่มีได้กำหนดในระเบียบนี้ให้คณะกรรมการรถไฟแห่งประเทศไทย เป็นผู้วินิจฉัยหรือพิจารณาสั่งการ

ข้อ 3 ให้ผู้ว่าการรถไฟแห่งประเทศไทย รักษาการตามระเบียบนี้

ข้อ 4 ในระเบียบนี้ ให้ราคาที่ดิน ราคาประเมิน ดึกแถว อาคารชั่วคราว มูลค่าปัจจุบัน มูลค่าอาคารปัจจุบัน ค่าก่อสร้างปัจจุบัน ค่าเสื่อมราคา ดอกเบี้ย ผลตอบแทนรวม ผลประโยชน์ตอบแทนหนึ่งปี ทรัพย์สิน ปริมาณผล ทำเล สถานที่ร่วม ค่าชดเชย อัตราค่าเช่ามาตรฐานเชิงพาณิชย์ และอายุสัญญาเช่า มีความหมายตามระเบียบการนี้

หมวด 1 อำนาจในการจัดให้เช่า

ข้อ 5 อำนาจในการจัดให้เช่าให้อยู่ในอำนาจของผู้ว่าการรถไฟแห่งประเทศไทย หรือผู้ที่รับมอบหมายจากผู้ว่าการรถไฟแห่งประเทศไทย เป็นผู้พิจารณาอนุมัติได้ เว้นแต่การจัดให้เช่าตามข้อ 10 , 11 และข้อ 17 ที่มีมูลค่าของที่ดินตามราคาประเมินหรือทรัพย์สินเป็นตัวเงินเกินกว่า 50 ล้านบาทขึ้นไป หรือมีเนื้อที่ตั้งแต่ 2 ไร่ขึ้นไป ต้องเสนอคณะกรรมการรถไฟแห่งประเทศไทย พิจารณาอนุมัติเสียก่อน

ข้อ 6 การจัดให้เช่าให้กระทำโดยวิธีประมูลตามระเบียบที่การรถไฟแห่งประเทศไทย กำหนด เว้นแต่กรณีดังต่อไปนี้จะจัดให้เช่าโดยไม่ต้องใช้วิธีประมูลก็ได้ คือ

1. การให้เช่าเพื่อกิจการสาธารณูปโภค หรือระบบโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ถนน ทางเดิน ทางการจ่ายอม เป็นต้น

2. การให้เช่าเพื่อปลูกสร้างบ้านพักอาศัย เฉพาะกรณีปลูกบ้านเดี่ยวสูงไม่เกิน 2 ชั้น เพื่อพักอาศัยโดยมิได้เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์ในพื้นที่ไม่เกินกว่า 50 ตารางวา ระยะเวลาให้เช่าไม่เกินกว่าคราวละ 3 ปี

3. การให้เช่าเพื่อใช้ประโยชน์ในกิจกรรมหรือสนับสนุนกิจกรรมการขนส่งทางรถไฟ

4. การให้เช่าในกรณีการดำเนินการต่อเนื่องของลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งทางรถไฟระยะเวลาให้เช่าไม่เกินกว่าคราวละ 3 ปี

5. หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ โรงเรียน วัด องค์การสาธารณกุศลที่มีได้มุ่งแสวงหากำไร เฉพาะกรณีที่มีได้ใช้ประโยชน์ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเชิงพาณิชย์

6. บ้านพักคนงานชั่วคราว เพื่อใช้ประโยชน์ในลักษณะเป็นการต่อเนื่องกับกิจการก่อสร้างในที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทย หรือพื้นที่บริเวณข้างเคียงหรือพื้นที่บริเวณอื่นโดยมีหลักฐานแสดงเป็นที่เชื่อถือได้ว่าเป็นการเช่าชั่วคราวต่อเนื่องกับกิจการก่อสร้างจริง

7. การใช้ประโยชน์เพื่อประกอบการเกษตรกรรมระยะเวลาให้เช่าไม่เกินกว่าคราวละ 3 ปี

8. การให้สิทธิการเช่าแก่เจ้าของหรือผู้ครอบครองที่ดินเดิมหรือทายาทของบุคคลดังกล่าว ในกรณีที่ได้ยกกรรมสิทธิ์หรือสิทธิ ครอบครองให้แก่การรถไฟแห่งประเทศไทย โดยไม่รับค่าตอบแทน

9. กรณีที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทยที่มีพื้นที่เล็กน้อยหรือที่ดินรูปชายธงไม่สามารถนำไปหาประโยชน์โดยการให้ปลูกสร้างอาคารขนาดมาตรฐานตามเทศบัญญัติได้ ให้เจ้าของที่ดินแปลงที่อยู่ติดต่อกันมีสิทธิเช่าก่อนได้ แต่ห้ามปลูกสร้างอาคารคาบเกี่ยวกับที่ดินแปลงดังกล่าวนั้นเว้นแต่จะยินยอมยกกรรมสิทธิ์ที่ดินส่วนของเจ้าของที่ปลูกสร้างอาคารนั้นให้แก่การรถไฟแห่งประเทศไทย

10. การให้เช่าอย่างอื่นที่การรถไฟแห่งประเทศไทย เห็นว่าโดยสภาพไม่เหมาะสมที่จะดำเนินการประมูลแต่ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการรถไฟแห่งประเทศไทยเสียก่อน

หมวด 2 เงื่อนไขการให้เช่า

ข้อ 7 การจัดให้เช่าโดยวิธีประมูล ให้กำหนดเงื่อนไขดังนี้

1. อัตราค่าเช่าต้องไม่ต่ำกว่าที่กำหนดตามระเบียบนี้

2. ค่าธรรมเนียมการจัดให้เช่าหรือค่าธรรมเนียมจัดประโยชน์ต้องไม่ต่ำกว่าที่กำหนดตามระเบียบนี้

3. หลักประกันของต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละสิบของค่าธรรมเนียมตาม (2) สำหรับกรณีที่ให้เช่าโดยมิได้กำหนดค่าธรรมเนียมดังกล่าวให้เรียกหลักประกันของเท่ากับอัตราค่าเช่า 1 ปีตาม (1)

4. กำหนดระยะเวลาให้ผู้ได้รับสิทธิได้ชำระเงินผลประโยชน์ที่เสนอให้การรถไฟแห่งประเทศไทย ให้เสร็จสิ้นภายในกำหนดไม่เกิน 60 วัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งจากการรถไฟแห่งประเทศไทยเป็นลายลักษณ์อักษรว่าเป็นผู้ได้รับสิทธิตามประกาศประมูล หากไม่ดำเนินการภายในกำหนดให้รับหลักประกันที่วางไว้ตาม (3)

กรณีที่มีความจำเป็นการรถไฟแห่งประเทศไทยอาจขยายเวลาดังกล่าวข้างต้นได้ตามที่เห็นสมควร

5. ข้อสงวนสิทธิที่การรถไฟแห่งประเทศไทย ทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะเลือกผู้เสนอผลประโยชน์รายหนึ่งรายใดให้เป็นผู้ได้รับสิทธิ โดยไม่จำเป็นต้องเลือกผู้เสนอผลประโยชน์สูงสุดรวมทั้งจะพิจารณายกเลิกการประกาศเสียก็ได้หากมีเหตุที่เชื่อได้ว่าการดำเนินการกระทำไปโดยไม่สุจริตหรือมีการสมยอมกันในการเสนอราคาหรือมีผู้เสนอผลประโยชน์มาเพียงรายเดียวหรือผลประโยชน์ที่ผู้เสนอมานั้นยังไม่เหมาะสมกับมูลค่าของที่ดิน

กรณีที่ผู้เสนอผลประโยชน์มาเพียงรายเดียว ถ้าการรถไฟแห่งประเทศไทยเห็นว่าไม่เหมาะสมสมควร จะไม่ยกเลิกการประมูลก็ได้

6. ระยะเวลาในการประกาศประมูลให้มีกำหนดเวลาไม่น้อยกว่า 30 วัน นับแต่วันออกประกาศประมูล จนถึงวันที่กำหนดให้ยื่นซองข้อเสนอ

7. ให้ปิดประกาศประมูลโดยเปิดเผย ณ ที่ทำการของหน่วยงานที่ออกประกาศประมูลและสถานที่หรือสถานที่ซึ่งทรัพย์สินตามประกาศประมูลนั้นตั้งอยู่นอกจากนี้จะต้องจัดส่งประกาศประมูลให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ และประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนให้ผู้สนใจได้ทราบตามสมควรแก่กรณีทั้งนี้จะต้องดำเนินการก่อนวันยื่นซองข้อเสนอไม่น้อยกว่า 15 วัน

8. เงื่อนไขอื่น ๆ ตามที่การรถไฟแห่งประเทศไทย เห็นสมควรเพื่อประโยชน์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย

ข้อ 8 อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ ที่ปลูกสร้างในพื้นที่เช่าต้องยกกรรมสิทธิ์ให้แก่การรถไฟแห่งประเทศไทย เว้นแต่

1. บ้านพักหรือที่พักคนงานชั่วคราว
2. บ้านพักอาศัย
3. อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างของหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ โรงเรียน วัด
4. อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างที่ใช้ในกิจการขนส่งทางรถไฟ หรือใช้ต่อเนื่องกับกิจการขนส่งทางรถไฟ

5. อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ ที่การรถไฟแห่งประเทศไทย พิจารณาแล้วเห็นว่าไม่ต้องยกกรรมสิทธิ์ให้แก่การรถไฟแห่งประเทศไทย

ข้อ 9 กรณีให้เช่าโดยมิได้ประมูลให้ปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อ 7 โดยอนุโลมและให้ผู้ขอเช่าวางเงินมัดจำเช่นเดียวกับการวางหลักประกันของในกรณีออกประกาศประมูล โดยให้ดำเนินการดังกล่าวเมื่อถึงขั้นตอนกำหนดเงื่อนไขการให้เช่าและผู้ขอเช่ายอมรับปฏิบัติตามเงื่อนไขการให้เช่าทุกประการ

หมวด 3 อัตราผลประโยชน์ตอบแทน

ส่วนที่ 1 โครงการพัฒนาและบริหารที่ดินในเชิงธุรกิจ

ข้อ 10 การให้เช่าที่ดินเพื่อลงทุนและพัฒนาที่ดินให้มีอายุสัญญาเช่าตั้งแต่ 15 – 30 ปี และให้เรียกผลประโยชน์ตอบแทนดังนี้

อายุสัญญาเช่า (ปี)	ผลตอบแทนรวมคิดเป็น % ของราคาที่ดิน
15	27
20	31
30	36

การแบ่งชำระค่าธรรมเนียมจัดประโยชน์และค่าเช่าให้คิดเป็นสัดส่วนตามคำสั่งของการรถไฟแห่งประเทศไทย

ระยะเวลาการเช่าเพื่อปลูกสร้างอาคารและค่าเช่าระหว่างปลูกสร้างอาคารให้ปฏิบัติตามคำสั่งของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยระยะเวลาการเช่าในระหว่างก่อสร้างอาคารให้นับรวมเป็นอายุสัญญาเช่าเพื่อหาประโยชน์ตามวรรค 1

กรณีที่ให้ผู้ลงทุนก่อสร้างอาคารชดเชยและ/หรือจัดซื้อที่ดิน (ถ้ามี) ให้เสนอคณะกรรมการรถไฟแห่งประเทศไทย พิจารณานอมนิติก่อน

ส่วนที่ 2 การให้เช่าที่ดินเพื่อปลูกสร้างตึกแถว

ข้อ 11 การให้เช่าเพื่อปลูกสร้างตึกแถวตามผังย่านเขตเช่าที่การรถไฟแห่งประเทศไทย กำหนดให้เรียกผลประโยชน์ตอบแทนขั้นต่ำดังนี้

1. ทำเลชั้นพิเศษและชั้นหนึ่ง ให้คิดค่าผลประโยชน์ตอบแทนตามข้อ 10
2. ทำเลชั้นสองและชั้นสาม ให้มีเงื่อนไขและคิดค่าผลประโยชน์ตอบแทนดังนี้

2.1 อายุสัญญาเช่าโดยปกติให้เช่าได้ไม่เกิน 15 ปี

2.2 ค่าธรรมเนียมจัดประโยชน์ให้คำนวณ 2 วิธี ดังนี้

2.2.1 อาคารขนาด 4 X 12 เมตร สูง 2 ชั้น ห้องละ 20,000.00 บาท สำหรับทำเลชั้นสอง และห้องละ 15,000.00 บาท สำหรับทำเลชั้นสาม ทั้งนี้หากพื้นที่อาคารเพิ่มขึ้นหรือลดลงให้คำนวณค่าธรรมเนียมเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามส่วน

2.2.2 คิดจาก 15% ของราคาที่ดินที่ใช้ปลูกสร้างอาคาร (รวมพื้นที่ทางเดินหลังอาคารตามที่กำหนดให้แผนผัง)

จำนวนเงินตามข้อ 2.2.1 และ 2.2.2 จำนวนเงินข้อใดสูงกว่าให้ใช้วิธีนั้น

2.3 ค่าเช่าเพื่อดำเนินการจัดหาประโยชน์ให้คำนวณ 2 วิธี ดังนี้

2.3.1 คิดตามพื้นที่อาคารตารางเมตรละ 3.00 บาทต่อเดือน แต่ต้องไม่น้อยกว่าห้องละ 300.00 บาทต่อเดือน สำหรับทำเลชั้นสอง และตารางเมตรละ 2.00 บาทต่อเดือน แต่ต้องไม่น้อยกว่าห้องละ 200.00 บาทต่อเดือน สำหรับทำเลชั้นสาม

2.3.2 คิดค่าเช่าต่อปีเท่ากับ 2% ของราคาที่ดินหรือราคาประเมิน

จำนวนเงินตามข้อ 2.3.1 และ 2.3.2 จำนวนเงินข้อใดสูงกว่าให้ใช้วิธีนั้น แต่ทั้งนี้ทุกวิธีจะต้องปรับเพิ่มค่าเช่า 5% ทุกปี

2.4 ระยะเวลาการเช่าเพื่อปลูกสร้างอาคารและค่าเช่าระหว่างการปลูกสร้างอาคารให้ปฏิบัติตามคำสั่งของการรถไฟแห่งประเทศไทยและมีให้นับรวมเป็นอายุสัญญาเช่าเพื่อหาประโยชน์

ข้อ 12 การเปลี่ยนแปลงกำหนดระยะเวลาการเช่าเพิ่มขึ้นหรือลดลงให้ปรับอัตราค่าเช่าและค่าธรรมเนียมจัดประโยชน์เพิ่มขึ้น หรือลดลงตามส่วน

ส่วนที่ 3 การให้เช่าที่ดินเพื่อการเกษตรกรรมและที่อยู่อาศัย

ข้อ 13 การให้เช่าที่ดินเพื่อการเกษตรกรรมให้เรียกผลประโยชน์ตอบแทนขั้นต่ำ ดังนี้

1. อัตราค่าเช่าเพื่อทำนา ตารางเมตรละ 0.10 บาทต่อปี
2. อัตราค่าเช่าเพื่อประกอบการเกษตรอื่น ๆ นอกจาก (1) ตารางเมตรละ 0.75

บาทต่อปี

3. อัตราค่าเช่า คุ คลอง หนอง บึง เพื่อจับสัตว์น้ำ หรือเลี้ยงสัตว์น้ำ ตารางเมตรละ 1.00 บาทต่อปี

ข้อ 14 ค่าเช่าที่ดินเพื่ออยู่อาศัย คิด 1.5% ของราคาประเมินทั้งนี้ไม่ต่ำกว่า 25% ของอัตราค่าเช่ามาตรฐานเชิงพาณิชย์

ส่วนที่ 4 การเช่าที่ดินเพื่อประโยชน์อย่างอื่น

ข้อ 15 การให้เช่าที่ดินเพื่อประโยชน์อย่างอื่นให้มีอายุสัญญาเช่าครั้งละไม่เกิน 5 ปี โดยกำหนดอัตราค่าเช่าปีละ 2.75% ของราคาที่ดินต่อปี

ส่วนที่ 5 การเช่าที่ดินเพื่อเป็นทางเข้า – ออก

ข้อ 16 การให้เช่าที่ดินเพื่อเป็นทางเข้า – ออก ให้มีอายุสัญญาเช่าครั้งละ 30 ปี และให้เรียกผลประโยชน์ตอบแทนไม่น้อยกว่า 30% ของมูลค่าที่เพิ่มขึ้นของที่ดินที่ได้รับประโยชน์จากที่ดินทางเข้า – ออก หากอายุสัญญาเช่าน้อยกว่า 30 ปี ให้เรียกผลประโยชน์ตอบแทนลดลงตามส่วน

ส่วนที่ 6 การให้เช่าอาคาร

ข้อ 17 การให้เช่าอาคาร ให้เรียกผลประโยชน์ตอบแทนขั้นต่ำ ดังนี้

1. อายุสัญญาเช่า 1 ปี ให้เรียกผลประโยชน์ตอบแทน 2.75% ของมูลค่า

ทรัพย์สิน

2. อายุสัญญาเช่ามากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี ให้เรียกเก็บผลประโยชน์ตอบแทนปีละ 2.75% ของมูลค่าทรัพย์สินและให้ปรับเพิ่มค่าตอบแทน 5% ทุกปี โดยในวันทำสัญญาให้แบ่งเรียกเก็บเป็นค่าธรรมเนียมจัดประโยชน์ไม่น้อยกว่า 30% ของผลตอบแทนรวมด้วย

3. อายุสัญญาเช่ามากกว่า 10 ปี ให้บริษัทที่ปรึกษาเป็นผู้ศึกษาและเสนอแนะผลประโยชน์ตอบแทนเสนอต่อคณะกรรมการรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อพิจารณาเห็นชอบก่อน

ส่วนที่ 7 บททั่วไป

ข้อ 18 การเช่าที่ดินเพื่อประกอบกิจการเชิงพาณิชย์ตามข้อ 10 ,11 และข้อ 15 ในเขตย่านสถานี ผลตอบแทนรวมจะต้องไม่น้อยกว่าอัตราค่าเช่ามาตรฐานเชิงพาณิชย์

หมวด 4 การต่อสัญญา

ส่วนที่ 1 การต่อสัญญาเช่าที่ดิน

ข้อ 19 การต่อสัญญาตามระเบียบนี้ในข้อ 13 , 14 และข้อ 15 ให้ต่อครั้งละไม่เกิน 3 ปี โดยเรียกเก็บค่าเช่าตามหลักเกณฑ์เดิมที่กำหนดไว้แล้ว แต่ทั้งนี้ค่าเช่าจะต้องไม่ต่ำกว่าอัตราที่เคยเรียกเก็บอยู่ก่อนหมดอายุสัญญา ซึ่งได้ปรับเพิ่มปีละ 5% แล้ว

กรณีเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการต่ออายุสัญญาให้กำหนดค่าธรรมเนียมจัดประโยชน์ไม่น้อยกว่า 30% ของผลตอบแทนรวม

ส่วนที่ 2 การต่อสัญญาเช่าอาคาร

ข้อ 20 การต่อสัญญาโครงการพัฒนาตามข้อ 10 ซึ่งไม่ใช่ตึกแถวโดยปกติให้ต่อสัญญาได้ครั้งละไม่เกิน 10 ปี โดยให้บริษัทที่ปรึกษาเป็นผู้ศึกษาและเสนอแนะผลประโยชน์ตอบแทนต่อคณะกรรมการรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อพิจารณาเห็นชอบก่อน

ข้อ 21 การต่อสัญญาเช่าตึกแถว ให้ปฏิบัติดังนี้

1. ให้ต่อสัญญาครั้งละไม่เกิน 3 ปี

2. ค่าตอบแทน

2.1 ทำเลชั้นหนึ่งและชั้นพิเศษคิดเป็นราย ๆ ไป ตามศักยภาพของพื้นที่ แต่ทั้งนี้ต้องไม่ต่ำกว่าทำเลชั้นสอง

2.2 ทำเลชั้นสองและชั้นสาม

2.2.1 คิดค่าเช่าขั้นต่ำตามพื้นที่อาคารตารางเมตรละ 3.00 บาทต่อเดือน แต่ต้องไม่น้อยกว่าห้องละ 300.00 บาทต่อเดือน สำหรับทำเลชั้นสอง และตารางเมตรละ 2.00 บาทต่อเดือน แต่ต้องไม่น้อยกว่าห้องละ 200.00 บาทต่อเดือน สำหรับทำเลชั้นสาม แต่ทั้งนี้ค่าเช่าจะต้องไม่น้อยกว่าที่เคยเรียกเก็บอยู่ก่อนหมดอายุสัญญา

2.2.2 ค่าธรรมเนียมการต่ออายุสัญญาเช่าให้คิด 2.5 เท่าของค่าเช่าหนึ่งปีตามข้อ 21 (2.2.1) คูณด้วยจำนวนปีที่ต่อสัญญา

หมวดที่ 5 การโอนสิทธิการเช่าและการเช่าช่วง

ส่วนที่ 1 ที่ดิน

ข้อ 22 การโอนสิทธิการเช่าที่ดินเพื่ออยู่อาศัยเพื่อประกอบการเกษตร เพื่อปลูกสร้างอาคารที่ผู้เช่ายกกรรมสิทธิ์ให้กับการรถไฟแห่งประเทศไทย และเพื่อประโยชน์อย่างอื่นใดคิดค่าธรรมเนียมการโอนเท่ากับผลประโยชน์ตอบแทนหนึ่งปี ทั้งนี้ต้องไม่น้อยกว่า 1,000.00 บาท เว้นแต่กรณีที่เป็นกรณีการโอนสิทธิการเช่าที่ดินเพื่อเปิดทางภาระจำยอมไปยังผู้รับโอนสิทธิครั้งแรกให้คิดค่าธรรมเนียมการโอนเท่ากับ 5% ของผลประโยชน์ตอบแทนหนึ่งปี แต่ไม่น้อยกว่า 1,000.00 บาท สำหรับการโอนสิทธิการเช่าที่ดินเพื่อเปิดทางภาระจำยอมครั้งต่อไป ให้คิดค่าธรรมเนียมการโอนเท่ากับผลประโยชน์ตอบแทนหนึ่งปี แต่ไม่น้อยกว่า 20,000.00 บาท

ข้อ 23 กรณีผู้เช่าเดิมถึงแก่กรรม และทายาทโดยธรรมหรือผู้ได้รับสิทธิตามพินัยกรรมขอเช่าต่อตามสัญญาเช่าเดิม ให้คิดค่าธรรมเนียมการโอน 50% ของค่าธรรมเนียมการโอนสิทธิการเช่า ตามระเบียบนี้

ข้อ 24 การเช่าช่วงสิทธิการเช่า ให้คิดค่าธรรมเนียมดังนี้

$$= 80\% \text{ ของค่าธรรมเนียมการโอนสิทธิการเช่าที่ดิน } \times \frac{\text{ระยะเวลาที่เช่าช่วง}}{\text{ระยะเวลาเช่าที่เหลือ}}$$

ส่วนที่ 2 อาคาร

ข้อ 25 การโอนสิทธิการเช่าอาคารตึกแถว ให้เรียกเก็บค่าธรรมเนียม ดังนี้

1. ในกรณีที่เป็นกรณีการโอนจากผู้ก่อสร้างโครงการไปยังผู้รับสิทธิรายแรกให้คิดค่าโอนตามพื้นที่อาคาร ตารางเมตรละ 10.00 บาท ทั้งนี้ไม่น้อยกว่าห้องละ 1,000.00 บาท
2. ในการโอนสิทธิครั้งต่อไป คิดค่าโอนตามพื้นที่อาคารตารางเมตรละ 200.00 บาท ทั้งนี้ต้องไม่น้อยกว่าห้องละ 20,000.00 บาท

ข้อ 26 การโอนสิทธิการเช่าอาคารตลาดสด โรงแรม โรงมหรสพ สถานเริงรมย์ อาคารพิเศษอื่น ๆ ให้เรียกเก็บค่าธรรมเนียมการโอนดังนี้

1. ในกรณีที่เป็นกรณีการโอนสิทธิการเช่าทั้งโครงการจากผู้ก่อสร้างโครงการไปยังผู้รับโอนสิทธิครั้งแรก ให้คิดค่าธรรมเนียมการโอนเท่ากับ 5% ของผลประโยชน์ตอบแทนหนึ่งปี แต่ต้องไม่น้อยกว่า 2,000.00 บาท ต่อโครงการ

ในกรณีที่เป็นกรณีการโอนสิทธิการเช่าบางส่วนของโครงการจากผู้ก่อสร้างโครงการไปยังผู้รับโอนสิทธิครั้งแรก ให้คิดค่าธรรมเนียมการโอนตามหลักเกณฑ์ในวรรคก่อนเฉลี่ยตามส่วนของพื้นที่อาคารที่ขอโอน แต่ไม่น้อยกว่า 1,000.00 บาท ต่อการโอนแต่ละครั้ง

2. ในกรณีที่เป็นกรณีการโอนสิทธิการเช่าทั้งโครงการจากผู้รับโอนครั้งแรกไปยังผู้รับโอนรายอื่นต่อ ๆ ไป ให้คิดค่าธรรมเนียมการโอนเท่ากับผลประโยชน์ตอบแทนหนึ่งปี แต่ต้องไม่น้อยกว่า 40,000.00 บาท ต่อโครงการ

ในกรณีที่เป็นการโอนสิทธิการเช่าบางส่วนของการเช่าจากผู้รับโอนครั้งแรกไปยังผู้รับโอนรายอื่น ๆ ต่อไป ให้คิดค่าธรรมเนียมการโอนตามหลักเกณฑ์ในวรรคก่อนเฉลี่ยตามส่วนของพื้นที่อาคารที่ขอโอน แต่ไม่น้อยกว่า 20,000.00 บาท ต่อการโอนแต่ละครั้ง

ข้อ 27 การโอนสิทธิการเช่าโรงเก็บสินค้าที่ใช้เกี่ยวเนื่องกับกิจการขนส่งให้คิดค่าธรรมเนียมการโอนสิทธิการเช่าเป็นเงินเท่ากับครึ่งหนึ่งของผลประโยชน์ตอบแทนรายปี ทั้งนี้ต้องไม่น้อยกว่า 1,000.00 บาท

ข้อ 28 กรณีผู้เช่าเดิมถึงแก่กรรมและทายาทโดยธรรมหรือผู้ได้รับสิทธิตามพินัยกรรมขอเช่าต่อตามสัญญาเดิม ให้คิดค่าธรรมเนียม 50% ของค่าธรรมเนียมการโอนสิทธิการเช่า ตามระเบียบ

ข้อ 29 การเช่าช่วงสิทธิการเช่า ให้คิดค่าธรรมเนียมดังนี้

$$= 80\% \text{ ของค่าธรรมเนียมการโอนสิทธิการเช่า } \times \frac{\text{ระยะเวลาที่เช่าช่วง}}{\text{ระยะเวลาเช่าที่เหลือ}}$$

หมวด 6 เรื่องอื่น ๆ

ข้อ 30 การให้ส่วนลดอัตราค่าเช่า

1. หน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจที่ไม่ได้นำพื้นที่ไปหาประโยชน์เชิงพาณิชย์ ลดให้ 25% จากอัตราปกติ

2. การเช่าสิทธิได้หรือเหนือพื้นดิน ซึ่งการรถไฟแห่งประเทศไทยยังสามารถใช้ประโยชน์บนพื้นที่เช่าได้ เช่น การพาดสายไฟฟ้า โทรศัพท์ การฝังท่อประปา เป็นต้น ลดให้ 45% จากอัตราปกติ

3. กรมศุลกากร และกรมตำรวจเฉพาะกองตรวจคนเข้าเมือง เช่าที่ดิน ณ สถานีร่วม หรือสถานีชายแดน ลดให้ 50% ของอัตราปกติ

4. โรงเรียน วัด องค์การสาธารณกุศล และองค์กรสาธารณประโยชน์ ไม่ได้แสวงหากำไร และมีได้ใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ลดให้ 75% ของอัตราปกติ

5. การเช่าเพื่อกิจการขนส่งทางรถไฟลดให้ตามความเหมาะสม เพื่อจูงใจให้ใช้บริการขนส่งทางรถไฟโดยกำหนดส่วนลดให้สอดคล้องกับปริมาณการขนส่งตามคำสั่งของการรถไฟแห่งประเทศไทย

