

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม และการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าและปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยวิธีการเก็บข้อมูล คือ ใช้แบบสอบถามจำนวน 394 คน เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าที่เลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยจึงขอเสนอและอภิปรายผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของตารางจำนวน 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าของลูกค้าเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า

ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ข้อกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับการตัดสินใจ
$S.D.$	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบ t-test
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบ F-test
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
R^2	แทน	ความสัมพันธ์

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าของลูกค้าเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าของลูกค้าเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว โดยหาค่าความถี่และค่าร้อยละแสดงรายละเอียดใน ตาราง 1

ตาราง 1 ค่าความถี่ และร้อยละปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าของลูกค้าเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าของลูกค้า	จำนวน (394 คน)	ร้อยละ (100.00)
เพศ		
ชาย	228	59.40
หญิง	156	40.60

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าของลูกค้า	จำนวน (394 คน)	ร้อยละ (100.00)
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	20	5.20
26 - 35 ปี	230	59.90
36 - 45 ปี	110	28.60
46 - 55 ปี	16	4.20
มากกว่า 56 ปี ขึ้นไป	8	2.10
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	22	5.70
ปริญญาตรี	319	83.10
สูงกว่าปริญญาตรี	43	11.20
สถานภาพ		
โสด	98	25.50
สมรส	271	70.60
หม้าย/หย่าร้าง	15	3.90
อาชีพ		
ธุรกิจส่วนตัว	82	21.40
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	42	10.90
ข้าราชการ	228	59.40
พนักงานบริษัท	28	7.30
อื่นๆ (โปรดระบุ)	4	1.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	62	16.10
10,001 - 20,000 บาท	163	42.40
20,001 - 30,000 บาท	122	31.80
30,001 บาท ขึ้นไป	37	9.60

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าของลูกค้า	จำนวน (394 คน)	ร้อยละ (100.00)
จำนวนสมาชิกในครอบครัว		
น้อยกว่า 2 คน	131	34.10
2 - 4 คน	178	46.40
5 - 7 คน	75	19.50
มากกว่า 7 คน	131	34.10

จากตาราง 1 ผลการวิจัยปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าของลูกค้าเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 59.40 อายุ 26 - 35 ปี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 59.90 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 83.10 สถานภาพ จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 70.60 อาชีพข้าราชการ จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 59.40 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 42.40 และจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2 - 4 คน จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 46.40

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทางด้านลักษณะที่พ็ออาศัย เคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักมาแล้วกี่ครั้ง ประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการครั้งนี้ ทราบข้อมูลจากแหล่งใดในการติดต่อกับผู้รับเหมา เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกผู้รับเหมา ในการก่อสร้างท่านให้ผู้รับเหมาเสนอราคาวิธีใด และการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมา โดยหาค่าความถี่และค่าร้อยละ แสดงรายละเอียดในตาราง 2

ตาราง 2 ค่าความถี่ และร้อยละปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซม และต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการ	จำนวน (394คน)	ร้อยละ (100.00)
ลักษณะที่พักอาศัย		
บ้านเช่า	51	13.30
บ้านพักสวัสดิการ	125	32.60
เจ้าของกรรมสิทธิ์	160	41.70
อาศัยอยู่กับผู้อื่น	48	12.50
ท่านเคยทำการก่อสร้างหรือซ่อมแซมต่อเติมบ้านพักมาแล้วกี่ครั้ง		
ไม่เคย	210	54.70
1 ครั้ง	109	28.40
2 ครั้ง	41	10.70
มากกว่า 2 ครั้ง	24	6.30
ประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการครั้งนี้		
สร้างใหม่	79	20.60
สร้างใหม่	139	36.20
ซ่อมแซม	166	43.20
ทราบข้อมูลจากแหล่งใดในการติดต่อกับผู้รับเหมา		
แหล่งบุคคล เช่น การสอบถามจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก	96	25.00
แหล่งทางการค้า เช่น การหาข้อมูลจากโฆษณา ตามสื่อต่างๆ พนักงานขาย ร้านค้า	50	13.00
แหล่งประสบการณ์ เกิดจากส่วนตัวของ ผู้ให้บริการที่เคยใช้บริการรับเหมาก่อสร้างมา ก่อน	238	62.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการ	จำนวน (394คน)	ร้อยละ (100.00)
เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกผู้รับเหมา		
รูปแบบของบริษัท หรือรูปแบบของธุรกิจ รับเหมาก่อสร้าง	48	12.50
ความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมาก่อสร้าง	204	53.10
ราคาเหมาะสม	104	27.10
การเลือกวัสดุอุปกรณ์ ในการก่อสร้างและต่อเติม	28	7.30
ในการก่อสร้างท่านให้ผู้รับเหมาเสนอราคาวิธีใด		
เสนอเงินเฉพาะค่าแรง (ท่านจัดหาวัสดุให้)	162	42.20
เสนอทั้งค่าวัสดุและค่าแรงงาน (ผู้รับเหมาซื้อ วัสดุเองด้วย)	222	57.80
การเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมา		
ไม่มีการเปรียบเทียบ	81	21.10
มีการเปรียบเทียบ 1 - 2 ราย	218	56.80
มีการเปรียบเทียบ 3 - 4 ราย	59	15.40
มีการเปรียบเทียบตั้งแต่ 5 รายขึ้นไป	26	6.80

จากตาราง 2 ผลการวิจัยปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีลักษณะที่พิกอาศัยเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.70 ไม่เคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพัก จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 54.70 ประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการคือซ่อมแซม จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20 ทราบข้อมูลจากผู้รับเหมาแหล่งประสบการณ์ เกิดจากส่วนตัวของผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการรับเหมาก่อสร้างมาก่อน จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกผู้รับเหมา คือความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมาก่อสร้าง จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 53.10 ในการก่อสร้าง ผู้รับเหมาเสนอราคาโดยเสนอทั้งค่าวัสดุและค่าแรงงาน (ผู้รับเหมาซื้อวัสดุเองด้วย) จำนวน 222 คน

คิดเป็นร้อยละ 57.80 และการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมา 1 – 2 ราย จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงรายละเอียดใน ตาราง 3 – 7

