บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยหาค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน (n=240)	ร้อยละ
เพศ	**240**	**100**
- ชาย	117	48.8
- หญิง	123	51.3
อายุ	**240**	**100**
- ต่ำกว่า 20 ปี	34	14.2
- 20-29 ปี	174	72.5
- 30-39 ปี	27	11.3
- 40 ปีขึ้นไป	5	2.1
ระดับการศึกษา	**240**	**100**
- ต่ำกว่าอนุปริญญา	10	4.2
- อนุปริญญา	18	7.5
- ปริญญาตรี	205	85.4
- สูงกว่าปริญญาตรี	7	2.9
อาชีพ	**240**	**100**
- นักเรียน/นักศึกษา	134	55.8
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	2.1
- ข้าราชการ	3	1.3
- พนักงานบริษัทเอกชน	98	40.8
รายได้	**240**	**100**
- ต่ำกว่า 8,000 บาท	96	40
- 8,001 – 13,000 บาท	59	24.6
- 13,001 – 18,000 บาท	39	16.3
- มากกว่า 18,001 บาท	46	19.2

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่ทำสัญญาเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ มีดังนี้

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 และเป็นเพศชาย จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ใช้บริการมีอายุระหว่าง 20-29 ปี มากที่สุด จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ72.5 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 27คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และมีอายุ 40 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 85.4 รองลงมาคือ อยู่ในระดับอนุปริญญา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 อยู่ในระดับต่ำกว่าอนุปริญญา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี น้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ใช้บริการเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 และมีอาชีพข้าราชการน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้ใช้บริการมีรายได้ต่ำกว่า 8,000 บาท มากที่สุด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ มีรายได้ระหว่าง 8,001-13,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 ผู้มีรายได้มากกว่า 18,001 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 และมีรายได้มากกว่า 13,001-18,000 บาท น้อยที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 4.2 - 4.10

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ

ปัจจัยทางการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	($\overline{X}$)	(S.D.)	แปลผล
1. ด้านห้องพัก	3.04	0.68	ปานกลาง
2. ด้านราคา	3.25	0.75	ปานกลาง
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	4.00	0.83	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.89	0.74	ปานกลาง
5. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.67	0.73	มาก
6. ด้านพนักงานบริการ	3.73	0.78	มาก
7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ			
7.1 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน	3.75	0.67	มาก
7.2 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก	3.72	0.76	มาก
รวม	**3.51**	**0.63**	**มาก**

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดบริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.51) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 5 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านทำเลที่ตั้ง ($\overline{X}$ = 4.00) รองลงมาคือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน ($\overline{X}$ = 3.75) ด้านพนักงานบริการ ($\overline{X}$ = 3.73) สิ่งแวดล้อมทางภายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก ($\overline{X}$ = 3.72) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\overline{X}$ = 3.67) และด้านราคา ($\overline{X}$ = 3.25) ด้านห้องพัก ($\overline{X}$ = 3.04) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\overline{X}$ = 2.89) อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านห้องพัก

ด้านห้องพัก	ระดับความพึงพอใจ		
	($\overline{X}$)	(S.D.)	แปลผล
1. ขนาดของห้องพัก	2.45	0.88	น้อย
2. ขนาดของห้องน้ำ	3.02	0.95	ปานกลาง
3. การระบายอากาศภายในห้อง	2.61	0.91	ปานกลาง
4. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ (เครื่องปรับอากาศ พัดลม โต๊ะ เก้าอี้ โทรศัพท์ ตู้เสื้อผ้า ที่นอน)	2.75	0.91	ปานกลาง
5. พื้นที่ในการซักเสื้อผ้าและซักล้าง	2.39	1.00	น้อย
รวม	**3.04**	**0.68**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านห้องพักในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.04) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับต่ำ 2 รายการ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พื้นที่ในการซักเสื้อผ้าและซักล้าง ($\overline{X}$ = 2.39) รองลงมาคือขนาดของห้องพัก ($\overline{X}$ = 2.45) และการระบายอากาศภายในห้อง ($\overline{X}$ = 2.61) ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ (เครื่องปรับอากาศ พัดลม โต๊ะ เก้าอี้ โทรศัพท์ ตู้เสื้อผ้า ที่นอน) ($\overline{X}$ = 2.75) และขนาดของห้องน้ำ ($\overline{X}$ = 3.02) อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ		
	($\overline{X}$)	(S.D.)	แปลผล
1 อัตราค่าเช่ารายเดือน	2.93	1.02	ปานกลาง
2 อัตราค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	2.93	0.91	ปานกลาง
3 อัตราค่าประกันการเช่าที่ต้องจ่ายล่วงหน้า	2.86	0.88	ปานกลาง
4 อัตราราคาสินค้า ราคาอาหารที่มีภายในอพาร์ตเมนท์	2.79	0.90	ปานกลาง
5 อัตราค่าซักรีด	2.92	0.95	ปานกลาง
รวม	**3.25**	**0.75**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านราคาในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.25) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง 5 รายการ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราค่าเช่ารายเดือน ($\overline{X}$ = 2.93) อัตราค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ($\bar{x}$= 2.93) อัตราค่าซักรีด ($\bar{x}$= 2.92) อัตราค่าประกันการเช่าที่ต้องจ่ายล่วงหน้า ($\overline{X}$ = 2.86) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คืออัตราราคาสินค้า ราคาอาหารที่มีภายในอพาร์ตเมนท์ ($\overline{X}$ = 2.79)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง

ด้านทำเลที่ตั้ง		ระดับความพึงพอใจ		
		($\overline{X}$)	(S.D.)	แปลผล
1.	ใกล้ย่านธุรกิจ	3.93	0.93	มาก
2.	ใกล้แหล่งสาธารณะ/ชุมชน	3.77	0.92	มาก
3.	ใกล้สถานศึกษา/สถานที่ทำงาน	3.92	0.95	มาก
4.	ใกล้หน่วยราชการ/โรงพยาบาล	3.44	0.94	ปานกลาง
รวม		**4.00**	**0.83**	**มาก**

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านทำเลที่ตั้งในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.00) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก 3 รายการ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ใกล้ย่านธุรกิจ ($\overline{X}$ = 3.93) รองลงมาคือใกล้สถานศึกษา /สถานที่ทำงาน ($\overline{X}$ = 3.92) ใกล้แหล่งสาธารณะ/ชุมชน ($\overline{X}$ = 3.77) และใกล้หน่วยงานราชการ / โรงพยาบาล ($\overline{X}$ = 3.44) อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ		
	($\overline{X}$)	(S.D.)	แปลผล
1. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์อพาร์ตเมนท์	2.87	0.80	ปานกลาง
2. ที่พักมีชื่อเสียง มีภาพพจน์ที่ดี	2.91	0.78	ปานกลาง
3. มีความยืดหยุ่นในการเก็บค่าเช่า	2.90	0.94	ปานกลาง
4. อพาร์ตเมนท์ให้ส่วนลดกับลูกค้าที่ทำสัญญาเช่าตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป	2.65	1.17	ปานกลาง
5. มีส่วนลดให้สำหรับลูกค้าที่ชำระตรงตามกำหนด	2.40	1.21	น้อย
6. มีการแจกของที่ระลึกเมื่อถึงเทศกาลที่สำคัญ	2.05	1.09	น้อย
7. มีสถานที่ออกกำลังกาย (Fitness) ให้กับลูกค้า	1.68	1.03	น้อย
รวม	**2.89**	**0.74**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 2.89) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง 4 รายการ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่พักมีชื่อเสียง มีภาพพจน์ที่ดี ($\overline{X}$ = 2.91) มีความยืดหยุ่นในการเก็บค่าเช่า ($\overline{X}$ = 2.90) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อพาร์ตเมนท์ ($\overline{X}$ = 2.87) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ อพาร์ตเมนท์ให้ส่วนลดกับลูกค้าที่ทำสัญญาเช่าตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป ($\overline{X}$ = 2.65) ตามลำดับ และมีส่วนลดให้สำหรับลูกค้าที่ชำระตรงตามกำหนด ($\overline{X}$ = 2.40) มีการแจกของที่ระลึกเมื่อถึงเทศกาลที่สำคัญ ($\overline{X}$ = 2.05) และมีสถานที่ออกกำลังกาย (Fitness) ให้กับลูกค้า ($\overline{X}$ = 1.68) อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการบริการ

ด้านกระบวนการบริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	($\overline{X}$)	(S.D.)	แปลผล
1. มีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมงและมีกล้องวงจรปิด	3.95	0.98	มาก
2. ขั้นตอนในการบริการซ่อมบำรุงให้กับลูกค้า	3.17	1.05	ปานกลาง
3. ขึ้นตอนในการย้ายออกและการคืนเงินประกันมีความยุติธรรมต่อลูกค้า	3.15	0.99	ปานกลาง
4. มีการหักค่าเสียหายตามความเหมาะสม	2.91	0.94	ปานกลาง
5. มีการวางแผนปรับปรุงห้องพักตลอดเวลา	2.57	1.04	ปานกลาง
6. มีกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ของอพาร์ตเมนท์ที่เกี่ยวกับเรื่องการพักอาศัยในอพาร์ตเมนท์ (ห้ามเลี้ยงสัตว์ ห้ามทะเลาะวิวาทส่งเสียงดัง)	3.47	0.99	ปานกลาง
7. มีการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การบริการโทรศัพท์ภายใน, สายเคเบิ้ลทีวี	3.66	1.02	มาก
รวม	**3.67**	**0.73**	**มาก**

