

เรื่อง ความพึงพอใจในการบริหารจัดการสำนักงาน ของบริษัทพลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
ในโครงการรัตนวิทยาพัฒนาและศูนย์โปรตอน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์สภากาชาดไทย
**Customer Satisfaction Toward Office Facility Management by Plus Property Co.,
Ltd.: A Case Study of the Rattanawitthayapat Development – Proton Center,
King Chulalongkorn Memorial Hospital, Thai Red Cross Society**

พนัชนิศา เพชรสีห์หมื่น¹

Punchita Phetsimuen¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการสำนักงาน โดยบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด รวมถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ องค์ประกอบ ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) และคุณภาพการบริหารจัดการอาคาร กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ภายใต้ บริบทของโครงการกลุ่มอาคารรัตนวิทยาพัฒนา – ศูนย์โปรตอน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย

วิธีดำเนินการวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยผู้ใช้บริการ สำนักงานจำนวน 430 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การ ทดสอบค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21–30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001–20,000 บาท และมีประสบการณ์ในการใช้บริการมากกว่า 3 ปี ระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านความสะอาด ความปลอดภัย ความ สะดวกในการเข้าถึงบริการ และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของระบบอาคาร สำหรับองค์ประกอบทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อระดับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์บางประการ ได้แก่ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และ ประสบการณ์การใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะที่ปัจจัยด้านเพศไม่แสดงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อค้นพบจากการวิจัยสะท้อนถึงความสำคัญของการดำเนินงานด้านการจัดการอาคารที่เน้น คุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพในมิติต่าง ๆ สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ และส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการในอนาคตได้อย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ, การบริหารจัดการสำนักงาน, การตลาด 4Ps, การจัดการ อาคารสำนักงาน, บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

¹มหาวิทยาลัยรามคำแหง: ¹Ramkhamhaeng University, ¹Email: 6614190004@rumail.ru.ac.th

Abstract

This research aimed to assess the satisfaction levels of service users toward the office management of Plus Property Company Limited under The Rattanawithayaphat and Proton Center Project, King Chulalongkorn Memorial Hospital, Thai Red Cross Society. The study also examined the relationship between demographic factors, the marketing mix (4Ps), and office management quality with service user satisfaction. The research employed a quantitative approach, using a questionnaire to collect data from 430 respondents who were users of the office space. The data were analyzed using descriptive statistics and inferential statistics. The majority of the respondents were female, aged between 21 and 30 years old, held a bachelor's degree, had monthly income of 10,001–20,000 baht, and had used the service for more than three years. Overall users expressed high satisfaction particularly in terms of cleanliness, safety, and convenience. In terms of the marketing mix the average satisfaction score was at the highest level 4.67, with the highest ratings given to the product and place components. Demographic factors such as age, income, education level, and experience were significantly correlated with satisfaction at the 0.05 level of statistical significance. However, no statistically significant differences were found in satisfaction across other demographic groups. The findings suggest that effective office management, combined with a strong marketing strategy, can contribute significantly to higher levels of user satisfaction and improve service delivery performance.

Keywords : User satisfaction, Office management, Marketing mix (4Ps), Building management, Plus Property Co., Ltd.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การบริหารจัดการอาคารสำนักงานในปัจจุบันได้กลายเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพชีวิตของผู้ใช้งาน รวมถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ที่มีความอ่อนไหวและต้องการมาตรฐานสูง เช่น อาคารในศูนย์การแพทย์ ซึ่งต้องรองรับทั้งบุคลากรทางการแพทย์ ผู้ป่วย และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ความต้องการด้านความปลอดภัย ความสะอาด ความ

สะดวกในการเข้าถึง และความเป็นระเบียบของระบบสาธารณูปโภค ล้วนเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ต้องได้รับการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

