

SPU
SRIPATUM
UNIVERSITY
@Chonburi

g·able

การประชุมวิชาการ ระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10

เรื่อง

งานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจในยุค New Normal

มหาวิทยาลัยศรีปทุม ชลบุรี

01.07.64 | ONLINE

CONTENTS / สารบัญ

Message from Vice President of Chonburi Campus

สารรองอธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

Message from Organizing Committee Chairperson

สารจากประธานคณะกรรมการฝ่ายอำนวยการจัดประชุม

กำหนดการประชุมวิชาการ

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

2021 SPUC International Conference

Researcher (Oral Presentation)	Page
Maturos Mathurasai An investigation into new skill requirements toward enhancing international hotel management program at Stamford International University: A focus on front office operations of hotels in Thailand.....	1
Nuttanuch Munsakorn Vocabulary retention in a long-term memory through etymology.....	15
Passaraporn Vongchansathapat The efficacy and safety of 1064-nm picosecond laser for tattoo removal in Thai people.....	32
Yanisa Ratanapokasatit The effect of topical epidermal growth factor on wound healing and post inflammatory hyperpigmentation prevention after ablative fractional CO2 laser	41
นามนักวิจัย (นำเสนอแบบบรรยาย)	
กฤษณะ จันทร์อยู่จริง การพัฒนาวิชาวลไลเซชันเพื่อบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์.....	53
แคร์เดียร์ กะตือคตี อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี กรณีศึกษาบริษัทรับทำบัญชีในภาคตะวันออกของประเทศไทย....	64
ชาติศิริ ศิลางแรง การพัฒนาแอปพลิเคชันไลน์แชทบอท สำหรับการให้คำแนะนำแก่ผู้ที่มีความสงสัยต่อการเลี้ยงที่มีอาการเสื่อมสมรรถภาพทางเพศ.....	73

CONTENTS (CONTINUE) / สารบัญ (ต่อ)

นามนักวิจัย (นำเสนอแบบบรรยาย)	หน้า
ณัฐพร ปวีตรปก	
สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจด้านความปลอดภัยที่มีผลต่อความผูกพันในงานของ พนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง 3 ในจังหวัดชลบุรี.....	85
นริศรา อุ้นประเสริฐสุข	
คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัด สุพรรณบุรี.....	98
ปัทมกร ชารสุวรรณ	
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของบริษัทรักษาความปลอดภัยที่มีอิทธิพลต่อการ บอกต่อและความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้อยู่อาศัยในจังหวัดชลบุรี.....	108
ประภัสสร คำสวัสดิ์	
ปัจจัยในการกำหนดความสุขเชิงอัตวิสัย.....	119
ภราวดา สุขยิ่ง	
ระบบแนะนำการตัดสินใจเพื่อการซื้อขายหุ้น สำหรับนักลงทุนมือใหม่.....	134
มณีนุช อภิบาล	
ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า ศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี.....	151
วรกานต์ เชื้อสิงห์	
การพัฒนาระบบการค้าวิซวลไลเซชันเพื่อสนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การตลาดขององค์กรประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	161
วศกร สิงห์ล่อ	
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของนิติบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ ผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร.....	170
วันชัย จันทิบุตร	
ปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการดูทรายในที่ดินเอกชน...	182
ศิวายุ เลิศเสรี	
แอปพลิเคชันแซทบาทเพื่อการให้บริการข้อมูลติดตั้งสายใยแก้วนำแสง กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอส.ที.เอส. คอมมูนิเคชั่น.....	191
ศุภิสรา ขุนทิพย์	
ปัจจัยด้านกลยุทธ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในธุรกิจเนื้อเป็ด.....	201

CONTENTS (CONTINUE) / สารบัญ (ต่อ)

