



ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์
ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
FACTORS INFLUENCING THE MANAGEMENT SATISFACTION IN A PROPERTY
MANAGEMENT COMPANY IN A RESIDENTIAL BUILDING PROJECT
IN BANGKOK METROPOLIS AND VICINITY

วรางคณา กรสิริภักกุล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2564

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ซัน เมเนจเม้นท์
ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

FACTORS INFLUENCING THE MANAGEMENT SATISFACTION IN A PROPERTY
MANAGEMENT COMPANY IN A RESIDENTIAL BUILDING PROJECT
IN BANGKOK METROPOLIS AND VICINITY



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(Business Administration(Management))
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University

2021

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือฟิรเมอร์ดี เมเนจเม้นท์

ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ของ

วรางคณา กรสิริภักกุล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลเชษฐ มงคล) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชื่นสุมล นუნนาค)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ธิดิฉันนุช ชาญโกศล)

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ผู้วิจัย	วรางคณา กรสิริภักกุล
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กุลเชษฐ มงคล

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกับปัจจัยส่วนบุคคล 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผู้พักอาศัยโครงการอาคารชุดที่พักอาศัย จำนวน 390 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ t-test f-test และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้พักอาศัยที่เพศต่างกันมีความพึงพอใจด้านงบประมาณที่แตกต่างกัน ผู้พักอาศัยอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านบริหารงบประมาณ ด้านอำนวยความสะดวก ด้านบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน 2) ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคคลทำนายความพึงพอใจความพึงพอใจด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ได้ร้อยละ 28.50 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านกระบวนการทำนายความพึงพอใจด้านบริหารงบประมาณ ได้ร้อยละ 28.40 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการทำนายความพึงพอใจด้านอำนวยความสะดวกได้ร้อยละ 26.70 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการทำนายความพึงพอใจด้านบริหารสิ่งแวดล้อม ได้ร้อยละ 20.10 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการทำนายความพึงพอใจด้านความปลอดภัยได้ร้อยละ 24.20 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติทำนายความพึงพอใจด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ได้ร้อยละ 26.50 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติทำนายความพึงพอใจด้านบริหารงบประมาณ ได้ร้อยละ 16.80 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งานทำนายความพึงพอใจด้านอำนวยความสะดวก ได้ร้อยละ 24.10 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งานทำนายความพึงพอใจด้านบริหารสิ่งแวดล้อม ได้ร้อยละ 42.50 และ การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติทำนายความพึงพอใจด้านความปลอดภัย ได้ร้อยละ 20.60

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี, ความพึงพอใจ, การบริหารจัดการ, ส่วนประสมทางการตลาด

Title FACTORS INFLUENCING THE MANAGEMENT SATISFACTION IN A
PROPERTY MANAGEMENT COMPANY IN A RESIDENTIAL BUILDING
PROJECT
IN BANGKOK METROPOLIS AND VICINITY

Author WARANGKANA KORNSIRIPAKAKUL

Degree MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Academic Year 2021

Thesis Advisor Assistant Professor Dr. Kulachet Mongkol

This aims of this research are: (1) to study satisfaction with property management companies of condominiums in the Bangkok metropolitan area and personal factors; (2) to study the influence of marketing mixes and technology acceptance influencing satisfaction with property management companies of condominiums in the Bangkok metropolitan area by using a questionnaire to collect the data from 390 condominium residents in the Bangkok metropolitan area. The statistics for data analysis were t-test, f-test, and multiple regression. The study results revealed that: (1) the gender of the residents had different satisfaction levels for budget management. The occupations of the residents influenced their satisfaction levels with common property management, budget management, convenience, environmental management, and security at a statistically significant level of 0.01, but age, education level and average income had no difference in terms of satisfaction; (2) the marketing mixes included product, price, people, forecast management satisfaction of common property management was 28.50%, the marketing mixes including price, person, process forecast management and satisfaction with convenience was 26.70%, the marketing mixes including price, place, process forecast management and environmental satisfaction management was 20.10%, and the marketing mixes including product, price, process forecast management, and satisfaction with security was 24.20%. For technology acceptance, attitude and ease of use were factors for forecast management satisfaction of property management at 26.50%. Technology acceptance, ease of use and attitude were factors of forecast management satisfaction on budget management was 16.80%. Technology acceptance for benefits and ease of use were factors for forecast management satisfaction and convenience at 24.10%. Technology acceptance for benefit and ease of use were factors for forecast management satisfaction with environmental management at 42.50%. Technology acceptance in terms of ease of use and attitude were factors that forecast management satisfaction with security at 20.60% percent.

Keyword : Marketing Mix, Technology acceptance, Satisfaction, Management

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลเชษฐ์ มงคล ที่ปรึกษาหลัก ผู้ให้คำปรึกษาชี้แนะ ตลอดจนตรวจตรา แก้ไข และติดตามความคืบหน้า มอบความกรุณาเอาใจใส่ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วง และขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชื่นสมุล บุญนาค รองศาสตราจารย์ ดร.ธิตินันท์ ชาญโกศล และอาจารย์ ดร.ณัฐพัชร มณีโรจน์ ที่ให้ความกรุณาเป็นคณะกรรมการในการสอบสารนิพนธ์ในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาทำแบบสอบถามและให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ พร้อมกันนี้ขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ในหลักสูตรทุกท่าน เจ้าหน้าที่ทุกคนที่คอยอำนวยความสะดวกในการศึกษาเล่าเรียน และที่ขาดไม่ได้คือคุณปิ่นฤทัย สุธีรพงศ์ ที่ช่วยเหลือทางด้านความรู้ความเข้าใจในการทำวิจัยในครั้งนี้ รวมถึงเพื่อน ๆ ร่วมชั้นเรียนทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจให้กันและกัน พร้อมทั้งคอยเป็นที่ปรึกษาแก้ปัญหาต่าง ๆ ไปด้วยกัน ตลอดระยะเวลาในการเล่าเรียนครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัว ผู้ที่คอยเป็นกำลังใจในการศึกษาเล่าเรียน และเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้รับการศึกษาในระดับสูง และเป็นผู้ที่เป็นแบบอย่างที่ดีในการดำรงชีวิตของผู้วิจัยให้ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานและการศึกษาในครั้งนี้

วรางคณา กรสิริภักกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ต
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	6
ตัวแปรที่ศึกษา	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	9
กรอบแนวคิด	12
สมมติฐานการวิจัย.....	13
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	14
แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี	19

ความหมาย และนิยามของการยอมรับเทคโนโลยี	19
ลักษณะของการยอมรับเทคโนโลยี	20
แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model: TAM).....	21
ข้อมูลด้าน Mobile Application.....	22
ข้อมูลประวัติและที่มาของ Mobile Application	22
ประเภทของแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน.....	23
แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยโครงการอาคารชุดที่พักอาศัย	24
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการของการบริหารจัดการทรัพยากร	
กายภาพ.....	26
ความหมายของความพึงพอใจ	26
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	27
ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	27
ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ.....	27
องค์ประกอบของของความพึงพอใจในการบริการ	28
การบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
งานวิจัยในประเทศ	31
งานวิจัยต่างประเทศ.....	35
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	38
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
การจัดกระทำข้อมูล.....	45

การวิเคราะห์ข้อมูล	45
การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	45
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	46
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	53
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	54
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	55
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	119
ความมุ่งหมายของงานวิจัย	119
ความสำคัญของงานวิจัย	119
สมมติฐานในการวิจัย	120
วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า	120
การวิเคราะห์ข้อมูล	122
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	123
อภิปรายผล	134
ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากงานวิจัย	141
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป	143
บรรณานุกรม	144
ภาคผนวก.....	148
ประวัติผู้เขียน.....	159

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1	แสดงข้อมูลยอดขายของบริษัทหอสังหาริมทรัพย์ในช่วง พ.ศ.2537-2563 10 อันดับแรก	5
ตาราง 2	แสดงข้อมูลโครงการ และ จำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัย	6
ตาราง 3	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย	7
ตาราง 4	แอปพลิเคชันและคุณสมบัติเด่นสำหรับให้บริการผู้พักอาศัยจำแนกตามกลุ่มบริษัท	24
ตาราง 5	มุมมองส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุดที่อยู่อาศัย	34
ตาราง 6	แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามโครงการ	39
ตาราง 7	แสดงเกณฑ์การประเมินแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	42
ตาราง 8	แสดงเกณฑ์การประเมินแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี	43
ตาราง 9	แสดงเกณฑ์การประเมินแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริหารจัดการ	44
ตาราง 10	จำนวน ความถี่ และค่าร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
ตาราง 11	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวม	57
ตาราง 12	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	58
ตาราง 13	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทาง	59
ตาราง 14	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทาง	59
ตาราง 15	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทาง	60
ตาราง 16	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทาง	61
ตาราง 17	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทาง	61
ตาราง 18	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทาง	62
ตาราง 19	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับ	63

ตาราง 20	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับ	64
ตาราง 21	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับ	65
ตาราง 22	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับ	65
ตาราง 23	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจใน	66
ตาราง 24	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจใน	67
ตาราง 25	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจใน	67
ตาราง 26	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจใน	68
ตาราง 27	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจใน	69
ตาราง 28	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจใน	70
ตาราง 29	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ	71
ตาราง 30	ผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทหรือพ.....	72
ตาราง 31	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ	74
ตาราง 32	แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก จำแนกตามอายุ.....	75
ตาราง 33	แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี.....	75
ตาราง 34	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ	77
ตาราง 35	แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยจำแนกระดับการศึกษา.....	78
ตาราง 36	แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจ.....	78
ตาราง 37	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ	80
ตาราง 38	แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี.....	81

ตาราง 39 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ	82
ตาราง 40 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ	83
ตาราง 41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ	85
ตาราง 42 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ	86
ตาราง 43 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ	88
ตาราง 44 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ .	90
ตาราง 45 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านอำนวยความสะดวกจำเป็นรายได้	91
ตาราง 46 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี	91
ตาราง 47 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการ บริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการ บริหารจัดการทรัพย์สินกลาง	93
ตาราง 48 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจ	94
ตาราง 49 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการ	95
ตาราง 50 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจ	96
ตาราง 51 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการ	97
ตาราง 52 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจ	98
ตาราง 53 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการ	99

ตาราง 54 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจ	100
ตาราง 55 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการ	101
ตาราง 56 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจ	102
ตาราง 57 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการ	103
ตาราง 58 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจใน	104
ตาราง 59 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการ	105
ตาราง 60 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจใน	106
ตาราง 61 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการ	107
ตาราง 62 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจใน	108
ตาราง 63 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการ	109
ตาราง 64 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจใน การบริหารจัดการของบริษัทพีร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการ บริหารสิ่งแวดล้อมโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)	110
ตาราง 65 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการ	111

ตาราง 66 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจใน	112
ตาราง 67 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	113



สารบัญรูปร่างภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย 12



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบทางลบจากความเจริญของกรุงเทพมหานคร ทั้งความเจริญทางด้านคมนาคม ความเจริญทางด้านเทคโนโลยี และความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ รวมถึงการขยายตัวเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ส่งผลให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีการเติบโตขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดของอาคารชุดที่อยู่อาศัยหรือคอนโดมิเนียมที่เติบโตมากกว่าอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยประเภทอื่น ๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2559 - 2561 เป็นช่วงที่ตลาดกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมีการเติบโตอย่างมากอ้างอิงจากข้อมูลมูลค่าตลาดและยอดขายของที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในช่วงปีพ.ศ. 2559 - 2563 จัดทำโดยสายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจใหม่ บริษัทพฤษา เรียลเอสเตท จำกัด มหาชน โดยในช่วงเวลาดังกล่าวมีการเติบโตเฉลี่ยของยอดขายอยู่ที่ร้อยละ 18.74 และในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่ายอดขายรวมมากถึง 511,187 ล้านบาทซึ่งนับเป็นปีที่สูงที่สุดในรอบ 10 ปี โดยเป็นยอดขายของกลุ่มอาคารชุดที่อยู่อาศัยอยู่ที่ 293,128 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57.37 ของยอดขายที่อยู่อาศัยรวมทั้งหมด และคิดเป็นจำนวนห้องชุดอยู่ที่ 69,886 ยูนิต

จากการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดที่พักอาศัยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้จำนวนอาคารชุดประเภทที่พักอาศัยที่จดทะเบียนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีปริมาณสะสมเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี ข้อมูลจากสำนักธุรกิจอสังหาริมทรัพย์พบว่าในปีพ.ศ.2561 มีจำนวนสะสมของอาคารชุดที่จดทะเบียนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลทั้งสิ้น 2,566 อาคาร คิดเป็นจำนวนห้องชุดที่พักอาศัยจำนวน 420,166 ยูนิต และยังมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากยังมีโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยเปิดตัวในปี พ.ศ. 2562 - 2563 ที่รอจดทะเบียนอาคารชุดเมื่อโครงการดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จ

จากการเพิ่มขึ้นของโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำให้ธุรกิจกลุ่มพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ เข้ามามีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการโครงการอาคารชุดที่พักอาศัยมากขึ้น รวมทั้งมีการแข่งขันที่สูงขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของโอกาสในการสร้างรายได้จากการให้บริการบริหารจัดการโครงการที่พักอาศัยประเภทแนวตั้งหรือคอนโดมิเนียม มีผู้เล่นหน้าใหม่ที่เข้ามาแข่งขันในธุรกิจนี้มากยิ่งขึ้น รวมไปถึงบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มองเห็น

ถึงโอกาสในกลุ่มธุรกิจนี้ โดยเป็นการต่อยอดจากเดิมที่ทำหน้าที่เพียงแค่การสร้างและขายที่พักอาศัยไปสู่การบริหารจัดการที่พักอาศัยของโครงการตัวเองหลังการขายและขายไปยังโครงการที่พักอาศัยอื่น ๆ ต่อไป โดยเฉพาะในช่วงปีพ.ศ. 2563 – 2564 ที่พบว่าตลาดอสังหาริมทรัพย์ซบเซา เนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจภายในประเทศ และจากกระแสดังกล่าวของใช้หวัดจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (โควิด-19) ทำให้ตัวเลขยอดขายและการเปิดโครงการใหม่ลดลงอย่างมาก บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต่างหันมาให้ความสนใจในการแข่งขันในธุรกิจนี้และตั้งเป้าในการเพิ่มรายได้จากกลุ่มธุรกิจรีเทล เมเนจเม้นท์ให้มากยิ่งขึ้น

เนื่องจากธุรกิจในกลุ่มรีเทล เมเนจเม้นท์เป็นธุรกิจที่สามารถช่วงชิงลูกค้าได้ง่ายเนื่องจากลักษณะของสัญญาเป็นสัญญาระยะสั้น เมื่อสิ้นสุดสัญญาแล้วเจ้าของร่วมและคณะกรรมการนิติบุคคลสามารถเลือกผู้ให้บริการรายใหม่เข้ามาบริหารจัดการโครงการของตนเองได้ ส่งผลให้การพัฒนากลยุทธ์ทางด้านแข่งขันของกลุ่มธุรกิจนี้มีความสำคัญอย่างมากผู้ประกอบการต้องพัฒนากลยุทธ์เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งในการดำเนินการในด้านการให้บริการในมิติต่าง ๆ เช่น ด้านรูปแบบการให้บริการแก่เจ้าของร่วมที่ตอบโจทย์ในด้านการใช้ชีวิตอย่างครบถ้วน ราคาค่าบริการที่คุ้มค่าที่สะท้อนออกมาในรูปแบบของค่าส่วนกลาง ช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวกตลอดเวลาและทันสมัย สิทธิพิเศษจากบริการต่าง ๆ ที่สามารถจัดหามาให้ลูกค้าได้ บุคลากรที่มีความสามารถ และการจัดการด้านสภาพแวดล้อมภายในโครงการที่เหมาะสม ทั้งหมดนี้ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจด้านการบริหารจัดการที่พักอาศัย เพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับเจ้าของร่วม ส่งผลให้เจ้าของร่วมมีความรู้สึกผูกพันและอยากใช้บริการหรือต่อสัญญาต่อไป

หนึ่งในการพัฒนากลยุทธ์ที่สำคัญของบริษัทรีเทล เมเนจเม้นท์ คือการนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการบริหารจัดการโครงการที่พักอาศัย บริษัท แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ได้กล่าวว่า ปัจจุบันผู้อยู่อาศัยได้เข้าสู่ยุคของการเปลี่ยน Generation รวมถึงแรงกระตุ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ทำให้พฤติกรรมของผู้อยู่อาศัยอาคารชุดเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว บริษัทรีเทล เมเนจเม้นท์ จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางด้านบริการมุ่งสู่ความเป็นเลิศในด้าน Product & Service Value ด้วยการนำเทคโนโลยีด้านการบริหารจัดการต่าง ๆ เข้ามาช่วย เพื่อสร้างสังคมคุณภาพในทุกมิติของการอยู่อาศัย โดยตามที่ เสริชย์ โชตพานิช (2563, น. 64) ได้แบ่งประเภทของงานบริหารจัดการอาคารออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน คือ 1) กลุ่มงานบริการสนับสนุน คือ ด้านการบริหารอาคาร และงานบริการสำนักงาน 2) กลุ่มงานวิศวกรรมอาคาร ซึ่งในปัจจุบันบริษัท รีเทล เมเนจเม้นท์ ได้นำเทคโนโลยีมาใช้ใน

การบริหารจัดการงานทั้ง 2 กลุ่มให้ได้คุณภาพตามความต้องการของผู้พักอาศัยมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีด้านบริการสนับสนุนซึ่งผู้พักอาศัยเป็นผู้ใช้เทคโนโลยีกลุ่มนี้ด้วยตัวเอง เนื่องจากเป็นตัวช่วยในการอำนวยความสะดวกสบายต่าง ๆ ให้กับเจ้าของร่วมหรือผู้พักอาศัย และเป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างความพึงพอใจจากการได้รับการบริการที่สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยที่บริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ออกแบบมาเพื่ออำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แบบองค์รวม เช่น แจ้งเตือนและการจ่ายค่าน้ำ การแจ้งประกาศต่าง ๆ แจ้งเตือนการรับพัสดุ แจ้งซ่อม หรือบริการช่วยเหลืออื่น ๆ ดังนั้นในการพัฒนาแอปพลิเคชันในส่วนนี้จะต้องออกแบบให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้ง่าย มีการใช้งานสามารถสร้างประโยชน์เจ้าของร่วมได้อย่างแท้จริงซึ่งส่งผลทำให้ผู้พักอาศัยมีทัศนคติที่ดีเกิดความอยากใช้งานแอปพลิเคชันนี้ แต่ในการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยนั้นต้องใช้งบลงทุนเป็นจำนวนมาก ซึ่งบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทที่ผู้วิจัยทำงานอยู่นั้นอยู่ในช่วงของการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนพัฒนาแอปพลิเคชันนี้ โดยมีประเด็นสำคัญที่ต้องศึกษาคือแอปพลิเคชันนี้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้พักอาศัยหรือไม่ และในการออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยควรคำนึงถึงเรื่องใดบ้างในการออกแบบ เพื่อนำผลการศึกษาไปประกอบการประเมินความน่าลงทุนว่าคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาว่าเมื่อลงทุนไปแล้วแต่ไม่มีผู้พักอาศัยมาใช้งานและเป็นการลงทุนที่สูญเปล่า

จากสถานการณ์การแข่งขันที่สูงขึ้นของธุรกิจบริหารอาคาร หรือพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่า จากการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้พักอาศัยในโครงการที่พักอาศัย การพัฒนาด้านปัจจัยในการให้บริการในด้านต่าง ๆ และปัญหาจากการศึกษาความน่าลงทุนในการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยของบริษัทผู้วิจัย ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นผู้รับผิดชอบสายงานกลยุทธ์ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์แห่งหนึ่ง และมีบริษัทย่อยในการดำเนินธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและสนใจที่จะทำวิจัยในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อนำผลของการวิจัยไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอนาคต

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือฟอเรสต์ เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กับ ปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาอิทธิพล ของส่วนประสมทางการตลาดและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือฟอเรสต์ เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ด้านบริการให้กับบริษัทหรือฟอเรสต์ เมเนจเมนท์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้และพัฒนาด้านบริหารจัดการโครงการที่อยู่อาศัยประเภทอื่นๆ
3. เพื่อเป็นประโยชน์ทางด้านวิชาการโดยใช้งานวิจัยนี้เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อต่อยอดในการทำงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือฟอเรสต์ เมเนจเมนท์ ในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์อื่น ๆ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมของห้องชุดในโครงการอาคารชุดที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากโครงการห้องชุดที่พักอาศัยที่ใช้บริการบริษัทหรือฟอเรสต์ เมเนจท์เมนท์ ที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำในตลาดหลักทรัพย์ โดยพิจารณาจากยอดขายสะสม 10 อันดับแรกในรอบ 20 ปี ได้แก่ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน), บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน), บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน), บริษัท เอพี ไทยแลนด์ จำกัด มหาชน และบริษัทอนันดา ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด มหาชน

ตาราง 1 แสดงข้อมูลยอดขายของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ในช่วง พ.ศ.2537-2563 10 อันดับแรก

บริษัท	โครงการ	ยูนิตที่ขายได้	ยอดขาย (ล้านบาท)
พฤษภา	707	245,493	538,347
เอพี	298	91,749	405,697
แสนสิริ	318	97,403	392,597
แลนด์ แอน เฮาส์	283	71,744	357,135
ศุภาลัย	283	99,237	304,193
อนันดา	82	48,417	208,165
คิวเฮาส์	187	48,763	202,593
แอลพีเอ็น	140	123,532	184,588
พรีอเพอร์ตี เพอร์เฟค	138	44,044	162,613
ออร์จิน	89	38,985	120,503

ที่มา: รายงานการวิจัยบจก.เอเจนซี ฟอรั่ เรียดเอสเตท แอฟแฟร์ (พ.ศ.2564)

โดยข้อมูลของประชากรที่ใช้ในการวิจัย ใช้วิธีการคัดเลือกโครงการของแต่ละบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์จากจำนวนโครงการที่มีจำนวนยูนิตมากที่สุด เนื่องจากโครงการที่มียูนิตมากจะต้องใช้ความสามารถและความชำนาญในการบริหารจัดการ และอ้างอิงจำนวนประชากรของแต่ละโครงการที่คัดเลือกจากจำนวนยูนิตในโครงการ ซึ่งมีประชากรรวมทั้งสิ้น 16,296 คน

ตาราง 2 แสดงข้อมูลโครงการ และ จำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัย

บริษัทพัฒนา อสังหา	บริษัท หรือพเพอร์ตี เมเนจ मेंท์	โครงการกลุ่ม ตัวอย่าง	จำนวน ประชากร
เอพี	บริษัท สมาร์ท เซอร์วิส แอนด์ เมเนจमेंท์ จำกัด	ไลฟ์ อโศก-พระราม 9	2,248
แสนสิริ	บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี จำกัด	เอ็กซ์ที พญาไท	1,435
อนันดา	บริษัท เดอะ เวิร์ค จำกัด	ไอดีโอ โขกู่	1,559
ลุมพินี	บริษัท แอล พี พี พร็อพเพอร์ตี มาเนจमेंท์ จำกัด	ลุมพินี ทาวนชิป รังสิต-คลอง 1	10,074
ออร์จัน	บริษัท พรีเม เซอร์วิส โซลูชั่น จำกัด	นอตติ้งฮิลล์ สุขุมวิท-แพรงษา	980

ที่มา: รายงานการวิจัยบจก.เอเจนซี ฟอว์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ (พ.ศ.2564)

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมห้องชุดในโครงการอาคารชุดที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการสุตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน โดยมี 2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยมี 2 ขั้นตอนดังนี้

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Proportional Stratified Sampling) โดยการแบ่งตามโครงการเป็นหน่วยสุ่ม

ตาราง 3 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

โครงการกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร	ร้อยละ	กลุ่มตัวอย่าง
ไลฟ์ อโศก-พระราม 9	2,248	14%	55
เอ็กซ์ที พญาไท	1,435	9%	35
ไอดีโอ โอบุ	1,559	10%	38
ลุมพินี ทาวนชิป รังสิต-คลอง 1	10,074	62%	247
นอตติ้งฮิลล์ สุขุมวิท-แพรวกษา	980	6%	24

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic random sampling) โดยการส่งแบบสอบถามเพื่อเก็บตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกเอาไว้ตามกลุ่มไว้

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1.1 เพศ ประกอบด้วย

1) ชาย

2) หญิง

1.1.2 อายุ ประกอบด้วย

1) 20 – 25 ปี

2) 26 – 30 ปี

3) 31 – 35 ปี

4) 36 – 40 ปี

5) 41 – 45 ปี

6) 46 – 50 ปี

7) 51 ปีขึ้นไป

1.1.3 การศึกษา

1) น้อยกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) มากกว่าปริญญาตรี

1.1.4 อาชีพ

- 1) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
- 2) พนักงานบริษัทเอกชน
- 3) ธุรกิจส่วนตัว
- 4) อาชีพอิสระ
- 5) อื่น ๆ โปรดระบุ