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมา (ภาพพจน์ดี)	4.17	.67	มาก
2. ความสามารถและความชำนาญของผู้รับเหมา	3.74	.81	มาก
3. ผลงานในอดีตที่ผ่านมาของผู้รับเหมา (สมุดภาพ)	3.14	.54	ปานกลาง
4. มีแบบบ้านเสนอให้เจ้าของบ้านเลือกหลายแบบ	3.42	.71	มาก
5. มีการรับประกันผลงานและให้บริการซ่อมแซมถ้าเกิด ความเสียหาย	3.31	.93	ปานกลาง
โดยรวม	3.56	.61	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$ และ S.D. = .61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย พบว่า ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมา (ภาพพจน์ดี) อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็น ความสามารถและความชำนาญของผู้รับเหมา อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุดคือ ผลงานในอดีตที่ผ่านมาของผู้รับเหมา (สมุดภาพ) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้
บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ราคาบ้านเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการ ก่อสร้าง	3.42	.80	มาก
2. มีราคาบ้านให้เลือกหลายระดับราคาตามรูปแบบบ้านที่ ต้องการ	3.21	.86	ปานกลาง
3. สามารถต่อรองราคาได้	3.15	.99	ปานกลาง
4. มีการจ่ายเงินตามงวดงานที่ได้ตกลงไว้	3.14	.81	ปานกลาง
5. ราคาค่าก่อสร้างบ้านไม่เกินที่ประมาณการไว้มาก	3.29	.94	ปานกลาง
โดยรวม	3.24	.74	ปานกลาง

จากตาราง 4 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$ และ S.D. = .74) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่าราคาบ้านเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็น ราคาค่าก่อสร้างบ้านไม่เกินที่ประมาณการไว้มาก อยู่ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุดคือการจ่ายเงินตามงวดงานที่ได้ตกลงไว้ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความสะดวกเรื่องเวลาในการติดต่อ	3.18	.97	ปานกลาง
2. ผู้รับเหมาเดินทางมาติดต่อกับเจ้าของบ้านโดยตรง	2.93	.66	ปานกลาง
3. มีความสะดวกในการเดินทาง	3.39	.85	ปานกลาง
4. รับทราบข้อมูลการให้บริการผ่านทางเว็บไซต์	3.42	.83	มาก
5. ที่ตั้งของสถานประกอบการตั้งอยู่ในทำเลหาง่าย	3.32	.89	ปานกลาง
โดยรวม	3.25	.77	ปานกลาง

จากตาราง 5 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$ และ S.D. = .77) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่ารับทราบข้อมูลการให้บริการผ่านทางเว็บไซต์ อยู่ในระดับมาก รองลงมา เป็น มีความสะดวกในการเดินทาง อยู่ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุดคือความสะดวกเรื่องเวลาในการติดต่ออยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว นามบัตร	3.42	.86	มาก
2. มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดเช่น การลดราคา	3.13	.89	ปานกลาง
3. การแจกของแถม เช่น จัดสวนฟรี ตกแต่งห้องครัวฟรี หรือแถมเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เป็นต้น	3.23	.87	ปานกลาง
4. มีการใช้สื่อต่างๆ ในการโฆษณา เช่น สื่อวิทยุ	3.28	.82	ปานกลาง
โดยรวม	3.27	.77	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$ และ S.D. = .77) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว นามบัตรอยู่ในระดับมาก รองลงมาการใช้สื่อต่างๆ ในการโฆษณา เช่น สื่อวิทยุและน้อยที่สุดคือการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดเช่น การลดราคาอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. โฟร์แมนหรือหัวหน้างานมีความชำนาญ	3.32	.81	ปานกลาง
2. บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์และมีความชำนาญ ในการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านเป็นอย่างดี	3.95	.80	มาก
3. บุคลากรมีอัธยาศัยและตรงต่อเวลานัดหมาย	3.93	.81	มาก
4. ทีมงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	3.94	.77	มาก
5. ไม่มีปัญหาในการขาดแคลนแรงงานก่อสร้าง	3.84	.77	มาก
โดยรวม	3.78	.52	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$ และ S.D. = .52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่าบุคลากรมีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์และมีความชำนาญ ในการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นทีมงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุดคือ โฟร์แมนหรือหัวหน้างานมีความชำนาญ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านสภาพแวดล้อม	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความเป็นระเบียบในสถานที่ก่อสร้าง	3.84	.75	มาก
2. การป้องกันอุบัติเหตุจากงานก่อสร้าง เช่น การปิดผ้าใบ ป้องกันบ้านข้างเคียง หรือการให้พนักงานสวมหมวก นิรภัย	3.82	.82	มาก
3. การแต่งกายของทีมงานที่เป็นแบบเดียวกัน	4.02	.77	มาก
4. กิจกรรมความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความสามารถในการก่อสร้าง	3.92	.830	มาก
5. กิจกรรมความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และ เครื่องจักร	3.95	.77	มาก
โดยรวม	3.91	.56	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$ และ S.D. = .52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่าการแต่งกายของทีมงานที่เป็นแบบเดียวกัน อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นกิจกรรมความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องจักร อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุดคือการป้องกันอุบัติเหตุจากงานก่อสร้าง เช่น การปิดผ้าใบป้องกันบ้านข้างเคียง หรือการให้พนักงานสวมหมวกนิรภัยอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านกระบวนการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีการวางแผนงานที่เป็นระบบและสามารถควบคุมเวลาให้ได้ตามแผนที่กำหนดไว้	3.77	.82	มาก
2. ใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านที่ทันสมัย	3.68	.99	มาก
3. ความรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน	4.15	.79	มาก
4. มีการรายงานความคืบหน้าด้านงานก่อสร้าง	3.69	.99	มาก
5. การประสานงานกับบ้านข้างเคียงหรือหน่วยงานต่างๆ เช่น ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น	4.14	.79	มาก
โดยรวม	3.89	.64	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$ และ S.D. = .64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่าความรวดเร็วในการติดต่อประสานงานอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นการประสานงานกับบ้านข้างเคียงหรือหน่วยงานต่างๆ เช่น ไฟฟ้า ประปา เป็นต้นอยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุดคือใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านที่ทันสมัยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดภาพรวมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ภาพรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	3.56	.61	มาก
ด้านราคา	3.24	.74	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.25	.77	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.27	.77	ปานกลาง
ด้านบุคลากร	3.78	.52	มาก
ด้านสภาพแวดล้อม	3.91	.56	มาก
ด้านกระบวนการ	3.89	.64	มาก
โดยรวม	3.56	.43	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$ และ S.D. = .43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่าด้านสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุดคือด้านราคาอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมใน
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการรับรู้ถึงปัญหาความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการ
ประเมินทางเลือก และด้านการตัดสินใจใช้บริการ โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
แสดงรายละเอียดใน ตาราง 11 – 15