6. ในกรณีพื้นที่เช่าได้ถูกจำกัดการใช้ประโยชน์ เพื่อให้เป็นไปตามความประสงค์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ทั้งที่ศักยภาพของพื้นที่และความต้องการของตลาดสมควรจะใช้ประโยชน์สูงสุดได้มากกว่านั้น อัตราค่าเช่าจะคิดเพียง 50% ของค่าเช่าปกติ แต่ต้องไม่น้อยกว่าอัตราตามข้อ 18 (อัตราค่าเช่ามาตรฐานเชิงพาณิชย์ตามชั้นสถานที่การรถไฟแห่งประเทศไทย กำหนดทุก 4 ปี)

ข้อ 31 กรณีผู้ได้รับสิทธิจัดทำโครงการขอเปลี่ยนแปลงลักษณะการใช้ประโยชน์ ทำให้การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยไม่ได้สิ่งปลูกสร้างและอุปกรณ์ตามโครงการให้เรียกค่าชดเชย นอกเหนือจากค่าเช่าที่พึงชำระตามอัตราปกติ ดังนี้

$$\text{ค่าชดเชย} = \text{ค่าก่อสร้างปัจจุบัน} - \text{ค่าเสื่อมราคา}$$

5.4 หน่วยงานที่รับผิดชอบในด้านการจัดให้เช่า

5.4.1 ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน

มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

1. ศึกษาและจัดทำแผนผังแม่บทในการพัฒนาที่ดิน
2. วางแผนกำหนดกลยุทธ์ในการจัดหาประโยชน์ทั้งแผนระยะสั้น และระยะยาว
3. ดำเนินการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนให้มีการลงทุนพัฒนาที่ดินการรถไฟฟ้า
4. วางแผนและดำเนินการร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและการจัดตั้งบริษัทลูกในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
5. จัดระบบการจัดการในการหาประโยชน์จากทรัพย์สิน เช่น การให้เช่าสิทธิที่ดิน อาคารสิ่งปลูกสร้างและอื่นๆให้เป็นไปโดยมีประสิทธิภาพและสามารถติดตามควบคุมการจัดเก็บผลประโยชน์ได้ใกล้ชิด
6. ประสานงานกับกรมการผังเมือง เพื่อกำหนดประเภท และแผนการใช้ที่ดินให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการรถไฟฟ้า
7. ดำเนินการประเมินราคาที่ดินและทรัพย์สินของการรถไฟฟ้า เพื่อกำหนดผลตอบแทนในการจัดหาประโยชน์
8. กำหนดแผนการพัฒนาและการใช้ประโยชน์ที่ดินให้สอดคล้องกับกิจการขนส่งทางรถไฟฟ้า รวมถึงระบบการขนส่งต่อเนื่องให้มีประสิทธิภาพ
9. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางโครงการพัฒนาที่ดินให้สอดคล้องกับระบบการคมนาคมต่อเนื่องของท้องถิ่น
10. ดำเนินการสำรวจพื้นที่เพื่อดำเนินโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของการรถไฟฟ้า
11. ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาทำการศึกษา สำรวจ ออกแบบวิเคราะห์และประเมินโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของการรถไฟฟ้า
12. ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย

การแบ่งอำนาจหน้าที่รับผิดชอบฝ่ายบริหารทรัพย์สินตามแบ่งโครงสร้างส่วนการบริหารที่จำแนกตามลักษณะงานความรับผิดชอบตามภาพประกอบ ดังนี้

1. ผู้อำนวยการฝ่าย

มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการวางแผนและบริหารงานในเชิงธุรกิจเพื่อให้การรถไฟฟ้าได้รับผลประโยชน์ตอบแทนสูงสุด จากการพัฒนาทรัพย์สินของการรถไฟฟ้า โดยให้เข้าหรือร่วมลงทุนกับภาคเอกชน หรือรัฐวิสาหกิจอื่นๆ ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ อาคารสถานที่ ย่านสถานี และสนามกอล์ฟการรถไฟฟ้า ให้เป็นไปตามแผน ซึ่งรวมทั้งลงนามและดำเนินการตลอดทั้งการให้ถ้อยคำในการยื่นแบบแสดงรายการที่ดิน และหรือ/อาคารเพื่อเสียภาษีบำรุงท้องที่/โรงเรือนที่ดิน

2. รองผู้อำนวยการฝ่าย

มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการอำนวยการและควบคุมในการวางแผนและบริหารงานในเชิงธุรกิจ วางแผนการจัดประโยชน์จากทรัพย์สินของการรถไฟฟ้า การจัดทำแผนงานแม่บทในการพัฒนาที่ดิน ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ การพิจารณาผลประโยชน์ตอบแทนและการร่วมลงทุนกับภาคเอกชน หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ และการจัดตั้งบริษัทลูกในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ การจัดประโยชน์สนามกอล์ฟรถไฟ ตลอดจนการติดตั้งป้ายโฆษณา การสำรวจ การจัดทำแผนที่ที่ดิน แผนผังเขตเช่าและเอกสารสิทธิ์

3. หัวหน้าแผนกบริหารงานทั่วไป

มีหน้าที่และความรับผิดชอบในงานสารบรรณ งานธุรการ งานพัสดุและการเงิน งานประชุม และบุคลากร ของฝ่ายบริหารทรัพย์สิน ให้การประสานงานในด้านการประชาสัมพันธ์ ตรวจสอบการขอตั้งงบประมาณทำการรายได้และรายจ่ายประจำปี

4. ผู้อำนวยการศูนย์เทคนิค

มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการออกแบบวางแผนการใช้ที่ดินให้เกิดประโยชน์สูงสุด, ประสานการใช้ประโยชน์ที่ดินของการรถไฟฟ้า ทั้งภาครัฐและเอกชน ดูแลในเรื่องกรรมสิทธิ์ที่ดินและเอกสารสิทธิ์ที่ดินของการรถไฟฟ้า ทั้งที่มีอยู่แล้วและจะหาเพิ่มเติม บริหารงานสนามกอล์ฟในด้านการบริการและบำรุงรักษา พัฒนาอาคารสถานที่ในเชิงธุรกิจโดยเน้นด้านบริการ ความสะอาด สะดวกสบายของผู้โดยสารเป็นหลัก มีหน่วยงานในความรับผิดชอบ ดังนี้

1. กองจัดการธุรกิจพิเศษ ประกอบด้วย งานธุรกิจพิเศษ 1 และงานธุรกิจพิเศษ 2
2. กองเทคนิคและแผนผัง ประกอบด้วย งานตรวจแบบและควบคุม งานออกแบบและแผนผัง

3. กองสำรวจและเอกสารสิทธิ์ ประกอบด้วย งานสำรวจและแผนผังโครงการ
งานสำรวจและเอกสารสิทธิ์

5. ผู้อำนวยการศูนย์บริหารทรัพย์สิน

มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการควบคุมและกำกับการดำเนินการบริหารสัญญาเช่า ติดต่อผู้เช่ามาชำระเงินค่าเช่า ค่าธรรมเนียม และค่าต่าง ๆ ตลอดจนให้มีการลงนามสัญญาเช่า เร่งรัดการชำระค่าเช่า และอื่น ๆ รับผิดชอบงานยื่นประเมินค่าภาษี ต่าง ๆ ที่เกิดจากการให้เช่า การเก็บรักษาเอกสารหลักฐานเกี่ยวกับการให้เช่า พิจารณาแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการเช่า ดำเนินการเกี่ยวกับหนังสือคำประกันของธนาคาร การบริการและควบคุมให้เป็นไปตามสัญญา ปรับปรุงระเบียบหลักเกณฑ์การให้เช่าเพื่อความเหมาะสมกับสภาพการณ์ ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอดจนปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายของหน่วยงาน ควบคุมและตรวจสอบลักษณะการใช้ประโยชน์ในแผนผังย่านหรือแบบโครงการเพื่อให้สอดคล้องกับสัญญาเช่า มีหน่วยงานในความรับผิดชอบ ดังนี้

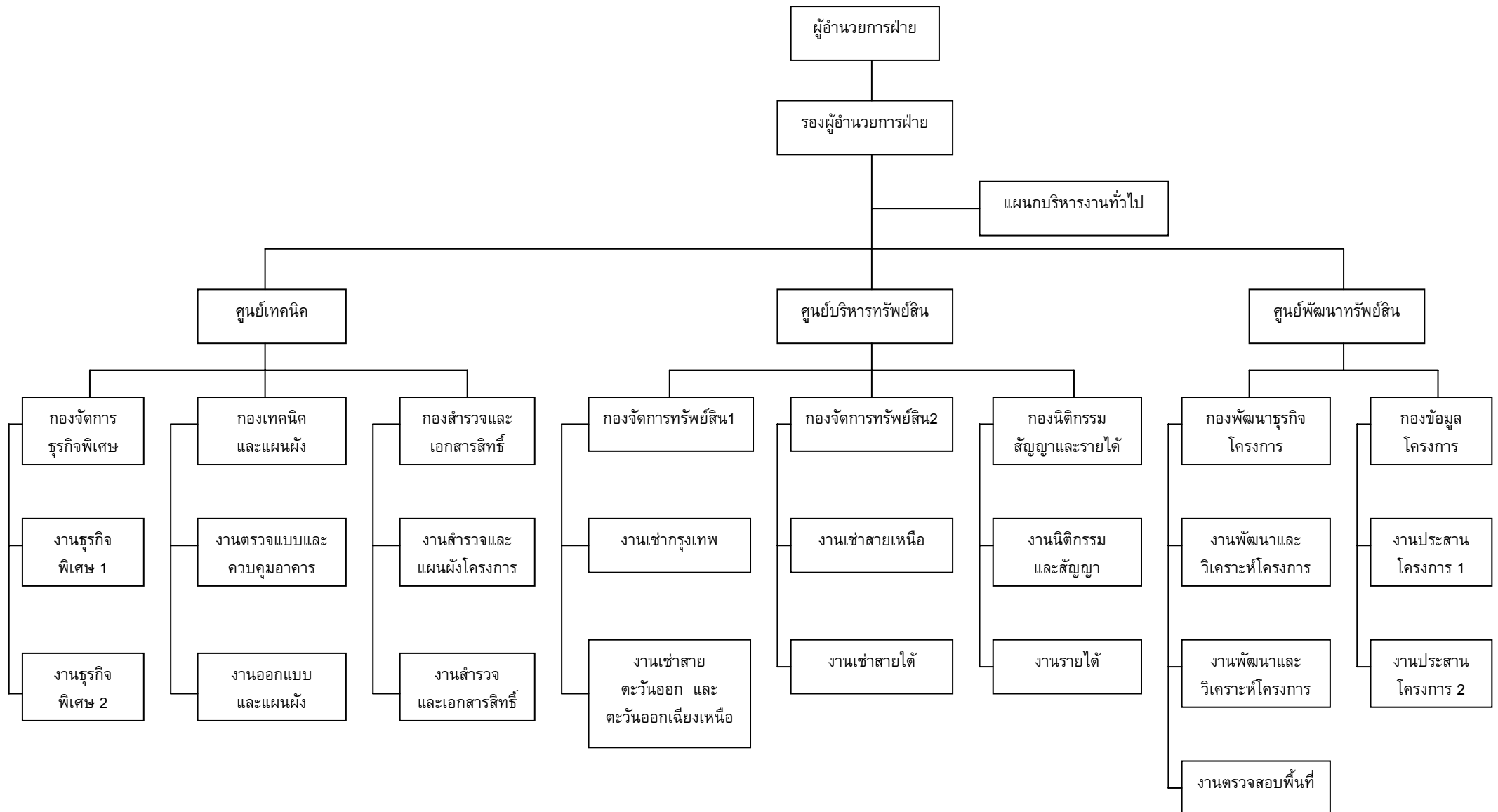
1. กองจัดการทรัพย์สิน 1 ประกอบด้วย งานเช่ากรุงเทพ ,งานเช่าสาย
ตะวันออก และงานเช่าตะวันออกเฉียงเหนือ
2. กองจัดการทรัพย์สิน 2 ประกอบด้วยงานเช่าสายเหนือ ,งานเช่าสายใต้
3. กองนิติกรรมสัญญาและรายได้ ประกอบด้วย งานนิติกรรมและสัญญา
และงานรายได้

6. ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาทรัพย์สิน

มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการอำนวยการและควบคุมการวางแผนการจัด
ประโยชน์จากทรัพย์สินของการรถไฟฟ้า และพัฒนาธุรกิจบริเวณสถานี ให้สอดคล้องกับกิจกรรมหลัก
ของการรถไฟฟ้า และเกิดประโยชน์สูงสุด จัดทำแผนงานและโครงการจัดการทรัพย์สิน รวมทั้ง
ปรับปรุงหลักเกณฑ์การคิดผลตอบแทนจากการใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินของการรถไฟฟ้า ให้เป็นไป
ตามมาตรฐานที่เหมาะสม และสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์
ของการรถไฟฟ้า มีหน่วยงานในความรับผิดชอบ ดังนี้

1. กองพัฒนาธุรกิจโครงการ ประกอบด้วย งานพัฒนาและวิเคราะห์
โครงการ 1 งานพัฒนาและวิเคราะห์โครงการ 2 และงานตรวจสอบพื้นที่
2. กองข้อมูลโครงการ ประกอบด้วย งานประสานโครงการ 1 และงาน
ประสานโครงการ 2

แผนภูมิโครงสร้างฝ่ายบริหารทรัพย์สิน



ภาพประกอบ 8 แผนภูมิแสดงโครงสร้างการบริหารของฝ่ายบริหารทรัพย์สิน

5.4.2 หัวหน้ากองจัดการเดินรถเขต 2 ฝ่ายการเดินรถ

มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

1. การจัดทำสัญญาและลงนามในสัญญาเช่าสิทธิหาประโยชน์ในอาคารและชานชาลาสถานี
2. การจัดทำสัญญาและลงนามในสัญญาเช่าที่ดินตามแบบที่การรถไฟแห่งประเทศไทย ได้กำหนดไว้เป็นแบบมาตรฐานแล้ว เพื่อใช้ประโยชน์ดังต่อไปนี้
 - 2.1 การเช่าที่ดินที่เป็นคู คลอง หนอง บึง เพื่อจับสัตว์น้ำหรือเลี้ยงสัตว์น้ำ
 - 2.2 การเช่าที่ดินเพื่อทำนา ทำไร่ ปลูกพืชไร่ ปลูกพืชผักสวนครัว ปลูกบัว
 - 2.3 การเช่าที่ดินชั่วคราวไม่เกิน 1 ปี และไม่มีสิ่งปลูกสร้าง เพื่อกองเก็บสิ่งของต่าง ๆ , เพื่อทำเป็นลานจอดรถ , เพื่อเก็บค่ารักษาความสะอาดที่ไม่เกี่ยวกับอาคารตลาดสด
 - 2.4 การเช่าที่ดินเพื่อปลูกบ้านพักคนงาน บริเวณพื้นที่นอกเขตเช่าชั่วคราวไม่เกิน 1 ปี
3. การให้เช่าที่ดินในเขตกรุงเทพมหานคร ตาม (3) และ (4)และนอกจากที่กำหนดไว้ในข้อ 2 ต้องเสนอให้ฝ่ายบริหารทรัพย์สินพิจารณา ก่อน
4. การอนุญาตให้เช่า ให้เช่าช่วง ให้โอน อนุญาตให้เปลี่ยนแปลงเงื่อนไขหรือรายการเช่าอันเกี่ยวกับการเช่าที่ดิน อาคาร และการเช่าสิทธิต่าง ๆ รวมทั้งการต่ออายุสัญญาเช่า และบอกเลิกสัญญาเช่า สำหรับสัญญาที่หัวหน้ากองจัดการเดินรถเขต เป็นคู่สัญญา
5. การอนุญาตให้ผู้เช่านำอาคารซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้เช่าไปจดทะเบียนซื้อขาย หรือโอน ให้เช่า ให้เช่าช่วง สำหรับสัญญาที่หัวหน้ากองจัดการเดินรถเขต เป็นคู่สัญญา

5.4.3 ผู้ตรวจการรถไฟแห่งประเทศไทย

มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

1. กำกับดูแลการจัดให้เช่าที่ดินและอาคาร ซึ่งอยู่ในความดูแลของกองจัดการเดินรถเขต ฝ่ายการเดินรถ, ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน
2. กำกับดูแลการจัดให้เช่าพื้นที่บริเวณสถานีในโครงการ Station Trading
3. กำกับดูแลการจัดให้เช่าพื้นที่โฆษณา
4. กำกับดูแลการจัดให้เช่าพื้นที่ว่างที่มีศักยภาพ
5. กำกับดูแลการจัดระเบียบผู้บุกรุกในที่ดินการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยวิธีให้เช่าหรือขับไล่
6. กำกับดูแลการจัดจ้างเอกชนมาดูแลเก็บผลประโยชน์ค่าเช่าบนพื้นที่การรถไฟแห่งประเทศไทย

7. ตรวจสอบสัญญาต่าง ๆ การเก็บค่าเช่า การต่อสัญญา ให้การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ได้รับประโยชน์สูงสุด

8. ตรวจ แนะนำ เร่งรัด ซึ่งเจตนโยบายการปฏิบัติงานของหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ภายในเขตพื้นที่รับผิดชอบให้เป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายที่การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยกำหนด

9. สั่งให้หน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง แจ้งให้ถ้อยคำ ส่งเอกสารและหลักฐานเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน เพื่อประกอบการพิจารณา ตลอดจนเข้าร่วมประชุมเพื่อปรึกษาหารือ แล้วรายงานให้รองผู้ว่าการ/ที่ปรึกษา ที่รับผิดชอบตามสายงานทราบ เพื่อพิจารณาสั่งการต่อไป

10. ประมวลผลการดำเนินการพร้อมทั้งเสนอความเห็น เพื่อประกอบการพิจารณาของผู้ว่าการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย เกี่ยวกับการบริหารงานและการบริหารงานบุคคลตามความเหมาะสม

11. ดำเนินการลงนามในสัญญาหรือมอบหมายให้หัวหน้ากองจัดการเงินรถเขตลาดงนามในสัญญาแทนได้ตามความเหมาะสม แล้วส่งให้ฝ่ายเกี่ยวข้องเก็บรักษา

5.5 ขั้นตอนการพิจารณา และกระบวนการดำเนินงานด้านการจัดให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย

1. ประชาชนทั่วไปหรือนิติบุคคล หรือส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจแสดงความจำนงในการขอเช่าที่ดิน/อาคาร

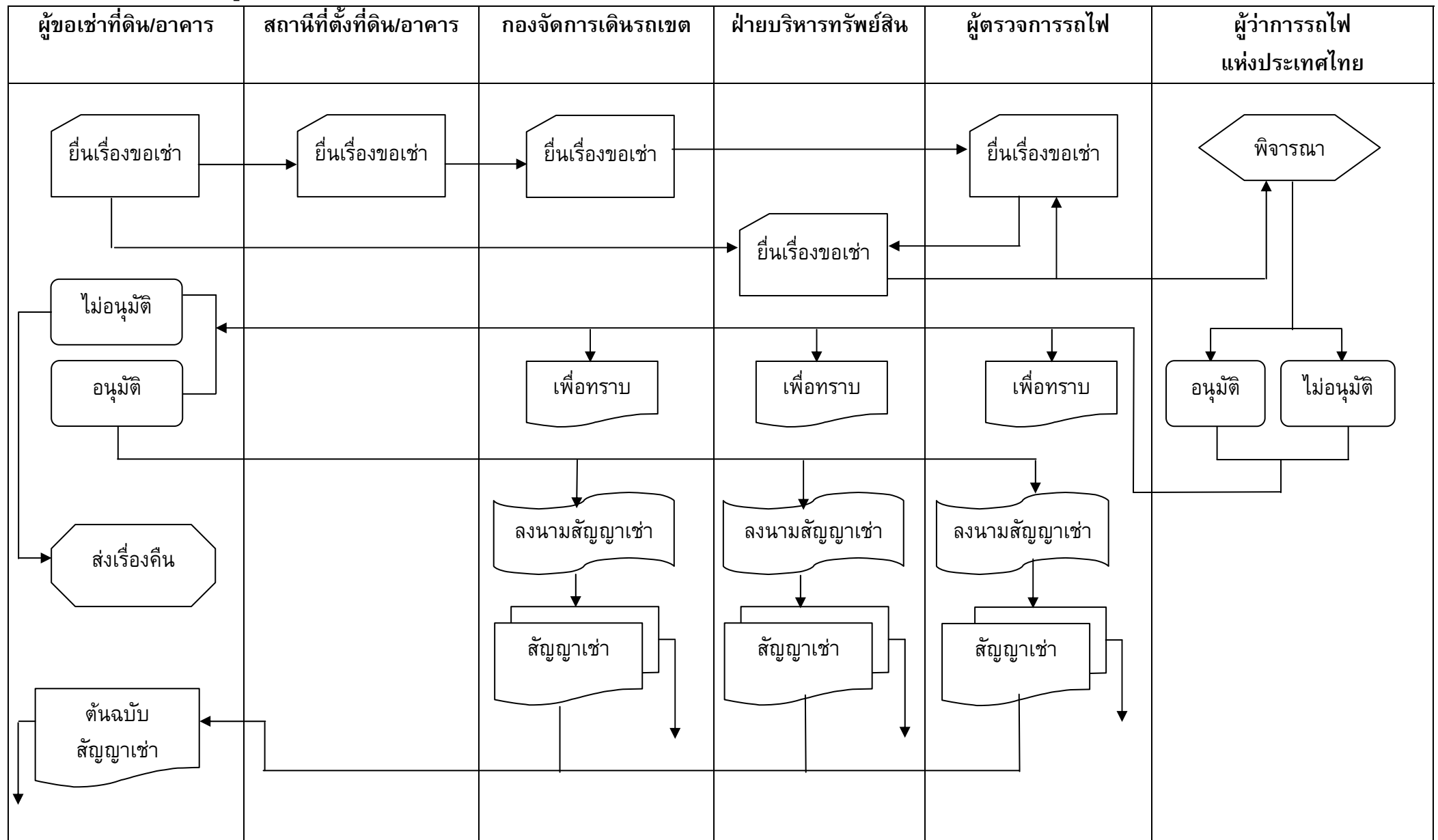
2. ผู้ว่าการ หรือคณะกรรมการการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากผู้ว่าการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย เป็นผู้พิจารณาอนุมัติได้

3. อนุมัติ หรือไม่อนุมัติ

4. แจ้งให้ผู้เช่าทราบเป็นหนังสือ

5. หากอนุมัติให้เช่า จะแจ้งให้ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมาทำสัญญาเช่า ต่อไป

แผนภูมิแสดงขั้นตอนการพิจารณา และกระบวนการดำเนินงานด้านการจัดให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย



ภาพประกอบ 9 ขั้นตอนการพิจารณา และกระบวนการดำเนินงานด้านการจัดให้เข้า

8. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุมพล ขุรักษ์จิต (2539) ศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดินต่อการให้บริการของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ใน 3 ด้าน คือความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดินต่อการให้บริการในด้านระบบกระบวนการ และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า ผู้เช่าที่ดินมีความพึงพอใจในด้านประโยชน์ใช้สอย การขอเช่า การชำระเงิน ความซื่อสัตย์สุจริตของเจ้าหน้าที่ ความเสมอภาคในการให้บริการ บุคลิก ท่าทาง และมารยาทของเจ้าหน้าที่ ส่วนในเรื่องค่าเช่า ค่าบริการ การอนุมัติให้เช่าได้รับความไม่พึงพอใจเป็นอย่างมาก สำหรับความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ ได้รับความไม่พึงพอใจเป็นส่วนน้อย เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการปรับปรุงระเบียบในการกำหนดอัตราค่าเช่าให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน ปรับปรุงและลดขั้นตอนการพิจารณาการให้เช่าที่ดินตามปริมาณความต้องการของผู้เช่า หรือตามจำนวนพื้นที่ หรือตามวัตถุประสงค์การเช่า และให้รักษามาตรฐานการให้บริการของเจ้าหน้าที่ไว้ในระดับเดิม เนื่องจากผู้เช่าที่ดินมีความไม่พึงพอใจเป็นส่วนน้อย

นฤมล จิตรเอื้อ (2547) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าในตำบลเมืองรังสิต ผลการวิจัย พบว่า ผู้เช่าให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเช่า ด้านความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือด้านบุคลากร ทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม ส่วนความพึงพอใจในการเช่า ผู้เช่าให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งมากที่สุด รองลงมาคือด้านบุคลากร และด้านความปลอดภัย สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเช่า ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของราคาค่าเช่า รองลงมาคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย บุคลากร สภาพแวดล้อม กระบวนการ และทำเลที่ตั้ง

อรุณี พวงศรี (2546) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้เช่าให้ความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกให้ความสำคัญในระดับปานกลาง นอกนั้นให้ความสำคัญในระดับมาก
2. ผู้เช่าที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัย โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาแตกต่างกัน และให้ความสำคัญปัจจัยด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน
3. ผู้เช่าที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัย โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้เช่าที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน และให้ความสำคัญปัจจัยด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

4. ผู้เช่าที่มีสถานภาพต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

5. ผู้เช่าที่มีการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัย โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้เช่าที่มีการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน และให้ความสำคัญปัจจัยด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

พร้อมพงษ์ วงศ์วิชังวาท (2547) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยอาคารชุดศุภาลย์พาร์คพหลโยธิน ผลการวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ของครอบครัวสูงกว่า 70,000 บาท และมีสมาชิกครอบครัวที่พักอาศัยอยู่ร่วมกันจำนวน 4 คน

2. ปัจจัยด้านจิตวิทยา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านนั้น ด้านสิ่งจูงใจ และการรับรู้ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่ากัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ด้านสิ่งจูงใจ พบว่า รูปแบบการตกแต่งภายในห้องชุด ทำเลที่ตั้ง ระบบประปามีความพึงพอใจระดับดี ขนาดพื้นที่ของห้อง ราคา ระบบรักษาความปลอดภัย การให้บริการ จำนวนห้องพัก มีความพึงพอใจระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ด้านการรับรู้ พบว่า ร้านสะดวกซื้อ รูปแบบการตกแต่งอาคาร มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

ลลิตภัทร์ วาณิชยเสริมกุล (2545) ความคิดเห็นของผู้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ที่มีต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ พบว่า

1. โดยรวมในทุกด้านของความคิดเห็นของผู้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าพื้นที่อยู่ในระดับสำคัญมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความคิดเห็นของผู้เช่าที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ ในปัจจัยด้านตำแหน่งที่ตั้ง และภาพลักษณ์ของศูนย์การค้ามีความสำคัญมาก

2. ผู้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ที่มีขนาดพื้นที่เช่า ประเภทธุรกิจของผู้เช่า ประเภทสัญญาเช่า ขนาดเงินลงทุนรวม รูปแบบของกิจการ และระยะเวลาตั้งแต่เริ่มเช่าพื้นที่ที่ต่างกัน มีผลทำให้ความคิดเห็นที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ในศูนย์การค้ามีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้

วันเพ็ญ อยู่เวียงไชย (2546) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอพักนำโชค อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสภาพแวดล้อม และด้านการให้บริการอยู่ในระดับมาก นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุ ,ระดับการศึกษา ,อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เขมกร คำนวน (2544) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ การศึกษาค้นคว้าได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการออกแบบสอบถามพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือที่เช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวน 379 คน ประกอบด้วย พนักงานที่พักอาศัยในที่พักอาศัยเขตตำบลบ้านกลาง 203 คน ตำบลเหมืองง่า 165 คน และตำบลมะเขือแจ้ 11 คน และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล โดยใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ ที่มีผลต่อพนักงานในการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมา เป็นปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

เจ็ดโณม เจริญวิจิตร (2518) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความเป็นอยู่และการบริการหอพักเอกชนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2518 ผลจากการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ในการเลือกหอพัก นักศึกษาคำนึงถึงความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคำนึงถึงความสะดวก สิ่งแวดล้อม ค่าบริการหอพัก และการคมนาคม มีส่วนน้อยที่คำนึงถึงอาหารในหอพัก และในด้านการเลือกห้องนั้น นักศึกษาส่วนใหญ่นิยมเลือกห้องพักรู้อยู่ เพราะต้องการเพื่อน รองลงมาเพราะประหยัด

