

ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจต่อสัญญาเช่า กรณีศึกษา: คอนโดเมืองเซลิเซ่
Relationship Between Satisfaction and Intention to Lease: Case Study: Condo
Champs Elysées

ภัทริฐา สอนชื่อ¹

Pattaritha Son-sue

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความตั้งใจต่อสัญญาเช่า คอนโดเมืองเซลิเซ่ เพื่อศึกษาความพึงพอใจภายใต้ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจต่อสัญญาเช่า คอนโดเมืองเซลิเซ่ และเพื่อศึกษาความคิดเห็นในความตั้งใจต่อสัญญาเช่า คอนโดเมืองเซลิเซ่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท สถานภาพโสด และพบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจต่อสัญญาเช่า คอนโดเมืองเซลิเซ่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ การตกแต่งภายในห้อง(ตู้ เตียง โต๊ะ) ค่าเฉลี่ย = 4.38 ระดับความตั้งใจต่อสัญญาเช่า คอนโดเมืองเซลิเซ่ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ท่านตั้งใจต่อสัญญาเช่า คอนโดเมืองเซลิเซ่ ค่าเฉลี่ย = 4.62 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความตั้งใจต่อสัญญาเช่า คอนโดเมืองเซลิเซ่ แตกต่างกัน พบว่า ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปฏิเสธสมมติฐาน และความสัมพันธ์กับความตั้งใจต่อสัญญาเช่า คอนโดเมืองเซลิเซ่ ด้านภาพรวม มีความสัมพันธ์กับกับความตั้งใจต่อสัญญาเช่า คอนโดเมืองเซลิเซ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก อยู่ในระดับต่ำ $r = 0.337$

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ; ความตั้งใจต่อสัญญาเช่า; คอนโด

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง Graduate students of the Master of Business Administration program, Faculty of Business Administration, Ramkhamheang University, Email: 6214193053@rumail.ru.ac.th

Abstract

The purpose of this study was to study the demographic factors affecting the intention to renew the Champs Elysées condo contract. To study the satisfaction under the marketing mix (7P's) that affects the intention to renew the Champs Elysées condo contract. and to study the opinions on the intention to renew the Champs-Elysees condo rental contract It was found that most of the respondents were female. Age between 30-39 years, Bachelor's degree personal business career Average monthly income between 20,001 - 30,000 baht, single status and found that the level of marketing mix factors affecting the intention to lease the Champs Elysées condo The overall picture was at a high level, average = 4.11. The aspect with the highest satisfaction level was the interior of the room (cabinet, bed, table), average = 4.38 Level of intention to lease the Champs Elysées condo. The overall level was at the highest level, mean = 4.23. The aspect with the highest level of satisfaction was the intention to renew the Champs-Elysées condo lease, mean = 4.62. Different demographic factors had different intentions to renew the Champs-Elysées condo contract. that gender, age, education level, occupation, and average monthly income reject the hypothesis and the relationship with the intention to renew the Champs Elysées condo lease contract statistically significant at 0.01, the relationship was positive. is low $r = 0.337$

Keywords: Satisfaction; Intention to renew the lease; Condo

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการดำรงชีพของมนุษย์คือ “ที่อยู่อาศัย” ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต เนื่องด้วยที่อยู่อาศัย เป็นสถานที่ที่สมาชิกในครอบครัวใช้ในการทำกิจกรรมต่างๆในชีวิตประจำวัน เป็นที่เก็บข้าวของ เครื่องใช้ ทรัพย์สินสมบัติต่าง ๆ ให้ปลอดภัย รวมทั้งเป็นที่ให้ครอบครัวใช้ในการอบรม สั่งสอน ถ่ายทอด วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และเป็นสถานที่ที่ได้รับความรัก ความอบอุ่น กำลังใจจากสมาชิกในครอบครัว ปัจจุบันความต้องการต่อการใช้ที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองมีเพิ่มมากขึ้น เพราะบ้านเป็นศูนย์รวมของสมาชิกในครอบครัว และเป็นรากฐานของสังคม เปรียบเสมือนแหล่งบ่มเพาะอุปนิสัย ความประพฤติที่สั่งสมให้กับคนในครอบครัว เพื่อให้เป็นประชากรที่ดีของสังคมต่อไป นอกเหนือจากนี้ที่อยู่อาศัยยังเป็นเครื่องมือชี้วัดคุณภาพของชีวิตความเป็นอยู่ ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนด้วย ดังนั้นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัย ที่เป็นทรัพย์สินราคาเช่าที่สูงจึงต้องคำนึงถึงหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย คุณภาพอาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก สภาพแวดล้อม การดูแลบริหารจัดการ ลักษณะของสิ่งปลูกสร้าง ราคาบ้าน ราคาที่ดิน รายได้ และที่สำคัญการให้บริการของที่พักอาศัย ผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์จำเป็นต้องตระหนักถึงการศึกษาเกี่ยวกับเครื่องมือที่สร้างขึ้นมาเพื่อใช้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้บรรลุตรงตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดซึ่งนั่นมีส่วนช่วยในเรื่องการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นอย่างดี

