

การรับรู้การให้บริการ คุณภาพบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์
 ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรกษา
 Perceived Service, Service Quality and Customer Relationship Management
 on Social Media Affecting Members's Satisfaction
 of The Trust Srinakarin-Praeksa Village

พรสุรีย์ สีสังข์

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Pornsuree Seesang

E-mail: torsuree@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Accounting

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรกษา ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการรับรู้การให้บริการ คุณภาพบริการ และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกของหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 191 คน/ครัวเรือน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ปัจจัยการรับรู้การให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการบริหารความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.07$) คุณภาพบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ($\bar{X} = 3.99$) การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านคิดว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่น่าสนใจและสามารถเข้าถึงการใช้บริการส่วนกลางของสมาชิกได้ง่ายขึ้น ($\bar{X} = 3.94$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) สมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการโดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัจจัยด้านการรับรู้การให้บริการ ด้านการบริหารผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้านสภาพแวดล้อมในหมู่บ้าน ด้านบริหารทรัพย์สินส่วนกลาง และด้านบริหารงบประมาณ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) คุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (4) การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ การรับรู้การให้บริการ

Abstract

The purpose of this study is to examine the factors affecting to the members's satisfaction of The Trust Srinakarin-Praeksa Village. The factors include demographic factors, service perception factors, quality of service factors and customer relationship management on social media factors. The 191 samples were drawn from population of the member of The Trust Srinakarin-Praeksa Village. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One way ANOVA) and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most member of The Trust Srinakarin-Praeksa Village were female between 31 - 40 years old, received Bachelor's Degree, occupation of private company employee and received monthly income of 40,001 – 50,000 Bath. Service perception factors were at high level ($\bar{X} = 3.95$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was the security management ($\bar{X} = 4.07$). Quality of service factors were at high level ($\bar{X} = 3.93$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was certainty giving ($\bar{X} = 3.99$). Customer relationship management on social media factors were at high level ($\bar{X} = 3.87$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was the customer relationship management on social media is an interest and easy way to get the central services ($\bar{X} = 3.94$).

The results of hypothesis test show that (1) the member of The Trust Srinakarin-Praeksa Village with different education had different overall satisfaction. (2) Service perception factors of concerned person management, environment of village, central asset management and budget management had effect on the members's satisfaction of The Trust Srinakarin-Praeksa Village at statistical significance of 0.05 levels. (3) Quality of service in materiality, response to the desire and understanding and sympathize had effect on the members's satisfaction of The Trust Srinakarin-Praeksa Village at statistical significance of 0.05 levels. And (4) Customer relationship management on social media factors had effect on the members's satisfaction of The Trust Srinakarin-Praeksa Village at statistical significance of 0.05 levels.

Keyword: Satisfaction, Service perception

บทนำ

หมู่บ้านจัดสรรจัดเป็นองค์กรหนึ่งที่มีรูปแบบการบริหารงานแบบชุมชนสาธารณะ ซึ่งมีกฎหมายรองรับโดยพระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543 ซึ่งกำหนดให้มีการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลเพื่อรับโอนสาธารณูปโภคจากผู้จัดสรรที่ดินและนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการแก่สมาชิกในหมู่บ้าน (สำนักมาตรฐานการทะเบียนที่ดิน, กรมที่ดิน. (ม.ป.ป.). และเนื่องจากความหลากหลายของผู้คนในชุมชนที่มีอายุตั้งแต่แรกเกิดวัยเด็ก กลุ่มวัยทำงาน จนกระทั่งผู้สูงอายุ และมีทั้งครอบครัวขนาดใหญ่ และขนาดเล็ก การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชน จากสถิติผู้ใช้ดิจิทัลของประเทศไทย ใน ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2563 มีบัญชี social media 52 ล้านบัญชี คนไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและมีบัญชีโซเชียล คิดเป็นร้อยละ 75 เล่นโซเชียลเฉลี่ยวันละเกือบ 2.55 ชั่วโมงต่อวัน (WeAreSocial 2020) พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้ใช้อาศัยในชุมชนและสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปเป็นสังคมผู้สูงอายุ แต่พฤติกรรมส่วนใหญ่คนวัยทำงานไม่เปลี่ยนแปลง โดยจะใช้เวลาอยู่ที่ทำงานกับการเดินทางมากกว่าอยู่ที่บ้าน ซึ่งเด็กและผู้สูงอายุอยู่บ้านเพียงลำพังอาจเกิดอันตรายได้ง่าย หากการบริหารงานของผู้นำชุมชนไม่ได้ครอบคลุมถึงความปลอดภัย การสื่อสารที่รวดเร็วและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความหลากหลาย การรับข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขอย่างทันท่วงทีหรือแม้กระทั่งการรับรู้ข่าวสารในการขอความร่วมมือในกรณีเกิดโรคระบาด COVID-19 ซึ่งต้องมีกระบวนการเปิดรับข่าวสารเพื่อสามารถปฏิบัติให้ถูกต้องในช่วงโรคระบาด ดังนั้นผู้บริหารงานชุมชนต้องให้ความสำคัญในการบริหารรูปแบบใหม่ ด้วยการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ในการส่งข้อมูลข่าวสารหรือการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