ทวีเกียรติ พิตร์ปรีชา (2538) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาอพาร์ทเมนต์ให้เช่าในเขตห้วยขวาง ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอพาร์ทเมนต์ เพื่อพักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามในเขตห้วยขวางและเขตดินแดง คือ ราคาเช่าที่เหมาะสม รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการเข้า – ออก ใกล้แหล่งอุปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนความพึงพอใจของผู้พักอาศัยที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พัก พบว่า ผู้พักอาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและมีความพึงพอใจต่อระบบอาคารมากที่สุด

ปราณี ต้นประยูร (2538) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก สภาพปัญหาและความต้องการของผู้เช่าห้องพัก ผลการวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยด้านกายภาพที่มีอิทธิพลสูงสุด 3 อันดับแรก ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก คือ ความปลอดภัย ทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเข้าถึง และระยะทางไม่ไกลจากที่ทำงาน ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ทัศนคติของผู้ให้เช่า กฎระเบียบของห้องเช่า และความต้องการ

อยู่ใกล้เพื่อนสนิทส่วนปัจจัยด้านเศรษฐกิจนั้นผู้เช่าจะคำนึงถึงราคาเช่ามากกว่าวิธีการและเงื่อนไขการชำระค่าเช่า

2. ปัญหาที่ผู้เช่าพบ ซึ่งมีความรุนแรงมาก คือ เสี่ยงรบกวนจากยานพาหนะ รongลงมา คือ การใช้ไฟฟ้า การกำจัดขยะมูลฝอย การใช้น้ำ และความปลอดภัยในทรัพย์สิน

3. ลักษณะของห้องเช่าที่ผู้เช่าต้องการมาก 3 อันดับแรก คือ ห้องที่มีห้องน้ำห้องส้วมเป็นส่วนตัว ห้องที่มีขนาดกว้างพอควร และห้องที่มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็น ตามลำดับ บริการต่างๆ ที่ต้องการให้เจ้าของห้องเช่าจัดให้มาก 3 อันดับแรก คือ ยามรักษาการณ์ ร้านจำหน่ายอาหาร และสิ่งของจำเป็น บริการโทรศัพท์ ค่าเช่าห้องที่มีลักษณะ และบริการตาม que ผู้เช่าต้องการ คือ เดือนละ 600 – 700 บาท

4. ผู้เช่าที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน จะตัดสินใจเช่าห้องพักที่มีราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5. ผู้เช่าที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน จะใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเช่าห้องพักไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ผู้เช่าที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการลักษณะของห้องเช่าและบริการต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เรไร นันทนาวัฒน์ (2540) การศึกษาครั้งนี้ได้เลือกเช่าที่อาศัยในโครงการเมืองใหม่ บางพลี วาระที่ 1 เป็นกรณีศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พัก ผลจากการวิจัย พบว่า กลุ่มผู้เช่าในโครงการเมืองใหม่บางพลี ส่วนใหญ่สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมไม่แตกต่างกันนัก คือ เป็นผู้มีรายได้น้อย เข้ามาทำงานภายในบริเวณนิคมอุตสาหกรรมบางพลี ซึ่งใช้เวลาในการเดินทางไปทำงานไม่เกิน 30 นาที ส่วนลักษณะของบ้านเช่าจะมี 3 แบบ คือ ห้องแบ่งให้เช่า ให้เช่าทั้งหลัง และในลักษณะหอพัก ซึ่งแต่ละแบบจะมีองค์ประกอบภายในไม่แตกต่างกัน และไม่แตกต่างกับของแฟลตเช่าของการเคหะแห่งชาติด้วย จะต่างกันเพียงขนาดของห้องพักของแฟลตเช่าจะกว้างขวางกว่าเท่านั้น ด้านปัจจัยในการเลือกเช่าในส่วนนี้ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง การเดินทางไปทำงานสะดวก ราคาเช่า อยู่ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก และมีญาติ หรือเพื่อนพักอยู่ก่อนแล้ว และความสนใจของผู้เช่าต่อแฟลตเช่า พบว่า ส่วนใหญ่ สนใจโดยเหตุผลว่า มีสภาพแวดล้อมที่ดี อยู่ไม่ไกลจากที่ทำงาน และราคาไม่แพง แต่ยังคิดว่าภายในโครงการแฟลตเช่ายังไม่ค่อยปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เช่าที่มีต่อการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่เป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร เฉพาะสถานที่ที่มีคู่สัญญาเช่าทั้งฝ่ายบริหารทรัพย์สิน และกองจัดการเดินรถเขตรวม 20 สถานี และมีผู้เช่ารวม 731 ราย (สัญญา) ดังแสดงไว้ในตาราง 2

ตาราง 2 แสดงรายชื่อสถานี และจำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคารในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ลำดับที่	สถานี	คู่สัญญาเช่า		จำนวนผู้เช่า (สัญญา)
		ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน	กองจัดการเดินรถเขต	
1	ปากช่อง	9	70	79
2	คลองไผ่	2	8	10
3	สีคิ้ว	5	69	74
4	สูงเนิน	2	46	48

ตาราง 2 (ต่อ)

ลำดับที่	สถานี	คู่สัญญาเช่า		จำนวน ผู้เช่า (สัญญา)
		ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน	กองจัดการเดินรถเขต	
5	กุดจิก	6	2	8
6	โคกกรวด	4	2	6
7	ภูเขาลาด	3	13	16
8	นครราชสีมา	45	19	64
9	ชุมทางถนนจิระ	5	28	33
10	บ้านเกาะ	1	19	20
11	หนองแมว	2	13	15
12	โนนสูง	14	8	22
13	พลสงคราม	1	19	20
14	เมืองคง	5	13	18
15	ชุมทางบัวใหญ่	64	106	170
16	บ้านพะเนา	2	8	10
17	ท่าช้าง	2	11	13
18	จักราช	7	24	31
19	บ้านหินโคน	1	18	19
20	ห้วยแถลง	10	45	55
รวม	34 สถานี	190	541	731

ที่มา : ฝ่ายการเงินและการบัญชี การรถไฟแห่งประเทศไทย. 2547.

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา เฉพาะสถานีที่มีคู่สัญญาเช่าทั้งฝ่ายบริหารทรัพย์สิน และกองจัดการเดินรถเขต (ฝ่ายการเดินรถ) ซึ่งได้ข้อมูลประชากร คือ ผู้เช่าที่ดิน/อาคาร จำนวน 731 ราย (สัญญา) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ตามสูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1975 : 725) ในการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยความเชื่อมั่น 95% โดยที่มีค่าประมาณจะคลาดเคลื่อนจากที่เป็นจริงไม่เกิน $\pm 5\%$

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง(ในกรณีศึกษา

กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 5 หรือเท่ากับ 0.05 เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นที่ระดับ 95%)

$$\text{เมื่อแทนค่าในสูตร} \quad n = \frac{731}{1 + 731(.05)^2}$$

$$= 258.30 \approx 259 \text{ ตัวอย่าง}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ตามสูตรคือ 259 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้เช่าที่ดินและอาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ขั้นตอนที่ 2 ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบแบ่งชั้น (Proportional Stratified Random Samples) โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของผู้เช่าที่ดินและอาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้วิธีกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เฉพาะสถานีที่มีคู่สัญญาเช่าทั้งฝ่ายบริหารทรัพย์สินและกองจัดการเดินรถเขต รวม 20 สถานี ได้จำนวนผู้เช่าที่ดินและอาคารทั้งหมดที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 259 ตัวอย่าง โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{จำนวนผู้เช่าที่สุ่มมา} = \frac{\text{จำนวนผู้เช่าที่ต้องการสุ่มทั้งหมด}}{\text{จำนวนผู้เช่าของประชากรทั้งหมด}} \times \text{ผู้เช่าทั้งหมดในกลุ่มตัวอย่าง}$$

ผลการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้สัดส่วนของผู้เช่าในแต่ละสถานี ดังแสดงในตารางที่ 3

ตาราง 3 แสดงรายชื่อสถานี และจำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ลำดับ ที่	สถานี	คู่สัญญาเช่า		จำนวน ผู้เช่า (สัญญา)	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (ราย/สัญญา)	
		ฝ่ายบริหาร ทรัพย์สิน	กองจัดการ เดินรถเขต		ฝ่ายบริหาร ทรัพย์สิน	กองจัดการ เดินรถเขต
1	ปากช่อง	9	70	79	3	25
2	คลองไผ่	2	8	10	1	3
3	สีคิ้ว	5	69	74	2	24
4	สูงเนิน	2	46	48	1	16
5	กุฉินารายณ์	6	2	8	2	1
6	โคกกรวด	4	2	6	1	1
7	ภูเขียว	3	13	16	1	4
8	นครราชสีมา	45	19	64	16	7
9	ชุมทางถนนจิระ	5	28	33	2	10
10	บ้านเกาะ	1	19	20	-	7
11	หนองแมว	2	13	15	1	5
12	โนนสูง	14	8	22	5	3
13	พลสงคราม	1	19	20	-	7
14	เมืองคง	5	13	18	2	5
15	ชุมทางบัวใหญ่	64	106	170	23	37
16	บ้านพะเนา	2	8	10	1	3
17	ท่าช้าง	2	11	13	1	4
18	จักราช	7	24	31	2	8
19	บ้านหินโคน	1	18	19	-	6
20	ห้วยแถลง	10	45	55	3	16
รวม	20 สถานี	190	541	731	67	192

ที่มา : ฝ่ายการเงินและการบัญชี การรถไฟแห่งประเทศไทย. 2547.

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็น Non-Probability โดยสอบถามกับผู้เช่าในแต่ละสถานี ตอบแบบสอบถามและรวบรวมจนครบจำนวน สถานีที่มีคู่สัญญาเช่าทั้งฝ่ายบริหารทรัพย์สินและกองจัดการเดินรถเขต จำนวน 20 สถานี จำนวน 259 ชุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเองโดยออกแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้จากการรวบรวมข้อมูลทุติภูมิ (Secondary Data) เอกสารของทางราชการ เอกสารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ระเบียบข้อบังคับ รวมทั้งการศึกษา ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาประยุกต์ใช้เป็นลักษณะและข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยได้จัดลำดับแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามสำหรับข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ คู่สัญญาเช่า ลักษณะการเช่า ลักษณะการใช้ประโยชน์ ระยะเวลาในการเช่า และรายได้ที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน เป็นคำถามแบบให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อใดข้อหนึ่ง (Multiple Choice Questions) รวมจำนวน 9 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกได้เป็น เพศชาย และเพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำแนกได้ดังนี้

- (1) 20 - 30 ปี
- (2) 31 - 40 ปี
- (3) 41 - 50 ปี
- (4) 51 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำแนกได้ดังนี้

- (1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย
- (2) อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
- (3) ปริญญาตรี
- (4) สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกได้ดังนี้

- (1) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- (2) พนักงานบริษัทเอกชน
- (3) ประกอบอาชีพอิสระหรือธุรกิจส่วนตัว

ข้อที่ 5 กลุ่มสัญญาเช่าที่ทำการแทนการรถไฟแห่งประเทศไทย ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกได้ดังนี้

- (1) กองจัดการเดินรถ
- (2) ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน

ข้อที่ 6 ลักษณะการเช่าจากการรถไฟแห่งประเทศไทย ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกได้ดังนี้

- (1) เช่าที่ดิน
- (2) เช่าอาคาร

ข้อที่ 7 ลักษณะการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เช่าการรถไฟแห่งประเทศไทย ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกได้ดังนี้

- (1) เพื่อทำการเกษตร
- (2) ที่อยู่อาศัย
- (3) ประกอบการพาณิชย์

ข้อที่ 8 ระยะเวลาในการเช่าที่ดิน/อาคาร จากการรถไฟแห่งประเทศไทย ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกได้ดังนี้

- (1) ไม่เกิน 1 ปี
- (2) มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี
- (4) มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี
- (5) มากกว่า 10 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 9 รายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำแนกได้ดังนี้

- (1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- (2) 10,001 – 20,000 บาท
- (3) 20,001 – 30,000 บาท
- (4) 30,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 14 ข้อ ใช้ทดสอบระดับความคิดเห็น โดยแยกได้ดังนี้

- 1) คุณค่าที่ได้รับ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 2 ข้อ
- 2) ต้นทุน มีจำนวนคำถามทั้งหมด 2 ข้อ
- 3) ความสะดวก มีจำนวนคำถามทั้งหมด 2 ข้อ
- 4) การติดต่อสื่อสาร มีจำนวนคำถามทั้งหมด 2 ข้อ
- 5) การดูแลเอาใจใส่ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 2 ข้อ
- 6) ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 2 ข้อ
- 7) ความสบาย มีจำนวนคำถามทั้งหมด 2 ข้อ

สำหรับสถิติเชิงพรรณนา พิจารณาข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert) ซึ่งจำแนกปัจจัยต่างๆ ออกเป็น 5 ระดับ โดยจำแนกความหมายระดับความคิดเห็นออกเป็นดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
เฉย ๆ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

โดยใช้สูตรการหาอันตรภาคชั้น (พิสัย) จำนวนชั้น และกำหนดเป็น 5 อันตรภาคชั้น (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 10) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

โดยมีเกณฑ์การประเมินผล ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 10)

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เข้าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เข้าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เข้าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ เฉย ๆ

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เข้าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ ไม่เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เข้าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สำหรับสถิติเชิงอนุมาน ซึ่งใช้สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พิจารณาข้อมูลของแบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Interval Scale) ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าที่ดิน/อาคาร โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 17 ข้อ ใช้ทดสอบระดับความคิดเห็น โดยแยกได้ดังนี้

- 1) ที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 4 ข้อ
- 2) ที่เกิดจากเหตุผล มีจำนวนคำถามทั้งหมด 6 ข้อ
- 3) ที่เกิดจากอารมณ์ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 3 ข้อ
- 4) ที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

สำหรับสถิติเชิงพรรณนา พิจารณาข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วย คำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert) ซึ่งจำแนกปัจจัยต่างๆ ออกเป็น 5 ระดับ โดยจำแนกความหมายระดับความคิดเห็นออกเป็นดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
เฉย ๆ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

โดยใช้สูตรการหาอันตรภาคชั้น (พิสัย) จำนวนชั้น และกำหนดเป็น 5 อันตรภาคชั้น (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 10) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

โดยมีเกณฑ์การประเมินผล ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 10)

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ เฉย ๆ

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ ไม่เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สำหรับสถิติเชิงอนุมาน ซึ่งใช้สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พิจารณาข้อมูลของแบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นข้อมูล ประเภทเรียงลำดับ (Interval Scale) ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert)

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 30 ข้อ ใช้ทดสอบระดับความพึงพอใจ โดยแยกได้ดังนี้

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 4 ข้อ
- 2) ด้านราคา มีจำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ
- 3) ด้านช่องทางการจัดหน่าย มีจำนวนคำถามทั้งหมด 4 ข้อ
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีจำนวนคำถามทั้งหมด 4 ข้อ
- 5) ด้านกระบวนการ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

6) ด้านลักษณะทางกายภาพ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

7) ด้านบุคลากร มีจำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

สำหรับสถิติเชิงพรรณนา พิจารณาข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วย คำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert) ซึ่งจำแนกปัจจัยต่างๆ ออกเป็น 5 ระดับ โดยจำแนกความหมายระดับความพึงพอใจออกเป็น ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยใช้สูตรการหาอันตรภาคชั้น (พิสัย) จำนวนชั้น และกำหนดเป็น 5 อันตรภาคชั้น (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 10) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

โดยมีเกณฑ์การประเมินผล ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 10)

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้เข้าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้เข้าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้เข้าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้เข้าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้เข้าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในระดับ น้อยที่สุด

สำหรับสถิติเชิงอนุมาน ซึ่งใช้สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พิจารณาข้อมูลของแบบสอบถามตอนที่ 4 เป็นข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Interval Scale) ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert)

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-end question) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ มีจำนวน 1 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำไปทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การหาความค่าเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ในด้านความสอดคล้องและครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องของภาษาที่ใช้ (Wording) และขอคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม

2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Pre-Test) กับผู้เข้าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 26 คน จากขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณโดยใช้สูตร Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 259 คน จากนั้นผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10% มาใช้ในการทดสอบแบบสอบถาม ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน $259 \times 10\% = 25.9 \approx 26$ คน และนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

จากการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา โดยแบ่งค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ .7890

ตอนที่ 2 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ .8537

ตอนที่ 3 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้เข้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ .8721

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

1.1 หนังสือ ตำรา บทความ วารสาร เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อใช้ประกอบการกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ในครั้งนี้ และเพื่อใช้อ้างอิง (Reference) ในการเขียนงานวิจัย (Research Report)

1.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา เฉพาะสถานที่ที่มีคู่สัญญาเช่าทั้งฝ่ายบริหารทรัพย์สิน และกองจัดการเดินรถเขตจำนวน 20 สถานี โดยใช้ข้อมูลผู้เช่าที่อายุสัญญาเช่ายังไม่สิ้นสุด และข้อมูลผู้เช่าที่อายุสัญญาเช่าสิ้นสุดแล้วแต่ยังคงชำระค่าเช่าให้การรถไฟแห่งประเทศไทย ณ เดือนธันวาคม 2547 จากฝ่ายการเงินและการบัญชี การรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาวิจัย

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยได้กำหนดการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ผลจากแบบสอบถาม ซึ่งได้กำหนดวันและเวลาในการเก็บไว้ดังนี้ คือ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจะทำการเก็บระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2548 จนถึงวันที่ 30 เมษายน 2548

2. ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามด้วยตัวเองที่สถานีรถไฟ ที่ตั้งในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา เฉพาะสถานที่ที่มีคู่สัญญาเช่าทั้งฝ่ายบริหารทรัพย์สิน และกองจัดการเดินรถเขต (ฝ่ายการเดินรถ) จำนวน 20 สถานี

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกไป

2. การลงรหัส (Coding) โดยนำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์

3. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (**Descriptive Statistic**) เป็นสถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร ดังนี้ (อภิสิทธิ์ จันตะนี. 2538 : 182)

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

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ หรือ เปอร์เซนต์
 f แทน ความถี่ที่สำรวจได้
 n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด หรือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายผลของข้อมูล โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2523 : 4)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 65)

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

เมื่อ S แทน คะแนนเฉลี่ย
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 $(\sum x)^2$ แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
 n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง (กรณีประชากรใช้ n กรณีกลุ่มตัวอย่างใช้ $n-1$)

1.4 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546 : 449)

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
k	แทน	จำนวนคำถาม
$\overline{\text{Covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
$\overline{\text{Variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้วิธีการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาค่าความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ กับลักษณะส่วนบุคคลของผู้เช่า และหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ กับตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจโดยรวมของผู้เช่าที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้เช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน โดยแบ่งได้ดังนี้

1.1 เพศ กลุ่มสัญญาเช่าและลักษณะการเช่า ของผู้เช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (Independent sample) โดยใช้สถิติ t-Test

1.2 อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะการใช้ประโยชน์ ระยะเวลาในการเช่า และรายได้ที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน ของผู้เช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร โดยใช้สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร โดยใช้สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สามารถแสดงสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้ดังนี้

1. การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (Independent sample) โดยใช้สถิติ t-Test ในการทดสอบสมมติฐาน ใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2523 : 83)

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

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

2. ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่าสองกลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2534 : 249)

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

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	MS_b	แทน	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple comparisons) โดยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545: 332 – 333) มีสูตร ดังนี้

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

เมื่อ $t_{1-\alpha/2; n-k}$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t – test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

MSE แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MS_w)

n_i แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i

n_j แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j

3. ทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 , 3 โดยใช้สูตรดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2539 : 70)

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

เมื่อ r_{xy} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$\sum X$ แทน ผลรวมคะแนนรายข้อ (Item) ของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum Y$ แทน ผลรวมคะแนนรวม (Total) ของทั้งกลุ่ม

$\sum X^2$ แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum Y^2$ แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum XY$ แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y

n แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

การอ่านความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ประพันธ์ หงส์จรรยา. 2545 : 53) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ได้แก่

0.01 – 0.20	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
0.21 – 0.40	มีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ
0.41 – 0.60	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
0.61 – 0.80	มีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างสูง
0.81 – 1.00	มีความสัมพันธ์ระดับสูง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean) ของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
P	แทน	ค่าความน่าจะเป็นที่ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบจะตกอยู่ในช่วงปฏิเสธหรือ ยอมรับสมมติฐาน
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งมีผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 246 ราย จากจำนวนทั้งหมด 259 ราย คิดเป็นร้อยละ 95 โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถามโดยใช้สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยทำการแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับของแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน แบ่งออกเป็น 3 ข้อ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านส่วนบุคคลของผู้เช่าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

1.1 ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร แตกต่าง

1.2 ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน /อาคารแตกต่างกัน

1.3 ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

1.4 ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

1.5 กลุ่มสัญญาเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

1.6 ลักษณะการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

1.7 ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

1.8 ระยะเวลาในการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

1.9 ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

2.1 ปัจจัยด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

2.2 ปัจจัยด้านต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

2.3 ปัจจัยด้านความสะดวกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

- 2.4 ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
- 2.5 ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
- 2.6 ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
- 2.7 ปัจจัยด้านความสบายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
- 3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
 - 3.1 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
 - 3.2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
 - 3.3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
 - 3.4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม โดยทำการแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ตอนตามลำดับของแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร

เป็นการนำเสนอข้อมูลส่วนตัวของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร โดยการนำเสนอในรูปของความถี่ และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 4

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ
 คู่สัญญาเช่าที่ทำการแทน ลักษณะการเช่า ลักษณะการใช้ประโยชน์ ระยะเวลาในการเช่า และ
 รายได้ที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	152	61.8
หญิง	94	38.2
รวม	246	100.0
2. อายุ		
20-40 ปี	83	33.8
41-50 ปี	82	33.3
51 ปีขึ้นไป	81	32.9
รวม	246	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอน ปลาย	151	61.4
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	36	14.6
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	59	24.0
รวม	246	100.0
4. อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจหรือ พนักงานบริษัทเอกชน	37	15.0
ประกอบอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	170	69.1
ประกอบอาชีพอื่นๆ	39	15.9
รวม	246	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. คู่สัญญาเช่าที่ทำการแทน		
กองจัดการเดินรถเขต	177	72.0
ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน	69	28.0
รวม	246	100.0
6. ลักษณะการเช่า		
เช่าที่ดิน	186	75.6
เช่าอาคาร	60	24.4
รวม	246	100.0
7. ลักษณะการใช้ประโยชน์จากพื้นที่		
เพื่อทำการเกษตรกรรม	71	28.9
ที่อยู่อาศัย	35	14.2
ประกอบกิจการพาณิชย์หรืออื่นๆ	140	56.9
รวม	246	100.0
8. ระยะเวลาในการเช่าที่ดิน/อาคาร		
ไม่เกิน 1 ปี	14	5.7
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	64	26.0
มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี	36	14.6
มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป	132	53.7
รวม	246	100.0
9. รายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคาร		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	145	58.9
10,001-20,000 บาท	69	28.0
20,001 บาทขึ้นไป	32	13.1
รวม	246	100.0

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา จากจำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคารทั้งหมด จำนวน 246 ราย ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ และรายได้ที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน ที่มีความแตกต่างทางด้านความถี่ของข้อมูลอยู่มาก มาจัดแบ่งชั้นความถี่ของข้อมูลใหม่ ดังแสดงไว้ในตาราง 4 และสามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.8 และเป็นเพศหญิงจำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.2

อายุ ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-40 ปี จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาคือตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.0 และระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.6 ตามลำดับ

อาชีพ ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระหรือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 170 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.1 รองลงมาคือประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.9 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

คู่สัญญาเช่าที่ทำการแทนการรถไฟแห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นกองจัดการเดินรถเขต จำนวน 177 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมาคือฝ่ายบริหารทรัพย์สิน จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.0 ตามลำดับ

ลักษณะการเช่าจากการรถไฟแห่งประเทศไทย ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารส่วนใหญ่เป็นการเช่าที่ดิน จำนวน 186 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.6 รองลงมาคือเช่าอาคาร จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.4 ตามลำดับ

ลักษณะการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารส่วนใหญ่เป็นการใช้เพื่อประกอบการพาณิชย์หรืออื่นๆ จำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมาคือเกษตรกรรม จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.9 และที่อยู่อาศัย จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.2 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการเช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทย ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารส่วนใหญ่เป็นการเช่ามากกว่า 10 ปีขึ้นไป จำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมาคือมากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.6 และเช่าไม่เกิน 1 ปี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

รายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทยต่อเดือน ของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ส่วนใหญ่จะมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทจำนวน 145 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.9 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.0 และรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.1 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณค่าที่ได้รับ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และด้านความสบาย โดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตาราง 5

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<u>ด้านคุณค่าที่ได้รับ</u>			
1. ประโยชน์ของที่ดิน/อาคารเมื่อเทียบกับค่าเช่าที่จ่าย	3.69	0.92	เห็นด้วย
2. ประโยชน์ของที่ดิน/อาคารเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน	3.85	0.76	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.77	0.73	เห็นด้วย
<u>ด้านต้นทุน</u>			
1. ค่าเช่า/ค่าธรรมเนียมที่จ่ายคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ	3.61	0.98	เห็นด้วย
2. การเช่าที่ดิน/อาคารทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3.55	1.02	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58	0.88	เห็นด้วย
<u>ด้านความสะดวก</u>			
1. ขั้นตอนการติดต่อขอเช่ามีความสะดวกรวดเร็ว	2.51	1.00	ไม่เห็นด้วย
2. การติดต่อสอบถามข้อมูลสร้างความสะดวกแก่ผู้เช่า	2.57	0.91	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.54	0.85	ไม่เห็นด้วย

ตาราง 5 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<u>ด้านการติดต่อสื่อสาร</u>			
1. การให้ข้อมูลข่าวสารที่ดิน/อาคารมีประโยชน์และเหมาะสม	2.57	0.91	ไม่เห็นด้วย
2. ขั้นตอนการรับความคิดเห็นจากผู้เช่ามีความเหมาะสม	2.54	0.85	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.56	0.77	ไม่เห็นด้วย
<u>ด้านการดูแลเอาใจใส่</u>			
1. การให้บริการจากเจ้าหน้าที่ที่มีความรวดเร็ว ถูกต้อง	3.09	1.01	เฉยๆ
2. เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีธรรมาจริยดี และเต็มใจบริการ	3.64	0.83	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.37	0.80	เฉยๆ
<u>ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ</u>			
1. ที่ดิน/อาคารตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์	3.63	0.90	เห็นด้วย
2. การให้บริการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เช่า	2.88	0.93	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ยรวม	3.26	0.73	เฉยๆ
<u>ด้านความสบาย</u>			
1. สถานที่ในการติดต่อขอเช่ามีความสะดวกแก่การติดต่อ	3.29	0.93	เฉยๆ
2. สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบที่ดิน/อาคารมีอย่างครบครัน	3.72	1.06	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51	0.82	เห็นด้วย

จากตาราง 5 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า 7 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณค่าที่ได้รับ ต้นทุน ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การดูแลเอาใจใส่ ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และความสบาย ของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร โดยสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านคุณค่าที่ได้รับ ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุดคือประโยชน์ของที่ดิน/อาคารเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 รองลงมาคือ ประโยชน์ของที่ดิน/อาคารเมื่อเทียบกับค่าเช่าหรือค่าธรรมเนียมที่ต้องจ่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านต้นทุน ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุดคือ จำนวนเงินค่าเช่า/ค่าธรรมเนียมที่จ่ายออกไปคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 รองลงมาคือ การเช่าที่ดิน/อาคารทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและการเดินทางได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความสะดวก ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยไม่เห็นด้วยมากที่สุดคือ ขั้นตอนการติดต่อขอเช่ามีความสะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 รองลงมาคือ การติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารที่เช่าทำได้หลายวิธีสร้างความสะดวกแก่ผู้เช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยไม่เห็นด้วยมากที่สุดคือ ขั้นตอนการรับความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนจากผู้เช่ามีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 รองลงมาคือ การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารมีประโยชน์และเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเห็นด้วยคือเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีธรรมาศยดี สุภาพ และเต็มใจบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเฉยๆ คือ การให้บริการจากเจ้าหน้าที่ที่มีความรวดเร็ว ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเห็นด้วยคือ ที่ดิน/อาคารที่เช่าตอบสนองความต้องการของผู้เช่าอย่างสมบูรณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเฉยๆ คือ การให้บริการ เช่น การติดต่อขอเช่า การอนุมัติให้เช่า การชำระเงินค่าเช่า และการต่อสัญญาเช่า สร้างความพึงพอใจให้กับผู้เช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

