

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่า
ประเภทอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร*
SERVICE QUALITY FACTORS AFFECTING SATISFACTION ON APARTMENT
RENTAL SERVICES IN CHATUCHAK DISTRICT, BANGKOK

กิตติพงษ์ อูประ, ประวิทย์ พุ่มพา, ทศนีย์ สวนฉิมพลี, สรวงภรณ์ สัจภาพพิชิต*

Kitiphong Aupara, Prawit Phumpa, Tassanee Suanchimplee, Sruangporn Satchapappichit*

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: sruangporn_sa@rmutto.ac.th

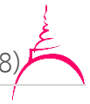
บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภท อพาร์ทเมนต์ของผู้เช่าในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจเช่า และศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าอยู่อพาร์ทเมนต์ของผู้เช่า เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่กำลังเช่าพักอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยมีระยะเวลาในการเช่าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ด้วยสูตรคำนวณของ Cochran ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานโดยใช้ One-Way ANOVA และ Multiple Regression Analysis ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีความสำคัญมากที่สุด และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ของผู้เช่าในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจเช่า ด้านระยะเวลาในการเช่า ราคาเช่า ที่พักต่อเดือนโดยเฉลี่ย วัตถุประสงค์ในการเช่า แหล่งการหาข้อมูล บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และจำนวนผู้เช่า ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยนี้ นำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพการบริการในธุรกิจห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์

คำสำคัญ: ปัจจัยคุณภาพการบริการ, การใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์, จตุจักร, กรุงเทพมหานคร

Abstract

This research aims to compare tenant satisfaction on apartment rental services in Chatuchak District, Bangkok, classified by decision-making behaviour, and to study service quality factors affecting tenant satisfaction on apartment rental services. The study employs a quantitative research methodology, with the sample group consisting of individuals currently renting apartments in



Chatuchak District for a minimum rental period of six months. Using Cochran's formula, the sample size was calculated to be 384 participants. The research instrument utilized was a questionnaire, and data collection was conducted through online questionnaires. The statistical methods used for data analysis include descriptive statistics such as percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics using One-Way ANOVA and Multiple Regression Analysis. The research results showed that the service quality factor in terms of assurance was the most important and tenants' satisfaction varied significantly based on rental decision-making behaviour factors such as rental duration, average monthly rental price for accommodation, purpose of renting, sources of information, influential individuals, and number of tenants at the 0.05 level. Service quality factors, including tangibility, reliability, assurance, and empathy, had a statistically significant impact on customer satisfaction at the 0.05 level. The results of this research can be applied to improve service quality in the apartment rental business.

Keywords: Service Quality Factors, Apartment Rental Services, Chatuchak District, Bangkok

บทนำ

การศึกษาเกี่ยวกับที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่า มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากที่พักอาศัยเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยเฉพาะในเขตเมืองใหญ่ที่มีความหนาแน่นของประชากรสูง เช่น กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการศึกษา การมีที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมสามารถส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนได้อย่างมาก (ภวิศณัฐ ปฐมเจริญสุขชัย, 2554) ในประเทศไทย นโยบายด้านที่อยู่อาศัยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงที่พักอาศัยได้อย่างมีคุณภาพ โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานครซึ่งมีปัญหามลพิษแออัดและความเหลื่อมล้ำด้านการเข้าถึงที่อยู่อาศัย (ศูนย์ข้อมูลที่อยู่อาศัยแห่งชาติ, 2562) อพาร์ทเมนต์ให้เช่าเป็นทางเลือกที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้คนในสังคมเมือง โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการความยืดหยุ่นในการอยู่อาศัย (พรพิมล ปฐมศักดิ์, 2567) เขตจตุจักรเป็นพื้นที่ยอดนิยมที่มีการคั่นหาเช่ามากที่สุดในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่อยู่อาศัยของคนไทยและชาวต่างชาติ เพราะเพียบพร้อมไปด้วยสาธารณูปโภคที่ครบครัน การคมนาคมสะดวกสบาย ใกล้ห้างสรรพสินค้า ย่านธุรกิจ เป็นต้น จึงทำให้ปัจจุบัน “ย่านจตุจักร” กลายเป็นแหล่งรวมคอนโดมิเนียมระดับกลางจนถึงระดับไฮเอนด์ เต็มไปด้วยชาวไทยและชาวต่างชาติ เหมาะทั้งการอยู่อาศัยและค้ำค่าแก่การลงทุน (ต่อทอง ทองหล่อ, 2564)