จากการสำรวจราคาห้องชุดใหม่ในไตรมาสนี้ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้วยการ นำเสนอโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการที่ก่อสร้างเสร็จแล้ว ส่วนใหญ่มากถึงร้อยละ 50.0 ของโครงการที่สำรวจ ได้นำเสนอในรูปแบบของแถม เช่น การให้เป็นเฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบพร้อมเข้าอยู่อาศัยให้ผู้ซื้อ รongลงมาร้อยละ 28.5 เป็นโปรโมชั่น เป็นส่วนลดเงินและ/หรือการให้เช่าอยู่ฟรีในช่วง 1 – 2 ปีแรก หรือ การช่วยค่างวดเงินผ่อนกับธนาคาร โดยผู้ประกอบการจะคำนวณเงินค่างวดที่ต้องผ่อนชำระกับธนาคาร 1 – 2 ปีแรก และร้อยละ 21.5 เป็นปรับเป็นส่วนลดเงินสดค่าใช้จ่ายในวันโอนกรรมสิทธิ์ การขายแบบการให้ของแถม มีสัดส่วนมากถึง ร้อยละ 46.1 รongลงมาคือการให้เป็นส่วนลดเงินสด ร้อยละ 35.1 และการให้เป็นส่วนลดค่าใช้จ่ายในวันโอนกรรมสิทธิ์ร้อยละ 18.9 ซึ่งโปรโมชั่นเหล่านี้เป็นสิ่งที่สามารถช่วยเร่งรัดการตัดสินใจเกี่ยวกับการซื้อและการโอนกรรมสิทธิ์ของผู้ซื้อห้องชุดที่ยังมีความสามารถในการซื้อและการขอสินเชื่อ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าทางผู้ประกอบการมุ่งเน้นเรื่องการทำการกลยุทธ์ทางการตลาดเน้นการให้ส่วนลด การทำโปรโมชั่น แต่ไม่มีการกล่าวถึงการบริการสำหรับผู้เช่าคอนโดที่ต้องการต่อสัญญา ผู้วิจัยให้ความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจต่อสัญญาเช่า คอนโดเมืองเซลิเซ่ เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการดำรงชีพของมนุษย์ และธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ที่กำลังชะลอตัวอย่างมาก มีการแข่งขันด้านการตลาดสูง และปัจจัยต่าง ๆ มากมายที่เข้ามาเกี่ยวข้องและมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่พักอาศัยในคอนโดเมืองเซลิเซ่ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาสรุปเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงบริการให้ดีและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแหล่งข้อมูลในการพัฒนาด้านการวางกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจ (7P's) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นในความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่

นิยามศัพท์

ที่อยู่อาศัย หมายถึง อาคารบ้านเรือนรวมทั้งตึก ที่มนุษย์จัดสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นที่พักอาศัยทั้ง กลางวันและกลางคืน ภายในที่อยู่อาศัยประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ที่ต้องการ มีทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย อุปกรณ์และสิ่งใช้สอย

ที่จำเป็นตามความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ และความเป็นอยู่ที่ดีงามทั้ง ส่วนตัวและครอบครัวผู้พักอาศัย ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึง คอนโดเมืองเชลชี

ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่เกิดจากแรงจูงใจซึ่งเป็นพฤติกรรมภายในที่ผลักดันให้เกิดความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ยินดี ไม่ยินดี เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการ และความคาดหวัง ที่เกิดจากการประมาณค่า อันเป็นการเรียนรู้ประสบการณ์จากการกระทำกิจกรรมเพื่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการตามเป้าหมายของแต่ละบุคคล

การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากทางเลือกหลายๆทางเลือก เพื่อให้ตนเองได้ประโยชน์สูงสุด และไม่มี ความเสียหายผิดพลาดหรือมีน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

ความตั้งใจ หมายถึง ความมุ่งมั่น ที่จะทำให้สิ่งที่ต้องการทำ หรือกำลังทำอยู่ให้เกิดผลสำเร็จให้ได้ โดยมีปัจจัยสำคัญจากแรงจูงใจ ความตั้งใจหรือความมุ่งมั่น มีอิทธิพลโดยตรงต่อกระบวนการเรียนรู้

ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจ ต่อสัญญาเช่า โดยตัวแปรอิสระประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน สถานภาพ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) และตัวแปรตามคือ ความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเชลชี

ขอบเขตด้านประชากร ประชากร คือ ประชาชนผู้เช่าคอนโดเมืองเชลชี หมู่บ้านเมืองเชลชี ตำบลบ้านใหม่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี สำหรับกลุ่มตัวอย่างประชากรจะกำหนดตามสูตรคำนวณขึ้นตามความเหมาะสม

ขอบเขตด้านสถานที่ ศึกษาเฉพาะ พื้นที่คอนโดเมืองเชลชี หมู่บ้านเมืองเชลชี ตำบลบ้านใหม่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มต้นตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2564 ถึง เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2564 (รวม 4 เดือน)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

เมททิน โคซาส, อเลน เดอครอป (Kozak, & Decrop, 2008, p. 87) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค คือ การรับรู้ในสิ่งต่าง ๆ ของผู้บริโภคในแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ที่ตนได้เกิดความคาดหวังเอาไว้ซึ่งการรับรู้ นั้นต้องมีความสอดคล้องกันกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ หรือแม้กระทั่งการบริการที่มีความคาดหวังต่อการใช้บริการ

หากผู้บริโภคได้มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ผู้บริโภคย่อมต้องเกิดความคาดหวังต่อการใช้บริการอย่างแน่นอน และผลของการคาดหวังนั้นคือความพึงพอใจในการได้รับการตอบสนองที่ตรงตามความคาดหวังหรือเกินความคาดหวังเอาไว้

ความพึงพอใจนั้นเป็นสิ่งที่มีความแตกต่างกันของแต่ละบุคคลเป็นไปตามระดับความต้องการของมนุษย์หรือบุคคลนั้น ๆ ทั้งนี้ความพึงพอใจนั้นต้องเกิดจากรู้สึกที่มีการตอบสนองความต้องการหรือการบรรลุความต้องการนั้น ๆ ได้สำเร็จจึงเกิดเป็นความพึงพอใจ ซึ่งความพึงพอใจของมนุษย์หรือบุคคลแต่ละบุคคล มีความแตกต่างกันในด้านของความต้องการในการดำรงชีวิตที่มากกว่าความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่นความต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม การได้รับความทันสมัย การเป็นที่รู้จัก หรือแม้แต่การได้รับข่าวสารข้อมูลความรู้ การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจในการใช้บริการคอนโดมิเนียมเซลิเซ่” ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาถึงประเด็นด้านของความพึงพอใจ ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการใช้บริการคอนโดมิเนียมเซลิเซ่แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เราสามารถเรียกส่วนประสมทางการตลาดได้อีกอย่างหนึ่งว่า 7'Ps ส่วนประกอบทั้ง 7 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ไตมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมจะทำธุรกิจได้ กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด (Idea) ที่จะตอบสนองความต้องการ การได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นักการตลาด มักจะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึง ตัวสินค้า บวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น

2. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาได้นั้น ถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจะจัดหาได้เมื่อเกิดความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไร และโดยใครที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่ายแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ ช่องทางจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) และ การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution)