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการบริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.67) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก 2 รายการ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง และมีกล้องวงจรปิด ($\overline{X}$ = 3.95) รองลงมาคือ มีการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การบริการโทรศัพท์ภายใน สายเคเบิ้ลทีวี ($\overline{X}$ = 3.66) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการวางแผนปรับปรุงห้องพักตลอดเวลา ($\overline{X}$ = 2.57) มีการหักค่าเสียหายตามความเหมาะสม ($\overline{X}$ = 2.91) และมีกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ของอพาร์ตเมนท์ที่เกี่ยวกับเรื่องการพักอาศัยในอพาร์ตเมนท์ (ห้ามเลี้ยงสัตว์ ห้ามทะเลาะวิวาทส่งเสียงดัง) ($\overline{X}$ = 3.47) ขั้นตอนในการบริการซ่อมบำรุงให้กับลูกค้า ($\overline{X}$ = 3.17) และขึ้นตอนในการย้ายออกและการคืนเงินประกันมีความยุติธรรมต่อลูกค้า ($\overline{X}$ = 3.15) อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานบริการ

ด้านพนักงานบริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	($\overline{X}$)	(S.D.)	แปลผล
1. พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี สุภาพ	3.31	0.98	ปานกลาง
2. พนักงานมีความกระตือรือร้นและรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.14	0.97	ปานกลาง
3. พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าในการให้บริการ	3.09	0.92	ปานกลาง
4. พนักงานมีความซื่อสัตย์และสามารถไว้วางใจได้	3.27	0.96	ปานกลาง
5. พนักงานมีการสื่อสารที่ดี เข้าใจง่าย	3.30	0.88	ปานกลาง
6. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	3.45	1.00	ปานกลาง
7. การทำความสะอาดของแม่บ้านมีความสม่ำเสมอ	3.87	0.92	มาก
8. พนักงานมีความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการลูกค้า (การทำสัญญาเช่า)	3.34	0.95	ปานกลาง
รวม	**3.73**	**0.78**	**มาก**

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานบริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.73) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 รายการ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การทำความสะอาดของแม่บ้านมีความสม่ำเสมอ ($\overline{X}$ = 3.87) และอยู่ในระดับปานกลาง 7 รายการ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสุงสุด คือ ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย ($\overline{X}$ = 3.45) รองลงมาคือ พนักงานมีความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการลูกค้า (การทำสัญญาเช่า) ($\overline{X}$ = 3.34) พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี สุภาพ ($\overline{X}$ = 3.31) พนักงานมีการสื่อสารที่ดี เข้าใจง่าย ($\overline{X}$ = 3.30) พนักงานมีความซื่อสัตย์และสามารถไว้วางใจได้ ($\overline{X}$ = 3.27) พนักงานมีความกระตือรือร้นและรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า ($\overline{X}$ = 3.14) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือพนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าในการให้บริการ ($\overline{X}$ = 3.09) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน

สภาพสิ่งแวดล้อมภายใน	ระดับความพึงพอใจ		
	($\overline{X}$)	(S.D.)	แปลผล
1. ความปลอดพ้นจากสิ่งรบกวนจากรอบข้าง เช่น เสียง กลิ่น	2.96	1.11	ปานกลาง
2. ความปลอดพ้นจากแหล่งมั่วสุมทางสิ่งเสพติด	2.96	1.01	ปานกลาง
3. ความปลอดพ้นจากพวกมิจฉาชีพภายในโครงการ	3.07	0.94	ปานกลาง
4. ทางเดินหน้าห้องกว้างและมีแสงสว่างเพียงพอ	3.54	0.99	มาก
5. ความไว้วางใจได้ของเพื่อนร่วมบ้าน	3.15	0.87	ปานกลาง
6. มีแสงไฟสว่างเพียงพอทางเดินภายในอาคาร	3.71	0.92	มาก
7. มีการติดตั้งกล้องวงจรปิดตลอด 24 ชั่วโมง	4.12	0.84	มาก
8. ระบบไฟฟ้า	3.82	0.90	มาก
9. ระบบป้องกันอัคคีภัย (เช่น ระบบตัดไฟอัตโนมัติ และไฟฉุกเฉิน มีทางหนีไฟ มีถังดับเพลิง)	3.46	1.03	ปานกลาง
10. ระบบลิฟท์	2.38	1.06	น้อย
11. ระบบน้ำประปา	3.47	0.94	ปานกลาง
12. ระบบโทรศัพท์	3.27	0.98	ปานกลาง
13. ระบบบำบัดน้ำเสีย	2.98	0.99	ปานกลาง
14. ระบบกำจัดขยะ	3.31	0.97	ปานกลาง
รวม	**3.75**	**0.67**	**มาก**

