

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม และการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าและปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้าที่เลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 394 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่ ค่าเอฟ ค่าแอลเอสดี และ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หุคูณผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

1. ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าของลูกค้าเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26 - 35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2 - 4 คน

2. ปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีลักษณะที่พ่อกอาศัยเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ ไม่เคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพัก ประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการคือซ่อมแซม ทราบข้อมูลจากผู้รับเหมาแหล่งประสบการณ์ เกิดจากส่วนตัวของผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการรับเหมาก่อสร้างมาก่อน เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกผู้รับเหมาคือความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมาก่อสร้าง ในการก่อสร้างผู้รับเหมาเสนอ

ราคาโดยเสนอทั้งค่าวัสดุและค่าแรงงาน (ผู้รับเหมาซื้อวัสดุเองด้วย) และการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมา 1 – 2 ราย

3. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในในระดับมาก ส่วน ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

4. การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการรับรู้ถึงปัญหาความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก โดยรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการตัดสินใจใช้บริการโดยรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

5. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า

5.1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน

5.2 ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

5.3 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

5.4 ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ แตกต่างกัน

5.5 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และ

ด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

5.6 ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร แตกต่างกัน

5.7 ลูกค้ำที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกัน

6. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยแวดล้อมในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม

6.1 ลูกค้ำที่มีลักษณะที่พิกอาศัยต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการ แตกต่างกัน

6.2 ลูกค้ำที่มีเคยทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักมาแล้วต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ แตกต่างกัน

6.3 ลูกค้ำที่มีประเภทของงานก่อสร้างที่ดำเนินการต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

6.4 ลูกค้ำที่มีทราบข้อมูลจากแหล่งใดในการติดต่อกับผู้รับเหมาต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

6.5 ลูกค้ำที่มีการก่อสร้างท่านให้ผู้รับเหมาเสนอราคาต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

6.6 ลูกค้ำที่มีการเปรียบเทียบราคาผู้รับเหมาต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ แตกต่างกัน

7. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก ผู้รับเหมาที่มีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือรับเหมาที่มีภาพพจน์ดีมีความสามารถและความชำนาญในการรับเหมา และผลงานในอดีตที่ผ่านมาของผู้รับเหมาที่มีสิ่งยืนยัน เช่น สมุดภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชัชฎา เกษมทรัพย์ (2551, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวทางการจัดการของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า การปรับตัวทางด้านการจัดการของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน

1.2 ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากราคาย่านมีความเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ราคาค่าก่อสร้างบ้านไม่เกินที่ประมาณการไว้มาก และมีการจ่ายเงินตามงวดงานที่ได้ตกลงไว้ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อัญชนิตา ศรีผลา (2550, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กเส้นเสริมคอนกรีตของ

ผู้รับเหมาก่อสร้างบริษัทบัวหลวงวิศวกรรม จำกัด พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กเส้นเสริมอยู่ในระดับปานกลาง

1.3 ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจาก มีการรับทราบข้อมูลการให้บริการผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อความสะดวกในการเดินทาง และยังมีความสะดวกเรื่องเวลาในการติดต่อรวมทั้งที่ตั้งของสถานประกอบการตั้งอยู่ในทำเลหาง่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของอัญชนิตา ศรีเฟลา (2550, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กเส้นเสริมคอนกรีตของผู้รับเหมาก่อสร้างบริษัทบัวหลวงวิศวกรรม จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กเส้นเสริมอยู่ในระดับปานกลาง

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจาก ผู้รับเหมามีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว นามบัตร ในการใช้สื่อต่างๆ เพื่อเน้นในการโฆษณาอีก เช่น สื่อวิทยุและมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดเช่น การลดราคา การแจกของแถม เช่น จัดสวนฟรี ตกแต่งห้องครัวฟรีหรือแถมเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อมรรัตน์ สีนวิริยะกุล (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กกล้าไร้สนิมของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอันดับสาม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ส่วนด้านส่งเสริมการตลาดลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กกล้าไร้สนิมในระดับปานกลาง

1.5 ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก บุคลากรมีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์และมีความชำนาญ ในการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านเป็นอย่างดี มีทีมงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชัชฎา เกษมทรัพย์ (2551, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวทางการจัดการของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า การปรับตัวทางด้านการจัดการของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงจากมากไปน้อย คือ ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน ด้านการควบคุม ด้านการสั่งการ ด้านการจัดองค์การ และด้านการวางแผน แนวโน้มด้านการขยายตัวของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอนาคต อยู่ในระดับมาก

