

# ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต

## Factors Influencing the Selection of Home Builder Services in Phuket

สมใจ หนูแก้ว<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การศึกษาผลกระทบจากโควิด-19ที่มีผลต่อบุคคลในภาคธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต และเพื่อศึกษาลักษณะที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่มีความต้องการใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน วิเคราะห์ผลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อธิบายผลการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test (Independent sample t-test) และใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วยค่า Pearson correlation ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยประชาชนให้ความสำคัญเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ โดยภาพรวมในระดับมากที่สุด ซึ่งลักษณะที่อยู่อาศัยของประชาชน ส่วนใหญ่เป็นทาวน์เฮ้าส์ และประชาชนให้ความสำคัญเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) เพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต 2) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต 3) ประชาชนที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน โดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ:ผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน, ส่วนประสมทางการตลาด, การเลือกใช้บริการ

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

## บทนำ

ธุรกิจรับสร้างบ้านโดยส่วนใหญ่มีจุดกำเนิดมาจากบริษัทรับเหมาก่อสร้างบ้านที่ผันตนเองเข้าสู่ธุรกิจเฉพาะตัวมากขึ้น ถ้ากล่าวถึงธุรกิจรับเหมาก่อสร้างจะต้องดำเนินงานในทุกส่วนของสายงานการก่อสร้าง แต่การทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้างบ้านเป็นการจับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มมากขึ้น การเข้ามาสู่ธุรกิจของบริษัทรับเหมาก่อสร้างบ้านนั้น จะมีที่มา 2 ลักษณะคือ เกิดจากบริษัทรับเหมาก่อสร้างขนาดใหญ่ มีบุคลากรมาก สามารถแยกบุคลากรมารับงานด้านธุรกิจบ้านได้ เพื่อเป็นการขยายฐานทางการตลาดให้เพิ่มมากขึ้น ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มที่เกิดจากผู้รับเหมาช่วงทั่วไป ที่มีศักยภาพในการดำเนินการจัดการ ด้านงานก่อสร้าง และประกอบกับกำลังทางด้านเงินทุนและประสบการณ์ ก็ขยายธุรกิจมาเปิดบริษัทรับเหมาก่อสร้างบ้าน ซึ่งความแตกต่าง ของการเข้าสู่ธุรกิจทั้งสองประเภทนี้จะ แตกต่างกันทางด้าน ความเชี่ยวชาญในงานฝีมือและประสบการณ์ ซึ่งธุรกิจรับเหมาก่อสร้างบ้านจะดำเนินการก่อสร้างบ้านให้กับลูกค้าแบบครบวงจร จนทำให้เกิดความรู้สึกแบบครบวงจรเมื่อเข้ามาติดต่อประสานงานกับบริษัทรับเหมาก่อสร้างบ้าน โดยจะเน้นการให้บริการตั้งแต่เริ่มดำเนินการออกแบบก่อสร้างให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังมีแบบบ้านไว้คอยให้บริการแก่ลูกค้า ทำให้สามารถควบคุมงบประมาณในการก่อสร้างบ้านได้และมีการบริการ เช่น การขออนุญาตไฟฟ้า ประปา ใบอนุญาตก่อสร้างเลขที่บ้าน ไฟฟ้าถาวร ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าอยู่ได้ทันทีรวมถึงการบริการทางด้านแหล่งเงินทุนที่ให้อัตราดอกเบี้ยต่ำ โดยบริษัทรับเหมาก่อสร้างบ้านสามารถควบคุมการก่อสร้างอย่างทั่วถึง และมีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าทุกขั้นตอน รวมถึงการตกแต่งภายในและการจัดสวน (วรรณวิเศษกุล, 2545, หน้า 1)

การเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตมีการเติบโต และพัฒนาอย่างรวดเร็วควบคู่ไปกับการเติบโตด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สร้างรายได้ประมาณ 8 หมื่นล้านบาท รวมทั้งการทราบตัวเลขจากการยื่นขออนุญาตจัดสรร และการจัดเก็บภาษีจากสำนักงานที่ดินจังหวัดภูเก็ต มีมูลค่ากว่า 1 พันล้านบาท ส่งผลให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ภูเก็ตเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก โดยเฉพาะการพัฒนาพื้นที่มีนักลงทุน ทั้งในและต่างประเทศให้ความสนใจอย่างต่อเนื่องทั้งธุรกิจการก่อสร้างบ้าน ที่อยู่อาศัย ทาวน์โฮม อพาร์ตเมนต์ บ้านพักอาศัย บ้านพักตากอากาศ