1.1.5 รายได้

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาทต่อเดือน
- 2) 25,001 – 35,000 บาทต่อเดือน
- 3) 35,001 - 45,000 บาทต่อเดือน
- 4) 45,001 - 55,000 บาทต่อเดือน
- 5) 55,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป

1.2 ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

1.2.2 ด้านราคา (Price)

1.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

1.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1.2.5 ด้านบุคคล (People)

1.2.6 ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation)

1.2.7 ด้านกระบวนการ (Process)

1.3 การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance)

1.3.1 การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness)

1.3.2 ความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

1.3.3 ทศนคติ (Attitude)

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการ

2.1 ด้านบริหารทรัพยากรส่วนกลาง (Facility Management)

2.2 ด้านบริหารงบประมาณ (Budget Management)

2.3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Living Facility Management)

2.4 ด้านบริหารสิ่งแวดล้อม (Environment Management)

2.5 ด้านความปลอดภัย (Security and Safety)

นิตยาคมศัพท์เฉพาะ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลส่วนตัวด้านต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบไปด้วย

1.1 เพศ หมายถึง เพศชาย และเพศหญิงของผู้พักอาศัยในโครงการอาคารชุดประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.2 อายุ หมายถึง อายุตัวของของผู้พักอาศัยในโครงการอาคารชุดประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หรือเวลาที่ดำรงชีวิต อายุนับตามปฏิทิน

1.3 การศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

1.4 อาชีพ หมายถึง ประเภทการประกอบอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

1.5 เงินเดือน หมายถึง รายได้ต่อคนต่อเดือนที่ได้รับเป็นประจำในแต่ละเดือน

2. ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางด้านส่วนของการตลาดที่บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ในส่วนของบริษัทหรือพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ซึ่งเป็นธุรกิจบริการด้านการบริหารจัดการอสังหาริมทรัพย์ จะมีส่วนประสมทางการตลาดทั้งสิ้น 7 ตัวแปร โดยความหมายในแต่ละด้านดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง การให้บริการด้านการบริหารจัดการอาคารชุด

2.2 ด้านราคา หมายถึง ค่าส่วนกลาง ค่าน้ำ ที่ผู้พักอาศัยต้องจ่าย ราคาที่คณะกรรมการนิติต้องจ่าย เพื่อให้ได้มาซึ่งบริการการบริหารจัดการของ บริษัทหรือพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์

2.3 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่และรูปแบบในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้อยู่อาศัย คณะกรรมการนิติ กับ บริษัทหรือพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ เพื่อให้ได้มาซึ่งบริการต่างๆ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง สิทธิพิเศษต่างๆจากโปรแกรมการดูแลลูกค้าที่ได้จากการใช้บริการบริษัทหรือพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ รวมถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มความน่าอยู่ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

2.5 ด้านบุคคล หมายถึง พนักงานของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ที่ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการอาคารชุด

2.6 ด้านกระบวนการ หมายถึง รูปแบบกระบวนการดำเนินงานหรือวิธีการปฏิบัติงานในด้านการบริหารจัดการอาคารชุด

2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่ถูกค่าสามารถสัมผัสได้จากการให้บริการ เช่น การแต่งกายของพนักงานในโครงการ การตกแต่งสภาพแวดล้อมภายในโครงการ

3. การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การนำเอาเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้งานให้เกิดประโยชน์ต่าง ๆ และมีความเกี่ยวข้องกับทัศนคติ และการใช้งานเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยีที่มีความง่ายขึ้น

3.1 การรับรู้ถึงประโยชน์จากเทคโนโลยี หมายถึง การที่ผู้พักอาศัยรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชันของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ จัดหามาให้ผู้พักอาศัยในโครงการอาคารชุดใช้ และทำให้คุณภาพการใช้ชีวิตของลูกบ้านดีขึ้น

3.2 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน หมายถึง การที่ผู้พักอาศัยมีความรู้สึกที่แอปพลิเคชัน ที่บริษัทหรือเพอร์ตีเมเนจเม้นท์ นำมาใช้มีความง่ายในการใช้งานไม่ยุ่งยากซับซ้อนลดขั้นตอนในการบริหารจัดการและการสื่อสารเรื่องต่าง ๆ

3.3 ทัศนคติ หมายถึง การที่ผู้พักอาศัยมีความรู้สึกที่ดีต่อการใช้แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัย รู้สึกต้องการใช้แอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง รู้สึกพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน และรู้สึกเพลิดเพลินในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับลูกบ้าน

4. ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการ หมายถึง ความรู้สึกของผู้ที่พักอาศัยในโครงการอาคารชุดต่อการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์

4.1 ด้านบริหารทรัพย์สินส่วนกลาง (Facility Management) หมายถึง การบริหารจัดการพื้นที่และทรัพย์สินของส่วนที่เจ้าของร่วมเป็นเจ้าของร่วมกัน เช่น สวน, สระว่ายน้ำ อาคาร/งานระบบ

4.2 ด้านบริหารงบประมาณ (Budget Management) หมายถึง การบริหารจัดการรายรับ รายจ่าย, การเรียกเก็บค่าส่วนกลาง

4.3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Living Facility Management) หมายถึง การบริหารจัดการเรื่องการอำนวยความสะดวกต่างๆ การออกประกาศและสื่อสารในโครงการระเบียบ/ข้อบังคับ กิจกรรม

4.4 ด้านบริหารสิ่งแวดล้อม (Environment Management) หมายถึง การบริหารจัดการดูแลพื้นที่สีเขียว ความสะอาดและกลิ่น การประหยัดพลังงาน

4.5 ด้านความปลอดภัย (Security and Safety) หมายถึง การดูแลระบบ/อุปกรณ์/แสงสว่าง เจ้าหน้าที่/รปภ.

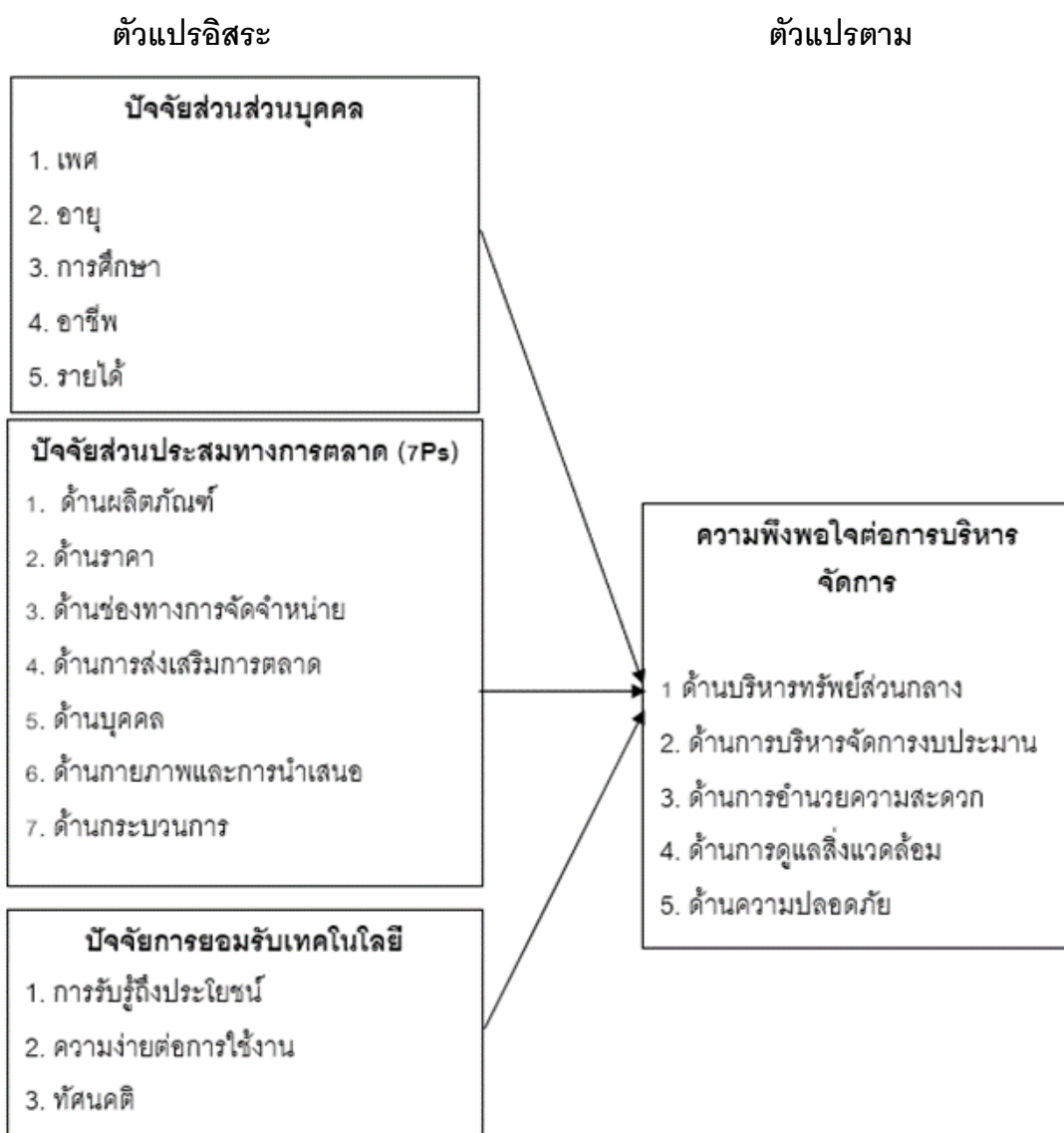
5. อาคารชุด หมายถึง อาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลาง ในงานวิจัยนี้ อาคารชุดหมายถึง อาคารชุดประเภทที่จดทะเบียนไว้เป็นที่พักอาศัยที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

6. บริษัทหรือเพอร์ซัน เมเนจเม้นท์ หมายถึง บริษัทที่ให้บริการในด้านการบริหารจัดการอาคารแบบครบวงจร ในงานวิจัยนี้จะหมายถึง บริษัทที่ให้บริการในด้านการบริหารจัดการอาคารชุดประเภทที่พักอาศัย ซึ่งโดยทั่วไปผู้พักอาศัยจะเรียกว่าบริษัทนิติบุคคล เนื่องจากเป็นบริษัทที่คณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุดเป็นผู้จัดจ้างมาให้บริการบริหารจัดการงานนิติบุคคลให้แก่ผู้พักอาศัยในโครงการ

7. ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมของโครงการ หมายถึง ผู้ที่อยู่อาศัยอยู่ในห้องชุดของโครงการ โดยรวมถึงผู้พักอาศัยที่อยู่อาศัยในฐานะผู้เช่าและเจ้าของร่วมที่เป็นทั้งผู้พักอาศัยและเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุด มีสิทธิ์ในการโหวตในที่ประชุมประจำปีของโครงการ

กรอบแนวคิด

การศึกษาในหัวข้อ “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพีร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ได้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ Philip Kotler และแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis (1989) มาเป็นกรอบในการจัดความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการได้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

2. ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

3. การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือฟิรเมอดี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะของประชากรศาสตร์
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
3. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี
4. ข้อมูลด้านแอปพลิเคชัน
5. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการในการบริหารจัดการทรัพยากร

กายภาพ

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) มีความหมายว่า ศาสตร์ของการศึกษาในเรื่องของประชากร ในภาพรวมของคำว่าประชากรศาสตร์จะมีความหมายว่า การศึกษาหรือวิชาที่เกี่ยวข้องกับประชากร (ชัยพจน์ ช่างแต่ง, 2552, น. 2)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, น. 40 – 43) ได้เขียนอธิบายว่า ตัวแปรประชากรศาสตร์ มีตัวแปรด้านอายุ เพศ สถานภาพการสมรส จำนวนคนในครอบครัว การศึกษา และรายได้ โดยประโยชน์ของการศึกษาประชากรศาสตร์จะช่วยในด้านการตลาดในส่วนของการกำหนดลูกค้าเป้าหมาย ว่ามีความรู้สึกนึกคิดอย่างไร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. อายุ (Age) เนื่องจากความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่อายุต่างกันจะมีความแตกต่างกัน ดังนั้นความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มวัยจะไม่เหมือนกัน ดังนั้นนักการตลาดจะต้องใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่กำหนดทิศทางทางการตลาดที่แตกต่างกัน

2. เพศ (Sex) นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาตัวแปรด้วยเช่นกัน เนื่องจากในตัวแปรด้านเพศนั้นมีความสำคัญในการกำหนดการแบ่งส่วนตลาดตัวแปรหนึ่ง เนื่องจากในปัจจุบันลูกค้า

ในแต่ละเพศมีความแตกต่างทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากเพศที่ต่างกัน จะมีความแตกต่างกันด้าน ความความรู้สึกนึกคิด ค่านิยมต่างๆ และด้านทัศนคติด้วย

3. สถานภาพ (Marital Status) ในส่วนของตัวแปรสถานภาพการสมรสนักการตลาด จะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือน รวมถึงสนใจในด้านการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่ทำหน้าที่ตัดสินใจในครัวเรือน โดยสถานภาพการสมรสมีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ผู้ที่โสดจะมีความคิดที่เป็นอิสระสูงกว่าคนที่แต่งงานแล้วและการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ จะสามารถตัดสินใจได้รวดเร็วกว่า

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ มีความสำคัญที่นักการตลาดให้ความสนใจเพื่อใช้ในการกำหนดกิจกรรมทางการตลาด รายได้จะเป็นสิ่งชี้วัดความสามารถในการซื้อสินค้า ในขณะที่ตัวแปรด้านการดำรงชีวิต อาชีพ การศึกษา ค่านิยม หรือรสนิยม และเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกสินค้า นักการตลาดจะให้ความสนใจระหว่างเกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์อื่นๆ เพื่อให้การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5. รูปแบบครอบครัว (Marital Status) คือตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่ใช้ศึกษาต่างๆ เช่น ลักษณะครอบครัวเดี่ยว หรือครอบครัวใหญ่หลายช่วงอายุ จะทำให้มีพฤติกรรมและการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ต่างกัน

ประมะ สตะเวทิน (2556, น. 112 - 118) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติเฉพาะตน ซึ่งไม่เหมือนกันกับแต่ละบุคคล คุณสมบัติทางด้านประชากรศาสตร์ส่งอิทธิพลต่อผู้คนในการทำการสื่อสาร การสื่อสารที่มีผู้รับสารน้อยจะมีปัญหาน้อยกว่า เพราะการวิเคราะห์บุคคลจำนวนน้อย จะวิเคราะห์ได้ทุกคนแต่การวิเคราะห์คนจำนวนมาก จะไม่สามารถทำได้เช่นนั้น วิธีการที่สามารถจัดการกับการวิเคราะห์ในกรณีที่มีผู้รับสารจำนวนเยอะคือการแยกออกเป็นกลุ่ม ตามรูปแบบของประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ สถานะภาพทางสังคม การศึกษา รายได้ เป็นต้น (กิติมา สุรสนธิ, 2558, น. 15 - 17) (กิติมา สุรสนธิ, 2541, หน้า 15-17)

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2552, น. 44 - 52) อธิบายเกี่ยวกับแนวความคิดด้านประชากรศาสตร์ว่า เป็นฤษฎีเกี่ยวกับความเป็นเหตุเป็นผลของมนุษย์จากการกระตุ้นจากภายนอกบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีพฤติกรรมที่ต่างกันด้วยซึ่งตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม ของ Defleur and BcII-Rokeah (1996) ว่า พฤติกรรมต่างๆ ของประชาชน สามารถอธิบายเป็นกลุ่ม ๆ ได้คือ บุคคลที่มีพฤติกรรมเหมือนกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นแนวคิดพื้นฐานทางการตลาด ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางให้บริการ และการส่งเสริมการตลาด องค์กรจะต้องบริหารจัดการให้มีการจัดส่วนประสมที่เหมาะสมที่สุด แต่ส่วนประสมทั้ง 4 ไม่พอสำหรับสินค้า บริการและตลาดบริการ ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับสินค้าบริการจะมีองค์ประกอบที่เพิ่มมากขึ้นจากส่วนประสมทั้ง 4

ดังนั้นในตลาดบริการจึงได้มีการกำหนดเพิ่มมาอีก 3 องค์ประกอบ (3P's) ซึ่งมีลักษณะสะท้อนถึงการบริการที่มีลักษณะเฉพาะต่างๆ ประกอบไปด้วย คน สิ่งนำเสนอทางกายภาพ และกระบวนการ (กฤษณา รัตนพฤกษ์, 2555) เพื่อกำหนดตำแหน่งของการบริการและกำหนดส่วนตลาดของธุรกิจบริการส่วนประกอบแต่ละส่วนของส่วนประสมการตลาดจะมีผลกระทบซึ่งกันและกัน ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการจะมีองค์ประกอบที่เพิ่มขึ้นมาจากส่วนประสมทางการตลาดเดิมคือ 4Ps โดยเพิ่มองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) ดังนั้นส่วนประสมการตลาดบริการจึงมีองค์ประกอบที่เพิ่มเติม (Adrian Payne, 1993)

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่เสนอขายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์อาจเป็นได้ทั้ง สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล โดยจะต้องมีประโยชน์และมีคุณค่าส่งผลให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อได้ ดังนั้นต้องมีการคำนึงถึง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และ/หรือ ความแตกต่างทางการแข่งขันพิจารณาองค์ประกอบ(คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่าง ลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ตราสินค้า ฯลฯ

รังสรรค์ เลิศในสัตย์ (2549 : หน้า 53) ได้ให้ความหมายของคำว่า บริการ เช่น ธนาคาร โรงแรม การขนส่ง ถือเป็นสินค้าที่ไม่มีรูปร่าง มีจุดมุ่งหมายของของการทำธุรกิจที่เน้นในส่วนประโยชน์ใช้สอย การบริการจะมีความแตกต่างจากสินค้าประเภทมีรูปร่างตรงสถานที่ผลิตจะเป็นทั้งสถานที่ขาย สถานที่บริโภค และเป็นการนำเสนอ ณ สถานที่กำหนดพิเศษ เวลาที่กำหนด เมื่อ นำเสนอแล้วก็จะจบสิ้น จะปรับปรุงมานำเสนอใหม่หรือคืนสินค้าไม่ได้ การทำการตลาดสินค้าประเภทบริการจึงเน้นไปในด้านการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าที่มีต่อผู้ขาย เมื่อได้รับความมั่นใจจากผู้ซื้อครั้งหนึ่งแล้วก็จะจบสิ้น จะปรับปรุงมานำเสนอใหม่หรือคืนสินค้าไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน เป็นรายได้ ส่วนประสมทางในด้านราคานี้จะความยืดหยุ่นมากที่สุด เนื่องจากสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ถึงจะมีปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับราคาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้ามากขึ้น แต่ราคายังจัดเป็นปัจจัยสำคัญต่อผลกำไรของภาคธุรกิจ

รังสรรค์ เลิศในสัจย์ (2557, น. 71) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตั้งราคามีรูปแบบและวิธีการต่างๆ มากมาย ทั้งขึ้นอยู่กับลักษณะของอุตสาหกรรม ประเภทสินค้า รวมถึงการที่ช่องทางการจัดจำหน่ายของแต่ละตลาดที่ไม่เท่ากันทำให้รูปแบบการตั้งราคาแตกต่างกัน หรือถ้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายมากการตั้งราคาจะต้องเผื่อค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ด้วย

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การสื่อสารเพื่อโฆษณา สินค้า/ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือบริการและเป็นไปตามวัตถุประสงค์

สุดดวง เรืองรุจิระ (2553, น. 266) ได้กล่าวไว้ว่า การส่งเสริมทางการตลาดเป็นการทำให้กลุ่มลูกค้ารู้จักและเกิดความสนใจในตัวสินค้า ดังนั้นนักการตลาดต้องหาวิธีการติดต่อสื่อสารที่ก่อให้เกิดความน่าสนใจตัวสินค้าจากลูกค้า โดยความสนใจที่เกิดจากลูกค้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาสาระในสารที่สื่อไปเพียงอย่างเดียว ยังมีแหล่งข่าวสารที่เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้กลุ่มลูกค้าเกิดความสนใจด้วยนอกจากนั้น ในส่วนของผู้รับข่าวสาร บุคคลแต่ละคนมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน และมีการแปลความหมายแตกต่างกันด้วย

4. ด้านสถานที่ (Place) หมายถึง สุดดวง เรืองรุจิระ (2553, น. 205 - 206) กล่าวว่า แม้ว่าจะมีสินค้าดีเท่าไรก็ตาม สินค้านั้นจะมีประโยชน์ต่อคนกลุ่มน้อยเท่านั้นถ้าผู้ผลิตไม่ทราบว่าสินค้าที่ผลิตขึ้นมาจะไปขายที่ไหน การอธิบายถึงช่องทางและสถานที่การจัดจำหน่ายจึงเป็นเรื่องของกิจกรรมและองค์กรที่สร้างประโยชน์ในหลายๆด้าน เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้า

รังสรรค์ เลิศในสัจย์ (2557, น. 93) กล่าวว่าช่องทางจัดจำหน่ายมีความซับซ้อนมากขึ้น และลักษณะของคนกลางมีรูปแบบที่มีความหลากหลายมากขึ้น ในขณะเดียวกันทางด้านผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ผลิตก็รับกลยุทธ์ของสินค้าอุปโภค หรือสินค้าอุตสาหกรรมเพียงอย่างเดียวสินค้าหลายๆ อย่างเป็นได้ทั้งสินค้าอุปโภคและสินค้าอุตสาหกรรมหรือมีสินค้ากึ่งอุตสาหกรรม

5. ด้านพนักงาน (People) หมายถึง บุคลากรทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น ที่ส่งผลต่อคุณภาพของการให้บริการและผู้บริหารมีส่วนในด้านของการกำหนดนโยบายการให้บริการ ส่วนพนักงานผู้ให้บริการที่ต้องเป็นผู้พบและให้บริการกับลูกค้าโดยตรงจะต้องมีนโยบายในการกำหนดกระบวนการและวิธีการปรับปรุงแก้ไขการบริการในส่วนนี้ให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้การบริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์

6. กระบวนการในการทำงาน (Process) หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งสามารถมีได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การส่งสินค้าได้รวดเร็ว ไม่ผิดพลาด เพื่อให้เกิดส่งมอบสินค้าและบริการที่ดีที่สุด เป็นต้น (Kotler, 1997) โดยทั่วไปกระบวนการให้บริการมักจะเกี่ยวข้องกับ 2 ด้านคือ

6.1 ความซับซ้อนของกระบวนการจะเกี่ยวข้องกับลักษณะของลำดับหรือขั้นตอนในการให้บริการ

6.2 ความหลากหลายในกระบวนการ หมายถึง ความแตกต่างหรือหลากหลายที่เกิดขึ้นจากการ ปฏิบัติตามลำดับหรือขั้นตอนในการให้กระบวนการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ บัตรเครดิต

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ/สิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) คือ สถานที่ พื้นที่ที่ปรากฏแก่กลุ่มลูกค้า ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้และมั่นใจในการบริการ เช่น ความสะอาด ความรวดเร็วในการบริการ หรือลักษณะทางกายภาพที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ลูกค้าที่รับบริการ เช่น การตกแต่งภายใน โครงสร้างงานสถาปัตยกรรม การวางผังร้าน เพอร์นิเจอร์ที่อำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นต้น

ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัวที่กล่าวมานั้นเป็นมุมมองของธุรกิจที่ให้บริการ แต่ในการดำเนินธุรกิจต้องคำนึงถึงส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550, น. 81)

1. คุณค่าที่ลูกค้าที่ได้รับ (Customer Value) สิ่งที่ลูกค้าใช้พิจารณาเป็นหลักคือ คุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้นต้องเสนอเฉพาะบริการที่ตรงความต้องการจริงของลูกค้า

2. ต้นทุน (Cost to Customer) ต้นทุนหรือเงินลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับการบริการนั้น ต้องคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ หากลูกค้าพอใจจ่ายในราคาสูง ความคาดหวังในบริการจะ

สูงตามไปด้วย ดังนั้นต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายให้ได้ และลดค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่อให้สามารถเกิดบริการในราคาที่ลูกค้ายอมรับ

3. ความสะดวก (Convenience) ธุรกิจจะต้องสร้างความสะดวกในทุกๆ เรื่อง ทั้งเรื่องการติดต่อและการใช้บริการหากลูกค้าไปติดต่อ

4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ลูกค้าต้องการติดต่อเพื่อให้ได้ข้อมูลความคิดเห็น หรือข้อ ร้องเรียน จะต้องหาสื่อที่เหมาะสม ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากการสื่อสารล้มเหลว