ในบริบทของโครงการกลุ่มอาคารรัตนวิทยาพัฒน์ – ศูนย์โปรตอน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ลักษณะการบริหารจัดการมีความซับซ้อนสูง ครอบคลุมตั้งแต่การดูแลรักษาอาคาร ระบบสาธารณูปโภค ไปจนถึงบริการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ความสามารถของผู้ให้บริการด้าน Facility Management จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการด้านการบริหารจัดการอาคารที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศ ได้รับมอบหมายให้ดูแลโครงการนี้ โดยมีจุดเด่นอยู่ที่การบริหารงานด้วยมาตรฐานระดับมืออาชีพ ความโปร่งใส และการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้งานอย่างลึกซึ้ง อย่างไรก็ตาม ในการบริหารอาคารที่มีลักษณะเฉพาะและต้องรองรับกลุ่มผู้ใช้งานที่หลากหลาย การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการปรับปรุงคุณภาพบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังและประสบการณ์จริงของผู้ใช้บริการ งานวิจัยฉบับนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการอาคารสำนักงานของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด โดยเน้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) และคุณภาพการจัดการอาคารกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในบริบทของโครงการกลุ่มอาคารรัตนวิทยาพัฒน์ – ศูนย์โปรตอน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ผลลัพธ์ของการวิจัยจะช่วยเสริมสร้างแนวทางในการยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการอาคารให้มีความเหมาะสมกับบริบทเฉพาะของแต่ละโครงการ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสนับสนุนที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ขององค์กรด้านอสังหาริมทรัพย์และการบริการในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อทราบถึงปัญหาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการอาคาร และหาข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการในโครงการกลุ่ม อาคารรัตนวิทยาพัฒน์- ศูนย์โปรตอน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย

สมมติฐานของการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานเพื่อใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริหารจัดการอาคารสำนักงาน ดังต่อไปนี้

1. สมมติฐานที่ 1: คุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ (เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และประสบการณ์ในการใช้บริการ) มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการสำนักงานของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

2. สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยด้านคุณภาพการบริหารจัดการอาคาร ได้แก่ การบำรุงรักษาและซ่อมแซม ระบบสาธารณูปโภค ความปลอดภัย ความสะอาด และการบริหารจัดการภายใน มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ

3. สมมติฐานที่ 3: องค์ประกอบทางการตลาด 4Ps ได้แก่ สินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการให้บริการ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการสำนักงาน โดยบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ภายใต้บริบทของโครงการกลุ่มอาคารรัตนวิทยาพัฒน์ – ศูนย์โปรตอน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย โดยมีการกำหนดขอบเขตของการวิจัยใน 4 ด้านดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยเน้นวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพของการบริหารจัดการสำนักงาน โดยพิจารณาจากปัจจัยหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และประสบการณ์ในการใช้บริการ) องค์ประกอบทางการตลาด 4Ps (สินค้า ราคา ช่องทางการให้บริการ และการส่งเสริมการตลาด) และคุณภาพการบริหารจัดการอาคาร (การบำรุงรักษา ระบบสาธารณูปโภค ความสะอาด ความปลอดภัย และการจัดการระบบภายใน)

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้บริการอาคารสำนักงานในโครงการกลุ่มอาคารรัตนวิทยาพัฒน์ – ศูนย์โปรตอน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ รวมจำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้เช่าและกลุ่มผู้มาติดต่อใช้บริการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างถูกคัดเลือกโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ในการกำหนดขนาดที่เหมาะสม

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการภายในพื้นที่ของกลุ่มอาคารรัตนวิทยาพัฒน์ และศูนย์โปรตอน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ ซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายหลักในการให้บริการของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาและเก็บข้อมูลภาคสนามดำเนินการระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2568 โดยครอบคลุมกระบวนการออกแบบเครื่องมือวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ และการจัดทำรายงานผลการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริหารจัดการอาคารสำนักงาน จำเป็นต้องพิจารณาทั้งมิติด้านการจัดการทรัพยากรอาคาร ทฤษฎีทางการตลาด และแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์พฤติกรรมและการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการอาคาร (Facility Management) การบริหารจัดการอาคาร หมายถึงกระบวนการจัดการทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับอาคารอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การใช้งานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คุ่มค่า และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน โดยครอบคลุมทั้งงานบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภค ความปลอดภัย การจัดการพลังงาน และบริการอำนวยความสะดวกอื่น ๆ (บัณฑิตและเศรษฐ์, 2547; ญัฐศักดิ์, 2551) องค์ประกอบเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้ใช้งานโดยตรง

