

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการซื้อคอนโด กรณีศึกษา:  
คอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง

ชื่อ มะลิ มิตนโกสม<sup>1</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการซื้อคอนโด กรณีศึกษา: คอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบังโดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การเก็บข้อมูลจากลูกค้าผู้ตัดสินใจซื้อคอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง จำนวน 400 รายด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Research Method) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้นโดย การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlative Coefficient) ที่ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 -30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการซื้อคอนโดโดยรวมอยู่ในระดับสูง ( $m=4.06$ ,  $S.D. = 0.388$ ) และพบว่าคุณภาพการบริการ โดยภาพรวมในระดับสูง ( $m= 3.91$ ,  $S.D. = 0.511$ ) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการในภาพรวมและรายด้านทุกด้านได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโดของกลุ่มคนนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ, คอนโด

1บริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) 448 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 E-mail 6214193007@rumail.ru.ac.th

## บทนำ

ในปัจจุบัน คอนโดมีเนียมมีจำนวนมากมาย การเลือกซื้อคอนโดมีเนียมจึงเป็นปัญหาว่า จะเลือกซื้ออย่างไรให้คุ้มค่า ต้องคำนึงปัจจัยรอบๆด้านหลายอย่าง อาทิเช่น การเดินทางมีความสะดวกขนาดไหน เข้า-ออกได้กี่ทาง ใกล้สถานที่สำคัญอะไรบ้าง ระบบรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างไร สาธารณูปโภคครบครันหรือไม่ ทำเลที่ตั้งหรือรูปแบบสถาปัตยกรรมของตึกเป็นอย่างไร ปัจจัยพวกนี้จะส่งผลทางด้านราคา คือ ถ้าตั้งในทำเลที่มีความสะดวกสบายครบครัน ใจกลางเมือง ราคา ก็จะค่อนข้างสูง เมื่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมีเนียมของประชาชนเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการจึงเร่งตอบสนองด้วยการสร้างคอนโดมีเนียมออกมามากหลายโครงการเพื่อเป็นตัวเลือกหนึ่งของประชาชน โดยพยายามเสนอสิ่งต่างๆ ทั้งด้านรูปลักษณ์โครงการ สถานที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกฯ ให้ตรงกับความต้องการของประชาชนมากที่สุด และเมื่อประชาชนได้ตัดสินใจซื้อคอนโดมีเนียมใดๆ ไปแล้ว ย่อมถือว่าโครงการนั้นตอบสนองความต้องการได้ แต่ในความเป็นจริงยังมีสิ่งตามมา คือ ความรู้สึกหลังการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นไปได้ทั้งความพึงพอใจและไม่พึงพอใจซึ่งความรู้สึกนั้นจะมีผลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อของประชาชนต่อไป เช่น การบอกต่อถึงประสบการณ์ที่ได้รับ หรือการตัดสินใจซื้อซ้ำ เป็นต้น

การแข่งขันด้านอสังหาริมทรัพย์ ทำให้ตลาดคอนโดมีเนียมขยายตัวเพิ่มมากขึ้นผู้ประกอบการหากกลยุทธ์ทางการตลาดมาเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกโครงการของบริษัทตนเองนอกจากนี้ยังสร้างความประทับใจให้ผู้บริโภคด้วยการบริหารจัดการที่ดีของคอนโดมีเนียมจะส่งผลต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการแม้คอนโดมีเนียมจะเป็นที่อยู่อาศัยที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหลายประการ แต่รูปแบบของคอนโดมีเนียมที่มีการใช้พื้นที่ส่วนกลางร่วมกันและมีผู้คนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากส่งผลให้เกิดปัญหาขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ที่จอดรถไม่เพียงพอ การรบกวนจากเพื่อนบ้าน น้ำรั่วซึมจากภายนอก หนี้ค่าส่วนกลางค้างชำระ นิติบุคคลขาดการบริหารจัดการที่ดี ปัญหาเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่นเดียวกัน

โครงการคอนโด เสนา คิพท์ ฉลองกรุง - ลาดกระบัง เป็นคอนโดที่มีราคาต่ำกว่าล้าน Low Rise 8 ชั้น ซึ่งออกแบบทุกรายละเอียดสะท้อนการใช้ชีวิตที่คุณเลือกเองได้ ด้วยแบบห้องที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตอย่างลงตัว ทุกตารางนิ้วออกแบบให้มีพื้นที่ใช้สอยคุ้มค่า กั้นห้องเป็นสัดส่วน ห้องนั่งเล่นและห้องนอนขนาดใหญ่ พร้อม Walk-in Closet ตอบโจทย์ทุกการอยู่อาศัยอย่างแท้จริง มาพร้อมสังคม

และคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า ด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตท่ามกลางสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ทางเสนาคัดสรรให้คุณ ทั้งคลับเฮ้าส์ ฟิตเนส สระว่ายน้ำ และพื้นที่สีเขียว มีลิฟท์อำนวยความสะดวกทุกอาคาร ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ ให้ได้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตัวเอง ซึ่งในราคาที่ใครก็เป็นเจ้าของได้ ใกล้แหล่งงาน สถานศึกษา การเดินทางสะดวก ติดถนนใหญ่ มีรถประจำทางผ่านหน้าโครงการ อุ่นใจและวางใจได้เสนาพร้อมดูแลคุณ ด้วยบริการหลังการขายผ่าน SENA 360 Application พร้อมระบบความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน เสนา คิทท์ ฉลองกรุง - ลาดกระบัง

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการซื้อคอนโด กรณีศึกษา: คอนโดเสนาคิทท์ฉลองกรุง-ลาดกระบังยังสามารถนำไปพัฒนาเพื่อวางแผนพัฒนาคุณภาพบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน และสามารถเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อื่นๆนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการของคอนโด
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการซื้อคอนโด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการซื้อคอนโด

### ขอบเขตการวิจัย

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการซื้อคอนโด กรณีศึกษา: คอนโดเสนาคิทท์ฉลองกรุง-ลาดกระบังผู้วิจัยได้จำกัดขอบเขตของการเก็บข้อมูลจากลูกค้าผู้ตัดสินใจซื้อคอนโดเสนาคิทท์ฉลองกรุง-ลาดกระบังจำนวน 400 รายโดยจะศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามตลอดจนคุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการซื้อคอนโด

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการซื้อคอนโด
2. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการคอนโดมิเนียมให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด

### สมมติฐานการวิจัย

คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโด กรณีศึกษา: คอนโดเสนาคิทท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง

- H1: ความเป็นรูปธรรมของบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโด  
กรณีศึกษา: คอนโดเสนาคิทท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง
- H2: ความน่าเชื่อถือไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโด กรณีศึกษา:  
คอนโดเสนาคิทท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง
- H3: การตอบสนองความต้องการลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโด  
กรณีศึกษา: คอนโดเสนาคิทท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง
- H4: การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโด  
กรณีศึกษา: คอนโดเสนาคิทท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง
- H5: การรู้จักและเข้าใจลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโด กรณีศึกษา:  
คอนโดเสนาคิทท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง

### กรอบแนวคิดการวิจัย

#### ตัวแปรอิสระ

##### คุณภาพการบริการ 5 ด้าน

- 1.ความเป็นรูปธรรมของบริการ
- 2.ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ
- 3.การตอบสนองความต้องการลูกค้า
- 4.การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า
- 5.การรู้จักและเข้าใจลูกค้า

#### ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจในการซื้อคอนโด  
กรณีศึกษา: คอนโดเสนาคิทท์  
ฉลองกรุง-ลาดกระบัง

ภาพที่ 1 คุณภาพบริการตาม แนวคิดของ Parasuraman et al. (1985)

## การทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ (Service Quality)

แนวคิดที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการมีหัวข้อสำคัญที่ทำการศึกษาคือ ลักษณะเฉพาะของการบริการ (Characteristic of Service) จะทำการศึกษาถึงความหมายของการบริการการประเมินประเภทของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างจากสินค้าของการบริการ เรื่องที่จะทำการศึกษาต่อไปคือคุณภาพการบริการ (Service Quality) เพื่อให้ทราบความหมายและปัจจัยที่ก่อให้เกิดเป็นคุณภาพการบริการ และศึกษาเรื่องมิติคุณภาพการบริการ (Dimensions of Service Quality) เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยและเกณฑ์ที่ใช้เป็นตัวกำหนดคุณภาพการบริการ เนื่องจากคุณภาพการบริการจะเป็นเกณฑ์สำคัญในการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยที่คุณภาพการบริการเกิดขึ้นเมื่อความคาดหวังคุณภาพการบริการของลูกค้า (Customer Expectations of Service Quality) ต่ำกว่าการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้า (Customer Perceptions of Service Quality) ที่เกิดขึ้นจริง

### แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

ความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกของบุคคลที่แสดงออกมาในจากความรู้สึกในทางบวก ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบสิ่งที่รับรู้ที่ได้จากการบริการที่ตรงกับความคาดหวังในบริการนั้น ๆ

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในครั้งนี่คือผู้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าผู้ตัดสินใจซื้อคอนโดเสนาคิท์ทดลองกรุง-ลาดกระบัง จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาจากประชากรทั้งหมด และใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience sampling) โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามกับลูกค้าผู้ตัดสินใจซื้อคอนโดเสนาคิท์ทดลองกรุง-ลาดกระบังจนครบตามจำนวนที่กำหนด

### เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้วิธีแบบการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผ่านทางออนไลน์ด้วย Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งโครงคำถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการซื้อคอนโด มีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert's Scale มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการมีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert's Scale มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question)

การหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวัดความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ได้เท่ากับ 0.87 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้ สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่างได้

สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlative Coefficient)

### ผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 176คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 มีสถานภาพโสด จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 -30,000 บาท จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5

#### 2. ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ พบว่า มีคุณภาพการบริการ โดยภาพรวมในระดับมาก แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการโดยภาพรวม

คุณภาพการบริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพการบริการ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.89	0.664	มาก
2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	3.90	0.712	มาก
3. ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า	3.87	0.709	มาก
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	3.75	0.711	มาก
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.13	0.581	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.91</b>	<b>0.511</b>	<b>มาก</b>

#### 3. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมศึกษา : คอนโดเสนาคิทท์ผลองกรุง-ลาดกระบัง

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมศึกษา : คอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง โดยภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.388

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน  
วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของกลุ่มคนนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

คุณภาพการบริการ	r	p-value
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	0.173**	0.001
2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.208**	0.000
3. ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า	0.178**	0.000
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	0.149**	0.003
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	0.471**	0.000
<b>รวม</b>	<b>0.301**</b>	<b>0.000</b>

\*\* p-value <0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมศึกษา: คอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง พบว่า คุณภาพการบริการในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของกลุ่มคนนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง(P-value =0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คุณภาพการบริการในทุกด้าน ได้แก่

H1: ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ(P-value=0.001) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมศึกษา: คอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง

H2: ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ(p-value =0.000) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมศึกษา: คอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง

H3: ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า(P-value=0.000) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมศึกษา: คอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง

H4: ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า(P-value=0.003) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมศึกษา: คอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง

H5: ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า(P-value=0.000) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของกลุ่มคนนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

### สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

คุณภาพการบริการของคอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง โดยภาพรวมในระดับมาก

ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมศึกษา : คอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง โดยภาพรวมในระดับมาก

คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมศึกษา: คอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบัง พบว่า คุณภาพการบริการในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของกลุ่มคนนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง (P-value= 0.000)

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัยในครั้งนี้

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยภาพรวมในระดับมาก แต่ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้าและด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ลูกค้าให้ความสำคัญอยู่ใน 2 ลำดับสุดท้าย ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับด้านดังกล่าว ดังนี้

1. ผู้บริหารคอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบังควรมีการฝึกอบรมพนักงานผู้ให้บริการให้มีทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุดและให้บริการอย่างรวดเร็ว

2. ผู้บริหารคอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบังควรถูกกำหนดนโยบายด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้าโดยต้องมีการตรวจเช็คความถูกต้องของเอกสารสัญญา และเอกสารประกอบการขายทุกครั้ง เพื่อป้องกันความผิดพลาดก่อนส่งมอบให้กับลูกค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าคอนโดเสนาคิท์ฉลองกรุง-ลาดกระบังเท่านั้นดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป หากต้องการให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้นควรสอบถามในลูกค้าของคอนโดมิเนียมในเขตจังหวัดอื่น ๆ ด้วยอาจมีผลการศึกษาที่แตกต่างกัน

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึกด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพเช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth interview) การสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group) เพื่อเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและทักษะของตัวแทนขายคอนโดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

### เอกสารอ้างอิง

Kotler, Philip.(2012). Marketing management. New Jersey: Prentice-Hall.



Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985, Fall). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, pp. 41 - 50.

Parasuraman, A. (1986). SERQUAL: A multiple Item Scale for Measuring customer perceptions of service quality. Marketing Science Institute, pp. 86 - 108.