ปัจจุบัน ตลาดอพาร์ทเมนต์ให้เช่าประสบกับการแข่งขันที่รุนแรง โดยมีจำนวนห้องเช่ามากกว่าความต้องการ และในบางพื้นที่ผู้ประกอบการปล่อยห้องเช่า เริ่มเผชิญกับปัญหาในเรื่องของจำนวนห้องเช่าที่มีจำนวนมากกว่าความต้องการเช่า ผู้ประกอบการอาจจะต้องเผชิญกับสถานการณ์ของห้องว่างได้เช่นกัน ทำให้ต้องปรับกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อดึงดูดผู้เช่า โดยเฉพาะราคาที่มีการแข่งขันเข้มข้น หรือการปรับลดต้นทุนการบริหารงานต่าง ๆ จากความต้องการของผู้บริโภคที่ยังมีอยู่ทำให้ผู้ประกอบการอพาร์ทเมนต์ มีจำนวนเพิ่มขึ้นตามด้วย จึงทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเองเพื่อจะแย่งส่วนแบ่งการตลาด และมีคู่แข่งจากธุรกิจปล่อยเช่าคอนโดมิเนียม ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกัน คุณภาพการบริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างและความพึงพอใจของผู้เช่า แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ เช่น SERVQUAL Model (Parasuraman, A. et al., 1985) ในรูปแบบจำลองของคุณภาพบริการ ซึ่งได้ระบุถึง 5 มิติของคุณภาพการบริการ (ความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การเข้าใจและเข้าถึงลูกค้า) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่า มีงานวิจัยหลายชิ้น (สุชาญ์ริณี เกียรติรัตนกร, 2566); (ภูมิริน จงรักษ์, 2564); (สิริวิญญ์ ปิ่นคำ และคน, 2566)

ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้เช่าที่พักอาศัยให้เช่า ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการปรับปรุงคุณภาพบริการในธุรกิจนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในเขตจตุจักร ประกอบด้วย ทั้งชายและหญิง ที่มีอายุระหว่าง 18 ปีขึ้นไป และมีระยะเวลาในการเช่าพักอาศัย 6 เดือนขึ้นไป ที่เลือกอาศัยอยู่ในพื้นที่นี้เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกและการคมนาคมที่สะดวกสบาย อย่างไรก็ตาม ผู้เช่าหลายคนยังคงเผชิญกับปัญหาคุณภาพบริการที่ไม่สอดคล้องกับราคาที่จ่ายไป ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม (เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร, 2550) ตัวอย่างเช่น ผู้เช่าบางคน พบว่าค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเช่าหรือค่าบริการ เพิ่มขึ้นโดยไม่มีการปรับปรุงคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการ เช่น การเพิ่มค่าที่จอดรถโดยไม่มีทางเลือก หรือการเพิ่มค่าเช่าโดยไม่มีเหตุผลที่สมเหตุสมผล ส่งผลให้เกิดความรู้สึกว่าถูกเอาเปรียบ (Ibrahim, A. & Heikal, J., 2024)

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว จึงสนใจในการทำวิจัย เรื่อง ปัจจัยคุณภาพด้านการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ของผู้เช่า จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจเช่า และศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าอยู่ใน อพาร์ทเมนต์ โดยเฉพาะด้านคุณภาพการบริการ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เช่าได้มากขึ้น นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่าให้มีความยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ของผู้เช่าในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจเช่า
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าอยู่ใน อพาร์ทเมนต์ของผู้เช่าในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เช่าพักอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักรที่มีอายุระหว่าง 18 ปีขึ้นไป และมีระยะเวลาในการเช่าพักอาศัย 6 เดือนขึ้นไป ใช้สูตรคำนวณของคอคแรน (Cochran, W. G., 1977) เพื่อทำการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ ร้อยละ 5 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องใช้ในการวิจัย จะต้องไม่น้อยกว่า 384 คน ด้วยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการสำรวจแบบออนไลน์ (Online Survey) โดยรายละเอียดของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองคุณสมบัติผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจเช่า ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจของการเช่าพักอพาร์ทเมนต์ ซึ่งแบบสอบถามส่วนที่ 4 และ 5 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธี Likert Scales การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารธุรกิจ จำนวน 3 ท่าน ด้วยการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) สรุปได้ค่า IOC ทั้งฉบับเท่ากับ 0.92 จากนั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการแก้ไข



จากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ได้แก่ กลุ่มผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ จำนวน 50 ชุด ซึ่งเป็นปริมาณการทดลองให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Engel, R. J. & Schutt, R. K., 2005) Try-out จำนวน 50 ชุดในเดือนสิงหาคม 2567 แล้วจึงดำเนินการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ใช้การวิเคราะห์ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาด้วยวิธีของครอนแบค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติทางสังคมศาสตร์ ได้ค่า 0.875

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามออนไลน์จัดทำด้วย Google Forms การส่งและรับแบบสอบถามดำเนินการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น อีเมล ลิงก์แชร์ หรือ QR Code ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกันยายน - เดือนตุลาคม 2567 กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้เช่าพักอาศัยในอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร ที่มีอายุระหว่าง 18 ปีขึ้นไป และมีระยะเวลาในการเช่าพักอาศัยไม่น้อยกว่า 6 เดือน ผู้วิจัยตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถาม เช่น ความครบถ้วนของคำตอบ และความถูกต้องของข้อมูล เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้ใช้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับทดสอบสมมติฐานที่ 1: เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ของผู้เช่าในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจเช่า ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) กลุ่มตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 95 สำหรับทดสอบสมมติฐานที่ 2: ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าอยู่ในอพาร์ทเมนต์ของผู้เช่าในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าอยู่ในอพาร์ทเมนต์ของผู้เช่าในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.9 อายุ 18 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.0 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 85.9 ส่วนใหญ่ทำอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 62.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.8

2. พฤติกรรมในการเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมในการเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นระยะเวลาในการเช่า มากกว่า 3 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45.3 ราคาเช่าที่พักต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.3 ทำเลที่ตั้งสะดวกแก่การเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 50.8 ตัวเองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พัก คิดเป็นร้อยละ 51.6 ส่วนใหญ่จำนวนสมาชิกที่พักอาศัยอยู่เท่าเดียวกัน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 78.1

3. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการในภาพรวม

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.43	0.42	มากที่สุด
ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	4.37	0.44	มากที่สุด
การตอบสนองต่อลูกค้า	4.48	0.36	มากที่สุด

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการในภาพรวม (ต่อ)

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.31	0.35	มากที่สุด
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.43	0.43	มากที่สุด
รวม	4.41	0.20	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ โดยรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดอันดับแรก มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.36) รองลงมา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.42) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.43) ความน่าเชื่อถือใน การให้บริการ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.44) และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.35) ตามลำดับ

4. ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภท อพาร์ทเมนต์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการอพาร์ทเมนต์ที่ท่านเช่าอยู่ในปัจจุบัน	4.35	0.58	มากที่สุด
2. ท่านมีความพึงพอใจในทำเลที่ตั้งของบริการอพาร์ทเมนต์ที่ท่านเช่าอยู่ในปัจจุบัน	4.46	0.49	มากที่สุด
3. ท่านมีความพึงพอใจในความปลอดภัย สุขภาวะบริการ อพาร์ทเมนต์ที่ท่านเช่าอยู่ในปัจจุบัน	4.50	0.57	มากที่สุด
4. ท่านมีความพึงพอใจสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันของบริการอพาร์ทเมนต์ที่ท่านเช่าอยู่ในปัจจุบัน	4.38	0.57	มากที่สุด
5. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจในการบริการอพาร์ทเมนต์ในปัจจุบัน	4.44	0.50	มากที่สุด
รวม	4.43	0.40	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทบริการอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านมีความพึงพอใจในความปลอดภัย สุขภาวะของอพาร์ทเมนต์ที่ท่านเช่าอยู่ในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดอันดับแรก ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.57) รองลงมา ท่านมีความพึงพอใจในทำเลที่ตั้งของ อพาร์ทเมนต์ที่ท่านเช่าอยู่ในปัจจุบัน ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.49) โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจในการเช่าอพาร์ทเมนต์ในปัจจุบัน ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.50) ท่านมีความพึงพอใจสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันของอพาร์ทเมนต์ที่ท่านเช่าอยู่ในปัจจุบัน ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.57) และท่านมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ของอพาร์ทเมนต์ที่ท่านเช่าอยู่ในปัจจุบัน ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ



5. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ของผู้เช่าในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจเช่า ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ระยะเวลาในการเช่า ราคาเช่าที่พักโดยเฉลี่ย วัตถุประสงค์ในการเช่า แหล่งการหาข้อมูลบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่า และจำนวนผู้เช่า ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของการเช่าพักอาศัยอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจของการเช่าพักอาศัยอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร

ตัวพยากรณ์	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	0.806	0.355		2.268	0.024
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	0.194	0.044	0.202	4.367	0.000*
ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	0.070	0.070	0.076	1.314	0.000*
การตอบสนองต่อลูกค้า	0.598	0.047	0.538	12.793	0.190
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	0.303	0.051	0.267	5.937	0.000*
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	0.208	0.039	0.223	5.345	0.000*
R = 0.667 R ² = 0.446 S.E. = 0.438 F = 60.747 Sig. = 0.000					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็น ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (B = 0.303) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (B = 0.208) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (B = 0.194) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (B = 0.070) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (B = 0.598) ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร และปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร ทุกด้านที่นำมาวิเคราะห์สามารถอธิบายความผันแปรต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 44.6

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าอยู่ในอพาร์ทเมนต์ของผู้เช่าในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 18 - 30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 - 30,000 บาท 2) พฤติกรรมในการเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ ส่วนใหญ่ได้เช่ามากกว่า 3 ปี ราคาเช่าที่พักต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ทำเลที่ตั้งสะดวกแก่การเดินทาง ตัวเองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่า สมาชิกที่พักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน 1 คน 3) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน การตอบสนองต่อลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ตามลำดับ

4) ความพึงพอใจในการใช้บริการ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความพึงพอใจในความปลอดภัย สุขภาวะ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมา มีความพึงพอใจในทำเลที่ตั้งในการเช่า โดยรวมมีความพึงพอใจในการเช่าอพาร์ทเมนต์ในปัจจุบัน สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ อภิปรายได้ว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการจากผู้ให้เช่าที่น่าเสนอคุณค่าสูงสุดที่ผู้บริโภครับรู้คุณค่าด้านการบริการที่ผู้บริโภคพึงพอใจ จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ การสร้างความจงรักภักดีที่ลูกค้ามีให้กับองค์กรเป็นหัวใจสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จมาจากจำนวนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีขนาดใหญ่และการรักษาลูกค้าให้เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ การส่งมอบคุณค่าที่ดีให้กับผู้บริโภค คือ ความปรารถนาของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการที่บริษัทสร้างและส่งมอบเพื่อให้เกิดคุณค่าสูงสุดแก่ผู้บริโภค และผลิตภัณฑ์หรือบริการที่บริษัทนำเสนอต่อลูกค้าก็ควรประกอบขึ้นมาจากคุณค่าเหล่านี้ ได้แก่ คุณค่าทางด้านราคา คุณภาพของสินค้าหรือบริการ ความพร้อมใช้งาน ความหลากหลาย ความสามารถหลัก ความสามารถเสริม การบริการ เครือข่ายความร่วมมือ และผู้ให้เช่าและคุณภาพบริการส่งมอบให้ตามคุณลักษณะที่กล่าวมาข้างต้นจะสามารถสร้าง “ความได้เปรียบในการแข่งขัน” กับคู่แข่งในตลาดได้ ความแข็งแกร่ง ความน่าเชื่อถือของสินค้าและบริการที่องค์กรนั้นสร้างขึ้นจนเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในการมอบสิ่งที่คุณค่าต้องการได้นั้นมีคุณลักษณะสำคัญสองประการ นั่นคือ คุณค่าทางด้านราคาและคุณภาพ การหาสมดุลที่ถูกต้องระหว่างสองคุณลักษณะนี้ได้ก็จะสามารถนำผลิตภัณฑ์นั้น ๆ สู่ความสำเร็จได้และ 5) ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ของผู้เช่าในเขตพื้นที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจเช่า ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ระยะเวลาในการเช่า ราคาเช่าที่ปักโดยเฉลี่ย วัตถุประสงค์ใน การเช่า แหล่งการหาข้อมูล บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่า และจำนวนผู้เช่า ที่แตกต่างกันมีผลต่อความ พึงพอใจของการเช่าพักอาศัยอพาร์ทเมนต์ในพื้นที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สงกรานต์ คงเพชร ที่พบว่า ผู้ที่เช่าอพาร์ทเมนต์ส่วนใหญ่จะเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ใกล้สถานีรถไฟฟ้า (BTS, MRT) ใกล้แหล่งชุมชน ต้องการที่พักอาศัยอยู่ในระดับราคาที่สูงมาก และจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอพาร์ทเมนต์ด้วยตนเอง (สงกรานต์ คงเพชร, 2553) และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ มีผลต่อความพึงพอใจของการเช่าพักอาศัยอพาร์ทเมนต์ ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ คุณภาพการบริการด้านต่าง ๆ ได้แก่ การให้ความเชื่อมั่น การรู้จักและเข้าใจ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ และปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ ทุกด้านที่นำมาวิเคราะห์สามารถอธิบายความผันแปรต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ ได้ร้อยละ 44.6 อภิปรายได้ว่า คุณภาพการให้บริการ โดยมีแบบจำลอง SERVQUAL ใช้เป็นแนวทางในการประเมิน ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับพนักงานให้บริการให้ความสำคัญกับลูกค้า การใช้คำพูดเชิงบวกด้วยความสุภาพนุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี อาจเป็นเพราะว่า ความสุภาพอ่อนโยนนั่น



มักจะเป็นสิ่งที่คนหลายคนต้องการ และความสุภาพนั้นยังแสดงถึงการตั้งใจในการบริการ และการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจ และสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้า สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดี และการสร้างความจงรักภักดีของผู้บริโภค การส่งมอบคุณค่าที่ดีให้กับผู้บริโภคเพื่อรักษาลูกค้าและเพิ่มความสำเร็จในธุรกิจ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า เป็นสิ่งที่ผู้เข้าใช้บริการได้รับประสบการณ์มีการประเมินตามความคาดหวังเปรียบเทียบกับรูปธรรมที่ได้รับบริการ ได้แก่ มีรูปแบบของห้องพักมีการตกแต่ง ปรับปรุงให้สวยงาม มีป้ายชี้แจงข้อมูลต่าง ๆ ที่ชัดเจน เช่น ป้ายติดต่อสอบถามพร้อมแจ้งเบอร์ติดต่อ ป้ายบอกวัน - เวลาทำงานของพนักงาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลาง ที่สุดภายในห้องพักมีเฟอร์นิเจอร์ (ตู้ เตียง โต๊ะเครื่องแป้ง) และสภาพแวดล้อมโดยรอบของอพาร์ทเมนต์สะอาด เรียบร้อย สอดคล้องกับการศึกษาของ จิรายุทธ์ สกุลเลิศมงคล และศักดิ์ชาย จันทรเรือง ที่ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพการให้บริการ การรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความไว้วางใจในการเช่าอพาร์ทเมนต์ จากการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการ มีความสำคัญต่อการรับรู้ของผู้ที่ใช้บริการเช่าอพาร์ทเมนต์ ซึ่งพบว่า ผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ในเขต จังหวัดชลบุรี มีการรับรู้คุณภาพในการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (จิรายุทธ์ สกุลเลิศมงคล และศักดิ์ชาย จันทรเรือง, 2561) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรมน เชื้อนาคะ ได้ทำการศึกษา เรื่องคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า พบว่า เมื่อคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจของผู้รับบริการเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง (พัชรมน เชื้อนาคะ, 2560)

2. ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ พบว่า มีการคิดคำนวณค่าเช่ารายเดือนถูกต้อง ไม่ผิดพลาด มีการให้บริการต่าง ๆ ได้ตามที่สัญญาเข้าได้รับไว้ การแจ้งรายละเอียดข้อมูลค่าใช้จ่ายในใบเรียกเก็บเงิน มีการเก็บค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำ ค่าไฟ ตามสัญญาเช่า และมีข้อมูลกฎระเบียบของอพาร์ทเมนต์ชัดเจนในสัญญาเช่าโดยอยู่ระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งทิพย์ นิลพัท ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โรงพยาบาลเปาโลรังสิต พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงพยาบาลเปาโลรังสิต ด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจเพิ่มขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (รุ่งทิพย์ นิลพัท, 2561)

3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พบว่า พนักงานมีความกระตือรือร้นในการตอบข้อซักถาม และให้ข้อมูลต่อผู้เช่า พนักงานมีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา พนักงานให้ความช่วยเหลือผู้เช่าได้ถูกต้องตรงตามความต้องการ พนักงานมีการแจ้งขั้นตอนและระยะเวลาในการช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้ผู้เช่ารับทราบ และพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ผู้เช่าได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yousapronpaiboon, K. & Johnson, W. C. ที่ได้ศึกษาเรื่อง การวัดคุณภาพบริการผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาลของประเทศไทย พบว่า คุณภาพการบริการ มีประสิทธิภาพมากเพียงพอในการเชื่อมโยงกับความสัมพันธ์ในการประเมินคุณภาพโดยจะส่งผลไปถึงความจงรักภักดีและความพึงพอใจในการใช้บริการ สร้างให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำและบอกต่อแก่บุคคลภายนอกให้เข้ามาใช้บริการ (Yousapronpaiboon, K. & Johnson, W. C., 2013)

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า พบว่า พนักงานมีการให้บริการต่อผู้เช่าอย่างเท่าเทียม พนักงานมีความสามารถในการรับเรื่องปัญหาต่าง ๆ เพื่อเตรียมการแก้ไขได้อย่างครบถ้วน ถูกต้อง ผู้เช่าสามารถเข้าถึงและติดต่อพนักงานของอพาร์ทเมนต์ได้โดยง่าย พนักงานมีกิริยามารยาทที่สุภาพและเป็นมิตร และพนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลที่ถูกต้องต่อผู้เช่า สอดคล้องกับการศึกษาของ ภูมิริน จงรักษ์ ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าอยู่ต่อในอพาร์ทเมนต์เดิมของผู้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ในมิติของการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าและมีมาตรการรู้จัก

และเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจ ในการเช่าอยู่ตึกในอพาร์ทเมนต์เดิมของผู้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 และ คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจและเชื่อถือ นับว่าเป็น ด้านที่มียอดประกอบสำคัญต่อความเห็นของลูกค้าต่อคุณภาพบริการ เพราะประกอบจากปัจจัยหลายด้านรวมกัน ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นได้ว่าผู้ให้บริการ มีทักษะ มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ มีอัธยาศัยไมตรี มีความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีการแต่งกายที่สุภาพเหมาะสม มีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ ไว้วางใจได้ และได้รับความปลอดภัยในการพักอาศัย ทั้งร่างกาย ทรัพย์สิน เหล่านี้ถือเป็นคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิภาพ (ภุมริน จงรักษ์, 2564)

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า พบว่า พนักงานของอพาร์ทเมนต์พุดจาสุทธาน มนุษย์สัมพันธ์ดี พนักงานมีความเข้าใจสิ่งที่ลูกค้าต้องการ พนักงานมีการดูแลพื้นที่ส่วนกลางให้ผู้เช่าสามารถใช้งานได้เสมอ อพาร์ทเมนต์ที่เช่าอยู่มีการปรับปรุงหรือแก้ไขตามความต้องการของผู้เช่าได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉายาลักษณ์ ศรีจะบก ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการเข้าใจและการรู้จัก ผู้รับบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ ข้าราชการสหกรณ์ (ฉายาลักษณ์ ศรีจะบก, 2561)

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าอยู่ในอพาร์ทเมนต์ของผู้เช่าในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไป 2) พฤติกรรมการเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ 3) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 4) ความพึงพอใจในการใช้บริการ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการจากผู้ให้เช่าที่น่าเสนอคุณค่าสูงสุดที่ผู้บริโภครับรู้คุณค่าด้านการบริการที่ผู้บริโภคพึงพอใจจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ การสร้างความจงรักภักดีที่ลูกค้ามีให้กับองค์กรเป็นหัวใจสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และ 5) การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจเช่า ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ระยะเวลาในการเช่า ราคาเช่าที่พักโดยเฉลี่ย วัตถุประสงค์ในการเช่า แหล่งการหาข้อมูล บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่า และจำนวนผู้เช่า ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของการเช่าพักอาศัยอพาร์ทเมนต์ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจของการเช่าพักอาศัยอพาร์ทเมนต์ ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ คุณภาพการบริการด้านต่าง ๆ ได้แก่ การให้ความเชื่อมั่น การรู้จักและเข้าใจ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ และปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ ทุกด้านที่นำมาวิเคราะห์สามารถอธิบายความผันแปรต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ นอกจากนี้ พฤติกรรมการตัดสินใจเช่าที่แตกต่างกันก็ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าด้วยเช่นกัน จึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ 1) การศึกษาพฤติกรรมการเช่าพักอาศัยอพาร์ทเมนต์ในครั้งต่อไปควรใช้ช่องทางทางการตลาดแบบใหม่ เช่น การตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ที่สามารถลดค่าใช้จ่ายให้กับอพาร์ทเมนต์ เนื่องจากการส่งเสริมการตลาดโดยโฆษณาสินค้าหรือธุรกิจผ่านสื่อออนไลน์มีต้นทุนต่ำกว่าการโฆษณาผ่านสื่อทั่วไป อีกทั้งการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและหลากหลาย หรือแม้กระทั่งเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เฉพาะเจาะจงก็ได้เช่นกัน 2) การเพิ่มเติม



การปรับปรุงการบริหารโครงการและผลตอบแทนจากการลงทุนในธุรกิจห้องเช่าประเภทอพาร์ทเมนต์ให้เหมาะสมต่อสถานการณ์

เอกสารอ้างอิง

- จิรายุทธ์ สกกุลเลิศมงคล และศักดิ์ชาย จันทร์เรือง. (2561). การรับรู้คุณภาพการให้บริการ การรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความไว้วางใจในการเช่าอพาร์ทเมนต์. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฉายาลักษณ์ ศรีจะบก. (2561). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิก สหกรณ์ ข้าวราซการ สหกรณ์ จำกัด. ใน สารนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ต่อทอง ทองหล่อ. (2564). ส่องศักยภาพที่กำลังจะเปลี่ยนไปของย่านจตุจักร ศูนย์กลางการเดินทางแห่งใหม่ แหล่งช้อปปิ้งใกล้สวนจตุจักร คนเช่าอยู่สบาย ลงทุนได้สบายกระเป๋. เรียกใช้เมื่อ 10 กันยายน 2567 จาก <https://propholic.com/prop-talk/ส่องศักยภาพที่กำลังจะ/>
- พรพิมล ปฐมศักดิ์. (2567). ซื้อบ้าน หรือ เช่าบ้าน ทางเลือกไหนดีกว่า? เรียกใช้เมื่อ 2 กันยายน 2567 จาก <https://www.set.or.th/th/education-research/education/happymoney/knowledge/article/116-tsi-buy-vs-rent-house-factors>
- พัชรมน เชื้อนาคะ. (2560). คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า. ใน สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภวิศณัฐ ปฐมเจริญสุขชัย. (2554). แผนธุรกิจ Service Apartment เดอะพีคเรนเทล. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภุมริน จงรักษ์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าอยู่ต่อในอพาร์ทเมนต์เดิมของผู้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19. ใน สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศูนย์ข้อมูลที่อยู่อาศัยแห่งชาติ. (2562). แผนพัฒนาที่อยู่อาศัยกรุงเทพมหานคร และแผนปฏิบัติการด้านที่อยู่อาศัยกรุงเทพมหานคร. เรียกใช้เมื่อ 22 สิงหาคม 2567 จาก https://webportal.bangkok.go.th/public/user_files_editor/103/SorSorchor/plan.pdf
- สงกรานต์ คงเพชร. (2553). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สิริวิญญู ปิ่นคำ และคณ. (2566). อิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อความภักดีของลูกค้าธุรกิจหอพักในจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 14(1), 215-229.
- สุชาญ์ริณี เกียรติรัตนกร. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีในการเช่าอพาร์ทเมนต์ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี อำเภอเมืองนนทบุรี. ใน สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร. (2550). Gen Y จับให้มันค้นให้เวิร์ค. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพฯธุรกิจ บิซบุ๊ก.

- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Engel, R. J. & Schutt, R. K. (2005). *The Practice of Research in Social Work*. (4th ed.). Bangkok: Publications SAGE.
- Ibrahim, A. & Heikal, J. (2024). The Impact of Quality and Cost on Tenant Satisfaction and Loyalty. *Jurnal Scientia*, 13(4), 1293-1301.
- Parasuraman, A. et al. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Yousapronpaiboon, K. & Johnson, W. C. (2013). Measuring hospital out-patient service quality in Thailand. *Leadership in Health Services*, 26(4), 338-355.