



248017



ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถแท็กซี่ในเขต
กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : ดี อมัลล กุพราโสมพันธ์

สุพัตรา เชาตมณฑ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อขอรับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

พ.ศ. 2553



ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยในเขต
กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์

สุพัตตรา เสาสมภพ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร



หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยในเขต

กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์

ผู้วิจัย

สุพัศตรา เสาสมภพ

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษนนท์ บึงไกร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ดร.สุภาภรณ์ พรหมถาญี

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานการสอบ
(ดร.วันชัย ปานจันทร์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษนนท์ บึงไกร)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ดร.สุภาภรณ์ พรหมถาญี)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ดร.สุวิชาญ โตวัฒนา)

โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัจฉรี ขจรไชยกุล)

ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

วันที่ เดือน 01 ค.ศ. 2553 พ.ศ.

บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พัก
อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : ดิ ออคิด
อพาร์ทเมนต์

ผู้วิจัย

สุพัตรา เสาสมภพ

ระดับการศึกษา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พ.ศ

2553

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษนนท์ บึงไกร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ดร.สุภาภรณ์ พรหมฤาษี

248017

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจ 2) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจโดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล 3) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูล โดยคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test และค่าสถิติ F-test แล้วทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีของเชฟเฟ้ ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ โดยวิธี Stepwise

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นนักเรียนและนักศึกษาโดยมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 8,000 บาท 2) ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดบริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3) ผู้ใช้บริการที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าที่พักอาศัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นอายุ 4) ปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ได้แก่ ด้านราคา (ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.077) 5) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นอายุ และอาชีพ

Abstract

Thesis Title	Factors Affecting Residents' Satisfaction with Rented Accommodation in Bangkok: A Case Study at The Orchid Apartment
The Researcher	Supattra Saosomphop
Level of Study	Master of Business Administration (Business Administration)
Year	2010
Principal Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr.Kritchanton Bungkrai
Associate Thesis Advisor	Dr.Supaporn Promruesri

248017

This research aimed 1) to study residents' satisfaction level, 2) to compare the satisfaction level of residents classified by their demographics, 3) to examine the service marketing factors affecting on the residents' satisfaction level and 4) to investigate the correlation between the personal factors and mixed service marketing factors. The sample group comprised 240 residents. A questionnaire were employed as a research tool to collect data. Then, the data were analyzed to find out percentage, mean, standard deviation, t-test, and F-test. The Scheffe' matched pair comparison and stepwise multiple regression were also employed.

The research were as follows: 1) The majority of residents were the female, aged between 20 and 29. They were student of bachelor degree holders whereas their monthly incomes were less than 8,000 baht, 2) The residents had a high satisfaction on mixed service marketing factors. Taking each aspect into consideration, it was found that location factors were at the high level, 3) Residents with different genders, education, occupations, and incomes expressed in different satisfactions at the 0.05 level of significance and ages had no different satisfaction, 4) Marketing factors affected residents' satisfaction at the 0.05 level of significance. The variables of marketing factors affected the satisfaction level were pricing (pearson product moment correlations coefficient = 0.077), and 5) The analysis of correlation between personal factors and mixed service marketing factors indicated that gender, education level and income level related to the mixed service marketing factors at the 0.05 level whereas ages and occupation was not related.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษนนท์ บึงไกร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ดร.สุภาภรณ์ พรหมฤทัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ดร.กวี บุญเลิศวิชย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ดร.ขวัญมิ่ง คำประเสริฐ ประธานการสอบ ดร.ปราศรัย หอมกระหลบ คณะกรรมการ และคณะกรรมการทุกท่านที่ได้เสียสละเวลามาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะและคำแนะนำเพื่อปรับปรุงวิทยานิพนธ์จนสมบูรณ์ขึ้น ขอกราบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

กราบขอบพระคุณ ดร.วิสูตร ภูโรจน์เรือง ดร.ชัชสรัญ รอดยิ้ม และคุณสมคิด ทองหล่อ ที่กรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม รวมถึงคณาจารย์ทุกท่าน ตลอดจนบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือเป็นอย่างดี ทำให้การศึกษาวิจัยนี้สามารถดำเนินงานสำเร็จลุล่วงลงได้

หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เกิดประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทั้งทางตรงหรือทางอ้อม ผู้วิจัยขอขอบความดีในครั้งนี้แก่มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยอันทรงคุณค่าควรแก่การเทิดทูน