การบริหารสาธารณูปโภคและสภาพแวดล้อมของหมู่บ้านหลายโครงการหมู่บ้านจัดสรรก็ต้องประสบกับความล้มเหลวในการดูแลการบริหารจัดการ ซึ่งไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้อยู่อาศัยได้ หรือแม้แต่มิได้รับความสะดวกจากการบริการสาธารณูปโภค นิติบุคคลหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา เป็นองค์กรหนึ่งที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการตามที่สมาชิกคาดหวัง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึง การรับรู้การให้บริการ คุณภาพบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา เพื่อเป็นข้อมูลต่อผู้บริหารนิติบุคคลหมู่บ้านประกอบการพัฒนาการบริหารจัดการชุมชน หมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา เพื่อให้ตรงกับความต้องการของสมาชิกในหมู่บ้านและทำให้เกิดความพึงพอใจ อยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้การให้บริการ คุณภาพบริการ และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา

ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษา การรับรู้การให้บริการ คุณภาพบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ สมาชิกของหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนทั้งสิ้น 364 ครัวเรือน (ใบอนุญาตให้ทำการจัดสรรที่ดิน เลขที่ 23/2556) ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 191 คน/ครัวเรือน

2. ตัวแปรที่ทำการศึกษาได้แก่ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้การให้บริการ คุณภาพบริการ และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ สำหรับ ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา

สมมติฐานของการวิจัย

1. สมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ต่างกัน

2. สมมติฐาน ปัจจัยด้านการรับรู้การให้บริการ คุณภาพบริการ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา
2. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการรับรู้การให้บริการ คุณภาพบริการ และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์
3. เพื่อเป็นข้อมูลต่อผู้บริหารนิติบุคคลหมู่บ้านในการปรับปรุงแบบและพัฒนาระบบการจัดการชุมชน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของสมาชิกในหมู่บ้านและทำให้เกิดความพึงพอใจสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข

แนวคิดและทฤษฎี

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้การให้บริการ คุณภาพการบริการ

กันยา สุวรรณแสง (2554) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการรับรู้ไว้ว่า สิ่งเร้าอย่างเดียวกันทำให้คนสองคนสามารถรับรู้ต่างกันได้ ความสำคัญของการรับรู้ มีดังนี้ (1) การรับรู้มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ทำให้เกิดการเรียนรู้ ถ้าไม่มีการรับรู้การเรียนรู้จะเกิดขึ้นไม่ได้ การเรียนรู้มีผลต่อการรับรู้ครั้งใหม่ เนื่องจากความรู้พื้นฐานเดิมจะช่วยแปลความหมายให้ทราบว่าคืออะไร (2) การรับรู้มีความสำคัญต่อเจตคติ อารมณ์ และแนวโน้มของพฤติกรรม เมื่อรับรู้แล้วย่อมเกิดความรู้สึก เกิดอารมณ์พัฒนาเป็นเจตคติ แล้วพัฒนาสู่องค์ความรู้ในที่สุด