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.75) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก 4 รายการ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการติดตั้งกล้องวงจรปิดตลอด 24 ชั่วโมง ($\overline{X}$ = 4.12) รองลงมาคือ ระบบไฟฟ้า ($\overline{X}$ = 3.82) มีแสงสว่างเพียงพอทางเดินภายในอาคาร ($\overline{X}$ = 3.71) และทางเดินหน้าห้องกว้างและมีแสงสว่าง

เพียงพอ ($\overline{X}$ = 3.54) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ระบบลิฟท์ ($\overline{X}$ = 2.38) และอยู่ในระดับปานกลาง 9 รายการ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความปลอดพ้นจากแหล่งมั่วสุมทางสิ่งเสพติด ($\overline{X}$ = 2.96) ความปลอดพ้นจากสิ่งรบกวนจากรอบข้าง เช่น เสียง กลิ่น ($\overline{X}$ = 2.96) ระบบบำบัดน้ำเสีย ($\overline{X}$ = 2.98) ความปลอดพ้นจากพวกมิจฉาชีพภายในโครงการ ($\overline{X}$ = 3.07) ความไว้วางใจได้ของเพื่อนร่วมบ้าน ($\overline{X}$ = 3.15) ระบบโทรศัพท์ ($\overline{X}$ = 3.27) ระบบกำจัดขยะ ($\overline{X}$ = 3.31) ระบบป้องกันอัคคีภัย (เช่น ระบบตัดไฟอัตโนมัติและไฟฉุกเฉิน มีทางหนีไฟ มีถังดับเพลิง) ($\overline{X}$ = 3.46) และระบบน้ำประปา ($\overline{X}$ = 3.47) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก

สภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก	ระดับความพึงพอใจ		
	($\overline{X}$)	(S.D.)	แปลผล
1. ความมั่นคงแข็งแรงของตัวอาคาร	3.66	0.83	มาก
2. สภาพแวดล้อมโดยรอบที่พักดี มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก	3.16	0.97	ปานกลาง
3. บริเวณอาคารมีความสะอาด	3.60	0.88	มาก
4. ความสงบเรียบร้อยของชุมชน	3.27	1.01	ปานกลาง
5. น้ำไม่สามารถท่วมถึงได้	2.76	1.32	ปานกลาง
6. มีบริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ	3.35	1.05	ปานกลาง
7. ตู้น้ำหยอดเหรียญ	3.42	1.06	ปานกลาง
8. มีร้านสะดวกซื้อภายในที่พัก	3.67	0.95	มาก
9. มีบริการรับส่งไปรษณีย์	2.91	1.27	ปานกลาง
10. มีการบริการซักรีด	3.55	0.97	มาก
11. มีรถบริการขายสินค้าต่าง ๆ ผ่านเข้าออกเสมอ	2.77	1.07	ปานกลาง
รวม	**3.72**	**0.76**	**มาก**

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.72) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก 4 รายการ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีร้านสะดวกซื้อภายในที่พัก ($\overline{X}$ = 3.67) รองลงมาคือ ความมั่นคงแข็งแรงของตัวอาคาร ($\overline{X}$ = 3.66) บริเวณอาคารมีความสะอาด ($\overline{X}$ = 3.60) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีการบริการซักรีด ($\overline{X}$ = 3.55) ตามลำดับ และมีตู้น้ำหยอดเหรียญ ($\overline{X}$ = 3.42) มีบริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ($\overline{X}$ = 3.35) ความสงบเรียบร้อยของชุมชน ($\overline{X}$ = 3.27) สภาพแวดล้อมโดยรอบที่พักดี มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก ($\overline{X}$ = 3.16) มีบริการรับส่งไปรษณีย์ ($\overline{X}$ = 2.91) มีรถบริการขายสินค้าต่าง ๆ ผ่านเข้าออกเสมอ ($\overline{X}$ = 2.77) และน้ำไม่สามารถท่วมถึงได้ ($\overline{X}$ = 2.76) อยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ วิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบค่า t - test และ F - test ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 4.11 – 4.15