สุพัศตรา เสาสมภพ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่	
1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
สมมติฐานการวิจัย.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	10
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริการ.....	16
ปัจจัยทางการตลาดบริการ.....	45
ส่วนประสมการตลาดบริการ หรือ 7P'.....	47
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย.....	56
ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท เจดส์ พรอพเพอร์ตี้ จำกัด.....	63
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	65

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย	
แบบของการวิจัย.....	74
ประชากรและหน่วยวิเคราะห์.....	74
การเลือกกลุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง.....	75
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	75
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	77
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	77
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล.....	79
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย	
ในดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ ต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ.....	81
ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย	
ในดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล.....	90
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ	
ของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยในดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์.....	106
ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับ	
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ.....	109
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	112
สรุปผลการวิจัย.....	113
อภิปรายผลการวิจัย.....	118
ข้อเสนอแนะ.....	127
บรรณานุกรม.....	130
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	136
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	142
ประวัติผู้วิจัย.....	146

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล.....	80
4.2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ ต่อปัจจัยทางการตลาด บริการ.....	82
4.3 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ ต่อปัจจัยทางการตลาด บริการ ด้านห้องพัก.....	83
4.4 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ ต่อปัจจัยทางการตลาด บริการ ด้านราคา.....	83
4.5 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ ต่อปัจจัยทางการตลาด บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง.....	84
4.6 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ ต่อปัจจัยทางการตลาด บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	85
4.7 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ ต่อปัจจัยทางการตลาด บริการ ด้านกระบวนการบริการ.....	86
4.8 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ ต่อปัจจัยทางการตลาด บริการ ด้านพนักงานบริการ.....	87
4.9 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ ต่อปัจจัยทางการตลาด บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน.....	88
4.10 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ ต่อปัจจัยทางการตลาด บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก.....	89

ตารางที่	หน้า
4.11	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย จำแนกตามเพศ..... 90
4.12	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย จำแนกตามอายุ..... 91
4.13	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ (Schelfe') ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามอายุ..... 93
4.14	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ (Schelfe') ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ..... 93
4.15	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ (Schelfe') ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านกระบวนการบริการ จำแนกตามอายุ..... 94
4.16	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ (Schelfe') ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านพนักงานบริการ จำแนกตามอายุ..... 94
4.17	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ (Schelfe') ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน จำแนกตามอายุ..... 95
4.18	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ (Schelfe') ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก จำแนกตามอายุ..... 95
4.19	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา ($H_{01.3}$)..... 96
4.20	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ (Schelfe') ในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านห้องพัก จำแนกตามระดับการศึกษา..... 97
4.21	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ (Schelfe') ในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา..... 98

ตารางที่	หน้า
4.22	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Schelife') ในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านพนักงานบริการ จำแนกตาม ระดับการศึกษา..... 98
4.23	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ จำแนกตามอาชีพ ($H_{01.4}$)..... 99
4.24	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Schelife') ในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านห้องพัก จำแนกตาม อาชีพ..... 101
4.25	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Schelife') ในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านกระบวนการบริการ จำแนกตามอาชีพ..... 101
4.26	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Schelife') ในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านพนักงานบริการ จำแนกตามอาชีพ..... 102
4.27	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Schelife') ในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมภายใน จำแนกตามอาชีพ..... 102
4.28	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ จำแนกตามรายได้ ($H_{01.5}$)..... 103
4.29	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Schelife') ในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านราคา จำแนกตามรายได้..... 104
4.30	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Schelife') ในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามรายได้..... 105
4.31	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Schelife') ในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้..... 105
4.32	เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Schelife') ในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัย ด้านพนักงานบริการ จำแนกตามรายได้..... 106

ตารางที่	หน้า
4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์.....	107
4.34 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ (H_{02}).....	108
4.35 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมการตลาดบริการ (H_{03})....	109
4.36 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดบริการ.....	110
5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	112

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
2.1	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวัง.....	33
2.2	กระบวนการซื้อ : กิจกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้และประเมินบริการ.....	42
2.3	ส่วนประสมการตลาดการส่งเสริมการตลาดธุรกิจบริการ.....	51
2.4	โครงสร้างของบริษัท เจดส์ พรอพเพอร์ตี้ จำกัด.....	63
2.5	โครงสร้างแบบหน่วยธุรกิจ (Divisional Structure).....	65