

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ห้องเช่าในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
คำสำคัญ	ปัจจัยทางการตลาด/การบริหารจัดการ/เช่าที่พักอาศัย
ชื่อนักศึกษา	ภัทรวดี มอลินิว
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ดร.ชลธิศ ดาราวงษ์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2557

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยในครั้งนี้ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกเช่าห้องเช่าในเขต อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระยะเวลาในการเดินทาง และประสบการณ์ในการเช่า 2) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการห้องเช่า 3) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของการบริหารจัดการห้องเช่าที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการกับการบริหารจัดการห้องเช่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการห้องเช่า จำนวน 132 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ และมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ t-test ค่า One - way ANOVA และสมการถดถอย

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 โดยมีอายุไม่เกิน 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.5 สถานภาพเป็นโสดคิดเป็นร้อยละ 48.5 มีระดับการศึกษาคือจบปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 39.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 33.3 ใช้ระยะเวลาในการเดินทางไปสถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา 10-25 นาที คิดเป็นร้อยละ 35.6 และมีประสบการณ์การในการเช่า 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.9

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องเช่าจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการเดินทางจากห้องพักไปสถานศึกษา หรือที่ทำงาน และประสบการณ์ในการเช่า (รวมห้องที่เช่าอยู่ในปัจจุบัน) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนกลุ่มที่มีสถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่กลุ่ม โสคมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มสมรส และกลุ่มหม้าย หย่าร้าง ส่วนกลุ่มนักเรียน นักศึกษา จะมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัท กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มธุรกิจส่วนตัว

การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด พบว่า ปัจจัยทางด้านสินค้าและบริการ และด้านกระบวนการจัดการมีผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านราคา ด้านสถานที่ทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานที่ให้บริการ และด้านกายภาพไม่มีผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านการบริหารจัดการเฉพาะด้านการควบคุมคุณภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ส่วนด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ และด้านจูงใจใช้บริการไม่มีผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