1.6 ด้านสภาพแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก การแต่งกายของทีมงานที่เป็นแบบเดียวกัน รวมทั้งมีความพร้อมในด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องจักร อยู่และมีการป้องกันอุบัติเหตุจากงานก่อสร้าง เช่น การปิดผ้าใบป้องกันบ้านข้างเคียง หรือการให้พนักงานสวมหมวกนิรภัยซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อมรรัตน์ สีนวิริยะกุล (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กกล้าไร้สนิมของลูกค้าในเขต

กรุงเทพมหานคร พบว่า ลูกค้ำมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กกล้าไร้สนิมในระดับมาก

1.7 ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก ผู้รับเหมามีความรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน โดยมีการประสานงานกับช่างเคียงหรือหน่วยงานต่างๆ เช่น ไฟฟ้า และใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านที่ทันสมัยซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชัชฎา เกษมทรัพย์ (2551, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวทางการจัดการของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า การปรับตัวทางด้านการจัดการของธุรกิจเหมาก่อสร้าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.1 ด้านการรับรู้ถึงปัญหาความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซ่อมแซมต่อเติมบ้านค้ำจนถึงความปลอดภัยของบุคคลในครอบครัว รวมทั้งรู้สึกอายน หากบุคคลภายนอก มองเห็นบ้านไม่สวย หรือชำรุดและรู้สึกไร้ราคา, หงุดหงิด จากการชำรุดของบ้านหรือบ้านใช้งาน ได้ไม่เต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วรรณิ ศิริวัชรกุล (2549, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้าง ส่วนใหญ่มีการบริหารงานก่อสร้าง โดยใช้ผู้รับเหมาช่วงและใช้วิธีการคัดเลือกผู้รับเหมาช่วงจากผลงานที่ผ่านมา และได้มีการพิจารณาลักษณะของงานที่ทำ โดยวิธีการควบคุมงานก่อสร้างจะจัดให้มีการกำหนดระยะเวลาก่อสร้าง และติดตามความก้าวหน้าของงาน ปัญหาของการบริหารงานก่อสร้างส่วนใหญ่ที่พบคือ ในเรื่องของการด้อยฝีมือแรงงาน ทางด้านการบริหารการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้าง

2.2 ด้านการค้นหาข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก การค้นหาข้อมูล ผู้รับเหมาจากหน่วยงานราชการ รวมทั้งมีการค้นหาข้อมูลผู้รับเหมาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ โทรศัพท์ INTERNET ใบบลิว นสพ. วารสารและมีการค้นหาข้อมูลผู้รับเหมาจากการสอบถามจากร้านค้า ห้าง โชว์รูมฯ ที่ขายวัสดุก่อสร้าง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วรรณิ ศิริวัชรกุล (2549, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ทางด้านการบริหารการตลาดของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างบ้าน พบว่าส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการบริหารการตลาดแบบใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยสื่อที่เน้นและเป็นที่ยอมรับให้ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างบ้านคือ นิตยสารบ้านและหนังสือพิมพ์ทางธุรกิจ

2.3 ด้านการประเมินทางเลือก โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก มีการพิจารณาการเลือกใช้บริการซ่อมแซมต่อเติมกับผู้รับเหมาจากบุคลิกลักษณะ ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ พิจารณาการเลือกใช้บริการซ่อมแซมต่อเติมกับผู้รับเหมาจากคำชี้แนะ การนำเสนอ การวางแผน การบริการและพิจารณาการเลือกใช้บริการซ่อมแซมต่อเติมกับผู้รับเหมาจากความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ ประสบการณ์ ของผู้รับเหมาฯ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวรรณศิริวัชรกุล (2549, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าทำโดยวิธีการควบคุมงานก่อสร้างจะจัดให้มีการกำหนดระยะเวลาก่อสร้าง และติดตามความก้าวหน้าของงาน

2.4 ด้านการตัดสินใจใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก การตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจากผลงานและชื่อเสียงในอดีตและปัจจุบัน การตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจากความรู้ความชำนาญ คำแนะนำ โยมืออาชีพและการตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจาก การรับประกันผลงานตามเวลาที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวรรณศิริวัชรกุล (2549, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้าง ส่วนใหญ่มีการบริหารงานก่อสร้าง โดยใช้ผู้รับเหมาช่วงและใช้วิธีการคัดเลือกผู้รับเหมาช่วงจากผลงานที่ผ่านมา และได้มีการพิจารณาลักษณะของงานที่ทำ

