

คนพัฒน์ ตรีประพันธ์กิจ 2558: การประเมินคุณภาพการให้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา
บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์ไพฑูรย์ เจตธำรงค์ชัย, Ph.D.
118 หน้า

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท
รักษาความปลอดภัยหมู่บ้านจัดสรร ศึกษาการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทรักษาความปลอดภัย
หมู่บ้านจัดสรร เปรียบเทียบระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการบริษัทรักษาความ
ปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรร เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้ต่อคุณภาพ
การให้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการศึกษาวิจัยเชิง
สำรวจ รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา
ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่าง
ของค่าเฉลี่ย t-test, F-test และ LSD โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 26-35 ปี มี
สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-40,000 บาท
ประเภทของที่พักอาศัยแบบทาวน์โฮม พักอาศัยอยู่กับครอบครัว ระยะเวลาที่พักอาศัย 1-4 ปี ผลการศึกษาระดับ
ความคาดหวังและระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการระบบการรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน กลุ่มตัวอย่างมี
ระดับความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ ในทุกด้าน ค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ -0.68 ซึ่งค่าเฉลี่ยความ
คาดหวังต่อคุณภาพบริการสูงกว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้จริง หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อคุณภาพการ
บริการทั้ง 5 ด้านสูงกว่าการรับรู้จริงต่อคุณภาพการให้บริการระบบการรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน

ข้อเสนอแนะธุรกิจบริการต้องมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับลูกค้า และตอบสนองความต้องการของ
ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดตามแนวทางคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) โดยการบริหารช่องว่าง
ระหว่างความคาดหวังของลูกค้า และการรับรู้จากการบริการที่ลูกค้าได้รับทั้ง 5 ระดับ การประเมินคุณภาพการ
บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจ
แก่ลูกค้า และการเข้าใจและเอาใจใส่ลูกค้า