ปัจจัยด้านความสบาย ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเห็นด้วยคือ สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบที่ดิน/อาคารมีอย่างครบครันไม่ว่าจะเป็นไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และรถประจำทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเฉยๆ คือ สถานที่ในการติดต่อขอเช่าไม่ว่าจะเป็นอาคาร เคาน์เตอร์บริการทางเดิน และป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ มีความสะดวกแก่การติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่เกิดจากเหตุผล ปัจจัยที่เกิดจากอารมณ์ และปัจจัยที่เกิดจากการอุปถัมภ์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตาราง 6

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านแรงจูงใจ

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์			
1. ประโยชน์ในการใช้สอยที่ดินตรงตามวัตถุประสงค์	3.97	0.80	เห็นด้วย
2. จำนวนพื้นที่ใช้สอยตรงกับความต้องการ	3.73	0.80	เห็นด้วย
3. ความพร้อมของพื้นที่ที่สามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ได้ทันที	3.23	1.06	เฉยๆ
4. ที่ดิน/อาคารตั้งอยู่ในแหล่งที่ไม่สามารถหาเช่าหรือซื้อได้	3.98	0.93	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73	0.64	เห็นด้วย
แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล			
1. มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารที่เปิดให้เช่า	2.81	0.87	เฉยๆ
2. การเช่าที่ดิน/อาคารใช้เงินลงทุนน้อยกว่าการซื้อ	3.64	1.05	เห็นด้วย
3. ระยะเวลาในการเช่าระบุไว้ในเงื่อนไขสัญญาชัดเจน	2.86	1.06	เฉยๆ
4. สามารถนำสิทธิจากการเช่าไปใช้เป็นหลักประกันขอสินเชื่อจากธนาคาร	3.13	1.27	เฉยๆ
5. มองเห็นผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าการนำเงินไปใช้ด้านอื่น	3.52	0.87	เห็นด้วย
6. สามารถโอนสิทธิการเช่าให้กับบุคคลอื่นได้	3.08	1.16	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ยรวม	3.34	0.63	เฉยๆ
แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์			
1. ได้รับการแนะนำหรือชักจูงจากญาติพี่น้องหรือคนรู้จัก	3.74	0.90	เห็นด้วย
2. เช่าตามคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจในลักษณะเดียวกัน	2.21	1.12	ไม่เห็นด้วย
3. ต้องการอุดหนุนหน่วยงานของรัฐ	3.65	0.87	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.20	0.61	เฉยๆ

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<u>แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์</u>			
1. ต้นทุนในการลงทุนต่ำกว่าเอกชน	3.76	1.04	เห็นด้วย
2. ได้รับผลประโยชน์จากการเช่าอย่างต่อเนื่อง	3.87	0.95	เห็นด้วย
3. เงื่อนไขสัญญาเช่ามีการกำหนดราคาไว้อย่างชัดเจน	3.98	1.15	เห็นด้วย
4. ความมีชื่อเสียงของการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็น เจ้าของที่ดิน/อาคาร	3.89	1.05	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88	0.86	เห็นด้วย

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่เกิดจากเหตุผล ปัจจัยที่เกิดจากอารมณ์ และปัจจัยที่เกิดจากการอุปถัมภ์ ของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร โดยสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุดคือ ที่ดิน/อาคาร ตั้งอยู่ในแหล่งที่ไม่สามารถหาเช่าหรือซื้อได้จากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนรายอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมาคือ ประโยชน์ในการใช้สอยที่ดินตรงตามวัตถุประสงค์ที่ขอเช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 จำนวนพื้นที่ใช้สอยตรงกับความต้องการของผู้เช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ตามลำดับ และข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเฉยๆ คือ ความพร้อมของพื้นที่ที่ผู้เช่าสามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ได้ทันทีโดยไม่ต้องปรับพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเฉยๆ มากที่สุดคือ สามารถนำสิทธิจากการเช่าไปใช้เป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อจากธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 รองลงมาคือ สามารถโอนสิทธิการเช่าให้กับบุคคลอื่นได้ โดยไม่ต้องมีการจัดทำสัญญาการเช่าฉบับใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 ระยะเวลาในการเช่าระบุไว้ในเงื่อนไขสัญญาชัดเจน และในกรณีที่สัญญาการเช่าสิ้นสุดลง ผู้เช่ารายเดิมจะได้รับการพิจารณาให้เช่าเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารที่เปิดให้เช่าอย่างครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 และข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเห็นด้วยคือ การเช่าที่ดิน/อาคารใช้เงินลงทุนน้อยกว่าการซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และมองเห็นผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าการนำเงินไปใช้หาประโยชน์ในด้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุดคือ ได้รับการแนะนำหรือชักจูงจากญาติพี่น้องหรือคนรู้จักให้เข้ามาเช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมาคือ ต้องการอุดหนุนหน่วยงานของรัฐ เพื่อจะได้นำเงินรายได้กลับมาพัฒนาประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยไม่เห็นด้วย คือ เช่าตามคู่แข่งที่ประกอบอาชีพ หรือธุรกิจในลักษณะเดียวกันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.21

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุดคือ เงื่อนไขสัญญาเช่ามีการกำหนดราคาไว้อย่างชัดเจน โดยไม่มีการปรับขึ้นราคาค่าเช่าที่ไม่ได้ระบุไว้ในเงื่อนไขสัญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงของการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐและเป็นเจ้าของที่ดิน/อาคารที่เปิดให้เช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ได้รับผลประโยชน์จากการเช่าอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และต้นทุนในการลงทุนต่ำกว่าเอกชนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้เช่าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร โดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตาราง 7

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความพึงพอใจ

ปัจจัยด้านความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. ความหลากหลายของขนาดที่ดิน/อาคาร	3.44	0.86	มาก
2. ความหลากหลายของสถานที่ตั้งที่ดิน/อาคาร	3.48	0.90	มาก
3. ความปลอดภัยจากปัญหาที่เกิดจากพื้นที่เช่า	3.59	0.99	มาก
4. ความเป็นธรรมของรูปแบบสัญญาเช่า	3.30	0.98	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.45	0.75	มาก

ตาราง 7 (ต่อ)

ปัจจัยด้านความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<u>ด้านราคา</u>			
1. ความเหมาะสมของค่าเช่าต่อผลประโยชน์ในการใช้สอย	3.47	0.98	มาก
2. ความเหมาะสมของอัตราค่าธรรมเนียมในการจัดประโยชน์	2.93	1.01	ปานกลาง
3. ความเหมาะสมของจำนวนเงินค่าประกัน หรือค่ามัดจำ หรือค่าต่อสัญญาเช่า	3.26	0.98	ปานกลาง
4. ความเหมาะสมของการปรับขึ้นค่าเช่าตามเงื่อนไขสัญญา	3.14	1.03	ปานกลาง
5. ราคาเช่ามีหลายระดับราคาให้เลือกตามขนาดของที่ดิน/อาคารที่เปิดให้เช่า	3.47	0.95	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.25	1.07	ปานกลาง
<u>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</u>			
1. ความสะดวกในเรื่องสถานที่ติดต่อขอเช่า	2.55	0.81	น้อย
2. ความสะดวกในเรื่องสถานที่ลงนามสัญญาเช่า	3.14	0.91	ปานกลาง
3. ความสะดวกในเรื่องสถานที่ในการชำระเงินค่าเช่า	3.66	0.84	มาก
4. การชำระเงินค่าเช่าสามารถชำระได้หลายวิธี	2.60	1.01	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.99	0.67	ปานกลาง
<u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u>			
1. มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเปิดให้เช่าที่ดิน/อาคาร	2.11	1.09	น้อย
2. จัดป้ายโฆษณา ณ สถานที่ที่มีการเปิดให้เช่า	2.11	1.10	น้อย
3. คำบอกเล่าจากพนักงานหรือคนรู้จักเกี่ยวกับการเปิดให้เช่า	3.24	1.20	ปานกลาง
4. มีการติดประกาศตามหน่วยงานราชการหรือสถานีรถไฟ	2.52	0.97	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.48	0.79	น้อย

ตาราง 7 (ต่อ)

ปัจจัยด้านความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<u>ด้านกระบวนการในการเช่า</u>			
1. กระบวนการในการเปิดให้เช่าที่ดิน/อาคาร มีความโปร่งใส	2.57	0.83	น้อย
2. ระบุขั้นตอนในการให้บริการเช่าอย่างชัดเจน	2.64	0.90	ปานกลาง
3. ระยะเวลาของแต่ละขั้นตอนเพื่อขออนุมัติมีความรวดเร็ว	2.27	1.03	น้อย
4. ความสลับซับซ้อนของขั้นตอนและกฎระเบียบในการเช่า	2.56	0.96	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.51	0.74	น้อย
<u>ด้านลักษณะทางกายภาพ</u>			
1. ทางเข้าออกของที่ดิน/อาคารสามารถเดินทางได้สะดวก	3.89	1.02	มาก
2. แหล่งทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ติดต่อธุรกิจ ที่ทำงาน	3.79	1.05	มาก
3. มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ เข้าถึง	3.78	1.22	มาก
4. มีความสะดวกในการเดินทางสัญจร	3.86	1.09	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83	0.98	มาก
<u>ด้านบุคลากรในการให้บริการ</u>			
1. ความเอาใจใส่ กิริยาท่าทาง มารยาท และความเป็นกันเอง	3.48	0.92	มาก
2. ความรู้ ความสามารถ ของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ	3.32	0.89	ปานกลาง
3. ความทั่วถึงในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.16	0.92	ปานกลาง
4. ความสุภาพอ่อนน้อม พุดจาโย่งยิ้มแย้มแจ่มใส ของเจ้าหน้าที่	3.44	0.86	มาก
5. ความตรงไปตรงมาในการปฏิบัติต่อผู้เช่าของเจ้าหน้าที่	3.29	0.92	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.34	0.78	ปานกลาง

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ใน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร โดยสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความปลอดภัยจากปัญหาที่เกิดจากพื้นที่เช่า เช่น ผู้เช่าเดิมที่สัญญาเช่าสิ้นสุดลง แต่ยังคงใช้ประโยชน์ในพื้นที่ หรือผู้บุกรุก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือ ความหลากหลายของสถานที่ตั้งที่ดิน/อาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ความหลากหลายของขนาดที่ดิน/อาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ตามลำดับ และข้อที่ผู้เช่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือความเป็นธรรมชาติของรูปแบบสัญญาเช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ปัจจัยด้านราคา ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือความเหมาะสมของค่าเช่าต่อผลประโยชน์ในการใช้สอย และราคาค่าเช่ามีหลายระดับราคาให้เลือกตามขนาดของที่ดิน/อาคารที่เปิดให้เช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และข้อที่ผู้เช่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือความเหมาะสมของจำนวนเงินค่าประกัน หรือค่ามัดจำ หรือค่าต่อสัญญาเช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 รองลงมา คือ ความเหมาะสมของการปรับขึ้นค่าเช่าตามเงื่อนไขสัญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 และความเหมาะสมของอัตราค่าธรรมเนียมในการจัดประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 โดยข้อที่ผู้เช่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกในเรื่องสถานที่ในการชำระเงินค่าเช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และข้อที่ผู้เช่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความสะดวกในเรื่องสถานที่ลงนามสัญญาเช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 และข้อที่ผู้เช่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย คือ การชำระเงินค่าเช่าสามารถชำระได้หลายวิธี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 และความสะดวกในเรื่องสถานที่ติดต่อขอเช่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเปิดให้เช่าที่ดิน/อาคาร และติดป้ายโฆษณา ณ สถานที่ที่มีการเปิดให้เช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.11 รองลงมาคือ มีการติดประกาศตามหน่วยงานราชการหรือสถานีรถไฟในเขตพื้นที่ที่เปิดให้เช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 ตามลำดับ และข้อที่ผู้เช่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือคำบอกเล่าจากพนักงานหรือคนรู้จักเกี่ยวกับการเปิดให้เช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

ปัจจัยด้านกระบวนการในการเช่า ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ ด้านระยะเวลาของแต่ละขั้นตอนเพื่อขออนุมัติมีความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.27 รองลงมาคือ ความสลับซับซ้อนของขั้นตอนและกฎระเบียบในการเช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 กระบวนการในการเปิดให้เช่าที่ดิน/อาคารมีความโปร่งใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57 และข้อที่ผู้เช่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือการระบุขั้นตอนในการให้บริการเช่าอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ทางเข้าออกของที่ดิน/อาคารสามารถเดินทางได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมาคือ มีความสะดวกในการเดินทางสัญจร

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 แหล่งทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ติดต่อธุรกิจที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และมีระบบสาธารณูปโภค เช่น ประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ เข้าถึง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากรในการให้บริการ ส่วนใหญ่ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยมาก คือ ความเอาใจใส่ กิริยาท่าทาง มารยาท และความเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 รองลงมาคือ ความสุภาพอ่อนน้อม พุดจาโย่ง แย้มแจ่มใส ของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และข้อที่ผู้เช่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความรู้ ความสามารถ ของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 รองลงมาคือ ความตรงไปตรงมาในการปฏิบัติต่อผู้เช่าของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และความทั่วถึงในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน แบ่งออกเป็น 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านส่วนบุคคลของผู้เช่า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ คู่สัญญาเช่า ลักษณะการเช่า ลักษณะการใช้ประโยชน์ ระยะเวลาในการเช่า และรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ในการเช่าที่ดิน/อาคาร แตกต่างกัน ซึ่งประกอบด้วยสมมติฐานย่อยจำนวน 9 สมมติฐาน ดังนี้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1

ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน

H_a : ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สำหรับสถิติในการวิเคราะห์ จะใช้ Independent Sample t-test และการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2 – tailed Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 8-14 ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านได้ ดังนี้

ตาราง 8 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	3.41	0.819	-1.239	.216
	หญิง	3.53	0.610		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .216 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 9 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านราคา	ชาย	3.28	1.252	.642	.522
	หญิง	3.20	0.666		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .522 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านราคา ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 10 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย	3.07	0.701	.090	.928
	หญิง	3.07	0.592		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .928 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 11 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านการส่งเสริมการขาย	ชาย	2.51	0.822	.414	.680
	หญิง	2.47	0.735		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .680 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 12 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านกระบวนการ	ชาย	2.83	0.776	1.324	.187
	หญิง	2.70	0.668		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .187 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 13 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ชาย	3.65	1.006	-3.946	.000*
	หญิง	4.12	0.861		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านบุคลากร	ชาย	3.33	0.812	-.365	.716
	หญิง	3.36	0.737		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านเพศของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .716 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านบุคลากร ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2

ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน

H_a : ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านดังตาราง 15-24 ดังนี้

ตาราง 15 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	20-40 ปี	3.52	0.739	5.711	.004*
	41-50 ปี	3.24	0.773		
	51 ปี ขึ้นไป	3.61	0.685		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่ากับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบอายุในรายคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) ดังแสดงไว้ในตาราง 16

ตาราง 16 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอายุผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

อายุ		20-40	41-50	51 ปีขึ้นไป
	$\bar{x}$	3.52	3.24	3.61
20-40	3.52		0.28* (.016)	-0.10 (.402)
41-50	3.24	-0.28* (.016)		-0.37* (.001)
51 ปีขึ้นไป	3.61	0.10 (.402)	0.37* (.001)	

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 16 ผลการทดสอบ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยการใช้วิธี Least Significant Different (LSD) พบว่า

กลุ่มผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 20-40 ปี กับผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 41-50 ปี มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .016 หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 20-40 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างจากผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 41- 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 41-50 ปี กับผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .001 หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 41-50 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างจากผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 17 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านราคา	20-40 ปี	3.42	1.480	5.633	.004*
	41-50 ปี	2.94	0.834		
	51 ปี ขึ้นไป	3.40	0.610		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่ากับความพึงพอใจด้านราคา โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านราคา ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบอายุในรายคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) ดังแสดงไว้ในตาราง 18

ตาราง 18 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

อายุ		20-40	41-50	51 ปีขึ้นไป
	$\bar{x}$	3.42	2.94	3.40
20-40	3.42		0.49* (.003)	0.02 (.894)
41-50	2.94	0.49* (.003)		-0.46* (.005)
51 ปีขึ้นไป	3.40	-0.02 (.894)	0.46* (.005)	

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 18 ผลการทดสอบ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยการใช้วิธี Least Significant Different (LSD) พบว่า

กลุ่มผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 20-40 ปี กับผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 41-50 ปี มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .003 หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 20-40 ปี มีความพึงพอใจด้านราคา ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างจากผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 41- 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 41-50 ปี กับผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .005 หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 41-50 ปี มีความพึงพอใจด้านราคา ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างจากผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 19 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	20-40 ปี	3.13	0.670	2.620	.075
	41-50 ปี	2.94	0.656		
	51 ปี ขึ้นไป	3.15	0.641		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่ากับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .075 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 20 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านการส่งเสริมการขาย	20-40 ปี	2.77	0.780	9.132	.000*
	41-50 ปี	2.28	0.690		
	51 ปี ขึ้นไป	2.42	0.817		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่ากับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่าอายุในรายใดที่มีความแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) ดังแสดงไว้ในตาราง 21

ตาราง 21 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

อายุ		20-40	41-50	51 ปีขึ้นไป
	$\bar{x}$	2.77	2.28	2.42
20-40	2.77		0.49* (.000)	0.35* (.004)
41-50	2.28	-0.49* (.000)		-0.14 (.235)
51 ปีขึ้นไป	2.42	-0.35* (.004)	0.14 (.235)	

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 21 ผลการทดสอบ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยการใช้วิธี Least Significant Different (LSD) พบว่า กลุ่มผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 20-40 ปี กับผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่

41-50 ปี มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .000 และกลุ่มผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .004 หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 20-40 ปี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างจากผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 41- 50 ปี และผู้เช่าที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 22 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านกระบวนการ	20-40 ปี	2.83	0.859	1.848	.160
	41-50 ปี	2.65	0.639		
	51 ปี ขึ้นไป	2.86	0.687		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .160 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 23 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านลักษณะทางกายภาพ	20-40 ปี	3.96	0.965	2.682	.070
	41-50 ปี	3.63	1.057		
	51 ปี ขึ้นไป	3.90	0.888		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น

(P) มีค่าเท่ากับ .070 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 24 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านบุคลากร	20-40 ปี	3.40	0.809	1.272	.282
	41-50 ปี	3.23	0.782		
	51 ปี ขึ้นไป	3.39	0.754		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .282 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านบุคลากร ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.3

ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน

H_a : ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่

แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านดังตาราง 25-31 ดังนี้

ตาราง 25 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยม				
	ศึกษาตอนปลาย	3.48	0.723	.338	.713
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3.46	0.736		
	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	3.39	0.820		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .713 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 26 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านราคา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยม				
	ศึกษาตอนปลาย	3.26	1.178	.340	.967
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3.28	0.727		
	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	3.22	0.942		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มี

ค่าเท่ากับ .967 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านราคา ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 27 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยม				
	ศึกษาตอนปลาย	3.11	0.617	1.447	.237
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3.13	0.778		
	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	2.94	0.686		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .237 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 28 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านการส่งเสริมการขาย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยม				
	ศึกษาตอนปลาย	2.45	0.780	.770	.464
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	2.60	0.897		
	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	2.56	0.743		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .464 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เป็น (P) มีค่าเท่ากับ .464 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เข้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 29 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านกระบวนการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยม				
	ศึกษาตอนปลาย	2.78	0.687	.213	.808
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	2.83	0.934		
	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	2.73	0.741		

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .808 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการที่มีการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 30 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยม				
	ศึกษาตอนปลาย	3.81	0.982	1.054	.350
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3.67	1.089		
	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	3.96	0.900		

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .350 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 31 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านบุคลากร	ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยม				
	ศึกษาตอนปลาย	3.38	0.741	1.226	.295
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3.38	0.844		
	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	3.20	0.847		

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .295 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านบุคลากร ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.4

ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ไม่แตกต่างกัน

H_a : ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านดังตาราง 32-42 ดังนี้

ตาราง 32 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/				
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.55	0.606	5.427	.005*
	ประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	3.36	0.780		
	อื่นๆ	3.78	0.628		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้

ทราบว่าอาชีพในรายคูใดที่มีความแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) ดังแสดงไว้ในตาราง 33

ตาราง 33 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

อาชีพ		ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ
	$\bar{x}$	3.55	3.36	3.78
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ บริษัทเอกชน	3.55		0.19 (.162)	-0.23 (.177)
ประกอบธุรกิจอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัว	3.36	-0.19 (.162)		-0.42* (.002)
อื่นๆ	3.78	0.23 (.177)	0.42* (.002)	

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 33 ผลการทดสอบ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยการใช้วิธี Least Significant Different (LSD) พบว่า กลุ่มที่มีอาชีพประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว กับผู้เช่าที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีความแตกต่างเท่ากับ .002 หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างจากผู้เช่าที่ประกอบอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 34 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านราคา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ พนักงานบริษัทเอกชน	3.41	0.564	3.784	.024*
	ประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	3.14	1.207		
	อื่นๆ	3.62	0.559		

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านราคา ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่ามีอาชีพในรายใดที่มีความแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) ดังแสดงไว้ในตาราง 35

ตาราง 35 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

อาชีพ		ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจอิสระ /ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ
	$\bar{x}$	3.41	3.14	3.62
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ บริษัทเอกชน	3.41		0.28 (.151)	-0.20 (.398)
ประกอบธุรกิจอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัว	3.14	-0.28 (.151)		0.48* (.011)
อื่นๆ	3.62	0.20 (.398)	-0.48* (.011)	

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 35 ผลการทดสอบ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD) พบว่า กลุ่มที่มีอาชีพประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว กับผู้เช่าที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .011 หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจด้านราคา ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างจากผู้เช่าที่ประกอบอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 36 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ พนักงานบริษัทเอกชน	3.01	0.676	0.794	.453
	ประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	3.06	0.648		
	อื่นๆ	3.19	0.699		

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .453 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 37 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านการส่งเสริมการขาย	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/				
	พนักงานบริษัทเอกชน	2.76	0.775	4.007	.019
	ประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	2.40	0.758		
	อื่นๆ	2.63	0.871		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องด้านการส่งเสริมการขาย โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่าอาชีพในรายชื่อใดที่มีความแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) ดังแสดงไว้ในตาราง 38

ตาราง 38 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

อาชีพ		ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ
	$\bar{x}$	2.76	2.40	2.63
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ บริษัทเอกชน	2.76		0.36* (.011)	0.13 (.472)
ประกอบธุรกิจอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัว	2.40	-0.36* (.011)		-0.23 (.095)
อื่นๆ	2.63	-0.13 (.502)	0.23 (.395)	

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 38 ผลการทดสอบ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD) พบว่า กลุ่มผู้เช่าที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัทเอกชน กับผู้เช่าที่ประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .011 หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างจากผู้เช่าที่ประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 39 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ด้านกระบวนการ

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านกระบวนการ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/				
	พนักงานบริษัทเอกชน	2.82	0.822	1.661	.192
	ประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	2.73	0.726		
	อื่นๆ	2.96	0.692		

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .192 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 40 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ด้านลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/				
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.58	0.939	3.639	.028*
	ประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	3.94	0.999		
	อื่นๆ	3.58	0.855		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการ

เช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่าอาชีพในรายคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) ดังแสดงไว้ในตาราง 41

ตาราง 41 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

อาชีพ		ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ
	$\bar{x}$	3.58	3.94	3.58
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ บริษัทเอกชน	3.58		-0.36* (.042)	0.00 (.985)
ประกอบธุรกิจอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัว	3.94	.36* (.042)		0.36* (.036)
อื่นๆ	3.58	0.00 (.985)	-0.36* (.036)	

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 41 ผลการทดสอบ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยการใช่วิธี Least Significant Different (LSD) พบว่า

กลุ่มผู้เช่าที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัทเอกชน กับผู้เช่าที่ประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .042 หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างจากผู้เช่าที่ประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มผู้เช่าที่ประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว กับผู้เช่าที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .036 หมายความว่า ผู้เช่าที่ประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจด้าน

ลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างจากผู้เช่าที่ประกอบธุรกิจอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 42 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านต้นทุนบุคลากร

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร		อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านบุคลากร	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/					
	พนักงานบริษัทเอกชน		3.31	0.790	0.521	.594
	ประกอบธุรกิจอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว		3.32	0.763		
	อื่นๆ		3.46	0.871		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอาชีพของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร โดยใช้สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .594 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านบุคลากร ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.5

ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ไม่แตกต่างกัน

H_a : ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2 – tailed Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านดังตาราง 43-49 ดังนี้

ตาราง 43 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	คู่สัญญาเช่า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านผลิตภัณฑ์	กองจัดการเดินรถเขต	3.46	0.760	0.164	.870
	ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน	3.44	0.719		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .870 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 44 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	คู่สัญญาเช่า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านราคา	กองจัดการเดินรถเขต	3.31	1.155	1.615	.108
	ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน	3.10	0.779		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .108 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านราคา ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 45 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	คู่สัญญาเช่า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	กองจัดการเดินรถเขต	3.16	0.635	3.415	.001
	ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน	2.84	0.671		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 46 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	คู่สัญญาเช่า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านการส่งเสริมการขาย	กองจัดการเดินรถเขต	2.58	0.854	2.702	.007
	ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน	2.28	0.540		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 47 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	คู่สัญญาเช่า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านกระบวนการ	กองจัดการเดินรถเขต	2.88	0.765	3.763	.000
	ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน	2.53	0.598		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 48 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	คู่สัญญาเช่า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านลักษณะทางกายภาพ	กองจัดการเดินรถเขต	3.70	0.938	3.348	.001
	ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน	4.17	1.009		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 49 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	คู่สัญญาเช่า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านบุคลากร	กองจัดการเดินรถเขต	3.40	0.813	2.250	.026
	ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน	3.17	0.678		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านคู่สัญญาของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านบุคลากร ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.6

ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน

H_a : ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2 — tailed Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านดังตาราง 50-56 ดังนี้

ตาราง 50 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจที่มีต่อ	t- Test for Equality of Means				
	ลักษณะการเช่า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
การเช่าที่ดิน/อาคาร	เช่าที่ดิน	3.44	0.778	0.543	.558
	เช่าอาคาร	3.50	0.648		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .558 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 51 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	ลักษณะการเช่า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านราคา	เช่าที่ดิน	3.31	1.148	1.698	.092
	เช่าอาคาร	3.09	0.735		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .092 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านราคา ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 52 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	ลักษณะการเช่า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เช่าที่ดิน	3.13	0.639	2.224	.029
	เช่าอาคาร	2.90	0.700		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 53 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	ลักษณะการเช่า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านการส่งเสริมการขาย	เช่าที่ดิน	2.57	0.820	2.743	.007
	เช่าอาคาร	2.25	0.634		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 54 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	ลักษณะการเช่า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านกระบวนการ	เช่าที่ดิน	2.85	0.716	2.816	.006
	เช่าอาคาร	2.54	0.759		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการเช่าของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 55 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเข้าของผู้เข้าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเข้าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	ลักษณะการเข้า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านลักษณะทางกายภาพ	เข้าที่ดิน	3.66	0.945	4.978	.000
	เข้าอาคาร	4.34	0.910		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการเข้าของผู้เข้าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เข้าที่มีลักษณะการเข้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการเข้าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 56 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการเข้าของผู้เข้าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลการ

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเข้าที่ดิน/อาคาร	t- Test for Equality of Means				
	ลักษณะการเข้า	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ด้านบุคลการ	เข้าที่ดิน	3.37	0.784	1.170	.245
	เข้าอาคาร	3.24	0.778		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการเข้าของผู้เข้าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลการ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .245 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เข้าที่มีลักษณะการเข้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านบุคลการ ที่มีต่อการเข้าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.7

ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน

H_a : ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านดังตาราง 57-64 ดังนี้

ตาราง 57 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ลักษณะการใช้ประโยชน์	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	เพื่อทำเกษตรกรรม	3.54	0.783	0.665	.515
	ที่อยู่อาศัย	3.39	0.751		
	ประกอบการพาณิชย์/อื่นๆ	3.43	0.729		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .515 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 58 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ลักษณะการใช้ประโยชน์	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านราคา	เพื่อทำเกษตรกรรม	3.37	0.783	0.888	.413
	ที่อยู่อาศัย	3.31	0.633		
	ประกอบการพาณิชย์/อื่นๆ	3.18	1.257		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .413 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านราคา ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 59 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ลักษณะการใช้ประโยชน์	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพื่อทำเกษตรกรรม	3.14	0.636	0.595	.552
	ที่อยู่อาศัย	3.01	0.720		
	ประกอบการพาณิชย์/อื่นๆ	3.05	0.659		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 59 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .552 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 60 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ลักษณะการใช้ประโยชน์	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านการส่งเสริมการขาย	เพื่อทำเกษตรกรรม	2.42	0.758	0.589	.556
	ที่อยู่อาศัย	2.58	0.911		
	ประกอบการพาณิชย์/อื่นๆ	2.51	0.774		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 60 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .556 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 61 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ลักษณะการใช้ประโยชน์	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านกระบวนการ	เพื่อทำเกษตรกรรม	2.80	0.661	0.295	.744
	ที่อยู่อาศัย	2.85	0.873		
	ประกอบการพาณิชย์/อื่นๆ	2.75	0.742		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .774 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 62 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ลักษณะการใช้ประโยชน์	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านลักษณะทางกายภาพ	เพื่อทำเกษตรกรรม	3.37	1.022	16.839	.000*
	ที่อยู่อาศัย	3.61	0.743		
	ประกอบการพาณิชย์/อื่นๆ	4.12	0.908		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่าลักษณะการใช้ประโยชน์ในรายคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) ดังแสดงไว้ในตาราง 63

ตาราง 63 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

ลักษณะการใช้ประโยชน์		เพื่อทำเกษตรกรรม	ที่อยู่อาศัย	ประกอบการพาณิชย์/อื่นๆ
	$\bar{x}$	3.37	3.61	4.12
เพื่อทำเกษตรกรรม	3.37		-0.24 (.207)	-0.75* (.000)
ที่อยู่อาศัย	3.61	0.24 (.207)		-0.51* (.004)
ประกอบการพาณิชย์/อื่นๆ	4.12	0.75* (.000)	0.51* (.004)	

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 63 ผลการทดสอบ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยการใช้วิธี Least Significant Different (LSD) พบว่า กลุ่มผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์เพื่อทำเกษตรกรรม กับผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์เพื่อประกอบการพาณิชย์/อื่นๆ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .000 และกลุ่มผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์เพื่อที่อยู่อาศัย กับผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์เพื่อประกอบการพาณิชย์/อื่นๆ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .004 หมายความว่า ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์เพื่อทำเกษตรกรรม และกลุ่มผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์เพื่อที่อยู่อาศัย มีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างจากผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์เพื่อประกอบการพาณิชย์/อื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 64 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ลักษณะการใช้ประโยชน์	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านบุคลากร	เพื่อทำเกษตรกรรม	3.37	0.801	0.558	.573
	ที่อยู่อาศัย	3.21	0.906		
	ประกอบการพาณิชย์/อื่นๆ	3.35	0.744		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 64 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านลักษณะการใช้ประโยชน์ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .573 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านบุคลากร ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.8

ระยะเวลาในการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ระยะเวลาในการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ไม่แตกต่างกัน

H_a : ระยะเวลาในการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านดังตาราง 65-72 ดังนี้

ตาราง 65 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ระยะเวลาในการเช่า	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 1 ปี	3.11	1.013	1.191	.314
	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	3.43	0.750		
	มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี	3.46	0.546		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	3.50	0.760		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 65 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .314 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 66 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ระยะเวลาในการเช่า	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านราคา	ไม่เกิน 1 ปี	2.84	1.175	0.928	.428
	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	3.36	1.667		
	มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี	3.21	0.674		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	3.26	0.710		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 66 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .428 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มี

ระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านราคา ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 67 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	ระยะเวลาในการเช่า	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ไม่เกิน 1 ปี	3.07	0.682	0.354	.787
	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	3.05	0.745		
	มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี	2.98	0.593		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	3.10	0.636		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 67 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .787 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 68 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ระยะเวลาในการเช่า	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านการส่งเสริมการขาย	ไม่เกิน 1 ปี	2.48	1.067	0.818	.485
	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	2.36	0.758		
	มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี	2.53	0.831		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	2.55	0.761		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 68 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .485 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 69 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ระยะเวลาในการเช่า	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านกระบวนการ	ไม่เกิน 1 ปี	2.93	0.750	0.952	.416
	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	2.89	0.721		
	มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี	2.72	0.763		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	2.73	0.738		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 69 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .416 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้

เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 70 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจที่มีต่อ การเช่าที่ดิน/อาคาร	ระยะเวลาในการเช่า	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	ไม่เกิน 1 ปี	3.29	0.784	5.470	.001
	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	3.59	1.041		
	มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี	3.67	1.062		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	4.05	0.893		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 70 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบวาระยะเวลาในการเช่าในรายคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) ดังแสดงไว้ในตาราง 71

ตาราง 71 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

ระยะเวลาในการเช่า		ไม่เกิน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป
	$\bar{x}$	3.29	3.59	3.67	4.05
ไม่เกิน 1 ปี	3.29		-0.30 (.281)	-0.38 (.206)	-0.76* (.005)
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	3.59	0.30 (.281)		-0.08 (.699)	-0.46* (.002)
มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี	3.67	0.38 (.206)	0.08 (.699)		-0.38* (.036)
มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป	4.05	0.76* (.005)	0.46* (.002)	0.38* (.036)	

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 71 ผลการทดสอบ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยการใช้วิธี Least Significant Different (LSD) พบว่า กลุ่มผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่ามากกว่า 10 ปีขึ้นไป กับผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าไม่เกิน 1 ปี มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .005 มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .002 และมากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .036 หมายความว่า ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าไม่เกิน 1 ปี มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี และมากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างจากผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่ามากกว่า 10 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 72 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	ระยะเวลาในการเช่า	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านบุคลากร	ไม่เกิน 1 ปี	2.97	1.420	1.943	.123
	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	3.23	0.768		
	มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี	3.36	0.745		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	3.42	0.699		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 72 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระยะเวลาในการเช่าของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .123 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านบุคลากร ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.9

ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน

H_a : ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านดังตาราง 73-80 ดังนี้

ตาราง 73 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	รายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.48	0.772	0.384	.692
	10,001-20,000 บาท	3.39	0.762		
	20,001 บาทขึ้นไป	3.49	0.601		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 73 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .692 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 74 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	รายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านราคา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.28	1.227	1.977	.141
	10,001-20,000 บาท	3.08	0.812		
	20,001 บาทขึ้นไป	3.52	0.626		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 74 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านราคา ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .141 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านราคา ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 75 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	รายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.08	0.642	0.203	.816
	10,001-20,000 บาท	3.03	0.708		
	20,001 บาทขึ้นไป	3.10	0.650		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 75 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .816 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 76 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	รายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านการส่งเสริมการขาย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	2.59	0.760	4.224	.016
	10,001-20,000 บาท	2.26	0.783		
	20,001 บาทขึ้นไป	2.54	0.850		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 76 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้าน

การส่งเสริมการขาย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่ารายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนในรายคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) ดังแสดงไว้ในตาราง 77

ตาราง 77 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

รายได้ที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
	$\bar{x}$	2.59	2.26	2.54
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	2.59		0.33* (.004)	0.05 (.723)
10,001-20,000 บาท	2.26	-0.33* (.004)		-0.27 (.101)
20,001 บาทขึ้นไป	2.54	-0.05 (.723)	0.27 (.101)	

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 77 ผลการทดสอบ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยการใช้วิธี Least Significant Different (LSD) พบว่า กลุ่มผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่าความแตกต่างเท่ากับ .004 หมายความว่า ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างจากผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน 10,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 78 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	รายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านกระบวนการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	2.80	0.719	0.789	.456
	10,001-20,000 บาท	2.69	0.724		
	20,001 บาทขึ้นไป	2.86	0.849		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 78 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านกระบวนการ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .456 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 79 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	รายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.72	0.958	2.715	.068
	10,001-20,000 บาท	3.93	0.999		
	20,001 บาทขึ้นไป	4.12	0.984		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 79 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .068 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 80 แสดงการทดสอบความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร

ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร	รายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านบุคลากร	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.37	0.752	1.902	.151
	10,001-20,000 บาท	3.20	0.820		
	20,001 บาทขึ้นไป	3.49	0.819		

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 80 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนของผู้เช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร ในการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .151 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านบุคลากร ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ได้แก่ ด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และด้านความสบาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ที่มีต่อการเข้าที่ดิน/อาคาร ซึ่งประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 7 สมมติฐาน ดังนี้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.1

ปัจจัยด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าที่ดิน/อาคาร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าที่ดิน/อาคาร

H_a : ปัจจัยด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าที่ดิน/อาคาร

ตาราง 81 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าที่ดิน/อาคาร

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณค่า		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	0.559*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านราคา	0.430*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.218*	0.001	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.194*	0.002	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านกระบวนการ	0.192*	0.002	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ตาราง 81 (ต่อ)

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณค่า		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.229*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านบุคลากร	0.371*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 81 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับกับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.559 แสดงว่า คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าคุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าที่ดิน/อาคารเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านราคาที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.430 แสดงว่า คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าคุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าที่ดิน/อาคารเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคาเพิ่มมากขึ้น

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.229 แสดงว่า คุณค่าที่ลูกค้าได้รับการเช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าคุณค่าที่ลูกค้าได้รับการเช่าที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าที่ดิน/อาคารเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านบุคลากรที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า คุณค่าที่ลูกค้าได้รับการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.371 แสดงว่า คุณค่าที่ลูกค้าได้รับการเช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากร ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าคุณค่าที่ลูกค้าได้รับการเช่าที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าที่ดิน/อาคารเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากรเพิ่มมากขึ้น

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.2

ปัจจัยด้านต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านต้นทุนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

H_a : ปัจจัยด้านต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ตาราง 82 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านต้นทุนกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านต้นทุน		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	-0.614*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
ด้านราคา	-0.503*	0.000*	มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

ตาราง 82 (ต่อ)

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านต้นทุน		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.169*	0.002	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางตรงกันข้าม
ด้านการส่งเสริมการขาย	-0.210*	0.001	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางตรงกันข้าม
ด้านกระบวนการ	-0.184*	0.004	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางตรงกันข้าม
ด้านลักษณะทางกายภาพ	-0.338*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางตรงกันข้าม
ด้านบุคลากร	-0.318*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางตรงกันข้าม

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 82 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านต้นทุนกับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันสามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ในด้านต้นทุนจากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ต้นทุนจากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.614 แสดงว่า ต้นทุนจากการเช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับค่อนข้างสูง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม นั่นคือ ถ้าผู้เช่ามีต้นทุนจากการเช่าที่ดิน/อาคารสูงขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์ลดลง

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านต้นทุนจากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านราคาที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านต้นทุนจากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ต้นทุนจากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.338 แสดงว่า ต้นทุนจากการเช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม นั่นคือ ถ้าผู้เช่ามีต้นทุนจากการเช่าที่ดิน/อาคารสูงขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพลดลง

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าน ด้านต้นทุนจากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านบุคลากรที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ต้นทุนจากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.318 แสดงว่า ต้นทุนจากการเช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากร ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม นั่นคือ ถ้าผู้เช่ามีต้นทุนจากการเช่าที่ดิน/อาคารสูงขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพลดลง

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.3

ปัจจัยด้านความสะดวกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H₀ : ปัจจัยด้านความสะดวกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

H_a : ปัจจัยด้านความสะดวกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ตาราง 83 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสะดวกกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านความสะดวก		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	0.096	0.134	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านราคา	0.161*	0.011	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.459*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.435*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านกระบวนการ	0.452*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.020	0.760	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านบุคลากร	0.304*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 83 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสะดวกกับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันสามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสะดวกในการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.134 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ความสะดวกในการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสะดวกในการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านราคาที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ความสะดวกในการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มี

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสะดวกในการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.760 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ความสะดวกในการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสะดวกในการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านบุคลากรที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ความสะดวกในการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.304 แสดงว่า ความสะดวกในการเช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากร ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าได้รับความสะดวกในการเช่าที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพเพิ่มมากขึ้น

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.4

ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

H_a : ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ตาราง 84 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสารกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการติดต่อสื่อสาร		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	0.179*	0.005	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านราคา	0.265*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.394*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.460*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านกระบวนการ	0.390*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.025	0.693	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านบุคลากร	0.366*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 84 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสารกับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า การติดต่อสื่อสาร เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.179 แสดงว่า การติดต่อสื่อสาร เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าการรถไฟแห่งประเทศไทย มีการ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขายที่มีต่อการเข้าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ด้านการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.460 แสดงว่า การติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าการรถไฟแห่งประเทศไทยมีการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเข้าที่ดิน/อาคารด้านการส่งเสริมการขายเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านกระบวนการที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า การติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.390 แสดงว่า การติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าการรถไฟแห่งประเทศไทยมีการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าย ด้านการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.693 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า การติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าย ด้านการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านบุคลากรที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า การติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.366 แสดงว่า การติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากร ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าการรถไฟแห่งประเทศไทยมีการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากรเพิ่มมากขึ้น

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.5

ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

H_a : ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ตาราง 85 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการดูแลเอาใจใส่		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	0.339*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านราคา	0.374*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.545*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.465*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านกระบวนการ	0.525*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.255*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านบุคลากร	0.550*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 85 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่กับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.6

ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการของผู้เช่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

H_a : ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ตาราง 86 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการของผู้เช่ากับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านความสำเร็จ ในการตอบสนองความต้องการของผู้เช่า		
	Pearson	Sig.	แปลผล
	Correlation	(2 – tailed)	
ด้านผลิตภัณฑ์	0.438*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านราคา	0.415*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.494*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.398*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านกระบวนการ	0.532*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.378*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน

ตาราง 86 (ต่อ)

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านความสำเร็จ ในการตอบสนองความต้องการของผู้เช่า		
	Pearson	Sig.	แปลผล
	Correlation	(2 – tailed)	
ด้านบุคลากร	0.426*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 86 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการกับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.438 แสดงว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าการรถไฟแห่งประเทศไทย สามารถตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านราคาที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.415 แสดงว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย

ประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าการรถไฟแห่งประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคาเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.494 แสดงว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าการรถไฟแห่งประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่าความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.398 แสดงว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำและความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านการส่งเสริมการขายเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เข้าถึงที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านกระบวนการที่มีต่อการเข้าถึงที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เข้าถึงที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.532 แสดงว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เข้าถึงที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ในระดับปานกลาง และ

ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าการรถไฟแห่งประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.378 แสดงว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าการรถไฟแห่งประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.426 แสดงว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าการรถไฟแห่งประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการด้านการให้เช่าที่ดิน/อาคารมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากรในการให้บริการเพิ่มมากขึ้น

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.7

ปัจจัยด้านความสบายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านความสบายไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

H_a : ปัจจัยด้านความสบายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ตาราง 87 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสบายกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านความสบาย		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	0.349*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านราคา	0.240*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.344*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.270*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านกระบวนการ	0.119	0.062	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.614*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านบุคลากร	0.441*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 87 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสบายในการเช่าที่ดิน/อาคาร กับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ความสบายในการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.349 แสดงว่า ความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับค่อนข้างต่ำ

และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้ใช้ที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ได้รับความสบายจากการเช่ามากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านราคาที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารพบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.240 แสดงว่า ความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ได้รับความสบายจากการเช่ามากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคาเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.344 แสดงว่า ความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยได้รับความสบายจากการเช่ามากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.270 แสดงว่า ความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ได้รับความสบายจากการเช่ามากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านการส่งเสริมการขายเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านกระบวนการที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.062 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.614 แสดงว่า ความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับค่อนข้างสูง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ได้รับความสบายจากการเช่ามากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า ความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.441 แสดงว่า ความสบายที่ได้จากการเช่าที่ดิน/อาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ได้รับความสบายจากการเช่ามากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากรในการให้บริการเพิ่มมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ซึ่งประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 4 สมมติฐาน ดังนี้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.1

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

H_a : ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ตาราง 88 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	0.463*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านราคา	0.408*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.356*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.201*	0.002	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านกระบวนการ	0.213*	0.001	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ตาราง 88 (ต่อ)

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.445*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านบุคลากร	0.412*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 88 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ กับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.463 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ กับความพึงพอใจด้านราคาที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.408 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคาเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐาน

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.412 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าเพิ่มมากขึ้น

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.2

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

H_a : ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ตาราง 89 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	0.262*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านราคา	0.296*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.312*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ตาราง 89 (ต่อ)

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.336*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านกระบวนการ	0.436*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.017	0.789	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านบุคลากร	0.348*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 89 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล กับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.262 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล กับความพึงพอใจด้านราคาที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.296 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคาเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.312 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.336 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านการส่งเสริมการขายเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล กับความพึงพอใจด้านกระบวนการที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.436 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.789 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.348 แสดงว่าแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าเพิ่มมากขึ้น

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.3

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

H_a : ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ตาราง 90 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	0.324*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านราคา	0.309*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.437*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.495*	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ตาราง 90 (ต่อ)

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านกระบวนการ	0.378*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.074	0.247	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านบุคลากร	0.341*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 90 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์กับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.324 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ กับความพึงพอใจด้านราคาที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.309 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคาเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก

(Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.437 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.495 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านการส่งเสริมการขายเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ กับความพึงพอใจด้านกระบวนการที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.378 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.247 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.341 แสดงว่าแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร ในระดับค่อนข้างต่ำ

และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าเพิ่มมากขึ้น

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.4

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

H_a : ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ตาราง 91 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ความพึงพอใจโดยรวม	ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์		
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	0.698*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านราคา	0.522*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.268*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.111	0.082	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านกระบวนการ	0.190*	0.003	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.490*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านบุคลากร	0.461*	0.000	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน

จากตาราง 91 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์กับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.698 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ ในระดับค่อนข้างสูง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ กับความพึงพอใจด้านราคาที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.522 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคาเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.268 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขายที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.082 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (Ha) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ กับความพึงพอใจด้านกระบวนการที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.190 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.490 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.461 แสดงว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคาร ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มากขึ้น จะทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากรในการให้บริการเช่าเพิ่มมากขึ้น

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางด้านส่วนบุคคลของผู้เช่าที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

ตาราง 92 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยทางด้านส่วนบุคคลของผู้เช่าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ปัจจัยด้านส่วนบุคคลของผู้เช่า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ คู่สัญญาเช่า ลักษณะการเช่า ลักษณะการใช้ประโยชน์ ระยะเวลาในการเช่า และรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่า ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน	
1.1 ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน	
1.1.1 ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.1.2 ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.1.3 ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.1.4 ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.1.5 ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.1.6 ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.1.7 ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 92 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.3.5 ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3.6 ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3.7 ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4 ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน	
1.4.1 ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4.2 ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4.3 ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4.4 ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4.5 ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4.6 ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4.7 ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5 คู่สัญญาเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน	
1.5.1 ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 92 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.5.2 ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5.3 ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5.4 ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5.5 ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5.6 ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5.7 ผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6 ลักษณะการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน	
1.6.1 ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6.2 ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6.3 ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6.4 ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6.5 ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 92 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.6.6 ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6.7 ผู้เช่าที่มีลักษณะการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.7 ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน	
1.7.1 ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.7.2 ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.7.3 ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.7.4 ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.7.5 ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.7.6 ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.7.7 ผู้เช่าที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.8 ระยะเวลาในการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน	
1.8.1 ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 92 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.8.2 ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.8.3 ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.8.4 ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.8.5 ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.8.6 ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.8.7 ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.9 ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน	
1.9.1 ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.9.2 ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.9.3 ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.9.4 ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 92 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.9.5 ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.9.6 ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.9.7 ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากรแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 2 บัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย

ตาราง 93 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
2. บัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ในด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสำเร็จในการตอบสนอง และด้านความสบาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย	
2.1 บัณฑิตด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย	
2.1.1 บัณฑิตด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.1.2 บัณฑิตด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 93 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
2.1.3 ปัจจัยด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.1.4 ปัจจัยด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านส่งเสริมการขาย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.1.5 ปัจจัยด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.1.6 ปัจจัยด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.1.7 ปัจจัยด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2 ปัจจัยด้านต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย	
2.2.1 ปัจจัยด้านต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2.2 ปัจจัยด้านต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2.3 ปัจจัยด้านต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2.4 ปัจจัยด้านต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านส่งเสริมการขาย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2.5 ปัจจัยด้านต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2.6 ปัจจัยด้านต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2.7 ปัจจัยด้านต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 93 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
2.4.6 ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.4.7 ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5 ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย	
2.5.1 ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5.2 ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5.3 ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5.4 ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านส่งเสริมการขาย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5.5 ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5.6 ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5.7 ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6 ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย	
2.6.1 ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6.2 ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 93 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
2.6.3 ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6.4 ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านส่งเสริมการขาย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6.5 ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6.6 ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6.7 ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.7 ปัจจัยด้านความสบายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย	
2.7.1 ปัจจัยด้านความสบายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.7.2 ปัจจัยด้านความสบายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.7.3 ปัจจัยด้านความสบายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.7.4 ปัจจัยด้านความสบายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านส่งเสริมการขาย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.7.5 ปัจจัยด้านความสบายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.7.6 ปัจจัยด้านความสบายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 93 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
2.7.7 ปัจจัยด้านความสบายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร	สอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย

ตาราง 94 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย	
3.1 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย	
3.1.1 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.1.2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.1.3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.1.4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านส่งเสริมการขาย	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 94 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3.1.5 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.1.6 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.1.7 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย	
3.2.1 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2.2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2.3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2.4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านส่งเสริมการขาย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2.5 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2.6 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2.7 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 94 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3.3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย	
3.3.1 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.3.2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.3.3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.3.4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านส่งเสริมการขาย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.3.5 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.3.6 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.3.7 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย	
3.4.1 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.4.2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านราคา	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.4.3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 94 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3.4.4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านส่งเสริมการขาย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.4.5 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านกระบวนการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.4.6 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านลักษณะทางกายภาพ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.4.7 ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารด้านบุคลากร	สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา โดยศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนบุคคลของผู้เช่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า และปัจจัยด้านแรงจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อนำผลการศึกษาไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และเชิงปฏิบัติ ในการปรับปรุงรูปแบบและวิธีการให้บริการด้านการจัดให้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา และในเขตจังหวัดอื่น ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ต่อไป

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า สำหรับการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เกิดจากแรงจูงใจผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
5. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
6. เพื่อนำผลการศึกษาไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติเพื่อปรับปรุงปรับปรุงรูปแบบและวิธีการในการให้บริการด้านการจัดให้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาเสนอแนะต่อการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย เพื่อใช้พิจารณาการปรับปรุงรูปแบบและวิธีการในการจัดให้เช่าที่ดิน/อาคาร ในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ ต่อไป

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. ปัจจัยทางด้านส่วนบุคคลของผู้เช่าประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ คู่สัญญาเช่า ลักษณะการเช่า ลักษณะการใช้ประโยชน์ ระยะเวลาในการเช่า และรายได้ที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน
2. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าประกอบด้วย คุณค่าที่ได้รับ ต้นทุน ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การดูแลเอาใจใส่ ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และความสบาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
3. ปัจจัยทางด้านแรงจูงใจประกอบด้วย แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยในเขตจังหวัดนครราชสีมา เฉพาะสถานีที่มีคู่สัญญาเช่าทั้งฝ่ายบริหารทรัพย์สิน และกองจัดการเดินรถเขต ซึ่งมีอยู่เพียง 20 สถานี โดยคิดเป็นจำนวนผู้เช่ารวมทั้งสิ้น 731 ราย (สัญญา) ประกอบไปด้วย ผู้เช่าที่สถานีปากช่อง จำนวน 79 ราย (สัญญา) สถานีคลองไผ่ จำนวน 10 ราย (สัญญา) สถานีสีคิ้ว จำนวน 74 ราย (สัญญา) สถานีสูงเนิน จำนวน 48 ราย (สัญญา) สถานีกุดจิก จำนวน 8 ราย (สัญญา) สถานีโคกกรวด จำนวน 6 ราย (สัญญา) สถานีภูเขาลาด จำนวน 16 ราย (สัญญา) สถานีนครราชสีมา จำนวน 64 ราย (สัญญา) สถานีชุมทางถนนจิระ จำนวน 33 ราย (สัญญา) สถานีบ้านเกาะ จำนวน 20 ราย (สัญญา) สถานีหนองแมว จำนวน 15 ราย (สัญญา) สถานีโนนสูง จำนวน 22 ราย (สัญญา) สถานีพลสงคราม จำนวน 20 ราย (สัญญา) สถานีเมืองคง จำนวน 18 ราย (สัญญา) สถานีชุมทางบัวใหญ่ จำนวน 170 ราย

(สัญญา) สถานีพะเนา จำนวน 10 ราย (สัญญา) สถานีท่าช้าง จำนวน 13 ราย (สัญญา) สถานีจักราช จำนวน 31 ราย (สัญญา) สถานีหินโคน จำนวน 19 ราย (สัญญา) และสถานีห้วยแถลง จำนวน 55 ราย (สัญญา)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้เข้าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งได้จากข้อมูลผู้เข้าที่ดิน/อาคารจำนวน 731 ราย (สัญญา) ผู้วิจัยจึงทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการศึกษาค้นคว้านี้ กำหนดขึ้นตามสูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1975 : 725) ในการประมาณค่าความเชื่อมั่นที่ 95% จึงได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 259 ราย (สัญญา) โดยแบ่งขั้นตอนการสุ่มออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าที่ดินและอาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ขั้นตอนที่ 2 ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบแบ่งชั้น (Proportional Stratified Random Samples) โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของผู้เข้าที่ดินและอาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเฉพาะสถานีที่มีคู่สัญญาเข้าทั้งฝ่ายบริหารทรัพย์สินและกองจัดการเดินรถเขต รวม 20 สถานี ได้จำนวนผู้เข้าที่ดินและอาคารทั้งหมดที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 259 ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็น Non-Probability โดยสอบถามกับผู้เข้าในแต่ละสถานี ตอบแบบสอบถามและรวบรวมจนครบจำนวนสถานีที่มีคู่สัญญาเข้าทั้งฝ่ายบริหารทรัพย์สินและกองจัดการเดินรถเขต จำนวน 20 สถานี รวม 259 ชุด

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเองโดยออกแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้จากการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เอกสารของทางราชการ เอกสารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ระเบียบข้อบังคับ รวมทั้งการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาประยุกต์ใช้เป็นลักษณะและข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยได้จัดลำดับแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามสำหรับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ คู่สัญญาเช่า ลักษณะการเช่า ลักษณะการใช้ประโยชน์ ระยะเวลาในการเช่า และรายได้ที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน เป็นคำถามแบบให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อใดข้อหนึ่ง (Multiple Choice Questions) รวมจำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ด้านคุณค่าที่ได้รับ จำนวน 2 ข้อ ด้านต้นทุน จำนวน 2 ข้อ ด้านความสะดวก จำนวน 2 ข้อ ด้านการติดต่อสื่อสาร จำนวน 2 ข้อ ด้านการดูแลเอาใจใส่ จำนวน 2 ข้อ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ จำนวน 2 ข้อ และด้านความสบาย จำนวน 2 ข้อ รวมทั้งสิ้นจำนวน 14 ข้อ ใช้ทดสอบระดับความคิดเห็น เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 ข้อ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล จำนวน 6 ข้อ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ จำนวน 3 ข้อ และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ จำนวน 4 ข้อ รวมทั้งสิ้นจำนวน 17 ข้อ ใช้ทดสอบระดับความคิดเห็น เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 ข้อ ด้านราคา จำนวน 5 ข้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 4 ข้อ ด้านการส่งเสริมการขาย จำนวน 4 ข้อ ด้านกระบวนการในการให้เช่า จำนวน 4 ข้อ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวน 4 ข้อ และด้านบุคลากร จำนวน 5 ข้อ รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 ข้อ ใช้ทดสอบระดับความพึงพอใจ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้เช่าที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา เป็นคำถามปลายเปิด (Open-end question) จำนวน 1 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา แหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมได้จากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

