

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภคในการสร้างบ้านในอำเภอเมืองเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภคในการสร้างบ้านในอำเภอเมืองเชียงราย สามารถสรุปได้ 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภค จำแนกตามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ทำงานอยู่ในบริษัทเอกชน รายได้อยู่ระหว่าง 15,001-25,000 บาท ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สร้างบ้านเดี่ยวชั้นเดียว ระยะเวลาอาศัยอยู่ในบ้านหลังที่สร้าง 2-3 ปี ราคาปลูกสร้างอยู่ระหว่าง 500,001-1,000,000 บาท และทราบข้อมูลของผู้รับเหมาจากเพื่อนญาติและคนรู้จัก ส่วนใหญ่เปรียบเทียบข้อมูลของผู้รับเหมา 2 รายก่อนตัดสินใจเลือกผู้รับเหมา และผู้รับเหมาที่เลือกมีรูปแบบธุรกิจเป็นบุคคลทั่วไป โดยทำสัญญากับผู้รับเหมา รวมถึงว่าจ้างผู้รับเหมาที่ก่อสร้างเป็นผู้ออกแบบบ้านด้วยและออกแบบบ้านเองในจำนวนใกล้เคียงกัน โดยให้ผู้รับเหมาซื้อวัสดุเอง และมีจำนวนครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดจะเลือกใช้บริการสร้างบ้านจากบริษัทรับสร้างบ้านที่ได้มาตรฐานมีการทำการตลาดอย่างจริงจัง

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภคในการสร้างบ้านในอำเภอเมืองเชียงราย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญมาก กับปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่ และให้ความสำคัญในระดับปานกลางในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญมาก กับปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่ และให้ความสำคัญในระดับปานกลางในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ มีการรับประกันผลงานและให้บริการซ่อมแซมถ้าเกิดความเสียหาย มีวิศวกรและสถาปนิกควบคุมงาน มีการให้คำแนะนำและความรู้เพิ่มเติม มีแบบบ้านเสนอให้เจ้าของบ้านเลือกหลายแบบ และมีทั้งการบริการออกแบบและก่อสร้างบ้าน

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ราคาก่อสร้างบ้านที่เสนอต่ำกว่าผู้รับเหมารายอื่น ราคาก่อสร้างบ้านไม่เกินที่ประมาณการไว้มาก และมีการจ่ายเงินงวดตามที่ตกลงไว้

ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ผู้รับเหมาเดินทางมาติดต่องานเองกับเจ้าของบ้านโดยตรง

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่นลดราคา

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ บุคลากรมีประสบการณ์ และมีความชำนาญ บุคลากรมีความรู้ความสามารถ ในการก่อสร้างบ้านเป็นอย่างดี และสามารถอธิบาย ขั้นตอนการก่อสร้างได้อย่างชัดเจน บุคลากรมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง และมีบุคลิกภาพและมารยาทดี

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ มีระบบการตรวจสอบงานทำให้งานได้มาตรฐาน (ความแข็งแรงของโครงสร้าง ความสวยงามและความทนทานของสถาปัตยกรรม) การก่อสร้าง

บ้านรวดเร็ว แล้วเสร็จตามเวลา มีการติดต่อประสานงานและแจ้งผลการก่อสร้างให้เจ้าของบ้านทราบอย่างรวดเร็ว และ ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพของกิจการที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ กิจการมีความพร้อมด้านอุปกรณ์เครื่องมือ และเครื่องจักร กิจการมีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการก่อสร้าง และ กิจการมีสถานที่ตั้งที่แน่นอน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภค จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่มีการรับประกันผลงาน และให้บริการซ่อมแซมถ้าเกิดความเสียหาย และให้ความสำคัญมากกับราคาบ้านเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ผู้รับเหมาเดินทางมาติดต่อกับเจ้าของบ้านโดยตรง บุคลากรมีประสบการณ์และมีความชำนาญ มีระบบการตรวจสอบงานทำให้งานได้มาตรฐาน (ความแข็งแรงของโครงสร้าง และความสวยงาม ความทนทานของสถาปัตยกรรม) กิจการมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องจักร และผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญ มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา ยกเว้นช่วงอายุ 54 ปีขึ้นไป และให้ความสำคัญกับบุคลากรมีประสบการณ์และมีความชำนาญ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญในระดับมากกับทุกปัจจัยย่อยในด้านผลิตภัณฑ์ ส่วน ปัจจัยย่อยอื่นๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญมากที่สุด คือในแต่ ละด้านคือ ราคาบ้านเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ผู้รับเหมาเดินทางมาติดต่อกับเจ้าของบ้าน โดยตรงมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา บุคลากรมีประสบการณ์และมีความชำนาญ มีระบบการตรวจสอบงานทำให้งานได้มาตรฐาน (ความแข็งแรงของโครงสร้าง และความสวยงาม ความทนทานของสถาปัตยกรรม) กิจการมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องจักร