Kotler and Armstrong (2008) ได้กล่าวเกี่ยวกับลักษณะการบริการคือ (1) ไม่มีตัวตนไม่สามารถจับต้อง (2) ไม่แน่นอนมีความหลากหลาย (3) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการและ (4) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ โดยที่ Gothberg (1986) ได้ให้ความเห็นว่า งานบริการต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ คุณภาพของทรัพยากร คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ และการสื่อสาร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

Jiang and Wang (2006) ได้พัฒนาตัวแบบ SERVQUAL Model เพื่อใช้สำหรับการประเมินคุณภาพการให้บริการ 5 มิติ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือ และไว้วางใจ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จัก และเข้าใจลูกค้า

2.แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารความสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์

การบริหารความสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Customer Relationship Management) เป็นเครื่องมือที่เสริมให้การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบ

ดั้งเดิมช่วยให้เกิดการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์มีประสิทธิผลมากขึ้น สามารถโต้ตอบกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ได้ทันที เกิดการสื่อสารได้อย่างรวดเร็วและตอบโต้ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2556)

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

กชกร เบ้าสุวรรณ และคณะ (2550) ให้คำจำกัดความถึงความพึงพอใจว่าเป็นสิ่งที่เป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของแต่ละบุคคลอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกหรือทางลบ แต่เมื่อได้สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้จะเกิดความรู้สึกบวกเป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวังจะทำให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ โดยมีหลักการความพึงพอใจ 3 ประการ คือ การดำเนินงานที่รับรู้ได้ ความหวังที่เหมาะสม และความปรารถนาที่เหมาะสม

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกของหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนทั้งสิ้น 364 ครัวเรือน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 191 คน/ครัวเรือน หลังจากกำหนดกลุ่มตัวอย่างแล้ว เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างกระจายครอบคลุมทั่วประชากร ผู้ศึกษาจึงเลือกใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยการแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นชั้นภูมิตามรูปแบบบ้าน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน มีคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้การให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการนิติบุคคลของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ได้แก่ ด้านบริหารทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารคุณภาพชีวิต ด้านสภาพแวดล้อมใน

หมู่บ้าน ด้านการบริหารความปลอดภัย ด้านการบริหารผู้ที่เกี่ยวข้อง และด้านการจัดหาบริการให้กับสมาชิก มีคำถามทั้งหมด 33 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับด้านคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการนิติบุคคลของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ มีคำถามทั้งหมด 13 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านการบริหารความสัมพันธ์กับสมาชิกบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการนิติบุคคลของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความสัมพันธ์กับสมาชิกบนสื่อสังคมออนไลน์ มีคำถามทั้งหมด 7 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวม เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการนิติบุคคลของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา มีคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา มีคำถามทั้งหมด 1 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรความพึงพอใจในการใช้บริการ
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปร

ทั้งหมด

4. จัดทำร่างแบบสอบถาม

5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

5. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบคำถาม การใช้ภาษาในแบบสอบถาม เพื่อความครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตามตารางตรวจสอบคุณภาพครอบคลุมด้านเนื้อหาการวิจัย รวมไปถึงใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยจะนำคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ก่อนนำไปใช้งานจริง

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach,1974) ปัจจัยการรับรู้การให้บริการภาพรวม 0.951 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านบริหารทรัพย์สินส่วนกลาง 0.842 ด้านบริหารงบประมาณ 0.824 ด้านการบริหารคุณภาพชีวิต 0.834 ด้านสภาพแวดล้อมในหมู่บ้าน 0.818 ด้านการบริหารความปลอดภัย 0.916 ด้านการบริหารผู้ที่เกี่ยวข้อง 0.860 และด้านการจัดหาบริการให้กับสมาชิก 0.720 ด้านคุณภาพบริการภาพรวม 0.946 แสดงเป็นรายด้านดังนี้ ด้านความเป็น

รูปธรรม 0.931 ด้านความน่าเชื่อถือ 0.723 ด้านการตอบสนองความต้องการ 0.933 ด้านการให้ความเชื่อมั่น 0.702 และด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ 0.800 การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ภาพรวม 0.966 และความพึงพอใจในการใช้บริการนิติบุคคลของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษาภาพรวม 0.906