3. การกำหนดราคา (Price) การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาดเป้าหมายและสู้กับคู่แข่งได้ในการแข่งขันในตลาด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) กระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายเพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขั้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจที่ดีนั้น มีขั้นตอนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) กำหนดขอบเขตความสำคัญของการตัดสินใจ (Identity of Decision making) ผู้ที่ต้องตัดสินใจต้องสามารถรู้และระบุได้ว่า อะไรคือเป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่อยากได้จากการตัดสินใจครั้งนี้ 2) รวบรวมทางเลือกที่มีทั้งหมดออกมา (list the Option) เพื่อหาว่ามีทางเลือกอะไรที่จะเป็นไปได้และเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการตัดสินใจให้มีประสิทธิภาพที่สุด 3) ศึกษาและกำหนดขอบเขตของแต่ละทางเลือก (Rating the Option) ศึกษาแต่ละทางเลือกในการตัดสินใจ ว่ามีประโยชน์ (Benefit) ข้อดี ข้อเสีย (Advantage, Disadvantage) ความเสี่ยง (Risk) เป็นต้น 4) ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best solution) ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ณ ตอนนั้นตามทางเลือกที่ได้ศึกษามาที่ทำให้องค์ได้ประโยชน์สูงสุด บางครั้งหากมีทางเลือกที่ดีพอๆกัน ผู้ทำการตัดสินใจอาจจะต้องใช้วิจารณญาณด้วย (intuition) ในการตัดสินใจด้วย 5) ประเมินการตัดสินใจ (Evaluate the decision) หลังจากการตัดสินใจไปแล้วในแต่ละครั้ง ให้ประเมินผลการตัดสินใจในนั้นด้วย เพื่อเรียนรู้ และนำมาเป็นบทเรียนในการตัดสินใจในครั้งต่อ ๆ ไป

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

บ้านหรือที่อยู่อาศัย หมายถึง สถานที่ ที่บุคคลในครอบครัวใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันเป็นส่วนใหญ่ ที่พักอาศัยนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญและจำเป็นมากสำหรับการดำรงชีวิตของมนุษย์โดยทั่วไป และเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อชีวิตความเป็นอยู่และสุขภาพของผู้อยู่อาศัย ทั้งนี้บ้านอาจจะอยู่ในรูปแบบอาคารบ้านเรือนแบบใดแบบหนึ่งโดยที่อยู่อาศัยนั้นต้องมีสภาพที่เหมาะสมต่อการพักอาศัยด้วยโดยเฉพาะ จะต้องเป็นที่อยู่อาศัยที่ถูกสุขลักษณะ ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยเหตุผลสำคัญที่อยู่อาศัยเป็นองค์ประกอบสำคัญของมนุษย์คือ ที่อยู่อาศัยเป็นสถานที่ที่ที่พักผ่อนนอนหลับ เป็นที่สำหรับคุ้มครองป้องกันให้พ้นจากภัยอันตราย เป็นที่พักพิงยามเจ็บป่วย เป็นเครื่องมือแสดงสถานภาพทางสังคม สามารถสร้างความยอมรับ ความเชื่อมั่นให้กับผู้คนในสังคม เป็น

เครื่องบ่งบอกถึงสถานะทางสังคมและระดับในสังคม เป็นเครื่องบ่งบอกถึงความเป็นหลักแหล่ง เป็นแหล่งรวมความรักและความอบอุ่นจากครอบครัว เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสำเร็จ และความสมหวังในชีวิต ผู้ที่มีที่อยู่อาศัยจะรู้สึก มีเกียรติและมีฐานะ

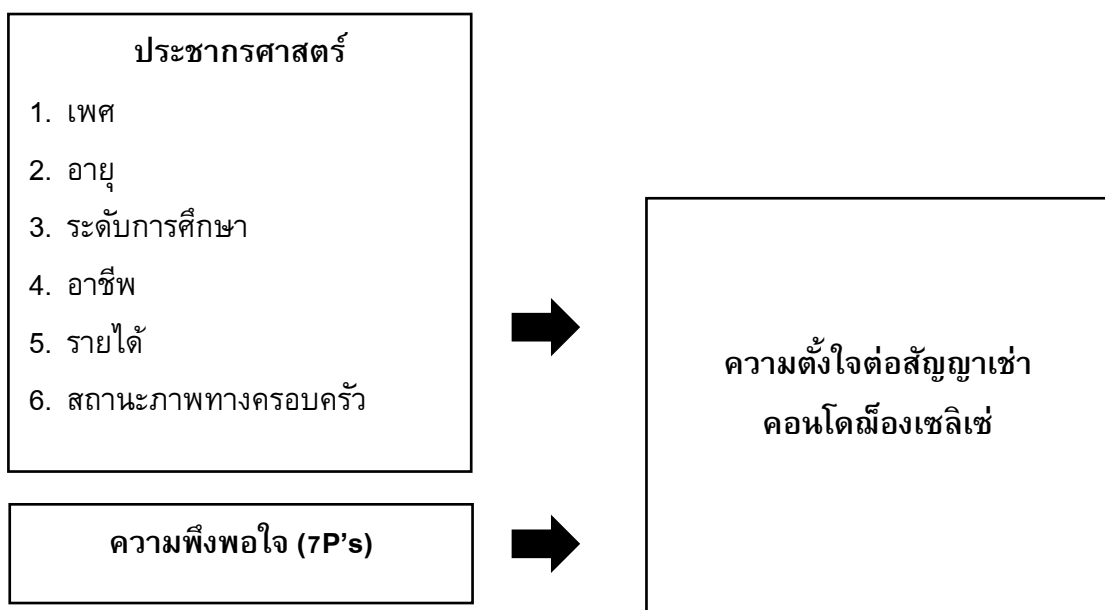
5. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรม ช่วยอธิบายถึงความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น โดยตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมืองเซลิเซ่ แตกต่างกัน
2. ความพึงพอใจ (7P's) มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมืองเซลิเซ่

