หัวข้อวิทยานิพนธ์	การบริหารประสบการณ์ลูกค้า ความคาดหวัง และความพึงพอใจที่มีต่อการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด: กรณีศึกษาบริษัทพีค ฟาซิลิตี้ส์ แมเนจเม้นท์ แอนด์ คอนซัลแทนท์
คำสำคัญ	การบริหารประสบการณ์ลูกค้า / ความคาดหวัง / ความพึงพอใจ / การบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด
ชื่อนักศึกษา	ดวงรัตน์ วงโสภา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สหภาพ พ่อค้าทอง
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ความคาดหวัง และความพึงพอใจที่มีต่อการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด: กรณีศึกษาบริษัทพีค ฟาซิลิตี้ส์ แมเนจเม้นท์ แอนด์ คอนซัลแทนท์ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยดำเนินการเก็บข้อมูลในรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ เพื่อวัดผลเพียงครั้งเดียว โดยศึกษากับลูกค้าที่ใช้บริการบริหารนิติบุคคลอาคารชุดของบริษัทพีค ฟาซิลิตี้ส์ แมเนจเม้นท์ แอนด์ คอนซัลแทนท์ อยู่ในพื้น 2 พื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร และชลบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า และการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าสถิติ *t*-test *F*-test/One-Way ANOVA และสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปีมากที่สุด ร้อยละ 37.80 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 46.50 มีสถานที่ตั้งคอนโดมิเนียมอยู่ชลบุรีมากที่สุด ร้อยละ 74.00 มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 37.00 มีระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1 - 3 ปีมากที่สุด ร้อยละ 50.00 และมีสถานภาพการพักอาศัยเป็นเจ้าของห้องมากที่สุด ร้อยละ 53.50 มีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้า โดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.33 อยู่ในระดับเห็นด้วย มีความคาดหวังที่มีต่อการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.08 อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.29 อยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า 1) ลูกค้าที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่อยู่อาศัย และสถานภาพการพักอาศัย มีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของนิติบุคคลอาคารชุด โดยรวม ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่สถานที่ตั้งคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน มีความคิดเห็น

SPU CHONBURI

ต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของนิติบุคคลอาคารชุด โดยรวม แตกต่างกัน 2) ลูกค้าที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ สถานที่ตั้งคอนโดมิเนียม และระยะเวลาที่อยู่อาศัย มีความคาดหวังต่อการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด โดยรวม ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพการพักอาศัย แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด โดยรวม แตกต่างกัน 3) ลูกค้าที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ สถานที่ตั้งคอนโดมิเนียม ระยะเวลาที่อยู่อาศัย และสถานภาพการพักอาศัย มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด โดยรวม ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด โดยรวม แตกต่างกัน และ 4) การบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านความไว้วางใจ ด้านความเชื่อมั่นและความซื่อสัตย์ ด้านความเข้าใจลูกค้ารายบุคคล และด้านหลักฐานทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลงานวิจัยนี้จะช่วยให้นิติบุคคลอาคารชุด ที่เกี่ยวข้องเข้าใจและศึกษาผลการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและมุ่งหาวิธีการปรับปรุงความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้านิติบุคคลอาคารชุดเพื่อเป็นการสนับสนุนการบริหารงานอย่างยั่งยืนและมีผลการทำงานที่ดีในอนาคต

SPU CHONBURI

Thesis Title	Customer Experience Management, Expectations, and Satisfactions Toward Condominium Juristic Person Management: A Case Study of Peak Facilities Management and Consultant Company Limited.
Keywords	Experience Management / Expectations / Satisfactions / Condominium Juristic Person Management
Student	Doungrat Wongsopa
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr.Sahaphap Phorkarthong
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	School of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Year	2024

ABSTRACT

The objective of this quantitative research was to study customer experience management, expectations, and satisfaction with condominium juristic person management: A case study of Peak Facilities Management and Consultant Co., Ltd. Data were collected by a one-time survey study of 400 customers who used condominium juristic person management services of Peak Facilities Management and Consultant Co., Ltd. in two areas: Bangkok and Chonburi using purposive sampling, quota sampling, and accidental sampling. Statistics used for analysis included F-test/one-way ANOVA to test differences in variables and multiple regression analysis statistics.

The results revealed that the almost samples were between 36 - 45 years of age (37.80 percent), had the most bachelor's degree education (46.50 percent), owned the most condominium units in Chonburi (74.00 percent), had the most incomes less than 20,000 baht (37.00 percent), had the most residence time of 1 - 3 years (50.00 percent), and had the most living status as condo unit owners (53.50 percent). The overall opinions on customer experience management with an average of 3.44 were at a moderate level, the overall expectations on customer experience management with an average of 4.08 were at a high level and, the overall satisfaction with customer experience management with an average of 4.29 was at a high level.

SPU CHONBURI

The hypothesis testing revealed: 1) Customers with demographic characteristics such as average monthly income, residence time, and status didn't differently affect opinions on condominium juristic person management, while different condominium locations differently affected condominium juristic person management opinions, 2) Customers with demographic characteristics such as condominium location, residence time and status didn't differently affect expectations for condominium juristic person management, while different average monthly incomes differently affected expectations for condominium juristic person management, 3) Customers with demographic characteristics such as condominium location, residence time, and status didn't differently affect satisfaction with condominium juristic person management, while different average monthly income, and satisfaction differently affected condominium juristic person management and, 4) Customer experience management in terms of trust, confidence, honesty, individual understanding, and physical evidence affected satisfaction with condominium juristic person management with statistical significance at the 0.05 level.

This study endeavors to offer indispensable insights for companies aiming to elevate customer experience management, consequently bolstering corporate customer satisfaction, and fostering sustainable performance in the future.

SPU CHONBURI