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 191 คน/ครัวเรือน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกของหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา จังหวัดสมุทรปราการ โดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ใช้วิธีการจับสลากโดยทำรายชื่อเลขที่บ้านทั้งหมด โดยมีเลขกำกับหน่วยรายชื่อทั้งหมด หลังจากนั้นส่งแบบสอบถามให้สมาชิกบ้านที่ถูกสุ่มได้ในแต่ละกลุ่มรูปแบบบ้าน ซึ่งหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลครบจำนวน 191 ชุดแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไป ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความแปรปรวนโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ คุณภาพบริการ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 ความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา จำแนกตามเพศ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทดสอบ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 ความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธีของ Least-Significant Different (LSD)

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้การให้บริการ คุณภาพบริการ และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องการรับรู้การให้บริการ คุณภาพบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้การให้บริการในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษาโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการบริหารความปลอดภัย ด้านสภาพแวดล้อมในหมู่บ้าน ด้านบริหารทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านการบริหารผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้านบริหารงบประมาณ ด้านการจัดหาบริการให้กับสมาชิก และด้านการบริหารคุณภาพชีวิต

ผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษาโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ

ผลการวิเคราะห์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ สมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ที่มีเพศ อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการโดยภาพรวมไม่ต่างกัน และสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการโดยภาพรวมต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้การให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการรับรู้การให้บริการ ด้านการบริหารผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้านสภาพแวดล้อมในหมู่บ้าน ด้านบริหารทรัพย์สินส่วนกลาง และด้านบริหารงบประมาณ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา และปัจจัยด้านการรับรู้การให้บริการ ด้านการบริหารคุณภาพชีวิต ด้านการบริหารความปลอดภัย และด้านการจัดหาบริการให้กับสมาชิก ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา

ผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ คุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา และคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการให้ความเชื่อมั่น ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา

ผลการวิเคราะห์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ มีการรายงานความคืบหน้างานที่ขอใช้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอต่อการรายงานความคืบหน้า หรือช่องทางการรายงานอาจไม่สะดวก รวดเร็ว ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ทำให้สภาพแวดล้อมของหมู่บ้านน่าอยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒนา แซ่ตั้ง (2558) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ของผู้อยู่อาศัยในชุมชนลุมพินี ผลการศึกษาพบว่า โดยเฉลี่ยแล้ว กลุ่มตัวอย่างคือผู้อยู่อาศัยในชุมชนลุมพินีที่มีมากกว่า 500 ห้องชุด ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการชุมชนลุมพินีอยู่ในระดับมาก

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 สมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ที่มีเพศ อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการโดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าเพศ อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ดังนั้นไม่ว่าเพศชายหรือเพศหญิง มีความพึงพอใจในการใช้บริการโดยภาพรวมที่คล้ายคลึงกัน การมาใช้บริการนิติบุคคลอาจมาจากตัวแทนของครัวเรือนซึ่งเป็นสมาชิกในกลุ่มอายุเดียวกันเป็นหลัก และการให้บริการของนิติบุคคลตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้ไม่ว่าจะอาชีพใด รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนเท่าใด ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ สุวัฒนา แซ่ตั้ง (2558) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ของผู้อยู่อาศัยในชุมชนลุมพินี พบว่า เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการนิติบุคคลของผู้อยู่อาศัย และสอดคล้องกับวิจัยของ นิษารัตน์ อัครมณี (2562) ได้ศึกษาทัศนคติของผู้อยู่อาศัยต่อลักษณะคอนโดมิเนียมที่ส่งเสริมสุขภาวะในการอยู่อาศัย พบว่า อายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อเรื่องสุขภาวะในคอนโดมิเนียม

2.2 สมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการโดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าระดับการศึกษามีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา อาจเป็นเพราะยิ่งระดับการศึกษาสูงทำให้เกิดกระบวนการคิดและความต้องการที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น จะทำให้ระดับความต้องการมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ณฐา เนื่องจำนงค์ (2559) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริหารจัดการที่พักอาศัยให้เช่ากรณีศึกษาที่พักอาศัยให้เช่าในเขตพื้นที่ ตำบลบ้านเข็ด อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี พบว่า ระดับการศึกษา มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริหารจัดการ

3. ผลการศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้การให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านการรับรู้การให้บริการ ด้านการบริหารผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้านสภาพแวดล้อมในหมู่บ้าน ด้านบริหารทรัพย์สินส่วนกลาง และด้านบริหารงบประมาณ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า สมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ให้ความสำคัญต่อบริการด้านการรับรู้การให้บริการ ด้านการบริหารผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้านสภาพแวดล้อมในหมู่บ้าน ด้านบริหารทรัพย์สินส่วนกลาง และ

ด้านบริหารงบประมาณ ในระดับมาก สมาชิกผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการเมื่อระบบไฟฟ้าพร้อมใช้งานเสมอ มีการบริหารจัดการจราจรชุมชน เวลาเปิด-ปิด พิเศษและสระว่ายน้ำมีความเหมาะสม มีการบริหารจัดการในการติดตามค้างชำระค่าใช้จ่าย มีการจัดซื้อจัดจ้าง โปร่งใส และค่าใช้จ่ายส่วนกลางมีความเหมาะสม พื้นที่สวนกลางสะอาด เป็นระเบียบ ระเบียบปฏิบัติตามหน้าที่และกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด นายช่างหมู่บ้านมีความเอาใจใส่ดูแลงานซ่อม และทุกคนในหมู่บ้านเคารพกฎ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒนา แซ่ตั้ง (2558) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ของผู้อยู่อาศัยในชุมชนลุมพินี พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับผู้ให้บริการ ด้านบริหารทรัพย์สินส่วนกลาง ด้านบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้านสภาพแวดล้อมในหมู่บ้าน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการนิติบุคคลบริหารโดยบริษัท ลุมพินี พรอพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 ปัจจัยด้านการรับรู้การให้บริการ ด้านการบริหารคุณภาพชีวิต ด้านการบริหารความปลอดภัย และด้านการจัดหาบริการให้กับสมาชิก ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า สมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ให้ความสำคัญในการรักษากฎระเบียบต่างๆ ของหมู่บ้าน และมีการสื่อสารข่าวสารต่างๆ ต่อกันอยู่เสมอ การดูแลรักษาความปลอดภัยภายในหมู่บ้านค่อนข้างดี สมาชิกได้รับความสะดวกในการแจ้งซ่อม และการเข้าซ่อมตรงตามเวลาที่ได้รับการยืนยัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชารัตน์ อัครมณี (2562) ศึกษาทัศนคติของผู้อยู่อาศัยต่อลักษณะคอนโดมิเนียมที่ส่งเสริมสุขภาวะในการอยู่อาศัย โดยกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมที่มีลักษณะการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยลักษณะการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในเรื่องสุขภาวะในคอนโดมิเนียม

4. ผลการศึกษาคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 คุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า สมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรม ในระดับมาก มีความเห็นว่าเจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี มีความกระตือรือร้น และให้บริการด้วยความรวดเร็ว พร้อมทั้งจะเอาใจใส่และปฏิบัติต่อผู้มาใช้บริการด้วยความเต็มใจ และสื่อสารกับผู้มาใช้บริการด้วยข้อความที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชาภัทร อ้นนันนัย (2559) ทำการศึกษาคุณภาพการบริการและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารอิสลามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการตอบสนองความต้องการด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจร้านอาหารอิสลามในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการให้ความเชื่อมั่น ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า สมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา เห็นว่า เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการปฏิบัติงานได้ถูกต้องตามระเบียบของหมู่บ้านอยู่แล้ว ให้บริการด้วยความสุภาพ สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความเป็นมืออาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤพันธุ์ กลิ่นขจร (2562) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม เดอะ เวสทิน แกรนด์ สุขุมวิท พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม เดอะ เวสทิน แกรนด์ สุขุมวิท

5. ผลการศึกษาการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา สามารถสรุปได้ดังนี้

การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า สมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ให้ความสำคัญต่อการบริหารความสัมพันธ์กับสมาชิกบนสื่อสังคมออนไลน์ ในระดับมาก การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสมาชิกในหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ผ่านเครือข่ายไลน์กลุ่ม เพื่อติดต่อและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ได้ อย่างสะดวกและรวดเร็ว เป็นช่องทางที่น่าสนใจและสามารถเข้าถึงการใช้บริการส่วนกลางของสมาชิกได้ง่ายขึ้น ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิลาสินี อินทร์สุวรรณ (2561) ทำการศึกษา การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ ของ บริษัท แอลจี อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด และ ความภักดีต่อตราสินค้า ในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ส่วนการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความสัมพันธ์อันดีระหว่างเครื่องใช้ไฟฟ้าแอลจีและ ผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อใช้ประโยชน์เป็นข้อมูลต่อผู้บริหารนิติบุคคลหมู่บ้านในการ ปรับรูปแบบและพัฒนาการบริหารชุมชน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข ดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า สมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษาที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษาโดยภาพรวมไม่ต่างกัน ดังนั้น นิติบุคคลจึงไม่ควรเน้นประเด็นความสนใจเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน อาจเพราะการใช้บริการนิติบุคคลเกิดจากความต้องการร่วมกันของครอบครัว และมาจากตัวแทนของครัวเรือนซึ่งเป็น สมาชิกในกลุ่มอายุเดียวกันเป็นหลัก การให้บริการของนิติบุคคลตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้ไม่ว่าจะอาชีพใด และไม่ว่าจะมีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนเท่าใด จึงส่งผลให้ความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา สมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา โดยภาพรวมต่างกัน ดังนั้น นิติบุคคลควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านระดับการศึกษาของสมาชิก อาจเป็นเพราะยิ่งระดับการศึกษาสูงทำให้เกิดกระบวนการคิดและความต้องการที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้นจะทำให้ระดับความต้องการมากขึ้น

ปัจจัยด้านการรับรู้การให้บริการ

ปัจจัยด้านการรับรู้การให้บริการ ด้านการบริหารผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้านสภาพแวดล้อมในหมู่บ้าน ด้านบริหารทรัพย์สิน ส่วนกลาง และด้านบริหารงบประมาณ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ดังนั้น นิติบุคคลควรให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามหน้าที่และกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ของรพภ. การปฏิบัติงานของนายช่างหมู่บ้าน การดูแลพื้นที่ส่วนกลางต่างๆ การจัดการเก็บขยะ งานระบบต่างๆ ให้พร้อม ใช้งาน เช่น ระบบไฟฟ้า เครื่องออกกำลังกายอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน การบริหารจัดการในการติดตามค้างชำระค่าใช้จ่าย *คุณภาพบริการ*

คุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ดังนั้น นิติบุคคลควรให้

ความสำคัญเป็นอย่างมาก เจ้าหน้าที่ต้องมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี เมื่อสมาชิกติดต่อขอรับบริการ ต้องมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการและให้บริการด้วยความรวดเร็ว สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ให้ความเอาใจใส่กับสมาชิกอย่างเท่าเทียม

การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์

การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อออนไลน์ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ดังนั้น นิติบุคคลควรมีช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงการใช้บริการ ส่วนกลางของสมาชิกได้ง่ายขึ้น ทำให้สมาชิกมีส่วนร่วมในกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์ของหมู่บ้านบนสื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางที่มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากความพึงพอใจในการใช้บริการนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร เป็นเรื่องเกี่ยวกับทัศนคติของบุคคล มิใช่เป็นสิ่งที่ถาวรและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสภาพแวดล้อมและกาลเวลา ดังนั้น การวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำ โดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการบริหารงานนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร ในการปรับรูปแบบและพัฒนาการบริหารจัดการชุมชน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของสมาชิกในหมู่บ้านและทำให้เกิดความพึงพอใจสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา เท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เช่น ศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นใหม่จากการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของสมาชิกหมู่บ้าน เดอะทรัสต์ ศรีนครินทร์-แพรงษา ในช่วงเวลานั้นๆ เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการชุมชนที่ยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กชกร เบ้าสุวรรณ, ธนภัทร ปังฉิม และสุจิตรา ฉายปัญญา. (2550). *ความคาดหวังและ ความพึงพอใจต่อการมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์พิษณุโลก*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนดุสิต.