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ จำแนกตามเพศ ($H_{01.1}$)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย	เพศ				t	Sig
	ชาย		หญิง			
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
1. ด้านห้องพัก	3.05	0.64	3.02	0.71	0.401	0.689
2. ด้านราคา	3.29	0.68	3.21	0.82	0.810	0.419
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	3.97	0.80	4.04	0.87	-0.611	0.541
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.84	0.69	2.93	0.79	-0.921	0.358
5. ด้านกระบวนการบริการ	3.64	0.70	3.71	0.77	-0.780	0.436
6. ด้านพนักงานบริการ	3.79	0.78	3.68	0.79	1.10	0.272

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย	เพศ				t	Sig
	ชาย		หญิง			
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ						
7.1 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน	3.77	0.64	3.72	0.70	0.621	0.535
7.2 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก	3.68	0.77	3.75	0.76	-0.730	0.466
รวม	**3.50**	**0.64**	**3.50**	**0.63**	**-0.129**	**0.897**

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ในภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ จำแนกตามอายุ ($H_{01.2}$)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	3.418	3	1.139	2.486	0.61
	ภายในกลุ่ม	108.166	236	0.458		
	รวม	111.583	239			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.041	3	1.347	2.391	0.069
	ภายในกลุ่ม	132.959	236	0.563		
	รวม	137.000	239			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	6.646	3	2.215	3.241	0.023*
	ภายในกลุ่ม	161.337	236	0.684		
	รวม	167.983	239			

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	11.205	3	3.735	7.227	0.000*
	ภายในกลุ่ม	121.978	236	0.517		
	รวม	133.183	239			
5. ด้านกระบวนการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.762	3	1.921	3.640	0.013*
	ภายในกลุ่ม	124.534	236	0.528		
	รวม	130.296	239			
6. ด้านพนักงานบริการ	ระหว่างกลุ่ม	8.600	3	2.867	4.837	0.003*
	ภายในกลุ่ม	139.863	236	0.593		
	รวม	148.462	239			
7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 7.1 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน	ระหว่างกลุ่ม	3.634	3	1.211	2.713	0.046*
	ภายในกลุ่ม	105.366	236	0.446		
	รวม	109.000	239			
7.2 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	6.379	3	2.126	3.747	0.012*
	ภายในกลุ่ม	133.917	236	0.567		
	รวม	140.296	239			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.710	3	1.903	4.948	0.002*
	ภายในกลุ่ม	90.785	236	.385		
	รวม	96.496	239			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ใช้บริการมีอายุที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัยในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านห้องพัก และด้านราคามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น จึงเปรียบเทียบโดยทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe′) ดังแสดงในตารางที่ 4.13 – 4.18

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	อายุ			
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.79	-	-	-	-
20-29 ปี	4.03	-	-	-	-
30-39 ปี	4.25	-	-	-	-
40 ปีขึ้นไป	3.20	-	-	-	-

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	อายุ			
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.32	*	*	*	*
20-29 ปี	2.87	*	-	-	-
30-39 ปี	2.59	*	-	-	-
40 ปีขึ้นไป	2.20	*	-	-	-

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านกระบวนการบริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	อายุ			
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.82	-	-	-	*
20-29 ปี	3.70	-	-	-	-
30-39 ปี	3.48	-	-	-	-
40 ปีขึ้นไป	2.80	*	-	-	-

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัยด้านกระบวนการบริการ แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านพนักงานบริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	อายุ			
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	4.02	-	-	*	-
20-29 ปี	3.75	-	-	-	-
30-39 ปี	3.40	*	-	-	-
40 ปีขึ้นไป	3.00	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ 30-39 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านพนักงานบริการ แตกต่างกับผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	อายุ			
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.85	-	-	-	-
20-29 ปี	3.77	-	-	-	-
30-39 ปี	3.62	-	-	-	-
40 ปีขึ้นไป	3.00	-	-	-	-

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	อายุ			
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.76	-	-	-	-
20-29 ปี	3.77	-	-	-	*
30-39 ปี	3.48	-	-	-	-
40 ปีขึ้นไป	2.80	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ 20-29 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก แตกต่างกับผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ จำแนกตามระดับการศึกษา ($H_{01.3}$)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	5.646	3	1.882	4.193	0.006*
	ภายในกลุ่ม	105.937	236	0.449		
	รวม	111.583	239			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.756	3	0.252	0.437	0.727
	ภายในกลุ่ม	136.244	236	0.577		
	รวม	137.000	239			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	9.182	3	3.061	4.549	0.004*
	ภายในกลุ่ม	158.801	236	0.673		
	รวม	167.983	239			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3.491	3	1.164	2.117	0.099
	ภายในกลุ่ม	129.693	236	0.550		
	รวม	133.183	239			
5. ด้านกระบวนการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.519	3	0.840	1.551	0.202
	ภายในกลุ่ม	127.777	236	0.541		
	รวม	130.296	239			
6. ด้านพนักงานบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.808	3	1.936	3.203	0.024*
	ภายในกลุ่ม	142.654	236	0.604		
	รวม	148.463	239			
7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 7.1 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน	ระหว่างกลุ่ม	0.865	3	0.288	0.629	0.597
	ภายในกลุ่ม	108.135	236	0.458		
	รวม	109.000	239			

