



การศึกษาอิสระ

การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

นายณัฐพล สืบบัวแก้ว
รหัสนักศึกษา 63205058

การศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
ปีการศึกษา 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



INDEPENDENT STUDY

APARTMENT MANAGEMENT AMPORE MUEANG CHUMPHON PROVINCE.

MR. NATTAPOL SUEBBUAKAEW

STUDENT ID 63205058

INDEPENDENT STUDY IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT

FOR THE DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION

IN BUSINESS ADMINISTRATION

KING LONGCUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

2021

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2021

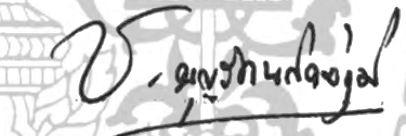


KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองการศึกษาอิสระ

การศึกษาอิสระเรื่อง การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
APARTMENT MANAGEMENT AMPHORE MUEANG CHUMPHON
PROVINCE.
ชื่อนักศึกษา นายณัฐพล สืบบัวแก้ว
รหัสประจำตัว 63205058
ปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ

อาจารย์ผู้ควบคุมการศึกษาอิสระ	ลายมือชื่อ
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วัชรระ ศิลป์เสวตร์	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา สุนงกุ	

วัน/เดือน/ปีที่สอบ 20 กรกฎาคม 2565 เวลา 09.00-9.30 น.

สถานที่สอบ...ออนไลน์

เห็นชอบ/รับรอง



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ บุญวรวงษ์)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

วันที่ ๒๙ เดือน กค พ.ศ. ๖๕

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาอิสระ	การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
ชื่อ-สกุล	นายณัฐพล สืบบัวแก้ว
รหัสนักศึกษา	63205058
ปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขา	บริหารธุรกิจ และการเป็นผู้ประกอบการ
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ	

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อข้อมูลแนวคิดทฤษฎีของ การบริหารจัดการ อพาร์ทเมนท์ใน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร แนวทางการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่เช่าอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ได้แก่ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ 2.ด้านราคา 3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4.ด้านการส่งเสริมการตลาด 5.ด้านบุคคล 6.ด้านกระบวนการ 7.ด้านกายภาพ มาพิจารณาข้อมูลของการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรเพื่อประเมินความพร้อมในการ ให้บริการประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผลการวิจัย พบว่า การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีการดำเนินงานที่เป็นระบบมีการกำหนดระเบียบให้กับพนักงานที่ชัดเจน ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบ พนักงานมีทักษะและความชำนาญในการให้บริการและซ่อมบำรุง มีการส่งเสริมการตลาดเพื่อโปรโมทอพาร์ทเมนท์ มีการเช็คและตรวจสอบการซ่อมแซมที่ถูกต้องและแม่นยำ จึงทำให้การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรมีคุณภาพได้มาตรฐาน

Independent Study APARTMENT MANAGEMENT AMPORE MUEANG
CHUMPHON PROVINCE.

Student's Name MR. NATTAPOL SUEBBUAKAEW

Student ID 63205058

Degree Bachelor of Business Administration

Program Business Administration and Entrepreneurship

Year 2021

Independent Study Advisors Assoc. Prof. Dr. Chanathat Boonrattanakittibhumi

Abstract

This objective of this study conceptual and theories of under the guidelines for management in Mueang District in the area of Chumphon Province. The questionnaire was used as a tool to collect data from the sample group, such as customers renting an apartment Muang District, Chumphon Province by using the concept of marketing mix of 7 P's such as 1. Product 2. Price 3. Distribution channel 4. Marketing Promotion 5. Personnel 6. Process 7. Physical . To consider the information of the management in Muang District. Chumphon Province is to assess the readiness of service to the people in the Province.

The results of the study found that the management in Chumphon Province had a systematic operation with clear regulations for employees. Operators are responsible employees that have skills and expertise in service and maintenance. There is a marketing promotion to promote the apartment by regularly checking for repairs. As a result, the management of the apartment in Muang District. Chumphon Province has a standard quality.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยฉบับนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยการให้คำปรึกษา ดูแล แก้ไข ปรับปรุง ผู้วิจัย ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย นอกจากนี้ ขอขอบคุณ ดร.บิณฑชา พุทธเกิด ซึ่งชี้แนะแนวทางในการทำการวิจัยให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และได้เสียสละเวลาในการตรวจงานการวิจัยและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อีกทั้งยังดูแลเอาใจใส่ และให้กำลังใจในการทำวิจัยด้วยดีเสมอมา นี้

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา รวมทั้งเพื่อน ๆ ที่เป็นกำลังใจผลักดันให้การวิจัยลุล่วงไปได้ ด้วยดีพร้อมทั้งช่วยหาแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยความรักและความเข้าใจเสมอ

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณประโยชน์ จากการวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ผู้มีพระคุณทุกท่าน ด้วยความเคารพยิ่ง ที่ให้การวิจัยเล่มนี้สำเร็จลงได้ ตลอดจนครอบครัวทุกท่าน ซึ่งเป็นผู้มอบวิชา ความรู้ที่สำคัญยิ่งแก่ผู้วิจัย หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้

ณัฐพล สืบบัวแก้ว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	1
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	2
1.5 สมมติฐานของการวิจัย.....	2
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
1.7 นิยามศัพท์.....	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 ทฤษฎีประชากรศาสตร์.....	5
2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด.....	6
2.3 ทฤษฎีด้านการวางแผน.....	7
2.4 ทฤษฎีด้านการจัดองค์การ.....	8
2.5 ทฤษฎีด้านภาวะผู้นำ.....	8
2.6 ทฤษฎีด้านการควบคุมกำกับ.....	8
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	14
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	14
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	14
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	15
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	15
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	17
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	19
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	22
4.2 ผลการวิจัยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด.....	30
4.3 ผลการวิจัยการบริหารจัดการธุรกิจอพาร์ทเมนท์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	30
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	35
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	39
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	39
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	42
5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย.....	42
บรรณานุกรม.....	45
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	48
ภาคผนวก ข รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและจดหมายต่าง ๆ.....	53
ภาคผนวก ค ค่าคุณภาพแบบสอบถาม.....	63
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ.....	70
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	95

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	19
4.2 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	20
4.3 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา.....	20
4.4 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ.....	21
4.5 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	21
4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านส่วนประสม ทางการตลาด การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	22
4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านผลิตภัณฑ์.....	23
4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านราคา.....	24
4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	25
4.10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการส่งเสริมการตลาด.....	26
4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านบุคคล.....	27
4.12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านกระบวนการ.....	28
4.13 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านกายภาพ.....	29
4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการบริหารจัดการธุรกิจอพาร์ทเมนท์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	30
4.15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และด้านการวางแผน (Plan) การบริหารจัดการ ธุรกิจอพาร์ทเมนท์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	31
4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และด้านการจัดองค์การการบริหารจัดการ ธุรกิจอพาร์ทเมนท์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	32
4.17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และด้านภาวะผู้นำการบริหารจัดการ ธุรกิจอพาร์ทเมนท์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	33
4.18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และด้านการควบคุมกำกับการบริหารจัดการ ธุรกิจอพาร์ทเมนท์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	34
4.19 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อ การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.20 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ ในอำเภอเมือง ในจังหวัดชุมพร.....	36
4.21 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	38



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาพการแข่งขันในธุรกิจหอพักที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเป็นธุรกิจที่นักลงทุนในท้องถิ่นให้ความสนใจและต้องการลงทุนเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองและรองรับอัตราการขยายตัวของประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการลงทุนทำการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่อย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตาม ธุรกิจหอพักเป็นธุรกิจที่มีการลงทุนค่อนข้างสูง มีระยะเวลาคืนทุนที่ยาวนาน อีกทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่มักเลือกใช้บริการหอพักที่สร้างใหม่ ทำให้ผู้ประกอบการรายเก่ามักได้รับผลกระทบเชิงลบโดยตรง เนื่องจากอสังหาริมทรัพย์ไม่สามารถโยกย้ายได้ ยากต่อการปรับเปลี่ยน และลดขนาด หนูเวียง สิงห์สูง, กุลชลิ พวงเพชร และโสพิศ คำนวนชัย (2560).

ปัจจุบันธุรกิจอพาร์ทเมนต์ เป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันทางการตลาดที่สูงมาก ทั้งในประเด็นของคุณภาพของห้องเช่าที่มีรูปแบบที่หลากหลาย ตรงกับความต้องการของลูกค้ามีการเพิ่ม ทั้งนี้ยังมีในส่วนของ การเกิดขึ้นของแบรนด์ห้องเช่า และอพาร์ทเมนต์ในไทย หรือแบรนด์ขึ้นชื่อจากต่างประเทศที่เรียกกลุ่มลูกค้า ให้สนใจในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมของผู้ที่ให้ความสนใจ การเพิ่มลูกเล่นให้กับผลิตภัณฑ์รวมถึงโปรโมชันต่าง ๆ ที่ออกมาสู่ท้องตลาดเพื่อสร้างความสนใจให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันสู่ตลาดที่กว้างมากยิ่งขึ้น ตอบสนองต่อความหลากหลายของลูกค้า และเพิ่มช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

สิ่งที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าธุรกิจอพาร์ทเมนต์ เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง และในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะใกล้กับสถานศึกษา และตามต่างจังหวัดจะพบว่า มีอพาร์ทเมนต์ เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ซึ่งมีทั้งที่ประสบความสำเร็จ และไม่ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยจึงสนใจปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอพาร์ทเมนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เพื่อจะได้นำข้อมูลที่วิจัยได้นั้นไปเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอพาร์ทเมนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร และเกิดองค์ความรู้ใหม่ในการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ที่ประสบความสำเร็จ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อวิจัยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการอพาร์ทเมนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.2.2 เพื่อวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์

ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.2.3 เพื่อวิจัยการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ทราบถึงข้อมูลข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการอาหารหมั้นที่ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.3.2 ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการและการบริหารจัดการอาหารหมั้นที่ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.3.3 ทราบถึงผลวิจัยการบริหารจัดการอาหารหมั้นที่ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านกายภาพ ตัวแปรตาม ได้แก่ การบริหารจัดการธุรกิจห้องเช่าและอาหารหมั้นที่ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ประกอบด้วย การวางแผน การจัดการ การภาวะผู้นำ การควบคุมกำกับ

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เช่าห้องเช่าและอาหารหมั้นที่ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ตั้งแต่วันที่ 1 เดือนเมษายน พ.ศ.2565 ถึง วันที่ 1 เดือนมิถุนายน พ.ศ.2565

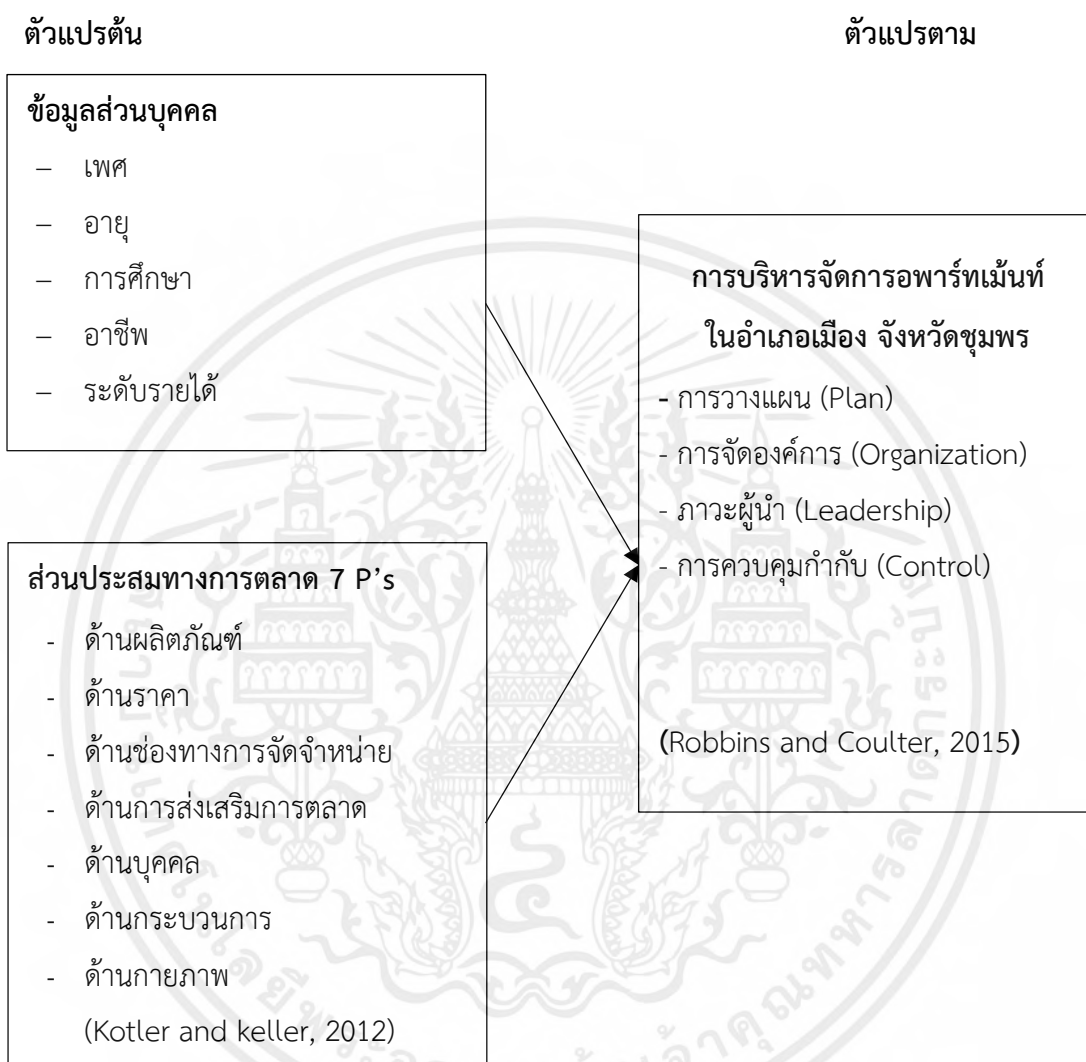
1.5 สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการอาหารหมั้นที่ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอาหารหมั้นที่ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.6 กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจอาหารหมักในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ ทบทวนแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมา ซึ่งกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ส่วนประสมการตลาด 7P หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และตามมาด้วยพฤติกรรมหลังการซื้อที่จะเป็นส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการรับทราบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้า หรือบริการหรือไม่ และจะต้องปรับปรุงอย่างไรเพื่อให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาซื้อซ้ำได้อีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่บริษัทนำเสนอออกขาย เพื่อก่อให้เกิดความสนใจโดยการบริโภค หรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจนั้นอาจจะมาจากสิ่งที่สัมผัสได้ หรือสัมผัสไม่ได้