2. แนวคิดทางการตลาด: ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4Ps) แนวคิด 4Ps ประกอบด้วย สินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยแต่ละองค์ประกอบมีบทบาทสำคัญในการสร้างคุณค่าและความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค (Kotler & Keller, 2016) ในบริบทของบริการด้านอาคารสำนักงาน ปัจจัยเหล่านี้สามารถสะท้อนถึงคุณภาพของบริการ เช่น ความพร้อมของทีมช่างและแม่บ้าน ความเหมาะสมของค่าบริการ ช่องทางการติดต่อ และการสื่อสารที่เข้าถึงง่ายและชัดเจน

3. ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภคทฤษฎี Expectation-Confirmation ของ Oliver (1980) อธิบายว่าความพึงพอใจเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังก่อนใช้บริการกับประสบการณ์ที่ได้รับจริง หากประสบการณ์ตรงกับหรือเกินกว่าความคาดหวัง จะส่งผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ในขณะที่ Zeithaml, Bitner และ Gremler (2006) เสนอว่า ความพึงพอใจเกิดจากการรับรู้คุณค่าที่ได้รับ (Perceived Value) ซึ่งส่งผลต่อความภักดีและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกษมสันต์ เกษมสันต์ (2565) ศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการอาคารสำนักงานให้เช่า โดยพบว่าการบริหารจัดการอาคารที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในเชิงบวก

รินทรดา เวชสุภัก (2564) วิเคราะห์การบริหารอาคารประเภทผสมผสานในสถานการณ์ COVID-19 พบว่าการปรับตัวด้วยเทคโนโลยีและการบริหารที่ยืดหยุ่นมีผลอย่างมีนัยต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

มงคล อศิวตลิกฤติ และวรุณ เจตจำนงชัย (2564) ศึกษาการตลาดของอสังหาริมทรัพย์มือสอง โดยใช้กรอบ 4Ps พบว่าแต่ละองค์ประกอบมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างชัดเจน

ทาริกา สระทองคำ และคณะ (2563) ศึกษาความพึงพอใจของพนักงานต่อระบบบริหารในบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด พบว่าความมั่นคงในอาชีพและสภาพแวดล้อมในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร

Morales & Thompson (2022) ศึกษาการบริหารจัดการอาคารในยุโรปโดยใช้แนวคิด User-Centered Facility Management พบว่า ความโปร่งใสในการสื่อสารและการจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีระบบส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในระยะยาว

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการสำนักงานของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ในโครงการกลุ่มอาคารรัตนวิทยาพัฒนา – ศูนย์โปรตอน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยผู้ที่ปฏิบัติงานหรือใช้บริการในพื้นที่สำนักงานของโครงการที่ศึกษา และมีประสบการณ์ตรงในการรับรู้คุณภาพของการบริหารจัดการ โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้มาจากการใช้สูตรของ Cochran สำหรับประชากรที่ไม่สามารถระบุจำนวนได้อย่างแน่นอน เพื่อให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์และรองรับความคลาดเคลื่อนของข้อมูล

2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเหมาะกับการวิจัยที่ต้องการข้อมูลจากกลุ่มบุคคลที่มีคุณลักษณะเฉพาะ และมีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับพื้นที่ที่อยู่ภายใต้การบริหารของบริษัท

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือหลักที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ออกแบบโดยอ้างอิงจากแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการอาคาร ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค และองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2: ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการตลาด 4Ps

ตอนที่ 3: ระดับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของการบริหารจัดการ

ตอนที่ 4: ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ในตอนที่ 2 และ 3 ใช้มาตราส่วนประเมิน 5 ระดับ ตั้งแต่ “พึงพอใจมากที่สุด” ไปจนถึง “ไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง”