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
7.2 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	4.214	3	1.405	2.436	0.065
	ภายในกลุ่ม	136.082	236	0.577		
	รวม	140.296	239			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.865	3	.288	.712	.546
	ภายในกลุ่ม	95.631	236	.405		
	รวม	96.496	239			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัยในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านห้องพัก ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านพนักงานบริการ ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น จึงเปรียบเทียบโดยทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe′) ดังแสดงในตารางที่ 4.20 – 4.22

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านห้องพัก จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าอนุปริญญา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่า อนุปริญญา	2.80	-	-	-	-
อนุปริญญา	3.27	-	-	-	*
ปริญญาตรี	3.05	-	-	-	*
สูงกว่าปริญญาตรี	2.28	-	*	-	*

จากตารางที่ 4.20 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านห้องพัก แตกต่างกับผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าอนุปริญญา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่า อนุปริญญา	4.10	-	-	-	-
อนุปริญญา	3.33	-	-	*	-
ปริญญาตรี	4.06	-	*	-	-
สูงกว่าปริญญาตรี	3.85	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.21 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านทำเลที่ตั้ง แตกต่างกับผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านพนักงานบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าอนุปริญญา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่า อนุปริญญา	4.00	-	-	-	-
อนุปริญญา	4.11	-	-	-	-

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าอนุปริญญา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ปริญญาตรี	3.71	-	-	-	-
สูงกว่าปริญญาตรี	3.14	-	-	-	-

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เช่าที่พักอาศัย ใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ จำแนกตามอาชีพ ($H_{01.4}$)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	3.854	3	1.285	2.814	0.040*
	ภายในกลุ่ม	107.730	236	0.456		
	รวม	111.583	239			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.848	3	0.283	0.490	0.689
	ภายในกลุ่ม	136.152	236	0.577		
	รวม	137.000	239			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	1.808	3	0.603	0.856	0.465
	ภายในกลุ่ม	166.175	236	0.704		
	รวม	167.983	239			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.523	3	0.841	1.519	0.210
	ภายในกลุ่ม	130.661	236	0.554		
	รวม	133.183	239			
5. ด้านกระบวนการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.272	3	1.424	2.667	0.048*
	ภายในกลุ่ม	126.024	236	0.534		
	รวม	130.296	239			

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
6. ด้านพนักงานบริการ	ระหว่างกลุ่ม	7.999	3	2.666	4.480	0.004*
	ภายในกลุ่ม	140.463	236	0.595		
	รวม	148.463	239			
7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 7.1 ด้านสภาพสิงแวดล้อมภายใน	ระหว่างกลุ่ม	3.562	3	1.187	2.658	0.049*
	ภายในกลุ่ม	105.438	236	0.447		
	รวม	109.000	239			
7.2 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	3.462	3	1.154	1.991	0.116
	ภายในกลุ่ม	136.833	236	0.580		
	รวม	140.296	239			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.905	3	.968	2.442	.065
	ภายในกลุ่ม	93.591	236	.397		
	รวม	96.496	239			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัยในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านห้องพัก ด้านกระบวนการบริการ ด้านพนักงานบริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น จึงเปรียบเทียบโดยทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe′) ดังแสดงในตารางที่ 4.24 – 4.27

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านห้องพัก จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	อาชีพ			
		นักเรียน / นักศึกษา	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน
นักเรียน / นักศึกษา	3.11	-	-	-	-
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.20	-	-	-	-
ข้าราชการ	3.66	-	-	-	-
พนักงานบริษัทเอกชน	2.90	-	-	-	-

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านกระบวนการบริการ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	อาชีพ			
		นักเรียน / นักศึกษา	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน
นักเรียน / นักศึกษา	3.79	-	-	-	-
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.80	-	-	-	-
ข้าราชการ	3.33	-	-	-	-
พนักงานบริษัทเอกชน	3.53	-	-	-	-

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านพนักงานบริการ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	อาชีพ			
		นักเรียน / นักศึกษา	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน
นักเรียน / นักศึกษา	3.89	-	-	-	*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.80	-	-	-	-
ข้าราชการ	3.66	-	-	-	-
พนักงานบริษัทเอกชน	3.52	*	-	-	-