ผู้ตอบแบบรายได้ของครอบครัวต่อเดือนให้ความสำคัญมากที่สุดในปีปัจจัยย่อยแต่ละด้านมีการรับประกันผลงานและให้บริการซ่อมแซมถ้าเกิดความเสียหาย ราคาบ้านเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ผู้รับเหมาเดินทางมาติดต่อกับเจ้าของบ้านโดยตรง มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา บุคลากรมีประสบการณ์และมีความชำนาญ มีระบบการตรวจสอบงานทำให้งานได้มาตรฐาน (ความแข็งแรงของโครงสร้าง และความสวยงาม ความทนทานของสถาปัตยกรรม) กิจการมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องจักร

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในการสร้างบ้านในอำเภอเมืองเชียงราย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รวมโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ เรื่องการรับประกันผลงานและให้บริการซ่อมแซมถ้าเกิดความเสียหาย ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของสัตย์ชัย ชัยสิทธิ์ (2547) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้รับเหมามีการรับประกันผลงาน เช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคารวมโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ ราคาก่อสร้างที่เหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของสัตย์ชัย ชัยสิทธิ์ (2547) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคาของผู้รับเหมามีการรับประกันผลงาน เช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่รวมโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ เรื่องผู้รับเหมาเดินทางมาติดต่อกับเจ้าของบ้านโดยตรง ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของสัตย์ชัย ชัยสิทธิ์ (2547) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสถานที่ที่ผู้รับเหมามีการรับประกันผลงาน เช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดรวมโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิสิทธิ์ สุนทรามงคล (2540) ที่ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญกับด้านการโฆษณาเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรรวมโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ เรื่องบุคลากรมีประสบการณ์และมีความชำนาญ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของสัตย์ชัย ชัยสิทธิ์

(2547) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านบุคลากรที่ผู้รับเหมามีการรับประกันผลงาน เช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกได้แก่ มีระบบการตรวจสอบงาน ทำให้งานด้านมาตรฐาน (ความแข็งแรงของโครงสร้าง ความสวยงาม และความทนทานของสถาปัตยกรรม) ซึ่งผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิวรรณ พงษ์เรืองเกียรติ (2546) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้านในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้ให้ความสำคัญของความรวดเร็วในการทำงานเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของกิจการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของกิจการรวม โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ กิจการมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องจักร ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สันุชัย ชัยสิทธิ์ (2547) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของกิจการที่กิจการมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องจักร

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาได้ข้อค้นพบ ซึ่งอาจมีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในการสร้างบ้านในอำเภอเมืองเชียงราย ดังนี้

พบว่า การให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยจัดเรียงอันดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านสถานที่ และสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ดังแสดงในตารางที่ 46

แต่หากจัดลำดับความสำคัญจากปัจจัยย่อยโดยไม่แบ่งกลุ่มจากปัจจัยหลักจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยจากมากไปหาน้อย 5 อันดับแรก ดังนี้ มีการรับประกันผลงาน และให้บริการซ่อมแซม ถ้าหากเกิดความเสียหาย ราคาบ้านเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง มีการตรวจสอบงานทำให้งานได้มาตรฐาน (ความแข็งแรงของโครงสร้าง ความสวยงาม และความทนทานของสถาปัตยกรรม) การก่อสร้างบ้านรวดเร็วแล้วเสร็จตามเวลา บุคลากรมีประสบการณ์และความชำนาญ ตามลำดับ

ข้อค้นพบเพิ่มเติมจากปัจจัยย่อย

1. ผู้บริโภคทุกช่วงอายุ อาชีพ และทุกรายได้ต่อครอบครัวต่อเดือน ให้ความสำคัญมากในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับเรื่องการรับประกันผลงานและให้บริการซ่อมแซมถ้าเกิดความเสียหาย เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่จะอยู่อาศัยในบ้านที่สร้างเป็นระยะเวลานาน จึงต้องการการรับประกันถ้าเกิดความเสียหาย

2. ผู้บริโภคทุกช่วงอายุ อาชีพ และทุกรายได้ต่อครอบครัวต่อเดือน ให้ความสำคัญมากในปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับเรื่องราคาบ้านเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง เนื่องจากบ้านเป็นทรัพย์สินที่มีราคาค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้บริโภคจึงต้องการคุณภาพของวัสดุที่เหมาะสมและคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่าย