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้จังหวัดภูเก็ตกลายเป็นแหล่งงานขนาดใหญ่ ที่รองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่งผลต่อเนื่องให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการอพยพเคลื่อนย้ายแรงงานจากต่างถิ่นเข้ามาเป็นจำนวนมาก รวมถึงมีช่องทางในการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อรองรับกับความต้องการที่อยู่อาศัยของแรงงานด้วย และนอกจากนี้ที่จังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งงานขนาดใหญ่ มีสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม และที่ดินมีราคาสูง ทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยมีได้จำกัดอยู่ที่ความจำเป็นต้องมีที่พักอาศัยเท่านั้น แต่ยังคงรวมถึงความต้องการเก็บไว้เป็นทรัพย์สิน เป็นบ้านพักตากอากาศ หรือเพื่อการสร้างกำไรในอนาคต จึงเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่ต้องการเข้ามาดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทราบทิศทางที่แน่ชัด เพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณาลงทุน หรือวางแผนงานสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

อย่างไรก็ดี นอกจากสภาพแวดล้อมทางการตลาด การเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การแข่งขัน สังคมและวัฒนธรรม ที่จะมีผลต่อโอกาสและอุปสรรคของธุรกิจแล้ว (กฤษณี รื่นรัมย์, เพลินทิพย์ โกเมศ โสภา และสาวิกา อุณหันท์, 2548, หน้า 21) การบริหารจัดการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต ก็เป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง ที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถติดตาม และปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยดังกล่าวมาได้ ทำให้สามารถประสบความสำเร็จ ในการดำเนินธุรกิจ และมีส่วนช่วยทำให้เศรษฐกิจของภูเก็ตเติบโตสมกับคำว่า “World Destination”

ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการกำหนดกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาลักษณะที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต
2. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต
3. ลักษณะที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต

### ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งจะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีความต้องการใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของวิจัยดังนี้

1. ด้านเนื้อหาศึกษาผู้วิจัยทำการกำหนดตัวแปรในการศึกษาไว้ด้วยกันดังนี้ คือ

1.1 ตัวแปรต้น ประกอบด้วย

- ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้
- สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ
- ลักษณะที่อยู่อาศัย ได้แก่ ลักษณะสิ่งปลูกสร้าง

1.2 ตัวแปรตาม คือ การเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

2. ด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มีความต้องการใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้การคำนวณจากสูตรของ W.G.cochran (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยยอมรับได้ที่ค่าความคลาดเคลื่อน 5% เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน

3. ด้านระยะเวลาในการดำเนินวิจัยระยะเวลาทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ เดือน พฤศจิกายน 2563 ถึง เดือนมกราคม 2564

## แนวคิดและทฤษฎี

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับประชากรศาสตร์

โอภาส ปัทวัน (2555, น. 10) ได้กล่าวถึงลักษณะของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มย่อมจะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกันไป ดังนั้น ลักษณะของผู้บริโภคที่พอจะสรุปได้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค เป็นลักษณะที่เกี่ยวกับตัวผู้บริโภคอันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ การศึกษา อาชีพ การนับถือศาสนา และอื่น ๆ ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้จะส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างแตกต่าง ยกตัวอย่างผู้บริโภคที่มีอายุมากย่อมจะมีพฤติกรรมในการซื้อที่ใช้เหตุผลมากกว่าผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีครอบครัว เวลาซื้อสินค้าจะมีพฤติกรรมคิดถึงครอบครัวมากกว่าผู้ที่อยู่เป็นโสด ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงย่อมจะมีพฤติกรรมในการซื้อที่ใช้อารมณ์มากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย ผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นผู้บริหารย่อมจะมีพฤติกรรมในการซื้อที่แตกต่างไปจากผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นกรรมกร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2555) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของ ประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

วันทนีย์ ภูมิภัทราคม, สมยศ อวเกียรติ และทับทิม วงศ์ประยูร (2558, หน้า 11-12) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจไว้พอสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมีความสำคัญและแทรกอยู่ในวงการทุกชั้นตอนทั้งในเรื่องของการใช้ทรัพยากรที่หายากและมีจำกัดเพื่อทำการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดและเพื่อให้การกระจายสินค้าเกิดความเป็นธรรมมากที่สุด ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งพอจะแยกเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. ความสำคัญในระบบจุลภาคเศรษฐกิจช่วยให้เข้าใจในบทบาทของแต่ละบุคคลที่ดำรงชีวิตอยู่ในระบบเศรษฐกิจไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภค ผู้ผลิต คนกลาง เจ้าของปัจจัยการผลิตเพื่อจะช่วยเหลือแก้ปัญหาเศรษฐกิจต่อไป
2. ความสำคัญในระดับมหภาค ปัญหาเศรษฐกิจของส่วนรวมหรือประเทศนั้นนับว่าสำคัญยิ่งการเข้าใจเศรษฐกิจทำให้เกิดการแก้ไขโดยสามารถเลือกวิธีการที่ทำให้บรรลุนโยบายเศรษฐกิจได้ถูกต้องและเกิดความเสียหายน้อยที่สุด

### แนวคิดลักษณะที่อยู่อาศัย

ที่อยู่อาศัยของครัวเรือน หมายถึง สถานที่ที่ครัวเรือนหนึ่ง ๆ ใช้เป็นที่อยู่อาศัยอาจเป็นส่วนหนึ่งของบ้านหรือบ้านหลายหลังที่อยู่ในบริเวณเดียวกัน (การเคหะแห่งชาติ, 2560)

ประเภทที่อยู่อาศัย หมายถึง ลักษณะของสถานที่ที่ครัวเรือนหนึ่ง ๆ ใช้เป็นที่อยู่อาศัย จำแนกได้ ดังนี้ (การเคหะแห่งชาติ, 2560)

1. บ้านโคก หมายถึง บ้านที่ปลูกหลังเดียวโคก ๆ พร้อมทั้งเรือนครัว โรงรถ เรือนคนใช้ด้วยถ้ามีและเป็นที่อยู่อาศัยของบุคคลในครัวเรือนเดียวกัน
2. ทาวน์เฮาส์ (รวมบ้านแฝดด้วย) หมายถึง ตึกที่ปลูกติดต่อกันตั้งแต่ 2 หน่วย โดยมีฝาส่วนกันด้านหนึ่งหรือสองด้าน อาจเป็นชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ ตัวตึกอยู่ลึกเข้ามาจากริมถนน มีบริเวณที่ว่างหน้าบ้าน อาจใช้เป็นที่จอดรถหรือทำประโยชน์อย่างอื่น
3. ห้องชุด หมายถึง กลุ่มห้องอันเป็นส่วนหนึ่งของอาคารซึ่งใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือน โดยกลุ่มห้องนี้จะต้องมีห้องครัว ห้องน้ำ ตลอดจนทางเข้าออกห้องชุดเป็นของตนเอง เช่น อพาร์ทเมนท์ แฟลต คอนโดมิเนียม แมนชั่น ฯลฯ
4. ตึกแถว ห้องแถว เรือนแถว หมายถึง ตึกหรือห้อง หรือเรือนที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือนปลูกติดต่อกันตั้งแต่ 2 หน่วย เรียงติดกันเป็นแถว โดยมีฝาส่วนกันด้านหนึ่งหรือสองด้านขึ้นไป อาจเป็นชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ ทั้งนี้รวมถึงเรือนแพแถวสำหรับคนงานกรมชลประทานด้วย
5. ห้องภายในบ้าน หมายถึง ห้องหนึ่งหรือหลายห้องที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือนหนึ่ง ๆ ในบ้านหนึ่งหลังซึ่งมีครัวเรือนอาศัยอยู่มากกว่าหนึ่งครัวเรือน โดยมี ห้องครัว ห้องน้ำ หรือทางเข้าออกคู่ที่อยู่อาศัยนั้นอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทุกอย่างร่วมกับครัวเรือนอื่นที่อยู่ภายในบ้านนั้น ทั้งนี้รวมถึงห้องที่อยู่ในอาคารซึ่งต้องใช้ห้องน้ำ หรือครัว หรือทางเข้าออกคู่ที่อยู่อาศัยร่วมกับห้องอื่นที่อยู่ภายในอาคารเดียวกันด้วย