5. การดูแลเอาใจใส่ (Caring) ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่ว่าจะเป็นบริการที่จำเป็นหรือบริการที่ฟุ่มเฟือย เช่น ด้านความสะดวก ลูกค้าต้องการการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ ตั้งแต่เริ่มก้าวแรกเข้ามา

6. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ลูกค้ามุ่งหวังให้ได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างมีคุณภาพ เช่น การใช้บริการร้านตัดผม ผมที่ออกมาจะต้องตรงกับความต้องการของลูกค้า เป็นต้น

7. ความสบาย (Comfort) สิ่งแวดล้อมของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นอาคาร เคนเตอร์ บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน บ้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ จะต้องสร้างความสบายตาและความสบายใจให้ ลูกค้า

สรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัวได้แก่ผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ล้วนมีความสำคัญกับสินค้าประเภทบริการที่ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการได้รับบริการด้านการบริหารจัดการของบริษัทหรือพอร์ทัลเมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

ความหมาย และนิยามของการยอมรับเทคโนโลยี

เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล (2554) อธิบายถึงความหมายของการยอมรับเทคโนโลยีไว้ว่า เป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และสิ่งที่ตามมาคือ การก่อให้เกิดการลงทุนกับการยอมรับ

ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ความหมายของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นเรื่องของ ปัจจัยที่สำคัญในการใช้งานและอยู่ร่วมกับเทคโนโลยี โดยเมื่อมีการใช้เทคโนโลยีแล้วก่อให้เกิด ความรู้และทักษะตลอดจนเกิดความต้องการใช้งานเทคโนโลยี

สิงหะ จวีสุขและ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยี ว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ เกี่ยวกับเทคโนโลยีซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 2 ด้าน คือ พฤติกรรม และการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีหมายถึง การที่ บุคคลนำเทคโนโลยีต่างๆที่ตนเองยอมรับมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลเอง รวมถึงการ เปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งในด้านพฤติกรรม ทักษะคิด และการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น นอกจากนี้การ นำเทคโนโลยีมาใช้งานทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์ความรู้และทักษะในการใช้งานเพิ่มเติม

ลักษณะของการยอมรับเทคโนโลยี

ภานุพงศ์ เสกทวิลาภ (2557) กล่าวว่า การได้ยินในเรื่องของเทคโนโลยีหรือวิทยาการ นั้นๆ จนยอมรับและเกิดการนำไปใช้งานจริง ซึ่งกระบวนการนี้จะมีลักษณะคล้ายกับกระบวนการ เรียนรู้และตัดสินใจ โดยสามารถแบ่งกระบวนการยอมรับเป็น 5 ขั้นตอน

1. ขั้นรับรู้หรือตื่นตน (Awareness Stage) คือขั้นแรกเริ่มของการนำไปสู่การ ยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่ๆ หรือวิธีการใหม่ เกิดการรับรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ๆที่เกี่ยวข้องกับ กิจกรรมในชีวิตของตนเอง แต่อาจจะยังได้รับข่าวสารหรือรายละเอียดได้ไม่ครบถ้วนอาจจะเป็นการ รับรู้โดยบังเอิญทำให้เกิดความอยากรู้เพิ่มมากขึ้นเพื่อนำไปแก้ปัญหาของตนเอง

2. ขั้นสนใจ (Interest Stage) คือขั้นตอนที่เริ่มให้ความสนใจในรายละเอียดของ นวัตกรรมหรือวิทยาการใหม่ๆ ในขั้นนี้จะเป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะตั้งใจและได้รับความรู้เพิ่ม มากขึ้นเกี่ยวกับนวัตกรรมหรือวิธีการใหม่ๆ โดยจะมีการใช้ความคิดไตร่ตรองมากกว่าขั้นแรก บุคลิกภาพและค่านิยมจะมีผลต่อการติดตามข่าวสารหรือรายละเอียดของสิ่งใหม่หรือวิทยาการ ใหม่ด้วย

3. ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage) คือ เริ่มเกิดการคิดไตร่ตรองในการหาวิธี ในการใช้สิ่งใหม่ๆ คิดในด้านข้อดีข้อเสียเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจใช้ โดยทั่วไปมักมีการคำนึงถึง ความเสี่ยงประกอบการตัดสินใจจึงต้องมีการแรงผลักดันเพื่อให้มีความมั่นใจ อาจจะต้องการ ความเห็นอื่นๆประกอบการคิดและตัดสินใจ

4. ขั้นทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นตอนในการเริ่มทดลอง เพื่อดูผลลัพธ์ก่อน โดยทดลอง ในสถานการณ์ของตนเอง โดยจะเกิดการสรรหาข้อมูลที่มีความเฉพาะเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆเหล่านั้น

5. ขั้นตอนการยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นตอนที่มีการปฏิบัติและเกิดการรับรู้ถึงประโยชน์จากเทคโนโลยีเหล่านั้น

Rogers (1983 อ้างใน อรทัย เลื่อนวัน, 2555) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นผลมาจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นกระบวนการดังนี้

1. ขั้นตระหนักหรือขั้นตื่นตัว (Awareness Stage) เป็นขั้นที่บุคคลรู้ว่ามีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆเกิดขึ้นแต่ยังขาดความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้น

2. ขั้นสนใจ (Interest Stage) บุคคลเริ่มมีความสนใจในเทคโนโลยี และพยายามแสวงหาข้อมูลหรือความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้น

3. ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage) บุคคลจะประเมินผลโดยการพิจารณาว่าถ้าการยอมรับเทคโนโลยีนั้นมาใช้แล้วมีเป็นประโยชน์หรือมีความเหมาะสมกับเหตุการณ์ของตนในปัจจุบันหรือในอนาคตหรือไม่ และคุ้มค่ากับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นหรือไม่

4. ขั้นทดลอง (Trial Stage) บุคคลจะนำเทคโนโลยีที่สนใจมาทดลองใช้และปฏิบัติจริงในวงจำกัดก่อน เพื่อดูว่าเทคโนโลยีนั้นก่อให้เกิดประโยชน์และเข้ากับสถานการณ์ได้หรือไม่

5. ขั้นยอมรับ (Adoption Stage) บุคคลยอมรับเทคโนโลยีโดยนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้อย่างเต็มที่และสม่ำเสมอ

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model: TAM)

ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี เป็นทฤษฎีที่ได้รับการพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) ของ Ajzen (1991) ซึ่ง F. D. Davis, Bagozzi, R. P., และ Warshaw (1989) เป็นผู้คิดค้นทฤษฎีดังกล่าวขึ้น โดยเน้นในเรื่องของการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจในวิทยาการใหม่ๆ โดยสิ่งที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้คือ ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness)

Ajzen (1991) และ (F. D. Davis, Bagozzi, R. P., & Warshaw, 1989) ได้นำทฤษฎีของ Technology Acceptance Model (TAM) ประยุกต์กับการ พยากรณ์พฤติกรรมและความความเข้าใจ ดังนี้

Perceived Usefulness หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้

Perceived Ease of Use หมายถึง การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

Attitude toward Use หมายถึง ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน

ข้อมูลด้าน Mobile Application

จากที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ในบทที่ 1 ว่าหากแบ่งการดำเนินงานในด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพในการบริหารจัดการอาคารชุดสามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มคือ กลุ่มงานสนับสนุนและกลุ่มงานวิศวกรรม โดยในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการบริหารจัดการทั้ง 2 กลุ่มงาน โดยในงานวิจัยนี้จะทำการวิจัยในขอบเขตของเทคโนโลยีที่มาช่วยในกลุ่มงานสนับสนุน ได้แก่ Mobile Application ของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้พักอาศัยในอาคารหรือเจ้าของร่วมได้ใช้บริการเพื่อความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต และอาจมีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการอาคารชุดที่พักอาศัยของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์

ข้อมูลประวัติและที่มาของ Mobile Application

อลิสสา สุขแก้ว (2561) กล่าวว่า Mobile Application หมายถึง ซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อช่วยการทำงานของผู้ใช้ (User) โดย Application จะต้องมีส่วนที่เรียกว่า ส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface) เพื่อเป็นตัวกลางในการใช้งานต่างๆ

Mobile Application เป็นการพัฒนาเพื่อใช้กับอุปกรณ์ที่มีการเคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต โดยโปรแกรมจะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังสนับสนุนให้ผู้ใช้ใช้งานได้ง่ายยิ่งขึ้น ในปัจจุบันโทรศัพท์มือถือ หรือ สมาร์ทโฟน มีหลายระบบปฏิบัติการที่พัฒนาออกมาให้ผู้บริโภคใช้ ส่วนที่มีคนใช้ละเป็นที่นิยมมากก็คือ ios และ Android จึงทำให้เกิดการเขียนหรือพัฒนาแอปพลิเคชัน ลงบนสมาร์โฟนเป็นอย่างมากอย่างเช่น แผนที่ เกมส์ โปรแกรมคุยต่างๆ และหลายธุรกิจได้ให้ความสำคัญในการพัฒนา Mobile Application เพื่อเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกลับลูกค้ามากขึ้น Mobile Application จึงเหมาะสำหรับธุรกิจและองค์กรต่างๆ ในการเข้าถึงกลุ่มคน รวมถึงขยายการให้บริการผ่านมือถือให้สะดวกทุกที่ทุกเวลา

คณาวัช ชื่นชม (2553) กล่าวว่า แอปพลิเคชันคือ ซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อช่วยในการทำงานของผู้ใช้ แอปพลิเคชันจึงมีสิ่งทีเรียกว่า ส่วนติดต่อกับผู้ใช้งาน (User Interface: UI)

ณัฐญา มาเกิด (2554) โปรแกรมประยุกต์ที่ใช้งานสำหรับเพิ่มเสริมความสามารถให้แก่อุปกรณ์สื่อสารที่มีการใช้งานง่าย ผู้ใช้งานสามารถติดตั้งโปรแกรมได้เองโดยมีรูปแบบการทำงานขึ้นอยู่กับรูปแบบของอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาและมีระบบปฏิบัติการที่อุปกรณ์สื่อสาร

สิริสุดา รอดทอง (2556) กล่าวว่า การใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลกในช่วงทศวรรษที่ 19 จากการกำเนิดของ Apple Store โดยก่อนหน้านั้นการใช้แอปพลิเคชันบน โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเพียงการดาวน์โหลดริงโทนเท่านั้น การเกิดขึ้นของ App Store ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงปัจจัยหลายอย่างที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เพื่อการสื่อสาร ได้แก่ การปรับปรุงรูปแบบการทำธุรกิจระหว่างผู้ให้บริการกับผู้พัฒนาแอปพลิเคชันทำให้ผู้พัฒนามีโอกาสมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการพัฒนาแอปพลิเคชันและการพัฒนาเทคโนโลยีโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง โดยมีการขยายการรองรับสัญญาณสื่อสารเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้รับ-ส่งข้อมูลให้เพียงพอต่อการใช้งานแอปพลิเคชันที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ การมีผู้ใช้งานบนโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้นและถึงจุดที่ได้รับการยอมรับในความสะดวกสบายในการใช้และการพกพาไปทุกที่

Holzer และ Ondrus (2011) อธิบายว่าการขยายตัวของเนื้อหาแอปพลิเคชันจึงเป็นไปอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังเป็นผลมาจากการเกิดของ Application Market Place ของค่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ที่มีการแบ่งสัดส่วนรายได้ให้กับผู้พัฒนาแอปพลิเคชันมากขึ้น ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันจึงมีช่องทางการขายแอปพลิเคชันภายในโครงสร้างที่เป็นประโยชน์กับทุกฝ่ายระหว่างผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน ซึ่งในแต่ละประเทศนั้นนิยมใช้แอปพลิเคชันที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม

ประเภทของแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน

สุชาดา พลาชัยภิรมย์ศิริล (2557) แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน (Smart Phone Application) มี 6 ประเภท ดังนี้

- 1) Education & Reference คือ โปรแกรมด้านสื่อการเรียนการสอนแบบออนไลน์ ได้แก่ E-book และ Language Courses เป็นต้น
- 2) Multimedia & Entertainment คือ โปรแกรมเพื่อความบันเทิง ได้แก่ การฟังเพลง การดูหนัง เป็นต้น

3) Games คือ โปรแกรมเกมที่มีความหลากหลายหลายรูปแบบ
 4) Lifestyle & Healthcare คือ โปรแกรมทางด้านสุขภาพ
 5) Social Networking คือ โปรแกรมสำหรับการติดต่อสื่อสารในสังคมออนไลน์ ได้แก่ Twitter, Facebook และ Whats app เป็นต้น

6) Finance & Productivity คือ โปรแกรมเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงิน ได้แก่ การโอนเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ สรุปได้ว่า แอปพลิเคชันคือ ระบบโปรแกรมที่อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้แก่ผู้ใช้งานบนสมาร์ตโฟน หรือแท็บเล็ตซึ่งผู้ใช้งานสามารถดาวน์โหลดได้ทั้งในรูปแบบที่ฟรีและเสียเงินให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานประเภทต่าง ๆ ตามที่กล่าวไว้ข้างต้นทั้งในด้านการสื่อสาร ด้านการศึกษา หรือด้านความบันเทิง เป็นต้น

แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยโครงการอาคารชุดที่พักอาศัย

ในปัจจุบันบริษัทหรือพอร์ทัล เมเนจเม้นท์ ที่มีหน้าที่ในการบริหารจัดการอาคารเกือบทุกแห่ง ได้มีการนำเทคโนโลยีด้านการพัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อใช้ติดต่อสื่อสารและเพิ่มความสะดวกรบายให้แก่ผู้พักอาศัยในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย โดยแอปพลิเคชันของแต่ละบริษัทจะมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันออกไป โดยจากการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลของผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลคุณสมบัติเด่น ของแอปพลิเคชันของแต่ละบริษัทไว้ดังนี้

ตาราง 4 แอปพลิเคชันและคุณสมบัติเด่นสำหรับให้บริการผู้พักอาศัยจำแนกตามกลุ่มบริษัท

บริษัท	บริษัท หรือพอร์ทัล เมเนจเม้นท์	แอปพลิเคชัน	Feature เด่น
เอพี	บริษัท สมาร์ท เซอร์วิส แอนด์ เมเนจเม้นท์ จำกัด	AP Connect	แจ้งข่าวสาร,แจ้งซ่อม, จ่ายค่าน้ำ, รายงานพัสดุ, เรียก Taxi ปุ่มฉุกเฉิน

ตาราง 4 (ต่อ)

บริษัท	บริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์	แอปพลิเคชัน	Feature เด่น
แสนสิริ	บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด	Sansiri Home	แจ้งข่าวสาร, แจ้งซ่อม, จ่ายค่าน้ำ, รายงาน พัสดุ, จองส่วนกลาง, ฝากขาย/เช่า, ส่วนลด บริการต่าง ๆ
อนันดา	บริษัท เดอะ เวิร์ค จำกัด	Ananda Member Club	แจ้งข่าวสาร, แจ้งซ่อม, จ่ายค่าน้ำ, รายงาน พัสดุ, จองส่วนกลาง, ฝากขาย/เช่า, ส่วนลด บริการต่าง ๆ
ลูมฟินี	บริษัท แอล พี พี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด	LPN vCare	แจ้งข่าวสาร, แจ้งซ่อม, จ่ายค่าน้ำ, รายงานพัสดุ
ออร์จิ้น	บริษัท พรีเม เซอร์วิส โซลูชั่น จำกัด	Origin Connect	แจ้งข่าวสาร, แจ้งซ่อม, จ่ายค่าน้ำ, รายงาน พัสดุ, ฝากขาย/เช่า

ที่มา : รวบรวมจาก Website ของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ โดยผู้วิจัย (พ.ศ.2564)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการของการบริหารจัดการทรัพยากร กายภาพ

ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจในการบริการของการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ ซึ่งได้มีผู้กล่าวถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในแนวคิดนี้ไว้เป็นจำนวนมาก ดังนี้

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ความหมาย ดังนี้ ราชบัณฑิตยสถาน (2556) ให้ความหมายคำว่า ความพึงพอใจ คือ คำว่า “พึง” หมายถึง ยอมตาม ตัวอย่างเช่นคำว่า “พึงใจ” และคำว่า “พอใจ” หมายถึง สมชอบ ชอบใจ

เดวิส (K. Davis, 1981) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของมนุษย์ คือการพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด ความกระวนกระวาย หรือสภาวะที่ไม่ได้อยู่ในภาวะสมดุลในร่างกาย เมื่อสามารถขจัดสิ่งต่างๆได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนเองต้องการ

มอร์ส(Morse, 1958, p. 28) ได้อธิบายความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง สิ่งที่สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้ลดน้อยลงได้ โดยที่ความตึงเครียดนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อมนุษย์มีความต้องการจะเกิดการเรียกร้อง และเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองแล้ว ความตึงเครียดเหล่านั้นจะลดน้อยลงไปหรือหมดไป ทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจ

สมิธ (Smith, 1980, p. 113) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจ ว่าเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามที่ได้คาดหมาย หรือตามความมุ่งหมาย หรือได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

อุทัยพร สุดใจ (2545) ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” หมายถึง ความรู้สึก รักชอบ ยินดี เต็มใจ หรือ มีเจตคติที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเป็นทัศนะอันเนื่องมาจากสิ่งจูงใจและสิ่งเร้า ซึ่งในการประเมินความรู้สึกหรือทัศนะเหล่านั้นสามารถเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งต่างๆอันเกิดจากการรับรู้ หรือประสบการณ์ที่ได้รับ และจะเกิดขึ้นเมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องการหรือสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลนั้นมีความแตกต่างกันออกไป จากแนวความคิดตามทฤษฎี เน้นให้เห็นว่าความพึงพอใจนั้นมาจากความรู้สึกหรือลักษณะภายใน ประกอบกับสภาวะหรือกระบวนการที่กระทำหรือได้รับอยู่ ซึ่งสามารถประเมินผล

ได้จาก ความรู้สึกยินดี ชอบใจ ต่อการตอบสนองต่อความต้องการว่าเป็นไปตามที่คาดหวังหรือไม่ และยังแสดงออกมาทางพฤติกรรมทางสายตา คำพูด ระหว่างบุคคลกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Beer M.(1965, อ้างถึงใน สมหมาย เปียณอม, 2551) กล่าวว่า “ความพึงพอใจ” คือทัศนคติของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

โดยที่บุคคลจะมีความต้องการหรือความคาดหวังในหลายสิ่ง ดังนั้นจะต้องมีวิธีการในการตอบสนองต่อความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังของบุคคลนั้น เมื่อได้รับการตอบสนองแล้วนั้น บุคคลนั้นก็จะมี ความพึงพอใจเกิดขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็จะพัฒนาความคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นเรื่อยๆ สามารถแสดงได้ดังสมการ

$$\text{แรงจูงใจ} = \text{ผลของความพึงพอใจ} + \text{ความพึงพอใจ}$$

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

โครแมน (Koman, 1977) ได้จำแนกทฤษฎีความพึงพอใจออกมาเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ทฤษฎีการสนองความต้องการ กลุ่มนี้ถือว่าความพึงพอใจนั้นเกิดจากความต้องการส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับผลที่ได้รับและการประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย
2. ทฤษฎีการอ้างอิงกลุ่ม ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับคุณลักษณะตามความปรารถนาของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกให้กลุ่มเป็นตัวกำหนดแนวทางในการประเมินผลต่าง ๆ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (สาทิพย์ จีนาภักดี, 2550, น. 10) มีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการได้รับบริการที่มีคุณภาพ และมีระดับการให้บริการที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า ผลิตภัณฑ์บริการที่ดีเกิดจากความใส่ใจในรายละเอียดขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า รวมถึงใส่ใจถึงวิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้บริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับได้ โดยพิจารณาจากความเหมาะสมกับคุณคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับ เกิดความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ของลูกค้า

3. สถานที่บริการ ที่ทำให้การเข้ารับบริการมีความสะดวกสบายในทุกเวลาที่ลูกค้าต้องการบริการนั้นๆ ทั้งในด้านของทำเลที่ตั้ง จำนวนและการกระจายสถานที่บริการที่ทั่วถึง เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้นจากการได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือการบอกต่อถึงคุณภาพของบริการในทางบวก โดยถ้าหากตรงกับความเชื่อที่ลูกค้ามีอยู่จะทำให้รู้สึกดีต่อบริการดังกล่าว ซึ่งจะส่งผลในการกระตุ้นให้มีความต้องการในบริการดังกล่าวตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ/ผู้ปฏิบัติการบริการจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการทั้งสิ้น นอกจากนี้ในส่วนของผู้บริหารเองก็มีส่วนในการสร้างความพึงพอใจจากการวางนโยบายต่างๆ ที่ให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้า เกิดเป็นบริการที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งในด้านการออกแบบของสถานที่ ความสวยงาม การตกแต่งด้วยสีสันทันหรือเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ ความเป็นสัดส่วนหรือความเป็นส่วนตัวตลอดจนวัสดุหรือเครื่องมือที่ใช้ในการบริการ

7. กระบวนการให้บริการ คือวิธีในการนำเสนอการบริการซึ่งมีความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ทั้งในด้านของประสิทธิภาพของระบบต่างๆ ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้าที่มีความรวดเร็ว คล่องตัวและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบของของความพึงพอใจในการบริการ

Millet (1954, p. 4) กล่าวว่าเพื่อสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป้าหมายที่เป็นที่นิยมมากที่สุดที่ผู้ปฏิบัติต้องยึดถือไว้เสมอในหลักการ 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมและความเท่าเทียมในการให้บริการ ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ

2. การตรงเวลา (Timely Service) คือการให้บริการที่ต้องตรงต่อเวลา ซึ่งมีผลต่อประสิทธิผลของการให้บริการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ

3. การบริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ การมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลักไม่ใช่ตามความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการ

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) คือ มีการปรับปรุงการปฏิบัติงานอยู่เสมอ ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการให้บริการที่สูงขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

การบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ

หลักการบริหารทรัพยากรธรรมชาติ

ศิริจานุสรณ์ (2555) ได้ทำการสรุปขอบเขตของทรัพย์สินส่วนบุคคลและทรัพย์สินส่วนกลางภายในอาคารชุดไว้ดังนี้ ทรัพย์สินส่วนกลาง หมายถึง ส่วนของอาคารที่ไม่ใช่ห้องชุด โดยจะประกอบไปด้วย ที่ดินที่ตั้งอาคารชุดที่มีไว้เพื่อการใช้ประโยชน์ร่วมกัน โครงสร้าง และสิ่งก่อสร้างที่มีเพื่อความปลอดภัยและมั่นคงของอาคาร ส่วนของอาคารหรือเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ที่มีไว้เพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกัน เครื่องมือเครื่องใช้ที่มีไว้เพื่อบริการส่วนรวมและทรัพย์สินที่มีไว้เพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกัน ดังนั้นสามารถสรุปขอบเขตของทรัพย์สินส่วนกลางอาคารชุดได้ว่าเป็นพื้นที่ที่ไม่ใช่ห้องชุดรวมถึงเครื่องมือ, สิ่งของ และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ประโยชน์ร่วมกัน

เสริชย์ โชตพานิช (2563, น. 64 - 65) อธิบายว่า เป็นแนวคิดด้านการบริหารจัดการที่ประยุกต์ใช้กับอาคารสถานที่ต่างๆ โดยมีการปฏิสัมพันธ์ของ 3 สิ่งด้วยกันคือ ทรัพยากรกายภาพ (Place) กิจกรรมขององค์กร (Process) และผู้ปฏิบัติในองค์กร (People) เพื่อให้เกิดการบริการด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้อาคารได้ครบทุกมิติและมีประสิทธิภาพสูงสุด เกิดความคุ้มค่า นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึง งานบริการ/ปฏิบัติการอาคารคือบริการด้านอาคารซึ่งเป็นบริการพื้นฐานของทุกอาคาร โดยงานเหล่านี้รับผิดชอบโดยคณะกรรมการนิติบุคคล หรือกลุ่มคนที่คณะกรรมการว่าจ้างมาช่วยดูแล งานบริการอาคารจึงจัดเป็นงานเชิงปฏิบัติ (Operational) ที่ต้องการผู้ปฏิบัติงาน (Doer) ซึ่งอาจได้แก่บุคคลากรทางด้านนี้ขององค์กร (In-house facility staff)

ทั้งนี้สามารถแบ่งประเภทของงานบริการบริหารจัดการอาคาร ได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.กลุ่มบริการสนับสนุน (Support services) ประกอบด้วย

1.1 งานบริการอาคาร เป็นการบริการเพื่อให้ผู้ใช้อาคารที่อยู่ร่วมกันได้รับความสะอาดและปลอดภัย ซึ่งเป็นพื้นฐานของบริการปฏิบัติการอาคารที่มีในทุกอาคาร ดังนี้