นามนักวิจัย (นำเสนอแบบบรรยาย)	หน้า
สมศักดิ์ชัย เล่าหะพันธ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรมของสถานประกอบการ ในภาคกลางและภาคตะวันออก.....	210
สาธิตา โปธาเจริญ การบริหารความขัดแย้งภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งหนึ่งในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ.....	219
สืบสกุล ย่าห์ลี การศึกษาการจัดแสงในรูปแบบแอนิเมชัน 3 มิติ.....	231
ศุภรัตน์ มรกฏสระน้อย ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ.....	237
ศุรวีร์ จิตรพิลา การพัฒนาการแสดงผลภาพเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องสมุนไพรมในประเทศไทย....	246
เสาวลักษณ์ จินทร การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อช่วยสนับสนุนในการบริหารจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ กรณีศึกษาบริษัท ไอ ที บี ที คอร์ปอเรชั่น จำกัด.....	254
หนูลิด ศิริประสาท ปัจจัยด้านการทำงานที่มีผลต่อปัจจัยเชิงอารมณ์ของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์ ทำความสะอาดบ้านและรถยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ.....	267
อภิรัฐ สุกิจบริหาร พัฒนาระบบควดำชีวะวลไลเซชันเพื่อการสนับสนุนการให้บริการสุขภาพ กรณีศึกษาหน่วยงานบริการสุขภาพในประเทศ.....	278
อัญชลี บัวเมืองเก่า พัฒนาชีวะวลไลเซชันสำหรับการวิเคราะห์และการทำงานผลความสำเร็จ ของการทำงานด้วยข้อมูลดัชนีประสิทธิภาพหลัก.....	290
โอรส เหล่าดำรงกุล ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ฟู้ดแพนด้า.....	301

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของนิติบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้
พักอาศัยคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร

**FACTORS OF SERVICE QUALITY OF JURISTIC PERSONS
AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION OF CONDOMINIUM
RESIDENTS IN BANGKOK**

วศกร สิงห์ล่อ*

Wasakorn Singlaw

รองศาสตราจารย์ ดร. ชลธิศ ดาราวงษ์**

Assoc. Prof. Dr. Chonlatis Darawong

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของนิติบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ คือ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้พักอาศัยที่ใช้บริการหลังการขายของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้พักอาศัยมีความแตกต่างกันโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) ศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการหลังการขายที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ คือ ผู้พักอาศัยที่เข้ามาใช้บริการนิติบุคคลของคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย รวมขนาดจำนวน 350 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ปีการศึกษา 2564

** อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ผลวิจัยพบว่า 1) ระดับความพึงพอใจ ได้แก่ ด้านทักษะพนักงาน ด้านความเอาใจใส่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยมีความแตกต่างกันโดยเพศ และการศึกษา และ 3) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ผลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย ได้แก่ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความใส่ใจ ด้านทักษะพนักงาน และ ด้านการตอบสนองตามลำดับ

คำสำคัญ: คอนโดมิเนียม, นิติบุคคล, คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ

ABSTRACT

This research factors of service quality of juristic persons affecting customer satisfaction of condominium residents in Bangkok has the objectives that were 1) to study the level of customer satisfaction on juristic person of condominium residents in Bangkok, 2) to compare the customer satisfaction on juristic person of condominium residents in Bangkok classified by personal factors, and 3) to study the impact of service quality of juristic person on customer satisfaction of condominium residents in Bangkok. Samples of this research were 350 residents who live in condominium in Bangkok. by using questionnaires as a tool for data collection the statistics used for analysis are frequency, percentage, mean (\bar{X}) and standard deviation (SD).

The results of the study showed that 1) the overall resident satisfaction was at a high level, 2) the customer satisfaction on juristic person of condominium residents in Bangkok was different due to gender and education level, and 3) the quality of service factors affecting customer satisfaction were personal relationship, empathy, competence, and responsiveness, respectively.

Keywords: condominium, juristic person, service quality, satisfaction.