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้รับเหมาต้องเป็นมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือรับเหมาที่มีภาพพจน์ดีมีความสามารถและความชำนาญในการรับเหมา และผลงานในอดีตที่ผ่านมาของผู้รับเหมาที่มีสิ่งยืนยัน เช่น สมุดภาพ ไม่ทิ้งงานกลางคัน

1.2 ด้านราคา ราคาในก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมควรมีความเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ราคาค่าก่อสร้างบ้านไม่เกินที่ประมาณการไว้มาก และมีการจ่ายเงินตามงวดงานที่ได้ตกลงไว้

1.3 ด้านการจัดจำหน่าย ผู้รับเหมาควรจะทำข้อมูลการให้บริการผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อความสะดวกในการเดินทาง และยังมีความสะดวกเรื่องเวลาในการติดต่อรวมทั้งที่ตั้งของสถานประกอบการตั้งอยู่ในทำเลหาง่าย

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้รับเหมาควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เช่น ไปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว นามบัตร ในการใช้สื่อต่างๆ เพื่อเน้นในการโฆษณาอีก เช่น สื่อวิทยุ และมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดเช่น การลดราคา การแจกของแถม เช่น จัดสวนฟรี ตกแต่งห้องครัวฟรีหรือแถมเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เป็นต้น

1.5 ด้านบุคลากร บุคลากรควรมีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์และมีความชำนาญ ในการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านเป็นอย่างดี มีทีมงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

1.6 ด้านสภาพแวดล้อม ผู้รับเหมาควรมีการแต่งกายเป็นแบบเดียวกัน รวมทั้งมีความพร้อมในด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องจักร อยู่และมีการป้องกันอุบัติเหตุจากงานก่อสร้าง เช่น การปิดผ้าใบป้องกันบ้านข้างเคียง หรือการให้พนักงานสวมหมวกนิรภัย

1.7 ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้รับเหมาควรมีความรวดเร็วในการติดต่อประสานงานโดยมีการประสานงานกับบ้านข้างเคียงหรือหน่วยงานต่างๆ เช่น ไฟฟ้า และใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านที่ทันสมัย

2. การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.1 ด้านการรับรู้ถึงปัญหาความต้องการ ผู้รับเหมาควรรู้เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซ่อมแซมต่อเติมบ้านคำนึงถึงความปลอดภัยของบุคคลในครอบครัว รวมทั้งรู้สึกอาย หากบุคคลภายนอก มองเห็นบ้านไม่สวย หรือชำรุดและรู้สึกไร้ค่า, หงุดหงิด จากการชำรุดของบ้านหรือบ้านใช้งานได้ไม่เต็มที่

2.2 ด้านการค้นหาข้อมูล ควรมีการค้นหาข้อมูลผู้รับเหมาจากหน่วยงานราชการ รวมทั้งมีการค้นหาข้อมูลผู้รับเหมาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ โทรศัพท์ INTERNET ใบปลิว นสพ. วารสารและมีการค้นหาข้อมูลผู้รับเหมาจากการสอบถามจากร้านค้า ห้าง โชว์รูมฯ ที่ขายวัสดุก่อสร้าง

2.3 ด้านการประเมินทางเลือก ควรจะมีการพิจารณาการเลือกใช้บริการซ่อมแซมต่อเติมกับผู้รับเหมาจากบุคลิกลักษณะ ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ พิจารณาการให้บริการเลือกใช้ บริการซ่อมแซมต่อเติมกับผู้รับเหมาจากคำชี้แนะ การนำเสนอ การวางแผน การบริการและพิจารณาการเลือกใช้บริการซ่อมแซมต่อเติมกับผู้รับเหมาจากรู้ ความสามารถ ความชำนาญ ประสบการณ์ ของผู้รับเหมาฯ

2.4 ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ควรตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจากผลงานและชื่อเสียงในอดีตและปัจจุบัน การตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจากความรู้ความชำนาญดำเนินงานโยมืออาชีพและการตัดสินใจใช้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้าน จากผู้รับเหมาฯ เนื่องจากการรับประกันผลงานตามเวลาที่กำหนด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเรื่อง แนวโน้มทางการตลาดและกลยุทธ์ในอนาคตในการทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ควรมีการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการจงใจและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซ่อมแซมและต่อเติมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา