

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งการเก็บข้อมูลแบบสอบถามเป็น 6 อำเภอ คือ อำเภอเมืองเชียงใหม่จำนวน 48 ราย อำเภอสันทรายจำนวน 18 ราย อำเภอแม่ริมจำนวน 15 ราย อำเภอสารภีจำนวน 14 ราย อำเภอสันกำแพงจำนวน 13 ราย และอำเภอหางดงจำนวน 12 ราย ผลการวิจัยปรากฏตามหัวข้อสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.8 มีอายุระหว่าง 45-54 ปี ร้อยละ 32.5 มีสมาชิกที่อยู่อาศัยในบ้าน 3-4 คน ร้อยละ 60.8 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 46 มีรายได้ต่อครอบครัว 15,000 -25,000 บาท ร้อยละ 33.3 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 43.3

2. ข้อมูลการบ้านที่ก่อสร้าง ลักษณะผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านและลักษณะการจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม

การก่อสร้างบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่ก่อสร้างแล้วเสร็จมากกว่า 3 ปีขึ้นไป ร้อยละ 45 ราคาค่าก่อสร้างบ้านประมาณ 500,001-1,000,000 บาท ร้อยละ 31.7 มีการรู้จักผู้รับเหมาจากเพื่อนญาติ คนรู้จัก ร้อยละ 97.5 มีการเปรียบเทียบผู้รับเหมาจำนวน 2 ราย ก่อนตัดสินใจจ้าง ร้อยละ 39.2 ลักษณะผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นบุคคลทั่วไปไม่ได้จดทะเบียน ร้อยละ 79.2 มีการทำสัญญาก่อสร้าง ร้อยละ 65.8 เจ้าของบ้านเป็นผู้ออกแบบบ้านเอง ร้อยละ 45.8 มีการจ้างทั้งค่าวัสดุและ

ค่าแรงงาน ร้อยละ 58.3 และไม่ใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่ได้มาตรฐานและมีการทำการตลาดอย่างจริงจัง ร้อยละ 55.8

3. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปรากฏผลดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยการมีการรับประกันผลงานและให้บริการซ่อมแซมถ้าเกิดความเสียหายมาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ ปัจจัยการสามารถแก้ไขแบบได้ตามต้องการ และปัจจัยผู้รับเหมามีชื่อเสียงและภาพพจน์ดีมากกว่าด้านอื่น

3.2 ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยราคาบ้านเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างมาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ปัจจัยมีการจ่ายเงินตามงวดที่ตกลงไว้ และปัจจัยราคาบ้านไม่เกินที่ประมาณการไว้มากกว่าด้านอื่น

3.3 ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการโดยรวมมีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อผู้รับเหมาเดินทางมาติดต่อกับเจ้าของบ้านโดยตรงมาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ปัจจัยทำเลที่ตั้งของสำนักงานผู้รับเหมาสะดวกต่อการเดินทางติดต่อ และปัจจัยความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัยของสำนักงานผู้รับเหมามากกว่าด้านอื่น

3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญน้อย โดยให้ความสำคัญต่อการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ปัจจัยมีการออกแสดงแบบบ้านตามศูนย์การค้า และปัจจัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์บ้านตามสื่อต่างๆ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับมากกว่าด้านอื่น

3.5 ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อบุคลากรมี ประสิทธิภาพและมีความชำนาญมาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ปัจจัยบุคลากรมีความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง บุคลิกและมารยาทที่ดีของผู้รับเหมา และปัจจัยบุคลากรมีความรู้ความสามารถ ในการก่อสร้างบ้านเป็นอย่างดี และสามารถอธิบายขั้นตอนการก่อสร้าง ได้อย่างชัดเจนมากกว่าด้านอื่น

3.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมมีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อมีระบบการตรวจสอบงานทำให้งานได้มาตรฐาน (ความแข็งแรงของโครงสร้าง และ ความสวยงาม ความทนทานทางสถาปัตยกรรม) มาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ปัจจัยการก่อสร้างบ้านรวดเร็วแล้วเสร็จตามเวลา และปัจจัยมีการติดต่อประสานงาน และแจ้งผลการก่อสร้างให้เจ้าของบ้านทราบอย่างรวดเร็วมากกว่าด้านอื่น