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ ประชาชนที่เช่าที่อยู่อาศัยในคอนโดมืองเซลิเซ่ หมู่บ้านมืองเซลิเซ่ ตำบลบ้านใหม่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี วิธีการเก็บตัวอย่าง การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการ

วิจัย ได้แก่ ประชาชนที่เช่าที่อยู่อาศัยในคอนโดเมืองเซลิเซ่ หมู่บ้านเมืองเซลิเซ่ ตำบลบ้านใหม่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร จึงได้ใช้สูตรของคอแครน (Cochran,1977

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์ โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดและแบบปลายปิด โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ ซึ่งลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Question)

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่ ซึ่งลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับแบบไลเคิร์ต (Likert Rating Scale)

ตอนที่ 3 ระดับการตัดสินใจต่อความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่ ซึ่งลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับแบบไลเคิร์ต (Likert Rating Scale)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความคล้ายคลึงกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) แบบ Cronbach's Alpha ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยมีค่า Cronbach's Alpha มากกว่า 0.70 ซึ่งจะถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้ สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจต่อสัญญาเช่ากรณีศึกษา: คอนโดเมืองเซลิเซ่ และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด และผู้วิจัยจะรอรับแบบสอบถามกลับคืนทันที ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อสงสัยหรือไม่เข้าใจในคำถาม ผู้วิจัยจะให้คำชี้แจงแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล 1.วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่ ความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ(Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อหาการเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาและสถานภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบค่า t-test และสถิติทดสอบค่า F-test ในการวิเคราะห์ความทางเดียว (One way ANOVA) โดยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05 และเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ (7P's) และความตั้งใจต่อสัญญาเช่า คอนโดเมืองเชลซี ใช้สถิติสัมพัทธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) โดยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .01 และนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.5 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.0 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.3 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 38.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.5 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 70.8

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเชลซี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
1. ท่านพอใจในขนาดห้องหรือไม่	4.32	0.56	มากที่สุด	2
2. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง(ทีวี ตู้เย็น ไมโครเวฟ)	3.55	0.74	มาก	13
3. การตกแต่งภายในห้อง(ตู้ เตียง โต๊ะ)	4.38	0.70	มากที่สุด	1
4. ราคาเช่าห้อง	3.97	0.72	มาก	12
5. ระยะเวลาในการชำระค่าเช่า	4.06	0.78	มาก	11
6. สะดวกในการเดินทาง	4.12	0.75	มาก	7
7. ตั้งอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้า ตลาด โรงพยาบาล	4.12	0.78	มาก	7
8. การลดราคา(การต่อสัญญาระยะยาว)	4.13	0.70	มาก	6
9. การประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว	4.09	0.76	มาก	9
10. การบริการของนิติบุคคล	4.12	0.78	มาก	7
11. การบริการของช่างซ่อมประจำอาคาร	4.11	0.78	มาก	8