6. เรือ แพ รถ หมายถึง เรือ แพ หรือรถที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือน

7. ที่อยู่อาศัยลักษณะอื่น ๆ หมายถึง ที่อยู่อาศัยของครัวเรือนที่ไม่อาจจัดจำแนกเข้าอยู่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งข้างต้นได้ เช่น ถ้า ได้สะพาน สิ่งปลูกสร้างที่คนงานก่อสร้างอาศัยอยู่ชั่วคราว อาจสร้างเป็นที่พักชั่วคราวหรืออาศัยอยู่ในส่วนหนึ่งของสถานที่ ๆ กำลังก่อสร้าง เป็นต้น ตลอดจนห้องหนึ่งหรือหลายห้องในส่วนหนึ่งของอาคารหรือสำนักงานซึ่งใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือนที่ตกเป็นครัวเรือนตัวอย่าง เช่น ห้องพักอาศัยของยามในสำนักงาน เป็นต้น

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps)

McCarthy (1990,pp.233-235 อ้างใน อัมพรศรี ม่วงคง, 2555)ส่วนประสมการตลาดที่เป็นที่รู้จักมากที่สุด นั่นคือ 4 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สำหรับธุรกิจบริการ รูปแบบใหม่นี้พัฒนาขึ้นจะประกอบด้วยปัจจัย 7 ประการ ส่วนผสมการตลาดที่ปรับปรุงใหม่เพิ่มปัจจัยขึ้นอีก 3 ประการ คือ ทรัพยากรบุคคล ลักษณะกายภาพ และกระบวนการ ปัจจัยทั้ง 7 ประการนี้จะปัจจัยที่สามารถใช้เป็นหลักของธุรกิจบริการต่างๆ และหากธุรกิจดังกล่าวขาดปัจจัยหนึ่งใดไป ก็อาจส่งผลถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจได้

ส่วนประสมการตลาดที่เฉพาะเจาะจง เมื่อนำไปใช้กับองค์กรธุรกิจหนึ่งๆ ก็จะต้องมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ อาทิ เช่น ตามปริมาณของอุปสงค์ ระยะเวลาที่ทำการเสนอบริการหนึ่งๆออกไป ดังนั้นกระบวนการสร้างส่วนผสมการตลาดก็จะเป็นการปรับเปลี่ยนปัจจัยหรือองค์ประกอบให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความจำเป็นของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลง และเป็นที่น่าพอใจประกอบของส่วนผสมการตลาดแต่ละตัวอาจมีการซ้ำซ้อนกันอยู่บ้างเราจึงไม่สามารถที่จะทำการตัดสินใจใดๆ โดยอาศัยองค์ประกอบหนึ่งเท่านั้น นอกจากนั้นองค์ประกอบหนึ่งๆ ก็จะคงความสำคัญเพียงช่วงเวลาหนึ่งๆ เท่านั้น ดังนั้นกรอบรูปแบบที่กำลังอธิบายต่อไปช่วยผู้บริหารด้านการตลาด ให้สามารถกำหนดส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจบริการของตนเองได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2555)

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1. การออกแบบการวิจัย

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

#### 2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชาชนที่มีความต้องการใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ โดยใช้สูตรการคำนวณของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น

ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560, หน้า 74) จากการแทนค่าในสูตรดังกล่าว ได้ขนาดของประชากรจำนวน 385 คน และเพื่อป้องกันข้อมูลที่อาจไม่สมบูรณ์และคำตอบที่อาจเกินความเป็นจริง ผู้วิจัยจึงเก็บแบบสอบถามเพิ่มจากกลุ่มตัวอย่าง อีก 15 ชุด รวมเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุด

### 3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง เพศ อายุระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพโดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert's Scale มี 5 ระดับ ใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับลักษณะที่อยู่อาศัย โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต มีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert's Scale มี 5 ระดับ ใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale)

### 4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมด
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม

5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

### 5.การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

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

2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) ซึ่งวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ได้ค่าแอลฟา ตามแบบวิธีของครอนบาค (Cronbach's) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.92

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

### 6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีความต้องการใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่าง ๆ เช่น วารสาร รายงานการวิจัย แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต วิทยานิพนธ์ การค้นคว้าอิสระ

### 7.การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ในการคำนวณค่าสถิติพื้นฐานของคะแนนมีดังนี้

1.1 ร้อยละ

1.2 ค่าเฉลี่ย

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

2.1 ใช้สถิติ t-test (Independent sample t-test) และใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะบุคคล ประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และลักษณะที่อยู่



อาศัยโดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งถ้าได้ค่าน้อยกว่า .05 แสดงว่ามีการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านที่แตกต่างกัน

2.2 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วยค่า Pearson correlation ของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต

## ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปีจำนวน 160คน คิดเป็นร้อยละ 40.0มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5

### 2. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

ประชาชนให้ความสำคัญเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ โดยภาพรวมในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.42 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ อัตราการของคนว่างงานมีเพิ่มมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองมาคือ รายได้ของประชากรลดต่ำลงและภาวะทางเศรษฐกิจส่งผลให้พฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำทำให้ประชาชนมีการใช้จ่ายลดน้อยลงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศต่ำลงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18และภาวะเงินเฟ้อทำให้ประชาชนมีการใช้จ่ายน้อยลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10ตามลำดับ

### 3. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะที่อยู่อาศัย

ลักษณะที่อยู่อาศัยของประชาชน ส่วนใหญ่เป็นทาวน์เฮ้าส์ จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 อาคารพาณิชย์จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0บ้านแฝดจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และบ้านเดี่ยวจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

### 4. ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต

ประชาชนให้ความสำคัญเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ตโดยภาพรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97รองมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93ด้านราคาเฉลี่ยเท่ากับ 3.92ด้านลักษณะทางกายภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านบุคคล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81ตามลำดับ

## 5. ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต พบว่า เพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต

2. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต พบว่า สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต

3. ลักษณะที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ประชาชนที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านโดยภาพรวมต่างกัน

## อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ตสามารถนำมาอภิปรายตามผลเชิงพรรณนาได้ดังต่อไปนี้

ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต พบว่า เพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโรจ พิหาร (2560) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างของประชากรใน จังหวัดสงขลาการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างของประชากรในจังหวัดสงขลา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลที่ผ่านการใช้บริการหรือกำลังตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำนวน 200 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้สถิติต่างๆ ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานค่า t-test ค่าความแปรปรวนทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.0 มีอายุ 46 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 27.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66.0 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 61.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 45,001-50,000 บาท ร้อยละ 31.0 มีสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ร้อยละ 44.0 เคยใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างในการก่อสร้างที่อยู่อาศัย ร้อยละ 42.0 มูลค่าเคยใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างระหว่าง 1,000,001-5,000,000 บาท ร้อยละ 54.5 และส่วนใหญ่เคยผ่านการใช้บริการ ร้อยละ 77.5 มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีกระบวนการคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้างโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อกระบวนการคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้างโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต พบว่า สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านใน

จังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรีย์ โพธิ์หัง (2560, หน้า 10) ได้สรุปว่า ผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ผลกระทบที่เป็นตัวเงินที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม ในพื้นที่ซึ่งเป็นผลพลวงมาจากการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และขยายผลโดยผ่านกระบวนการทำการของตัววิเทศ โดยจะมีการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจในวงแคบและกว้างออกไปซึ่งจะมีผลต่อการจับจ่ายใช้สอยของประชาชนโดยตรง

ลักษณะที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ตพบว่า ประชาชนที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านโดยภาพรวมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชีพชวงศ์ สิทธิบุญ (2551) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีความสัมพันธ์กับกระบวนการคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้างของประชากรในจังหวัดสงขลา พบว่า ประเภทของสิ่งก่อสร้างมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีความสัมพันธ์กับกระบวนการคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ นำไปใช้ในการปรับปรุงส่วนประสมการตลาดของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้าง ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ด้านบุคคล และด้านส่งเสริมการตลาดประชาชนให้ความสำคัญอยู่ในลำดับสุดท้าย ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอเพื่อปรับปรุงทั้ง 2 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการส่งเสริมการตลาดควรมีการรับประกันตัวบ้านหลังการก่อสร้างโดยมีระยะเวลาที่เหมาะสมบริการด้านการหาแหล่งเงินเชื่อที่ดี และควรมีการส่งเสริมทางการตลาดให้เป็นที่น่าสนใจหรือจูงใจเป็นพิเศษเพื่อกระตุ้นยอดขาย เช่น คุ้มครองซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าส่วนลดค่าออกแบบบ้าน และของแถม การชิงโชค เป็นต้น รวมถึงมีการทำ โฆษณาผ่านหลายๆช่องทางเพื่อให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารของบริษัทรับเหมาก่อสร้างบ้าน

2. ด้านบุคคลผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างควรมีความสำคัญในการดูแลความเอาใจใส่ของพนักงานในการให้บริการกับประชาชนที่เข้ามาใช้บริการเพื่อทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและควรคำนึงถึงบุคลิกภาพของพนักงานในการให้บริการ อีกทั้งควรมีการฝึกอบรมเพิ่มความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรของโครงการเพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับการสร้างบ้านกับลูกค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกและละเอียดครอบคลุมมากขึ้น และนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการปรับเปลี่ยนพัฒนาการให้บริการให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษารุ่นนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชากรในเขตจังหวัดภูเก็ต เท่านั้น ดังนั้นควรมีการศึกษา กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่นที่มีลักษณะคล้ายเคียงกันเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการเปรียบเทียบและปรับปรุงการ ให้บริการที่ดีมากยิ่งขึ้น

#### บรรณานุกรม

- กองกฤษณ์ โทษย์วัฒน์ และวารากร ลิขิตอนุภาค. (2555). คุณสมบัติในการคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้าง งาน สาธารณูปโภคในโครงการหมู่บ้านจัดสรร. *วารสารวิจัยและพัฒนา มจร.* 35(2), 235 – 251.
- กุลชลี ไชยนันตา. (2553). *กระบวนการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: ประยูรวงศ์.
- ชีพชวงค์ สิทธิบุญ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทรับสร้างบ้าน. *วิทยานิพนธ์ วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกล้าธนบุรี.
- ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง. (2558). ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.apcsweb.org/category>.
- ฝ่ายวิจัยธุรกิจธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2557). *วิเคราะห์ประเด็นธุรกิจ: รับเหมาปี 2557 ส่อแววไม่สดใส รายเล็กระทบหนัก*.
- ฝ่ายวิชาการและเผยแพร่ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2557). *สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยและสินเชื่อ ที่อยู่อาศัยไทยปี 2555 และแนวโน้มปี 2556*.
- ฝ่ายวิชาการและเผยแพร่ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2558). *สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยและสินเชื่อ ที่อยู่อาศัยไทยปี 2556 และแนวโน้มปี 2557*.
- โรจ พิหาร. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างของ ประชากรใน จังหวัดสงขลา. *คณะวิทยาการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์*. (2555). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- สันติ ชินานูวัตวงศ์. (2551). *วิศวกรรมก่อสร้างและการจัดการ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน. (2551). “การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคด้านการเปิดรับสื่อและความ ต้องการที่อยู่ อาศัยของผู้บริโภค กรณีศึกษา งานรับสร้างบ้าน 2008 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติ สิริกิต์วันที่ 20-24 สิงหาคม 2551” กรุงเทพมหานคร.
- Alarcón, L.F. and Mourgues, C. (2002). Performance Modeling for Contractor Selection. *Journal of Management in Engineering ASCE*, 18, 52-60. [http://dx.doi.org/10.1061/\(ASCE\)0742-597X\(2002\)18:2\(52\)](http://dx.doi.org/10.1061/(ASCE)0742-597X(2002)18:2(52))
- Jenning, P. and Holt, G.D. (1998). Prequalification and Multi-Criteria Selection: a Measurement of Contractor’s Opinions, Construction Management and Economic. 16, 651-660.
- Kotler, P. (1996). *Marketing management: analysis, planning, implementation, and*

*Control*. New York: Prentice Hall.

Kotler and Armstrong,. (2004). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and Control* (9th ed.). New Jersey: A Simon and Schuster.

Kotler, P. (2009). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall.

Plunkett,W.R. and R. F. Attner. (1994). *Introduction to Management*.Belmont:Wadsworth.

Watt, D.J., Kayis B., and Willey K. (2009). Identifying Key Factors in Evaluation of Tenders for Projects and Services, *International Journal of Project Management*, 27, 250-26