

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
สมมติฐานของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>7</b>
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ	7
แนวคิดและกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ	13
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	17
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>35</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล	36
การวิเคราะห์ข้อมูล	36
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	37
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>39</b>
ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
ส่วนที่ 2 วิเคราะห์การเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้างของลูกค้ำ ที่มีต่อบริษัท ฟุ่งวุฒิ จำกัด	43
ส่วนที่ 3 การเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้างของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์	72
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>95</b>
วิธีดำเนินการวิจัย	95
สรุปผลการวิจัย	98
อภิปรายผล	101
ข้อเสนอแนะ	105
ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป	107
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>109</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>113</b>
แบบสอบถาม	115
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>119</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ของลูกค้า จำแนกตามเพศ	43
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ของลูกค้า จำแนกตามอายุ	47
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพสมรส	52
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา	57
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ	62
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
4.8	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ของลูกค้า จำแนกตามเพศ	72
4.9	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ของลูกค้า จำแนกตามอายุ	75
4.10	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพการสมรส	78
4.11	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา	83
4.12	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ	86
4.13	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91

## สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2.1	แสดง โมเดล 5 ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Five-stage model of the consumer buying process)	15