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการรับรู้ถึงปัญหาความต้องการ

ด้านการรับรู้ถึงปัญหาความต้องการ	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซ่อมแซมต่อเติมบ้านค้ำเนื่องถึง ความปลอดภัยของบุคคลในครอบครัว	4.28	.72	มาก
2. รู้สึกอาย หากบุคคลภายนอก มองเห็นบ้านไม่สวย หรือ ชำรุด	3.85	.74	มาก
3. รู้สึกรำคาญ,หงุดหงิด จากการชำรุดของบ้านหรือบ้านใช้ งานได้ไม่เต็มที่	3.21	.96	ปานกลาง
4. อยากให้บ้านสวยอยู่เสมอ	3.47	.84	มาก
5. บ้านชำรุดทรุดโทรม ล้ำสมัย โกล้หมดอายุ การใช้งาน	3.40	.79	มาก
6. เตรียมการเพื่อรองรับ การเปลี่ยนแปลงทาง ธรรมชาติ เช่น หลังคารั่ว รั้วพัง ผนังร้าว	3.69	.99	มาก
โดยรวม	3.65	.54	มาก

จากตาราง 11 พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อ
เติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการรับรู้ถึงปัญหาความต้องการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ
มาก ($\bar{X} = 3.65$ และ S.D. = .54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหา
น้อย พบว่าเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซ่อมแซมต่อเติมบ้านค้ำเนื่องถึงความปลอดภัยของบุคคลใน
ครอบครัว อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นผู้รู้สึกอาย หากบุคคลภายนอก มองเห็นบ้านไม่สวย หรือ

ชำระอยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุดคือรู้สึกรำคาญ,หงุดหงิด จากการชำระของบ้านหรือบ้านใช้งาน
ได้ไม่เต็มที่ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการค้นหาข้อมูล

ด้านการค้นหาข้อมูล	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ท่านค้นหาข้อมูลผู้รับเหมาจากญาติ คู่สมรส บุตร ตัวท่าน เอง เพื่อน คนรู้จัก	3.54	.70	มาก
2. ท่านค้นหาข้อมูลผู้รับเหมาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ โทรศัพท์ INTERNET ไขป๊อว นสพ. วารสาร	3.78	.76	มาก
3. ท่านค้นหาข้อมูลผู้รับเหมาจากการสอบถามจากร้านค้า ห้าง โชว์รูมฯ ที่ขายวัสดุก่อสร้าง	3.28	.89	ปานกลาง
4. ท่านค้นหาข้อมูลผู้รับเหมาจากบริษัท, วิศวกรฯ, สถาปนิก หรือบุคลากรทาง ช่าง ที่ให้บริการด้านก่อสร้าง	3.55	.84	มาก
5. ท่านค้นหาข้อมูลผู้รับเหมาจากหน่วยงานราชการ	3.88	.83	มาก
โดยรวม	3.61	.60	มาก

จากตาราง 12 พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อ
เติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} =$
3.61 และ S.D. = .60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย พบว่า
ค้นหาข้อมูลผู้รับเหมาจากหน่วยงานราชการอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นการค้นหาข้อมูล
ผู้รับเหมาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ โทรศัพท์ INTERNET ไขป๊อว นสพ. วารสารอยู่ในระดับมาก
และน้อยที่สุดคือค้นหาข้อมูลผู้รับเหมาจากการสอบถามจากร้านค้า ห้าง โชว์รูมฯ ที่ขายวัสดุ
ก่อสร้างอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการประเมินทางเลือก

ด้านการประเมินทางเลือก	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ท่านพิจารณาการเลือกใช้บริการซ่อมแซมต่อเติมกับ ผู้รับเหมาจากบุคลิกลักษณะ ความไว้วางใจ ความ น่าเชื่อถือ	3.77	.73	มาก
2. ท่านพิจารณาการเลือกใช้บริการซ่อมแซมต่อเติมกับ ผู้รับเหมาจากคำแนะนำ คำรับรอง จากบุคคลใกล้ชิด	3.64	.82	มาก
3. ท่านพิจารณาใช้บริการเลือกใช้บริการซ่อมแซมต่อเติมกับ ผู้รับเหมาจากคำชี้แนะ การนำเสนอ การวางแผน การ บริการ	3.66	.73	มาก
4. ท่านพิจารณาการเลือกใช้บริการซ่อมแซมต่อเติมกับ ผู้รับเหมาจากความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ ประสบการณ์ ของผู้รับเหมาฯ	3.52	.81	มาก
โดยรวม	3.19	.86	ปานกลาง

จากตาราง 13 พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.19 และ S.D. = .86) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย พบว่าพิจารณาการเลือกใช้บริการซ่อมแซมต่อเติมกับผู้รับเหมาจากบุคลิกลักษณะ ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นการพิจารณาใช้บริการเลือกใช้บริการซ่อมแซมต่อเติมกับผู้รับเหมาจากคำชี้แนะ การนำเสนอ การวางแผน การบริการอยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุดคือพิจารณาการเลือกใช้บริการซ่อมแซมต่อเติมกับผู้รับเหมาจากความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ ประสบการณ์ ของผู้รับเหมาฯอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการตัดสินใจใช้บริการ

ด้านการตัดสินใจใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ท่านตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจากระยะเวลา และงบประมาณค่าใช้จ่าย	3.15	.83	ปานกลาง
2. ท่านตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจากการรับประกันผลงานตามเวลาที่กำหนด	3.00	.87	ปานกลาง
3. ท่านตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจากการบริการที่ดีชี้แนะเป็นขั้นตอนมีหลักการและเหตุผล	3.18	.65	ปานกลาง
4. ท่านตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจากผลงานและชื่อเสียงในอดีตและปัจจุบัน	3.53	.76	มาก
5. ท่านตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจากความรู้ความชำนาญดำเนินงาน โยมืออาชีพ	3.22	.92	ปานกลาง
โดยรวม	3.22	.71	ปานกลาง

จากตาราง 14 พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการตัดสินใจใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.22$ และ $S.D. = .71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย พบว่าตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจากผลงานและชื่อเสียงในอดีตและปัจจุบันอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นการตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจากความรู้ความชำนาญดำเนินงาน โยมืออาชีพอยู่ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุดคือตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจากการรับประกันผลงานตามเวลาที่กำหนดอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวม

ภาพรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านการรับรู้ถึงปัญหาความต้องการ	3.65	.54	มาก
ด้านการค้นหาข้อมูล	3.61	.60	มาก
ด้านการประเมินทางเลือก	3.55	.63	มาก
ด้านการตัดสินใจใช้บริการ	3.22	.71	ปานกลาง
โดยรวม	3.51	.53	มาก

จากตาราง 15 พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$ และ S.D. = .53) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย พบว่าด้านการรับรู้ถึงปัญหาความต้องการอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นการค้นหาข้อมูลอยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุดคือด้านการตัดสินใจใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า รายละเอียดแสดงในตาราง 16 – 38 มีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีปัจจัยพื้นฐานต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีปัจจัยพื้นฐานต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

ตาราง 16 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซม และต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ

ระดับการตัดสินใจ	เพศ				t	Sig.
	ชาย (n=162)		หญิง (n=222)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.56	.58	3.55	.66	.17	.033*
ด้านราคา	3.29	.74	3.17	.75	1.51	.728
ด้านการจัดจำหน่าย	3.29	.73	3.19	.83	1.32	.455
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.26	.78	3.27	.77	-.10	.617
ด้านบุคลากร	3.83	.51	3.72	.53	1.94	.795
ด้านสภาพแวดล้อม	3.95	.56	3.85	.56	1.69	.208
ด้านกระบวนการ	3.93	.66	3.83	.61	1.41	.358
รวม	3.59	.42	3.51	.44	1.66	.704

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน ส่วน ค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

ตาราง 17 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซม และต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	8.895	4	2.224	6.124	.000*
	ภายในกลุ่ม	137.623	379	.363		
	รวม	146.518	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	8.768	4	2.192	4.025	.003*
	ภายในกลุ่ม	206.411	379	.545		
	รวม	215.180	383			
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	15.818	4	3.955	6.922	.000*
	ภายในกลุ่ม	216.513	379	.571		
	รวม	232.332	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	14.792	4	3.698	6.469	.000*
	ภายในกลุ่ม	216.645	379	.572		
	รวม	231.437	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.371	4	.093	.338	.852
	ภายในกลุ่ม	104.000	379	.274		
	รวม	104.371	383			
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	.638	4	.159	.498	.737
	ภายในกลุ่ม	121.355	379	.320		
	รวม	121.992	383			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	.246	4	.062	.145	.965
	ภายในกลุ่ม	160.299	379	.423		
	รวม	160.545	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.398	4	.850	4.627	.001*
	ภายในกลุ่ม	69.595	379	.184		
	รวม	72.993	383			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 18 - 21

ตาราง 18 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ กับอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	มากกว่า 56 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี					
26 - 35 ปี	.493*				
36 - 45 ปี	.661*	.167*			
46 - 55 ปี	.410*				
มากกว่า 56 ปีขึ้นไป	.860*				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 18 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 26 - 35 ปี 36 - 45 ปี 46 - 55 ปี และมากกว่า 56 ปีขึ้นไป มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่า ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.493) (.661) (.410) และ (.860) ลูกค้าที่มีอายุ 36 - 45 ปี มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 26 - 35 ปี (.167)

ตาราง 19 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านราคา กับอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	มากกว่า 56 ปี ขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี					
26 - 35 ปี					
36 - 45 ปี	.558*	.259*			
46 - 55 ปี					
มากกว่า 56 ปีขึ้นไป	.720*				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 19 พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 36 - 45 ปี และมากกว่า 56 ปีขึ้นไปมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา
มากกว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.558) และ(.720) ลูกค้ำที่มีอายุ 36 - 45 ปี มีการตัดสินใจเลือกใช้
บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้ำที่มี
อายุ 26 - 35 ปี (.259)

ตาราง 20 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านการจัดจำหน่าย กับอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	มากกว่า 56 ปี ขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี					
26 - 35 ปี					
36 - 45 ปี	.583*	.392*		.593*	
46 - 55 ปี					
มากกว่า 56 ปีขึ้นไป	.640*				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 20 พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 36 - 45 ปี และอายุมากกว่า 56 ปีขึ้นไปมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจัดจำหน่าย มากกว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.583) และ(.640) ลูกค้ำที่มีอายุ 36 - 45 ปี มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 26 - 35 ปี (.392) และลูกค้ำที่มีอายุ 36 - 45 ปี มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 46 - 55 ปี (.593)

ตาราง 21 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาด กับอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	มากกว่า 56 ปี ขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี					
26 - 35 ปี					
36 - 45 ปี	.368*			.805*	
46 - 55 ปี					
มากกว่า 56 ปีขึ้นไป		.726*	.631*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 21 พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 36 - 45 มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.368) ลูกค้ำที่มีอายุ มากกว่า 56 ปีขึ้นไป มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 26 - 35 ปี (.726) ลูกค้ำที่มีอายุ มากกว่า 56 ปีขึ้นไป มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 36 - 45 ปี (.631) และลูกค้ำที่มีอายุ 36 - 45 ปี มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 46 - 55 ปี (.805)

ตาราง 22 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซม และต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.761	2	.380	.994	.371
	ภายในกลุ่ม	145.757	381	.383		
	รวม	146.518	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.839	2	.420	.746	.475
	ภายในกลุ่ม	214.340	381	.563		
	รวม	215.180	383			
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.693	2	.846	1.398	.248
	ภายในกลุ่ม	230.639	381	.605		
	รวม	232.332	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.935	2	.467	.772	.463
	ภายในกลุ่ม	230.502	381	.605		
	รวม	231.437	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.523	2	.261	.959	.384
	ภายในกลุ่ม	103.848	381	.273		
	รวม	104.371	383			
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	.004	2	.002	.007	.993
	ภายในกลุ่ม	121.988	381	.320		
	รวม	121.992	383			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.207	2	1.103	2.655	.072
	ภายในกลุ่ม	158.338	381	.416		
	รวม	160.545	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.267	2	.134	.700	.497
	ภายในกลุ่ม	72.726	381	.191		
	รวม	72.993	383			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 7 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 23 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสถานภาพ

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.045	2	.023	.059	.943
	ภายในกลุ่ม	146.473	381	.384		
	รวม	146.518	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.155	2	.078	.137	.872
	ภายในกลุ่ม	215.025	381	.564		
	รวม	215.180	383			
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.028	2	.014	.023	.977
	ภายในกลุ่ม	232.303	381	.610		
	รวม	232.332	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.804	2	.402	.664	.515
	ภายในกลุ่ม	230.633	381	.605		
	รวม	231.437	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.885	2	1.442	5.415	.005*
	ภายในกลุ่ม	101.486	381	.266		
	รวม	104.371	383			
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	3.672	2	1.836	5.912	.003*
	ภายในกลุ่ม	118.320	381	.311		
	รวม	121.992	383			

ตาราง 22 (ต่อ)

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	6.524	2	3.262	8.069	.000*
	ภายในกลุ่ม	154.021	381	.404		
	รวม	160.545	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.554	2	.277	1.456	.234
	ภายในกลุ่ม	72.439	381	.190		
	รวม	72.993	383			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 4 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ แตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 24 - 26

ตาราง 24 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านบุคคลากร กับสถานภาพ

สถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด			
สมรส			
หม้าย/หย่าร้าง	.469*	.390*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 24 พบว่า ลูกค้ำที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคคลากร มากกว่า
ลูกค้ำที่มีสถานภาพโสด และสมรส (.469) และ (.390)

ตาราง 25 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านสภาพแวดล้อม กับสถานภาพ

สถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด			
สมรส			
หม้าย/หย่าร้าง	.508*	.503*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 25 พบว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสภาพแวดล้อมมากกว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด และสมรส (.508) และ (.503)

ตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านกระบวนการ กับสถานภาพ

สถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด			
สมรส			
หม้าย/หย่าร้าง	.450*	.611*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 26 พบว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านกระบวนการ มากกว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด และสมรส (.450) และ (.611)

ตาราง 27 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซม และต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอาชีพ

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4.205	4	1.051	2.800	.026*
	ภายในกลุ่ม	142.313	379	.375		
	รวม	146.518	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.354	4	1.089	1.957	.100
	ภายในกลุ่ม	210.826	379	.556		
	รวม	215.180	383			
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	6.141	4	1.535	2.572	.038*
	ภายในกลุ่ม	226.191	379	.597		
	รวม	232.332	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	11.464	4	2.866	4.938	.001*
	ภายในกลุ่ม	219.973	379	.580		
	รวม	231.437	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.385	4	.346	1.275	.279
	ภายในกลุ่ม	102.986	379	.272		
	รวม	104.371	383			
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	1.387	4	.347	1.090	.361
	ภายในกลุ่ม	120.605	379	.318		
	รวม	121.992	383			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3.611	4	.903	2.180	.071
	ภายในกลุ่ม	156.934	379	.414		
	รวม	160.545	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.382	4	.346	1.829	.123
	ภายในกลุ่ม	71.611	379	.189		
	รวม	72.993	383			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 4 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันได้ จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 28 - 30

ตาราง 28 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ กับอาชีพ

อาชีพ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัท	อื่นๆ (ไปรตระบุ)
ธุรกิจส่วนตัว					
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.323*		.311*	.385*	
ข้าราชการ					
พนักงานบริษัท					
อื่นๆ (ไปรตระบุ)					

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 28 พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ และ พนักงานบริษัท (.323) (.311) และ (.385)

ตาราง 29 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายกลุ่ม ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านการจัดจำหน่าย กับอาชีพ

อาชีพ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัท	อื่นๆ (ไปรตระบุ)
ธุรกิจส่วนตัว					
พนักงานรัฐวิสาหกิจ			.386*		
ข้าราชการ					
พนักงานบริษัท					
อื่นๆ (ไปรตระบุ)					

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 29 พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจัดจำหน่าย
มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพ ข้าราชการ (.386)

ตาราง 30 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาด กับอาชีพ

อาชีพ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัท	อื่นๆ (ไปรตระนุ)
ธุรกิจส่วนตัว					
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.500*		.368*		
ข้าราชการ					
พนักงานบริษัท	.542*		.410*		
อื่นๆ (ไปรตระนุ)					

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 30 พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด
มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ (.500) (.542) และลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงาน
รัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ (.368) (.410)

ตาราง 31 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซม และต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3.542	3	1.181	3.138	.025*
	ภายในกลุ่ม	142.976	380	.376		
	รวม	146.518	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	9.019	3	3.006	5.541	.001*
	ภายในกลุ่ม	206.161	380	.543		
	รวม	215.180	383			
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	5.826	3	1.942	3.258	.022*
	ภายในกลุ่ม	226.505	380	.596		
	รวม	232.332	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	7.228	3	2.409	4.083	.007*
	ภายในกลุ่ม	224.209	380	.590		
	รวม	231.437	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.162	3	.721	2.679	.047*
	ภายในกลุ่ม	102.209	380	.269		
	รวม	104.371	383			
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	.779	3	.260	.814	.487
	ภายในกลุ่ม	121.214	380	.319		
	รวม	121.992	383			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	.897	3	.299	.712	.545
	ภายในกลุ่ม	159.648	380	.420		
	รวม	160.545	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.797	3	.599	3.197	.023*
	ภายในกลุ่ม	71.196	380	.187		
	รวม	72.993	383			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 2 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 5 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร แตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 32 - 36

ตาราง 32 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
ไม่เกิน 10,000 บาท				
10,001 – 20,000 บาท			.191*	.254*
20,001 – 30,000 บาท				
30,001 บาท ขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 32 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาท ขึ้นไป (.191) (.254)

ตาราง 33 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
 ช่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
 ระหว่างด้านราคา กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
ไม่เกิน 10,000 บาท				
10,001 – 20,000 บาท	.224		.226	.491
20,001 – 30,000 บาท				
30,001 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 33 พบว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างช่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา มากกว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาท ขึ้นไป (.224) (.226) และ (.491)

ตาราง 34 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านการจัดจำหน่าย กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
ไม่เกิน 10,000 บาท				
10,001 – 20,000 บาท			.184	.378
20,001 – 30,000 บาท				
30,001 บาท ขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 34 พบว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจัดจำหน่าย มากกว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาท ขึ้นไป (.184) และ (.378)

ตาราง 35 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาด กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
ไม่เกิน 10,000 บาท				.407*
10,001 – 20,000 บาท				.461*
20,001 – 30,000 บาท				.288*
30,001 บาท ขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 35 พบว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาท ขึ้นไป (.407) (.461) และ (.288)

ตาราง 36 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายกลุ่ม ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านบุคคลากร กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
ไม่เกิน 10,000 บาท				
10,001 – 20,000 บาท			.146*	
20,001 – 30,000 บาท				
30,001 บาท ขึ้นไป			.225*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 36 พบว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และ 30,001 บาท ขึ้นไป มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท (.146) และ (.225)

ตาราง 37 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซม และต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.079	2	.040	.103	.902
	ภายในกลุ่ม	146.439	381	.384		
	รวม	146.518	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.926	2	.463	.823	.440
	ภายในกลุ่ม	214.254	381	.562		
	รวม	215.180	383			
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.643	2	.322	.529	.590
	ภายในกลุ่ม	231.689	381	.608		
	รวม	232.332	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.166	2	.583	.964	.382
	ภายในกลุ่ม	230.271	381	.604		
	รวม	231.437	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.261	2	.631	2.330	.099
	ภายในกลุ่ม	103.110	381	.271		
	รวม	104.371	383			
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	2.707	2	1.354	4.324	.014*
	ภายในกลุ่ม	119.285	381	.313		
	รวม	121.992	383			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.344	2	1.172	2.823	.061
	ภายในกลุ่ม	158.201	381	.415		
	รวม	160.545	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.131	2	.066	.343	.710
	ภายในกลุ่ม	72.862	381	.191		
	รวม	72.993	383			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 6 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกันได้จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 38

ตาราง 38 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านสภาพแวดล้อม กับจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	น้อยกว่า 2 คน	2 - 4 คน	5 - 7 คน	มากกว่า 7 คน
น้อยกว่า 2 คน		.165*	.198*	
2 - 4 คน				
5 - 7 คน				
มากกว่า 7 คน				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 38 พบว่า ลูกค้าที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวน้อยกว่า 2 คนมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า ลูกค้าที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2 - 4 คน และ 5 - 7 คน (.165) (.198)

**ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมใน
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติม รายละเอียดแสดงในตาราง 39 – 57 มีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

ตาราง 39 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซม
และต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะที่พิกอาศัย

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.317	3	.439	1.149	.329
	ภายในกลุ่ม	145.201	380	.382		
	รวม	146.518	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.837	3	.279	.495	.686
	ภายในกลุ่ม	214.343	380	.564		
	รวม	215.180	383			
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.987	3	.329	.540	.655
	ภายในกลุ่ม	231.345	380	.609		
	รวม	232.332	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.088	3	.363	.598	.616
	ภายในกลุ่ม	230.349	380	.606		
	รวม	231.437	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.838	3	.946	3.540	.015*
	ภายในกลุ่ม	101.533	380	.267		
	รวม	104.371	383			

ตาราง 39 (ต่อ)

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	1.569	3	.523	1.650	.177
	ภายในกลุ่ม	120.424	380	.317		
	รวม	121.992	383			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	4.206	3	1.402	3.408	.018*
	ภายในกลุ่ม	156.339	380	.411		
	รวม	160.545	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.149	3	.050	.259	.855
	ภายในกลุ่ม	72.844	380	.192		
	รวม	72.993	383			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 5 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีลักษณะที่พักอาศัยต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีลักษณะที่พักอาศัยต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการ แตกต่างกันได้จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 40 - 41

ตาราง 40 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านบุคลากร กับลักษณะที่พักอาศัย

ลักษณะที่พักอาศัย	บ้านเช่า	บ้านพัก สวัสดิการ	เจ้าของ กรรมสิทธิ์	อาศัยอยู่กับผู้อื่น
บ้านเช่า				
บ้านพักสวัสดิการ				
เจ้าของกรรมสิทธิ์				
อาศัยอยู่กับผู้อื่น	.240*	.232*	.274*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 40 พบว่า ลูกค้ำที่มีลักษณะที่พักอาศัยอยู่กับผู้อื่น มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากรมากกว่า ลูกค้ำที่มีลักษณะที่พักอาศัยบ้านเช่า บ้านพักสวัสดิการ และ เจ้าของกรรมสิทธิ์ (.240) (.232) และ(.274)

ตาราง 41 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านกระบวนการ กับลักษณะที่พักอาศัย

ลักษณะที่พักอาศัย	บ้านเช่า	บ้านพัก สวัสดิการ	เจ้าของ กรรมสิทธิ์	อาศัยอยู่กับผู้อื่น
บ้านเช่า				
บ้านพักสวัสดิการ			.223	
เจ้าของกรรมสิทธิ์				
อาศัยอยู่กับผู้อื่น			.227	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 41 พบว่า ลูกค้ำที่มีลักษณะที่พักอาศัยบ้านพักสวัสดิการ และอาศัยอยู่กับผู้อื่น
มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ด้านกระบวนการ มากกว่า ลูกค้ำที่มีลักษณะที่พักอาศัยเจ้าของกรรมสิทธิ์ (.223) และ(.227)

ตาราง 42 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซม และต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเกณฑ์ทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักมาแล้วกี่ครั้ง

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.633	3	.544	1.428	.234
	ภายในกลุ่ม	144.885	380	.381		
	รวม	146.518	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.739	3	.246	.437	.727
	ภายในกลุ่ม	214.441	380	.564		
	รวม	215.180	383			
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.271	3	.757	1.250	.291
	ภายในกลุ่ม	230.061	380	.605		
	รวม	232.332	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.631	3	1.544	2.586	.053
	ภายในกลุ่ม	226.806	380	.597		
	รวม	231.437	383			
ด้านบุคคลากร	ระหว่างกลุ่ม	6.188	3	2.063	7.984	.000*
	ภายในกลุ่ม	98.183	380	.258		
	รวม	104.371	383			
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	6.363	3	2.121	6.970	.000*
	ภายในกลุ่ม	115.630	380	.304		
	รวม	121.992	383			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	8.549	3	2.850	7.124	.000*
	ภายในกลุ่ม	151.996	380	.400		
	รวม	160.545	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.787	3	.596	3.178	.024*
	ภายในกลุ่ม	71.206	380	.187		
	รวม	72.993	383			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 4 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีเคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักมาแล้วต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีเคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักมาแล้วต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ แตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 43 - 45

ตาราง 43 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านบุคลากร กับเคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักมาแล้วกี่ครั้ง

เคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักมาแล้วกี่ครั้ง	ไม่เคย	1 ครั้ง	2 ครั้ง	มากกว่า 2 ครั้ง
ไม่เคย				.533*
1 ครั้ง				.481*
2 ครั้ง				.443*
มากกว่า 2 ครั้ง				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 43 พบว่า ลูกค้าที่มีเคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักมาแล้วคือ ไม่เคย 1 ครั้ง และ 2 ครั้ง มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร มากกว่า ลูกค้าที่มีเคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักมาแล้วมากกว่า 2 ครั้ง (.533) (.481) และ (.443)

ตาราง 44 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านสภาพแวดล้อม กับเคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักมาแล้วกี่ครั้ง

เคยทำการก่อสร้างหรือต่อ เติมบ้านพักมาแล้วกี่ครั้ง	ไม่เคย	1 ครั้ง	2 ครั้ง	มากกว่า 2 ครั้ง
ไม่เคย				.504*
1 ครั้ง				.557*
2 ครั้ง				.444*
มากกว่า 2 ครั้ง				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 44 พบว่า ลูกค้ำที่มีเคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักมาแล้วคือ ไม่เคย 1
ครั้ง และ 2 ครั้ง มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ด้านสภาพแวดล้อม มากกว่า ลูกค้ำที่มีเคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพัก
มาแล้วมากกว่า 2 ครั้ง (.504) (.557) และ (.444)

ตาราง 45 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านกระบวนการ กับเคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักมาแล้วกี่ครั้ง

เคยทำการก่อสร้างหรือ ต่อ เติมบ้านพักมาแล้วกี่ครั้ง	ไม่เคย	1 ครั้ง	2 ครั้ง	มากกว่า 2 ครั้ง
ไม่เคย				.541*
1 ครั้ง				.646*
2 ครั้ง				.443
มากกว่า 2 ครั้ง				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 45 พบว่า ลูกค้ำที่มีเคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักมาแล้วคือ ไม่เคย 1
ครั้ง และ 2 ครั้ง มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ด้านกระบวนการ มากกว่า ลูกค้ำที่มีเคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพัก
มาแล้วมากกว่า 2 ครั้ง (.541) (.646) และ (.443)

ตาราง 46 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซม และต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการครั้งนี้

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	8.099	2	4.050	11.146	.000*
	ภายในกลุ่ม	138.419	381	.363		
	รวม	146.518	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.947	2	2.973	5.414	.005*
	ภายในกลุ่ม	209.233	381	.549		
	รวม	215.180	383			
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	17.694	2	8.847	15.705	.000*
	ภายในกลุ่ม	214.637	381	.563		
	รวม	232.332	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	8.921	2	4.461	7.638	.001*
	ภายในกลุ่ม	222.516	381	.584		
	รวม	231.437	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4.254	2	2.127	8.094	.000*
	ภายในกลุ่ม	100.117	381	.263		
	รวม	104.371	383			
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	.408	2	.204	.640	.528
	ภายในกลุ่ม	121.584	381	.319		
	รวม	121.992	383			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	.059	2	.030	.070	.932
	ภายในกลุ่ม	160.486	381	.421		
	รวม	160.545	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.872	2	1.936	10.672	.000*
	ภายในกลุ่ม	69.121	381	.181		
	รวม	72.993	383			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 2 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 5 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 47 - 51

ตาราง 47 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ กับประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการครั้งนี้

ประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการ ครั้งนี้	สร้างใหม่	ต่อเติม	ซ่อมแซม
สร้างใหม่			.260*
ต่อเติม			.308*
ซ่อมแซม			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 47 พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการสร้างใหม่ และต่อเติม มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่า ลูกค้าที่มีประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการซ่อมแซม (.260) และ (.308)

ตาราง 48 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านราคา กับประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการครั้งนี้

ประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการ ครั้งนี้	สร้างใหม่	ต่อเติม	ซ่อมแซม
สร้างใหม่			
ต่อเติม	.244*		.265*
ซ่อมแซม			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 48 พบว่า ลูกค้ำที่มีประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการต่อเติม มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา มากกว่า ลูกค้ำที่มีประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการสร้างใหม่ และซ่อมแซม (.244) และ (.265)

ตาราง 49 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านการจัดจำหน่าย กับประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการครั้งนี้

ประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการ ครั้งนี้	สร้างใหม่	ต่อเติม	ซ่อมแซม
สร้างใหม่			
ต่อเติม	.435*		.451*
ซ่อมแซม			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 49 พบว่า ลูกค้ำที่มีประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการต่อเติม มีการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจัด
จำหน่าย มากกว่า ลูกค้ำที่มีประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการสร้างใหม่ และซ่อมแซม (.435)
และ (.451)

ตาราง 50 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาด กับประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการครั้งนี้

ประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการ ครั้งนี้	สร้างใหม่	ต่อเติม	ซ่อมแซม
สร้างใหม่			.288*
ต่อเติม			.317*
ซ่อมแซม			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 50 พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการสร้างใหม่และต่อเติม มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า ลูกค้าที่มีประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการซ่อมแซม (.288) และ (.317)

ตาราง 51 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านบุคคลากร กับประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการครั้งนี้

ประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการ ครั้งนี้	สร้างใหม่	ต่อเติม	ซ่อมแซม
สร้างใหม่			.171*
ต่อเติม			.229*
ซ่อมแซม			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 51 พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการสร้างใหม่และต่อเติม
มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ด้านบุคคลากร มากกว่า ลูกค้าที่มีประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการซ่อมแซม (.171) และ (.229)

ตาราง 52 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซม และต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามทราบข้อมูลจากแหล่งใดในการติดต่อกับผู้รับเหมา

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.294	2	.147	.383	.682
	ภายในกลุ่ม	146.225	381	.384		
	รวม	146.518	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.142	2	.071	.125	.882
	ภายในกลุ่ม	215.038	381	.564		
	รวม	215.180	383			
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.129	2	.064	.106	.900
	ภายในกลุ่ม	232.203	381	.609		
	รวม	232.332	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.820	2	.410	.677	.509
	ภายในกลุ่ม	230.617	381	.605		
	รวม	231.437	383			
ด้านบุคคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.104	2	.052	.190	.827
	ภายในกลุ่ม	104.267	381	.274		
	รวม	104.371	383			
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	1.107	2	.554	1.745	.176
	ภายในกลุ่ม	120.885	381	.317		
	รวม	121.992	383			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.555	2	.778	1.863	.157
	ภายในกลุ่ม	158.990	381	.417		
	รวม	160.545	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.016	2	.008	.042	.959
	ภายในกลุ่ม	72.977	381	.192		
	รวม	72.993	383			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 7 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีทราบข้อมูลจากแหล่งใดในการติดต่อกับผู้รับเหมาต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 53 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกผู้รับเหมา