1.1 หนังสือ ตำรา บทความ วารสาร เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อใช้ประกอบการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ในครั้งนี้ และเพื่อใช้อ้างอิง (Reference) ในการเขียนงานวิจัย (Research Report)

1.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา เฉพาะสถานที่ที่มีคู่สัญญาเช่าทั้งฝ่ายบริหารทรัพย์สิน และกองจัดการเดินรถเขต จำนวน 20 สถานี โดยใช้ข้อมูลผู้เช่าที่อายุสัญญาเช่ายังไม่สิ้นสุด และข้อมูลผู้เช่าที่อายุสัญญาเช่าสิ้นสุดแล้วแต่ยังคงชำระค่าเช่าให้กับการรถไฟแห่งประเทศไทย ณ เดือนธันวาคม 2547 จากฝ่ายการเงินและการบัญชี การรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาวิจัย

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยได้กำหนดการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ผลจากแบบสอบถาม ซึ่งได้กำหนดวันและเวลาในการเก็บไว้ดังนี้ คือ

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจะทำการเก็บระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2548 จนถึงวันที่ 30 เมษายน 2548

2.2 ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามด้วยตัวเองที่สถานีรถไฟ ที่ตั้งในเขตจังหวัดนครราชสีมา เฉพาะสถานที่ที่มีคู่สัญญาเช่าทั้งฝ่ายบริหารทรัพย์สิน และกองจัดการเดินรถเขต (ฝ่ายการเดินรถ) จำนวน 20 สถานี

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้ออกแบบไว้มาทำการทดสอบ (Pretest) จำนวน 26 ชุด เพื่อหาข้อบกพร่องแล้วดำเนินการปรับปรุงแก้ไข พร้อมทำการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

2. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกไป

3. การลงรหัส (Coding) โดยนำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์

4. นำข้อมูลทีลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ใน การวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถามโดยใช้สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยทำการแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ตอนตามลำดับของแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ คู่สัญญาเช่าที่ทำการแทน ลักษณะการเช่า ลักษณะการใช้ประโยชน์ ระยะเวลาในการเช่า และรายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคารต่อเดือน วิเคราะห์โดยการแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านคุณค่าที่ได้รับ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และด้านความสบาย วิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ วิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น

ตอนที่ 4 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการในการให้เช่า ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร วิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน แบ่งออกเป็น 3 ข้อดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้เช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน โดยแบ่งได้ดังนี้

1. เพศ คู่สัญญาเช่า และลักษณะการเช่า ของผู้เช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (Independent sample) โดยใช้สถิติ t-Test

2. อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะการใช้ประโยชน์ ระยะเวลาในการเช่า และรายได้ที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน ของผู้เช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) F-Test

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าประกอบด้วย ด้านคุณค่าที่ได้รับ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการและด้านความสบาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร โดยใช้สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร โดยใช้สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา สรุปผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้เช่าที่ดิน/อาคารที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-40 ปี รองลงมาคือ 41-50 และมีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป ตามลำดับ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย รองลงมาคือตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ตามลำดับ มีอาชีพอิสระ/ประกอบธุรกิจส่วนตัว รองลงมาคือประกอบอาชีพอื่นๆ และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานบริษัทเอกชน ตามลำดับ มีกองจัดการเดินรถเขต และฝ่ายบริหารทรัพย์สิน เป็นคู่สัญญาที่ทำการแทนการรถไฟแห่งประเทศไทย มีลักษณะการเช่าเป็นเช่าที่ดินและเช่าอาคาร มีลักษณะการใช้ประโยชน์จากพื้นที่เพื่อประกอบการพาณิชย์หรืออื่นๆ รองลงมาคือ เพื่อทำการเกษตรกรรม และที่อยู่อาศัย มีระยะเวลาในการเช่ามากกว่า 10 ปีขึ้นไป รองลงมาคือ มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี และมีระยะเวลาในการเช่าไม่เกิน 1 ปี ตามลำดับ มีรายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคารต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รองลงมาคือ 10,001-20,000 บาท และตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า

ด้านคุณค่าที่ได้รับ

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในด้านคุณค่าที่ได้รับ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าที่ดิน/อาคารมีประโยชน์เหมาะสมตรงกับความต้องใช้งาน และมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าเช่าหรือค่าธรรมเนียมที่ต้องจ่าย

ด้านต้นทุน

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในด้านต้นทุน โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าจำนวนเงินค่าเช่า/ค่าธรรมเนียมที่จ่ายออกไปคุ้มค่ากับการบริการที่ได้รับ อีกทั้งการเช่าที่ดิน/อาคารยังช่วยทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและการเดินทางได้อีกทางหนึ่ง

ด้านความสะดวก

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในด้านการสะดวก โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าขั้นตอนในการติดต่อขอเช่ามีความล่าช้ามาก อีกทั้งการติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารที่เช่าก็ไม่ได้รับความสะดวก

ด้านการติดต่อสื่อสาร

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในด้านการติดต่อสื่อสาร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่า การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยไม่มีประโยชน์ต่อผู้เช่า อีกทั้งขั้นตอนการรับความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนจากผู้เช่าก็ไม่มีความสะดวกเหมาะสม

ด้านการดูแลเอาใจใส่

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเฉยๆ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีอัธยาศัยดี สุภาพ และเต็มใจบริการ ส่วนด้านความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการจากเจ้าหน้าที่นั้น ผู้เช่ามีความรู้สึกเฉยๆ

ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในด้านการสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเฉยๆ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าที่ดิน/อาคารที่เช่าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เช่าได้อย่างสมบูรณ์ แต่มีความรู้สึกเฉยๆ ในเรื่องการให้บริการในด้านการติดต่อขอเช่า การอนุมัติให้เช่า การชำระเงินค่าเช่า และการต่อสัญญาเช่า

ด้านความสบาย

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในด้านการสบาย โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าที่ดิน/อาคารที่เช่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบอย่างครบครัน ไม่ว่าจะเป็นไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และรถประจำทาง ส่วนสถานที่ในการติดต่อขอเช่าไม่ว่าจะเป็นอาคาร คอนโดมิเนียม บริการ ทางเดิน และป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ ผู้เช่าจะมีความรู้สึกเฉยๆ ในเรื่องดังกล่าว

3 . การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านแรงจูงใจ

ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าที่ดิน/อาคารที่เช่าจากการรถไฟแห่งประเทศไทยตั้งอยู่ในแหล่งที่ไม่สามารถหาเช่าหรือซื้อได้จากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนรายอื่นได้ อีกทั้งประโยชน์ใช้สอยและจำนวนพื้นที่ที่เช่าก็ตรงกับความต้องการ ส่วนในเรื่องความพร้อมของพื้นที่ที่ผู้เช่าสามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ได้ทันที โดยไม่ต้องปรับพื้นที่นั้น ผู้เช่ามีความรู้สึกเฉยๆ

ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเฉยๆ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าการเช่าที่ดิน/อาคารใช้เงินลงทุนน้อยกว่าการซื้อทำให้มองเห็นผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าการนำเงินไปหาประโยชน์ในด้านอื่น ส่วนในเรื่องการนำสิทธิจากการเช่าไปใช้เป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อจากธนาคาร และสามารถโอนสิทธิการเช่าให้กับบุคคลอื่นได้ โดยไม่ต้องมีการจัดทำสัญญาการเช่าฉบับใหม่ อีกทั้งมีการระบุระยะเวลาในการเช่า พร้อมด้วยสิทธิต่างๆ ที่ผู้เช่าจะได้รับไว้ในเงื่อนไขสัญญาอย่างชัดเจน ตลอดจนมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารที่เปิดให้เช่าอย่างครบถ้วนนั้น ผู้เช่ามีความรู้สึกเฉยๆ ในเรื่องดังกล่าว

ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเฉยๆ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเข้ามาเช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทยโดยได้รับการแนะนำหรือชักจูงจากญาติพี่น้องหรือคนรู้จักให้เข้ามาเช่า อีกทั้งต้องการอุดหนุนหน่วยงานของรัฐ เพื่อจะได้นำเงินรายได้กลับมาพัฒนาประเทศ แต่ไม่เห็นด้วยในเรื่องที่เข้ามาเช่าตามคู่แข่งที่ประกอบอาชีพ หรือธุรกิจในลักษณะเดียวกัน

ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความคิดเห็นในด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าเงื่อนไขในสัญญาเช่ามีการกำหนดราคาและการปรับขึ้นราคาค่าเช่าไว้อย่างชัดเจน และเจ้าของที่ดิน/อาคารที่เปิดให้เช่าก็เป็นหน่วยงานของรัฐ (การรถไฟแห่งประเทศไทย) อีกทั้งการเช่าจะได้รับผลประโยชน์อย่างต่อเนื่อง เพราะต้นทุนในการลงทุนต่ำกว่าเอกชน

4 . การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าที่ดิน/อาคารที่เช่ามีความปลอดภัยจากปัญหาที่เกิดจากพื้นที่เช่า เช่น ผู้เช่าเดิมที่สัญญาเช่าสิ้นสุดลง แต่ยังคงใช้ประโยชน์ในพื้นที่ หรือผู้บุกรุก อีกทั้งมีความหลากหลายของสถานที่ตั้ง และขนาดที่ดิน/อาคาร ส่วนในเรื่องความเป็นธรรมของรูปแบบสัญญาเช่านั้น ผู้เช่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านราคา

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจในด้านราคา โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าอัตราค่าเช่ามีความเหมาะสมกับผลประโยชน์ในการใช้สอย และมีหลายระดับราคาให้เลือกตามขนาดของที่ดิน/อาคารเปิดให้เช่า ส่วนในเรื่องความเหมาะสมของจำนวนเงินค่าประกัน หรือค้ำมัดจำ หรือค่าธรรมเนียมในการต่อสัญญาเช่า และความเหมาะสมของการปรับขึ้นค่าเช่าตามเงื่อนไขสัญญา ตลอดจนความเหมาะสมของอัตราค่าธรรมเนียมในการจัดประโยชน์นั้น ผู้เช่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าการเช่าที่ดิน/อาคารมีความสะดวกในเรื่องสถานที่ในการชำระเงินค่าเช่า ส่วนในเรื่องความสะดวกในเรื่องสถานที่ลงนามสัญญาเช่า ผู้เช่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจในระดับน้อย ในเรื่องการชำระเงินค่าเช่าสามารถชำระได้หลายวิธี และความสะดวกในเรื่องสถานที่ติดต่อขอเช่า

ด้านการส่งเสริมการขาย

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขาย โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าการรถไฟแห่งประเทศไทยมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเปิดให้เช่า ไม่ว่าจะเป็นการติดป้ายโฆษณา ณ สถานที่ที่มีการเปิดให้เช่า หรือติดประกาศตามหน่วยงานราชการหรือสถานีรถไฟในเขตพื้นที่ที่เปิดให้เช่าน้อย แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ในเรื่องการเข้ามาเช่าที่ดิน/อาคารตามคำบอกเล่าจากพนักงานหรือคนรู้จัก

ด้านกระบวนการในการเช่า

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจในด้านการกระบวนการในการให้เช่า โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าระยะเวลาของแต่ละขั้นตอนเพื่อขออนุมัติมี

ความล่าช้า อีกทั้งมีความสลับซับซ้อนของขั้นตอนและกฎระเบียบในการเช่า ตลอดจนกระบวนการในการเปิดให้เช่าที่ดิน/อาคารมีความโปร่งใสน้อย ส่วนในเรื่องการระบุขั้นตอนในการให้บริการเช่าอย่างชัดเจนนั้น ผู้เช่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าทางเข้าออกของที่ดิน/อาคาร และการเดินทางสัญจรมีความสะดวก อีกทั้งแหล่งทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ติดต่อธุรกิจหรือที่ทำงาน ตลอดจนที่ดิน/อาคารที่เช่ามีระบบสาธารณูปโภค เช่น ประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ เข้าถึง

ด้านบุคลากรในการให้บริการ

ผู้เช่าที่ดิน/อาคารมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรในการให้บริการเช่า โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าเจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กิริยาท่าทาง และมีความเป็นกันเอง อีกทั้งมีความสุภาพอ่อนน้อม พุดจาโยกเยกแจ่มใส ส่วนในเรื่องความรู้ ความสามารถ ความตรงไปตรงมาในการปฏิบัติต่อผู้เช่า และความทั่วถึงในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ผู้เช่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เช่า ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ คู่สัญญาเช่า ลักษณะการเช่า ลักษณะการใช้ประโยชน์ ระยะเวลาในการเช่า และรายได้ที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า

1. เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกันในด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย

2. ต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. การติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. การดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7. ความสบายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้าน
ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทาง

กายภาพ และด้านบุคลการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลการ ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า

1. แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการส่งเสริมการขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เช่า พบว่า

กลุ่มผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-40 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีอาชีพอิสระ/ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีกองจัดการเดินรถเขตเป็นคู่สัญญาเช่าที่ทำการแทนการรถไฟแห่งประเทศไทย มีลักษณะการเช่าเป็นเช่าที่ดิน มีลักษณะการใช้ประโยชน์จากพื้นที่เพื่อประกอบการพาณิชย์หรืออื่นๆ มีระยะเวลาในการเช่ามากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีรายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคารต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ จุมพล ขุรักษ์ชิต (2539 : 52) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดินต่อการให้บริการของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย พบว่า ผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และมีอายุอยู่ระหว่าง 35-44 ปี และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ อรุณี พวงศรี (2547 : 59) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้เช่าส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท นอกจากนี้ยังเป็นไปในทิศทางเดียวกับ ลลิตภัทร์ วาณิชยเสริมกุล (2545 : 79) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ที่มีต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ พบว่า ผู้เช่าส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจขายเสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องหนัง รองเท้า และมีระยะเวลาในการเช่ามากกว่า 3 ปี

2. การศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า พบว่า

คุณค่าที่ได้รับ

คุณค่าที่ได้รับ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย กล่าวคือ ผู้เช่าเห็นว่าที่ดิน/อาคารมีประโยชน์เหมาะสมตรงกับความต้องการใช้งาน และมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าเช่าหรือค่าธรรมเนียมที่ต้องจ่าย สอดคล้องกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 63-83 อ้างอิงถึง ชูเดช และคณะ. 2546) กล่าวว่า คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) ลูกค้าจะเลือกใช้บริการอะไรหรือกับใคร สิ่งที่ลูกค้าใช้พิจารณาเป็นหลักคือ คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้นธุรกิจจะต้องเสนอแต่บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง

ต้นทุน

ต้นทุน โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย กล่าวคือ ผู้เช่าเห็นว่าจำนวนเงินค่าเช่า/ค่าธรรมเนียมที่จ่ายออกไปคุ้มค่ากับการบริการที่ได้รับ อีกทั้งการเช่าที่ดิน/อาคารยังช่วยให้ลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและการเดินทาง สอดคล้องกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 63-83 อ้างอิงถึง ชูเดชและคณะ. 2546) กล่าวว่า ต้นทุนหรือเงินที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับบริการนั้น ต้องคุ้มค่ากับการที่จะได้รับ หากลูกค้ายินดีจ่ายในราคาสูง แสดงว่าความคาดหวังในบริการนั้นย่อมสูงด้วย ดังนั้น ในการตั้งราคาค่าบริการธุรกิจจะต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายให้ได้ เพื่อนำราคานั้นไปใช้ในการลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ทำให้สามารถเสนอบริการในราคาที่ถูกค้ายอมรับได้

ความสะดวก

ความสะดวก โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย กล่าวคือ ผู้เช่าเห็นว่าขั้นตอนในการติดต่อขอเช่ามีความล่าช้ามาก อีกทั้งการติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารที่เช่าก็ไม่ได้รับความสะดวก ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 63-83 อ้างอิงถึง ชูเดชและคณะ. 2546) กล่าวว่า ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลและการไปใช้บริการ หากลูกค้าไปติดต่อใช้บริการได้ไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้านหรือที่ทำงานลูกค้า

การติดต่อสื่อสาร

การติดต่อสื่อสาร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย กล่าวคือ ผู้เช่าเห็นว่า การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยไม่มีประโยชน์ต่อผู้เช่า และขั้นตอนการรับความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนจากผู้เช่าก็ไม่มี ความเหมาะสม ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 63-83 อ้างอิงถึง ชูเดชและคณะ. 2546) กล่าวว่า ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากธุรกิจ ในขณะเดียวกันลูกค้าก็ต้องการติดต่อธุรกิจเพื่อให้ข้อมูล ความเห็น หรือข้อร้องเรียน ธุรกิจจะต้องจัดหาสื่อที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมายเพื่อการให้และการรับข้อมูลความเห็นจากลูกค้า ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากการสื่อสารล้มเหลว

การดูแลเอาใจใส่

การดูแลเอาใจใส่ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเฉยๆ กล่าวคือ ผู้เช่าจะรู้สึกเฉยๆ กับการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นด้านความรวดเร็ว ถูกต้อง ความมีอัธยาศัยดี สุภาพ และเต็มใจบริการ แสดงให้เห็นว่าผู้เช่ายังไม่มีความประทับใจในด้านการดูแลเอาใจใส่จากเจ้าหน้าที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทยเท่าที่ควร ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 63-83

อ้างอิงถึง ชูเดชและคณะ, 2546) กล่าวว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่ว่าจะเป็นบริการที่จำเป็นหรือบริการที่ฟุ่มเฟือย เช่น ด้านความงามลูกค้าต้องการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ ตั้งแต่เริ่มก้าวเท้าแรกเข้ามาจนถึงก้าวออกจากร้านนั้น ไม่ว่าจะเป็นครั้งแรกหรือครั้งใดของการใช้บริการ หรือไม่ว่าจะเป็นพนักงานผู้ใดที่ให้บริการก็ตาม

ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ

ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเฉยๆ กล่าวคือ ผู้เข้าจะรู้สึกเฉยๆ กับที่ดิน/อาคารที่เชื่อว่าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เช่าได้อย่างสมบูรณ์ รวมถึงเรื่องการติดต่อขอเช่า การอนุมัติให้เช่า การชำระเงินค่าเช่า และการต่อสัญญาเช่า แสดงให้เห็นว่าผู้เช่ายังไม่มีความรู้สึกว่าที่ดิน/อาคารที่เช่าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เช่าได้ตรงกับวัตถุประสงค์ในการเช่าเท่าที่ควร ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 63-83 อ้างอิงถึง ชูเดชและคณะ. 2546) กล่าวว่า ลูกค้ำมุ่งหวังให้ได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น การเข้ารับรักษาอาการป่วย ไม่ว่าในโรงพยาบาลใดอาการป่วยจะต้องหาย เป็นต้นในแต่ละธุรกิจบริการแม้ขั้นตอนการให้บริการจะมีความซับซ้อนเพียงใด ต้องจ้างพนักงานจำนวนมากมายเพียงใด ลูกค้าไม่มีส่วนมารับรู้ รู้อย่างเดียวว่ากระบวนการให้บริการต้องตอบสนองความต้องการอย่างครบถ้วน ไม่ขาดตกบกพร่อง

ความสํบาย

ความสบาย โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย กล่าวคือ ผู้เข้าเห็นว่าที่ดิน/อาคารที่เช่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบอย่างครบครันไม่ว่าจะเป็นไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และรถประจำทาง สอดคล้องกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 63-83 อ้างอิงถึง ชูเดชและคณะ. 2546) กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นอาคาร เคาน์เตอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จะต้องสร้างความสบายตาและความสบายใจให้ลูกค้า โดยเฉพาะหากลูกค้ามาใช้บริการประเภทหรรษาฟุ่มเฟือย สิ่งเหล่านั้นจะต้องทำให้ความทุกข์ใจและความไม่สบายกายได้บรรเทาเบาบางลง เช่น การนั่งฟังเพลงในร้านอาหาร ทุกสิ่งในร้านอาหารต้องสร้างความสบายให้ลูกค้า

3. การศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านแรงจูงใจ พบว่า

แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์

แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย กล่าวคือ ผู้เข้าเห็นว่าที่ดิน/อาคารที่เช่าจากการรถไฟแห่งประเทศไทยตั้งอยู่ในแหล่งที่ไม่สามารถหาเช่าหรือซื้อได้จากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนรายอื่นได้ อีกทั้งประโยชน์ใช้สอยและจำนวนพื้นที่ที่ขอเช่าก็ตรงกับความต้องการ สอดคล้องกับ พิบูล ทีปะปาล (2545 : 156-159) กล่าวว่า แรงจูงใจที่เกิด

ขึ้นกับผู้บริโภคที่จะต้องซื้อสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่งมาเพื่อสนองความต้องการของตน ให้ได้รับความพอใจ เนื่องจากสินค้าและบริการที่นำมาสนองความต้องการนั้นมีมากมาย แต่เงินที่จะนำมาซื้อสินค้าเหล่านั้นมีจำกัด ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งตามกำลังอำนาจซื้อของเขา

แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล

แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเฉยๆ กล่าวคือ ผู้เช่าจะรู้สึกเฉยๆ กับที่ดิน/อาคารที่เช่าว่าสามารถนำสิทธิจากการเช่าไปใช้เป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อจากธนาคาร และสามารถโอนสิทธิการเช่าให้กับบุคคลอื่นได้ โดยไม่ต้องมีการจัดทำสัญญาการเช่าฉบับใหม่ มีการระบุระยะเวลาในการเช่า พร้อมด้วยสิทธิต่างๆ ที่ผู้เช่าจะได้รับไว้ในเงื่อนไขสัญญาอย่างชัดเจน และมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารที่เปิดให้เช่าอย่างครบถ้วน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พิบูล ที่ปะปาล (2545 : 156-159) กล่าวว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการใคร่ครวญพิจารณาของผู้เช่าอย่างมีเหตุผลก่อนว่าทำไมจึงซื้อสินค้าชนิดนั้น แรงกระตุ้นประเภทนี้ได้แก่ ความประหยัด (Economy) ประสิทธิภาพและสมรรถภาพในการใช้ (Efficiency and Capacity) ความเชื่อถือได้ (Dependability) ความทนทานถาวร (Durability) และความสะดวกในการใช้ (Convenience)

แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์

แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเฉยๆ กล่าวคือ ผู้เช่าจะรู้สึกเฉยๆ กับการเข้ามาเช่าที่ดิน/อาคารโดยได้รับการแนะนำหรือชักจูงจากญาติพี่น้องหรือคนรู้จักให้เข้ามาเช่า และต้องการอุดหนุนหน่วยงานของรัฐ เพื่อจะได้นำเงินรายได้กลับมาพัฒนาประเทศ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พิบูล ที่ปะปาล (2545 : 156-159) กล่าวว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ เกิดจากการเอาอย่างแข่งขันกัน (Emulation) เช่น เมื่อเห็นเพื่อนฝูงญาติมิตร หรือเพื่อนบ้านใกล้เคียงมีอะไรเด่น ตนเองก็พยายามไปชวนขายหาซื้อมาบ้างเพื่อไม่ให้ด้อยหน้าเขา เป็นต้น อีกทั้งต้องการสร้างจุดเด่นเป็นเอกเทศ (Individuality) ต้องการอนุโลมคล้ายตามผู้อื่น (Conformity) และเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากผู้ซื้อต้องการความสะดวกสบายในการทำงาน

แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์

แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย กล่าวคือ ผู้เช่าเห็นว่าเงื่อนไขในสัญญาเช่ามีการกำหนดราคาและการปรับขึ้นราคาค่าเช่าไว้อย่างชัดเจน และเจ้าของที่ดิน/อาคารที่เปิดให้เช่าก็เป็นหน่วยงานของรัฐ (การรถไฟแห่งประเทศไทย) อีกทั้งการเช่าจะได้รับผลประโยชน์อย่างต่อเนื่อง เพราะต้นทุนในการลงทุนต่ำกว่าเอกชน สอดคล้องกับ พิบูล ที่ปะปาล (2545 : 156-159) กล่าวว่า แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ (Patronage Buying Motives) เกิดจากการให้บริการดีเป็นที่พอใจ (Satisfactory Services) ราคาเยือกเยา

สมเหตุสมผล (Reasonable Prices) ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกในการที่จะไปซื้อ (Good Access to Location) มีสินค้าให้เลือกได้หลายอย่าง (Abundant of Assortments) ชื่อเสียงของร้าน (Goodwill or Image) ดีเป็นที่เชื่อถือได้ และมีความเคยชินเกี่ยวกับนิสัยการซื้อ (Buying Habits)

4. การศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า

ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ ผู้เช่าเห็นว่าที่ดิน/อาคารที่เช่ามีความปลอดภัยจากปัญหาที่เกิดจากพื้นที่เช่า เช่น ผู้เช่าเดิมที่สัญญาเช่าสิ้นสุดลง แต่ยังคงใช้ประโยชน์ในพื้นที่ หรือผู้บุกรุก สอดคล้องกับ อรุณี พวงศรี (2547 : 62) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้เช่าเลือกปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง กล่าวคือ ความต้องการทางด้านร่างกายและความมั่นคง เป็นความต้องการปกป้องคุ้มครอง ต้องการความมั่นคงของชีวิต โดยที่ดิน/อาคารที่ผู้เช่าเลือกเช่านั้นจะต้องมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งรวมทั้งปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับพื้นที่เช่า

ราคา

ราคามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ผู้เช่าเห็นว่าความเหมาะสมของจำนวนเงินค่าประกัน หรือค่ามัดจำ หรือค่าธรรมเนียมในการต่อสัญญาเช่า และความเหมาะสมของการปรับขึ้นค่าเช่าตามเงื่อนไขสัญญา ตลอดจนความเหมาะสมของอัตราค่าธรรมเนียมในการจัดประโยชน์นั้น ผู้เช่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนในเรื่องค่าเช่ามีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย และมีหลายระดับราคาให้เลือก ผู้เช่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ อรุณี พวงศรี (2547 : 62) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้เช่าเลือกปัจจัยทางด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่กล่าวว่าสิ่งที่ผู้เช่าจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มาซึ่งแสดงถึงมูลค่าในรูปของเงินตราและความสามารถในการตอบสนองความพึงพอใจของผู้เช่า ดังนั้นผู้เช่าจะเลือกเช่าที่อยู่อาศัยโดยเต็มใจที่จะจ่ายค่าเช่าที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้เช่า โดยพิจารณาจากอัตราค่าเช่าต่อเดือน ค่าเช่าล่วงหน้า วงเงินประกันที่ต้องจ่ายล่วงหน้า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เบอร์รี่ และฮอร์ตตัน (Berry and Horton. 1970 : 45) ที่กล่าวว่า ปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดการ

เลือกที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย ราคาหรือค่าเช่า ชนิด และที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ซึ่งรวมถึงสภาพแวดล้อมชุมชน และที่ตั้งของแหล่งงานเป็นต้น

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าเห็นว่าการเช่าที่ดิน/อาคาร มีความสะดวกในเรื่องสถานที่ในการชำระเงินค่าเช่า อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ จุมพล ขุขรักขิต (2539 : 104) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดินต่อการให้บริการของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย พบว่าผู้เช่ามีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการชำระเงินค่าเช่า และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เช่าจะมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องสถานที่และวิธีการติดต่อขอเช่า

การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย กล่าวคือ ผู้เช่าเห็นว่าการรถไฟแห่งประเทศไทยมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเปิดให้เช่า ไม่ว่าจะเป็นการติดป้ายโฆษณา ณ สถานที่ที่มีการเปิดให้เช่า หรือติดประกาศตามหน่วยงานราชการ หรือสถานีรถไฟในเขตพื้นที่ที่เปิดให้เช่าน้อย ซึ่งไม่สอดคล้องกับ อรุณี พวงศรี (2547 : 63) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้เช่าเลือกปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือ การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้เช่า และ ผู้เช่า มีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสารหรือชักจูงใจให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการเช่า โดยธุรกิจการเช่าในที่นี้จะใช้การส่งเสริมการตลาด 2 รูปแบบ ซึ่งประกอบด้วย (1) การโฆษณา เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล โดยผ่านสื่อต่างๆ (2) การส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจเช่าของผู้เช่า และประสิทธิภาพของผู้ให้เช่า เช่น การลดวงเงินประกันและการลดอัตราค่าเช่าที่ต้องจ่ายล่วงหน้าให้น้อยกว่าปกติ เป็นต้น

กระบวนการในการเช่า

กระบวนการในการเช่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย กล่าวคือ ผู้เช่าเห็นว่าระยะเวลาของแต่ละขั้นตอนเพื่อขออนุมัติมีความล่าช้า อีกทั้งความสลับซับซ้อนของขั้นตอนและกฎระเบียบในการเช่า ตลอดจนกระบวนการในการเปิดให้เช่าที่ดิน/อาคารมีความโปร่งใสน้อย ส่วนในเรื่องการระบุขั้นตอนในการให้บริการเช่าอย่างชัดเจนนั้น ผู้เช่ากับมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ จุมพล ขุขรักขิต (2539 : 104) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดินต่อการให้บริการของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย พบว่า ผู้เช่ามีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องการอนุมัติให้เช่า เกี่ยวกับจำนวนขั้นตอนและระยะเวลาในการให้บริการ

ลักษณะทางกายภาพ

ลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ ผู้เช่าเห็นว่าทางเข้าออกของที่ดิน/อาคาร และการเดินทางสัญจร มีความสะดวก อีกทั้งแหล่งทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ติดต่อธุรกิจหรือที่ทำงาน ตลอดจนที่ดิน/อาคารที่เช่ามีระบบสาธารณูปโภค เช่น ประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ เข้าถึง สอดคล้องกับ นฤมล จิตรเอื้อ (2547 : 119) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าในตำบลเมืองรังสิต พบว่า ผู้เช่าเลือกปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เช่าให้ความสำคัญในด้านความสะดวกในการเดินทางสัญจรมากที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ แนวคิดของนีดแฮม (Needham. 1977 : 133) กล่าวว่า เหตุผลในการรวมตัวของบริเวณที่พักอาศัยเกิดขึ้นจากความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) ผู้อยู่อาศัยต้องการเดินทางไปทำงาน ศึกษา จำหน่ายของ และติดต่อธุรกิจ ทำให้ย่านที่พักอาศัยจับกลุ่มอยู่ 2 บริเวณ คือ ข้างเส้นทางคมนาคม และกระจายอยู่รอบๆ ศูนย์กลางธุรกิจ ร้านค้า สถานที่ทำงาน และสถานศึกษา

บุคลากรในการให้บริการ

บุคลากรในการให้บริการเช่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ผู้เช่าเห็นว่าเจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถ ความตรงไปตรงมาในการปฏิบัติต่อผู้เช่า และความทั่วถึงในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ จุมพล ขุยรักขิต (2539 : 104) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดินต่อการให้บริการของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย พบว่า ผู้เช่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องความตรงไปตรงมาของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติต่อผู้เช่า และความทั่วถึงในการให้บริการ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เช่า ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ คู่สัญญาเช่า ลักษณะการเช่า ลักษณะการใช้ประโยชน์ ระยะเวลาในการเช่า และรายได้ที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า

เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งสอดคล้องกับ อรุณี พวงศรี (2547 : 60) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันให้

ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสภาพแวดล้อม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้เช่าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และยังสอดคล้องกับ นฤมล จิตรเอื้อ (2547 : 124) ได้ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าในตำบลเมืองรังสิต พบว่า ผู้เช่ามีระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยกว่าเพศชาย

อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับ อรุณี พวงศรี (2547 : 60) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร และยังไม่สอดคล้องกับ วันเพ็ญ อยู่เวียงไชย (2546 : 55) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอพักนำโชค อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผู้เช่าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการในด้าน สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ นฤมล จิตรเอื้อ (2547 : 124) ได้ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าในตำบลเมืองรังสิต พบว่า ผู้เช่ามีระดับความพึงพอใจในการเช่าโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ในด้านสภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก ราคา และกระบวนการให้บริการ

อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ อรุณี พวงศรี (2547 : 60) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้เช่าที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน

คู่สัญญาเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ คำสั่งการรทไฟแห่งประเทศไทยเรื่องระเบียบวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับที่ดิน โดยการกระจายอำนาจในการพิจารณาดำเนินการเกี่ยวกับการเช่า

ที่ดินไปยังส่วนภูมิภาค ซึ่งก็คือกองจัดการเดินรถเขตที่มีที่ทำการตั้งอยู่ ณ จังหวัดนครราชสีมา ทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการจัดทำสัญญาและลงนามอนุมัติให้เช่า ซึ่งต่างจากผู้เช่าที่มีคู่สัญญาเช่ากับฝ่ายบริหารทรัพย์สินที่มีที่ทำการตั้งอยู่ ณ กรุงเทพมหานคร ทำให้กระบวนการในการจัดทำสัญญาเช่าและลงนามอนุมัติให้เช่า จะต้องเดินทางจากส่วนภูมิกมาดำเนินการที่ส่วนกลาง(กรุงเทพมหานคร) ส่วนคู่สัญญาเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ และราคา ซึ่งสอดคล้องกับ ระเบียบวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับที่ดินรถไฟ พ.ศ. 2484 และระเบียบการรถไฟแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 129 ว่าด้วยการจัดประโยชน์ในทรัพย์สินของการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่กำหนดอัตราค่าเช่าที่ดิน/อาคาร และผลประโยชน์ตอบแทนที่การรถไฟแห่งประเทศไทยจะได้รับจากการให้เช่า โดยถือปฏิบัติเช่นเดียวกันทั่วประเทศ

ลักษณะการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ คำสั่งการรถไฟแห่งประเทศไทย เรื่องระเบียบวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับที่ดิน โดยการกระจายอำนาจให้กองจัดการเดินรถเขต ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ที่จังหวัดนครราชสีมา มีอำนาจจัดทำสัญญาและลงนามในสัญญาเช่าที่ดิน (เฉพาะการเช่าที่ดินที่ไม่มีสิ่งปลูกสร้าง) ทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการจัดทำสัญญาและอนุมัติให้เช่า ซึ่งต่างจากผู้เช่าที่เช่าอาคารที่มีฝ่ายบริหารทรัพย์สินเป็นคู่สัญญา และมีที่ทำการตั้งอยู่ ณ กรุงเทพมหานคร ทำให้การจัดทำสัญญาเช่าและอนุมัติให้เช่ามีความล่าช้ากว่าผู้เช่าที่มีกองจัดการเดินรถเขตเป็นคู่สัญญา ส่วนลักษณะการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ ระเบียบวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับที่ดินรถไฟ พ.ศ. 2484 และระเบียบการรถไฟแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 129 ว่าด้วยการจัดประโยชน์ในทรัพย์สินของการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่กำหนดอัตราค่าเช่า และผลประโยชน์ตอบแทนที่การรถไฟแห่งประเทศไทยจะได้รับจากการให้เช่าตามลักษณะการเช่าว่าเป็นการเช่าที่ดิน หรือเช่าอาคาร โดยระเบียบดังกล่าวจะถือปฏิบัติเช่นเดียวกันทั่วประเทศ

ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ลลิตภัทร์ วาณิชยธรรมกุล (2545 : 80) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ที่มีต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ พบว่า ผู้เช่าที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีความเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ในศูนย์การค้าโดยรวม ด้านทำเลที่ตั้งไม่แตกต่างกัน

ระยะเวลาในการเช่าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ นฤมล จิตรเอื้อ (2547 : 127) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจและ

ความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าในตำบลเมืองรังสิต พบว่า ผู้เช่ามีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านราคา และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ลลิตภัทร์ วาณิชยเสริมกุล (2545 : 82) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ที่มีต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ พบว่า ผู้เช่าที่มีระยะเวลาในการเช่าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารในด้านทำเลที่ตั้ง ไม่แตกต่างกัน

รายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารไม่แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ นฤมล จิตรเอื้อ (2547 : 120) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าในตำบลเมืองรังสิต พบว่า ผู้เช่ามีระดับความพึงพอใจ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากร และด้านราคา ไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้เช่าที่มีรายได้รวมที่ได้รับจากการเช่าต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกัน ในด้านการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับ อรุณี พวงศรี (2547 : 66) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้เช่าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านคุณค่าที่ได้รับ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และด้านความสบาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า

คุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 91) กล่าวว่า คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า เป็นการรับรู้ในรูปของตัวเงินทางด้านเศรษฐกิจ หน้าที่ และผลประโยชน์ทางด้านจิตวิทยาที่ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับจากตลาด หรือเป็นผลรวมของอรรถประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือบริการใดบริการหนึ่ง

คุณค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านบริการ ความแตกต่างด้านบุคลากร และความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ ความแตกต่างทั้ง 4 ด้านนี้ ก่อให้เกิดคุณค่าผลิตภัณฑ์ 4 ด้านเช่นกัน คือ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) คุณค่าด้านบุคลากร (Personal Value) และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) คุณค่าทั้ง 4 ประการ รวมเรียกว่า คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า

ต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 309) กล่าวว่า ต้นทุนรวมในสายตาของลูกค้า ก็คือเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อซื้อสินค้า ซึ่งถือว่าเป็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงินหรือราคา ผลิตภัณฑ์รวมของลูกค้าจึงประกอบด้วย (1) ราคาในรูปของตัวเงิน เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องจ่ายสำหรับซื้อผลิตภัณฑ์ (2) ต้นทุนด้านเวลา เป็นเวลาที่ลูกค้าต้องสูญเสียไปโดยดีค่าออกมาเป็นตัวเงิน (3) ต้นทุนด้านพลังงาน คือ พลังงานหรือความเหน็ดเหนื่อยหรือความลำบากตรากตรำที่ลูกค้าต้องเข้าไป โดยดีค่าออกมาเป็นตัวเงิน

ความสะดวกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ใน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ พรหมพงษ์ วงศ์นิชกังวาล (2547 : 86) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยอาคารชุด ศุภลย์พาร์คพลโยธิน พบว่า ความสะดวกสบายที่สมาชิกครอบครัวมีต่อการเข้าพักอาศัยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยอาคารชุดศุภลย์พาร์คพลโยธิน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ฉัตรยาพร เสมอใจ (2545 : 91-92) กล่าวว่า การจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจบริการ ด้วยลักษณะของการบริการ ที่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการยินดีที่จะทำกิจกรรมพร้อมกัน สำหรับธุรกิจบริการต้องพิจารณา 2 ประเด็น คือ (1) ท่าเลที่ตั้ง ซึ่งเป็นการติดต่อโดยตรงระหว่างผู้ขายหรือผู้ให้บริการ และต้องได้รับความสะดวกต่อการพบเห็นและการเดินทาง มีพื้นที่เพียงพอในการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ (2) การส่งมอบ จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการให้บริการ ที่เริ่มตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาในร้าน จนกระทั่งเสร็จกระบวนการและออกจากร้านไป

การติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 553) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์เป็น P ตัวแรกที่เกิดขึ้นก่อน จากนั้นธุรกิจจะกำหนดราคา (Place) ของสินค้านั้น และจัดจำหน่าย (Place) ผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด เมื่อผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดแล้วแต่ลูกค้ายังไม่ทราบข่าวสารว่ามีผลิตภัณฑ์อยู่ในร้าน ผลิตภัณฑ์ก็ยังไม่ขายได้ ดังนั้นธุรกิจจึงต้องมีการโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย (Promotion) โดยใช้พนักงานขายและกลยุทธ์การส่งเสริม

การตลาดอื่นๆ เพื่อติดต่อสื่อสารให้ลูกค้ารู้จักและเกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ จนเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด

การดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร สอดคล้องกับ จุมพล ขุ่ยรักขิต (2539 : 49) กล่าวว่า ความเอาใจใส่ในงานหน้าที่บริการของเจ้าหน้าที่ หมายถึง ความสนใจและตั้งใจในงานบริการ เช่น ความสนใจในเรื่องต่างๆ ของผู้เช่าที่ดิน ให้คำอธิบายเมื่อผู้เช่าไม่เข้าใจ หรือขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม ความฉับไวในการให้บริการนั้นๆ

ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ที่ว่าในเรื่องของความพยายามในการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ในที่อยู่อาศัย โดยความพึงพอใจในที่อยู่อาศัยจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้อยู่อาศัยรู้สึกว่าการอยู่อาศัยนั้น ตรงกับความต้องการหรือความปรารถนาของตน ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานต่ำสุด โดยที่ผู้อยู่อาศัยเป็นที่ปกป้องสภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น ความร้อน ความเย็น และความต้องการที่พักอาศัยและความมั่นคงปลอดภัย (Safety needs)

ความสบายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร สอดคล้องกับ จัตุรยาพร เสมอใจ (2545 : 91-92) กล่าวว่า การให้ความสะดวกสบาย เป็นบริการที่เกี่ยวข้องกับความสะดวกสบายและสร้างความรู้สึที่ดีกับลูกค้าสำหรับบางธุรกิจที่ลูกค้าต้องรอเข้ารับบริการ อาจมีบริการที่ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกดีขึ้นด้วยการจัดที่นั่งรอ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า

แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พร้อมพงษ์ วงศ์นิชกังวาล (2547 : 88) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยอาคารชุดศุภลัทธิพาร์คพหลโยธิน พบว่า รูปแบบการตกแต่งภายใน ขนาดพื้นที่ ราคาค่าใช้จ่าย ทำเลที่ตั้ง ระบบรักษาความปลอดภัย การให้บริการของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในระดับต่ำ

แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 : 75) กล่าวว่า สิ่งจูงใจด้านเหตุผล หมายถึง สิ่งจูงใจหรือจุดมุ่งหมายโดยถือเกณฑ์เศรษฐกิจ หรือใช้หลักเหตุผล เช่น ราคา ขนาด น้ำหนัก คุณภาพ การประหยัด เป็นต้น การตัดสินใจของผู้บริโภคตามทฤษฎีเศรษฐกิจ โดยสมมติว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่มีเหตุผลเมื่อเข้าพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ จะตัดสินใจเลือกสรรประโยชน์สูงสุดหรือความพึงพอใจสูงสุดเช่น ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์จากการส่งเสริมการตลาด ความมีเหตุผล หมายถึง การที่ผู้บริโภคเลือกจุดมุ่งหมายโดยถือเกณฑ์วัตถุประสงค์รวมเช่น คุณภาพ ขนาด น้ำหนัก ราคา เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ธงชัย สันติวงษ์ (2535:76) กล่าวว่า สิ่งจูงใจในการซื้อที่เป็นเหตุผล โดยทั่วไปมักจะมีการพิจารณาถึงหลักประหยัด ความมีประสิทธิภาพ ความน่าไว้วางใจ ความคงทนถาวร ความสะดวกในการใช้เหมาะสมกับรายได้และอื่นๆ

แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 : 76) กล่าวว่า แรงจูงใจด้านอารมณ์ หมายถึง การเลือกจุดมุ่งหมายตามหลักเกณฑ์ความรู้สึกส่วนตัว หรือดุลพินิจส่วนตัว เช่น ความต้องการเฉพาะบุคคล ความภาคภูมิใจ ความกลัว ความเป็นมิตร เป็นต้น แนวคิดนี้ถือว่าบุคคลคำนึงถึงอรรถประโยชน์ (ความพึงพอใจสูงสุด) เป็นสิ่งสมเหตุสมผลที่ผู้บริโภคในทัศนะของเขาต้องการเพื่อสนองความพอใจอันสูงสุด จากทฤษฎีนี้เป็นโมเดลที่สะท้อนถึงความเป็นอุดมคติมากเกินไปเพราะผู้บริโภคอาจซื้อโดยอาศัยความเข้าใจหรือตัดสินใจซื้อโดยอารมณ์ก็ได้ การเข้าถึงความพึงพอใจ การตอบสนองความพึงพอใจเป็นกระบวนการส่วนบุคคลซึ่งขึ้นกับโครงสร้างความต้องการส่วนบุคคลเช่นเดียวกับพฤติกรรมในอดีต ประสบการณ์ด้านสังคม หรือการเรียนรู้ (เหตุผลจากผู้สังเกตภายในอาจจะเป็นความต้องการด้านจิตวิทยาส่วนตัวของบุคคลอื่น) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ธงชัย สันติวงษ์ (2535:76) กล่าวว่า สิ่งจูงใจทางอารมณ์มักจะประกอบด้วยเหตุผลเพื่อการแข่งขัน หรือเอาอย่างให้ทัดเทียมกับคนอื่นให้เป็นเอกลักษณ์ที่เด่นเฉพาะตัว เพื่อความสะดวกสบาย เพื่อความสุขทางใจ ความทะเยอทะยาน และความภาคภูมิใจ เป็นต้น

แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร สอดคล้องกับ ธงชัย สันติวงษ์ (2535:77) กล่าวว่า สิ่งจูงใจด้านการอุปถัมภ์ หมายถึง การพิจารณาถึงความสะดวกของสถานที่ที่จะซื้อ ความมากน้อยของประเภทสินค้าที่ให้เลือกได้ และบริการความสะดวก เช่น การหีบห่อ วิธีการชำระเงินที่สะดวก เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ อดุลย์ และดลยา จาตุรงค์กุล (2545:246) กล่าวว่า การซื้อโดยสิ่งจูงใจเกี่ยวกับการอุปถัมภ์ ได้แก่ การซื้อโดยเจาะจงร้านใดร้านหนึ่งโดยเฉพาะเป็น

การประจำอาจเป็นเพราะว่าบริการเป็นที่พอใจ ราคาถูกกว่าร้านอื่นหรือสมเหตุผล ความสะดวกเกี่ยวกับที่ตั้งของร้าน มีสินค้าให้เลือกมาก ชื่อเสียงของร้านหรือเจ้าของร้าน และความเคยชินเกี่ยวกับนิสัยการซื้อ ขึ้นอยู่กับสังคมและวัฒนธรรม บางครั้งก็เป็นการซื้อที่ได้ติดต่อกันมาหลายชั่วอายุคนแล้ว

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เช่า เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เช่าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการเช่าที่ดิน/อาคารแตกต่างกันในข้อที่สอดคล้องกับสมมติฐานแล้ว พบว่าผู้เช่าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ อายุระหว่าง 20-40 ปี ประกอบอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว มีกองจัดการเดินรถเขตเป็นคู่สัญญาเช่า ลักษณะการเช่าเป็นเช่าที่ดิน ลักษณะการใช้ประโยชน์เพื่อประกอบการพาณิชย์หรืออื่นๆ ระยะเวลาในการเช่ามากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีรายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคารต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรได้มีการพิจารณาถึงทัศนคติ พฤติกรรมและความต้องการของคนกลุ่มนี้เป็นพิเศษ เพราะคนกลุ่มดังกล่าวจะมีอิทธิพลต่อแนวความคิดและการตัดสินใจของคนกลุ่มอื่นๆ ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจในการเช่า นอกจากนี้คนกลุ่มดังกล่าวยังมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจในการจ่ายชำระค่าเช่า หรือค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการเช่า หรือรวมตัวในการเรียกร้องในเรื่องต่างๆ เมื่อไม่ได้รับความพึงพอใจจากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ก็ส่งผลให้เกิดปัญหาในด้านการค้างชำระค่าเช่า ค่าธรรมเนียม ค่าภาษีโรงเรือนและที่ดิน ทำให้การรถไฟแห่งประเทศไทยต้องมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายหรือฟ้องขับไล่ต่อผู้เช่าเพิ่มขึ้น

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า จากการศึกษาคำถาม แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ตามระดับความคิดเห็น ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดเป็นรายการกลุ่มได้ดังนี้

2.1 ด้านคุณค่าที่ได้รับ ด้านต้นทุน และด้านความสบาย ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะเห็นได้ว่า ผู้เช่ามีความพึงพอใจในด้านประโยชน์ของที่ดิน/อาคารเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน คำนวณเมื่อเทียบกับค่าเช่าหรือค่าธรรมเนียม และช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและการเดินทาง รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบไม่ว่าจะเป็นไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และรถประจำทางที่มีอย่างครบครัน ดังนั้นปัจจัยในส่วนนี้คงจะมีเพียงการรักษามาตรฐานด้านศักยภาพโดยรอบที่ดิน/อาคารให้อยู่ในสภาพที่ดี เพื่อรักษาระดับความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทยให้อยู่ในระดับนี้

ตลอดไป และเห็นควรให้นำมุมมองของลูกค้าที่มีต่อบัณฑิตต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพื้นที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทยในเขตจังหวัดอื่นๆ ต่อไป

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ ของแต่ละด้าน เฉพาะข้อที่มีความสัมพันธ์มากเป็นอันดับแรกของแต่ละด้าน พบว่า ด้านคุณค่าที่ได้รับ ด้านต้นทุน และด้านความสบาย มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้เช่า ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับปานกลาง และสูง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .559, และ .614 ตามลำดับ ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงปัจจัยในด้านดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

2.2 ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉยๆ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะเห็นได้ว่า ผู้เช่าจะรู้สึกเฉยๆ ต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ไม่ว่าจะเป็นด้านความรวดเร็ว ความถูกต้อง ความมีอัธยาศัยดี ความสุภาพ และเต็มใจบริการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้เช่ายังไม่มี ความประทับใจในบริการดังกล่าวข้างต้นเท่าที่ควร ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญในด้าน การพัฒนาฝึกอบรมหรือจัดหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับงาน เพื่อรักษาความเป็นมาตรฐาน และสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการให้มีความรู้สึกที่ดีขึ้นกว่าเดิม เพราะถือได้ว่าการให้บริการของพนักงานเป็นปัจจัยที่อ่อนไหว และมีการเปลี่ยนแปลงได้ง่าย เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกิดจากการกระทำของบุคคล

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ ของแต่ละด้าน เฉพาะข้อที่มีความสัมพันธ์มากเป็นอันดับแรกของแต่ละด้าน พบว่า ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้เช่า ในด้านบุคลากร และด้านกระบวนการในการเช่า ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .550, และ .532 ตามลำดับ ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการให้บริการในด้านดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

2.3 ด้านความสะดวก และด้านการติดต่อสื่อสาร ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้เช่าเห็นว่าขั้นตอนในการติดต่อขอเช่ามีความล่าช้ามาก การติดต่อสอบถามข้อมูลไม่ได้รับความสะดวก การให้ข้อมูลข่าวสารไม่มีประโยชน์ต่อผู้เช่า อีกทั้งขั้นตอนการรับความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนจากผู้เช่าก็ไม่มี ความเหมาะสม ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญในด้านนี้เป็นพิเศษ เพราะถือได้ว่าเป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้กับการรถไฟแห่งประเทศไทยได้อีกทางหนึ่ง โดยการกระจายอำนาจในการพิจารณาของแต่ละขั้นตอนให้กับหน่วยงานที่ประจำอยู่ในส่วนภูมิภาค ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปทราบผ่านสื่อในระดับท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ การติดประกาศตามหน่วยงานของรัฐบาลระดับจังหวัด อำเภอ หรือตำบล รวมทั้งการติดป้ายประกาศไว้ ณ พื้นที่ที่เปิดให้เช่า เพราะการกระจายอำนาจและการใช้สื่อดังกล่าวถือได้ว่าเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงประชาชนในแต่ละท้องถิ่นได้ดีที่สุด

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ ของแต่ละด้าน เฉพาะข้อที่มีความสัมพันธ์มากเป็นอันดับแรกของแต่ละด้าน พบว่า ด้านความสะดวก และด้านการติดต่อสื่อสาร มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้เช่า ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .459, และ .460 ตามลำดับ ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการให้บริการในด้านดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ จากการศึกษาวิจัย แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ตามระดับความคิดเห็น ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดเป็นรายกลุ่มได้ดังนี้

3.1 ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้เช่าเห็นว่าที่ดิน/อาคารที่เช่าตั้งอยู่ในแหล่งที่ไม่สามารถหาเช่า หรือซื้อได้จากหน่วยงานของรัฐ หรือเอกชนรายอื่น มีประโยชน์ใช้สอยและจำนวนพื้นที่ตรงกับความต้องการ มีการกำหนดราคาและการปรับขึ้นค่าเช่าไว้อย่างชัดเจน อีกทั้งได้รับผลประโยชน์จากการเช่าอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรรักษามาตรฐานในตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของประโยชน์ใช้สอย จำนวนพื้นที่เช่า รวมถึงเงื่อนไขต่างๆ ที่กำหนดไว้ในสัญญาเช่าที่ผู้เช่ามองแล้วเห็นว่าเป็นธรรม เพราะสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งจูงใจผู้เช่าให้ยังคงเช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทย ต่อไป

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ ของแต่ละด้าน เฉพาะข้อที่มีความสัมพันธ์มากเป็นอันดับแรกของแต่ละด้าน พบว่า ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้เช่า ในด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง และค่อนข้างสูง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .463, และ .698 ตามลำดับ ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบพื้นที่ที่เปิดให้เช่า ให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3.2 ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉยๆ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้เช่ารู้สึกเฉยๆ ในเรื่องการนำสิทธิจากการเช่าไปใช้เป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อจากธนาคาร การโอนสิทธิการเช่าให้กับบุคคลอื่นได้ การระบุระยะเวลาในการเช่า และสิทธิต่างๆ ที่ผู้เช่าจะได้รับไว้ในเงื่อนไขสัญญาอย่างชัดเจน และการเข้ามาเช่าเพราะได้รับการแนะนำหรือชักจูงจากญาติพี่น้องหรือคนรู้จัก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้เช่ายังไม่มีความประทับใจในบริการดังกล่าวข้างต้นเท่าที่ควร ทำให้ไม่สามารถจูงใจผู้เช่าได้ ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรประสานความร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์หรือธนาคารของรัฐ ในการขอสินเชื่อโดยใช้สิทธิจากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยเป็นหลักประกันเงินกู้ให้กับผู้เช่า ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนให้มีการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน และเป็นวิธีการหนึ่งในการสร้างแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล

อีกทั้งควรสร้างแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ โดยการให้ส่วนลดหรือผลประโยชน์ตอบแทนให้กับผู้เช่าเดิม หรือผู้ที่สามารถแนะนำให้ผู้เช่ามาเช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ ของแต่ละด้าน เฉพาะข้อที่มีความสัมพันธ์มากเป็นอันดับแรกของแต่ละด้าน พบว่า ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้เช่า ในด้านกระบวนการ และด้านการส่งเสริมการขาย ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .436 และ .495 ตามลำดับ ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการให้สิทธิ หรือส่วนลดต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

4 . ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร จากการศึกษาวิจัย สามารถอธิบายรายละเอียดเป็นรายด้านได้ดังนี้

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อผู้เช่าเห็นว่า ที่ดิน/อาคารที่เช่ามีความหลากหลายในด้านของขนาด สถานที่ตั้ง และความปลอดภัยจากปัญหาที่เกิดขึ้นจากพื้นที่เช่า ดังนั้นปัจจัยในส่วนนี้คงจะเป็นเพียงการรักษามาตรฐานด้านความหลากหลาย และความปลอดภัยของพื้นที่เช่าให้อยู่ในเกณฑ์นี้ เพื่อรักษาระดับความพึงพอใจของผู้เช่าให้อยู่ในระดับนี้ ตลอดไป

4.2 ด้านราคา ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อผู้เช่าเห็นว่า การปรับขึ้นค่าเช่าตามเงื่อนไขสัญญายังไม่มีความเหมาะสมเท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาที่ผู้เช่าได้กล่าวไว้ว่า การรถไฟแห่งประเทศไทยได้ปรับอัตราค่าเช่าขึ้นสูงเกินกว่าที่เคยชำระเป็นจำนวนหลายเท่าตัว โดยมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนคู่สัญญาเช่าจากกองจัดการเดินรถเขต มาเป็นฝ่ายบริหารทรัพย์สิน ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรพิจารณาในการปรับอัตราค่าเช่าที่มีผลมาจากการเปลี่ยนคู่สัญญาเช่า จากกองจัดการเดินรถเขต ที่คิดอัตราค่าเช่าตามชั้นสถานี มาเป็นฝ่ายบริหารทรัพย์สิน ที่คิดอัตราค่าเช่าจากราคาประเมินที่ดิน ทำให้เกิดความแตกต่างในด้านราคาเช่าเป็นจำนวนมาก ซึ่งในการปรับอัตราค่าเช่าในลักษณะดังกล่าวควรมีการทยอยปรับขึ้นโดยไม่ทำให้ผู้เช่าได้รับความเดือดร้อน เพราะจะส่งผลถึงการค้างชำระค่าเช่าที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งเห็นควรให้การรถไฟแห่งประเทศไทยพิจารณาสูตรในการคิดอัตราค่าเช่าเป็นเปอร์เซ็นต์ของราคาประเมิน ซึ่งรวมทั้งการปรับเพิ่มอัตราค่าเช่าทุก 3 ปี โดยนำตัวเลขเศรษฐกิจของแต่ละพื้นที่มาพิจารณาในการคิดอัตราค่าเช่าด้วย เพราะจะทำให้อัตราค่าเช่าเหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงของพื้นที่ในแต่ละเขต จะเห็นได้จากการที่ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2539 แต่การรถไฟแห่งประเทศไทยยังคงจัดเก็บอัตราค่าเช่าในอัตราเดิม ซึ่งอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ยอดบัญชีลูกหนี้ในปี 2543 จาก 81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 202 ล้านบาท ในปี 2546 หรือเพิ่มขึ้นสูงถึง 149%

4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อผู้เช่าเห็นว่า ไม่มีความสะดวกในเรื่องสถานที่ในการติดต่อขอ

เช่า สถานที่ลงนามในสัญญาเช่า และการชำระเงินค่าเช่าที่ไม่สามารถชำระได้หลายวิธี ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาที่ผู้เช่าได้กล่าวไว้ว่า การยื่นเรื่องเช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทย ต้องเดินทางมายื่นหรือติดตามเรื่องที่กองจัดการเดินรถเขต ที่ตั้งอยู่ในตัวเมืองจังหวัด นครราชสีมา หรือฝ่ายบริหารทรัพย์สิน ที่กรุงเทพมหานคร รวมทั้งการชำระเงินค่าเช่าที่ต้องมาชำระที่สถานีรถไฟเท่านั้น ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรพิจารณาในการปรับปรุงรูปแบบในการให้บริการให้เป็นเชิงรุกมากขึ้น โดยเพิ่มทางเลือกให้กับผู้เช่าที่สามารถติดต่อให้การรถไฟแห่งประเทศไทยจัดส่งเจ้าหน้าที่ไปรับเรื่องยื่นขอเช่า นำสัญญาเช่าไปให้ลงนาม ไปปรับชำระเงินค่าเช่า หรือผู้เช่าจะเลือกการชำระเงินค่าเช่าผ่านทางธนาคารได้อีกทางหนึ่ง

4.4 ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้เช่าเห็นว่าการรถไฟแห่งประเทศไทย มีการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการเปิดให้เช่า การติดป้ายโฆษณา ณ สถานที่ที่เปิดให้เช่า หรือติดประกาศตามหน่วยงานราชการหรือสถานีรถไฟน้อย ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปทราบผ่านสื่อในระดับท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ การติดประกาศตามหน่วยงานของรัฐระดับจังหวัด อำเภอ หรือตำบล รวมทั้งการติดป้ายประกาศไว้ ณ พื้นที่ที่เปิดให้เช่า รวมทั้งการจัดส่งจดหมายถึงผู้เช่าเดิมที่มีความสนใจจะขอเช่าเพิ่มเติม การใช้สื่อดังกล่าวถือได้ว่าเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงประชาชนในแต่ละท้องถิ่นได้ดีที่สุด

4.5 ด้านกระบวนการ ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้เช่าเห็นว่าระยะเวลาของแต่ละขั้นตอนเพื่อขออนุมัติมีความล่าช้า มีความสลับซับซ้อนของกฎระเบียบในการเช่า กระบวนการในการเปิดให้เช่ามีความโปร่งใสน้อย และการระบุขั้นตอนในการให้บริการเช่าไม่ชัดเจน ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรพิจารณาปรับปรุงกระบวนการในการเช่าที่ดิน/อาคาร ที่มีโครงสร้างองค์กรเป็นรูปปิรามิดยอดแหลม มีสายการบังคับบัญชาตามลำดับชั้นมากและซับซ้อน ซึ่งรวมทั้งการปรับเปลี่ยนลักษณะในการปฏิบัติงานจากเชิงรับให้เป็นเชิงรุกให้มากขึ้น โดยการจัดทำแผนผังแสดงพื้นที่ออกเป็นโซนตามศักยภาพของแต่ละสถานี ทำการรังวัดจัดสรรที่ดินออกเป็นขนาดต่างๆ ตามความต้องการของประชาชน เช่น พื้นที่โซนสีส้มเป็นพื้นที่ให้เช่าเพื่อสร้างอาคารตึกแถว พื้นที่โซนสีเขียวเป็นพื้นที่ให้เช่าเพื่อที่อยู่อาศัย หรือทำเกษตรกรรม เป็นต้น และเมื่อมีประชาชนสนใจที่จะเช่าก็สามารถยื่นเรื่องที่ดิน และรับทราบผลการพิจารณาได้ทันที สำหรับการขอเช่าที่ดินที่ไม่มีสิ่งปลูกสร้างว่าอนุมัติหรือไม่อนุมัติให้เช่า ซึ่งสามารถดูข้อมูลได้จากแผนผังการแบ่งโซนและขนาดของพื้นที่ว่ามีผู้เช่าแล้วหรือไม่ ส่วนการยื่นเรื่องขอเช่าที่มีสิ่งปลูกสร้างการรถไฟแห่งประเทศไทยอาจลดขั้นตอนในการตรวจแบบก่อสร้างที่จะต้องตรวจร้อยเปอร์เซ็นต์ เป็นการสุ่มตรวจสอบแทน เพราะแบบดังกล่าวจะต้องมีวิศวกร และสถาปนิกรับรองในแบบก่อสร้าง ซึ่งรวมทั้งการได้รับอนุญาตจากเทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบลให้ก่อสร้างได้ จากนั้นกระบวนการในการเช่าจะได้รับการปรับปรุงแก้ไขหรือไม่ สิ่งสำคัญก็คือ การกระจายอำนาจในการพิจารณาของแต่ละขั้นตอนให้กับหน่วยงานที่ประจำอยู่ในส่วนภูมิภาคเป็นผู้ดำเนินการแทน

4.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้เช่าเห็นว่า ทางเข้าออกและการเดินทางสัญจรมีความสะดวก อีกทั้งแหล่งทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ติดต่อธุรกิจหรือที่ทำงาน และมีระบบสาธารณูปโภคเข้าถึง ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรรักษามาตรฐานด้านศักยภาพโดยรอบที่ดิน/อาคารให้อยู่ในสภาพที่ดี เพื่อรักษาระดับความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทยให้อยู่ในระดับนี้ ตลอดไป และเห็นควรนำลักษณะทางกายภาพในเขตจังหวัดนครราชสีมาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพื้นที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทยในเขตจังหวัดอื่นๆ โดยอาจขอความร่วมมือจากองค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบล ที่มีงบประมาณในการพัฒนาท้องถิ่นเข้ามามีส่วนในการพัฒนาพื้นที่เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับพื้นที่ ทั้งนี้การรถไฟแห่งประเทศไทยต้องยกเว้นค่าเช่าในการใช้ประโยชน์ที่ดินให้กับหน่วยงานดังกล่าว

4.7 ด้านบุคลากร ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้เช่าเห็นว่าเจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กิริยาท่าทาง มีความเป็นกันเอง สุภาพอ่อนน้อม และพูดจาขี้มยิ้มแจ่มใส แต่ไม่แน่ใจในด้านความรู้ ความสามารถ ความตรงไปตรงมาในการปฏิบัติต่อผู้เช่า และความทั่วถึงในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงควรให้ความเอาใจใส่ในด้านการพัฒนาฝึกอบรม หรือจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และมีคุณสมบัติเหมาะสมตรงกับงานเช่า เข้ามาปฏิบัติงานในส่วนนี้ เพราะบุคลากรถือได้ว่าบุคคลแรกที่ผู้เช่าจะต้องพบ หรือติดต่อ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจของผู้เช่าต่อการให้บริการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดอื่นๆ เพราะจะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าในส่วนพื้นที่ที่ต่างกันออกไป เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงการให้บริการในการเช่าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจจากผู้เช่าที่ดิน/อาคารจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนรายอื่น เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็งหรือจุดอ่อน ในด้านความต้องการของผู้เช่า และในแง่ของผู้ประกอบการธุรกิจที่มีการตอบสนองความต้องการของผู้เช่าได้อย่างไร

3. ควรศึกษาในเรื่องกระบวนการในการจัดให้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย เพราะจะทำให้ทราบความต้องการและปัญหาต่าง ๆ ของผู้เช่า

4. ควรดำเนินการวิจัยในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพควบคู่กันไป เพื่อจะได้นำข้อมูลจากการวิจัยทั้งสองด้านมาวิเคราะห์ร่วมกัน ซึ่งจะทำให้ทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้เช่า ส่งผลให้สามารถแก้ไขปัญหาที่ตรงกับความต้องการของผู้เช่าได้มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย. (2494). พระราชบัญญัติการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย.
..... (2484). ระเบียบวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับที่ดินรถไฟ.
..... (2539). ระเบียบว่าด้วยการจัดประโยชน์ในทรัพย์สินของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย
ฉบับที่ 129.
..... (2543). รายงานของผู้สอบบัญชีและงบการเงินการรถไฟฟ้าฯ.
..... (2546). รายงานของผู้สอบบัญชีและงบการเงินการรถไฟฟ้าฯ.
..... (2547). ข้อมูลการชำระเงินค่าเช่าที่ดิน/อาคาร เดือนธันวาคม : ฝ่ายการเงินและการ
บัญชี การรถไฟฟ้าฯ.
..... (2547). ข้อมูลจำนวนพื้นที่ของการรถไฟฟ้า : ศูนย์เทคนิค ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน การ
รถไฟฟ้าฯ.
กาญจนา แก้วแหยม. (2539). สภาพปัจจุบันและความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษา สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. วิทยานิพนธ์. คพ.ม. (เคหการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
กฤษณะ สินธุเดช. (2538). ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการ
ของกรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขตดอนเมือง. ภาคนิพนธ์. พบ.ม.
(พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
กิตติมา ปรีดีลก. วิทยุการบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 6 .
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
..... (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ
: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
เชมกร คำนวน. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานโรงงาน
นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ. การค้นคว้าแบบอิสระ. บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ :
บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
คอตเลอร์, ฟิลิป. (2000). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า.
จิตตนันท์ เตชะคุปต์. (2544). เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ. เล่มที่ 1 หน่วยที่ 1-7
สาขาวิชาเคหกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
จุมพล ขุรักษ์จิต. (2539). ความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดินต่อการให้บริการของการทางพิเศษแห่ง
ประเทศไทย ภาคนิพนธ์. พบ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ:สถาบันบัณฑิตพัฒน
บริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2545). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : เอ็กสเปอร์เน็ท.

- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เนรมิตการ.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ทวีเกียรติ พิตรปรีชา. (2538). การศึกษาพาร์ทเมนต์ให้เช่าในเขตห้วยขวาง. วิทยานิพนธ์. คพ.ม. (เคหการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. (2539). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- เทพศักดิ์ บุญยรัตนพันธ์. (2535). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสิทธิผลของการนำนโยบายให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติ : กรณีศึกษาสำนักงานเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์. พบ.ด. (การบริหารการพัฒนา). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ธงชัย สันติวงศ์. (2530). องค์การและการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- (2530). องค์การและการบริหารการศึกษา การจัดการแผนใหม่. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- (2535). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ไทย วัฒนาพานิช
- นฤมล จิตรเอื้อ. (2547). ปัจจัยในการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเข้าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าในตำบลรังสิต. สารนิพนธ์. บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บั้งอร ผงผ่าน. (2538). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่องานบริการของโรงพยาบาลชุมชน : กรณีศึกษาโรงพยาบาลกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ. ภาคนิพนธ์. พบ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ปราณี ดันประยูร. (2538). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าห้องพักรงของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์. บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. ถ่ายเอกสาร.
- ประยูร กาญจนกุล. (2491). กฎหมายปกครอง พระนคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พร้อมพงษ์ วงศ์วิชกัวาพ. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยอาคารชุดคุณาลัยพาร์คพหลโยธิน. สารนิพนธ์. บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พิบูล ที่ปะปาล. (2545). หลักการตลาด. ภาควิชาการตลาด. คณะวิชาวิทยาการจัดการ. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยครูบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- มนัส บุญวงศ์. (2537). แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม เครื่องหนัง. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2531). เอกสารการสอนชุดวิชา การบริหารการตลาด. สาขา
วิทยาการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมมาธิราช.
- (2543). เอกสารประกอบการสอนชุดวิชา จิตวิทยาการบริหาร. สาขาเศรษฐศาสตร์.
พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เรไร นันทนาวัฒน์. (2540). สภาพการเข้าและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง : กรณีศึกษาโครงการเคหะ
ชุมชนบางพลี. วิทยานิพนธ์. คพ.ม. (เคหการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- เรวัณ สวัสดิ์. (2536). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน : ศึกษาเฉพาะ
กรณีจังหวัดพิจิตร. วิทยานิพนธ์. ศป.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย.
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ลลิตภัทร์ วาณิชยเสริมกุล. (2545). ความคิดเห็นของผู้เข้าพื้นที่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า
ลาดพร้าว ที่มีต่อการตัดสินใจเข้าพื้นที่. สารนิพนธ์. บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ล้วน และอังคณา สายยศ. (2539). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริม
วิชาการ.
- ลัดดา กุลนันทน์. (2544). แรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานวิจัยสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และ
เทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์. รศ.ม. (บริหารทั่วไป). ชลบุรี : บัณฑิต
วิทยาลัย. มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- วิมลสิทธิ์ หยางกูร. (2539). พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- วันเพ็ญ อยู่เวียงไชย. (2546) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอพักนำโชค อำเภอเมือง จังหวัด
เพชรบุรี. สารนิพนธ์. กศ.ม. (ธุรกิจการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา.
- (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- สกล พงศ์วรทรัพย์. (2545). พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ
ของสำนักงานบริการสาขา บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (เอไอเอส) จำกัด
(มหาชน) ในเขตกรุงเทพฯ. สารนิพนธ์. บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุดาดวง เรืองสุริยะ. (2540). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : ยงพลเทรดดิ้ง.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

- สุทธิ นาทวรทัต. (2537). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมนา อยู่โพธิ์. (2544). *ตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- หลุย จำปาเทศ. (2533). *จิตวิทยาการจูงใจ*. กรุงเทพฯ : สามัคคีสาส์น.
- อภินันท์ จันตะนี. (2538). *วิธีวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : วี.เจ. พรินต์ติ้ง.
- อาริดา สัวบุตร. (2539). *การศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมการทำงานของผู้นำระดับกลางในโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป*. วิทยานิพนธ์. วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- อรุณี พวงศรี. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนนทบุรี*. สารนิพนธ์. บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อุไรวรรณ แยมเนียม. (2530). *หลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : กิ่งจันทร์การพิมพ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2536). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ และดลยา จาตุรงค์กุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรุณรัตน์ ศกุนะสิงห์. (2541). *ปัจจัยสุขภาพจิต ปัจจัยจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของทันตภิบาล*. วิทยานิพนธ์. กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา) มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. อัดสำเนา.
- Berry, B.J. and Horton, F.E. (1970). *Geographic Perspective on Urdan System*. New Jensey : Prentice Hell.
- Gibson, Ivancevich and Donnelly. (2000). *Organization : Behavior Structure Processes*. 10th ed (International). : McGraw-Hill.
- Loudon David and Bitta Albert J. Deller, (1989). *Consumer Behavior : Concepts and Application*. 3rd. ed. New york : McGraw-Hill., Inc.
- Lucy, Gilbert, Dennis W.H. and Birkhead G. (1977; 37th) "Equity in Local Service Distribution" *Public Administration Review*.
- Mccullough, J.S. (1954). *Management in the Publics Service : The Best for Effective Performance*. New York : McGrew-Hill Book Company.
- Needham, Barri. (1977). *How Cities Work : an Introduction*. Oxford : Pergaman Press.
- Smith, Henry. C. (1955). *Psychology of Industrial Behavior*. New York : McGraw-Hill Book Co.,
- Suchitra Punyaratbandhu-Bhakdi, et al. (1986). *Delivery of Public Services in Asian Countries : Cases in Development Administration*. Bangkok : Thammasat University Press.

- Vroom, W.H. (1964). *Work and Motivation*. New York : John Wesley and sons Inc,
- Walters C. Glenn. (1978). *Consumer Behavior : Theory and Practice*. 3rd ed. Illinois :
Richard D. Irwin.,
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics : An Introductory Analysis*. International Edition. 3rd ed.
Tokyo : Harpes

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคาร
ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

แบบสอบถาม

เรื่อง : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อใช้ประกอบในการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์แก่การให้บริการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย

แบบสอบถามฉบับนี้ประกอบด้วย 5 ส่วน เพื่อให้ง่ายต่อการทำแบบสอบถามและประมวลผล ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ใน 7 ด้าน ได้แก่ คุณค่าที่ได้รับ ต้นทุน ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การดูแลเอาใจใส่ ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และความสบาย

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่เกิดจากเหตุผล ปัจจัยที่เกิดจากอารมณ์ และปัจจัยที่เกิดจากการอุปถัมภ์

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้เช่าที่มีต่อบ้างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ใน 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ และบุคลากร

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ท่านจะไม่ได้รับผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด และทางผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

8. ระยะเวลาในการเช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทย

(...) ไม่เกิน 1 ปี

(...) มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี

(...) มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี

(...) มากกว่า 10 ปีขึ้นไป

9. รายได้ที่ได้รับจากการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทยต่อเดือน

(...) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

(...) 10,001- 20,000 บาท

(...) 20,001- 30,000 บาท

(...) 30,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ในด้านคุณค่าที่ได้รับ ต้นทุน ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การดูแลเอาใจใส่ ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการและความสบาย
คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร ของ
การรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้า	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
<u>ด้านคุณค่าที่ได้รับ</u>					
1.ประโยชน์ของที่ดิน/อาคารที่เช่าจากการรถไฟแห่งประเทศไทยเมื่อเทียบกับค่าเช่าหรือค่าธรรมเนียมที่ต้องจ่าย					
2.ประโยชน์ของที่ดิน/อาคารที่เช่าจากการรถไฟแห่งประเทศไทยเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน					
<u>ด้านต้นทุน</u>					
1.จำนวนเงินค่าเช่า/ค่าธรรมเนียมที่จ่ายออกไปคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับจากการรถไฟแห่งประเทศไทย					
2.การเช่าที่ดิน/อาคารจากการรถไฟแห่งประเทศไทยทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและเดินทางได้					
<u>ด้านความสะดวก</u>					
1.ขั้นตอนการติดต่อขอเช่ามีความสะดวกรวดเร็ว					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้า	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
2.การติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารที่เช่า ทำได้หลายวิธีเช่น ทางโทรศัพท์ ที่หน่วยงานหรือ สถานที่ตั้งอยู่ทั่วประเทศ สร้างความสะดวกแก่ผู้เช่า					
<u>ด้านการติดต่อสื่อสาร</u>					
1.การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารมีประโยชน์ และเหมาะสม					
2.ขั้นตอนการรับความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนจากผู้เช่า มีความเหมาะสม					
<u>ด้านการดูแลเอาใจใส่</u>					
1.การให้บริการจากเจ้าหน้าที่มีความรวดเร็ว ถูกต้อง					
2.เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีอัธยาศัยดี สุภาพ และเต็มใจ บริการ					
<u>ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ</u>					
1.ที่ดิน/อาคารที่เช่าตอบสนองความต้องการของผู้เช่า อย่างสมบูรณ์					
2.การให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยเช่น การติดต่อขอเช่า การอนุมัติให้เช่า การชำระ租金ค่าเช่า และการต่อสัญญาเช่า สร้างความพึงพอใจให้กับผู้เช่า					
<u>ด้านความสบาย</u>					
1.สถานที่ในการติดต่อขอเช่าไม่ว่าจะเป็น อาคาร เคาน์เตอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน และป้าย ประชาสัมพันธ์ต่างๆ มีความสะดวกแก่การติดต่อ					
2.สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบที่ดิน/อาคารที่เช่ามี อย่างครบครันไม่ว่าจะเป็นไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และรถประจำทาง					

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่เกิดจากเหตุผล ปัจจัยที่เกิดจากอารมณ์ และปัจจัยที่เกิดจากการอุปถัมภ์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยด้านแรงจูงใจผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
<u>แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์</u>					
1.ประโยชน์ในการใช้สอยที่ดินตรงตามวัตถุประสงค์ที่ขอเช่า					
2.จำนวนพื้นที่ใช้สอยตรงกับความต้องการของผู้เช่า					
3.ความพร้อมของพื้นที่ที่ผู้เช่าสามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ได้ทันที โดยไม่ต้องปรับพื้นที่					
4.ที่ดิน/อาคารตั้งอยู่ในแหล่งที่ไม่สามารถหาเช่าหรือซื้อได้จากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนรายอื่น					
<u>แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล</u>					
1.มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับที่ดิน/อาคารที่เปิดให้เช่าอย่างครบถ้วน					
2.การเช่าที่ดิน/อาคารจะใช้งบลงทุนน้อยกว่าการซื้อ					
3.ระยะเวลาในการเช่ามีการระบุไว้ในเงื่อนไขสัญญาที่ชัดเจน และในกรณีที่สัญญาเช่าสิ้นสุดลง ผู้เช่ารายเดิมจะได้รับการพิจารณาให้เช่าเป็นอันดับแรก					
4.สามารถนำสิทธิจากการเช่าที่ดิน/อาคารไปใช้หลักประกันในการขอสินเชื่อจากธนาคาร					
5.มองเห็นผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าการนำเงินไปใช้หาประโยชน์ในด้านอื่น					
6.สามารถโอนสิทธิการเช่าที่ดิน/อาคารให้กับบุคคลอื่นได้ โดยไม่ต้องมีการจัดทำสัญญาเช่าฉบับใหม่					

ปัจจัยด้านแรงจูงใจผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการ รถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
<u>แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์</u>					
1.ได้รับการแนะนำหรือชักจูงจากญาติพี่น้องหรือคน รู้จักให้เข้ามาเช่า					
2.เช่าตามคู่แข่งที่ประกอบอาชีพ หรือธุรกิจในลักษณะ เดียวกัน					
3.ต้องการอุดหนุนหน่วยงานของรัฐ เพื่อจะได้นำเงิน รายได้กลับมาพัฒนาประเทศ					
<u>แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์</u>					
1.ต้นทุนในการลงทุนต่ำกว่าเอกชน					
2.ได้รับผลประโยชน์จากการเช่าอย่างต่อเนื่อง					
3.เงื่อนไขในสัญญาการเช่ามีการกำหนดราคาไว้อย่าง ชัดเจน โดยไม่มีการปรับขึ้นราคาค่าเช่าที่ไม่ได้ระบุไว้ใน เงื่อนไขสัญญา					
4.ความมีชื่อเสียงของการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็น หน่วยงานของรัฐ และเป็นเจ้าของที่ดิน/อาคารที่ เปิดให้เช่า					

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาด แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์
ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะ
ทางกายภาพ และด้านบุคลากร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการเช่าที่ดิน/อาคาร
ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ความพึงพอใจที่มีต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาด ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<u>ด้านผลิตภัณฑ์</u>					
1.ความหลากหลายของขนาดที่ดิน/อาคาร					

ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.ความหลากหลายของสถานที่ตั้งที่ดิน/อาคาร					
3.ความปลอดภัยจากปัญหาที่เกิดจากพื้นที่เช่า เช่น ผู้เช่าเดิมที่สัญญาเช่าสิ้นสุดลง แต่ยังคงใช้ประโยชน์ในพื้นที่ หรือผู้บุกรุก					
4.ความเป็นธรรมของรูปแบบสัญญาเช่า					
<u>ด้านราคา</u>					
1.ความเหมาะสมของค่าเช่าต่อผลประโยชน์ในการใช้สอยที่ดิน/อาคาร					
2.ความเหมาะสมของอัตราค่าธรรมเนียมในการจัดประโยชน์ (ค่าหน้าดินหรือเงินกินเปล่า)					
3.ความเหมาะสมของจำนวนเงินค่าประกัน หรือค่ามัดจำสัญญาเช่า					
4.ความเหมาะสมของการปรับขึ้นค่าเช่าตามเงื่อนไขของสัญญา					
5.ราคาค่าเช่ามีหลายระดับราคาให้เลือกตามขนาดของที่ดิน/อาคารที่เปิดให้เช่า					
<u>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</u>					
1.ความสะดวกในเรื่องสถานที่ติดต่อขอเช่า					
2.ความสะดวกในเรื่องสถานที่ลงนามสัญญาเช่า					
3.ความสะดวกในเรื่องสถานที่ในการชำระเงินค่าเช่า					
4.การชำระเงินค่าเช่าสามารถชำระได้หลายวิธี					
<u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u>					
1.มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเปิดให้เช่าที่ดิน / อาคาร					
2.ติดป้ายโฆษณา ณ สถานที่ที่มีการเปิดให้เช่า					
3.คำบอกเล่าจากพนักงานหรือคนรู้จักเกี่ยวกับการเปิดให้เช่าที่ดิน/อาคาร					

ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของผู้เช่าที่ดิน/อาคารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4.มีการติดประกาศตามหน่วยงานราชการ หรือสถานี รถไฟในเขตพื้นที่ที่เปิดให้เช่า					
<u>ด้านกระบวนการในการเช่า</u>					
1.กระบวนการในการเปิดให้เช่าที่ดิน/อาคาร มีความ โปร่งใส					
2.ระดับขั้นตอนในการให้บริการเช่าอย่างชัดเจน					
3.ระยะเวลาของแต่ละขั้นตอนเพื่อขออนุมัติเช่ามีความ รวดเร็ว					
4.ความสลับซับซ้อนของขั้นตอนและกฎระเบียบในการ เช่า					
<u>ด้านลักษณะทางกายภาพ</u>					
1.ทางเข้าออกของที่ดินสามารถเดินทางได้สะดวก					
2.แหล่งทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน หรือใกล้ สถานที่ในการติดต่อธุรกิจ หรือสถานศึกษา					
3.มีระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ เข้าถึง					
4.มีความสะดวกในการเดินทางสัญจร เช่น มีรถประจำ ทางผ่าน หรือสถานีรถไฟ เป็นต้น					
<u>บุคลากรในการให้บริการ</u>					
1.ความเอาใจใส่ กิริยาท่าทาง มารยาท และความเป็น กันเอง ของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ					
2.ความรู้ ความสามารถ ของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ					
3.ความทั่วถึงในการให้บริการของเจ้าหน้าที่					
4.ความสุภาพอ่อนน้อม พุดจาโย่งยิ้มแย้มแจ่มใส ของ เจ้าหน้าที่					
5.ความตรงไปตรงมาในการปฏิบัติต่อผู้เช่าของ เจ้าหน้าที่					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข.

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ผศ.เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2. อ. ภัคกร สกลรักษ์ อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก ค.

หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือวิจัย
หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อผู้วิจัย	นายประสิทธิ์ ถาวร
วันเดือนปีเกิด	17 มิถุนายน 2513
สถานที่เกิด	นครราชสีมา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	656/19 หมู่ที่ 4 ซอยลาดกระบัง 7 แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520
สถานที่ทำงาน	การรถไฟแห่งประเทศไทย ถนนรองเมือง แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2538	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2548	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