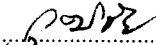




ชื่อการค้นคว้าอิสระ การเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้างของลูกค้ำที่มีต่อบริษัท ฟุ่งวุฒิจำกัด
ผู้วิจัย นายวุฒิชัย ศักดิ์สาลากุล ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ผศ.ดร.ยุวลักษณ์ เวชวิทยาลัง
2) ดร.จันทร์วัลย์ สุ่นสวัสดิ์ ปีการศึกษา 2555 จำนวน 119 หน้า คำสำคัญ รับเหมาก่อสร้าง

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้างของลูกค้ำที่มีต่อบริษัท ฟุ่งวุฒิจำกัด 2) เปรียบเทียบการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้างของลูกค้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้ำผู้ใช้บริการรับเหมาก่อสร้างกับบริษัท ฟุ่งวุฒิจำกัด ในปี 2555 จำนวน 183 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างการหาค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้ำมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทมีความน่าเชื่อถือ และมีบริการช่วยออกแบบบ้าน ด้านราคา ได้แก่ ราคาถูกเมื่อเทียบกับที่อื่น และราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพงาน ด้านสถานที่ ได้แก่ ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม มีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพของงาน และบุคลากรภายในบริษัทมีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์สูง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีบริการแบบครบวงจรให้ลูกค้ำได้เลือก และเลือกวัสดุที่เหมาะสมให้ลูกค้ำ การเลือกใช้บริการ ได้แก่ ผู้รับเหมามีความรับผิดชอบ และบริษัทมีผลงานเป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้ำ และคุณภาพของการบริการ ได้แก่ มีการรับประกันผลงาน งานเสร็จตรงตามกำหนด อยู่ในงบประมาณที่เหมาะสม 2) ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้างของลูกค้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องของชื่อเสียงของบริษัทมีความน่าเชื่อถือ และมีบริการช่วยออกแบบบ้าน ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการจัดจำหน่าย ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องของราคามีความชัดเจน และทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางมาสะดวก และบรรยากาศและสภาพแวดล้อมดี มีบริการติดต่อประสานงาน และขออนุญาตราชการ การเลือกใช้บริการ ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรส และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องระยะเวลาในการสร้าง และสามารถแบ่งค่าใช้จ่ายระหว่างการก่อสร้างเป็นงวด ๆ ตามเนื้องานที่ดำเนินการก่อสร้างไปแล้ว มีบริการรับผิดชอบและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการก่อสร้าง บริษัทรับเหมาก่อสร้างมีผลงานเป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้ำทั่วไป มีการทำเอกสารสัญญาการก่อสร้างที่เป็นลายลักษณ์อักษร ชัดเจน ไม่เอาเปรียบลูกค้ำ และผลงานที่ผ่านมาผู้รับเหมามีความรับผิดชอบต่อคุณภาพของการบริการ

ลายมือชื่อนักศึกษา..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1.....  2..... 

Independent study title: Customers' selection of building construction service provided by Fung Wuth company limited

Researcher: Mr. Wuthichai Saksala. Degree: Master of Business Administration (General Management). Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Asst. Prof. Dr. Yuwalak Wetwittayaklang. 2) Dr. Chanthawan Soonsawad. Academic year: 2012. 119 pp.
Keywords: building construction services

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the customers' selection building construction service provided by FungWuth company limited, and 2) to compare the selection of customers classified by demographic characteristics. The sample comprised 183 customers of FungWuth company limited in the year 2012. Questionnaires were used as a research tool. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and analysis of variance.

The results of the research indicated that 1) mean score of customers' opinions on selection was moderate. In terms of aspect analyses, every aspect was also moderate with marketing mix the highest among all, followed by price, place, product, promotion, distribution, service selection, and quality of service respectively; 2) the comparison of mean score of opinions toward service selection of customers classified by demographic characteristics indicated that customers having different age, and monthly income had significantly different opinions at .05 toward product in terms of credibility of the company and provision of house designing service; moreover, customers having different occupation had significantly different opinions at .05 regarding price transparency as well as their opinions on place in terms of convenient location, good atmosphere, and environment. In relation to distribution, customers having different occupation had significantly different opinions at .05 in terms of coordination and gaining permission from government sector. Concerning service selection, customers with different marital status and occupation had significantly different opinions at 0.05 on the length of time for construction and ability to separate cost into periods corresponding to process of construction, responsibility for fixing any problems occurring during construction, widely acceptable price of work accomplished, clearly written contract fair to customers, and responsibility to quality of service.

Student's signature..... *Wuthichai*
Independent study advisor's signature 1..... *Y. Veng* 2..... *Chut*