ด้านราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของกิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการนั้น ๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มขององค์การ สถาบัน หรือหน่วยงานที่อยู่ภายในหรือภายนอกโรงงานผลิต โดยทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ การซื้อ การขาย การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การตัดแยกสินค้า การสนับสนุนทางการเงิน การยอมรับความเสี่ยง และการให้ข้อมูลทางการตลาด

ด้านการส่งเสริมการขาย หมายถึง การส่งเสริมการตลาดที่นอกเหนือไปจากการโฆษณา การตลาดทางตรง การขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว เพื่อกระตุ้นความสนใจ โดยการส่งเสริมการขายไม่สามารถใช้เพียงเครื่องมือเดียวได้ โดยทั่วไปมักจะใช้ร่วมกับการโฆษณา การตลาดทางตรง หรือการขายโดยใช้พนักงานขาย เช่น โฆษณาให้รู้ว่ามีผลิตภัณฑ์ แลก แจก แถม เป็นต้น

ด้านบุคคล หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่าง ๆ โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้ปฏิบัติตามทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้

ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ ซึ่งสิ่งที่คุณค่าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้า หรือบริการขององค์กร เช่น การตกแต่งร้าน การแต่งกายของพนักงานในร้าน การพูดจาต่อลูกค้า เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจทางด้านการบริการที่ควรจะต้องสร้างคุณภาพ

ด้านกระบวนการ หมายถึง การบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรมตามแต่รูปแบบ และวิธีการดำเนินงานขององค์กร

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยผู้วิจัยได้วิจัย ทบทวนข้อมูลแนวคิดทฤษฎีและวิจัยข้อมูลต่างๆ พร้อมทั้งเอกสารวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมี รายละเอียดดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
- 2.2 ทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด 7 P's
- 2.3 ทฤษฎีด้านการวางแผน
- 2.4 ทฤษฎีด้านการจัดองค์การ
- 2.5 ทฤษฎีด้านภาวะผู้นำ
- 2.6 ทฤษฎีด้านการควบคุมกำกับ
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีประชากรศาสตร์

2.1.1 ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับประชากร เพื่อศึกษาพฤติกรรมของคนในแต่ละภูมิภาค ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยภายในส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยการเปลี่ยนแปลงของประชากรช่วยให้ทราบขนาด หรือจำนวนคนที่มีอยู่ในแต่ละสังคมแต่ละภูมิภาค ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางตลาด และวางกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่นักการตลาดต้องการให้ได้มากที่สุด Chapromma (2017).

เพศ หมายถึง เพศหญิง และเพศชายที่มีลักษณะแตกต่างกัน ดังนั้น ต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบครอบ ซึ่งยุคปัจจุบันตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของการบริโภคไปจากเมื่อก่อน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น

อายุ หมายถึง ช่วงของอายุ ซึ่งกลุ่มอายุจะมีความต่างกัน ทั้งในเรื่องของความคิด หรือพฤติกรรมต่าง ๆ และส่วนมากผู้ที่อายุน้อย มองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก มีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ในขณะที่คนอายุมากจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติอย่างระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย

การศึกษา หมายถึง กระบวนการเรียนรู้ เพื่อศึกษาหาความรู้ ให้คนมีความคิด ค่านิยม ซึ่งคนที่มีการศึกษาสูง จะมีความได้เปรียบทั้งในเรื่องการรับรู้สารที่ดี หรือผลประโยชน์ต่าง ๆ แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลที่มากพอ ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อย จะใช้สื่อประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทย์ และโทรทัศน์ โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ

สถานภาพ หมายถึง สถานะ หรือตำแหน่ง ซึ่งสถานภาพจะกำหนดสิทธิ และหน้าที่ของบุคคลที่มีต่อผู้อื่น เพื่อให้การติดต่อสัมพันธ์กันทางสังคมมีระเบียบแบบแผน และบุคคลเดียวอาจมีหลายสถานภาพได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง รายรับทางธุรกิจโดยทั่วไป หรือจำนวนเงินที่ได้รับ ซึ่งรายได้จะเป็นตัวชี้การมี หรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ และการศึกษา

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 P's

2.2.1 ความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 P's

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด เครื่องมือทางการตลาดนี้ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ โดยส่วนประกอบทั้ง 7 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และตามมาด้วยพฤติกรรมหลังการซื้อที่จะเป็นส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการรับทราบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้า หรือบริการหรือไม่ และจะต้องปรับปรุงอย่างไรเพื่อให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาซื้อซ้ำได้อีก Kotler & Keller (2012).

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่นำมาเสนอขาย จะต้องมีความคุณภาพ ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่าย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจนั้นอาจจะมาจากสิ่งที่สัมผัสได้ หรือสัมผัสไม่ได้

2. ราคา หมายถึง การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า ให้เกิดความคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่ลูกค้าจ่ายไป เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการนั้น ๆ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มขององค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานที่อยู่ภายใน หรือภายนอกโรงงานผลิต โดยทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ การซื้อ การขาย การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การคัดแยกสินค้า การสนับสนุนทางการเงิน การยอมรับความเสี่ยง และการให้ข้อมูลทางการตลาด

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นความสนใจ หรือการส่งเสริมการตลาดที่นอกเหนือไปจากการโฆษณา โดยใช้พนักงานขาย

5. ด้านบุคคล (People) หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่าง ๆ โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นตามทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง (Physical Evidence and Presentation) การสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ ซึ่งสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้บริการ หรือบริการ สิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจทางด้านการบริการที่ควรจะต้องสร้างคุณภาพ

7. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง การบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบ การให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรมตาม แต่รูปแบบ และวิธีการดำเนินงานขององค์กร

2.2.2 ความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 P's

Lakbanchong (2015). ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต

2.3 ทฤษฎีด้านการวางแผน

2.3.1 ความหมายของการวางแผน

ทฤษฎีการจัดการเริ่มยุคใหม่ Drucker (2005). เสนอเป็นหลักการว่ากระบวนการจัดการประกอบด้วย

1. การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดหน้าที่การทำงานที่ต้องปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยกำหนดว่าจะดำเนินการอย่างไรและดำเนินการเมื่อไร เพื่อให้ความสำเร็จตามแผนที่วางไว้ การวางแผนต้องควบคุมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

2. การจัดองค์กร (Organizing) เป็นการมอบหมายงานให้บุคคลในแผนกหรือฝ่ายได้ปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนที่วางไว้ เมื่อแผนกหรือฝ่ายประสบความสำเร็จก็จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จไปด้วยดี

3. การเป็นผู้นำ (Leading) เป็นการจูงใจ การชักนำการกระตุ้นและชี้ทิศทางให้ดำเนินไปสู่เป้าหมาย โดยการเพิ่มผลผลิตและเน้นมนุษยสัมพันธ์ทำให้เกิดระดับผลผลิตในระยะยาวที่สูงกว่าภาวะงานเพราะคนมักไม่ค่อยชอบภาวะงาน

4. การควบคุม (Controlling) เป็นภาระหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินผลการดำเนินงานเปรียบเทียบกับผลงานปัจจุบันกับเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้และทำการตัดสินใจไปตามเกณฑ์

2.3.1 ความหมายของการวางแผน

Holt (1993). ได้ให้ทัศนะว่า การวางแผน หมายถึง กระบวนการในการกำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กรและวิธีการเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้โดยวัตถุประสงค์ขององค์กรก็คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ที่จะให้บังเกิดขึ้น ณ จุดหนึ่งของเวลาในอนาคตที่ต้องการแนวคิดนี้ที่ให้เห็นว่าหน้าที่หลักขององค์การคือการวางแผน และการวางแผนจะต้องเป็นกระบวนการอย่างต่อเนื่อง มีการกำหนดวัตถุประสงค์และผลลัพธ์ที่ต้องการจะบรรลุไว้ด้วย

2.4 ทฤษฎีด้านการจัดองค์การ

2.4.1 ความหมายของการจัดองค์การ

Robbins และคณะ (2015). หมายถึง กระบวนการที่ออกแบบเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การโดยใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยที่ประสิทธิภาพหมายถึงการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจเอาไว้ ขณะที่ประสิทธิภาพหมายถึงการบรรลุวัตถุประสงค์โดยทรัพยากรน้อยที่สุด

2.4.2 ความหมายของการจัดองค์การ

Edwin B.Flippo (1970). กล่าวไว้ว่า การจัดองค์การ หมายถึง การจัดความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆ คือ ตัวบุคคลและหน้าที่การงาน เพื่อรวมกันเข้าเป็นหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถทำงานบรรลุเป้าหมายได้

2.5 ทฤษฎีด้านภาวะผู้นำ

2.5.1 ความหมายของภาวะผู้นำ

Pratummapidok (1997). ได้ให้ความหมายของ “ผู้นำ” ว่าค่อนข้างจะชัดเจนในตัวเองก็คือ เป็นคนที่จะ นำไปสู่จุดมุ่งหมายต่าง ๆ หรือเป็นบุคคลที่จะมาประสานช่วยให้คนทั้งหลายรวมกัน โดยที่ว่าจะเป็นการอยู่ ร่วมกันก็ตามหรือทำการร่วมมือกันก็ตาม ให้พากันไปด้วยดีสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งงาม โดยถูกต้องตามทำนองครองธรรม

2.5.2 ความหมายของภาวะผู้นำ

Fiedler & Garcia (1987). ได้ให้ความหมายของผู้นำว่า หมายถึง บุคคลในกลุ่มที่ได้รับมอบหมายให้กำกับและประสานงานให้กิจกรรมของกลุ่มมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งผู้นำอาจเป็นผู้ที่อาจได้รับการเลือกตั้งหรือแต่งตั้งหรือเป็นผู้ที่แสดงตัวเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในกลุ่ม เพื่อที่จะกำกับและประสานงานที่จะนำไปสู่เป้าหมายด้วยพลังของกลุ่ม

2.6 ทฤษฎีด้านการควบคุมกำกับ

2.6.1 ความหมายของการควบคุมกำกับ

การกำกับดูแลกิจการที่ดียอมทำให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายของกิจการได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม และในมุมมองของนักลงทุนนั้น นักลงทุนก็คาดหวังว่าจะได้รับการปฏิบัติในฐานะผู้ถือหุ้นด้วยความโปร่งใส ยุติธรรม ได้รับข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา การ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำกับดูแล กิจกรรมที่ดีจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นักลงทุนต่างๆ รวมถึงนักลงทุนสถาบันจะใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน นอกเหนือจากข้อมูลทางการเงินและข้อมูลการดำเนินงานของบริษัท โดยผลการวิจัยพบว่า การกำกับดูแลกิจกรรมที่ดีมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการถือหุ้นที่ถือโดยนักลงทุนสถาบันทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ฦญาดา สุขอนันตธรรม (2561).

2.6.2 ความหมายของการควบคุมกำกับ

Simons (1995). ระบุวิธีการที่ระบบควบคุมการจัดการนำ กลยุทธ์สู่การปฏิบัติให้มีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จ โดยได้แนะนำโครงสร้างที่สำคัญที่ต้องมีการวิเคราะห์และทำความเข้าใจ โครงสร้างสำคัญในการวิเคราะห์ และทำความเข้าใจต่อความสำเร็จในการดำเนินงานตามกลยุทธ์แต่ละโครงสร้างถูกควบคุมโดยระบบที่ ต่างกันและมีผลกระทบที่ต่างกัน

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฬารัตน์ ชั้นแก้ว (2562). ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและผลการดำเนินงานทางการตลาด หลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจบริการในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างธุรกิจบริการในประเทศไทย จำนวน 107 แห่ง เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาและทดสอบสมมุติฐานโดยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า

- 1) กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านความสามารถในการสร้างเนื้อหาทางการตลาดและด้านการจัดการชื่อเสียงองค์กรออนไลน์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาด
- 2) กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านการจัดการชื่อเสียงขององค์กรออนไลน์มีความสัมพันธ์และจากผลกระทบเชิงบวกกับการตระหนักรู้เกี่ยวกับตราสินค้า
- 3) กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านความสามารถในการสร้างเนื้อหาทางการตลาดและด้านการจัดการชื่อเสียงองค์กรออนไลน์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย
- 4) การตระหนักรู้ถึงตราสินค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาด
- 5) ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สลวิ วงศ์ไชยา (2561). ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยทำการศึกษาจากตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 418 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลวิจัย พบว่า กลุ่มของตัวแปรต้นสามารถทำนายความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ ร้อยละ 65.8 ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ความมั่นใจในตนเอง กลยุทธ์ระดับองค์กร ความอดทน รายได้ต่อเดือน อายุ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ความคิดเชิงนวัตกรรม เพศ เงินลงทุน ความต้องการความสำเร็จ ขนาดของกิจการ และตำแหน่ง ตามลำดับ

วัฒนา โสธรวัฒนา (2561). ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบกลยุทธ์การตลาดบริการ การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหารูปแบบกลยุทธ์การตลาดบริการ การรับรู้คุณภาพ บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการกับสถาบันกวดวิชาในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งงานวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักเรียนที่เรียนสถาบันกวดวิชาที่เปิดสถาบันเดี่ยว และนักเรียนที่เรียนสถาบันกวดวิชาที่เปิดรวมกลุ่ม จำนวนกลุ่มละ 520 คน รวมเป็น 1,040 คน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การวัดค่ากลางข้อมูล ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model--SEM) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักเรียนกลุ่มที่เรียนสถาบันกวดวิชาที่แบบเปิดเดี่ยว และกลุ่มนักเรียนที่เรียนสถาบันกวดวิชาที่เปิดรวมกลุ่ม ได้แก่ กลยุทธ์การตลาดบริการ การรับรู้คุณภาพบริการ และความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของรูปแบบกลยุทธ์การตลาดบริการ การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อ ความภักดีของผู้รับบริการกับสถาบันกวดวิชาในประเทศไทย ของกลุ่มนักเรียนที่เรียนสถาบันแบบเปิดเดี่ยว คือ กลยุทธ์การตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดและการให้ข้อมูล การรับรู้คุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ ความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ ซึ่งส่งผลความภักดีต่อสถาบันกวดวิชามากที่สุด โดยโมเดลกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีต่อสถาบันกวดวิชา มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี ส่วนกลุ่มนักเรียนที่เรียนสถาบันแบบเปิดรวมกลุ่ม คือ กลยุทธ์การตลาดบริการด้านอาจารย์และพนักงาน การรับรู้คุณภาพบริการด้านการเต็มใจช่วยเหลือและให้บริการในทันที ความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ซึ่งส่งผลความภักดีต่อสถาบันกวดวิชามากที่สุด โดยโมเดลกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีกับสถาบันกวดวิชา มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี

นริรัตน์ มาทอง (2561). ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาด คุณภาพการบริการ และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามสั่งของกลุ่มคนวัยทำงานใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรุงเทพมหานคร การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาด คุณภาพการบริการ และรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามสั่งของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรที่เป็นประชากรกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 400 คน ซึ่งแบ่งตัวอย่างเป็นประชากรในเขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ เขตบางนา เขตบางจากเขตคลองเตย และเขตวัฒนา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่ตัวอย่างได้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง มีค่าความเชื่อมั่นรวม 0.934 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุผลการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ทางการตลาด และรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามสั่งของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคุณภาพการบริการไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามสั่งของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

อุษา ถังทอง (2563). ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่อยู่อาศัยที่เคยซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 385 คน ได้มาโดยการเลือกแบบบังเอิญเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .94 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว และในกรณีที่พบความแตกต่างรายคู่จะทำการทดสอบได้โดยวิธีการของเซฟเฟ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และผู้ที่อยู่อาศัยที่เคยซื้อบ้านจัดสรรที่มีเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกันมีส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีโดยภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล (2562). ได้ศึกษาเรื่องการใช้สื่อออนไลน์ในการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษากลุ่มลูกค้าที่ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากลูกค้าที่ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามออนไลน์เก็บรวบรวมข้อมูล และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ SPSS ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ในเขต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ พบว่ามีความสัมพันธ์กับลักษณะที่อยู่อาศัยที่ท่านต้องการซื้อคือ ทาวน์โฮม และคอนโดมิเนียม จำนวนคนผู้พักอาศัย ทราบสถานที่ตั้งโครงการอสังหาริมทรัพย์จากแหล่งใด คือ เพื่อน และอินเทอร์เน็ต บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโครงการอสังหาริมทรัพย์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือ ตัวท่านเอง และญาติ สมาชิกครอบครัว มีค่าเท่ากับ 0.044, 0.043, 0.032, 0.000, 0.002, 0.003, 0.006, 0.000, 0.025 และ 0.035 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 5 พฤติกรรมในการซื้อ อสังหาริมทรัพย์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ด้านลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการซื้อมากที่สุด คือ บ้าน รองลงมา คือ คอนโดมิเนียมมีจำนวนผู้พักอาศัยกี่คน คือ 3-4 คน โดยสถานที่ตั้งของโครงการคือ อยู่ใกล้ที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาคืออยู่ใกล้รถไฟฟ้าโดยรับทราบสถานที่ตั้งโครงการจากอินเทอร์เน็ต มากที่สุด โดยราคาที่ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์อยู่ที่ต่ำกว่า 3 ล้านบาทมากที่สุด รองลงมา 3-4.5 ล้านบาท และต้องการลักษณะของอสังหาริมทรัพย์แบบ 3 Bedroom มากที่สุด รองลงมา 2 Bedroom บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโครงการอสังหาริมทรัพย์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือตัวเอง มากที่สุด รองลงมา คือ ญาติสมาชิกในครอบครัวโดยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ท่าน ต้องการ คือ ระบบรักษาความปลอดภัย ที่จอดรถ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ใดในการเลือกที่จะสืบค้นข้อมูลโครงการอสังหาริมทรัพย์มากที่สุด คือ เฟสบุ๊ค (Facebook) มากที่สุด รองลงมา คือ พันทิป (Pantip) เหตุผลคือใช้งานง่ายค้นหาโครงการอสังหาริมทรัพย์ได้จากตำแหน่งใกล้เคียงผ่านแผนที่นำทางได้ เช่น Apple Maps, Google Maps เป็นต้น ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก

พิชชา เจริญสุขใส (2563). ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านตามนโยบายโครงการบ้านประชารัฐของประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรสาคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อบ้านตามนโยบายโครงการบ้านประชารัฐของประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรสาคร ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ในการซื้อบ้านประชารัฐของประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรสาคร ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ในการซื้อบ้านประชารัฐมีความสัมพันธ์เชิงเหตุผล กับการตัดสินใจซื้อบ้านตามนโยบายโครงการบ้านประชารัฐของประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรสาครกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่ซื้อบ้านประชารัฐในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 154 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติการทดสอบค่าไคสแควร์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษา พบว่า การตัดสินใจซื้อบ้านตามนโยบายโครงการบ้านประชารัฐของประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวม และรายด้านมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ในการซื้อบ้านประชารัฐด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านบุคคลที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ - ผลกับการตัดสินใจซื้อบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตามนโยบายโครงการบ้านประชารัฐของประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรสาครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ – ผลกับการตัดสินใจซื้อบ้านตามนโยบายโครงการบ้านประชารัฐของประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรสาครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์เชิงเหตุ – ผลกับการตัดสินใจซื้อบ้านตามนโยบายโครงการบ้านประชารัฐของประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรสาคร อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ ซื้อบ้านตามนโยบายโครงการบ้านประชารัฐของประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และระยะเวลาในการอาศัยอยู่ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อบ้านตาม นโยบายโครงการบ้านประชารัฐของประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์
 1) เพื่อวิจัยข้อมูลส่วนบุคคลการบริหารจัดการธุรกิจอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 2) เพื่อ
 วิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัด
 ชุมพร 3) เพื่อวิจัยการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย
 ตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 ตัวแปรใช้ในการวิจัย
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เป็นวิจัยเชิง
 ปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล และเพื่อลด
 ความเสี่ยงต่อโรคโควิด-19 ผู้วิจัยจึงได้ทำการสอบถามข้อมูลของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
 ที่มาใช้บริการ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบ (google form) โดยทำ
 เป็น QR-Code ฝากไว้ที่อพาร์ทเมนต์ เมื่อได้ข้อมูลแบบสอบถามที่กำหนด จากนั้นตรวจสอบความ
 ถูกต้อง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อนำผลที่ได้มา
 วิเคราะห์ให้ทราบถึงการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการ เนื่องจากไม่มีกลุ่มตัวอย่างประชากรที่แน่นอน ดังนั้น
 ขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (1977 อ้างอิง
 ใน ธนชัย ยมจินดา และคณะ, 2561) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความ
 คลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

สูตร $n = (P (1 - P) Z^2) / E^2$
กำหนดให้ n แทน ขนาดตัวอย่าง
 P แทน สัดส่วนของประชากร
 Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ .05)
 E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = $384.16 = 385$
จากการคำนวณข้างต้นพบว่า ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % และเพื่อความแม่นยำของข้อมูลในการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง

3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ หรือตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ การบริหารจัดการธุรกิจห้องเช่าและอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ประกอบด้วย การวางแผน การจัดการ ภาวะผู้นำ การควบคุม กำกับ ของธุรกิจห้องเช่าและอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดโดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพที่มีผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนน แต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ ภาวะผู้นำ การควบคุมกำกับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการวิจัยแนวคิด ทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่กำลังวิจัย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในกำหนดตัวแปร ซึ่งเป็นแนวทางการออกแบบเครื่องมือที่เป็นข้อคำถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นกำหนดเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อนำมาเป็นกรอบการสร้างแบบสอบถาม

2. จัดทำแบบสอบถาม เพื่อใช้วิจัยเชิงปริมาณตามกรอบแนวคิดการวิจัยและครอบคลุมนิยามศัพท์ของตัวแปรที่ได้พัฒนาขึ้นมา

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการวิจัยนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข ตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย จัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่าง เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC โดยให้ทางอาจารย์ที่ปรึกษาแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดังมีรายชื่อในภาคผนวก โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะพิจารณาถึงความเห็นข้อคำถามในแบบสอบถามว่า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หรือไม่แล้วพิจารณาให้คะแนนค่าความสอดคล้องระหว่าง +1, 0 และ -1

โดย	+1	หมายถึงแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
	0	หมายถึงไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
	-1	หมายถึงแน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลังจากนั้นนำค่าคะแนนมาใช้แทนสูตร

$$IOC = \frac{\sum X}{N}$$

โดย	$\sum X$	หมายถึงผลรวมคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด
	N	หมายถึงจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

เกณฑ์การพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อควรมีค่าเท่ากับ 0.66 จึงจะนำไปใช้ได้ ถ้าไม่ถึงต้องปรับปรุงจนกระทั่งมีค่าที่ต้องการแล้วจึงนำไปใช้

5. หลังจากผู้จัดทำได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว จึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยต่อไป

6. ทำการจัดพิมพ์แบบสอบถามที่ผ่านการหาความตรงแล้ว และทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 คน เพื่อทำการทดสอบเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาคได้ค่าความเชื่อมั่น 0.751 ถือว่าใช้ได้

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยดำเนินการตามขั้นตอน และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มลูกค้าที่ใช้เช่าอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยมีผู้ใช้บริการอพาร์ทเมนท์จำนวน 385 ตัวอย่าง

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีลักษณะคำถามปลายปิด เพื่อวิจัยถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างวิจัยข้อมูลพื้นฐานและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่เลือกโดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.5.1.1 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ทำการเก็บข้อมูล โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน

3.4.1.2 เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3.4.1.3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับไปวิเคราะห์ข้อมูล และอภิปรายผลต่อไป

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการวิจัยค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ รายงานต่าง ๆ และเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้อง

3.6 การวิเคราะห์ ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และจะนำเสนอในรูปแบบตารางและรูปภาพ โดยมีรายละเอียดของสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ ข้อมูลความคิดเห็นในแบบสอบถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด กำหนดเป็น 5 คะแนน

ระดับความคิดเห็นมาก กำหนดเป็น 4 คะแนน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดเป็น 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดเป็น 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดเป็น 1 คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น ช่วงคะแนน

โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อยที่สุด

3.6.4 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรกำหนดให้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิจัยข้อมูลส่วนบุคคลการบริหารจัดการธุรกิจอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 2) เพื่อวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 3) เพื่อวิจัยการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

- 4.1 วิจัยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
- 4.2 วิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
- 4.3 วิเคราะห์การบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	203	52.70
หญิง	182	47.30
รวม	385	100

จากตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

	อายุ	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	150	39.00
20 - 40 ปี	229	59.50
41-60 ปี	6	1.60
รวม	385	100

จากตารางที่ 4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 40 ปี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมา มีต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 อายุ 41 - 60 ปี มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

	การวิจัย	
	จำนวนคน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	182	47.30
ปริญญาตรี	203	52.70
รวม	385	100

จากตารางที่ 4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรี จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 รองลงมา มีระดับการวิจัยต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		
	จำนวน(คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	168	43.60
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ	4	1.00
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	6	1.60
พนักงานบริษัทเอกชน	1	0.30
ลูกจ้าง	206	53.50
รวม	385	100

จากตารางที่ 4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพลูกจ้าง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคืออาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 อาชีพข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 อาชีพพนักงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ประมาณต่อเดือน

ระดับรายได้		
	จำนวนคน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	360	93.50
10,001-20,000 บาท	25	6.50
รวม	385	100

จากตารางที่ 4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 93.50 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ผลการวิจัยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

เพื่อวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้คือ เพื่อวิจัยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริหารจัดการอาหารหมักในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	3.19	0.49	ปานกลาง
ด้านราคา	3.15	0.51	ปานกลาง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.31	0.49	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.77	0.62	ปานกลาง
ด้านบุคคล	3.28	0.50	ปานกลาง
ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ	3.42	0.45	มาก
ด้านกระบวนการ	3.25	0.55	ปานกลาง
รวม	4.89	3.19	มาก

จากตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวม พบว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีระดับความคิดเห็นปัจจัยความเชื่อมั่นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.89, S.D. = 3.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.42, S.D. = 0.45) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.31, S.D. = 0.49) รองลงมาด้านบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.28, S.D. = 0.50) รองลงมา ด้านกระบวนการอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.25, S.D. = 0.55) รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.19, S.D. = 0.49) รองลงมาด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.15, S.D. = 0.51) รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 2.77, S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ความ หลากหลายของ ประเภทอาหารที่ มันท์ที่ให้บริการ ตรงกับที่ท่าน ต้องการ	1 (0.30)	98 (25.50)	179 (46.50)	107 (27.80)	0	2.98	0.74	ปาน กลาง
2. อาหารมันท์ที่ ให้บริการมีความ สวยงาม	2 (0.50)	106 (27.50)	262 (68.10)	15 (3.90)	0	3.25	0.52	ปาน กลาง
3. อาหารมันท์มี อุปกรณ์ที่ครบถ้วน บริการที่มี ประโยชน์	3 (0.80)	107 (27.80)	258 (67.00)	17 (4.40)	0	3.25	0.54	ปาน กลาง
4. ห้องเช่าใช้วัสดุที่ ทันสมัย	2 (0.50)	117 (29.30)	267 (66.80)	14 (3.50)	0	3.28	0.53	ปาน กลาง
	ภาพรวม					3.19	0.49	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.7 ภาพรวม พบว่า ประชาชนที่เช่าอาหารมันท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อาหารมันท์ที่ให้บริการมีความสวยงามอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.52) เท่ากับ อาหารมันท์มีอุปกรณ์ที่ครบถ้วนบริการที่มีประโยชน์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.54) รองลงมา มีห้องเช่าใช้วัสดุที่ทันสมัยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 0.53) รองลงมาความหลากหลายของประเภทอาหารมันท์ที่ให้บริการตรงกับที่ท่านต้องการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.98$, S.D. = 0.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ราคา เหมาะสมกับ คุณภาพของ พาร์ทเมนท์	1 (0.30)	100 (26.00)	260 (67.50)	24 (6.20)	0	3.20	0.54	ปาน กลาง
2. มีป้ายบอก ราคากำกับ ประเภทพาร์ท เมนท์	4 (1.00)	103 (26.80)	257 (66.80)	20 (5.20)	1 (0.30)	3.23	0.56	ปาน กลาง
3. มีการตั้งราคา อย่างเหมาะสม บริการที่มี ประโยชน์	1 (0.30)	104 (27.00)	271 (70.40)	9 (2.30)	0	3.25	0.49	ปาน กลาง
4. มีหลายระดับ ราคาให้ผู้เช่า เลือก	5 (1.30)	100 (26.00)	136 (35.30)	144 (37.40)	0	2.91	0.82	มาก
ภาพรวม						3.15	0.51	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.8 ภาพรวม พบว่า ประชาชนที่เช่าพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีระดับความคิดเห็นด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.15, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการตั้งราคาอย่างเหมาะสมบริการที่มีประโยชน์อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.25, S.D. = 0.49) รองลงมา มีป้ายบอกราคากำกับประเภทพาร์ทเมนท์อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.23, S.D. = 0.56) รองลงมา มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของพาร์ทเมนท์ (\bar{X} = 3.20, S.D. = 0.54) รองลงมา มีหลายระดับราคาให้ผู้เช่าเลือกอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 2.91, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. มีหลาย ช่องทางในการ ติดต่อสอบถาม	2 (0.50)	111 (28.80)	198 (51.40)	73 (19.00)	1 (0.30)	3.10	0.71	ปาน กลาง
2. มีการให้ คำแนะนำ เกี่ยวกับบอาร์ท เมนท์	4 (1.00)	110 (28.60)	233 (60.50)	38 (9.90)	0	3.21	0.62	ปาน กลาง
3. มีความ หลากหลายช่อง ทางการชำระ เงิน	2 (0.50)	115 (29.90)	163 (42.30)	105 (27.30)	0	3.04	0.77	ปาน กลาง
4. มีขั้นตอนการ จองบอาร์ท เมนท์ล่วงหน้า ที่ถูกต้อง ชัดเจน	85 (22.10)	203 (52.70)	64 (16.60)	33 (8.60)	0	3.88	0.85	มาก
ภาพรวม						3.31	0.49	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.9 ภาพรวม พบว่า ประชาชนที่เข้าบอาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีขั้นตอนการจองบอาร์ทเมนท์ล่วงหน้าที่ถูกต้องชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.85) รองลงมา มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับบอาร์ทเมนท์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = 0.62) รองลงมา มีหลายช่องทางในการติดต่อสอบถาม ($\bar{X} = 3.10$, S.D. = 0.71) รองลงมา มีความหลากหลายช่องทางการชำระเงินอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.มีการให้ส่วนลด 10 % ให้ลูกค้าเข้า ใหม่	2 (0.50)	36 (9.40)	194 (50.40)	153 (39.70)	0	2.71	0.65	ปาน กลาง
2.มีการให้ส่วนลด ค่าปรับประจำเดือน	3 (0.80)	30 (7.80)	151 (39.20)	201 (52.20)	0	2.57	0.67	น้อย
3. มีโปรโมชั่น ส่วนลดห้องเช่า พิเศษในช่วงเทศกาล	1 (0.30)	43 (99.70)	154 (88.60)	187 (48.60)	0	2.63	0.69	ปาน กลาง
4.มีการซ่อมแซมฟรี หลังจากที่ลูกค้าเข้า ใหม่ตรวจสอบ พอร์ทัลเมนต์ ภายใน 15 วัน	6 (1.60)	131 (34.00)	172 (44.70)	76 (19.70)	0	3.17	0.76	ปาน กลาง
ภาพรวม						2.77	0.62	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.10 ภาพรวม พบว่า ประชาชนที่เช่าอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.77$, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการซ่อมแซมฟรีหลังจากที่ลูกค้าเข้าใหม่ตรวจสอบพอร์ทัลเมนต์ภายใน 15 วัน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = 0.76) รองลงมา มีการให้ส่วนลด 10 % ให้ลูกค้าเข้าใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.71$, S.D. = 0.65) รองลงมา มีโปรโมชั่นส่วนลดห้องเช่าพิเศษในช่วงเทศกาลอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.63$, S.D. = 0.69) รองลงมา มีการให้ส่วนลดค่าปรับประจำเดือนอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.57$, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ด้านบุคคล	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.พนักงานมีการต้อนรับ ลูกค้าที่ดี	3 (0.80)	116 (30.10)	255 (66.20)	11 (2.90)	0	3.29	0.53	ปาน กลาง
2.ความกระตือรือร้นในการ ให้บริการและซ่อมแซม พาร์ทเมนท์ของพนักงานที่ มีต่อลูกค้า	2 (0.50)	117 (30.40)	226 (58.70)	40 (10.40)	0	3.21	0.62	ปาน กลาง
3. การแต่งกายของ พนักงานมีความเป็น ระเบียบเรียบร้อยเหมาะสมกับ สถานที่ทำงาน	3 (0.80)	126 (32.70)	235 (61.00)	21 (5.50)	0	3.29	0.58	ปาน กลาง
4.พนักงานมีทักษะความรู้ เกี่ยวกับการบริการ	4 (1.00)	130 (33.80)	236 (61.30)	15 (3.90)	0	3.32	0.56	ปาน กลาง
	ภาพรวม					3.28	0.50	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.11 ภาพรวม พบว่า ประชาชนที่เช่าพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีระดับความคิดเห็นด้านบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานมีทักษะความรู้เกี่ยวกับการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 0.56) รองลงมาการแต่งกายของพนักงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยเหมาะสมกับสถานที่ทำงานอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.58) เท่ากับ พนักงานมีการต้อนรับลูกค้าที่ดีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.53) รองลงมาความกระตือรือร้นในการให้บริการ และซ่อมแซมพาร์ทเมนท์ของพนักงานที่มีต่อลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ด้านกระบวนการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.บริการรวดเร็ว แม่นยำ และ ถูกต้อง	1 (0.30)	133 (34.50)	227 (59.00)	24 (6.20)	0	3.29	0.58	ปาน กลาง
2.มีกระบวนการ บริการลูกค้าที่ดี และถูกต้อง	2 (0.50)	125 (32.50)	243 (63.10)	15 (3.90)	0	3.30	0.55	ปาน กลาง
3. มีการจัดเวลา คิวในการ ให้บริการซ่อม บำรุงและ กระบวนการจอง ห้องพักให้กับ ลูกค้าที่ดี	5 (1.30)	122 (31.70)	179 (46.50)	79 (20.50)	0	3.14	0.75	ปาน กลาง
4.มีการ ตรวจสอบการ ให้บริการทำ ความสะอาด ให้กับลูกค้าที่ดี	3 (0.80)	134 (34.80)	212 (55.10)	36 (9.40)	0	3.27	0.63	ปาน กลาง
ภาพรวม						3.25	0.55	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.12 ภาพรวม พบว่า ประชาชนที่เช่าอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีระดับความคิดเห็นด้านกระบวนการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีกระบวนการบริการลูกค้าที่ดีและถูกต้อง ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.55) รองลงมา มีบริการรวดเร็ว แม่นยำ และถูกต้องอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.58) รองลงมา มีการตรวจสอบการให้บริการทำความสะอาดให้กับลูกค้าที่ดี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$, S.D. =

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

0.63) รองลงมา มีการจัดเวลาคิวในการให้บริการซ่อมบำรุงและกระบวนการจองห้องพักให้กับลูกค้าที่ดีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ด้านกายภาพ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.สถานที่ใกล้กับ สถานศึกษา	3 (0.80)	201 (52.20)	169 (43.90)	12 (3.10)	0	3.51	0.57	มาก
2.อุปกรณ์ทำความ สะอาดมีสภาพที่ พร้อมเหมาะสมใน การใช้งาน	2 (0.50)	134 (34.80)	236 (61.30)	13 (3.40)	0	3.32	0.55	ปาน กลาง
3. การจัดวาง อุปกรณ์ภายใน พาร์ทเมนท์ที่ ถูกต้องเรียบร้อย	2 (0.50)	124 (32.20)	243 (63.10)	16 (4.20)	0	3.29	0.55	ปาน กลาง
4.มีบริการ WI-FI ฟรี	3 (0.80)	215 (55.80)	155 (40.30)	12 (3.10)	0	3.54	0.57	มาก
ภาพรวม						3.42	0.45	มาก

จากตารางที่ 4.13 ภาพรวม พบว่า ประชาชนที่เช่าพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีระดับความคิดเห็นด้านกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีบริการ WI-FI ฟรีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.57) รองลงมา มีสถานที่ใกล้กับสถานศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.57) รองลงมา มีอุปกรณ์ทำความสะอาดมีสภาพที่พร้อมเหมาะสมในการใช้งาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 0.55) รองลงมา มีการจัดวางอุปกรณ์ภายในพาร์ทเมนท์ที่ถูกต้องเรียบร้อยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ผลการวิจัยการบริหารจัดการธุรกิจอพาร์ทเมนต์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

เพื่อวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้คือ เพื่อวิจัยการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

การบริหารจัดการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การวางแผน (Plan)	3.21	0.52	ปานกลาง
การจัดองค์การ (Organization)	3.20	0.56	ปานกลาง
ภาวะผู้นำ (Leadership)	3.21	0.53	ปานกลาง
การควบคุมกำกับ (Controll)	3.28	0.50	ปานกลาง
รวม	3.23	0.51	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวมพบว่าประชาชนที่เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีระดับความการบริหารจัดการอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.23, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การควบคุมกำกับ (Controll) อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.28, S.D. = 0.50) รองลงมาภาวะผู้นำ (Leadership) อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.21, S.D. = 0.53) เท่ากับการวางแผน (Plan) อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.21, S.D. = 0.52) รองลงมาการจัดองค์การ (Organization) อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.20, S.D. = 0.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัด ชุมพร