บทนำ

ธุรกิจทางด้านอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมในปัจจุบันเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในหลายพื้นที่ ทั้งเขตกรุงเทพมหานครและตามหัวเมืองใหญ่ต่าง ๆ และยอดขายตลาดคอนโดมิเนียมในกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้นหลายไตรมาสติดต่อกัน ซึ่งเป็นผลมาจากกิจกรรมส่งเสริมการขายในตลาด ในปี 2560 อัตราการครอบครองโดยเฉลี่ยตลอดทั้งปี พุ่งสูงขึ้นถึงร้อยละ 75.8 หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 2 ต่อปี ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้ซื้อสำหรับในช่วงครึ่งหลังของปี 2560 ตลาดแสดงอัตราการครอบครองโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 76.5 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 ต่อครึ่งปี ส่วนโครงการคอนโดมิเนียมใหม่ในย่านศูนย์กลางธุรกิจยังคง

ทรงตัวดี โดยมีอัตราการครอบครองโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 77.4 ความต้องการยูนิตรระดับสูงในย่านศูนย์กลางธุรกิจที่มีคุณภาพสามารถทำยอดขายได้ดีกว่า โดยนักพัฒนาโครงการบางรายสามารถขายโครงการได้ถึงร้อยละ 80 ภายในวันเปิดตัวเพียงวันเดียว และจะสังเกตเห็นได้ว่าความต้องการโครงการคอนโดมิเนียมคุณภาพที่ดีบนทำเลเด่น ๆ นั้นจะได้รับความสนใจ โดยกลุ่มผู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์ชนิดนี้มักซื้อไว้เพื่ออยู่อาศัยเอง หรือเพื่อเป็นการลงทุนระยะยาว

งานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการศึกษาปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย คอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้อยู่อาศัยในชุมชนลุมพินี ปัจจัยที่มีผลต่อการเช่าอาศัย คอนโดลุมพินีเพลส บางนา กม. 3 กรุงเทพมหานคร ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงของผู้บริโภคในเขตถนนพหลโยธิน ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และทักษะของตัวแทนขายคอนโดที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีงานวิจัยที่ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการนิติบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจคอนโดมิเนียมมีผู้ประกอบการเข้ามาลงทุนในตลาดธุรกิจเพิ่มขึ้นมาก ผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการนิติบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในด้านทักษะของพนักงาน ความเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และด้านมนุษยสัมพันธ์ ของบริการนิติบุคคล เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการต่อไป

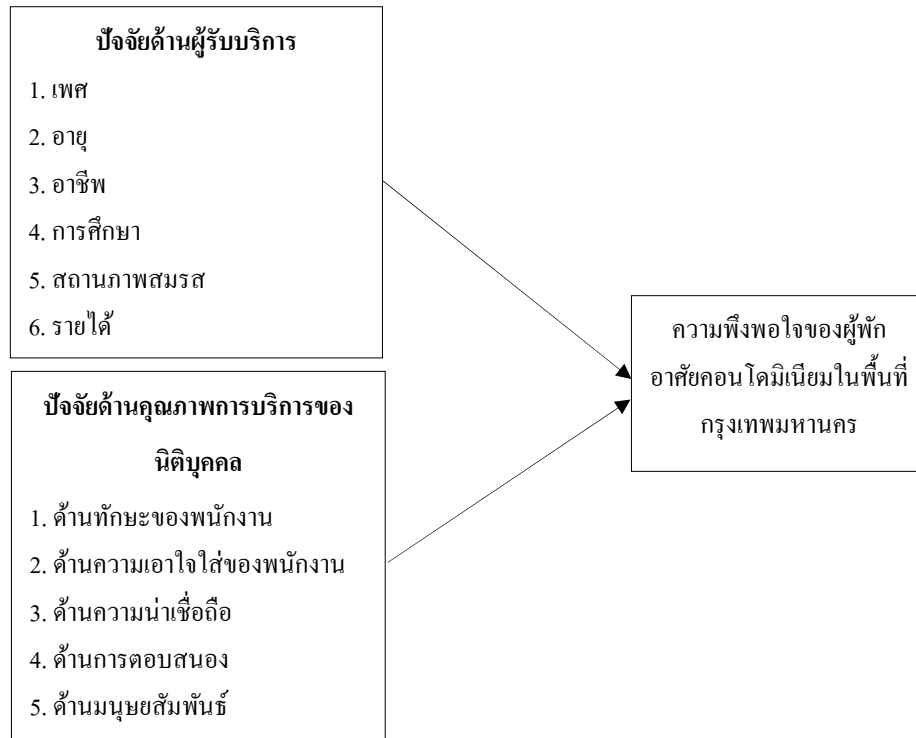
สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของการบริการของบริษัทนิติบุคคลที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของบริษัทนิติบุคคล มีผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น (independent analysis)

ตัวแปรตาม (dependent analysis)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณวิธีการสำรวจและวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจำนวนหน่วยสะสมทั้งสิ้นในกรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากรที่พักอาศัยคอนโดมิเนียมทั้งสิ้น 654,200 คน

ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรมีทั้งสิ้น 654,200 คน การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ซึ่งทางผู้วิจัยได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 0.05 จึงทำให้มีระดับ

ความเชื่อมั่นที่ 95% โดยจะมีจำนวนเท่ากับ 350 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยเลือกจากทำเลที่มีหน่วยขายคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครได้มากที่สุด 4 จาก 5 อันดับแรก

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
เพศชาย	150	42.9
เพศหญิง	188	53.7
ไม่ระบุ	12	3.4
รวม	350	100
จำแนกตามอายุ		
18-25ปี/25-35ปี	183	52.3
35-45ปี/45-55ปี/60 ปีขึ้นไป	167	47.7
รวม	350	100
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา	33	9.4
ปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี	317	90.6
รวม	350	100
สถานภาพสมรส		
โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	213	60.9
สมรส	137	39.1
รวม	350	100
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 20,000/20,001-30,000	114	32.6
30,001-40,000/40,001 ขึ้นไป	236	67.4
รวม	350	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.7 มีอายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.7 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 62.0 มีการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000/40,001 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 67.4

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการนิติบุคคลของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการบริการ	N = 350		ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
	\bar{X}	SD		
1. ด้านทักษะของเจ้าหน้าที่	3.67	0.69	มาก	4
2. ด้านความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่	3.69	0.83	มาก	3
3. ด้านความน่าเชื่อถือ	3.78	0.67	มาก	2
4. ด้านการตอบสนอง	3.55	0.85	มาก	5
5. ด้านมนุษยสัมพันธ์	3.91	0.68	มาก	1
รวม	3.72	0.68	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการสำรวจระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของเจ้าหน้าที่นิติบุคคลโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างนั้นเห็นด้วยกับเจ้าหน้าที่นิติบุคคลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) แล้วเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนด้านมนุษยสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.91$) ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.78$) อันดับสาม คือด้านความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 3.69$) อันดับสี่ คือด้านทักษะของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 3.67$) อันดับห้า คือด้านการตอบสนอง ($\bar{X} = 3.55$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเชิงพรรณนาความพึงพอใจของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยคุณภาพด้านความพึงพอใจ

ด้านความพึงพอใจ	N = 350		ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
	\bar{X}	SD		
1. ท่านมีความพึงพอใจต่อบริการของนิติบุคคลเมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวัง	3.64	0.91	มาก	3
2. ท่านมีความพึงพอใจต่อพนักงานของนิติบุคคล	3.56	0.86	มาก	4
3. ท่านมีความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ท่านได้รับจากนิติบุคคล	3.65	0.83	มาก	2
4. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อบริการของ นิติบุคคล	3.68	0.91	มาก	1
รวม	3.63	0.78	มาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า อันดับแรก คือ โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อบริการของ นิติบุคคล ($\bar{X} = 3.68$) อันดับสอง คือ ท่านมีความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ท่านได้รับจากนิติบุคคล ($\bar{X} = 3.65$) และ อันดับสาม คือ ท่านมีความพึงพอใจต่อบริการของนิติบุคคลเมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) อันดับสี่ คือ ท่านมีความพึงพอใจต่อพนักงานของนิติบุคคล ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเชิงอนุมานของผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของบริการของบริษัทนิติบุคคล

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ที่มาเข้าใช้บริการนิติบุคคลของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในเขต
 กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ความพึงพอใจของ ผู้ที่มาเข้าใช้บริการ นิติบุคคล	ปัจจัยส่วนบุคคล				
	เพศ	อายุ	สถานะภาพ	การศึกษา	รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน
ด้านความพึงพอใจ	0.02*	0.07	0.97	0.01*	0.17
ชาย		18-25 ปี/ ($\bar{x} = 3.76$)	โสด/หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ ($\bar{x} = 3.69$)	มัธยมศึกษา/ อาชีวศึกษา ($\bar{x} = 3.46$)	น้อยกว่า 20,000 บาท/ 20,001-30,000 บาท ($\bar{x} = 3.49$)
หญิง		35-45 ปี/ 45-55 ปี/ 61 ปีขึ้นไป ($\bar{x} = 3.54$)	($\bar{x} = 3.63$) สมรส ($\bar{x} = 3.63$)	ปริญญาตรี/ สูงกว่าปริญญา ตรี ($\bar{x} = 3.70$)	30,001-40,000 บาท/40,001 บาทขึ้นไป ($\bar{x} = 3.72$)

$R^2 = 0.79$ * $p < .05$

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศชายจะมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง และ
 ระดับการศึกษา โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีระดับความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษา
 อาชีวศึกษา การศึกษาปริญญาตรี และมัธยมศึกษา ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของบริษัทนิติบุคคล มีผลต่อความพึงพอใจ
 ของผู้มาใช้บริการ

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของบริษัทนิติบุคคล
 มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการนิติบุคคล

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ	ความพึงพอใจ		ลำดับ
	<i>B</i>	<i>t</i>	
1. ด้านทักษะพนักงาน	0.22	2.91*	3
2. ด้านความใส่ใจ	0.24	3.62*	2
3. ด้านความน่าเชื่อถือ	0.02	0.24	5
4. ด้านการตอบสนอง	0.19	3.41*	4
5. ด้านมนุษยสัมพันธ์	0.32	6.20*	1

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความใส่ใจ ด้านทักษะพนักงาน และด้านการตอบสนองตามลำดับ

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของการบริการของบริษัทนิติบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่

ด้านเพศ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีเพศชาย มีความพึงพอใจโดยรวมและมีความรู้สึกที่ดีมากกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีระดับความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีระดับระดับการศึกษา อาชีวศึกษา การศึกษาปริญญาตรี และมัธยมศึกษา ตามลำดับ และผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัญชัย ธนะวิบูลชัย (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภค กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการ คอนโดมิเนียมส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของบริษัทนิติบุคคล มีผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

คุณภาพการให้บริการ พบว่า ด้านมนุษยสัมพันธ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ความใส่ใจ อันดับสาม คือ ตอบสนอง อันดับสี่ คือ ด้านทักษะพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวริศร์ ความณี (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการแบ่งกลุ่มผู้พักอาศัยอาคารชุดโดยใช้ปัจจัยความพึงพอใจในการบริการของนิติบุคคลอาคารชุด กรณีศึกษา: ซิตีโฮม รัตนาธิเบศร์ คอนโดมิเนียม โดยผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย โดยแสดงให้เห็นว่าพนักงานที่สามารถสร้างความไว้วางใจ และเข้าใจปัญหาของผู้ใช้บริการ มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ผู้บริหารบริษัทนิติบุคคลสามารถเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนิติบุคคลคอนโดมิเนียมในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านการมนุษยสัมพันธ์ ควรส่งเสริมและฝึกอบรมให้พนักงานนิติบุคคลมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ มีอัธยาศัยในการบริการผู้ใช้อย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นกันเอง พนักงานขายปฏิบัติงานขายด้วยใบหน้าด้วยรอยยิ้มจึงทำให้ลูกค้ารู้สึกอยากกลับมาใช้บริการด้วย

2. ความใส่ใจ ควรส่งเสริมและฝึกอบรมให้พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ มีความใส่ใจผู้ใช้อย่างเท่าเทียมแบบจริงจัง มีอัธยาศัยในการบริการผู้ใช้อย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและทำให้ผู้ใชู้สึกเป็นกันเอง

3. การตอบสนอง ควรส่งเสริมและฝึกอบรมให้พนักงานนิติบุคคลมีความรวดเร็วในการให้บริการ แสดงความกระตือรือร้น และกระฉับกระเฉงในการต้อนรับผู้ใช้อย่างดี แสดงออกถึงความต้องการจะช่วยเหลือผู้ใช้อย่างจริงใจ มีการติดตามหลังการจำหน่ายเพื่อรับทราบปัญหาของผู้ใช้บริการ พร้อมให้คำแนะนำและช่วยเหลือ

4. ด้านทักษะพนักงาน ควรส่งเสริมและฝึกอบรมให้พนักงานขายมีความเชี่ยวชาญด้านทักษะที่จำเป็นในการทำงานเป็นอย่างดี มีความรู้เกี่ยวกับระเบียบและแนวปฏิบัติในการทำงาน มีจิตสำนึกความสำคัญของงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มเติมการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อค้นหาเนื้อหาคุณลักษณะพนักงานนิติบุคคลในบริษัทเชิงลึกเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข วิธีการดำเนินงานเพื่อให้องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจนิติบุคคลมากขึ้น

2. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษาอยู่นี้ เช่น ตัวแปรด้านจริยธรรม ตัวแปรด้านการอบรมพนักงาน เพื่อให้ทราบความสัมพันธ์พื้นฐานให้ครบถ้วน

บรรณานุกรม

- กฤติยา ทองยี่. (2552). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี จังหวัดนครปฐม*. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยวิทยาลัยศิลปากร.
- ชัชวาลย์ แก้วอุดร. (2553). *คุณภาพการให้บริการของพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัท โตโยต้าดีเยี่ยม จำกัด ในจังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธนากร ชมโคกกรวด, ปฎิมา ประโยชน์อุดมกิจ และกฤษิตย์ วงษ์เล็ก. (2561). *คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ*. *วารสารวิชาการเซิร์ อีสท์บางกอก*, 4(1), หน้า 33-49.
- ปัทมวัชร พัทธราวัลย์. (2558). *ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการและการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารเฉพาะกิจที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เพ็ญญา จรัสพันธ์. (2557). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิสเซ็นเตอร์ จันทบุรี*. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภาณุวัฒน์ สิ้นชวรงค์ และณัฐพล ปิยะตันติ. (2018). *คุณภาพในการบริหารคอนโดมิเนียม (นิติบุคคลอาคารชุด)...เรื่องสำคัญที่ต้องพิจารณาในการเลือกซื้อห้องชุด* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.bkkcitismart.com> [2564, 12 มกราคม].
- วรินทร์ ธนาภิวัดน์. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการหลังการขายของบริษัท เมโทรซิสเต็มส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)*. กรณีศึกษาเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิตภาควิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สัจชัย ณะวิบูลย์ชัย. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุวรรณา เพ็ชรมานะ. (2560). *ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Al-Shammari, Minwir & Ahmad, Samer. (2014). Service quality and its relationship with customer satisfaction and loyalty in a Saudi Arabian automobile company. *Global journal of management and business research: E marketing*, 14(8), pp. 12-22.

Izogo, Ernest Emeka & Ogba, Ike-Elechi. (2015). Service quality customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32(3), pp. 250-267.

Xu, Lu, Blankson, Charles & Prybutok, Victor. (2017). Relative contributions of product quality and service quality in the automobile industry. *Quality Management Journal*, 24(1), pp. 21-36.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.