3. ผู้บริโภคที่อายุสูงขึ้นไปให้ความสำคัญน้อยลงกับการแสดงบ้านทางอินเทอร์เน็ต การออกแสดงแบบบ้านตามศูนย์การค้า และกับบุคลากรมีความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง บุคลิกและมารยาทที่ดีของผู้รับเหมา

4. ผู้บริโภคทุกช่วงอายุ อาชีพ และทุกรายได้ต่อครอบครัวต่อเดือน ให้ความสำคัญมากในปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับเรื่องผู้รับเหมาเดินทางมาติดต่องานเองกับเจ้าของบ้านโดยตรง เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกสบาย ประหยัดเวลา ในการไปติดต่อกับผู้รับเหมาเอง

5. ผู้บริโภคทุกช่วงอายุ อาชีพ และทุกรายได้ต่อครอบครัวต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย ที่มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา เป็นอันดับแรก ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 46 แสดงลำดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ

ลำดับที่	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ
1	ด้านบุคลากร	4.07 (มาก)
2	ด้านกระบวนการ	4.05 (มาก)
3	ด้านผลิตภัณฑ์	4.01 (มาก)
4	ด้านราคา	3.86 (มาก)
5	ด้านลักษณะทางกายภาพของกิจการ	3.80 (มาก)
6	ด้านสถานที่	3.46 (ปานกลาง)
7	ด้านส่งเสริมการตลาด	3.41 (ปานกลาง)

ข้อเสนอแนะ

จากการทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในการสร้างบ้านในอำเภอเมืองเชียงราย จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยแต่ละด้านต่างๆ

ผู้ทำการศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยโดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย 5 อันดับแรก บุคลากรมีประสบการณ์และมีความชำนาญ บุคลากรมีความรู้ความสามารถ ในการก่อสร้างบ้านเป็นอย่างดีและสามารถอธิบายขั้นตอนการก่อสร้างได้อย่างชัดเจน บุคลากรมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง มีบุคลิกภาพและมารยาทดี

ดังนั้นผู้รับเหมาควรจัดหาทีมงานที่มีประสบการณ์และมีความชำนาญเป็นอย่างดีมา ร่วมงาน รวมทั้งควรมีการอบรมบุคลากรเพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ รวมถึงอบรมทางด้านบุคลิกภาพ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อภาพลักษณ์ และทัศนคติที่ดีของลูกค้าต่อผู้รับเหมาก่อสร้างเอง

2. ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยโดยเรียงลำดับ ความสำคัญจากมากไปน้อย 5 อันดับแรก มีระบบการตรวจสอบงานทำให้งานได้มาตรฐาน (ความ แข็งแรงของโครงสร้าง ความสวยงามและความทนทานของสถาปัตยกรรม การก่อสร้างบ้าน รวดเร็ว แล้วเสร็จตามเวลา มีการติดต่อประสานงานและแจ้งผลการก่อสร้างให้เจ้าของบ้านทราบ อย่างรวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

ดังนั้นผู้รับเหมาควรมีระบบตรวจสอบงาน เพื่อให้ได้มาตรฐานอย่างชัดเจนและเห็นได้ชัด เป็นรูปธรรม เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ และเพิ่มความเชื่อมั่นแก่เจ้าของบ้าน อีกทั้งต้องมีกำหนด ระยะเวลาการก่อสร้างแล้วเสร็จที่แน่นอน รวมถึงการเตรียมการวางแผนงานก่อสร้างพร้อมการ ตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรายงานความคืบหน้าการก่อสร้างให้แก่เจ้าของบ้าน ได้ทราบเป็น ระยะ

3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยโดยเรียงลำดับ ความสำคัญจากมากไปน้อย 5 อันดับแรก ดังนี้ มีการรับประกันผลงานและให้บริการซ่อมแซมถ้า เกิดความเสียหาย มีวิศวกรและสถาปนิกควบคุมงาน มีการให้คำแนะนำและความรู้เพิ่มเติม มีแบบ บ้านเสนอให้เจ้าของบ้านเลือกหลายแบบ มีทั้งการบริการออกแบบและก่อสร้างบ้าน