จากตารางที่ 4.26 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านพนักงานบริการ แตกต่างกับผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	อาชีพ			
		นักเรียน / นักศึกษา	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน
นักเรียน / นักศึกษา	3.85	-	-	-	-
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.60	-	-	-	-
ข้าราชการ	3.66	-	-	-	-
พนักงานบริษัทเอกชน	3.61	-	-	-	-

ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ จำแนกตามรายได้ ($H_{01.5}$)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	1.791	3	0.597	1.283	0.281
	ภายในกลุ่ม	109.792	236			
	รวม	111.583	239			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.611	3	1.537	2.740	0.044*
	ภายในกลุ่ม	132.389	236	0.561		
	รวม	137.000	239			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	6.329	3	2.110	3.080	0.028*
	ภายในกลุ่ม	161.655	236	0.685		
	รวม	167.983	239			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.843	3	1.614	2.968	0.033*
	ภายในกลุ่ม	128.340	236	0.544		
	รวม	133.183	239			
5. ด้านกระบวนการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.634	3	0.878	1.623	0.185
	ภายในกลุ่ม	127.662	236	0.541		
	รวม	130.296	239			
6. ด้านพนักงานบริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.197	3	2.066	3.427	0.018*
	ภายในกลุ่ม	142.265	236	0.603		
	รวม	148.463	239			
7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 7.1 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน	ระหว่างกลุ่ม	1.828	3	0.609	1.342	0.261
	ภายในกลุ่ม	107.172	236	0.454		
	รวม	109.00	239			

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
7.2 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	0.929	3	0.310	0.524	0.666
	ภายในกลุ่ม	139.367	236	0.591		
	รวม	140.296	239			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.816	3	.272	.671	.570
	ภายในกลุ่ม	95.679	236	.405		
	รวม	96.496	239			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัยในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านพนักงานบริการ ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น จึงเปรียบเทียบโดยทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe′) ดังแสดงในตารางที่ 4.29 – 4.32

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านราคา จำแนกตามรายได้

รายได้ (บาท)	ค่าเฉลี่ย	รายได้ (บาท)			
		ต่ำกว่า 8,000	8,001-13,000	13,001-18,000	มากกว่า 18,001
ต่ำกว่า 8,000	3.13	-	-	-	-
8,001-13,000	3.16	-	-	-	-
13,001-18,000	3.46	-	-	-	-
มากกว่า 18,001	3.41	-	-	-	-

ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามรายได้

รายได้	ค่าเฉลี่ย	รายได้			
		ต่ำกว่า 8,000	8,001-13,000	13,001-18,000	มากกว่า 18,001
ต่ำกว่า 8,000	3.90	-	-	-	-
8,001-13,000	3.88	-	-	-	-
13,001-18,000	4.10	-	-	-	-
มากกว่า 18,001	4.30	-	-	-	-

ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

รายได้	ค่าเฉลี่ย	รายได้			
		ต่ำกว่า 8,000	8,001-13,000	13,001-18,000	มากกว่า 18,001
ต่ำกว่า 8,000	2.95	-	-	-	-
8,001-13,000	2.91	-	-	-	-
13,001-18,000	3.02	-	-	-	-
มากกว่า 18,001	2.60	-	-	-	-

ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Schelfe′) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านพนักงานบริการ จำแนกตามรายได้

รายได้	ค่าเฉลี่ย	รายได้			
		ต่ำกว่า 8,000	8,000-13,000	13,001-18,000	มากกว่า 18,001
ต่ำกว่า 8,000	3.87	-	-	-	*
8,001-13,000	3.71	-	-	-	-
13,001-18,000	3.79	-	-	-	-
มากกว่า 18,001	3.43	*	-	-	-

จากตารางที่ 4.32 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ ต่ำกว่า 8,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านพนักงานบริการ แตกต่างกับผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยที่มีรายได้มากกว่า 18,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson product moment correlations coefficient : r_{xy}) และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) โดยวิธี Stepwise ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 4.33 – 4.34

ตารางที่ 4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์

ปัจจัยทางการตลาดบริการ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig.
1. ด้านห้องพัก	0.480	0.000*
2. ด้านราคา	0.485	0.000*
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	0.430	0.000*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.513	0.000*
5. ด้านกระบวนการให้บริการ	0.730	0.000*
6. ด้านพนักงานบริการ	0.719	0.000*
7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ		
7.1 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน	0.714	0.000*
7.2 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก	0.736	0.000*
รวม	**0.885**	**0.000***

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 พบว่าปัจจัยทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (**r** = 0.885) โดยเรียงลำดับค่าความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อยดังนี้ คือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก (**r** = 0.736) ด้านกระบวนการให้บริการ (**r** = 0.730) ด้านพนักงานบริการ (**r** = 0.719) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน (**r**= 0.714) ด้านการส่งเสริมการตลาด (= 0.513) ด้านราคา (**r**= 0.485) ด้านห้องพัก (**r** = 0.480) และด้านทำเลที่ตั้ง (r = 0.430) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ (H_{02})