4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริง ผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นโดยแจกจ่ายแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างนำร่องจำนวน 30 คน และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยสูตรของ Cronbach's Alpha ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.916 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ในระดับสูง

5. การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามถูกแจกจ่ายในรูปแบบออนไลน์ผ่านช่องทางสื่อสารของบริษัท เช่น LINE Official Account และ Instagram โดยมีระยะเวลาเก็บข้อมูลประมาณ 2 สัปดาห์ หลังจากได้รับข้อมูลกลับมาแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความครบถ้วนและคัดกรองข้อมูลที่ผิดปกติออกจากชุดข้อมูลก่อนการวิเคราะห์

6. การวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์แล้ว จะถูกนำเข้าสู่วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ (SPSS) โดยใช้ • สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง • สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์

สหสัมพันธ์ด้วย Pearson Correlation และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของแต่ละปัจจัยที่มีต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 430 คน ซึ่งเป็นผู้ให้บริการสำนักงานในโครงการกลุ่มอาคารรัตนวิทยาพัฒนา – ศูนย์โปรตอน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21–30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001–20,000 บาท และมีประสบการณ์ในการใช้บริการมากกว่า 3 ปี
2. คุณภาพการบริหารจัดการอาคาร ได้รับคะแนนเฉลี่ยในระดับ “มากที่สุด” โดยเฉพาะด้านความสะอาดและความปลอดภัย ซึ่งผู้ให้บริการให้ความสำคัญเป็นพิเศษ
3. องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่าคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ “มากที่สุด” โดยเฉพาะในด้าน Product และ Place

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้บริการในโครงการกลุ่มอาคารรัตนวิทยาพัฒนา – ศูนย์โปรตอน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ มีระดับความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด อยู่ในระดับ “มากที่สุด” โดยเฉพาะในด้านความสะอาด ความปลอดภัย ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ และความมีระเบียบของระบบอาคาร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพของการบริหารจัดการในระดับปฏิบัติการ และยังชี้ให้เห็นถึงความสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารจัดการอาคารแบบองค์รวม (Integrated Facility Management) ที่เน้นการบริหารจัดการระบบต่าง ๆ อย่างสัมพันธ์กันเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ใช้งาน (ณัฐวิสิทธิ์, 2551; Morales & Thompson, 2022) นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ยังแสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และช่องทางการให้บริการ (Place) มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของคุณภาพการให้บริการและการออกแบบช่องทางเข้าถึงบริการที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในยุคดิจิทัล สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler และ Keller (2016) ที่เสนอว่า ในบริบทของธุรกิจบริการ การกำหนดกลยุทธ์การตลาดจำเป็นต้องมุ่งเน้นคุณค่า (Value-based Marketing) โดยเฉพาะในด้านการส่งมอบประสบการณ์ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค ผลการวิจัยยังยืนยันว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับความพึงพอใจ ซึ่งสะท้อนว่า ลักษณะพื้นฐาน

ของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการรับรู้และการประเมินคุณภาพของบริการ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่มีอายุสูง รายได้มาก และการศึกษาสูงมักให้คะแนนความพึงพอใจในระดับที่สูงกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาสกร เตโชฉนิชกุล (2566) และ มงคล อัสวดีลภฤติ และวรุณ เจตจำนงค์ชัย (2564) ที่ระบุว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูงมักใช้เกณฑ์ที่ซับซ้อนในการประเมินคุณภาพของบริการ และมีแนวโน้มจะยอมรับบริการที่มีมาตรฐานสูงกว่าในด้านคุณภาพของการบริหารจัดการอาคารนั้น ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัย ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อความรู้สึกมั่นคงและความไว้วางใจของผู้ใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของอาคารศูนย์การแพทย์ที่ต้องการมาตรฐานการบริการสูง ซึ่งผลการวิจัยในประเด็นนี้สนับสนุนแนวคิดของ Zeithaml et al. (2006) ที่ระบุว่า คุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ (Perceived Value) คือ หัวใจสำคัญของความพึงพอใจ และยังบริการมีคุณภาพสูงและคุ้มค่ากับสิ่งที่ลูกค้าลงทุน (เช่น เวลา ค่าใช้จ่าย หรือความคาดหวัง) ก็จะมีส่งผลให้เกิดความภักดีและการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต ผลการศึกษายังพบว่า “เพศ” ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเชิงสถิติ ซึ่งอาจแสดงถึงความเป็นกลางของระบบบริการและแนวทางการบริหารจัดการที่ไม่เลือกปฏิบัติในด้านเพศ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มได้รับประสบการณ์ที่เท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะอยู่ในกลุ่มประชากรใด สอดคล้องกับแนวคิดความเสมอภาคในการให้บริการในงานวิจัยของ Khanna & Gupta (2021) ที่ระบุว่า การสร้างสภาพแวดล้อมการบริการที่ไม่แบ่งแยกเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจที่ยั่งยืน ท้ายที่สุด ระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการที่อยู่ในระดับ “มากที่สุด” (ค่าเฉลี่ย 4.70) สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ในการบริหารจัดการอาคารสำนักงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการยุคใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับความรวดเร็ว ความโปร่งใส และความคุ้มค่าในการใช้บริการ ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดกลยุทธ์การบริการเพื่อรักษาและเพิ่มระดับความพึงพอใจในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงบริหารจัดการ

1. รักษามาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัย อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ได้รับ ความพึงพอใจสูงสุดจากผู้บริการ
2. พัฒนาช่องทางการสื่อสารและการเข้าถึงบริการ ให้สะดวกและทันสมัยยิ่งขึ้น โดยเฉพาะผ่านระบบดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันสำหรับแจ้งซ่อม หรือบริการลูกค้าอัตโนมัติ
3. เสริมสร้างศักยภาพบุคลากร ด้วยการฝึกอบรมทักษะการบริการ การสื่อสาร และการจัดการสถานการณ์เฉพาะหน้า เพื่อเพิ่มความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรดำเนินการวิจัยในลักษณะ วิจัยแบบผสม (Mixed Methods) เพื่อให้ได้มุมมองทั้งเชิงปริมาณและเชิงลึก

2.ควรศึกษาเปรียบเทียบการบริหารจัดการสำนักงานใน องค์กรหรือพื้นที่อื่น เพื่อเปรียบเทียบ
แนวทางการจัดการและดึงจุดเด่นมาประยุกต์ใช้ได้อย่างครอบคลุม

เอกสารอ้างอิง

กรมโยธาธิการและผังเมือง. (2564). *คู่มือการบริหารจัดการอาคารสำนักงาน*. กรุงเทพฯ:กระทรวงมหาดไทย.
ณัฐฐิติ, น. (2551). *การบริหารจัดการอาคารสำนักงานแบบองค์กรรวม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

นวลอนงค์, วิเชียร. (2555). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
บัณฑิต, สุนทรเสถียร, & เศรษฐ, วรเมธ. (2547). *การบริหารทรัพยากรอาคารและสิ่งแวดล้อม*.
กรุงเทพฯ: บริษัทวิทยพัฒน์.

ภาสกร เตโชวนิชกุล. (2566). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการอาคารสำนักงานของกลุ่มวัย
ทำงาน*. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

มงคล อัสวดีลภักดิ์, & วรณ เจตจำนงค์ชัย. (2564). กลยุทธ์ทางการตลาดในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มือ
สอง: กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 12(3), 45–59.

รินทรดา เวชสุภัก. (2564). *การจัดการอาคารประเภทผสมผสานในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ*.
วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 17(2), 88–101.

สิริวิมล รัตนคุณ. (2564). *พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ในเขตเมือง*.
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

ทาริกา สระทองคำ, & คณะ. (2563). *คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทบริหารอาคาร
เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. *วารสารการบริหารและพัฒนา*, 10(1), 65–78.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Homewood, IL: Richard D.
Irwin.

Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction
Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.2307/3150499>