12. การบริการของแม่บ้านคอนโด	4.07	0.72	มาก	10
13. ระบบบริการซักรีด	4.18	0.76	มาก	5
14. พื้นที่ส่วนกลาง(ห้องออกกำลังกาย, สระ ว่ายน้ำ)	4.11	0.76	มาก	8
15. ระบบรักษาความปลอดภัย(ติดตั้งกล้อง cctv ทั้งภายในและภายนอกคอนโด, รปภ)	4.23	0.71	มากที่สุด	3
16. จำนวนที่จอดรถ	4.12	0.75	มาก	7
17. การออกแบบและตกแต่งอาคาร	4.19	0.70	มาก	4
รวม	4.11	0.20	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมือง
เซลิเซ่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูง
ที่สุด คือ การตกแต่งภายในห้อง(ตู้ เตียง โต๊ะ) (ค่าเฉลี่ย = 4.38) รองลงมา คือ พอใจในขนาดห้องหรือไม่ (ค่าเฉลี่ย =
4.32) ระบบรักษาความปลอดภัย(ติดตั้งกล้องcctvทั้งภายในและภายนอกคอนโด, รปภ) (ค่าเฉลี่ย = 4.23) การ
ออกแบบและตกแต่งอาคาร (ค่าเฉลี่ย = 4.19) ระบบบริการซักรีด (ค่าเฉลี่ย = 4.18) การลดราคา(การต่อสัญญาระยะ
ยาว) (ค่าเฉลี่ย = 4.13) และด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง(ทีวี ตู้เย็น
ไมโครเวฟ) (ค่าเฉลี่ย = 3.55)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่

ความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่	\bar{x}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	ลำดับ
1. ท่านตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่	4.62	0.55	มากที่สุด	1
2. ท่านจะแนะนำคอนโดเมืองเซลิเซ่ให้กับผู้อื่น	4.13	0.66	มาก	4
3. ท่านจะแนะนำเพื่อนที่ต้องการเช่าคอนโดมา เช่าที่คอนโดเมืองเซลิเซ่	4.41	0.66	มากที่สุด	2
4. แม้ว่าคอนโดที่อื่นค่าเช่าถูกกว่าท่านจะยัง ตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่	3.88	0.72	มาก	5

5. แม้ว่าคอนโดที่อื่นคุณภาพและการบริการดีกว่าท่านจะยังตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมืองเซลิเซ่	4.14	0.65	มาก	3
รวม	4.23	0.29	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมืองเซลิเซ่ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ท่านตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมืองเซลิเซ่ (ค่าเฉลี่ย = 4.62) รองลงมา คือ ท่านจะแนะนำเพื่อนที่ต้องการเช่าคอนโดมาเช่าที่คอนโดมืองเซลิเซ่ (ค่าเฉลี่ย = 4.41) แม้ว่าคอนโดที่อื่นคุณภาพและการบริการดีกว่าท่านจะยังตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมืองเซลิเซ่ (ค่าเฉลี่ย = 4.14) ท่านจะแนะนำคอนโดมืองเซลิเซ่ให้กับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย = 4.13) และด้านที่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ แม้ว่าคอนโดที่อื่นค่าเช่าถูกกว่าท่านจะยังตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมืองเซลิเซ่ (ค่าเฉลี่ย = 3.88)

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ (7P's) มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมืองเซลิเซ่

ความพึงพอใจ (7P's)	ความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมืองเซลิเซ่ (ด้านภาพรวม)		
	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ท่านพอใจในขนาดห้องหรือไม่	0.084	0.094	ต่ำมาก
2. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง(ทีวี ตู้เย็น ไมโครเวฟ)	.128*	0.011	ต่ำมาก
3. การตกแต่งภายในห้อง(ตู้ เตียง โต๊ะ)	0.093	0.063	ต่ำมาก
4. ราคาเช่าห้อง	.113*	0.024	ต่ำมาก
5. ระยะเวลาในการชำระค่าเช่า	0.007	0.893	ต่ำมาก
6. สะดวกในการเดินทาง	0.057	0.257	ต่ำมาก
7. ตั้งอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้า ตลาด โรงพยาบาล	0.008	0.871	ต่ำมาก
8. การลดราคา(การต่อสัญญาระยะยาว)	0.020	0.697	ต่ำมาก
9. การประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว	.134**	0.007	ต่ำมาก
10. การบริการของนิติบุคคล	0.084	0.095	ต่ำมาก
11. การบริการของช่างซ่อมประจำอาคาร	.152**	0.002	ต่ำมาก