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.271	3	.090	.234	.872
	ภายในกลุ่ม	146.248	380	.385		
	รวม	146.518	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.547	3	.182	.323	.809
	ภายในกลุ่ม	214.633	380	.565		
	รวม	215.180	383			
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.434	3	.145	.237	.870
	ภายในกลุ่ม	231.897	380	.610		
	รวม	232.332	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.809	3	.603	.998	.394
	ภายในกลุ่ม	229.628	380	.604		
	รวม	231.437	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.941	3	.314	1.152	.328
	ภายในกลุ่ม	103.430	380	.272		
	รวม	104.371	383			
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	2.149	3	.716	2.271	.080
	ภายในกลุ่ม	119.843	380	.315		
	รวม	121.992	383			

ตาราง 53 (ต่อ)

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.799	3	.600	1.435	.232
	ภายในกลุ่ม	158.746	380	.418		
	รวม	160.545	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.504	3	.168	.881	.451
	ภายในกลุ่ม	72.489	380	.191		
	รวม	72.993	383			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 7 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกผู้รับเหมาต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 54 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซม และต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามในการก่อสร้างท่านให้ผู้รับเหมาเสนอราคา วิธีใด

ระดับการตัดสินใจ	เพศ				t	Sig.
	เสนอเงินเฉพาะค่าแรง (n=162)		เสนอทั้งค่าวัสดุและค่าแรงงาน (n=222)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.60	.58	3.52	.63	1.30	.194
ด้านราคา	3.32	.75	3.19	.74	1.62	.404
ด้านการจัดจำหน่าย	3.32	.72	3.20	.81	1.56	.555
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.27	.75	3.27	.79	-.04	.684
ด้านบุคลากร	3.84	.51	3.74	.52	1.79	.405
ด้านสภาพแวดล้อม	3.92	.55	3.90	.57	.32	.849
ด้านกระบวนการ	3.87	.65	3.90	.63	-.38	.652
รวม	3.59	.431	3.53	.43	1.33	.794

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีการก่อสร้างท่านให้ผู้รับเหมาเสนอราคาต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

ตาราง 55 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซม และต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมา

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.274	3	.091	.238	.870
	ภายในกลุ่ม	146.244	380	.385		
	รวม	146.518	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.183	3	.394	.701	.552
	ภายในกลุ่ม	213.996	380	.563		
	รวม	215.180	383			
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.321	3	.107	.175	.913
	ภายในกลุ่ม	232.011	380	.611		
	รวม	232.332	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.227	3	.409	.675	.568
	ภายในกลุ่ม	230.209	380	.606		
	รวม	231.437	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.010	3	.337	1.237	.296
	ภายในกลุ่ม	103.361	380	.272		
	รวม	104.371	383			
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	3.015	3	1.005	3.210	.023*
	ภายในกลุ่ม	118.977	380	.313		
	รวม	121.992	383			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3.335	3	1.112	2.687	.046*
	ภายในกลุ่ม	157.210	380	.414		
	รวม	160.545	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.523	3	.174	.914	.434
	ภายในกลุ่ม	72.470	380	.191		
	รวม	72.993	383			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวม มีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 5 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมาต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมาต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 56 - 57

ตาราง 56 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านสภาพแวดล้อม กับการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมา

การเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมา	ไม่มีการเปรียบเทียบ	มีการเปรียบเทียบ 1 - 2 ราย	มีการเปรียบเทียบ 3 - 4 ราย	มีการเปรียบเทียบตั้งแต่ 5 รายขึ้นไป
ไม่มีการเปรียบเทียบ				
มีการเปรียบเทียบ 1 - 2 ราย			.174*	
มีการเปรียบเทียบ 3 - 4 ราย				
มีการเปรียบเทียบตั้งแต่ 5 รายขึ้นไป	.335*			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 56 พบว่า ลูกค้าที่มีการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมา มีการเปรียบเทียบตั้งแต่ 5 รายขึ้นไป มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสภาพแวดล้อม มากกว่า ลูกค้าที่มีการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมาไม่มีการเปรียบเทียบ (.335) ลูกค้าที่มีการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมา มีการเปรียบเทียบ 1 - 2 ราย มีการ

ตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้ำที่มีการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมามีการเปรียบเทียบ 3 - 4 ราย (.174)

ตาราง 57 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านกระบวนการกับการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมา

การเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมา	ไม่มีการเปรียบเทียบ	มีการเปรียบเทียบ 1 - 2 ราย	มีการเปรียบเทียบ 3 - 4 ราย	มีการเปรียบเทียบตั้งแต่ 5 รายขึ้นไป
ไม่มีการเปรียบเทียบ				
มีการเปรียบเทียบ 1 - 2 ราย			.209*	
มีการเปรียบเทียบ 3 - 4 ราย				
มีการเปรียบเทียบตั้งแต่ 5 รายขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 57 พบว่า ลูกค้ำที่มีการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมามีการเปรียบเทียบ 1 - 2 ราย มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านกระบวนการ มากกว่า ลูกค้ำที่มีการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมามีการเปรียบเทียบ 3 - 4 ราย (.209)

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นตัวพยากรณ์ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นตัวถูกพยากรณ์ มีสมมติฐานเพื่อการทดสอบรายละเอียดแสดงดังตาราง 58

H_0 : ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่มีความสัมพันธ์และไม่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

H_1 : ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 58 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตัวพยากรณ์	b	Beta	t	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	-.011	-.013	-.250	.803
ด้านราคา	.114	.159	2.759	.006*
ด้านการจัดจำหน่าย	.174	.253	4.025	.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.268	.390	7.071	.000*
ด้านบุคลากร	-.039	-.038	-.760	.448
ด้านสภาพแวดล้อม	.010	.011	.217	.828
ด้านกระบวนการ	.046	.056	1.151	.250
ค่าคงที่	1.668			
R = .702	R ² = .493	R ² change = .493	F = 52.233	Sig. F = .000*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยวิธี Enter พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ .493 แสดงว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 49.3)