1.1.1 งานรักษาด้านความสะอาด (Cleaning) หมายถึง การดูแลทำความสะอาดพื้นที่อาคารในส่วนของพื้นที่ส่วนกลาง เช่น สวน โถงทางเดิน ห้องน้ำส่วนกลาง ลิฟท์ ให้สะอาดไม่สกปรกและอยู่ในสภาพที่ดี

1.1.2 งานรักษาความปลอดภัย (security) หมายถึง การบริการด้านความปลอดภัย การจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่ทำหน้าที่ดูแลความปลอดภัยผู้ใช้อาคารและความปลอดภัยของทรัพย์สินในอาคาร

1.1.3 การกำจัดแมลง (pest control) หมายถึง การกำจัดและป้องกันสัตว์ต่างๆที่ก่อให้เกิดความรำคาญหรืออาจนำมาซึ่งโรคต่างๆ สู่ผู้ใช้อาคาร เช่น การกำจัดปลวก หนู แมลงสาบ ยุง เป็นต้น

1.1.4 การกำจัดขยะ (waste disposal) หมายถึง การดูแลด้านการบริหารจัดการขยะต่างๆภายในอาคาร

1.1.5 การดูแลรักษาสวนและพื้นที่โดยรอบ (gardening/landscape maintenance) หมายถึง การดูแลรักษาและตกแต่งสวนส่วนกลางให้มีสภาพที่ดีอยู่เสมอ

1.1.6 งานบริการสำนักงาน เป็นงานด้านการสนับสนุนผู้ใช้อาคาร เช่น งานด้านเอกสารต่างๆ(records management) งานด้านการสื่อสารองค์กร เป็นต้น

2.กลุ่มงานวิศวกรรมอาคาร (engineering services) เป็นบริการทางด้านงานเทคนิคต่างๆ ของอาคาร มีหน้าที่หลักในการควบคุมดูแล บำรุงรักษา ซ่อมแซมอาคารให้เป็นปกติและพร้อมใช้งาน มีความปลอดภัยในการใช้งานตลอดเวลา โดยประกอบไปด้วย

2.1 งานระบบอาคาร (engineering operations) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับระบบต่างๆในอาคาร ทั้งเชิงดูแลรักษาและเชิงป้องกัน โดยให้ทำงานตามตารางการใช้งานรวมถึงการใช้งานที่ถูกต้อง เพื่อให้การใช้งานเป็นไปอย่างปลอดภัย

2.2 งานบำรุงรักษา (maintenance) คือ งานเพื่อดูแลระบบต่างๆ ให้อยู่ในสภาพที่ปกติ พร้อมใช้งานหรือสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ คงสภาพและอายุการใช้งานตามที่ควรจะเป็น

พระพร สุภาวัฒน์ (2550, น. 15 - 17) กล่าวว่า การบริหารจัดการอาคารชุดเป็นหน้าที่ของคณะทำงานที่เจ้าของร่วมได้แต่งตั้งเข้ามา จัดการทรัพย์สินส่วนกลาง เพื่อให้ได้รับประโยชน์ในทรัพย์สินส่วนกลางต่างๆ เพื่อให้การบริหารอาคารชุดบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

รูปแบบการบริหารอาคารชุด สามารถแบ่งได้ 3 แบบดังต่อไปนี้

1. เจ้าของโครงการรับจ้างบริหารเอง
2. เจ้าของโครงการเสนอซื้อบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาดูแล
3. เจ้าของห้องชุดร่วมกันเลือกผู้มาบริหาร

โดยสรุปจากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีด้านความพึงพอใจ ประกอบกับการพิจารณาถึงหลักการในการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพและหน้าที่หลักของผู้ทำหน้าที่บริหารจัดการอาคาร ตัวชี้วัดด้านระดับความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในอาคารเกิดจากคุณภาพของการบริการด้านการบริหารจัดการอาคารของผู้ที่มีหน้าที่ในการบริหารอาคารในแต่ละด้านดังนี้

1. การดูแลทรัพย์สินส่วนกลาง เช่น งานระบบน้ำ ระบบไฟ สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย ที่จอดรถ เป็นต้น
2. การบริหารจัดการงบประมาณ เช่น การเก็บรายรับ(ค่าส่วนกลาง), ค่าสาธารณูปโภค, ค่าที่จอดรถ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การอำนวยความสะดวก เช่น การติดต่อสื่อสาร การออกระเบียบข้อบังคับ การจัดการกิจกรรมชุมชน
4. การดูแลสิ่งแวดล้อม เช่น ความสะอาดพื้นที่ส่วนกลาง การจัดการขยะ การกำจัดแมลง
5. การดูแลด้านความปลอดภัย เช่น การจัดหาดูแลระบบความปลอดภัย การสรรหาและควบคุมดูแลเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

ผลการศึกษาของ ธวัช เชมธร (2552) ที่ได้ทำการศึกษา การบริการหลังการขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยบ้านจัดสรร กรณีศึกษา บริษัท ลลิล พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายแตกต่างกัน ในปัจจัยด้านกระบวนการ พนักงาน และ ลักษณะทางกายภาพ (สิ่งแวดล้อมภายในโครงการ) อายุ และรายได้ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายแตกต่างกัน การศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายแตกต่างกันยกเว้นปัจจัยด้านสินค้า อาชีพที่ต่างกัน มีความ

พึงพอใจในบริการหลังการขายแตกต่างกันในปัจจุบันด้านสินค้า ราคา การส่งเสริมการตลาดและกระบวนการ

ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของจิราภรณ์ ตียะจามร (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย กรณีศึกษาอาคารชุดพักอาศัยระดับล่าง ว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านการบริการกับข้อมูลพื้นฐานของผู้อยู่อาศัย อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ จำนวนบุตร กรรมสิทธิ์ และระยะเวลาการอยู่อาศัย

สุภารัตน์ รักบำรุงและ ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม (2562) สุภารัตน์ รักบำรุง และ ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม (2552) ได้ทำการวิจัยและพบว่า เพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้และสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อ คอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

นฤพนธ์ ไชยยศ (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยแนวตั้งในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ของประชาชนมีผลต่อความพึงพอใจในที่อยู่อาศัยแนวตั้งประเภทคอนโดในเขตกรุงเทพมหานคร

วราภรณ์ กิติแก้วทวีเสริฐ และศิวฤทธิ์ สุนทรเสถณี (2564) ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญ ต่อการจัดการหมู่บ้านกานดา กม.18 โดยผลการศึกษาวิจัยนั้นทำให้ทราบถึงความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้อยู่อาศัยกานดา กม.18 ต่อการบริการหลังการขาย โดยพบว่าส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในแต่ละด้าน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายกับคุณภาพของงานซ่อมแซมอยู่ในระดับปานกลาง มีระดับความพึงพอใจปานกลางเป็นอันดับแรกของปัจจัย และผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายกับความสะดวกหลังซ่อมแซมอยู่ในระดับปานกลางมีระดับความพึงพอใจปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย 2) ด้านราคา (Price) ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายกับราคาของงานซ่อมแซมอยู่ในระดับปานกลาง มีระดับความพึงพอใจปานกลางเป็นอันดับแรก ของปัจจัย และผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายกับค่าสาธารณูปโภคส่วนกลาง อยู่ในระดับปานกลางมีระดับความพึงพอใจปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย 3) ด้านสถานที่ (Place) ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายกับความสะดวกในการเดินทางมาสำนักงานขายอยู่ในระดับปานกลาง มีระดับความพึงพอใจปานกลางเป็นอันดับแรกของปัจจัย

และผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายกับความสะดวกสบายของเฟอร์นิเจอร์อยู่ในระดับปานกลางมีระดับความพึงพอใจปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย 4) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีระดับความพึงพอใจปานกลางเป็นอันดับแรกของปัจจัย และผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ความถี่ของกิจกรรมที่โครงการจัดขึ้นอยู่ในระดับปานกลางมีระดับความพึงพอใจปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย 5) ด้านพนักงาน (People) ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายกับความเอาใจใส่ดูแลของพนักงานรับแจ้งเรื่อง อยู่ในระดับปานกลาง มีระดับความพึงพอใจปานกลางเป็นอันดับแรกของปัจจัย และผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายกับความเอาใจใส่ดูแลของพนักงานซ่อมแซมอยู่ในระดับปานกลางมีระดับความพึงพอใจปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายกับความสะอาดถนนภายในหมู่บ้าน อยู่ในระดับปานกลาง มีระดับความพึงพอใจน้อยเป็นอันดับแรกของปัจจัย และผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายกับการจอดรถยนต์ในพื้นที่ส่วนกลางอยู่ในระดับน้อย มีระดับความพึงพอใจน้อยเป็นอันดับสุดท้าย 7) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายกับความรวดเร็วในการให้บริการรับแจ้งเรื่อง และความถูกต้องในการให้บริการงานรับแจ้งเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางเป็นอันดับเท่ากัน

อำนาจ วังจิ้น (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสอดคล้องระหว่างค่าเฉลี่ยรวมกับคะแนนองค์ประกอบของความพึงพอใจ 7Ps ของลูกค้าบ้านจัดสรรและอาคารชุดที่พักอาศัย พบว่าระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าบ้านจัดสรรและอาคารชุดที่พักอาศัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รองลงมาเป็นด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

อัยรดา คงสินชัย และและพัชรินทร์ จารุทวีผลนุกูล (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสินแพทย์ลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ

สุพิเชษฐ์ ตองอ่อน และประสพชัย พสุนนท์ (2563) จากผลการวิเคราะห์การจัดกลุ่มส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 36 ข้อสามารถแบ่งกลุ่มได้ 2 กลุ่มจะมีความเหมาะสม เนื่องจากจะแบ่งตามสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจ

ของนักท่องเที่ยว (พสนันท์ บุญช่วย และประสพชัย พสุนนท์, 2561) คือกลุ่มสบาย ๆ มีจำนวน 100 คน และกลุ่มหาสิ่งที่ดีมีจำนวน 300คน โดยกลุ่มหาสิ่งที่ดีจะให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ จำเป็นต้องอาศัยกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากในการวิเคราะห์ เพราะเป็นกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยว โดยจะเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยกลางสูงสุด ไปน้อยสุดในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในหัวข้อแนวคิดและการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพที่กล่าวถึงหน้าที่ของนิติบุคคลหรือบริษัทหรือพเพอร์ตีเมเนจเมนท์ ในการบริหารจัดการอาคารชุดที่อยู่อาศัยร่วมกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และการทบทวนวรรณกรรมสามารถวิเคราะห์องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุดได้ดังนี้

ตาราง 5 มุมมองส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุดที่อยู่อาศัย
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)	การให้บริการในการบริหารจัดการอาคารชุดที่พักอาศัยในด้านต่างๆ
2. ราคา (Price)	ค่าส่วนกลาง ค่าสาธารณูปโภค ค่าซ่อมแซม
3. ด้านสถานที่ (Place)	ช่องทางการติดต่อสื่อสารเพื่อรับบริการต่างๆ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	การจัดกิจกรรมต่างๆ
5. ด้านพนักงาน (People)	บุคคลากรทุกด้านที่ให้บริการผู้อยู่อาศัยในอาคาร
6. กระบวนการในการทำงาน (Process)	กระบวนการให้บริการต่างๆแก่ผู้อยู่อาศัย
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ/สิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)	สภาพแวดล้อมพื้นที่ที่ผู้พักอาศัยมาติดต่อ, การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ สภาพแวดล้อมจากการบริหารจัดการ

วุฒิกกร บุญลือ และพัชรินทร์ จารุทวีผลบุญกุล (2562) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ การยอมรับเทคโนโลยีและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันซื้อขายเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มลูกค้าในประเทศไทย โดยทำการสำรวจโดยการรวบรวมแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด จากจำนวนประชากรทั้งหมด 14,762 คน โดยผลวิจัยพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจที่จะใช้ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ และด้านการนำมาใช้งานจริง มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันซื้อขายเกษตรอินทรีย์

พัชรินทร์ จารุทวีผลบุญกุล และคณะ (2563) ทำการศึกษาในหัวข้อ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน GHB ALL ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน และด้านการนำมาใช้งานจริง ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน GHB ALL แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ชลธิศ ดาราวงษ์ (2563) ทำการศึกษาในหัวข้อปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจและผลการเรียนของนักศึกษาหลักสูตรออนไลน์ในสถาบันระดับอุดมศึกษา มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 389 คน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ได้แก่ ความสนุก การออกแบบ ความง่ายในการใช้งาน และประโยชน์จากการใช้งาน

งานวิจัยต่างประเทศ

Abd Ghani, Rahi, Yasin และ Alnaser (2017) ได้การศึกษาวิจัยหัวข้อ “การวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริการสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับพิธีฮัจญ์ในอินโดนีเซีย” งานวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากประชาชนทั่วประเทศในปี 2019 ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 1,491 คน โดยวัดความพึงพอใจในด้านความสามารถส่วนบุคคล ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล ขั้นตอนการบริการ ความเร็วในการบริการ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา เพศ และอายุ แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในบริการที่แตกต่างกัน

Siripipatthanakul และ Chana (2021) ได้ศึกษาวิจัยในหัวข้อปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยที่มาใช้บริการทางการแพทย์ในคลินิกแห่งหนึ่งในประเทศมาเลเซีย พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด

บริการประกอบด้วยผู้คน ผลิตภัณฑ์(บริการ) กระบวนการ หลักฐานทางกายภาพ ราคา สถานที่ และกระบวนการกับความพึงพอใจของผู้ป่วยที่มาใช้บริการทางการแพทย์ในคลินิก

Do และ Vu (2020) ทำการวิจัยในหัวข้อการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการการขนส่งทางรถไฟในเวียดนามในมิติของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือเพื่อประเมินผลกระทบของแต่ละปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มาใช้บริการรถไฟในการเดินทาง โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยวิธี Regression ผ่านโปรแกรม SPSS เพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์ขององค์ประกอบประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผลการศึกษาผลว่ามีความสัมพันธ์กันระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจ โดยปัจจัยทางด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

Hasan และ Islam (2016) ได้ทำการศึกษาผลกระทบจากส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเป็นกรณีศึกษาที่เมือง Cumilla โดยได้ทำการรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน จากเขต Cumilla ประเทศบังกลาเทศ และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Regression ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แต่พบว่าในด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการยังไม่เป็นที่น่าพอใจของนักท่องเที่ยว

Abd Ghani et al. (2017) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต โดยใช้วิธีการวิจัยในรูปแบบของ SEM เพื่อตรวจสอบทั้งสมมติฐานและความสัมพันธ์สัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างโครงสร้างและความสำคัญของตัวแปรต่างๆ ผลการศึกษาพบว่า การนำบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตมาใช้อาจได้รับแรงกระตุ้นจากการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน การบริการลูกค้า ผ่านความพึงพอใจของลูกค้า หมายความว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ และความง่ายในการใช้งานส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการ และทำให้ลูกค้าใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตต่อไป

George และ Kumar (2013) ได้ทำการศึกษาวิจัยเพื่อตรวจสอบผลกระทบระหว่างตัวแปรด้านการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ต่อความพึงพอใจในบริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคาร โดยการทำแบบสำรวจจากผู้ให้บริการจำนวน 406 รายที่ได้รับการคัดเลือกและเคยใช้บริการการบริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคาร พบว่าตัวแปรด้านความง่ายต่อการใช้งาน และ การรับรู้ถึงประโยชน์

มีผลดีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง มีผลทางด้านลบต่อความพึงพอใจของลูกค้า



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมห้องชุดในโครงการอาคารชุดที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากโครงการห้องชุดที่พักอาศัยที่ใช้บริการบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำในตลาดหลักทรัพย์ โดยพิจารณาจากยอดขายสะสม 10 อันดับแรกในรอบ 20 ปี ได้แก่ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน), บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) บริษัททอริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน), บริษัทเอพี ไทยแลนด์ จำกัด มหาชน และบริษัทอนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด มหาชน

โดยข้อมูลของประชากรที่ใช้ในการวิจัย ใช้วิธีการคัดเลือกโครงการของแต่ละบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ จากจำนวนโครงการที่มีจำนวนยูนิตมากที่สุด เนื่องจากโครงการที่มียูนิตมากจะต้องใช้ความสามารถและความชำนาญในการบริหารจัดการ และอ้างอิงจำนวนประชากรของแต่ละโครงการที่คัดเลือกจากจำนวนยูนิตในโครงการ ซึ่งมีประชากรรวมทั้งสิ้น 16,296 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมห้องชุดในโครงการอาคารชุดที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้วิจัยจึงได้ใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1970) ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยวิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างดังนี้

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

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้เท่ากับ .05

เมื่อแทนค่าลงในสูตรจะได้ผลดังต่อไปนี้

$$n = \frac{16,296}{1 + 16,296 (0.05)^2}$$

$$n = 390.42 \text{ ตัวอย่าง}$$

ประมาณค่าจำนวนตัวอย่าง 390 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Proportional Stratified Sampling) โดยการแบ่งตามโครงการเป็นหน่วยสุ่ม

ตาราง 6 แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามโครงการ

โครงการกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ไลฟ์ อโศก-พระราม 9	2,248	55
เอ็กซ์ที พญาไท	1,435	35
ไอดีโอ โขขุม	1,559	38
ลุมพินี ทาวน์ชิป รังสิต-คลอง 1	10,074	248
นอตติ้งฮิลล์ สุขุมวิท-แพรรษา	980	24
รวม	16,296	400

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic random sampling) โดยการเก็บตาม จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามกลุ่มไว้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งมีวิธีการสร้างแบบสอบถามในการวิจัยดังนี้

1. ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ การบริหารจัดการ ส่วนประสมทางการตลาด และการยอมรับเทคโนโลยี

2. สร้างแบบสอบถามที่ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมในโครงการอาคารชุดที่พักอาศัย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวัดระดับข้อมูลประเภท (Nominal Scale) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ เพศ อาชีพ และข้อมูลประเภทจัดอันดับ (Ordinal Scale) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- 1) เพศชาย
- 2) เพศหญิง

ข้อ 2 อายุใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนดช่วงอายุ ดังนี้

- 1) 20 – 25 ปี
- 2) 26 - 30 ปี
- 3) 31 – 35 ปี
- 4) 36 – 40 ปี
- 5) 41 – 45 ปี
- 6) 46 – 50 ปี
- 5) 51 ปีขึ้นไป

ข้อ 3 ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ

(Nominal Scale)

- 1) น้อยกว่าปริญญาตรี
- 2) ปริญญาตรี
- 3) มากกว่าปริญญาตรี

ข้อ 4 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- 1) ข้าราชการ/วิสาหกิจ
- 2) พนักงานบริษัทเอกชน
- 3) ธุรกิจส่วนตัว
- 4) อาชีพอิสระ
- 5) อื่น ๆ โปรดระบุ

ข้อ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนดช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท
- 2) 25,001 – 35,000 บาท
- 3) 35,001 – 45,000 บาท
- 4) 45,001 – 55,000 บาท
- 5) 55,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 26 ข้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นลักษณะมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดให้มี 5 ระดับดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง มาก
- ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง น้อย
- ระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักของแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์พิจารณาแบ่งระดับส่วนประสมทางการตลาด ด้วยการหาช่วงกว้างของอัตราภาคชั้น โดยการคำนวณตามหลักการหาค่าเฉลี่ย ดังนี้ความกว้างของอัตราชั้น $= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ตาราง 7 แสดงเกณฑ์การประเมินแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี จำนวน 12 ข้อ ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านทัศนคติลักษณะแบบสอบถามเป็นลักษณะมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยกำหนดให้มี 5 ระดับดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มาก

ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง น้อย

ระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักของแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์พิจารณาแบ่งระดับการยอมรับเทคโนโลยี ด้วยการหาช่วงกว้างของอัตราภาคชั้น โดยการคำนวณตามหลักการหาค่าเฉลี่ย ดังนี้ความกว้างของอัตราชั้น $= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ตาราง 8 แสดงเกณฑ์การประเมินแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	มีการยอมรับเทคโนโลยี อยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีการยอมรับเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีการยอมรับเทคโนโลยี อยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีการยอมรับเทคโนโลยี อยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีการยอมรับเทคโนโลยี อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริหารจัดการ จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ ด้านบริหารทรัพยากรส่วนกลาง ด้านบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย ลักษณะแบบสอบถามเป็นลักษณะมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยกำหนดให้มี 5 ระดับดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มาก

ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง น้อย

ระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักของแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์พิจารณาแบ่งระดับความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้วยการหาช่วงกว้างของอัตราภาคั่น โดยการคำนวณตามหลักการหาค่าเฉลี่ย ดังนี้ความกว้างของอัตราภาคั่น

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

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ตาราง 9 แสดงเกณฑ์การประเมินแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริหารจัดการ

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	ความพึงพอใจในการบริหารจัดการอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	ความพึงพอใจในการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	ความพึงพอใจในการบริหารจัดการอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	ความพึงพอใจในการบริหารจัดการอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	ความพึงพอใจในการบริหารจัดการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. นำแบบสอบถามที่เรียบเรียงเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ รวมทั้งเสนอแนะเพิ่มเติมก่อนนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ

4. ทำการการปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาเสนอแนะ

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ จากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษ จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, น. 49)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้เป็นแบบวิธีวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถึงผู้บริหารนิติบุคคลห้องชุดในโครงการอาคารชุดที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณเพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. นำจดหมายขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) จำนวน 390 คน ผ่าน ไลน์กรุ๊ปอาคารชุดในแต่ละโครงการ

3. ในแบบสอบถามผู้วิจัยได้อธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม ชี้แจงการทำวิจัยให้ทราบ และวิธีการกรอข้อมูลแก่ผู้ตอบแบบสอบถามอย่างละเอียดการจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ประมวลผลจากแบบสอบถามออนไลน์
2. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามออนไลน์แล้วบันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติและสังคมศาสตร์ ในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เรียงเรียงและจัดหมวดหมู่ออกเป็นด้าน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยเฉลี่ยต่อเดือน โดยการวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
4. ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ได้แก่ ด้านบริหารทรัพยากรส่วนกลาง ด้านบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1. Independent Sample t-test และ one-way ANOVA: F-test ใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการบริหารจัดการกับปัจจัยส่วนบุคคล
2. การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีปกติ (Enter) เพื่อหาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) บรรยายลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, น. 117-119)

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

$$P = \frac{f}{n} (100)$$

เมื่อ	P	แทน ร้อยละ หรือ % (Percentage)
	f	แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	n	แทน จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2552, น. 36)

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

เมื่อ	\bar{x}	แทนค่าคะแนนเฉลี่ย
	x	แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทนขนาดของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร(ชูศรี วงศ์รัตน์, 2552, น. 65)

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

เมื่อ	S	แทนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	n	แทนจำนวนคนในผู้ตอบแบบสอบถาม
	$(\sum x)^2$	แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทนผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

3. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาใช้สำหรับการศึกษาวิจัยไปทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 ราย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, น. 29) จากนั้นนำแบบสอบถามมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ	α	แทนค่าความเชื่อมั่นหรือ Alpha coefficient
	k	แทนจำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\frac{\text{covariance}}{\text{variance}}$	แทนค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
	$\frac{\text{variance}}{\text{variance}}$	แทนค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำตอบ

4. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ซึ่งใช้ทดสอบสมมติฐานดังนี้

4.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มโดยใช้การทดสอบค่าที (T-Test) โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวน (S) ของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, น. 125) โดยใช้สถิติ

ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มเท่ากัน

$$s_1^2 = s_2^2$$

ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)s_1^2 + (n_2-1)s_2^2}{n_1+n_2-2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

ในกรณีความแปรปรวน2 กลุ่มไม่เท่ากัน

$$s_1^2 \neq s_2^2$$

ใช้สูตร
$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\left[\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} \right]}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน T-distribution

\bar{x}_1 แทน ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่ 1

\bar{x}_2 แทน ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่ 2

s_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

s_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ($n_1 + n_2 - 2$)

โดยที่ v คือค่าองศาอิสระ

$$v = \frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

4.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ถ้าพบว่าความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนไม่เท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown Forsythe จะปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) เมื่อค่า

ระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05

ถ้าพบว่าความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย F-test สามารถเขียนได้ดังนี้

$$F = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$$

เมื่อ F แทนค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤติจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ

$MS_{(B)}$ แทนค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)

$MS_{(W)}$ แทนค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม $(k - 1)$ ภายในกลุ่ม $(n - k)$

ถ้าพบความแปรปรวนไม่เท่ากันจะทำการทดสอบด้วย (Brown forsythe) (B) (Hartun, 2001, p. 300) สามารถเขียนได้ดังนี้

$$B = \frac{MSB}{MSW}$$

โดยค่า

$$MSB = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_1}{N}\right) s_2^2$$

เมื่อ B แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-forsythe

MSB แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Groups)