12. การบริการของแม่บ้านคอนโด	.136**	0.007	ต่ำมาก
13. ระบบบริการซักรีด	.099*	0.047	ต่ำมาก
14. พื้นที่ส่วนกลาง (ห้องออกกำลังกาย, สระว่ายน้ำ)	.150**	0.003	ต่ำมาก
15. ระบบรักษาความปลอดภัย (ติดตั้งกล้องcctv ทั้งภายในและภายนอกคอนโด, รปภ)	0.035	0.484	ต่ำมาก
16. จำนวนที่จอดรถ	.161**	0.001	ต่ำมาก
17. การออกแบบและตกแต่งอาคาร	0.064	0.199	ต่ำมาก
รวม	.337**	0.000	ต่ำ

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ (7P's) มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจต่อสัญญาเช่า คอนโดเมืองเซลิเซ่ พบว่า ความพึงพอใจ (7P's) มีความสัมพันธ์กับกับความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก กล่าวคือ ความพึงพอใจ (7P's) อยู่ในระดับต่ำ จะมีความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่ ในระดับต่ำ เช่นกัน โดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับต่ำ ($r = 0.337$)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจต่อสัญญาเช่า กรณีศึกษา: คอนโดเมืองเซลิเซ่ สามารถสรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อสัญญาเช่าคอนโดเมืองเซลิเซ่

ผลการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท สถานภาพโสด สอดคล้องกับ ฐชาพร เรณางกูร (2564) ศึกษา ถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจ Home Health Care ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว จากการทดสอบ สมมติฐาน พบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ ส่วนประสมทางการตลาด บริการและคุณภาพการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจ Home Health Care

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจภายใต้ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจต่อสัญญาเช่า คอนโดเมืองเซลิเซ่

ผลการศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเชิงพาณิชย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ การตกแต่งภายในห้อง (ตู้ เตียง โต๊ะ) รองลงมา คือ พอใจในขนาดห้องหรือไม่ ระบบรักษาความปลอดภัย (ติดตั้งกล้อง CCTV ทั้งภายในและภายนอกคอนโด, รปภ) การออกแบบและตกแต่งอาคาร ระบบบริการซักรีด การลดราคา (การต่อสัญญาระยะยาว) และด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง (ทีวี ตู้เย็น ไมโครเวฟ) สอดคล้องกับ สรารวรรณ เรื่อง กัลป์ปวงค์ (2560) ศึกษาถึง บุพปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด กิจกรรมการท่องเที่ยว และการพัฒนาคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย พบว่า ด้านส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายได้ ควรพัฒนาสูงสุดคือ บริเวณสถานที่จอดรถควรสร้างที่จอดรถที่มีหลังคาคลุม เพื่อกันแดดกันฝน ประเด็นกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะกิจกรรมสืบสานประเพณีไทยนั้น นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมตามเทศกาล ประเพณีที่สำคัญสำหรับประเด็นการพัฒนาคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย โดยเฉพาะความเป็นรูปธรรม ต้องรักษาสภาพแวดล้อมให้มีความสวยงามโดดเด่นเป็นธรรมชาติรวมถึง ควรจัดรูปแบบร้านค้าให้มีความเก่าแก่เหมือนสมัยก่อนที่เป็นตลาดโบราณ

ผลการศึกษาระดับความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเชิงพาณิชย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ท่านตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเชิงพาณิชย์ รองลงมา คือ ท่านจะแนะนำเพื่อนที่ต้องการเช่าคอนโดมาเช่าที่คอนโดมิเนียมเชิงพาณิชย์ แม้ว่าคอนโดที่อื่นคุณภาพและการบริการดีกว่าท่านจะยังตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเชิงพาณิชย์ ท่านจะแนะนำคอนโดมิเนียมเชิงพาณิชย์ให้กับผู้อื่น และด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ แม้ว่าคอนโดที่อื่นค่าเช่าถูกกว่าท่านจะยังตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเชิงพาณิชย์ สอดคล้องกับ ศิริวรรณ พันธุ์ (2562) ศึกษาถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อข้าวผลิตภัณฑ์สมุนไพรเสริมอาหารผ่านออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปของผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเสริมอาหารผ่านออนไลน์ 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อข้าวผลิตภัณฑ์สมุนไพรเสริมอาหารผ่านออนไลน์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อข้าวผลิตภัณฑ์สมุนไพรเสริมอาหารผ่านออนไลน์ พบว่า (1) ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยรวม มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.43, S.D. = 0.42) (2) กลยุทธ์การตลาดออนไลน์โดยรวม มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (= 4.17, S.D. = 0.43) (3) การตั้งใจซื้อซ้ำโดยรวม มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.47, S.D. = 0.57) (4)

3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นในการตัดสินใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเชิงพาณิชย์

ผลการศึกษา ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเชิงพาณิชย์ แตกต่างกันไป พบว่า ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปฏิเสธสมมติฐาน หมายความว่า ประชาชนที่เช่าที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมเชิงพาณิชย์ ที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเชิงพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ สุรัสวดี โปสินธุ์ (2561) ศึกษาถึง อิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ ของสายการบินการบินไทย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของบุพปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ และการตั้งใจเลือกใช้บริการซ้ำและ 2) เพื่อ

วิเคราะห์โครงสร้างเชิงสาเหตุของการตั้งใจเลือกใช้บริการซ้ำ โรงพยาบาลที่จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์ในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินการบินไทย สรุปผลการทดสอบพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินการบินไทย ไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาความสัมพันธ์กับความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเซลิเซ่ ด้านภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเซลิเซ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก อยู่ในระดับต่ำ สอดคล้องกับ ชิดชม กันจุฬา (2563) ศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเกาะเกร็ด 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว 3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 4) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว พบว่า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเกร็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ P-value < 0.01 ซึ่งส่งผลทางบวก

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ การตกแต่งภายในห้อง(ตู้ เตียง โต๊ะ) รองลงมา คือ พื่อใจในขนาดห้องหรือไม่ ระบบรักษาความปลอดภัย (ติดตั้งกล้อง CCTV ทั้งภายในและภายนอกคอนโด,รปภ) การออกแบบและตกแต่งอาคาร ระบบบริการซักรีด การลดราคา(การต่อสัญญาระยะยาว) และด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง(ทีวี ตู้เย็น ไมโครเวฟ) เพื่อรักษาให้อยู่ในระดับมากที่สุดและพัฒนาให้อยู่ในระดับมากที่สุดต่อไป จึงควรสนใจ เรื่องส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้เช่าอาศัย ให้มีความสำคัญเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างสมบูรณ์ เพื่อให้ลูกค้าสนใจและต่อสัญญาเช่า ซึ่งธุรกิจประเภทอื่นสามารถนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้จากงานวิจัยนี้ให้เข้ากับแนวทางของธุรกิจนั้น ๆ ต่อไป

ความตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเซลิเซ่ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ท่านตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเซลิเซ่ และด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ แม้ว่าคอนโดที่อื่นค่าเช่าถูกกว่าท่านจะยังตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเซลิเซ่ ควรปรับปรุงเรื่องราคาของที่พักอาศัยเนื่องจาก ราคาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจต่อสัญญาเช่า การพัฒนาจุดนี้สามารถเพิ่มยอดการต่อสัญญาเช่าได้

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยด้านสถานที่ของคอนโดมิเนียมเซลิเซ่ ในเชิงลึก เพื่อนำผลจากการศึกษาเป็นแนวทางในการปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้

2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปศึกษาถึงปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารและความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้ในการตัดสินใจตั้งใจต่อสัญญาเช่าคอนโดมิเนียมเซลิเซ่ เพิ่มเติม เพราะว่าความพึงพอใจมีผลต่อการต่อสัญญาที่แตกต่างกัน

2.3 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมของผู้เช่าคอนโดมิเนียมเซลิเซ่ เพื่อนำผลจากการศึกษามาเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ การพัฒนาที่อยู่อาศัยให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา ธนาสุขอนันต์. (2560). ส่วนประสมการตลาดบริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในจังหวัดลำปาง. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- ฉัตรชัย อินทสังข์. (2562). การรับรู้คุณภาพการบริการ: ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์บนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- ชญญาวีร์ เนตรากุล. (2563). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการสู่ความภักดีของผู้ใช้บริการอุปกรณ์สิ้นเปลืองของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง. มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- ศศิวิมล สุขยฤกษ์. (2563). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสำนักงานบัญชี. สาขาวิชาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตกรุงเทพมหานคร.
- สุชามาศ ยิ้มวัฒนา. (2564). ความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา. สาขามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ พระนครศรีอยุธยา.
- อ้อมจันทร์ วงศ์วิเศษ. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันในกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด (บัณฑิตศึกษา) คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- อัมพล ชูสนุก. (2559). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