กรมวิชาการกระทรวงศึกษาธิการ. (2536). *คู่มือการประเมินผลการเรียนตามหลักสูตรมัธยมศึกษา ตอนต้นและตอนปลาย* พุทธศักราช 2521 ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2531. กรุงเทพมหานคร: ครูสภาลาดพร้าว.

กฤษฎิกา คงสมพงษ์. (2559). *กลยุทธ์การจัดการธุรกิจบริการยุคดิจิทัล Marketeer Academy*. ค้นเมื่อ 31 ธันวาคม 2563, จาก <https://marketeeronline.co/archives/23735>

กันยา สุวรรณแสง. (2540). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: อักษรพิทยา.

กันยา สุวรรณแสง. (2554). *จิตวิทยาทั่วไป*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.

กัลยารัตน์ คงพิบูลย์กิจ. (2549). *ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานบริการบ้านพักเยาวชนในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กิติมา สุรสนธิ. (2541). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชัยพร วิเศษมงคล. (2553). *Outsourcing การจ้างให้คนอื่นทำงานแทน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และณรงค์ เทียนสง. (2521). *ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). *การตลาดบริการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ณฐา เนื่องจำนงค์. (2559). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริหารจัดการที่พักอาศัยให้เช่า : กรณีศึกษาที่พักอาศัยให้เช่าในเขตพื้นที่ ตำบลบ้านเข็ด อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี*. สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยเกริก. สาระสังเขปค้นเมื่อ 19 มกราคม 2564, จาก https://mis.krirk.ac.th/library/Kr_resdetail.asp?BookID=004407.
- ณฐา ฉางชูโต. (2553). *ปัจจัยการสื่อสารการตลาดในธุรกิจออนไลน์*. วารสารนักบริหาร, 30(4), 70-81.
- ณิชารัตน์ อัครมณี. (2562). *ทัศนคติของผู้อยู่อาศัยต่อลักษณะคอนโดมิเนียมที่ส่งเสริมสุขภาวะในการอยู่อาศัย*. สาระสังเขปค้นเมื่อ 19 มกราคม 2564, จาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sarasatr/article/view/187570/152935>.
- ธีระวุฒิ ขวัญเมือง. (2556). *การใช้ Social CRM*. สืบค้นจาก <http://khunmueang.blogspot.com>.
- นฤพันธุ์ กลิ่นขจร. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมเดอะ เวสทิน แกรนด์ สุขุมวิท*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
- นิชาภัทร อันนันทน์. (2559). *คุณภาพการบริการและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารอิสลามในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิติพล ฤตะโชติ. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย ขอนแก่น.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญญา จรัสพันธ์. (2557). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าจีเนทโมบาย เซอร์วิสเซ็นเตอร์จังหวัดบุรีรัมย์*. ภาคนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภัททิตยา ช้างศิลา. (2560). *การบริหารงานการจัดเก็บค่าส่วนกลางของนิติบุคคลหมู่บ้านขมฟ้าวรางกูล*. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2556). *การตลาดแนวใหม่ ผ่าน Social Media*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- มัลลิกา ต้นสอน. (2545). *การจัดการยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: เอ็กเปอร์เน็ท.
- วิลาสินี อินทร์สุวรรณ. (2561). *การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ ของ บริษัท แอลจี อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด และ ความภักดีต่อตราสินค้า ในเขตกรุงเทพ*. การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- สยมภู สนธิภักดี. (2554). *ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการด้านสวัสดิการสังคมของเทศบาลตำบลจันทเขลม อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี*. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, มหาวิทยาลัยบูรพา.