MSW แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับสถิติ Brown - forsythe

k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N	แทน	ขนาดประชากร
s_2^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

ถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้วต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไปเพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันโดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, น. 332 - 333)

การวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ LSD (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, น. 332 - 333) โดยใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ $t_{1 - \alpha/2, n-k}$ แทนค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นห่างความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

MSE แทนค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MSw)

n_i แทนจำนวนข้อมูลของกลุ่ม i

n_j แทนจำนวนข้อมูลของกลุ่ม j

หรือวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ (Dunnett T3) (Keppel, 1982, pp. 153 - 155)

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

เมื่อ \bar{d}_D แทนค่าสถิติที่ใช้พิจารณาในDunnett test

q_D แทนค่าจากตารางCritical values of the Dunnett test

$\frac{MS_S}{A}$ แทนค่าค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

S แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยกำหนดค่าความอิสระ(Degree of Freedom) ระหว่างกลุ่มคือK-1 ภายในกลุ่มn-k และรวมทั้งกลุ่มคือ n-1

4.3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

จากสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) และตัวแปรอิสระ (X) ของประชากรจะเห็นว่า กลุ่มตัวแปรอิสระ ($\alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k$) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรตามได้ส่วนหนึ่ง ในส่วนของการเปลี่ยนแปลงที่มาสามารถอธิบายได้ดังนี้ เรียกว่าค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (Error: ε) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณจะเป็นการพยากรณ์หาค่าสัมประสิทธิ์ α และ β_1 จากค่าสถิติ a และ b ที่ได้จากการคำนวณโดยกลุ่มตัวอย่าง โดยหลักการวิเคราะห์ คือค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้จะต้องเป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่ทำให้สมการดังกล่าว มีค่าความคลาดเคลื่อนกำลังรองรวมกันน้อยที่สุด (Ordinary Least Square: OLS)(กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, น. 302)

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของประชากร

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของกลุ่มตัวอย่าง

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k$$

โดยที่ X คือ ตัวแปรอิสระ

Y คือ ตัวแปรตาม

k คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

เมื่อ α และ a เป็นจุดตัดแกน Y ของสมการถดถอย หรือ ค่าของ Y เมื่อให้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าเท่ากับศูนย์

ส่วน β และ b เป็นสัมประสิทธิ์ถดถอย (Partial regression coefficient) ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ซึ่งหมายถึงอัตราการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม (Y) เมื่อตัวแปรอิสระนั้นเปลี่ยนไป 1 หน่วย โดยตัวแปรอิสระตัวอื่นมีค่าคงที่

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ a และ b สามารถคำนวณได้จากสูตร ดังนี้

$$a = Y - b_1 X_1 - b_2 X_2 - \dots - b_k X_k$$

$$a = Y - b_1 X_1 - b_2 X_2 - \dots - b_k X_k$$

การวิเคราะห์เชิงถดถอยเชิงพหุคูณมีเงื่อนไขที่สำคัญดังนี้

โค้งปกติ

จะต้องเท่ากัน

1. ความผิดพลาด (Error) ต้องเป็นตัวแปรสุ่ม และมีการแจกแจงแบบ
2. ความแปรปรวนของตัวแปรตาม (Y) ในทุกค่าของตัวแปรอิสระ (X)
3. ค่าความผิดพลาดของตัวแปรตาม (Y) แต่ละค่าเป็นอิสระต่อกัน
4. ตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์จะต้องเป็นอิสระกัน



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กับ ปัจจัยส่วนบุคคล 2) เพื่อศึกษาอิทธิพล ของส่วนประสมทางการตลาดและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าที่ใช้ในการพิจารณา t – Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F – Distribution
Df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (degree of Freedom)
ss	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
Prob. (p)	แทน	แทนค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
P-value	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยการแบ่งการนำเสนอ ออกเป็น 2 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุด โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ

ตอนที่ 3 การรับรู้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐาน จำนวน 3 ข้อ ดังนี้

1. ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

2. ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

3. การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุด โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตาราง 10 จำนวน ความถี่ และค่าร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	140	35.90
หญิง	250	64.10
รวม	390	100.00
2. อายุ		
20 – 25 ปี	61	15.64
26 – 30 ปี	80	20.51
31 – 35 ปี	85	21.79
36 – 40 ปี	50	12.82
41 – 45 ปี	40	10.26
46 – 50 ปี	38	9.74
51 ปีขึ้นไป	36	9.23
รวม	390	100.00
3. ระดับการศึกษา		
น้อยกว่าปริญญาตรี	84	21.54
ปริญญาตรี	175	44.87
มากกว่าปริญญาตรี	131	33.59
รวม	390	100.00

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	70	17.95
พนักงานบริษัทเอกชน	153	39.23
ธุรกิจส่วนตัว	132	33.85
อาชีพอิสระ	35	8.97
รวม	390	100.00
5. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	61	15.64
25,001 – 35,000 บาท	80	20.51
35,001 – 45,000 บาท	97	24.87
45,001 – 55,000 บาท	80	20.51
55,001 บาทขึ้นไป	72	18.46
รวม	390	100.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 10 พบว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 390 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 64.10 และชาย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.90 คน ตามลำดับ

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 35 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.79 ลำดับถัดมามีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.51 อายุระหว่าง 20 - 25 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.64 อายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.82 อายุระหว่าง 46 – 50 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.74 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.23 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 44.87 รองลงมาจบการศึกษาระดับมากกว่าปริญญาตรี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 33.59 และจบการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.54 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 39.23 ลำดับถัดมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.85 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.95 และอาชีพอิสระ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.97 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.87 ลำดับถัดมามีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.51 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 45,001 – 55,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.51 และรายได้ต่อเดือนระหว่าง 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.46 และรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.64

ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.23	0.567	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.00	0.570	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.99	0.560	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.05	0.555	มาก
5. ด้านบุคคล	3.98	0.585	มาก
6. ด้านกระบวนการ	5.00	0.511	มากที่สุด
7. ด้านกายภาพและการนำเสนอ	4.00	0.561	มาก
รวม	4.05	0.341	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 และด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ด้านราคาและด้านกายภาพและการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาวะที่ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. บริษัทนิติบุคคลมีการบริหารจัดการโครงการที่ดี ทำให้อาคารชุดที่พักอาศัยน่าอยู่	4.22	0.693	มากที่สุด
2. บริษัทนิติบุคคลบริหารงานอย่างมีมาตรฐาน มีความสะดวก รวดเร็ว และได้คุณภาพ	4.21	0.651	มากที่สุด
3. บริษัทนิติบุคคลมีการบริหารงานเป็นไปตามกฎหมายหรือข้อบังคับที่กำหนด	4.22	0.768	มากที่สุด
4. บริษัทนิติบุคคลมีบริการที่หลากหลาย นอกเหนือจากการบริหารอาคารชุดเช่น ปลั๊กอินเช่าห้อง เป็นนายหน้าในการขายห้องพัก บริการรับซ่อมภายในห้องพัก	4.28	0.731	มากที่สุด
รวม	4.23	0.567	มากที่สุด

จากตาราง 12 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ บริษัทนิติมีบริการที่หลากหลายนอกเหนือจากการบริหารอาคารชุดเช่น ปลั๊กอินเช่าห้อง เป็นนายหน้าในการขายห้องพัก บริการรับซ่อมภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 บริษัทนิติบุคคลมีการบริหารจัดการโครงการที่ดีทำให้อาคารชุดที่พักอาศัยน่าอยู่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 บริษัทนิติบุคคลมีการบริหารงานเป็นไปตามกฎหมายหรือข้อบังคับที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และ

บริษัทนิติบุคคลบริหารงานอย่างมีมาตรฐาน มีความสะดวก รวดเร็ว และได้คุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ตามลำดับ

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ค่าส่วนกลางมีความเหมาะสม	4.36	0.745	มากที่สุด
2. ค่าน้ำที่เรียกเก็บมีความเหมาะสม	3.65	0.812	มาก
3. ค่าจ้างบริษัทหรือพอร์ทัล เมเนจเม้นท์ สำหรับงานบริหารจัดการนิติบุคคลมีความเหมาะสม	3.99	0.688	มาก
รวม	4.00	0.570	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าส่วนกลางมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ในระดับมาก ได้แก่ ค่าจ้างบริษัทหรือพอร์ทัล เมเนจเม้นท์ สำหรับงานบริหารจัดการนิติบุคคลมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และค่าน้ำที่เรียกเก็บมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ตามลำดับ

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. บริษัทนิติมีช่องทางการติดต่อผ่านช่องทางออนไลน์	4.17	0.688	มาก
2. บริษัทนิติมีการจัดพื้นที่ที่สะดวกสำหรับการติดต่อ	3.82	0.839	มาก
3. บริษัทนิติส่วนสำนักงานใหญ่มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก ครอบคลุมทุกช่องทาง	3.98	0.740	มาก
รวม	3.99	0.560	มาก

จากตาราง 14 พบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ บริษัทนิติบุคคลมีช่องทางการติดต่อผ่านช่องทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 บริษัทนิติบุคคลส่วนสำนักงานใหญ่มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก ครอบคลุมทุกช่องทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และบริษัทนิติบุคคลมีการจัดพื้นที่ที่สะดวกสำหรับการติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ตามลำดับ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. บริษัทนิติของท่านมีโปรโมชั่นพิเศษสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เช่น ส่วนลดซื้อกาแฟ ส่วนลดการตรวจสุขภาพ เป็นต้น	4.15	0.678	มาก
2. บริษัทนิติมีการแจกลสิ่งของให้ลูกบ้านแบบไม่มีค่าใช้จ่าย เช่น ผักปลอดสารพิษ เป็นต้น	4.07	0.688	มาก
3. บริษัทนิติมีการจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มความน่าอยู่ในโครงการ เช่น กิจกรรมสงกรานต์ กิจกรรมทำบุญปีใหม่ เป็นต้น	3.94	0.790	มาก
รวม	4.05	0.555	มาก

จากตาราง 15 พบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ บริษัทนิติบุคคลของท่านมีโปรโมชั่นพิเศษสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เช่น ส่วนลดซื้อกาแฟ ส่วนลดการตรวจสุขภาพ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 บริษัทนิติบุคคลมีการแจกลสิ่งของให้ลูกบ้านแบบไม่มีค่าใช้จ่าย เช่น ผักปลอดสารพิษ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และบริษัทนิติ

บุคคลมีการจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มความน่าอยู่ในโครงการ เช่น กิจกรรมสงกรานต์ กิจกรรมทำบุญปี
ใหม่ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทาง
การตลาด ด้านบุคคล

ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. พนักงานนิติมีมายาทที่ดีอย่างสม่ำเสมอ	4.05	0.779	มาก
2. พนักงานนิติให้บริการหรือการช่วยเหลือ แก้ปัญหาให้ผู้พักอาศัยอย่างมีประสิทธิภาพ	4.13	0.743	มาก
3. พนักงานนิติทุกฝ่ายปฏิบัติหน้าที่ด้วยความชำนาญ มีความรู้	3.75	0.738	มาก
รวม	3.98	0.585	มาก

จากตาราง 16 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล ในภาพรวมอยู่ในระดับ
มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ พนักงาน
นิติบุคคลให้บริการหรือการช่วยเหลือแก้ปัญหาให้ผู้พักอาศัยอย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.13 พนักงานนิติบุคคลมีมายาทที่ดีอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และพนักงาน
นิติบุคคลทุกฝ่ายปฏิบัติหน้าที่ด้วยความชำนาญมีความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ตามลำดับ

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทาง
การตลาด ด้านกระบวนการ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. เวลาเปิด-ปิด สำนักงานนิติบุคคลมีความเหมาะสม	3.89	0.689	มาก
2. ความสะดวกในการแจ้งซ่อม นัดหมายงานซ่อม	3.99	0.726	มาก
3. บริษัทนิติมีการจัดทำเอกสารต่าง ๆ ถูกต้อง	4.14	0.702	มาก
4. พนักงานนิติทำงานได้ตรงต่อเวลา	4.12	0.742	มาก
5. บริษัทนิติมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหาร อาคารที่พักอาศัยให้มีประสิทธิภาพ	4.10	0.710	มาก
รวม	4.05	0.511	มาก

จากตาราง 17 พบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ บริษัทนิติบุคคลมีการจัดทำเอกสารต่าง ๆ เป็นไปอย่างถูกต้อง เป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 พนักงานนิติบุคคลทำงานได้ตรงต่อเวลา มีการรายงานความคืบหน้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 บริษัทนิติบุคคลมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารอาคารที่พักอาศัยให้มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ความสะดวกในการแจ้งซ่อม นัดหมายงานซ่อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และเวลาเปิด-ปิด สำนักงานนิติบุคคลมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ตามลำดับ

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านกายภาพและการนำเสนอ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านกายภาพ และการนำเสนอ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. พนักงานนิติมีการแต่งการที่เรียบร้อย มียูนิฟอร์ม ของบริษัท	3.95	0.810	มาก
2. บริษัทนิติมีการจัดตกแต่งอาคารที่พักอาศัยตาม เทศกาลต่าง ๆ	3.98	0.693	มาก มาก
3. สภาพแวดล้อมภายในโครงการมีความสวยงาม น่าอยู่	4.13	0.698	มาก
4. ส่วนกลางมีความสะอาด	4.08	0.729	
5. อุปกรณ์ส่วนกลางอยู่ในสภาพที่ดี พร้อมใช้งาน	3.88	0.767	มาก
รวม	4.00	0.561	มาก

จากตาราง 18 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกายภาพและการนำเสนอ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในโครงการมีความสวยงามน่าอยู่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ส่วนกลางมีความสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 บริษัทนิติบุคคลมีการจัดตกแต่งอาคารที่พักอาศัยตามเทศกาลต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 พนักงานนิติบุคคลมีการแต่งการที่เรียบร้อย มียูนิ

ฟอร์มของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และอุปกรณ์ส่วนกลางอยู่ในสภาพที่ดี พร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การรับรู้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ในภาพรวม

การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชัน	4.04	0.481	มาก
2. ด้านความง่ายต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน	4.08	0.557	มาก
3. ด้านทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน	4.06	0.481	มาก
รวม	4.06	0.368	มาก

จากตาราง 19 พบว่าการยอมรับเทคโนโลยีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความง่ายต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ด้านทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชัน

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านมีความสะดวกในการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากนิติ	3.99	0.750	มาก
2. แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านติดต่อนิติได้สะดวกมากขึ้น	3.96	0.754	มาก
3. แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านชำระค่าใช้จ่ายได้สะดวกและถูกต้อง	4.08	0.668	มาก
4. แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านทราบถึงจำนวนพัสดุของท่าน	4.10	0.739	มาก
5. แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยให้ท่านได้รับโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่แจ้งภายในแอปพลิเคชัน	4.08	0.743	มาก
รวม	4.04	0.481	มาก

จากตาราง 20 พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านทราบถึงจำนวนพัสดุของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านชำระค่าใช้จ่ายได้สะดวกและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านได้รับโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่แจ้งภายในแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านมีความสะดวกในการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากนิติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านติดต่อนิติได้สะดวกมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ตามลำดับ

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ในด้านความง่ายต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน

การยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายต่อการใช้งาน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยมีความง่ายในการทำความเข้าใจและเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง	4.09	0.680	มาก
2. แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยสามารถดาวน์โหลดและติดตั้งได้ง่าย	4.07	0.771	มาก
3. แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยมีขั้นตอนการใช้งานที่ง่าย	4.07	0.706	มาก
รวม	4.08	0.557	มาก

จากตาราง 21 พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยมีความง่ายในการทำความเข้าใจและเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยสามารถดาวน์โหลดและติดตั้งได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยมีขั้นตอนการใช้งานที่ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ตามลำดับ

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ในด้านทัศนคติ

การยอมรับเทคโนโลยีด้านทัศนคติ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อการใช้แอปพลิเคชัน	4.21	0.672	มากที่สุด
2. ท่านมีความรู้สึกต้องการใช้แอปพลิเคชัน	4.15	0.758	มาก
3. ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน	4.01	0.719	มาก
4. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการใช้แอปพลิเคชัน	3.86	0.782	มาก
รวม	4.06	0.481	มาก

จากตาราง 22 พบว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านทัศนคติ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อ การใช้แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ในระดับมาก ได้แก่ ท่านมีความรู้สึก ต้องการใช้ออปพลิเคชันสำหรับลูกบ้านอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อ แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการใช้ออปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ในภาพรวม

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง	4.31	0.484	มากที่สุด
2. ด้านการบริหารงบประมาณ	4.19	0.478	มาก
3. ด้านการอำนวยความสะดวก	4.18	0.470	มาก
4. ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	3.99	0.438	มาก
5. ด้านความปลอดภัย	4.12	0.460	มาก
รวม	4.16	0.358	มาก

จากตาราง 23 พบว่าความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการบริหารงบประมาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านการอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ตามลำดับ

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ในด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การบริหารจัดการพื้นที่จอดรถมีประสิทธิภาพ	4.00	0.733	มาก
2. เวลาเปิด-ปิด พื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสม	4.21	0.734	มากที่สุด
3. เครื่องออกกำลังกายอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	4.34	0.823	มากที่สุด
4. น้ำที่ใช้ในที่พักอาศัยไหลแรง	4.49	0.632	มากที่สุด
5. ระบบไฟฟ้าพร้อมใช้งานเสมอ	4.49	0.636	มากที่สุด
รวม	4.31	0.484	มากที่สุด

จากตาราง 24 พบว่า ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ น้ำที่ใช้ในที่พักอาศัยไหลแรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ระบบไฟฟ้าพร้อมใช้งานเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 เครื่องออกกำลังกายอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และเวลาเปิด-ปิด พื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การบริหารจัดการพื้นที่จอดรถมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ

ตาราง 25 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ในด้านการบริหารงบประมาณ

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านการบริหารงบประมาณ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. มีการหารายได้จากพื้นที่ส่วนกลาง	4.46	0.747	มากที่สุด
2. การจัดซื้อจัดจ้าง โปร่งใส และครบถ้วน ถูกต้อง	4.35	0.793	มากที่สุด
3. ผู้พักอาศัยได้รับความสะดวกในกาชำระค่าใช้จ่าย	4.08	0.687	มาก
4. การบริหารจัดการในการติดตามค้างชำระค่าใช้จ่าย	3.95	0.659	มาก
5. มีแผนการบริหารการลดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน	4.12	0.734	มาก
รวม	4.19	0.478	มาก

จากตาราง 25 พบว่าความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านการบริหารงบประมาณ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ มีการหารายได้จากพื้นที่ส่วนกลาง เช่น การตั้งตู้ ATM, ร้านค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และการจัดซื้อจัดจ้าง โปร่งใส และครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ในระดับมาก ได้แก่ มีแผนการบริหารการลดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ผู้พักอาศัยได้รับความสะดวกในกาชำระค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และการบริหารจัดการในการติดตามค้างชำระค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ตามลำดับ

ตาราง 26 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ในด้านการอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านการอำนวยความสะดวก	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. มีการสื่อสารระเบียบได้อย่างทั่วถึงทั้งคนที่อยู่อาศัยและไม่ได้อยู่อาศัย	4.17	0.728	มาก
2. มีการวางกฎระเบียบการอยู่อาศัยร่วมกันอย่างชัดเจน	4.26	0.744	มากที่สุด
3. การจัดประชุมสามัญประจำปีอย่างมีประสิทธิภาพ	4.07	0.747	มาก
4. มีความสะดวกในการแจ้งซ่อม	4.24	0.655	มากที่สุด
5. มีการบริหารจัดการพัสดุที่ดี	4.17	0.688	มาก
รวม	4.18	0.470	มาก

ตาราง 26 พบว่าความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านการอำนวยความสะดวก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการวางกฎระเบียบการอยู่อาศัยร่วมกันอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และมีความสะดวกในการแจ้งซ่อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ในระดับมาก ได้แก่ มีการสื่อสารระเบียบได้อย่างทั่วถึงทั้งคนที่อยู่อาศัยและไม่ได้อยู่อาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 มีการบริหารจัดการพัสดุที่ดี

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และการจัดประชุมสามัญประจำปีอย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ตามลำดับ

ตาราง 27 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ในด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ต้นไม้ ดูเขียวชอุ่ม และร่มรื่น	4.30	0.749	มากที่สุด
2. พื้นที่สวนกลางภายในอาคาร สะอาด เป็นระเบียบ	4.11	0.707	มาก
3. พื้นที่สวนกลางภายนอกอาคาร สะอาด เป็นระเบียบ	3.70	0.691	มาก
4. มีความสม่ำเสมอในการจัดเก็บขยะ	3.75	0.689	มาก
5. มีการรณรงค์เรื่องประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม	4.08	0.743	มาก
รวม	3.99	0.438	มาก

จากตาราง 27 พบว่าความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ต้นไม้ ดูเขียวชอุ่ม และร่มรื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ในระดับมาก ได้แก่ พื้นที่สวนกลางภายในอาคาร สะอาด เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 มีการรณรงค์เรื่องประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 มีความสม่ำเสมอในการจัดเก็บขยะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และพื้นที่สวนกลางภายนอกอาคาร สะอาด เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ตามลำดับ

ตาราง 28 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ในด้านความปลอดภัย

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. พนักงานรักษาความปลอดภัยเดินตรวจรอบ โครงการในยามวิกาล	4.09	0.680	มาก
2. กล้อง CCTV ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.07	0.771	มาก
3. ระบบการคัดกรองคนนอกที่เข้ามาภายในอาคาร เช่น การสแกนบัตร	4.07	0.706	มาก
4. ทางหนีไฟและระบบฉุกเฉินพร้อมใช้งาน	4.21	0.672	มากที่สุด
5. ระบบการคัดกรองคนนอกที่เข้ามาภายในโครงการ โดยรถยนต์	4.15	0.758	มาก
รวม	4.12	0.460	มาก

จากตาราง 28 พบว่าความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านความปลอดภัย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทางหนีไฟและระบบฉุกเฉินพร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ในระดับมาก ได้แก่ ระบบการคัดกรองคนนอกที่เข้ามาภายในโครงการโดยรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 พนักงานรักษาความปลอดภัยเดินตรวจรอบโครงการในยามวิกาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 กล้อง CCTV ครอบคลุมทุกพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และระบบการคัดกรองคนนอกที่เข้ามาภายในอาคาร เช่น การสแกนบัตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐาน จำนวน 3 ข้อ ดังนี้

1. ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพาร์ทเนอร์ เมนเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้ดังนี้

1.1 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพาร์ทเมนท์ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพาร์ทเมนท์ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพาร์ทเมนท์ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

ตาราง 29 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพาร์ทเมนท์ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยจำแนกเพศ

	ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพาร์ทเมนท์ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย	Levene's test for Equality of Variances	
		F	P-value
1	ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง	0.534	0.465
2	ด้านการบริหารงบประมาณ	5.065	0.025*
3	ด้านการอำนวยความสะดวก	0.070	0.791
4	ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	<0.001	0.987
5	ด้านความปลอดภัย	0.328	0.567

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ตาราง Levene's test for Equality of Variances พบว่าความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพาร์ทเมนท์ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการบริหารงบประมาณ ค่า P-value เท่ากับ 0.025 ซึ่งมีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของเพศทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการ

บริหารสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ค่า P-value เท่ากับ 0.465, 0.791, 0.987, 0.567 ซึ่งมีค่า P-value มากกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของเพศทั้ง 2 กลุ่ม ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย จำแนกเพศ

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ใน โครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย			t-test for Equality of Means				
			เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df
1. ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สิน ส่วนกลาง	ชาย	4.29	0.485	0.564	287	0.573	
	หญิง	4.32	0.484				
3. ด้านการอำนวยความสะดวก	ชาย	4.14	0.470	1.372	287	0.171	
	หญิง	4.21	0.469				
4. ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	ชาย	3.99	0.453	0.083	276	0.934	
	หญิง	3.99	0.431				
5. ด้านความปลอดภัย	ชาย	4.10	0.479	0.624	273	0.533	
	หญิง	4.13	0.449				

ผลการวิเคราะห์ตาราง 30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบ (Independent Sample t-test) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง มีค่า P-value เท่ากับ 0.573 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารทรัพย์สินส่วนกลางที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ด้านการบริหารงบประมาณ ค่า P-value เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้พักอาศัย

หรือเจ้าของร่วมที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารงบประมาณที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ด้านการอำนวยความสะดวก ค่า P-value เท่ากับ 0.171 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการอำนวยความสะดวกที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม ค่า P-value เท่ากับ 0.934 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ด้านความปลอดภัย ค่า P-value เท่ากับ 0.533 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านความปลอดภัยที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันสามารถเขียนเป็นสมมติฐานสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

ตาราง 31 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ใน โครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย	Levene test	df1	df2	P- value
1. ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง	0.325	6	383	0.924
2. ด้านการบริหารงบประมาณ	1.725	6	383	0.114
3. ด้านการอำนวยความสะดวก	3.788	6	383	0.001**
4. ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	0.217	6	383	0.971
5. ด้านความปลอดภัย	0.253	6	383	0.958

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 31 ตาราง Levene test พบว่า ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านการอำนวยความสะดวก ค่า P-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่า P-value น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ความแปรปรวนของกลุ่มอายุแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงใช้ค่า Brown Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านบริหารสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ค่า P-value เท่ากับ 0.924, 0.114, 0.971, 0.958 ซึ่งมีค่า P-value มากกว่า 0.05 หมายความว่า ความแปรปรวนของกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงใช้ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย	Brown Forsythe			
	Statistic	df1	df2	P- value
.1 ด้านการอำนวยความสะดวก	0.543	6	261.267	0.775

จากตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการอำนวยความสะดวกจำแนกตามอายุ โดยใช้ Brown Forsythe พบว่าค่า P-value เท่ากับ 0.775 ซึ่งมากกว่า 0.05 ยอมรับสมมติหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 33 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลางด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจใน การบริหารจัดการ	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	MS	F	P- value
ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สิน ส่วนกลาง	ระหว่างกลุ่ม	0.581	6	0.097	0.409	0.873
	ภายในกลุ่ม	90.587	383	0.237		
	รวม	91.168	389			
ด้านการบริหารงบประมาณ	ระหว่างกลุ่ม	0.164	6	0.027	0.118	0.994
	ภายในกลุ่ม	88.776	383	0.232		
	รวม	88.940	389			

ตาราง 33 (ต่อ)

ความพึงพอใจใน การบริหารจัดการ	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	MS	F	P- value
ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	1.136	6	0.189	0.984	0.436
	ภายในกลุ่ม	73.650	383	0.192		
	รวม	74.786	389			
ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	1.463	6	0.244	1.156	0.330
	ภายในกลุ่ม	80.806	383	0.211		
	รวม	82.268	389			

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย ด้วยสถิติในการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) พบว่าค่า P-value เท่ากับ 0.873, 0.994, 0.436, 0.330 ซึ่งมากกว่า 0.05 ยอมรับสมมติหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

1.3 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันสามารถเขียนเป็นสมมติฐานสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน

ตาราง 34 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยจำแนกระดับการศึกษา

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ใน โครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย		Levene test	df1	df2	P- value
1.	ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง	0.636	2	387	0.530
2.	ด้านการบริหารงบประมาณ	1.216	2	387	0.298
3.	ด้านการอำนวยความสะดวก	0.174	2	387	0.840
4.	ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	1.707	2	387	0.183
5.	ด้านความปลอดภัย	7.599	2	387	0.001**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 34 ตาราง Levene test พบว่า ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านการความปลอดภัย ค่า P-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่า P-value น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ความแปรปรวนของกลุ่มอายุแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงใช้ค่า Brown Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านอำนวยความสะดวก และด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม ค่า P-value เท่ากับ 0,530, 0.298, 0.840, 0.183 ซึ่งมีค่า P-value มากกว่า 0.05 หมายความว่า ความแปรปรวนของกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงใช้ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 35 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยจำแนกระดับการศึกษา

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย	Brown Forsythe			P- value
	Statistic	df1	df2	
.1 ด้านความปลอดภัย	1.111	2	241.796	0.331

จากตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความปลอดภัยจำแนกระดับการศึกษา โดยใช้ Brown Forsythe พบว่าค่า P-value เท่ากับ 0.331 ซึ่งมากกว่า 0.05 ยอมรับสมมติหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

ตาราง 36 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม จำแนกระดับการศึกษา

ความพึงพอใจใน การบริหารจัดการ	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	MS	F	P- value
ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สิน ส่วนกลาง	ระหว่างกลุ่ม	0.388	2	0.194	0.827	0.438
	ภายในกลุ่ม	90.780	387	0.235		
	รวม	91.168	389			
ด้านการบริหารงบประมาณ	ระหว่างกลุ่ม	0.711	2	0.355	1.558	0.212
	ภายในกลุ่ม	88.229	387	0.228		
	รวม	88.940	389			

ตาราง 36 (ต่อ)

ความพึงพอใจใน การบริหารจัดการ	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	MS	F	P- value
ด้านการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.129	2	0.065	0.291	0.748
	ภายในกลุ่ม	85.766	387	0.222		
	รวม	85.895	389			
ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	0.934	2	0.467	2.448	0.088
	ภายในกลุ่ม	73.851	387	0.191		
	รวม	74.786	389			

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม ด้วยสถิติในการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) พบว่าค่า P-value เท่ากับ 0.438, 0.212, 0.748, 0.088 ซึ่งมากกว่า 0.05 ยอมรับสมมติหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน

1.4 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย แตกต่างกัน

ตาราง 37 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยจำแนกอาชีพ

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ใน โครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย	Levene test	df1	df2	P-value
1. ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง	8.191	3	386	<0.001**
2. ด้านการบริหารงบประมาณ	3.679	3	386	0.012*
3. ด้านการอำนวยความสะดวก	5.719	3	386	0.001**
4. ด้านการบริหารสิ่งแวดลอม	4.330	3	386	0.005**
5. ด้านความปลอดภัย	4.799	3	386	0.003**

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 37 ตาราง Levene test พบว่า ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารสิ่งแวดลอม และด้านความปลอดภัย ค่า P-value เท่ากับ <0.001, 0.001, 0.005, 0.003 ซึ่งมีค่า P-value น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ความแปรปรวนของกลุ่มอายุแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านการบริหารงบประมาณ ค่า P-value เท่ากับ 0.012 น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ความแปรปรวนของกลุ่มอายุแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงใช้ค่า Brown Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทฟร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย จำแนกอาชีพ

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทฟร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย		Brown Forsythe			
		Statistic	df1	df2	P-value
1	ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง	7.558	3	246.063	<0.001**
2.	ด้านการบริหารงบประมาณ	13.307	3	225.458	<0.001**
3.	ด้านการอำนวยความสะดวก	15.962	3	286.265	<0.001**
4.	ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	23.168	3	287.563	<0.001**
5.	ด้านความปลอดภัย	18.931	3	235.355	<0.001**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 38 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทฟร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย จำแนกอาชีพ โดยใช้ Brown Forsythe พบว่าค่า P-value เท่ากับ <math><0.001</math> ทุกด้าน ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทฟร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 เพื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ดังแสดงในตาราง

ตาราง 39 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารทรัพย์สินส่วนกลาง จำแนกอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อาชีพ อิสระ
		4.12	4.34	4.41	4.14
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.12	-	0.22* (0.036)	0.28** (0.004)	0.02 (0.990)
พนักงานเอกชน	4.34	-	-	0.06 (0.764)	0.19* (0.023)
ธุรกิจส่วนตัว	4.41	-	-	-	0.26** (0.002)
อาชีพอิสระ	4.14	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 39 แสดงให้เห็นว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารทรัพย์สินส่วนกลางที่แตกต่างกับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพพนักงานเอกชน โดยพบว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารทรัพย์สินส่วนกลางน้อยกว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพพนักงานเอกชน โดยผลต่างเท่ากับ 0.22

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารทรัพย์สินส่วนกลางที่แตกต่างกับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยพบว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหาร

ทรัพย์สินส่วนกลางน้อยกว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยผลต่างเท่ากับ 0.28

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพพนักงานเอกชน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารทรัพย์สินส่วนกลางที่แตกต่างกับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพอิสระ โดยพบว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพพนักงานเอกชน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารทรัพย์สินส่วนกลางมากกว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพอิสระ โดยผลต่างเท่ากับ 0.19

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารทรัพย์สินส่วนกลางที่แตกต่างกับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพอิสระ โดยพบว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารทรัพย์สินส่วนกลางมากกว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพอิสระ โดยผลต่างเท่ากับ 0.26

ตาราง 40 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณจำแนกอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อาชีพ อิสระ
		4.01	4.17	4.37	3.95
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.01	-	0.16 (0.186)	0.36** (<0.001)	0.06 (0.990)
พนักงานเอกชน	4.17	-	-	0.20** (0.001)	0.22 (0.053)
ธุรกิจส่วนตัว	4.37	-	-	-	0.42** (<0.001)
อาชีพอิสระ	3.95	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 40 แสดงให้เห็นว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณที่แตกต่างกับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยพบว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารงบประมาณน้อยกว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยผลต่างเท่ากับ 0.36

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพพนักงานเอกชน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณที่แตกต่างกับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยพบว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพพนักงานเอกชนมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารงบประมาณน้อยกว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยผลต่างเท่ากับ 0.20

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณที่แตกต่างกับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพอิสระ โดยพบว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารงบประมาณมากกว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพอิสระ โดยผลต่างเท่ากับ 0.42

ตาราง 41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก จำแนกอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อาชีพ อิสระ
		4.05	4.13	4.38	3.95
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.05	-	0.08 (0.776)	0.33** (<0.001)	0.10 (0.696)
พนักงานเอกชน	4.13	-	-	0.24** (<0.001)	0.18** (0.009)
ธุรกิจส่วนตัว	4.38	-	-	-	0.43** (<0.001)
อาชีพอิสระ	3.95	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 41 แสดงให้เห็นว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยพบว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการอำนวยความสะดวกน้อยกว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยผลต่างเท่ากับ 0.33

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพพนักงานเอกชน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยพบว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพพนักงานเอกชน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการอำนวยความสะดวกน้อยกว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยผลต่างเท่ากับ 0.24

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพพนักงานเอกชน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพอิสระ โดยพบว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพพนักงานเอกชน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการอำนวยความสะดวกมากกว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพอิสระ โดยผลต่างเท่ากับ 0.18

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพอิสระ โดยพบว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการอำนวยความสะดวกมากกว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพอิสระ โดยผลต่างเท่ากับ 0.43

ตาราง 42 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมจำแนกอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อาชีพ อิสระ
		3.83	3.93	4.21	3.76
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.83	-	0.10 (0.525)	0.38** (<0.001)	0.07 (0.911)
พนักงานเอกชน	3.93	-	-	0.28** (0.001)	0.17* (0.026)
ธุรกิจส่วนตัว	4.21	-	-	-	0.45** (0.002)
อาชีพอิสระ	3.76	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 43 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยจำแนกอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อาชีพ อิสระ
		3.88	4.11	4.31	3.89
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.88	-	0.24** (0.008)	0.43** (<0.001)	0.01 (0.990)
พนักงานเอกชน	4.11	-	-	0.20** (0.001)	0.22** (0.009)
ธุรกิจส่วนตัว	4.31	-	-	-	0.42** (0.002)
อาชีพอิสระ	3.89	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 43 แสดงให้เห็นว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยที่แตกต่างกับ ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มี อาชีพพนักงานเอกชน โดยพบว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มี ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่ อาศัยด้านบริหารสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพพนักงานเอกชน โดย ผลต่างเท่ากับ 0.24

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจ ในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้าน ความปลอดภัยที่แตกต่างกับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยพบว่า ผู้พัก อาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านความปลอดภัยน้อยกว่าผู้พัก อาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยผลต่างเท่ากับ 0.43

ตาราง 44 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยจำแนกรายได้

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ใน โครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย	Levene test	df1	df2	P- value
1. ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง	0.128	4	385	0.972
2. ด้านการบริหารงบประมาณ	1.953	4	385	0.101
3. ด้านการอำนวยความสะดวก	2.922	4	385	0.021*
4. ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	0.320	4	385	0.865
5. ด้านความปลอดภัย	0.068	4	385	0.991

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ตาราง Levene test พบว่า ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านการอำนวยความสะดวก ค่า P-value เท่ากับ 0.021 ซึ่งมีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ความแปรปรวนของกลุ่มรายได้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงใช้ค่า Brown Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย ค่า P-value เท่ากับ 0.972, 0.101, 0.865, 0.991 ซึ่งมีค่า P-value มากกว่า 0.05 หมายความว่า ความแปรปรวนของกลุ่มรายได้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงใช้ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 45 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านอำนวยความสะดวกจำแนกรายได้

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของ บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย	Brown Forsythe			
	Statistic	df1	df2	P-value
.1 ด้านการอำนวยความสะดวก	1.028	4	360.775	0.392

จากตาราง 45 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการอำนวยความสะดวกจำแนกรายได้ โดยใช้ Brown Forsythe พบว่าค่า P-value เท่ากับ 0.392 ซึ่งมากกว่า 0.05 ยอมรับสมมติหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 46 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัยจำแนกรายได้

ความพึงพอใจใน การบริหารจัดการ	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	MS	F	P- value
ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สิน ส่วนกลาง	ระหว่างกลุ่ม	0.569	4	0.142	0.604	0.660
	ภายในกลุ่ม	90.599	385	0.235		
	รวม	91.168	389			
ด้านการบริหารงบประมาณ	ระหว่างกลุ่ม	0.101	4	0.025	0.109	0.979
	ภายในกลุ่ม	88.839	385	0.231		
	รวม	88.940	389			

ตาราง 46 (ต่อ)

ความพึงพอใจใน การบริหารจัดการ	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	MS	F	P- value
ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	1.285	4	0.321	1.683	0.153
	ภายในกลุ่ม	73.500	385	0.191		
	รวม	74.786	389			
ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	0.786	4	0.197	0.929	0.447
	ภายในกลุ่ม	81.482	385	0.212		
	รวม	82.268	389			

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย ด้วยสถิติในการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) พบว่าค่า P-value เท่ากับ 0.660, 0.979, 0.153, 0.447 ซึ่งมากกว่า 0.05 ยอมรับสมมติหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

2. ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

2.1 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้าน

กระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

สามารถเขียนสมมติฐานการทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ส่วนประสมทางการตลาด ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

H_1 : ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

ตาราง 47 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
Regression	27.127	7	3.875	23.116**	<0.001
Residual	64.041	382	0.168		
Total	91.168	389			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลางที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 48 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลางโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

คุณค่าตรรกศาสตร์	Unstandardized (B)	SE	Standardized (β)	t	P- value
ค่าคงที่ (Constant)	1.688	0.259		6.528	<0.001
ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1)	0.132	0.042	0.154	3.210**	0.001
ด้านราคา (x_2)	0.282	0.045	0.332	6.318**	<0.001
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3)	0.042	0.042	0.149	1.009	0.314
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4)	0.035	0.050	0.040	0.692	0.490
ด้านบุคคล (x_5)	0.174	0.054	0.210	3.210**	0.001
ด้านกายภาพและการนำเสนอ (x_6)	0.034	0.058	0.036	0.589	0.556
ด้านกระบวนการ (x_7)	0.172	0.043	0.199	3.968**	<0.001
R = 0.545		Adjusted R ² = 0.285			
R ² = 0.298		SE = 0.409			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์พบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) และด้านบุคคล (x_5) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง (y_1)

เมื่อพิจารณาค่า ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.285 หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) และด้านบุคคล (x_5) เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ได้ร้อยละ 28.50

2.2 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพอร์ดี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ

สามารถเขียนสมมติฐานการทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ส่วนประสมทางการตลาด ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพอร์ดี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการงบประมาณ

H_1 : ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพอร์ดี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการงบประมาณ

ตาราง 49 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพอร์ดี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
Regression	26.378	7	3.768	23.009**	<0.001
Residual	62.562	382	0.164		
Total	88.940	389			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพอร์ดี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพอร์ดี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 50 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

คุณค่าตราสินค้า	Unstandardized (B)	SE	Standardized (β)	t	P- value
ค่าคงที่ (Constant)	1.466	0.256		5.735	<0.001
ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1)	0.007	0.041	0.008	0.169	0.866
ด้านราคา (x_2)	0.275	0.044	0.328	6.237**	<0.001
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3)	0.047	0.042	0.055	1.137	0.256
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4)	0.074	0.049	0.086	1.502	0.134
ด้านบุคคล (x_5)	0.172	0.054	0.210	3.211**	0.001
ด้านกายภาพและการนำเสนอ (x_6)	0.012	0.058	0.013	0.210	0.834
ด้านกระบวนการ (X_7)	0.132	0.043	0.155	3.092**	0.002
R = 0.545		Adjusted R ² = 0.284			
R ² = 0.297		SE = 0.405			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์พบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (x_2) ด้านบุคคล (x_5) และด้านกระบวนการ (X_7) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ (y_2)

เมื่อพิจารณาค่า ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.284 หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (x_2) ด้านบุคคล (x_5) และด้านกระบวนการ (X_7) เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณได้ร้อยละ 28.40

2.3 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้าน

กระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ส่วนประสมทางการตลาด ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก

H_1 : ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก

ตาราง 51 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
Regression	24.085	7	3.441	21.265**	<0.001
Residual	61.810	382	0.162		
Total	85.895	389			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 52 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

คุณค่าตราสินค้า	Unstandardized (B)	SE	Standardized (β)	t	P- value
ค่าคงที่ (Constant)	1.309	0.254		5.151	<0.001
ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1)	0.046	0.040	0.055	1.136	0.257
ด้านราคา (x_2)	-0.264	0.044	0.320	6.010**	<0.001
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3)	-0.066	0.041	0.078	1.587	0.113
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4)	0.100	0.049	0.118	2.028*	0.043
ด้านบุคคล (x_5)	0.006	0.053	0.007	0.105	0.916
ด้านกายภาพและการนำเสนอ (x_6)	0.094	0.057	0.102	1.641	0.102
ด้านกระบวนการ (X_7)	0.139	0.043	0.166	3.275**	0.001
R = 0.530		Adjusted R ² = 0.267			
R ² = 0.280		SE = 0.402			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์พบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (x_2) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) และด้านกระบวนการ (X_7) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก (y_3)

เมื่อพิจารณาค่า ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.267 หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (x_2) ด้านบุคคล (x_5) และด้านกระบวนการ (X_7) เป็นตัวแปรที่

สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกได้ร้อยละ 26.70

2.4 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม

สามารถเขียนสมมติฐานการทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ส่วนประสมทางการตลาด ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม

H_1 : ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม

ตาราง 53 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
Regression	16.128	7	2.304	15.005**	<0.001
Residual	58.658	382	0.154		
Total	74.786	389			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการ

อาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 54 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

คุณค่าตรรกศาสตร์	Unstandardized (B)	SE	Standardized (β)	t	P-value
ค่าคงที่ (Constant)	1.644	0.247		6.643	<0.001
ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1)	0.004	0.039	0.005	0.103	0.918
ด้านราคา (x_2)	0.162	0.043	0.210	3.786**	<0.001
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3)	0.127	0.040	0.163	3.166**	0.002
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4)	0.054	0.048	0.068	1.122	0.263
ด้านบุคคล (x_5)	0.006	0.052	0.008	0.117	0.907
ด้านกายภาพและการนำเสนอ (x_6)	0.077	0.056	0.090	1.381	0.168
ด้านกระบวนการ (X_7)	0.163	0.041	0.208	3.928**	<0.001
R = 0.464		Adjusted R ² = 0.201			
R ² = 0.216		SE = 0.392			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์พบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) และด้านกระบวนการ (X_7) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม (y_4)

เมื่อพิจารณาค่า ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.201 หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) และด้านกระบวนการ (X_7)

เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 20.10

2.5 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย

สามารถเขียนสมมติฐานการทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ส่วนประสมทางการตลาด ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย

H_1 : ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย

ตาราง 55 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
Regression	21.010	7	3.001	15.716**	<0.001
Residual	61.258	382	0.160		
Total	82.268	389			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี

เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 56 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

คุณค่าตัวแปรอิสระ	Unstandardized (B)	SE	Standardized (β)	t	P- value
ค่าคงที่ (Constant)	1.454	0.253		5.750	<0.001
ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1)	0.119	0.040	0.147	2.975**	0.003
ด้านราคา (x_2)	-0.101	0.044	0.126	2.318*	0.021
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3)	-0.048	0.041	0.058	1.165	0.245
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4)	0.109	0.049	0.131	2.220	0.270
ด้านบุคคล (x_5)	0.094	0.053	0.119	1.765	0.078
ด้านกายภาพและการนำเสนอ (x_6)	0.155	0.057	0.172	0.720	0.472
ด้านกระบวนการ (X_7)	0.030	0.042	0.037	2.716**	0.007
R = 0.505		Adjusted R ² = 0.242			
R ² = 0.255		SE = 0.400			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์พบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) และด้านกระบวนการ (X_7) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย (y_5)

เมื่อพิจารณาค่า ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.242 หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) และด้านกระบวนการ (X_7) เป็นตัวแปรที่

สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยได้ร้อยละ 24.20

3.การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

3.1 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การยอมรับเทคโนโลยี ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

H_1 : การยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

ตาราง 57 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
Regression	24.658	3	8.219	47.701**	<0.001
Residual	66.510	386	0.172		
Total	91.168	389			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01

นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลางที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 58 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลางโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

คุณค่าตรรกศาสตร์	Unstandardized (B)	SE	Standardized (β)	t	P- value
ค่าคงที่ (Constant)	1.641	0.236		6.962	<0.001
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (x_1)	0.080	0.050	0.079	1.604	0.110
ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2)	0.173	0.043	0.198	4.019**	<0.001
ด้านทัศนคติ (x_3)	0.404	0.045	0.401	8.887**	<0.001
R = 0.520			Adjusted R ² = 0.265		
R ² = 0.270			SE = 0.415		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2) และด้านทัศนคติ (x_3) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง (y_1)

เมื่อพิจารณาค่า ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.265 หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2) และด้านทัศนคติ (x_3) เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ได้ร้อยละ 26.50

3.2 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพาร์ทเนอร์ที่ เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารงบประมาณ

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การยอมรับเทคโนโลยี ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพาร์ทเนอร์ที่ เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ

H_1 : การยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพาร์ทเนอร์ที่ เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ

ตาราง 59 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพาร์ทเนอร์ที่ เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
Regression	15.480	3	5.160	27.113**	<0.001
Residual	73.460	386	0.190		
Total	88.940	389			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 59 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพาร์ทเนอร์ที่ เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพาร์ทเนอร์ที่ เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 60 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

คุณค่าตราสินค้า	Unstandardized (B)	SE	Standardized (β)	t	P- value
ค่าคงที่ (Constant)	2.070	0.248		8.356	<0.001
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (x_1)	0.068	0.052	0.068	1.295	0.196
ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2)	0.207	0.045	0.241	4.595**	<0.001
ด้านทัศนคติ (x_3)	0.247	0.048	0.249	5.180**	<0.001
R = 0.417		Adjusted R ² = 0.168			
R ² = 0.174		SE = 0.436			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 60 ผลการวิเคราะห์พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2) และด้านทัศนคติ (x_3) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ (y_2)

เมื่อพิจารณาค่า ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.168 หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2) และด้านทัศนคติ (x_3) เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ ได้ร้อยละ 16.80

3.3 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการอำนวยความสะดวก

สามารถเขียนสมมติฐานการทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การยอมรับเทคโนโลยี ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก

H_1 : การยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพีร็อพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก

ตาราง 61 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพีร็อพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
Regression	21.213	3	7.071	42.196**	<0.001
Residual	64.682	386	0.168		
Total	85.895	389			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพีร็อพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกมีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพีร็อพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 62 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

คุณค่าตรรกศาสตร์	Unstandardized (B)	SE	Standardized (β)	t	P- value
ค่าคงที่ (Constant)	1.621	0.232		6.975	<0.001
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (x_1)	0.137	0.049	0.140	2.786**	0.006
ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2)	0.184	0.042	0.218	4.340**	<0.001
ด้านทัศนคติ (x_3)	0.310	0.045	0.317	6.920**	<0.001
R = 0.497		Adjusted R ² = 0.241			
R ² = 0.247		SE = 0.409			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (x_1) ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2) และด้านทัศนคติ (x_3) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก (y_3)

เมื่อพิจารณาค่า ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.241 หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (x_1) ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2) และด้านทัศนคติ (x_3) เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก ได้ร้อยละ 24.1

3.4 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม

สามารถเขียนสมมติฐานการทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การยอมรับเทคโนโลยี ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้้อม

H_1 : การยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้้อม

ตาราง 63 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้้อม

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
Regression	32.091	3	10.697	96.713**	<0.001
Residual	42.694	386	0.111		
Total	74.786	389			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 63 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้้อมมีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้้อมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 64 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

คุณค่าตัวแปรอิสระ	Unstandardized (B)	SE	Standardized (β)	t	P-value
ค่าคงที่ (Constant)	0.942	0.189		4.989	<0.001
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (x_1)	0.244	0.040	0.267	6.100**	<0.001
ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2)	0.303	0.034	0.384	8.800**	<0.001
ด้านทัศนคติ (x_3)	0.204	0.036	0.223	5.596**	<0.001
R = 0.655		Adjusted R ² = 0.425			
R ² = 0.429		SE = 0.332			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 64 ผลการวิเคราะห์พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (x_1) ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2) และด้านทัศนคติ (x_3) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม (y_4)

เมื่อพิจารณาค่า ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.425 หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (x_1) ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2) และด้านทัศนคติ (x_3) เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม ได้ร้อยละ 42.5

3.5 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านความปลอดภัย

สามารถเขียนสมมติฐานการทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การยอมรับเทคโนโลยี ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย

H_1 : การยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย

ตาราง 65 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
Regression	76.439	3	25.480	1687.094**	<0.001
Residual	5.830	386	0.015		
Total	82.268	389			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 65 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยมีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยีสามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 66 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

คุณค่าตราสินค้า	Unstandardized (B)	SE	Standardized (β)	t	P- value
ค่าคงที่ (Constant)	0.016	0.070		0.223	0.824
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (x_1)	0.013	0.015	0.013	0.850	0.396
ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2)	0.680	0.013	0.824	53.538**	<0.001
ด้านทัศนคติ (x_3)	0.347	0.013	0.363	25.818**	<0.001
R = 0.454		Adjusted R ² = 0.206			
R ² = 0.206		SE = 0.122			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 66 ผลการวิเคราะห์พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2) และด้านทัศนคติ (x_3) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย (y_5) มี

เมื่อพิจารณาค่า ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.929 หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (x_2) และด้านทัศนคติ (x_3) เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านความปลอดภัย ได้ร้อยละ 20.60

ตาราง 67 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 1 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน		
1.1 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน		
- ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ด้านการบริหารงบประมาณ	สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ด้านการอำนวยความสะดวก	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ด้านความปลอดภัย	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
1.2 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน		
- ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	One-way analysis of Variance
- ด้านการบริหารงบประมาณ	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown Forsythe
- ด้านการอำนวยความสะดวก	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	One-way analysis of Variance

ตาราง 67 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
- ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	One-way analysis of Variance
- ด้านความปลอดภัย	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	One-way analysis of Variance
1.3 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน		
- ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	One-way analysis of Variance
- ด้านการบริหารงบประมาณ	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	One-way analysis of Variance
- ด้านการอำนวยความสะดวก	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	One-way analysis of Variance
- ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	One-way analysis of Variance
- ด้านความปลอดภัย	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown Forsythe
1.4 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน		
- ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง	สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown Forsythe
- ด้านการบริหารงบประมาณ	สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown Forsythe
- ด้านการอำนวยความสะดวก	สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown Forsythe
- ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown Forsythe

ตาราง 67 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
- ด้านความปลอดภัย	สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown Forsythe
<p>1.5 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน</p>		
- ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	One-way analysis of Variance
- ด้านการบริหารงบประมาณ	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	One-way analysis of Variance
- ด้านการอำนวยความสะดวก	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown Forsythe
- ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	One-way analysis of Variance
- ด้านความปลอดภัย	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	One-way analysis of Variance
<p>สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย</p>		
2.1 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับ	Multiple
ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านส่วนกลาง	สมมติฐานที่ตั้งไว้	Regression Analysis

ตาราง 67 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
2.2 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอและด้านกระบวนการส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านงบประมาณ	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Multiple Regression Analysis
2.3 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอและด้านกระบวนการส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Multiple Regression Analysis
2.4 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอและด้านกระบวนการส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Multiple Regression Analysis

ตาราง 67 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
2.5 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอและด้านกระบวนการส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพาร์ทเนอร์ แมนู ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Multiple Regression Analysis
สมมติฐานที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพาร์ทเนอร์ แมนู ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย		
3.1 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพาร์ทเนอร์ แมนู ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินกลาง	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Multiple Regression Analysis
3.2 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพาร์ทเนอร์ แมนู ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Multiple Regression Analysis
3.3 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพาร์ทเนอร์ แมนู ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Multiple Regression Analysis

ตาราง 67 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
3.4 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Multiple Regression Analysis
3.5 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Multiple Regression Analysis

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อประโยชน์เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนด้านกลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทที่ผู้วิจัยสังกัด เนื่องจากการแข่งขันของธุรกิจในกลุ่มบริหารจัดการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูง และผู้ใช้บริการเองมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการอยู่ตลอดเวลา ผู้เล่นในตลาดจึงจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ด้านการดำเนินงาน กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยจะจงศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในโครงการอาคารชุดที่บริหารจัดการโดยบริษัทพร็อพเพอร์ตี้เมเนจเม้นท์ ที่เป็นบริษัทชั้นนำในตลาด เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาการดำเนินงานของบริษัทให้ทัดเทียมและสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุดที่อยู่อาศัยให้มากยิ่งขึ้น

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีความมุ่งหมายดังนี้

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กับ ปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความสำคัญของงานวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ด้านบริการให้กับบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. เพื่อนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้และพัฒนาด้านบริหารจัดการโครงการที่อยู่อาศัยประเภทอื่นๆ

3. เพื่อเป็นประโยชน์ทางด้านวิชาการโดยใช้งานวิจัยนี้เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อต่อยอดในการทำงานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์อื่นๆ

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

2. ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

3. การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย

ประชากร ได้แก่ ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมห้องชุดในโครงการอาคารชุดที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 16,296 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมห้องชุดในโครงการอาคารชุดที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลจากการสุตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 ตัวอย่าง

ขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มแบบชั้นภูมิ (Proportional Stratified Sampling) โดยการแบ่งตามโครงการเป็นหน่วยสุ่ม เป็นหน่วยสุ่ม

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการเก็บตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามกลุ่มไว้

2. การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวัดระดับข้อมูลประเภท (Nominal Scale) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และข้อมูลประเภทจัดอันดับ (Ordinal Scale) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยแบ่งข้อมูลออกเป็นเพศชาย และเพศหญิง

2. อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยแบ่งช่วงอายุออกเป็นกลุ่มเรียงลำดับ รวมไปถึงแบ่งช่วงห่างได้ดังนี้ คือ ช่วง 30 – 35 ปี ช่วง 36 – 40 ปี ช่วง 41 – 45 ปี ช่วง 46 – 50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) แบ่งข้อมูลออกเป็น ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น ข้าราชการ/วิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนดช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท, 40,001 – 50,000 บาท และ 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 26 ข้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นลักษณะมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดให้มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี จำนวน 12 ข้อ ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านทัศนคติ ลักษณะแบบสอบถามเป็นลักษณะมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดให้มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริหารจัดการ จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ ด้านบริหารทรัพยากรส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย ลักษณะแบบสอบถามเป็นลักษณะมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดให้มี 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยหาความถี่ และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ

1.3 การรับรู้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ

1.4 ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ทดสอบเกี่ยวกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลอันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test และ One-Way Analysis of Variance เพื่อตอบสมมติฐานข้อ 1

2.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ทดสอบเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและ

ปริมณฑล โดยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อตอบสมมติฐานข้อ 2

2.3 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ทดสอบเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อตอบสมมติฐานข้อ 3

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยขอสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.90 และหญิง จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 64.10 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 35 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.79 ลำดับถัดมามีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.51 อายุระหว่าง 20 - 25 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.64 อายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.82 อายุระหว่าง 46 – 50 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.74 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.23 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 44.87 รองลงมาจบการศึกษาระดับมากกว่าปริญญาตรี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 33.59 และจบการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.54 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 39.23 ลำดับถัดมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.85 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.95 และอาชีพอิสระ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.97 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.87 ลำดับถัดมามีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,001 –

35,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.51 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 45,001 – 55,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.51 และรายได้ต่อเดือนระหว่าง 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.46 และรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.64

ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคาและด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มี และด้านบุคคล ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ บริษัทนิติบุคคลมีบริการที่หลากหลายนอกเหนือจากการบริหารอาคารชุดเช่น ปลั๊กอินเช่าห้อง เป็นนายหน้าในการขายห้องพัก บริการรับซ่อมภายในห้องพัก บริษัทนิติบุคคลมีการบริหารจัดการโครงการที่ดีทำให้อาคารชุดที่พักอาศัยน่าอยู่ บริษัทนิติบุคคลมีการบริหารงานเป็นไปตามกฎหมายหรือข้อบังคับที่กำหนด และบริษัทนิติบุคคลบริหารงานอย่างมีมาตรฐาน มีความสะดวก รวดเร็ว และได้คุณภาพ ตามลำดับ

ด้านราคา

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ค่าส่วนกลางมีความเหมาะสม ในระดับมาก ได้แก่ ค่าจ้างบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ สำหรับงานบริหารจัดการนิติบุคคลมีความเหมาะสม และค่าน้ำที่เรียกเก็บมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ บริษัทนิติบุคคลช่องทางการติดต่อผ่านช่องทางออนไลน์ บริษัทนิติบุคคลส่วนสำนักงานใหญ่มีช่องทางการติดต่อที่สะดวกครอบคลุมทุกช่องทาง และบริษัทนิติบุคคลมีการจัดพื้นที่ที่สะดวกสำหรับการติดต่อตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ บริษัทนิติบุคคลของท่านมีโปรโมชั่นพิเศษสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เช่น ส่วนลดซื้อกาแฟ ส่วนลดการตรวจสุขภาพ เป็นต้น บริษัท

นิติบุคคลมีการแจกล้างของให้ลูกบ้านแบบไม่มีค่าใช้จ่าย เช่น ผักปลอดสารพิษ เป็นต้น และ บริษัทนิติบุคคลมีการจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มความน่าอยู่ในโครงการ เช่น กิจกรรมสงกรานต์ กิจกรรมทำบุญปีใหม่ เป็นต้น ตามลำดับ

ด้านบุคคล

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ พนักงานนิติบุคคลให้การบริการหรือการช่วยเหลือแก้ปัญหาให้ผู้พักอาศัยอย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานนิติบุคคลมีมาหาที่ดีอย่างสม่ำเสมอ และพนักงานนิติบุคคลทุกฝ่ายปฏิบัติหน้าที่ด้วยความชำนาญมีความรู้ตามลำดับ

ด้านกายภาพและการนำเสนอ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกายภาพและการนำเสนอ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในโครงการมีความสวยงามน่าอยู่ ส่วนกลางมีความสะอาด บริษัทนิติบุคคลมีการจัดตกแต่งอาคารที่พักอาศัยตามเทศกาลต่างๆ พนักงานนิติบุคคลมีการแต่งการที่เรียบร้อย มียูนิฟอร์มของบริษัท และอุปกรณ์ส่วนกลางอยู่ในสภาพที่ดี พร้อมใช้งาน ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ บริษัทนิติบุคคลมีการจัดทำเอกสารต่าง ๆ เป็นไปอย่างถูกต้อง เป็นระบบ พนักงานนิติบุคคลทำงานได้ตรงต่อเวลา มีการรายงานความคืบหน้า บริษัทนิติบุคคลมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารอาคารที่พักอาศัยให้มีประสิทธิภาพ ความสะดวกในการแจ้งซ่อม นัดหมายงานซ่อม และเวลาเปิด-ปิด สำนักงานนิติบุคคลมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การรับรู้เทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความง่ายต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน ด้านทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน และในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชัน ตามลำดับ

ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์

การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านทราบถึงจำนวนพัสดุของท่าน แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านชำระค่าใช้จ่ายได้สะดวกและถูกต้อง แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านได้รับ

โปรแกรมชั้นต่าง ๆ ที่แจ้งภายในแอปพลิเคชัน แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านมีความสะดวกในการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากนิติ มี และแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านติดต่อนิติได้สะดวกมากขึ้น ตามลำดับ

ด้านความง่ายต่อการใช้งาน

การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ในภาพรวมอยู่ในระดับเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยมีความง่ายในการทำความเข้าใจและเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยสามารถดาวน์โหลดและติดตั้งได้ง่าย และแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยมีขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายตามลำดับ

ด้านทัศนคติ

การยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อการใช้แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัย ในระดับมาก ได้แก่ ท่านมีความรู้สึกต้องการใช้แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยอย่างต่อเนื่อง ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัย และท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยตามลำดับ

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านบริหารสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ น้ำที่ใช้ในที่พักอาศัยไหลแรง ระบบไฟฟ้าพร้อมใช้งานเสมอ เครื่องออกกำลังกายอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน มี และเวลาเปิด-ปิด พื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสม ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การบริหารจัดการพื้นที่จอดรถมีประสิทธิภาพ ตามลำดับ

ด้านการบริหารงบประมาณ

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านการบริหารงบประมาณ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการหารายได้จากพื้นที่ส่วนกลาง เช่น การตั้งตู้ ATM, ร้านค้า และการจัดซื้อจัดจ้าง ไปรษณีย์ และครบถ้วน ในระดับ

มาก ได้แก่ มีแผนการบริหารการลดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน ผู้พักอาศัยได้รับความสะดวกในกาชำระค่าใช้จ่าาย และการบริหารจัดการในการติดตามค้างชำระค่าใช้จ่าาย ค่าใช้จ่าาย ตามลำดับ

ด้านการอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านการอำนวยความสะดวก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการวางกฎระเบียบการอยู่อาศัยร่วมกันอย่างชัดเจน และมีความสะดวกในการแจ้งซ่อม ในระดับมาก ได้แก่ มีการสื่อสารระเบียบได้อย่างทั่วถึงทั้งคนที่อยู่อาศัยและไม่ได้อยู่อาศัย มีการบริหารจัดการพัสดุที่ดี และการจัดประชุมสามัญประจำปีอย่างมีประสิทธิภาพ ตามลำดับ

ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ต้นไม้ คุุเขียวช่อ่ม และร่มรื่น ในระดับมาก ได้แก่ พื้นที่สวนกลางภายในอาคาร สะอาด เป็นระเบียบ มีการรณรงค์เรื่องประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม มีความสม่ำเสมอในการจัดเก็บขยะ และพื้นที่สวนกลางภายนอกอาคาร สะอาด เป็นระเบียบ ตามลำดับ

ด้านความปลอดภัย

ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ ด้านความปลอดภัย ในภาพรวมอยู่ในระดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทางหนีไฟและระบบฉุกเฉินพร้อมใช้งาน ในระดับมาก ได้แก่ ระบบการคัดกรองคนนอกที่เข้ามาภายในโครงการโดยรถยนต์ พนักงานรักษาความปลอดภัยเดินตรวจรอบโครงการในยามวิกาล กล้อง CCTV ครอบคลุมทุกพื้นที่ และระบบการคัดกรองคนนอกที่เข้ามาภายในอาคารเช่น การสแกนบัตร ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐาน จำนวน 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1. ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพรีอเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทพรีอเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพ ต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

สมมติฐานที่ 2.1 ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือส่วนประสมทางการตลาด สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลางที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ได้ร้อยละ 28.50

สมมติฐานที่ 2.2 ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรืออพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือส่วนประสม

ทางการตลาด สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ ได้ร้อยละ 28.40

สมมติฐานที่ 2.3 ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ส่วนประสมทางการตลาด สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกได้ร้อยละ 26.70

สมมติฐานที่ 2.4 ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ส่วนประสมทางการตลาด สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัท หรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัท หรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัท หรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมได้ ร้อยละ 20.10

สมมติฐานที่ 2.5 ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัท หรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัท หรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ส่วนประสมทางการตลาด สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัท หรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลการวิเคราะห์ Unstandardized (B) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัท หรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการ เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัท หรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยได้ ร้อยละ 24.20

สมมติฐานที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย

สมมติฐานที่ 3.1 การยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ การยอมรับเทคโนโลยี สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลางที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ได้ร้อยละ 26.50

สมมติฐานที่ 3.2 การยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารงบประมาณ

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารงบประมาณ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ การยอมรับเทคโนโลยี สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี

เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติเป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพออร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ ได้ร้อยละ 16.80

สมมติฐานที่ 3.3 การยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพออร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการอำนวยความสะดวก

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพออร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกมีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ การยอมรับเทคโนโลยี สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพออร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพออร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพออร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการอำนวยความสะดวก ได้ร้อยละ 24.1

สมมติฐานที่ 3.4 การยอมรับ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพออร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพออร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมมีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ การยอมรับเทคโนโลยี สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพออร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหาร

จัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหาร สิ่งแวดล้อม หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม ได้ร้อยละ 42.5

สมมติฐานที่ 3.5 การยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการยอมรับเทคโนโลยี ต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยมีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ การยอมรับเทคโนโลยี สามารถทำนายแนวโน้มความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติ เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย ได้ร้อยละ 20.60

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ เพศ และการประกอบอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิจัยของ จีราภรณ์ดิยะจามร (2556) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจของทางการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลาง

กรณีศึกษาอาคารชุดพักอาศัยระดับล่างที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาของ ธวัช เขมธร (2552) ได้กล่าวว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายแตกต่างกัน แต่ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่ไม่แตกต่าง

1.1 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณที่แตกต่างกัน ส่วนด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านบริหารสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในงบประมาณจะพบว่าเพศหญิงจะมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านการบริหารงบประมาณที่มากกว่า เนื่องจากผู้ใช้บริการเพศหญิงจะมีการศึกษารายละเอียดด้านการใช้งบประมาณต่างๆ ของโครงการอาคารชุด ทั้งในด้านรายรับ และรายจ่ายมากกว่าผู้ใช้บริการเพศชาย ทำให้ผู้ใช้บริการเพศหญิงรับรู้ที่มาของการใช้งบประมาณในด้านต่างๆ อย่างละเอียดทำให้เกิดเป็นความพึงพอใจในการบริหารจัดการในด้านนี้มากกว่าผู้ใช้บริการเพศชาย แต่ในด้านอื่นๆ ได้แก่ ส่วนด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านบริหารสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ผู้ใช้บริการทั้งเพศหญิงและเพศชายต่างให้ความสนใจในรายละเอียดเท่าๆ กัน จึงทำให้ความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

1.2 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกันในทุกๆ ด้าน เนื่องจากการให้บริการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยนั้นมีความเท่าเทียมกันในทุกวัยของผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วม ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ญัฐสุธา เสวกวิหาร (2560) ที่ได้กล่าวไว้ว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามธิบดีที่แตกต่างกัน และ จากการศึกษาของ ญัฐวุฒิ อินทร์ภักษ์ (2559) พบว่าบุคคลที่อายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอาคารเรียนรวมและปฏิบัติการที่แตกต่างกัน

1.3 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกันในทุกๆ ด้าน เนื่องจากการให้บริการของบริษัทหรือพเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยไม่เคยมีการเก็บข้อมูลด้านระดับการศึกษาของ

ผู้ใช้บริการหรือผู้พักอาศัย และให้บริการอย่างความเท่าเทียมกันกับผู้ใช้บริการทุกคน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัยรดา คงสินชัย และพัชรินทร์ จารุทวีผลบุญกุล (2563) กล่าวว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริการโรงพยาบาลสินแพทย์ ลำลูกกา ที่แตกต่างกัน

1.4 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันในทุกๆด้าน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เนื่องจากอาชีพที่ต่างกันทำให้ผู้ใช้บริการหรือผู้พักอาศัยมีลักษณะ บุคลิก และระดับความคาดหวังในการบริการที่ไม่เท่ากัน สอดคล้องกับ (ณัฐฐา เสวกวิหาร, 2560) กล่าวว่าเมื่อพิจารณาด้านอาชีพพบว่า อาชีพที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติที่ต่างกัน

1.5 ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่างกัน ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกันในทุกๆด้าน เนื่องจากการให้บริการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยนั้นมีความเท่าเทียมกันแก่ของผู้ใช้บริการทุกคน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ธวัช เขมธร (2552) ที่ได้กล่าวไว้ว่าจากการศึกษาการบริการหลังการขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยบ้านจัดสรร กรณีศึกษา บริษัท ลลิล พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด(มหาชน) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุและรายได้ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริการหลังการขายแตกต่างกัน

2. ผลการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย โดยมีค่า sig เท่ากับ <0.001 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในทุกด้าน หมายความว่าส่วนประสมทางการตลาดและการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย สอดคล้องกับ วราภรณ์ กิติแก้วทิวเสริฐ และศิริฤทธิสุนทรเสถณี, (2564) ได้กล่าวไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในแต่ละด้าน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยต่อการจัดการหมู่บ้านกานดา กม.18 Supaprawat Siripipatthanakul and Pattanapong Chana(2021) ได้ศึกษาวิจัยในหัวข้อปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยที่มาใช้บริการทางการแพทย์ในคลินิกแห่งหนึ่งในประเทศมาเลเซีย อำนาง วังจิ้น (2563) ได้ทำการศึกษาพบว่าส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มีความสอดคล้องกับความพึงพอใจของลูกค้าบ้านจัดสรรและอาคารชุดที่พักอาศัย ในด้านปัจจัย

การยอมรับเทคโนโลยี ผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับ วุฒิกิจ บุญลือ และพัชรวิทย์ จารุทวีผลนุกูล (2562) ได้กล่าวว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน ชื่อชายเกษตรอินทรีย์ พัชรวิทย์ จารุทวีผลนุกูล และคณะ (2563) กล่าวว่าปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน และด้านการนำมาใช้งานจริง ส่งผล ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน GHB ALL แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ Mazuri Abd Ghani และคณะ (2017) กล่าวว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการ และทำให้ลูกค้าใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตต่อไป

2.1 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ในด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง เนื่องจากด้านผลิตภัณฑ์คือการออกแบบการให้บริการที่ครอบคลุมการดูแลทรัพย์สินส่วนกลางได้อย่างเหมาะสมครบถ้วน ด้านราคาคือการตั้งราคาค่าส่วนกลางได้เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น และด้านบุคคลที่มีความรู้ความสามารถที่จะดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลางให้อยู่ในสภาพที่ดีและพร้อมใช้งาน ทั้ง 3 ปัจจัยจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วม โดยสามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ได้ร้อยละ 28.50 และจากปัจจัยอื่นๆ อีกร้อยละ 71.50 เช่น ปริมาณและขนาดพื้นที่ของทรัพย์สินส่วนกลาง

2.2 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านกระบวนการส่งผลต่อความความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ในด้านการบริหารงบประมาณ เนื่องจากด้านราคาคือการกำหนดค่าส่วนกลาง และรายได้ส่วนอื่นๆเหมาะสมครอบคลุมเหมาะสมและบริหารรายได้เพียงพอกับค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น ด้านบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในการควบคุมค่าใช้จ่ายและงบประมาณต่างๆให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ และด้านกระบวนการคือการมีกระบวนการในการเรียกเก็บค่าส่วนกลางต่างๆจากผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพียงพอต่อค่าใช้จ่ายรายเดือน โดยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านกระบวนการสามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารงบประมาณ ได้ร้อยละ 28.40 และจากปัจจัยอื่นๆ อีกร้อยละ 71.60 เช่น เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการบริหารจัดการที่ช่วยในการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ

2.3 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านกระบวนการส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ในด้านการอำนวยความสะดวก ด้านราคาคืออัตราค่าบริการ ค่าส่วนกลางที่มีความเหมาะสมทำให้ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมรู้สึกว่าได้รับการอำนวยความสะดวกได้คุ้มค่ากับค่าบริการที่จ่ายไป ด้านการส่งเสริมการตลาดคือการจัดกิจกรรมหรือส่วนลดสินค้าและบริการต่างๆให้กับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมเป็นการเพิ่มความความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตให้กับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมมากยิ่งขึ้น และด้านกระบวนการคือการออกแบบกระบวนการต่างๆที่ดีเช่น กระบวนการในการติดต่อแจ้งซ่อม หรือการขอเอกสารต่างๆ ทำให้ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น โดยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการสามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านอำนวยความสะดวกได้ร้อยละ 26.70 และจากปัจจัยอื่นๆ อีกร้อยละ 73.30 เช่น ด้านชื่อเสียงของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ที่ส่งผลต่อจำนวนพันธมิตรในการทำการส่งเสริมการตลาด หรือ ปัจจัยด้านจำนวนผู้พักอาศัยในโครงการ

2.4 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านกระบวนการ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ในด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม เนื่องจากด้านราคาคือการจัดราคาค่าส่วนกลางได้เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเนื่องจากโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยจะมีพื้นที่ส่วนกลางที่ใหญ่และอยู่ในหลายๆชั้น การมีช่องทางในการติดต่อเจ้าหน้าที่ได้อย่างครบถ้วนเมื่อเกิดกรณีที่ต้องการแจ้งเจ้าหน้าที่เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อมต่างๆในโครงการ และด้านกระบวนการคือการออกแบบกระบวนการทำงานให้กับแม่บ้านหรือผู้ดูแลสวนให้สามารถบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในโครงการให้มีสภาพที่สวยงามน่าอยู่อยู่เสมอ โดยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านบริหารสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 20.10 และจากปัจจัยอื่นๆ อีกร้อยละ 79.90 เช่น คุณภาพการให้บริการของบริษัทรับจ้างภายนอก เช่น คุณภาพของบริษัทดูแลสวน หรือบริษัทแม่บ้าน

2.5 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ในด้านความปลอดภัย ในด้านผลิตภัณฑ์คือการกำหนดมาตรฐานด้านความปลอดภัยให้มีความเหมาะสมรัดกุมต่อผู้ใช้บริการหรือผู้พักอาศัย ด้านราคาคือการตั้งราคาค่าส่วนกลางได้เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น และด้านกระบวนการคือการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในด้านความปลอดภัยได้เหมาะสม มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการด้านความปลอดภัยต่างๆ โดยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการสามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัยได้ร้อยละ 24.20 และจากปัจจัยอื่นๆ อีกร้อยละ 75.80 เช่น คุณภาพการให้บริการของบริษัทรับจ้างภายนอก เช่นบริษัทรักษาความปลอดภัย

2.6 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ในด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง เนื่องจากแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยที่ง่ายในการใช้งาน และผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่อยากใช้แอปพลิเคชันเหล่านี้ในการแจ้งซ่อมเมื่อพบทรัพย์สินส่วนกลางเกิดการชำรุด มีวิธีการใช้ทรัพย์สินส่วนกลางต่างๆอธิบายในแอปพลิเคชัน หรือสามารถสามารถจองใช้พื้นที่ส่วนกลางได้ ทำให้สามารถบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลางต่างได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และส่งผลให้ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมมีความพึงพอใจ โดยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติสามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ได้ร้อยละ 26.50 และจากปัจจัยอื่นๆ อีกร้อยละ 73.50 เช่น ปริมาณและขนาดพื้นที่ของทรัพย์สินส่วนกลาง

2.7 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ในด้านการบริหารงบประมาณ เนื่องจากแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยจะมีคุณสมบัติที่ช่วยในการติดตามค่าส่วนกลาง และค่าบริการต่างๆจากผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมได้ รวมถึงช่วยลดขั้นตอนทางด้านธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ดังนั้นหากแอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้ง่ายและผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมมีทัศนคติที่อยากใช้งานแอปพลิเคชัน ย่อมสามารถทำให้การบริหารงบประมาณเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหาร

จัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านบริหารงบประมาณ ได้ร้อยละ 16.80 และจากปัจจัยอื่นๆ อีกร้อยละ 83.20 เช่น เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการบริหารจัดการที่ช่วยในการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

2.8 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ในด้านการอำนวยความสะดวก เนื่องจากถึงแม้ว่าแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยจะมีส่วนลดสินค้าและบริการต่างๆ หรือสิ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมก็ตาม แต่ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมหรือผู้พักอาศัยเองต้องรับรู้ด้วยว่าคุณสมบัติเหล่านั้นเป็นประโยชน์กับตนเองด้วยเช่นกัน หากผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมรับรู้ถึงประโยชน์แล้ว และประกอบกับแอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการใช้งาน ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมจะได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นจากคุณสมบัติเหล่านั้น โดยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งานสามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านอำนวยความสะดวก ได้ร้อยละ 24.1 และจากปัจจัยอื่นๆ อีกร้อยละ 75.90 เช่น ด้านชื่อเสียงของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ที่ส่งผลต่อจำนวนพันธมิตรในการทำาส่งเสริมการตลาด หรือ ปัจจัยด้านจำนวนผู้พักอาศัยในโครงการ

2.9 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ในด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม เนื่องจากแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยมีคุณสมบัติในการรับการแจ้งเรื่องส่วนกลางเสียหายชำรุดต่างๆ หากผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมรับรู้ถึงประโยชน์ของคุณสมบัติเหล่านี้ และแอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการใช้งานจะทำให้สามารถบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมต่างๆ ในโครงการได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วม โดยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน สามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ด้านบริหารสิ่งแวดล้อม ได้ร้อยละ 42.5 และจากปัจจัยอื่นๆ อีกร้อยละ 57.50 เช่น คุณภาพการให้บริการของบริษัทรับจ้างภายนอก เช่น คุณภาพของบริษัทดูแลสวน หรือบริษัทแม่บ้าน

2.10 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ในด้านความปลอดภัย เนื่องจากแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยมีคุณสมบัติที่ช่วยในการคัดกรองผู้มาติดต่อและเข้ามาในโครงการได้เช่น ระบบ QR Code สำหรับสแกนเข้า-ออกประตู ซึ่งถ้าหากระบบเหล่านี้ถูกออกแบบมาให้ใช้งานได้ง่าย จนผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่อยากใช้งานคุณสมบัตินี้ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารความปลอดภัยจากบุคคลภายนอกได้ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติสามารถทำนายความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยด้านความปลอดภัย ได้ร้อยละ 20.60 และจากปัจจัยอื่นๆ อีกร้อยละ 79.40 เช่น คุณภาพการให้บริการของบริษัทรับจ้างภายนอก เช่นบริษัทรักษาความปลอดภัย

3. ระดับความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้อยู่ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัยที่บริหารจัดการโดยบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ชั้นนำของตลาด ที่มีการรักษามาตรฐานการให้บริการในอยู่ในระดับที่ดีอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมมีความประทับใจและไว้วางใจต่อสัญญาการจ้างบริหารจัดการโครงการอาคารชุดของตนเองต่อไป ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีการต่อสัญญาทุกๆ 3 ปี

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากงานวิจัย

1. บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ควรพัฒนาการดำเนินงานทางด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากด้านการบริหารสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการหรือผู้พักอาศัยสามารถรับรู้ถึงความสวยงาม ความสะอาดเรียบร้อยได้ง่ายที่สุด กรณีที่เป็นสภาพแวดล้อมที่ต้องใช้ความชำนาญในการดูแล เช่น ต้นไม้ชนิดพิเศษ หรือสวนในลักษณะแนวตั้ง บริษัทควรจ้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาดำเนินการเพื่อให้เกิดการดูแลที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ
2. บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ควรให้ความสำคัญในการวางกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการให้บริการและให้ความสำคัญในทุกๆองค์ประกอบของส่วนประสมของการตลาด

3. บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ จะต้องมีการวางกลยุทธ์ทางด้านรูปแบบการให้บริการ ด้านกลยุทธ์ราคา และด้านต้นทุนของบริษัทให้มีต้นทุนการให้บริการที่ไม่สูงมากเกินไป โดยอาจมีการหาพันธมิตรด้านต่างๆมาสร้างความร่วมมือในการให้บริการ และเกิด Economic of scale

4. บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ต้องให้ความสำคัญในการออกแบบ เส้นทางของ ผู้บริโภค (Customer Journey) ให้มีประสิทธิภาพในทุกๆด้านของการบริหารจัดการ เช่น กระบวนการในการจองใช้บริการพื้นที่ส่วนกลาง กระบวนการในการติดต่อเรื่องเอกสาร กระบวนการในการชำระค่าใช้จ่าต่างๆ ต้องมีความสะดวกรวดเร็ว และติดต่อง่าย โดยสามารถนำ เทคโนโลยีต่างๆเข้ามาช่วยในส่วนนี้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องเพิ่มบุคคลากร

5. บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ จำเป็นต้องนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการโครงการโดยเฉพาะในการสร้างแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัย ซึ่งก่อให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตของผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วม หากบริษัทใดยังไม่มีในส่วนนี้และไม่อยากเสียเปรียบในการแข่งขันในตลาดจำเป็นต้องเริ่มพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมา หรือบริษัทใดมีแล้วควรพัฒนาต่อยอดแอปพลิเคชันให้มีคุณสมบัติที่ตอบโจทย์ผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมให้ได้มากยิ่งขึ้น

6. บริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ที่ต้องการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยต้องคำนึงถึงเรื่องความง่ายในการใช้งานเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เนื่องจากผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมมีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน เช่น มีวัยที่แตกต่างกัน มีความรู้พื้นฐานทางเทคโนโลยีที่ต่างกัน แอปพลิเคชันที่พัฒนาจะต้องมีความง่ายในการใช้งานสำหรับทุกวัย ควรให้บริการผู้ออกแบบ UX/UI เพื่อให้แอปพลิเคชันที่เกิดขึ้นมีความง่ายต่อการใช้งาน

7. ในปัจจุบันพบว่าบริษัทหรือเพอร์ตี เมเนจเม้นท์ ได้ทำโปรแกรมทางการตลาดโดยการสรรหาส่วนลดหรือโปรโมชั่นต่างๆมาให้กับผู้พักอาศัย เช่น ส่วนลดการซื้อของ ส่วนลดค่าบริการอื่นๆ หมุนเวียนกันไปในแอปพลิเคชันซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วม แต่ประเด็นสำคัญที่ควรให้ความสำคัญคือผู้พักอาศัยหรือเจ้าของร่วมได้รับทราบถึงโปรโมชั่น หรือประโยชน์เหล่านั้นหรือไม่ ดังนั้นบริษัทจะต้องเพิ่มการรับรู้ผ่านการประชาสัมพันธ์ในส่วนนี้ให้มากยิ่งขึ้นเช่นกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพอร์ทัล
เมเนจเมนท์ ในโครงการที่แยกเฉพาะรายบริษัทหรือพอร์ทัล เมเนจเมนท์ เช่น บริษัทพลัส หรือพ
เพอร์ตี จำกัด บริษัทเอ็มดีพีซี หรือพเพอร์ตีเมเนจเมนท์ จำกัด เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในแต่
ละบริษัท และสามารถนำมากำหนดนโยบายเฉพาะเจาะจงรายบริษัทได้ดีมากยิ่งขึ้น และสามารถ
นำข้อมูลแต่ละบริษัทมาวิเคราะห์ในเชิงการวิเคราะห์คู่แข่งในตลาด



บรรณานุกรม

- Abd Ghani, M., Rahi, S., Yasin, N. M. และ Alnaser, F. (2017). Adoption of internet banking: extending the role of technology acceptance model (TAM) with e-customer service and customer satisfaction. *World Applied Sciences Journal*, 35(9), 1918-1929.
- Adrian Payne. (1993). *The Essence of Service Marketing, Hertfordshire*. New York: Prentice Hall International
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, p. 179 - 211.
- Crosby. (1979). *Quality is Free: The Art of Making Quality Certain*. New York: New American Library.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., และ Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), p. 982 - 1003.
- Davis, K. (1981). *Human Behavior at Work: Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Do, Q. และ Vu, T. (2020). Understanding consumer satisfaction with railway transportation service: An application of 7Ps marketing mix. *Management Science Letters*, 10(6), 1341-1350.
- Feigenbaum, A. (1987). Lesson to be learnt. *International Journal of IMHE*.
- George, A. และ Kumar, G. G. (2013). Antecedents of customer satisfaction in internet banking: Technology acceptance model (TAM) redefined. *Global business review*, 14(4), 627-638.
- Gronroos, G. T. (1990). *Service management and marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Hartun, J. (2001). Testing of Homogeneity in Combining of two-armed with normally distributes responses. *Sankhy The Indian Journal of Statistic*, 12(63).
- Hasan, M. M. และ Islam, M. F.). The Effect of Marketing Mix (7Ps') on Tourists' Satisfaction: A Study on Cumilla.
- Holzer, A. และ Ondrus, J. (2011). Mobile application market: A developer's perspective.

Telematics and Informatics, p. 22 - 31.

Keppel, G. (1982). *Design and Analysis A researcher's Handbook*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.

Koman, A. K. (1977). *Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. New Jersey: A simon & Schuster Company.

Lehtinen U. christoper. (1982). *A Study of Quality Dimensions*. Finnlan: OY.

Millet, J. D. (1954). *Management in the Public Service*. New York: McGraw Hill Book.

Morse, N. C. (1958). *Satisfaction in the White Collar job*. Ann Arbor: University of Michigan.

Siripipatthanakul, S.และ Chana, P. (2021). Service Marketing Mix (7Ps) and Patient Satisfaction in Clinics: A Review Article. *International of Trend in Scientific Research and Development*, 5 (5), 842-850.

Smith, R. H. (1980). *Management: Making Organizations Perform*. New York: Macmillan. New York: Macmillan.

Taro Yamane. (1970). *Statistic:an Introductory Analysis*. New York: Happer & Row.

กฤษณา รัตนพฤกษ์. (2555). ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ:สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิติมา สุรสนธิ. (2558). ความรู้ทางการสื่อสาร.

คณาวุฑฒ์ ชื่นชม. (2553). ความหมายของ appication. สืบค้นจาก

<http://dspace.bu.ac.th/bitstream>

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2550). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ. กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.

จิราภรณ์ ตียะจามร. (2556). แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางเพื่อตอบสนองของความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย กรณีศึกษา อาคารชุดพักอาศัยระดับล่าง. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชัยพจน์ ช่างแต่ง. (2552). การศึกษาปัจจัยสิ่งแวดลอมภายนอกที่มีผลต่อผู้ประกอบการ อสังหาริมทรัพย์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. (วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต).

- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2552). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ไทยเนรมิตกิจ อินเตอร์โปรเกรสซิฟ.
- ณัฐญา มาเกิด. (2554). พฤติกรรมการใช้ไอโฟนที่ส่งผลถึงการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแอปพลิเคชัน. สืบค้นจาก [http:// www.research.mutt.ac.th](http://www.research.mutt.ac.th)
- ธวัช เขมธ. (2552). การบริการหลังการขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยบ้านจัดสรรกรณีศึกษา บริษัท ลลิล พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน). มหาลัยกรุงเทพ. (บัณฑิตวิทยาลัย).
- ประระมะ สตะเวทิน. (2556). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- พีระพร สุภาวัฒน์. (2550). แนวทางการบริหารจัดการที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุด: ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพการจริงและความคาดหวังของผู้ใช้อาคาร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขางานสถาปัตยกรรม).
- ภานุพงศ์ เสกทวีลาภ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้ Cloud Storage ในระดับ Software-as-a-Service (SaaS) ของพนักงานองค์กรเอกชน ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจ, 5(1), p. 12 - 84.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2552). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2557). นักบริหารเชิงผู้ประกอบการ. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี. วารสารวิชาชีพ, 10(1), p. 15 - 32.
- ศิริจานุสรณ์, อ. (2555). เทคนิคเบื้องต้นพัฒนาอสังหาริมทรัพย์. กรุงเทพฯ: บริษัทโฮมบายเออร์โกด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็ก จำกัด.
- สาทิพย์ จีนาภักดี. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกาญจนบุรี. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ((ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต) สาขาการจัดการนันทนาการ).
- สิงหะ ฉวีสุขและ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. *Information Technology Journal, (Jan. – Jun. 2012).*

- สิริสุดา รอดทอง. (2556). ความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ตโฟน. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด).
- สุชาดา พลาชัยภิมยศิลป์. (2557). application Categories. สืบค้นจาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw018.pdf.
- สุดดวง เรืองรุจิระ. (2553). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ปรกาศพริก.
- สุดารัตน์ รักบำรุงและ ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้อาศัยในคอนโดเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมทางวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรศักดิ์ นานานุกูล. (2558). การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร. กรุงเทพฯ: ภูมิบัณฑิต.
- เสรีชัย โชตพานิช. (2563). โครงการการสร้างคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ โดยผ่านการปรับปรุงสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยในอาคารสูง. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- อลิสสา สุขแก้ว. (2561). Mobile Application คืออะไร และมีประโยชน์อย่างไร. สืบค้นจาก <https://www.mindphp.com/forums/viewtopic.php?f=198&t=45583>.
- อำนาจ วังจิ้น. (2563). ความสอดคล้องระหว่างค่าเฉลี่ยรวมกับคะแนนองค์ประกอบของความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ของลูกค้าบ้านจัดสรรและอาคารชุดที่พักอาศัย. จัดทำรายงานเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติมหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 15 ประจำปี 2563 วันที่ 18 ธันวาคม 2563.
- เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2554). ความตระหนักและการยอมรับการนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์กรภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. สถาบันชาติพัฒนบริหารศาสตร์. (วิทยานิพนธ์ปริญามหาบัณฑิต).



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพอร์ทัล เมเนจเมนท์
ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีการศึกษา 2564 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการของบริษัทหรือพอร์ทัล เมเนจเมนท์ ในโครงการอาคารชุดที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 26 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการ จำนวน 20 ข้อ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่เสียสละเวลาตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

นางสาวรวงคณา กรสิริภักกุล

นักศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- หญิง ชาย

2. อายุ

- 20 – 25 ปี 26 – 30 ปี
 31 - 35 ปี 36 – 40 ปี
 41 - 45 ปี 46 – 50 ปี
 51 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- น้อยกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 มากกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน
 ธุรกิจส่วนตัว
 อาชีพอิสระ
 อื่น ๆ โปรดระบุ

5. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท
 25,001 – 35,000 บาท
 35,001 - 45,000 บาท
 45,001 - 55,000 บาท
 55,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาด		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ด้านผลิตภัณฑ์						
1.1	บริษัทนิติบุคคลมีการบริหารจัดการโครงการที่ดี ทำให้อาคารชุดที่พักอาศัยน่าอยู่					
1.2	บริษัทนิติบุคคลบริหารงานอย่างมีมาตรฐาน มี ความสะอาด รวดเร็ว และได้คุณภาพ					
1.3	บริษัทนิติบุคคลมีการบริหารงานเป็นไปตาม กฎหมายหรือข้อบังคับที่กำหนด					
1.4	บริษัทนิติมีบริการที่หลากหลายนอกเหนือจาก การบริหารอาคารชุดเช่น ปล่อยเช่าห้อง เป็น นายหน้าในการขายห้องพัก บริการรับซ่อม ภายในห้องพัก					
2. ด้านราคา						
2.1	ค่าส่วนกลางมีความเหมาะสม					
2.2	ค่าน้ำที่เรียกเก็บมีความเหมาะสม					
2.3	ค่าจ้างบริษัทหรือฟเฟอร์ตี เมเนจเม้นท์ สำหรับ งานบริหารจัดการนิติบุคคล มีความเหมาะสม					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
3.1	บริษัทนิติมีช่องทางการติดต่อผ่านช่องทาง ออนไลน์					
3.2	บริษัทนิติมีการจัดพื้นที่ที่สะดวกสำหรับการ ติดต่อเจ้าหน้าที่นิติไว้ที่โครงการ					

ส่วนประสมทางการตลาด		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3.3	บริษัทนิติส่วนสำนักงานใหญ่มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก ครอบคลุมทุกช่องทาง					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด						
4.1	บริษัทนิติของท่านมีโปรโมชั่นพิเศษสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เช่น ส่วนลดซื้อกาแฟ ส่วนลดการตรวจสุขภาพ เป็นต้น					
4.2	บริษัทนิติมีการแจกลิงก์ของให้ลูกบ้านแบบไม่มีค่าใช้จ่าย เช่น ผักปลอดสารพิษ เป็นต้น					
4.3	บริษัทนิติมีการจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มความน่าอยู่ในโครงการ เช่น กิจกรรมสงกรานต์ กิจกรรมทำบุญปีใหม่ เป็นต้น					
5. ด้านบุคคลากร						
5.1	พนักงานนิติมีมายาทที่ดีอย่างสม่ำเสมอ					
5.2	พนักงานนิติให้การบริการ หรือการช่วยเหลือแก้ปัญหาให้ผู้พักอาศัยอย่างมีประสิทธิภาพ					
5.3	พนักงานนิติทุกฝ่ายปฏิบัติหน้าที่ด้วยความชำนาญ มีความรู้					
6. ด้านกระบวนการ						
6.1	เวลาเปิด-ปิด สำนักงานนิติบุคคลมีความเหมาะสม					
6.2	ความสะดวกในการแจ้งซ่อม นัดหมายงานซ่อม					
6.3	บริษัทนิติมีการจัดทำเอกสารต่าง ๆ เป็นไปอย่างถูกต้อง เป็นระบบ					

ส่วนประสมทางการตลาด		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
6.4	พนักงานนิติทำงานได้ตรงต่อเวลา มีการรายงานความคืบหน้า					
6.5	บริษัทนิติมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารอาคารที่พักอาศัยให้มีประสิทธิภาพ					
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ						
7.1	พนักงานนิติมีการแต่งการที่เรียบร้อย มียูนิฟอร์มของบริษัท					
7.2	บริษัทนิติมีการจัดตกแต่งอาคารที่พักอาศัยตามเทศกาลต่าง ๆ					
7.3	สภาพแวดล้อมภายในโครงการมีความสวยงามน่าอยู่					
7.4	ส่วนกลางมีความสะอาด					
7.5	อุปกรณ์ส่วนกลางอยู่ในสภาพที่ดี พร้อมใช้งาน					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (แอปพลิเคชันสำหรับลูกบ้าน)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การยอมรับเทคโนโลยี (แอปพลิเคชันสำหรับลูกบ้าน)		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของ แอปพลิเคชัน						
1.1	แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านมีความสะดวกในการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากนิติ					
1.2	แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านติดต่อกับนิติได้สะดวกมากขึ้น					
1.3	แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านชำระค่าใช้จ่ายได้สะดวกและถูกต้อง					
1.4	แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านทราบถึงจำนวนพัสดุของท่าน					
1.5	แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยช่วยให้ท่านได้รับโปรโมชั่นจากร้านค้าต่างๆ ที่แจ้งภายในแอปพลิเคชัน					

การยอมรับเทคโนโลยี (แอปพลิเคชันสำหรับลูกบ้าน)		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2. ด้านความง่ายต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน						
2.1	แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยมีความง่ายในการทำความเข้าใจและเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง					
2.2	แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยสามารถดาวน์โหลดและติดตั้งได้ง่าย					
2.3	แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยมีขั้นตอนการใช้งานที่ง่าย					
3. ด้านทัศนคติ						
3.1	ท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อการใช้แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัย					
3.2	ท่านมีความรู้สึกต้องการใช้แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัยอย่างต่อเนื่อง					
3.3	ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัย					
3.4	ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับผู้พักอาศัย					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการ		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินกลาง						
1.1	การบริหารจัดการพื้นที่จอดรถ					
1.2	เวลาเปิด-พื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสม					
1.3	เครื่องออกกำลังกายอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน					
1.4	น้ำที่ใช้ในที่พักอาศัยไหลแรง					
1.5	ระบบไฟฟ้าพร้อมใช้งานเสมอ					
2. ด้านการบริหารงบประมาณ						
2.1	มีการหารายได้จากพื้นที่ส่วนกลาง เช่น การตั้งตู้ ATM, ร้านค้า					
2.2	การจัดซื้อจัดจ้าง โปร่งใส และครบถ้วน ถูกต้องทันกับเวลา					
2.3	ผู้พักอาศัยได้รับความสะดวกในกาชำระค่าใช้จ่าย					
2.4	การบริหารจัดการในการติดตามค้างชำระค่าใช้จ่าย					
2.5	มีแผนการบริหารการลดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน					

ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการ		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3. ด้านการอำนวยความสะดวก						
3.1	มีการสื่อสารระเบียบได้อย่างทั่วถึงทั้งคนที่อยู่อาศัยและไม่ได้อยู่อาศัย					
3.2	มีการวางกฎระเบียบการอยู่อาศัยร่วมกันอย่างชัดเจน					
3.3	การจัดประชุมสามัญประจำปีอย่างมีประสิทธิภาพ					
3.4	มีความสะดวกในการแจ้งซ่อม					
3.5	มีการบริหารจัดการพัสดุที่ดี					
4. ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม						
4.1	ต้นไม้ ดูเขียวชอุ่ม และร่มรื่น					
4.2	พื้นที่สวนกลางภายในอาคาร (เช่น ทางเดิน, ลิฟท์, ห้องน้ำ, สระว่ายน้ำ) สะอาด เป็นระเบียบ ไม่มีกลิ่นเหม็น					
4.3	พื้นที่สวนกลางภายนอกอาคาร (เช่น สวน, ทางเดิน, ที่จอดรถ) สะอาด เป็นระเบียบ ไม่มีกลิ่นเหม็น					
4.4	มีความสม่ำเสมอในการจัดเก็บขยะ					
4.5	มีการรณรงค์เรื่องประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม					

ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการ		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
5. ด้านความปลอดภัย						
5.1	พนักงานรักษาความปลอดภัยเดินตรวจรอบ โครงการในยามวิกาล					
5.2	กล้อง CCTV ครอบคลุมทุกพื้นที่					
5.3	ระบบการคัดกรองคนนอกที่เข้ามาภายในอาคาร เช่น การสแกนบัตร					
5.4	ทางหนีไฟและระบบฉุกเฉินพร้อมใช้งาน					
5.5	ระบบการคัดกรองคนนอกที่เข้ามาภายใน โครงการโดยรถยนต์					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาววรางคณา กรสิริภักด์กุล
วัน เดือน ปี เกิด	15 พฤษภาคม 2531
สถานที่เกิด	ราชบุรี
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต
ที่อยู่ปัจจุบัน	222/219 The Coast Condominium ถนนสุขุมวิท แขวงบางนา เขตบาง นา กทม. 10260