ตัวพยากรณ์	b	S_b	Beta	t	p
ด้านห้องพัก	0.033	0.035	0.035	0.952	0.342
ด้านราคา	0.065	0.031	0.077	2.065	0.040*
ด้านทำเลที่ตั้ง	0.072	0.026	0.095	2.737	0.007*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.049	0.033	0.057	1.485	0.139
ด้านพนักงานบริการ	0.185	0.037	0.229	4.987	0.000*
ด้านกระบวนการบริการ	0.195	0.040	0.227	4.922	0.000*
ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน	0.033	0.058	0.035	0.564	0.573
ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก	0.148	0.044	0.179	3.368	0.001*

R^2ที่ปรับแล้ว = 0.782

ค่าคงที่ = 0.008

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ตัวแปรปัจจัยทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านห้องพัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านกระบวนการบริการ ด้านพนักงานบริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และใช้พยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าโดยมีประสิทธิภาพของการพยากรณ์เท่ากับ 0.782 นั่นคือตัวพยากรณ์ทั้ง 7ตัว ซึ่งร่วมกันอธิบายความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 78.2 และถ้าทราบค่าของตัวแปรทั้ง 5 ตัว สามารถคาดคะเนค่าของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้จากสมการถดถอย ดังนี้

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ

Y = 0.035 (คะแนนด้านห้องพัก) + 0.077 (คะแนนด้านราคา) + 0.095 (คะแนนด้านทำเลที่ตั้ง) + 0.057 (คะแนนด้านการส่งเสริมการตลาด) + 0.229 (คะแนนด้านพนักงานบริการ) + 0.227 (คะแนนด้านกระบวนการบริการ) + 0.035 (คะแนนด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน) + 0.148 (คะแนนด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก)

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

Z = 0.008 + 0.033 (คะแนนด้านห้องพัก) + 0.065 (คะแนนด้านราคา) + 0.072 (คะแนนด้านทำเลที่ตั้ง) + 0.049 (คะแนนด้านการส่งเสริมการตลาด) + 0.185 (คะแนนด้านพนักงานบริการ) + 0.195 (คะแนนด้านกระบวนการบริการ) + 0.033 (คะแนนด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน) + 0.179 (คะแนนด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก)

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมการตลาดบริการ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมการตลาดบริการ ของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ตเมนท์ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson product moment correlations coefficient : r_{xy}) และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) โดยวิธี Stepwise ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 4.35 – 4.36

ตารางที่ 4.35 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมการตลาดบริการ (H_{03})

ปัจจัยส่วนบุคคล	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig.
1. เพศ	0.008	0.897
2. อายุ	-0.225	0.000*
3. ระดับการศึกษา	-0.049	0.451
2. อาชีพ	-0.168	0.009*
3. รายได้	-0.079	0.223
รวม	**0.262**	**0.005***

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (r = 0.262) โดยเรียงลำดับค่าความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อยดังนี้ เพศ (r = 008) ระดับการศึกษา (r=-0.049) รายได้ (r =-0.079) อาชีพ (r=0.079) และ อายุ (r =-0.225)

ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดบริการ

ตัวพยากรณ์	b	S_b	Beta	t	p
เพศ	0.031	0.083	0.024	0.372	0.710
อายุ	-0.214	0.081	-0.196	-2.628	0.009*
ระดับการศึกษา	-0.020	0.084	-0.016	-0.236	0.814
อาชีพ	-0.101	0.049	-0.233	-2.085	0.038*
รายได้	0.110	0.061	0.199	1.821	0.070

R^2ที่ปรับแล้ว = 0.069

ค่าคงที่ = 4.055

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นอายุและอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้พยากรณ์ความสัมพันธ์โดยมีประสิทธิภาพของการพยากรณ์เท่ากับ 0.069 นั่นคือตัวพยากรณ์ทั้ง 5 ตัว ซึ่งร่วมกันอธิบายความแปรปรวนความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 6.90 และถ้าทราบค่าตัวแปรทั้ง 5 ตัวแล้ว สามารถคาดคะเนค่าของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้จากสมการถดถอย ดังนี้

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ

Y = 4.055 + 0.031 (เพศ) + -0.214 (อายุ) + -0.020 (ระดับการศึกษา) + -0.101 (อาชีพ) + 0.110 (รายได้)

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

Z = 0.024 (เพศ) + -0.196 (อายุ) + -0.016 (ระดับการศึกษา) + -0.233 (อาชีพ) + 0.199 (รายได้)