- สำนักมาตรฐานการทะเบียนที่ดิน, กรมที่ดิน. (ม.ป.ป.). พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543. ค้นเมื่อ 29 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.dol.go.th/registry/DocLib3/พรบ%20จัดสรร.pdf>
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล . (2546). *จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการประยุกต์*, กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สุวัฒนา แซ่ตั้ง. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้อยู่อาศัยในชุมชนลุมพินี*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและ ไชแทกซ์.
- Ahuja, V., & Medury, Y. (2010). Corporate blogs as e-CRM tools- Building consumer engagement through content management. *Database Marketing & Customer Strategy Management*, 17(2), 91—105.
- Askol, S., & Nakata, K. (2011). A Conceptual Model for acceptance of social CRM systems based on scoping study. *AI & Soc*, 26, 205 --220.
- Bock, S., & Pütz, M. (2017). Implementing value engineering based on a multidimensional quality-oriented control calculus within a target costing and target pricing approach. *International Journal of Production Economics*, 183(A), 146-158.
- Bruner, J. S., & Goodman, C. C. (1947). Value and need as organizing factors in perception. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 42(1), 33-44.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha: An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98-104.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper & Row.
- Douglas, C. M. (2007). *Design and Analysis of Experiments* (6th ed.). New York: John Willey & Sons Inc.
- Faase, R., Helms, R., & Spruit, M. (2011). Web 2.0 in the CRM domain: defining social CRM. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 5(1), 1-22.
- Gothberg, C. (1986). *Lock at Factors Affecting The Quality of Working Life United States*: Monthly Labour.
- Gronroos. C. (1990). "Relationship Approach to Marketing in Service Contexts: The Marketing and Organizational Behavior Interface." *Journal of Business Research*, 20(1), 3-11.
- Hamari, J., Hanner, N., & Koivisto, J. (2017). Service quality explains why people use freemium services but not if they go premium: An empirical study in free-to play games. *International Journal of Information Management*, 37(1), 1449-1459.
- James, T. L., Villacis-Calderon, E. D., & Cook, D. F. (2017). Exploring patient perceptions of healthcare service quality through analysis of unstructured feedback. *Expert Systems with Applications*, 71, 479-492.
- Jiang, Y., & Wang, C. L. (2006). The impact of effect on service quality and satisfaction: The moderation of service contexts. *Journal of Services Marketing*, 20(4), 211-218

- Kotler, P. (2010). *Marketing management (The Millennium ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing. 12th ed.* New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lehtinen J. (1983). Customer oriented service system. Service management institute: Helsingfors, Unpublished working paper.
- Maslow, A. (1970). *Motivation and Personality (2nd ed.)*. New York: Harpers and Row.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Morse, N. C. (1955). *Satisfaction in the White Collar Job*. Michigan: University of Michigan Press.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory (2nd ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., Zeithaml, V. A., (1990). An Empirical Examination of Relationships in an Extended Service Quality Model, *Marketing Science Institute, Cambridge, MA*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry. L. L. (1985). “Problem and Strategic in Services Marketing.” *Journal of Marketing*, 49(2), 33-46.
- Piccoli, G., Lui, T. W., & Grün, B. (2017). The impact of IT-enabled customer service systems on service personalization, customer service perceptions, and hotel performance. *Tourism Management*, 59, 349-362.
- Rajaguru, R. (2016). Role of value for money and service quality on behavioral intention: A study of full service and low cost airlines. *Journal of Air Transport Management*, 53, 114-122.
- Sainte Anastasie, จิตวิทยาปรัชญาและความคิดเกี่ยวกับชีวิต, สืบค้น 31 ธันวาคม 2563, จาก <https://th.sainte-anastasie.org/articles/psicologa/pirmide-de-maslow-la-jerarqua-de-las-necesidades-humanas.html>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1991). *Consumer Behavior. 4th ed.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice - Hall.
- Tappen, R. M. (1983). *Economic Class and Use of Physician Services*. Medical Care.
- Tenner, A. R., & Detoro, I. J. (1992). *Total Quality Management: There Steps to Continuous Improvement*. Massachusetts: Addison-Wesley.
- WeAreSocial (2020). *สถิติและพฤติกรรมการใช้ social media ทั่วโลก Q1 ปี2020*, โพสต์ Feb 8, 2020, สืบค้น 24 ธันวาคม 2563 จาก <https://www.twfdigital.com/blog/2020/02/global-social-media-usage-stats-q1-2020/>
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis. 3rd ed.* New York: Harper and Row Publications.
- Zarella, D. (2011). *The facebook marketing book*. Beijing: O’Reilly
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.