ดังนั้นผู้รับเหมาก่อสร้างควร ให้ความสำคัญกับการรับประกัน ผลงานและให้บริการ ซ่อมแซมถ้าเกิดความเสียหาย โดยการกำหนดกรอบและระยะเวลาของการรับประกันผลงานให้ เหมาะสม และชัดเจน รวมทั้งควรมีวิศวกรและสถาปนิกควบคุมงานในทุกขั้นตอนไม่ว่าจะเป็น ตั้งแต่การเริ่มทำการออกแบบทำการก่อสร้างและก่อสร้างแล้วเสร็จ อีกทั้งควรให้คำแนะนำที่ ถูกต้องตามหลักวิชาการแก่ลูกค้าด้วยความจริงใจ

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยโดยเรียงลำดับ ความสำคัญจากมากไปน้อย 5 อันดับแรก ราคาก่อสร้างบ้านเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการ ก่อสร้างมีราคาก่อสร้างให้เลือกหลายระดับราคาตามรูปแบบบ้านที่ต้องการ ราคาก่อสร้างบ้านที่เสนอ ถูกกว่าผู้รับเหมารายอื่น ราคาค่าก่อสร้างบ้านไม่เกินที่ประมาณการไว้มาก มีการจ่ายเงินงวดตามที่ ตกลงไว้ ดังนั้นผู้รับเหมาควรเน้นเรื่องคุณภาพหาวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างให้ถูกต้องตามแบบ

และเหมาะสมกับราคาบ้าน รวมถึงมีความหลากหลายในเรื่องของราคาเพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกแก่ลูกค้าให้ลูกค้าใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

4. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของกิจการ

กิจการมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือและเครื่องจักร กิจการมีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการก่อสร้าง กิจการมีสถานที่ตั้งที่แน่นอน กิจการมีสถานที่ตั้งที่กว้างขวางใหญ่โต ทันสมัย

ดังนั้น ผู้รับเหมาควรเตรียมความพร้อม โดยมุ่งเน้นเรื่องอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องจักรให้ครบถ้วน เพื่อให้ง่ายและลดขั้นตอนหรือระยะเวลาในการดำเนินการก่อสร้าง รวมทั้งเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรให้ครบถ้วนพร้อมทุกตำแหน่งงาน รวมทั้งสำรองบุคลากรไว้บ้างเพื่อสับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเมื่อมีความจำเป็นต้องใช้บุคลากรเหล่านั้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นบุคลากรดังกล่าวต้องมีความรู้ความสามารถในสายงานที่ตนรับผิดชอบเป็นอย่างดี

5. ปัจจัยด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยโดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย 5 อันดับแรก ผู้รับเหมาเดินทางมาติดต่องานเองกับเจ้าของบ้านโดยตรง ทำเลที่ตั้งของสำนักงานผู้รับเหมาสะดวกต่อการเดินทางติดต่อ ความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัยของสำนักงานของผู้รับเหมา สำนักงานผู้รับเหมาที่มีจอครบเพียงพอ ผู้รับเหมาจึงควรเน้นการบริการแก่เจ้าของบ้านโดยการเข้าติดต่อกับเจ้าของบ้านเอง รวมทั้งควรมีที่ตั้งสำนักงานเป็นหลักแหล่ง ไปมาสะดวก รวมถึงสถานที่ตั้งและบรรยากาศของสำนักงานควรดูสะอาดเรียบร้อย

6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยโดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย 5 อันดับแรก มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่นลดราคา มีการแสดงแบบบ้านตามศูนย์การค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์บ้านตามสื่อต่างๆ เช่น ไปสเตอร์ แผ่นพับ มีการแสดงแบบบ้านทางอินเทอร์เน็ต

ในด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ผู้รับเหมาควรทำการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่นการลดราคา หรือเพิ่มของแถม เป็นต้น

ดังนั้นผู้รับเหมาควรมีระบบตรวจสอบงาน เพื่อให้ได้มาตรฐานอย่างชัดเจนและเห็นได้ชัดเป็นรูปธรรม เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ และเพิ่มความเชื่อมั่นแก่เจ้าของบ้าน อีกทั้งต้องมีกำหนดระยะเวลาการก่อสร้างแล้วเสร็จที่แน่นอน รวมถึงการเตรียมการวางแผนงานก่อสร้างพร้อมการ

ตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรายงานความคืบหน้าการก่อสร้างให้แก่เจ้าของบ้านได้ทราบเป็นระยะ

ข้อจำกัดในการวิจัย

จากผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่า 25 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งอาจจะไม่เป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้าง ดังแสดงในตารางที่ 47

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อายุ	อาชีพ			
	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน
ต่ำกว่า 25 ปี	6	2	11	75
25 – 34 ปี	0	2	1	16
35 – 44 ปี	24	0	5	19
45 – 54 ปี	18	2	5	2
54 ปีขึ้นไป	11	0	1	0

ดังนั้นการจะนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ควรนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