ด้านการวางแผน	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.อพาร์ทเมนท์ที่ได้ แจ้งการซ่อมบำรุง ห้องพักให้กับลูกค้า	2 (0.50)	120 (31.20)	247 (64.20)	16 (4.20)	0	3.28	0.54	ปาน กลาง
2.อพาร์ทเมนท์ที่ได้มี การรื้อถอนอุปกรณ์ ในห้องพักให้กับ ลูกค้าโดยมีการแจ้ง ล่วงหน้า	2 (0.50)	107 (27.80)	257 (66.80)	19 (4.90)	0	3.24	0.54	ปาน กลาง
3. อพาร์ทเมนท์ที่ได้ สอบถามความ ต้องการของลูกค้าใน การเปลี่ยนสีห้องพัก	4 (1.00)	120 (31.20)	241 (62.60)	20 (5.20)	0	3.28	0.57	ปาน กลาง
4.อพาร์ทเมนท์ที่ได้ สอบถามลูกค้าใน การเปลี่ยนเตียง นอน	1 (0.30)	120 (31.20)	159 (41.30)	105 (27.30)	0	3.04	0.77	ปาน กลาง
ภาพรวม						3.21	0.52	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นการบริหารจัดการธุรกิจอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม พบว่า ประชาชนที่เช่าอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีด้านการวางแผน (Plan) อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.21, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อพาร์ทเมนท์ที่ได้แจ้งการซ่อมบำรุงห้องพักให้กับลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.28, S.D. = 0.54) เท่ากับอพาร์ทเมนท์ที่ได้สอบถามความต้องการของลูกค้าในการเปลี่ยนสีห้องพักอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{x} = 3.28, S.D. = 0.57) รองลงมาอพาร์ทเมนท์ที่ได้มีการรื้อถอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปกรณ์ในห้องพักให้กับลูกค้าโดยมีการแจ้งล่วงหน้าอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.24, S.D. = 0.54) รองลงมาอพาร์ทเมนท์ที่ได้สอบถามลูกค้าในการเปลี่ยนเตียงนอนอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.04, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านการจัด องค์การ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.อพาร์ทเมนท์มี การจัดแบ่งเวลาทำ ความสะอาด	2 (0.50)	122 (31.70)	189 (49.10)	72 (18.70)	0	3.14	0.71	ปาน กลาง
2.อพาร์ทเมนท์มี การจัดบุคลากรที่มี ความรู้ ความสามารถใน การบริการ- ต้อนรับ	2 (0.50)	119 (30.90)	243 (63.10)	21 (5.50)	0	3.26	0.56	ปาน กลาง
3. อพาร์ทเมนท์มี การจัดบุคลากรที่มี ความรู้ ความสามารถใน การซ่อมบำรุง	3 (0.80)	117 (30.40)	187 (48.60)	78 (20.30)	0	3.12	0.72	ปาน กลาง
4.อพาร์ทเมนท์มี การดูแล รับผิดชอบการ ประชาสัมพันธ์ ลูกค้า	3 (0.80)	123 (31.90)	239 (62.10)	20 (5.20)	0	3.28	0.57	ปาน กลาง
	ภาพรวม					3.20	0.56	ปาน กลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม พบว่า ประชาชนที่เช่าอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการจัดองค์การอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.20, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อพาร์ทเมนต์ที่มีการดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.28, S.D. = 0.57) รองลงมาอพาร์ทเมนต์ที่มีการจัดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการบริการ-ต้อนรับ อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.26, S.D. = 0.56) รองลงมาอพาร์ทเมนต์ที่มีการจัดแบ่งเวลาทำความสะอาดอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.14, S.D. = 0.71) รองลงมาอพาร์ทเมนต์ที่มีการจัดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการซ่อมบำรุงอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.12, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านภาวะผู้นำ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.อพาร์ทเมนต์ที่มีการ ตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่าง ถูกต้อง รวดเร็ว	2 (0.50)	127 (33.00)	242 (62.90)	14 (3.60)	0	3.30	0.54	ปาน กลาง
2.อพาร์ทเมนต์มีการ ติดต่อสื่อสารกันทั้งใน และนอกอย่างมี ประสิทธิภาพ	2 (0.50)	116 (30.01)	248 (64.40)	19 (4.90)	0	3.26	0.55	ปาน กลาง
3. อพาร์ทเมนต์สามารถ สร้างแรงจูงใจในการ ทำงานของพนักงาน	1 (0.30)	111 (28.80)	160 (41.60)	113 (29.40)	0	3.00	0.77	ปาน กลาง
4.อพาร์ทเมนต์มีมนุษย์ สัมพันธ์กับพนักงาน	3 (0.80)	123 (31.90)	239 (62.10)	20 (5.20)	0	3.28	0.57	ปาน กลาง
ภาพรวม						3.21	0.53	ปาน กลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นการบริหารจัดการธุรกิจอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม พบว่า ประชาชนที่เช่าอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มี ด้านภาวะผู้นำอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.21, S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อพาร์ทเมนต์ที่มีการตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.30, S.D. = 0.54) รองลงมาอพาร์ทเมนต์ที่มีมนุษย์สัมพันธ์กับพนักงาน และลูกค้าอย่างดีอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.28, S.D. = 0.57) รองลงมาอพาร์ทเมนต์ที่มีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในและนอกอย่างมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.26, S.D. = 0.55) รองลงมาอพาร์ทเมนต์สามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.00, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านการควบคุมกำกับ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.อพาร์ทเมนต์ที่มีมาตรการติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงาน	2	133	235	15	0	3.32	0.55	ปานกลาง
2.อพาร์ทเมนต์ที่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานของพนักงาน	3	121	243	18	0	3.28	0.56	ปานกลาง
3. อพาร์ทเมนต์ที่มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ	1	120	233	31	0	3.24	0.59	ปานกลาง
4.เมื่อมีปัญหาในกระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบการสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว	2	121	243	19	0	3.28	0.56	ปานกลาง
ภาพรวม						3.28	0.50	ปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นการบริหารจัดการธุรกิจอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม พบว่า ประชาชนที่เช่าอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร การควบคุมกำกับอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.28, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อพาร์ทเมนต์ที่มีมาตรการติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.32, S.D. = 0.55) รองลงมาอพาร์ทเมนต์ที่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.28, S.D. = 0.56) เท่ากับเมื่อมีปัญหาในกระบวนการให้บริการผู้ประกอบการสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อได้ภายในเวลาอันรวดเร็วอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.28, S.D. = 0.56) รองลงมาอพาร์ทเมนต์ที่มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.24, S.D. = 0.59) ตามลำดับ

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการ วิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ข้อมูลส่วนบุคคลและการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

4.4.1 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ(Multiple Correlation Analysis) ของตัวแปร อิสระทั้งหมด

ตารางที่ 4.19 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ตัวแปร	PT	PE	DC	MP	PL	PS	PH
ean	3.17	3.13	3.29	2.76	3.26	3.23	3.24
.D.	0.48	0.50	0.48	0.60	0.48	0.55	0.44
PT							
PE	0.869**						
DC	0.769**	0.750**					
MP	0.660**	0.722**	0.603**				
PL	0.872**	0.814**	0.772**	0.595**			
PS	0.847**	0.826**	0.762**	0.615**	0.919**		
PH	0.687**	0.657**	0.615**	0.391**	0.773**	0.730**	

** P < .01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ที่ใช้ในการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.700–0.91 ซึ่งค่าเกิน 0.80 Cooper and Schindle, (2006). แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่มีปัญหา Multicollinearity จึงสามารถวิจัยวิเคราะห์ตัวแปรต้นทั้งหมดที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิจัยอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปร ตามได้

4.4.2 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 H1a- H1g : ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ส่วนประสมทาง	unstandardized		Standardized	t	Sig
	coefficients		Coefficients		
การตลาด	B	Std.Error	Beta		
ค่าคงที่	0.027	0.078		0.352	0.725
1.ด้านผลิตภัณฑ์	0.097	0.048	0.094	2.033	0.043*
2.ด้านราคา	0.080	0.043	0.080	1.849	0.065
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.129	0.033	0.123	3.921	0.000*
4.การส่งเสริมการตลาด	0.018	0.023	0.022	0.812	0.417
5.ด้านบุคคล	0.238	0.058	0.232	4.140	0.000*
6.ด้านกระบวนการ	0.349	0.045	0.382	7.708	0.000*
7.ด้านกายภาพ	0.089	0.032	0.079	2.754	0.006*
R = 0.813 ^a	R ² =0.867		Adj R ² =0.865	F=366.123	Sig=0.18495

*P < .05

จากตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและด้านกายภาพที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการ เพื่อทดสอบสมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรในด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.094, p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับ สมมติฐานที่ H1a ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.080, p < 0.05$) ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับ สมมติฐานที่ H1b ปัจจัยด้านราคา ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.123, p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับ สมมติฐานที่ H1c ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.022, p < 0.05$) ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับ สมมติฐานที่ H1d ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.232, p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับ สมมติฐานที่ H1e ปัจจัยด้านบุคคลที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.382, p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับ สมมติฐานที่ H1f ปัจจัยด้านกระบวนการที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.079, p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับ สมมติฐานที่ H1g ปัจจัยด้านกระบวนการที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและด้านกายภาพ มีประสิทธิภาพ

ร่วมกัน พยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม ประสิทธิภาพการดำเนินงานของการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.027 + 0.097 X_1 + 0.080 X_2 + 0.129 X_3 + 0.018 X_4 + 0.238 X_5 + 0.349 X_6 + 0.089 X_7$$

$$\hat{Z} = 0.094 Z_1 + 0.080 Z_2 + 0.123 Z_3 + 0.022 Z_4 + 0.232 Z_5 + 0.382 Z_6 + 0.079 Z_7$$

4.4.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน จากการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตาราง ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.21 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอาหารหมักในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

สมมติฐานที่	คำอธิบาย	ผลการทดสอบ
1a	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอาหารหมักในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
1b	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอาหารหมักในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
1c	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอาหารหมักในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
1d	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอาหารหมักในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
1e	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอาหารหมักในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
1f	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอาหารหมักในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
1g	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกายภาพ ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอาหารหมักในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยอิสระเรื่องการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิจัยข้อมูลแนวคิดทฤษฎีของ การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรวัตถุประสงค์ เป็นงานวิจัยโดยใช้เชิงปริมาณ นำโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม1) เพื่อวิจัยข้อมูลส่วนบุคคลการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 2) เพื่อวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 3) เพื่อวิเคราะห์การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแจกให้กับผู้เช่าอพาร์ทเมนท์อำเภอเมือง ในจังหวัดชุมพร จำนวน 385 คน โดยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมีการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญและทดสอบค่าประสิทธิ์เชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.751 โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ เพื่อทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร สรุปสาระสำคัญของวิจัย โดยมีหัวข้อต่าง ๆ ที่จะนำเสนอต่อไปนี้

5.1 สรุป

5.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 ตามลำดับ ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 40 ปี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาที่มีอายุ 41 - 60 ปี มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพลูกจ้าง จำนวน 206 คน คิด เป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60 รองลงมาอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 รองลงมาที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 รองลงมา มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 1 คน คิดเป็น 0.30 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2 ผลการวิจัยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ อยู่ในระดับมาก รองลงมา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ด้านบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ห้องเช่าใช้วัสดุที่ทันสมัย อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา อพาร์ทเมนท์ที่มีอุปกรณ์ที่ครบถ้วนบริการที่มีประโยชน์ ระดับปานกลาง เท่ากับ อพาร์ทเมนท์ที่ให้บริการมีความสวยงาม อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ความหลายหลายของประเภทอพาร์ทเมนท์ที่ให้บริการตรงกับที่ท่านต้องการอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านราคา มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีหลายระดับราคาให้ผู้เช่าเลือก อยู่ใน ระดับมาก รองลงมา มีการตั้งราคาอย่างเหมาะสมบริการที่มีประโยชน์ อยู่ใน ระดับปานกลาง รองลงมา มีป้ายบอกราคากำกับประเภทอพาร์ทเมนท์ อยู่ใน ระดับปานกลาง รองลงมา ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอพาร์ทเมนท์ อยู่ใน ระดับมาก

มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าขั้นตอนการจองอพาร์ทเมนท์ล่วงหน้าที่ถูกต้องชัดเจน อยู่ในระดับมาก รองลงมา มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับอพาร์ทเมนท์อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา มีหลายช่องทางในการติดต่อสอบถาม รองลงมา มีความหลากหลายช่องทางการชำระเงิน อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีการซ่อมแซมฟรีหลังจากที่ลูกค้าเช่าใหม่ตรวจสอบสภาพอพาร์ทเมนท์ภายใน 15 วัน อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา มีการให้ส่วนลด 10 % ให้ลูกค้าเช่าใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา มีโปรโมชั่นส่วนลดห้องเช่าพิเศษในช่วงเทศกาล อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา มีการให้ส่วนลดค่าปรับประจำเดือนอยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

ด้านบุคคลมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าพนักงานมีทักษะความรู้เกี่ยวกับการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา การแต่งกายของพนักงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยเหมาะสมกับสถานที่ทำงาน อยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ พนักงานมีการต้อนรับลูกค้าที่ดี อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ความกระตือรือร้นในการให้บริการและซ่อมแซมอพาร์ทเมนท์ของพนักงานที่มีต่อลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านกระบวนการมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าบริการรวดเร็ว แม่นยำ และถูกต้อง อยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ มีกระบวนการบริการลูกค้าที่ดีและถูกต้อง อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา มีการตรวจสอบการให้บริการทำความสะอาดให้กับลูกค้าที่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา มีการจัดเวลาคิวในการให้บริการซ่อมบำรุงและกระบวนการจองห้องพักให้กับลูกค้าที่ดี อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านกายภาพมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีบริการ WI-FI ฟรี อยู่ในระดับมาก รองลงมา มีสถานที่ใกล้เคียงสถานศึกษา อยู่ในระดับมาก รองลงมา มีอุปกรณ์ทำความสะอาดมีสภาพที่พร้อมเหมาะสมในการใช้งาน อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา มีการจัดวางอุปกรณ์ภายในอพาร์ทเมนท์ที่ถูกต้องเรียบร้อย อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

5.1.3 ผลการวิจัยระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง

จังหวัดชุมพร

การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการควบคุมกำกับ อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ภาวะผู้นำอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ การวางแผน อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา การจัดการ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านการวางแผน อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อพาร์ทเมนท์ได้แจ้งการซ่อมบำรุงห้องพักให้กับลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ อพาร์ทเมนท์ที่อพาร์ทเมนท์ได้สอบถามในการเปลี่ยนสีห้องพัก อยู่ใน ระดับปานกลาง รองลงมา อพาร์ทเมนท์ได้มีการรื้อถอนอุปกรณ์ในห้องพักให้กับลูกค้าโดยมีการแจ้งล่วงหน้า อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา อพาร์ทเมนท์ได้สอบถามลูกค้าในการเปลี่ยนเตียงนอน อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านการจัดการ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอพาร์ทเมนท์มีการดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา อพาร์ทเมนท์มีการจัดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการบริการ-ต้อนรับ อยู่ใน ระดับปานกลางรองลงมา อพาร์ทเมนท์มีการจัดแบ่งเวลาทำความสะอาด อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา อพาร์ทเมนท์มีการจัดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการซ่อมบำรุง ตามลำดับ

ด้านภาวะผู้นำ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อพาร์ทเมนท์มีการตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา อพาร์ทเมนท์มีมนุษยสัมพันธ์กับพนักงาน และลูกค้าอย่างดี อยู่ใน ระดับปานกลาง รองลงมา อพาร์ทเมนท์มีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในและนอกอย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา อพาร์ทเมนท์สามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ด้านการควบคุมกำกับ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อพาร์ทเมนท์มีมาตรการติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงาน อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา อพาร์ทเมนท์มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานของพนักงาน อยู่ใน ระดับปานกลาง เท่ากับ เมื่อมีปัญหาในกระบวนการให้บริการผู้ประกอบการสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อไปได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา อพาร์ทเมนท์มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ได้มีการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

อภิปรายผลการวิจัย พบว่า ผลการวิเคราะห์ ด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตั้งนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1a ด้านราคา ที่ไม่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ตั้งนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ H1b ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ตั้งนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1c ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์อำเภอเมืองจังหวัดชุมพร ที่ไม่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์อำเภอเมืองจังหวัดชุมพร อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ตั้งนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ H1d ด้านบุคคล ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ตั้งนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1e ด้านกระบวนการ ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตั้งนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1f ด้านกายภาพ ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตั้งนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1g สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ของผู้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญซึ่งตามแนวคิด(Kotler & Keller,2012)กล่าวว่าการบริการเป็นประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่งโดยการซื้อไม่ผูกติดกับสินค้าและมีความไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้ให้บริการหรือสถานที่บริการซึ่งมีข้อจำกัดต่างๆตั้งนั้นเพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าและบริการถึงมือกลุ่มเป้าหมายโดยผู้บริโภครู้สึกเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการที่เสนอขายนั้น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการจึงจำเป็นที่นักการตลาดต้องเรียนรู้แนวคิดดังกล่าวประกอบด้วย7P's คือ ผลิตภัณฑ์ราคาช่องทางการจัดจำหน่ายการส่งเสริมการตลาด บุคคลากรสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าต่ำสุด คือ ความหลากหลายของประเภทอพาร์ทเมนต์ที่ให้บริการตรงกับที่ท่านต้องการ ($\bar{X} = 2.97$, S.D. = 0.73) ความหลากหลายของประเภทอพาร์ทเมนต์ที่ให้บริการที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ และอยากกลับมาใช้บริการอีก

ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ที่มีค่าต่ำสุด คือ มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอพาร์ทเมนต์ ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = 0.53) การมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอพาร์ทเมนต์ เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการนั้น ซึ่งจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ

ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าต่ำสุด คือ มีการให้ส่วนลดค่าปรับประจำเดือน ($\bar{X} = 2.57$, S.D. = 0.66) มีการให้ส่วนลดค่าปรับประจำเดือน นอกจากจะเป็นการช่วยผู้เช่าในระยะสั้น ยังสามารถใช้สร้างประโยชน์ระยะยาวได้ด้วยการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ จากการช่วยผู้เช่าที่มีรายได้น้อย

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการจัดการองค์การ มีค่าต่ำสุด คือ อพาร์ทเมนต์ที่มีการจัดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการซ่อมบำรุง ($\bar{X} = 3.10$, S.D. = 0.72) การจัดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการซ่อมบำรุง ซึ่งเป็นหน้าที่ของอพาร์ทเมนต์ ในการดูแลรักษาอุปกรณ์ภายในอพาร์ทเมนต์ ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) เป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด แสดงให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้า ผู้ให้บริการห้องเช่าอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มอกว่าการทำการ ส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการให้เช่าอพาร์ทเมนต์ ยังขาดการส่งเสริมทางด้านการตลาด ทำให้ขาดความน่าสนใจและเข้าไม่ถึงการให้บริการรวมถึงด้านผลิตภัณฑ์และ ด้านราคาก็ยังมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ผู้วิจัยจึงนำเสนอแนะ ทางวิชาการได้ว่า ให้ผู้ประกอบการธุรกิจอพาร์ทเมนต์ที่อยู่อาศัยเร่งปรับปรุง โดยทำแคมเปญด้านราคา ผลิตภัณฑ์ และ ส่งเสริมการขายอย่างเร่งด่วน

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

5.3.2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรวิจัยปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อส่งผลการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ ต่อผู้เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาวางแผนสำหรับพัฒนาด้านอื่นให้ดียิ่งขึ้นครบทุกด้าน

5.3.2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมส่งผลต่อส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการอพาร์ทเมนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ของผู้เช่าในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบ และวางแผนให้ตอบสนองความต้องการของผู้เช่าทั่วประเทศไทยได้ในลำดับต่อไป

5.3.2.3 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรวิจัยรายละเอียดในกลุ่มที่ยังไม่เคยใช้บริการ
อพาร์ทเมนท์ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยอาจจะใช้วิธีการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการ
บริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ ต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- จุฬารัตน์ ชันแก้ว. (2562). กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและผลการดำเนินงานทางการตลาด
**หลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจบริการในประเทศไทย. คณะการบัญชีและการจัดการ
 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.**
- ณญาดา สุขอนันตธรรม. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับคุณภาพข้อมูล
**ทางบัญชี. สาขาวิชาการบัญชีธุรกิจแบบบูรณาการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**
- นริรัตน์ มาทอง. (2561). กลยุทธ์ทางการตลาด คุณภาพการบริการ และรูปแบบการดำเนิน
**ชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรบริโภคอาหารตามสั่งของกลุ่มคนวัยทำงานใน
 กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สารนิพนธ์.**
- หนูเวียง สิงห์สูง, กุลชลี พวงเพชร และโสพิศ คำนวนชัย. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดใน
**ทัศนะของผู้เช่าห้องพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี. วารสารสหวิทยาการ
 จัดการ.**
- พิชยา เจริญสุขใส. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านตามนโยบายโครงการบ้านประชา
**รัฐของประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรสาคร. วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัย
 ศิลปากร.**
- พัชรี ศาสตราวาทา. (2561). รวบรวมผู้ประกอบการธุรกิจห้องเช่า อพาร์ทเมนท์.
- วัฒนา ไสธรรวัฒนา. (2561). รูปแบบกลยุทธ์การตลาดบริการการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อ
ความภักดีของผู้รับบริการสถาบันกวดวิชาในประเทศไทย จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์.
- ศุภชาติ เอี่ยมรัตน์กุล, (2562). การใช้สื่อออนไลน์ในการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ในเขต
กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน. วัฒนศิริ ราษฎร์ศิริ.
- สวลี วงศ์ไชยา. (2560). อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผล
**ต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัย
 อุบลราชธานี.**
- อุษา ถังทอง. (2563). ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี
จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ภาษาอังกฤษ

- Chapromma. (2017). “Factors Affecting Consumer Choice of 24 Hours Fitness Center in Bangkok”. Master of Business Administration, Thammasat University.
- Drucker, Peter. (2006). *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. Harper Collins, New York.
- Fiedler, F & Garcia, J. (1987). *New Approaches to Effective Leadership: Cognitive Resources and Organizational Performance*. New York:Wiley.
- Flippo, Edwin B. (1970). *Principle of Personnel Management*. New York : Mc Graw-Hall Inc
- Holt, David H. (1993). *Management: Principles and Practices*.(3 rded). Englewood Cliff, New Jersey : Prentice Hall, Inc
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing management* (14thed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Lakbanchong, T. (2015). *The 7PS of themarketing mix influencing Thai Muslimtourists’ decision making to choose halalhotel service in Phuket province*. Master’s Thesis, Faculty of Sports Science, Chulalongkorn University. Bangkok.
- Pratummapidok. (1997). *Leadership is important to people development, developing countries*. Bangkok : Thammapha.
- Reid, R. D., & Bojanic, D. C. (2006). *Hospitality Marketing Management*. (4thed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Robbins, Stephen P., Cenzo, David A. De & Coulter, Mary. (2015). *Fundamentals of Management: Essential Concepts and Applications*, (9thed.). England: Pearson Education Limited.
- Simons, R. (1995a). *Levers of control: How Manager Use Innovation Control Systems to Drive Strategic Renewal*, Harvard Business School Press. Boston, MA



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม

การบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยอิสระเรื่อง การบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เพื่อวิจัยข้อมูลพื้นฐาน และแนวทางการบริหารจัดการ ตลอดจนปัญหาหรืออุปสรรคในการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยข้อมูลนี้ทางผู้วิจัยเก็บไว้เป็นความลับจะนำเสนอเฉพาะภาพรวมเท่านั้น แบบสอบถามนี้ ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 การบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์อำเภอเมืองจังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี 20 – 40 ปี 41 – 60 ปี 61 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ

ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง

5. ระดับรายได้

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท

30,001-40,000 บาท 40,000 บาท ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านผลิตภัณฑ์					
1.ความหลากหลายของประเภทอาหารที่ให้บริการ					
2.อาหารที่ให้บริการมีความสวยงาม					
3.อาหารที่มีอุปกรณ์ที่ครบถ้วน					
4.ห้องเช่าใช้วัสดุที่ทันสมัย					
2. ด้านราคา					
1.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหารที่					
2.มีป้ายบอกราคากำกับประเภทอาหารที่					
3.มีการตั้งราคาอย่างเหมาะสม					
4.มีหลายระดับราคาให้ผู้เช่าเลือก					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1.มีหลายช่องทางในการติดต่อสอบถาม					
2.มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับอาหารที่					
3.มีความหลากหลายช่องทางการชำระเงิน					
4.มีขั้นตอนการจองอาหารที่ล่วงหน้าที่ต้อง ชัดเจน					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1.มีการให้ส่วนลด 10 % ให้ลูกค้าเช่าใหม่					
2.มีการให้ส่วนลดค่าปรับประจำเดือน					
3.มีโปรโมชั่นส่วนลดห้องเช่าพิเศษในช่วงเทศกาล					
4.มีการซ่อมแซมฟรีหลังจากที่ลูกค้าเช่าใหม่ตรวจสอบอาหารที่ภายใน 15 วัน					
5. ด้านบุคคล					
1.พนักงานมีการต้อนรับลูกค้าที่ดี					
2.ความกระตือรือร้นในการให้บริการและซ่อมแซมอาหารที่ของพนักงานที่มีต่อลูกค้า					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3.มีการแต่งกายของพนักงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เหมาะสมกับสถานที่ทำงาน					
4.พนักงานมีทักษะความรู้เกี่ยวกับการบริการ					
6. ด้านกระบวนการ					
1.บริการรวดเร็ว แม่นยำ และถูกต้อง					
2.มีกระบวนการบริการลูกค้าที่ดีและถูกต้อง					
3.มีการจัดเวลาคิวในการให้บริการซ่อมบำรุงและ กระบวนการจองห้องพักให้กับลูกค้าที่ดี					
4.มีการตรวจสอบการให้บริการทำความสะอาดให้กับ ลูกค้าที่ดี					
7. ด้านกายภาพ					
1. สถานที่ใกล้กับสถานศึกษา					
2. อุปกรณ์ทำความสะอาดมีสภาพที่พร้อมเหมาะสมในการ ใช้งาน					
3. การจัดวางอุปกรณ์ภายในอพาร์ทเมนท์ที่ถูกต้อง เรียบร้อย					
4. มีบริการ WI-FI ฟรี					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

การบริหารจัดการธุรกิจอพาร์ทเมนท์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. การวางแผน (Plan)					
1.1 อพาร์ทเมนท์ได้แจ้งการซ่อมบำรุงห้องพักให้กับลูกค้า					
1.2 อพาร์ทเมนท์ได้มีการรีโนเวทอุปกรณ์ในห้องพักให้กับ ลูกค้าโดยมีการแจ้งล่วงหน้า					
1.3 อพาร์ทเมนท์ได้สอบถามความต้องการของลูกค้าใน การเปลี่ยนสีห้องพัก					
1.4 อพาร์ทเมนท์ได้สอบถามลูกค้าในการเปลี่ยนเตียงนอน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การบริหารจัดการธุรกิจอพาร์ทเมนต์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2. การจัดองค์กร (Organization)					
2.1 อพาร์ทเมนต์ที่มีการจัดแบ่งเวลาทำความสะอาด					
2.2 อพาร์ทเมนต์ที่มีการจัดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการบริการ-ต้อนรับ					
2.3 อพาร์ทเมนต์ที่มีการจัดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการซ่อมบำรุง					
2.4 อพาร์ทเมนต์ที่มีการดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ ลูกค้า					
3. ภาวะผู้นำ (Leadership)					
3.1 อพาร์ทเมนต์ที่มีการตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว					
3.2 อพาร์ทเมนต์ที่มีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในและนอก อย่างมีประสิทธิภาพ					
3.3 อพาร์ทเมนต์ที่สามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของ พนักงาน					
3.4 อพาร์ทเมนต์ที่มีมนุษยสัมพันธ์กับพนักงาน และลูกค้า อย่างดี					
4. การควบคุมกำกับ (Control)					
4.1 อพาร์ทเมนต์ที่มีมาตรการติดตาม ตรวจสอบการดำเนิน กิจการ					
4.2 อพาร์ทเมนต์ที่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานของ พนักงาน					
4.3 อพาร์ทเมนต์ที่มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ					
4.4 เมื่อมีปัญหาในกระบวนการให้บริการผู้ประกอบการ สามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อไปได้ภายใน เวลาอันรวดเร็ว					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือสละเวลาตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

1. ผศ.ดร. ชุตินันต์ บุญนวล
 อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

2. ผศ.ดร. อุษณีย์ เสวกวัชรีย์
 อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

3. ดร. บิวดิชา พุทธเกิด
 อาจารย์หลักสูตรวิทยาการจัดการ
 มหาวิทยาลัยศิลปากร



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยชุมชนพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระ

ที่ อว ๗๐๑๐/

วันที่ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผศ.ดร.อุษณีย์ เสาววัชร

ด้วย นายณัฐพล สืบบัวแก้ว รหัสประจำตัว ๖๓๒๐๕๐๕๘ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาลัยชุมชนพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง “การบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา วิจัยอิสระ

ในการนี้ สจล. วิทยาลัยชุมชนพระนครศรีอยุธยา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมืองานวิจัย มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามคุณภาพการบริการระบบการแพทย์ฉุกเฉินของจังหวัดชุมพร ตามเอกสารแนบด้วย จักขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว ๗๐๑๐/

วันที่ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๕

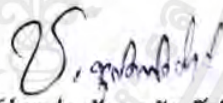
เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผศ.ดร.ชุตินันต์ บุญนวล

ด้วย นายณัฐพล สืบบัวแก้ว รหัสประจำตัว ๖๓๒๐๕๐๕๘ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง "การบริหารจัดการอาหารสด เมนต์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา วิจัยอิสระ

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมืองานวิจัย มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ แบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามคุณภาพการบริการระบบการแพทย์ฉุกเฉินของจังหวัดชุมพร ตามเอกสารแนบด้วย จักขอขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์


(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ)
อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง "การบริหารจัดการอาหารคัมภีร์อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร" โดย นายณัฐพล สืบบัวแก้ว นักศึกษาปริญญาตรี วิทยาลัยการศึกษาศาสตร์และเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 63205058 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาลัยการศึกษาศาสตร์และเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาลัยการศึกษาศาสตร์และเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิท่านหนึ่ง อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยใคร่ขออัญเชิญจากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในกาใช้ภาษา การเรียบเรียง ลำดับ ข้อความ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้

คะแนน

ถ้าเห็นว่ถูกต้อง	ให้คะแนน	+1
ถ้าไม่แน่ใจว่าถูกต้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่ถูกต้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นายณัฐพล สืบบัวแก้ว)

นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาลัยการศึกษาศาสตร์และเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ ผศ.ดร. ชุตินันต์ บุญนวล

ตำแหน่ง อาจารย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
 เพื่อประกอบการจัดเตรียมโครงการพิเศษระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
 สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นายณัฐพล สืบบัวแก้ว
 รหัสนักศึกษา 63205058
 หัวข้อโครงการพิเศษ "การบริหารจัดการอาหารตมเนตต์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร"

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

.....

ลงชื่อ.....

(ผศ.ดร. ชุตินันท์ บุญนวล)

วันที่ 16/6/2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง "การบริหารจัดการหอพัก
แมนต์อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร" โดย นายณัฐพล สืบบัวแก้ว นักศึกษานิติศาสตรบัณฑิต รหัสนักศึกษา
63205058 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมีอาจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนภักดิ์ เป็นอาจารย์ที่
ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามลูกค้าย่านหอพักแมนต์ อำเภอเมือง
จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน อ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้

คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	+1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ
เป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นายณัฐพล สืบบัวแก้ว)

นักศึกษานิติศาสตรบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ ผศ.ดร. อุพนธ์ เสวกวีศรี
ตำแหน่ง อาจารย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมโครงการพิเศษระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นายณัฐพล สิบบัวแก้ว
รหัสนักศึกษา 63205058
หัวข้อโครงการพิเศษ "การบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร"
ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)
 ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “การบริหารจัดการพร้อดแมนต์อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” โดย นายณัฐพล สืบบัวแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาตรี รหัสนักศึกษา 63205058 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมีอาจารย์ ดร. สมพิศ บุญรัตนภักดิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามผู้ตอบค่าพร้อดแมนต์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยใคร่ขอแนะนำจากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้

คะแนน

ถ้าเห็นว่าย่ส่ดคล่่อง	ให้คะแนน	+1
ถ้าไม่แน่ใจว่าส่ดคล่่อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่ส่ดคล่่อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ

เป็นอย่างสูงในกรณีเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

นายณัฐพล สืบบัวแก้ว

นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น เบ็ร กนิษฐา พงษ์เกิด

ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร. เบ็ร กนิษฐา พงษ์เกิด

ตำแหน่ง อาจารย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมโครงการพิเศษระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

.....
 นักศึกษา นายณัฐพล สืบบัวแก้ว
 รหัสนักศึกษา 63205058
 หัวข้อโครงการพิเศษ “การบริหารจัดการพอร์ตเมนต์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร”
 ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

.....

ลงชื่อ..... ปิ๋วณิชา พุทธเกิด
 (ดร. ปิ๋วณิชา พุทธเกิด)
 วันที่ 16/6/2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC

แบบสรุปลผลการทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค (Testability of Item Variable Congruence Index : IOC)

เรื่อง “การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

วัตถุประสงค	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
1. เพื่อวิจัยการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ข้อมูลทั่วไป					
	1. เพศ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. อายุ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. การศึกษา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. อาชีพ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	5. สถานภาพ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	6. ระดับรายได้	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
2. เพื่อวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ด้านผลิตภัณฑ์					
	1. ความหลากหลายของประเภทอพาร์ทเมนต์ที่ให้บริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. อพาร์ทเมนต์ที่ให้บริการมีความสวยงาม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. อพาร์ทเมนต์มีอุปกรณ์ครบถ้วน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. อพาร์ทเมนต์ใช้วัสดุที่ทันสมัย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ด้านราคา					
	1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอพาร์ทเมนต์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. มีป้ายบอกราคาอพาร์ทเมนต์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. มีการตั้งราคาที่เหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. มีหลายระดับราคาให้เลือก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
	1. มีหลายช่องทางในการติดต่อสอบถาม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. มีการให้คำแนะนำเกี่ยวอพาร์ทเมนต์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. มีหลากหลายช่องทางในการชำระเงิน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
2. เพื่อวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	4. มีขั้นตอนการจองอพาร์ทเมนต์ล่วงหน้าที่ถูกต้อง ชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ด้านส่งเสริมการตลาด					
	1. การให้ส่วนลด10%ให้ลูกค้าเช่าใหม่	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. มีการให้ส่วนลดค่าปรับประจำเดือน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. มีโปรโมชั่นส่วนลดห้องเช่าพิเศษในช่วงเทศกาล	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. มีการซ่อมแซมฟรีหลังจากที่ลูกค้าเช่าใหม่ตรวจสอบสภาพอพาร์ทเมนต์ภายใน 15 วัน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ด้านบุคลากร					
	1. พนักงานมีการต้อนรับที่ดี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการและซ่อมแซมอพาร์ทเมนต์ของพนักงานที่มีต่อลูกค้า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. มีการแต่งกายของพนักงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยเหมาะสมกับสถานที่ทำงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. พนักงานมีทักษะความรู้เกี่ยวกับการบริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ด้านกระบวนการ					
	1. บริการรวดเร็ว แม่นยำ และถูกต้อง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. มีกระบวนการบริการลูกค้าที่ดีและถูกต้อง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
2. เพื่อวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	3. มีการจัดเวลาคิวในการบริการซ่อมแซมบำรุงและกระบวนการจองห้องพักให้กับลูกค้าที่ดี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. มีการตรวจสอบการให้บริการทำความสะอาดให้กับลูกค้าที่ดี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ด้านลักษณะทางกายภาพ					
	1. สถานที่ใกล้กับสถานศึกษา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. อุปกรณ์ทำความสะอาดมีสภาพที่พร้อมเหมาะสมในการทำงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. การจัดวางอุปกรณ์อพาร์ทเมนท์ที่ถูกต้องเรียบร้อย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. มีบริการฟรี Wifi	+1	+1	0	0.6 6	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	การวางแผน					
	1. อพาร์ทเมนต์ที่ได้แจ้งการซ่อมบำรุงห้องพักให้กับลูกค้า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. อพาร์ทเมนต์ได้มีการรื้อถอนอุปกรณ์ในห้องพักให้กับลูกค้าโดยมีการแจ้งล่วงหน้า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. อพาร์ทเมนต์ที่ได้สอบถามความต้องการของลูกค้าในการเปลี่ยนสีห้องพัก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. อพาร์ทเมนต์ที่ได้สอบถามลูกค้าในการเปลี่ยนเตียงนอน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	การจัดองค์การ					
	1. อพาร์ทเมนต์ที่มีการจัดแบ่งเวลาทำความสะอาด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. อพาร์ทเมนต์ที่มีการจัดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการบริการ-ต้อนรับ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. อพาร์ทเมนต์ที่มีการจัดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการซ่อมบำรุง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. อพาร์ทเมนต์ที่มีการดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ลูกค้า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ภาวะผู้นำ					
	1. อพาร์ทเมนต์ที่มีการตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. อพาร์ทเมนต์ที่มีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในและนอกอย่างมีประสิทธิภาพ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. อพาร์ทเมนต์สามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. อพาร์ทเมนต์มีมนุษยสัมพันธ์กับพนักงาน และลูกค้าอย่างดี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	การควบคุมกำกับ					
	1. อพาร์ทเมนต์ที่มีมาตรการติดตามตรวจสอบการดำเนินงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. อพาร์ทเมนต์ที่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน of พนักงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. อพาร์ทเมนต์ที่มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. เมื่อมีปัญหาในกระบวนการให้บริการผู้ประกอบการสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมายเหตุ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.66 - 1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.00 - 0.60 พิจารณาปรับปรุง หรือตัดออก

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability : R)

Case Processing Summary

	N	%
Cases valid	30	100.00
Excluded	0	.0
Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.843	48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง.
ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ

มี 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยระดับความคิดเห็น ความเชื่อมั่นและทัศนคติ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มี 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการวิจัย อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	203	52.7	52.7	52.7
	หญิง	182	47.3	47.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

2.อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 20 ปี	150	39.0	39.0	39.0
	20 - 40 ปี	229	59.5	59.5	98.4
	41-60 ปี	6	1.6	1.6	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.การศึกษา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่าปริญญาตรี	182	47.3	47.3	47.3
	ปริญญาตรี	203	52.7	52.7	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

4.อาชีพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	นักเรียน/นักศึกษา	168	43.6	43.6	43.6
	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของ รัฐ	4	1.0	1.0	44.7
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	6	1.6	1.6	46.2
	พนักงานบริษัทเอกชน	1	.3	.3	46.5
	ลูกจ้าง	206	53.5	53.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

5.ระดับรายได้

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	360	93.5	93.5	93.5
	10,001-20,000 บาท	25	6.5	6.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์
อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1. ความหลากหลายของประเภทอพาร์ทเมนท์ที่ให้บริการตรงกับที่ท่านต้องการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	107	27.8	27.8	27.8
	ปานกลาง	179	46.5	46.5	74.3
	มาก	98	25.5	25.5	99.7
	มากที่สุด	1	.3	.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

2. อพาร์ทเมนท์ที่ให้บริการมีความสวยงาม

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	15	3.9	3.9	3.9
	ปานกลาง	262	68.1	68.1	71.9
	มาก	106	27.5	27.5	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. อพาร์ทเมนต์ที่มีอุปกรณ์ที่ครบถ้วน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	17	4.4	4.4	4.4
	ปานกลาง	258	67.0	67.0	71.4
	มาก	107	27.8	27.8	99.2
	มากที่สุด	3	.8	.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

4. ห้องเช่าใช้วัสดุที่ทันสมัย

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	14	3.6	3.6	3.6
	ปานกลาง	252	65.5	65.5	69.1
	มาก	117	30.4	30.4	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ความหลากหลายของประเภทอพาร์ทเมนต์ที่ให้บริการ	385	2	5	2.98	.74
อพาร์ทเมนต์ที่ให้บริการมีความสวยงาม	385	2	5	3.25	.52
อพาร์ทเมนต์ที่มีอุปกรณ์ที่ครบถ้วน	385	2	5	3.25	.54
ห้องเช่าใช้วัสดุที่ทันสมัย	385	2	5	3.28	.53

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลรวมผลคูณถัด	385	2.00	4.50	3.19	.49
Valid N (listwise)	385				

5. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอพาร์ทเมนท์

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	24	6.2	6.2	6.2
	ปานกลาง	260	67.5	67.5	73.8
	มาก	100	26.0	26.0	99.7
	มากที่สุด	1	.3	.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

6. มีป้ายราคากำกับประเภทอพาร์ทเมนท์

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
	น้อย	20	5.2	5.2	5.5
	ปานกลาง	257	66.8	66.8	72.2
	มาก	103	26.8	26.8	99.0
	มากที่สุด	4	1.0	1.0	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

7. มีการตั้งราคาอย่างเหมาะสม

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	9	2.3	2.3	2.3
	ปานกลาง	271	70.4	70.4	72.7
	มาก	104	27.0	27.0	99.7
	มากที่สุด	1	.3	.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. มีหลายระดับราคาให้ผู้เช่าเลือก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	144	37.4	37.4	37.4
	ปานกลาง	136	35.3	35.3	72.7
	มาก	100	26.0	26.0	98.7
	มากที่สุด	5	1.3	1.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอพาร์ทเมนท์	385	2	5	3.20	.54
มีป้ายบอกราคากำกับประเภทอพาร์ทเมนท์	385	1	5	3.23	.56
มีการตั้งราคาอย่างเหมาะสม	385	2	5	3.25	.49
มีหลายระดับราคาให้ผู้เช่าเลือก	385	2	5	2.91	.82
ผลรวมราคา	385	2.00	5.00	3.15	.51
Valid N (listwise)	385				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. มีหลายช่องทางในการติดต่อสอบถาม

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
	น้อย	73	19.0	19.0	19.2
	ปานกลาง	198	51.4	51.4	70.6
	มาก	111	28.8	28.8	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

10. มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับอาหารที่เน้น

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	38	9.9	9.9	9.9
	ปานกลาง	233	60.5	60.5	70.4
	มาก	110	28.6	28.6	99.0
	มากที่สุด	4	1.0	1.0	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

11. มีความหลากหลายช่องทางการชำระเงิน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	105	27.3	27.3	27.3
	ปานกลาง	163	42.3	42.3	69.6
	มาก	115	29.9	29.9	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. มีขั้นตอนการจองอพาร์ทเมนท์ล่วงหน้าที่ถูกต้อง ชัดเจน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	33	8.6	8.6	8.6
	ปานกลาง	64	16.6	16.6	25.2
	มาก	203	52.7	52.7	77.9
	มากที่สุด	85	22.1	22.1	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
มีหลายช่องทางในการติดต่อสอบถาม	385	1	5	3.10	.71
มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับอพาร์ทเมนท์	385	2	5	3.21	.62
มีความหลากหลายช่องทางการชำระเงิน	385	2	5	3.04	.77
มีขั้นตอนการจองอพาร์ทเมนท์ล่วงหน้าที่ถูกต้อง ชัดเจน	385	2	5	3.88	.85
ผลรวมช่องทางจัดจำหน่าย	385	2.00	4.75	3.31	.49
Valid N (listwise)	385				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. มีการให้ส่วนลด 10 % ให้ลูกค้าเข้าใหม่

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	153	39.7	39.7	39.7
	ปานกลาง	194	50.4	50.4	90.1
	มาก	36	9.4	9.4	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

14. มีการให้ส่วนลดค่าปรับประจำเดือน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	201	52.2	52.2	52.2
	ปานกลาง	151	39.2	39.2	91.4
	มาก	30	7.8	7.8	99.2
	มากที่สุด	3	.8	.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

15. มีโปรโมชั่นส่วนลดห้องเช่าพิเศษในช่วงเทศกาล

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	187	48.6	48.6	48.6
	ปานกลาง	154	40.0	40.0	88.6
	มาก	43	11.2	11.2	99.7
	มากที่สุด	1	.3	.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16. มีการซ่อมแซมฟรีหลังจากที่ลูกค้าเข้าใหม่ตรวจสอบสภาพอพาร์ทเมนท์ภายใน 15 วัน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	76	19.7	19.7	19.7
	ปานกลาง	172	44.7	44.7	64.4
	มาก	131	34.0	34.0	98.4
	มากที่สุด	6	1.6	1.6	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
มีการให้ส่วนลด 10 % ให้ลูกค้าเข้าใหม่	385	2	5	2.71	.65
มีการให้ส่วนลดค่าปรับประจำเดือน	385	2	5	2.57	.67
มีโปรโมชั่นส่วนลดห้องเช่าพิเศษในช่วงเทศกาล	385	2	5	2.63	.69
มีการซ่อมแซมฟรีหลังจากที่ลูกค้าเข้าใหม่ตรวจสอบสภาพอพาร์ทเมนท์ภายใน 15 วัน	385	2	5	3.17	.76
ผลรวมส่งเสริมการตลาด	385	2.00	5.00	2.77	.62
Valid N (listwise)	385				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

17. พนักงานมีการต้อนรับลูกค้าที่ดี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	11	2.9	2.9	2.9
	ปานกลาง	255	66.2	66.2	69.1
	มาก	116	30.1	30.1	99.2
	มากที่สุด	3	.8	.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

18. ความกระตือรือร้นในการให้บริการและซ่อมแซมพาร์ทเมนท์ของพนักงานที่มีต่อลูกค้า

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	40	10.4	10.4	10.4
	ปานกลาง	226	58.7	58.7	69.1
	มาก	117	30.4	30.4	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

19. การแต่งกายของพนักงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยเหมาะสมกับสถานที่ทำงาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	21	5.5	5.5	5.5
	ปานกลาง	235	61.0	61.0	66.5
	มาก	126	32.7	32.7	99.2
	มากที่สุด	3	.8	.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

20. พนักงานมีทักษะความรู้เกี่ยวกับการบริการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	15	3.9	3.9	3.9
	ปานกลาง	236	61.3	61.3	65.2
	มาก	130	33.8	33.8	99.0
	มากที่สุด	4	1.0	1.0	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
พนักงานมีการต้อนรับลูกค้าที่ดี	385	2	5	3.29	.53
ความกระตือรือร้นในการให้บริการและซ่อมแซมอาหารที่เสิร์ฟของพนักงานที่มีต่อลูกค้า	385	2	5	3.21	.62
การแต่งกายของพนักงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยเหมาะสมกับสถานที่ทำงาน	385	2	5	3.29	.58
พนักงานมีทักษะความรู้เกี่ยวกับการบริการ	385	2	5	3.32	.56
ผลรวมบุคคล	385	2.00	5.00	3.28	.50
Valid N (listwise)	385				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

21. บริการรวดเร็ว แม่นยำ และถูกต้อง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	24	6.2	6.2	6.2
	ปานกลาง	227	59.0	59.0	65.2
	มาก	133	34.5	34.5	99.7
	มากที่สุด	1	.3	.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

22. มีกระบวนการบริการลูกค้าที่ดีและถูกต้อง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	15	3.9	3.9	3.9
	ปานกลาง	243	63.1	63.1	67.0
	มาก	125	32.5	32.5	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

23. มีการจัดเวลาคิวในการให้บริการซ่อมบำรุงและกระบวนการจองห้องพักให้กับลูกค้าที่ดี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	79	20.5	20.5	20.5
	ปานกลาง	179	46.5	46.5	67.0
	มาก	122	31.7	31.7	98.7
	มากที่สุด	5	1.3	1.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

24. มีการตรวจสอบการให้บริการทำความสะอาดให้กับลูกค้าที่ดี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	36	9.4	9.4	9.4
	ปานกลาง	212	55.1	55.1	64.4
	มาก	134	34.8	34.8	99.2
	มากที่สุด	3	.8	.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
บริการรวดเร็ว แม่นยำ และถูกต้อง	385	2	5	3.29	.58
มีกระบวนการบริการลูกค้าที่ดีและถูกต้อง	385	2	5	3.30	.55
มีการจัดเวลาคิวในการให้บริการซ่อมบำรุงและกระบวนการจองห้องพักให้กับลูกค้าที่ดี	385	2	5	3.14	.75
มีการตรวจสอบการให้บริการทำความสะอาดให้กับลูกค้าที่ดี	385	2	5	3.27	.63
ผลรวมกระบวนการ	385	2.00	5.00	3.25	.55
Valid N (listwise)	385				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

25. สถานที่ใกล้กับสถานศึกษา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	12	3.1	3.1	3.1
	ปานกลาง	169	43.9	43.9	47.0
	มาก	201	52.2	52.2	99.2
	มากที่สุด	3	.8	.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

26. อุปกรณ์ทำความสะอาดมีสภาพที่พร้อมเหมาะสมในการใช้งาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	13	3.4	3.4	3.4
	ปานกลาง	236	61.3	61.3	64.7
	มาก	134	34.8	34.8	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

27. การจัดวางอุปกรณ์ภายในอพาร์ทเมนท์ที่ถูกต้องเรียบร้อย

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	16	4.2	4.2	4.2
	ปานกลาง	243	63.1	63.1	67.3
	มาก	124	32.2	32.2	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

28. มีบริการ WI-FI ฟรี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	12	3.1	3.1	3.1
	ปานกลาง	155	40.3	40.3	43.4
	มาก	215	55.8	55.8	99.2
	มากที่สุด	3	.8	.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
สถานที่ใกล้กับสถานศึกษา	385	2	5	3.51	.57
อุปกรณ์ทำความสะอาดมีสภาพที่พร้อมเหมาะสมในการใช้งาน	385	2	5	3.32	.55
การจัดวางอุปกรณ์ภายในอพาร์ทเมนต์ที่ถูกต้องเรียบร้อย	385	2	5	3.29	.55
มีบริการ WI-FI ฟรี	385	2	5	3.54	.57
ผลรวมกายภาพ	385	2.00	5.00	3.42	.45
Valid N (listwise)	385				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การบริหารจัดการอพาร์ทเมนท์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

29. อพาร์ทเมนท์ที่ได้แจ้งการซ่อมบำรุงห้องพักให้กับลูกค้า

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	16	4.2	4.2	4.2
	ปานกลาง	247	64.2	64.2	68.3
	มาก	120	31.2	31.2	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

30. อพาร์ทเมนท์ที่ได้มีการยื่นถอนอุปกรณ์ในห้องพักให้กับลูกค้าโดยมีการแจ้งล่วงหน้า

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	19	4.9	4.9	4.9
	ปานกลาง	257	66.8	66.8	71.7
	มาก	107	27.8	27.8	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

31. อพาร์ทเมนท์ที่ได้สอบถามความต้องการของลูกค้าในการเปลี่ยนสีห้องพัก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	20	5.2	5.2	5.2
	ปานกลาง	241	62.6	62.6	67.8
	มาก	120	31.2	31.2	99.0
	มากที่สุด	4	1.0	1.0	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

32. อพาร์ทเมนต์ที่ได้สอบถามลูกค้าในการเปลี่ยนเตียงนอน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	105	27.3	27.3	27.3
	ปานกลาง	159	41.3	41.3	68.6
	มาก	120	31.2	31.2	99.7
	มากที่สุด	1	.3	.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
อพาร์ทเมนต์ที่ได้แจ้งการซ่อมบำรุงห้องพักให้กับลูกค้า	385	2	5	3.28	.54
อพาร์ทเมนต์ที่ได้มีการรับถนอนอุปกรณ์ในห้องพักให้กับลูกค้าโดยมีการแจ้งล่วงหน้า	385	2	5	3.24	.54
อพาร์ทเมนต์ที่ได้สอบถามความต้องการของลูกค้าในการเปลี่ยนสีห้องพัก	385	2	5	3.28	.57
อพาร์ทเมนต์ที่ได้สอบถามลูกค้าในการเปลี่ยนเตียงนอน	385	2	5	3.04	.77
sum_Plan1	385	2.00	5.00	3.21	.52
Valid N (listwise)	385				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

33. อพาร์ทเมนท์ที่มีการจัดแบ่งเวลาทำความสะอาด

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	72	18.7	18.7	18.7
	ปานกลาง	189	49.1	49.1	67.8
	มาก	122	31.7	31.7	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

34. อพาร์ทเมนท์ที่มีการจัดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการบริการ-ต้อนรับ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	21	5.5	5.5	5.5
	ปานกลาง	243	63.1	63.1	68.6
	มาก	119	30.9	30.9	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

35. อพาร์ทเมนท์ที่มีการจัดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการซ่อมบำรุง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	78	20.3	20.3	20.3
	ปานกลาง	187	48.6	48.6	68.8
	มาก	117	30.4	30.4	99.2
	มากที่สุด	3	.8	.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

36. อพาร์ทเมนต์ที่มีการดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ลูกค้า

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	20	5.2	5.2	5.2
	ปานกลาง	239	62.1	62.1	67.3
	มาก	123	31.9	31.9	99.2
	มากที่สุด	3	.8	.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
อพาร์ทเมนต์ที่มีการจัดแบ่งเวลาทำความสะอาด	385	2	5	3.14	.71
อพาร์ทเมนต์ที่มีการจัดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการบริการ-ต้อนรับ	385	2	5	3.26	.56
อพาร์ทเมนต์ที่มีการจัดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการซ่อมบำรุง	385	2	5	3.12	.72
อพาร์ทเมนต์ที่มีการดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ลูกค้า	385	2	5	3.28	.57
sum_Organization	385	2.00	5.00	3.20	.56
Valid N (listwise)	385				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

37. อพาร์ทเมนท์ที่มีการตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	14	3.6	3.6	3.6
	ปานกลาง	242	62.9	62.9	66.5
	มาก	127	33.0	33.0	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

38. อพาร์ทเมนท์ที่มีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในและนอกอย่างมีประสิทธิภาพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	19	4.9	4.9	4.9
	ปานกลาง	248	64.4	64.4	69.4
	มาก	116	30.1	30.1	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

39. อพาร์ทเมนท์สามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	113	29.4	29.4	29.4
	ปานกลาง	160	41.6	41.6	70.9
	มาก	111	28.8	28.8	99.7
	มากที่สุด	1	.3	.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

40. อพาร์ทเมนต์ที่มีมนุษย์สัมพันธ์กับพนักงาน และลูกค้าอย่างดี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	20	5.2	5.2	5.2
	ปานกลาง	239	62.1	62.1	67.3
	มาก	123	31.9	31.9	99.2
	มากที่สุด	3	.8	.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
อพาร์ทเมนต์ที่มีการตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่างถูกต้องรวดเร็ว	385	2	5	3.30	.54
อพาร์ทเมนต์ที่มีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในและนอกอย่างมีประสิทธิภาพ	385	2	5	3.26	.55
อพาร์ทเมนต์ที่สามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน	385	2	5	3.00	.77
อพาร์ทเมนต์ที่มีมนุษย์สัมพันธ์กับพนักงาน และลูกค้าอย่างดี	385	2	5	3.28	.57
sum_Leadership	385	2.00	5.00	3.21	.53
Valid N (listwise)	385				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

41. อพาร์ทเมนต์ที่มีมาตรการติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	15	3.9	3.9	3.9
	ปานกลาง	235	61.0	61.0	64.9
	มาก	133	34.5	34.5	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

42. อพาร์ทเมนต์ที่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานของพนักงาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	18	4.7	4.7	4.7
	ปานกลาง	243	63.1	63.1	67.8
	มาก	121	31.4	31.4	99.2
	มากที่สุด	3	.8	.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

43. อพาร์ทเมนต์ที่มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	31	8.1	8.1	8.1
	ปานกลาง	233	60.5	60.5	68.6
	มาก	120	31.2	31.2	99.7
	มากที่สุด	1	.3	.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

44. เมื่อมีปัญหาในกระบวนการให้บริการผู้ประกอบการสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	19	4.9	4.9	4.9
	ปานกลาง	243	63.1	63.1	68.1
	มาก	121	31.4	31.4	99.5
	มากที่สุด	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
อพาร์ทเมนต์ที่มีมาตรการติดตาม ตรวจสอบการดำเนินกิจการ	385	2	5	3.32	.55
อพาร์ทเมนต์ที่มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานของพนักงาน	385	2	5	3.28	.56
อพาร์ทเมนต์ที่มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ	385	2	5	3.24	.59
เมื่อมีปัญหาการให้บริการผู้ประกอบการสามารถแก้ไขปัญหาได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว	385	2	5	3.28	.56
sum_Control	385	2.00	5.00	3.28	.50
Valid N (listwise)	385				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นายณัฐพล สืบบัวแก้ว
 วัน เดือน ปีเกิด 9 สิงหาคม 2542
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 351/11 หมู่ที่ - ตำบล ท่าตะเภา อำเภอ เมือง จังหวัดชุมพร 86000
 สถานที่ศึกษาปัจจุบัน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2563 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาชุมพร
 พ.ศ.2564 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้