3.7 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อกิจการมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องจักรมาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ปัจจัยกิจการมีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการก่อสร้าง และปัจจัยกิจการมีสถานที่ตั้งแน่นอนมากกว่าด้านอื่น

4. ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อกับปัญหาการก่อสร้างเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าที่ประมาณการไว้มาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ปัญหาผู้รับเหมาขาดสภาพคล่องทางการเงิน และปัญหาการก่อสร้างล่าช้ากว่ากำหนดมากกว่าด้านอื่น

การอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ใช้ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ทฤษฎีสวนประสมการตลาดบริการ

ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญเฉลี่ยในระดับมาก และในรายละเอียดพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยผู้รับเหมา มีการรับประกันผลงาน ปัจจัยผู้รับเหมาสามารถแก้ไขแบบได้ตามความต้องการ ปัจจัยผู้รับเหมา มีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี ปัจจัยมีวิศวกรและสถาปนิกควบคุมงาน ปัจจัยมีทั้งการบริการออกแบบและก่อสร้างบ้าน และปัจจัยมีแบบบ้านเสนอให้เจ้าของบ้านเลือกหลายแบบตามลำดับ ซึ่งจากผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของนที คำรงค์ (2536) ที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบรูปแบบ ขนาดและที่ตั้งของที่ดิน พื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในโครงการ

ปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญเฉลี่ยในระดับมาก และในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากได้แก่ ปัจจัยเรื่องราคาย่อมเยาเหมาะสมกับคุณภาพวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ปัจจัยเรื่องมีการจ่ายเงินตามงวดที่ตกลงกันไว้ ปัจจัยราคาต่ำกว่าก่อสร้างบ้านไม่เกินที่ประมาณการไว้มาก ปัจจัยมีราคาย่อมเยาให้เลือกหลายระดับราคาตามรูปแบบบ้านที่ต้องการ ปัจจัยราคาต่ำกว่าก่อสร้างบ้านที่เสนอสูงกว่าผู้รับเหมาที่อื่น และปัจจัยผู้รับเหมาขอเบิกการจ่ายเงินล่วงหน้าประมาณ 15% เมื่อเริ่มทำงานตามลำดับ ส่วนปัจจัยเจ้าของบ้านทำการหักเงินประกันผลงานงวดสุดท้ายประมาณ 10% เพื่อรับรองผลงานมีความสำคัญในระดับน้อย ซึ่งจากผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของนที คำรงค์ (2536) ที่ให้ความสำคัญกับต้นทุนการก่อสร้าง กำลังซื้อของลูกค้า และราคาของกลุ่มแข่งขันตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการมีความสำคัญเฉลี่ยในระดับมาก และในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากได้แก่ ปัจจัยเรื่องผู้รับเหมาเดินทางมาติดต่องานเองกับเจ้าของบ้านโดยตรง ปัจจัยทำเลที่ตั้งของสำนักงานผู้รับเหมา สะดวกต่อการเดินทางติดต่อ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัยของสำนักงานผู้รับเหมา และปัจจัยสำนักงานผู้รับเหมา มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของนที คำรงค์ (2536) ที่ให้ความสำคัญกับธุรกิจ

บ้านจัดสรรทุกโครงการมีสำนักงานขายของตัวเอง ด้านทำเลที่ตั้งพบว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรรเลือกสถานที่โครงการที่สะดวกในการเข้าถึง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญเฉลี่ยในระดับน้อย และในรายละเอียดพบว่าทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับน้อย โดยเรียงลำดับปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา ปัจจัยมีการแสดงแบบบ้านตามศูนย์การค้า ปัจจัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์บ้านตามสื่อต่างๆ เช่น ไปสเตอร์ แผ่นพับ และปัจจัยมีการแสดงแบบบ้านทางอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษามีความไม่สอดคล้องกับการศึกษาของนที คำรงค์ (2536) ที่ให้ความสำคัญกับการ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์มากที่สุด โดยจะใช้สื่อโฆษณาประเภท แผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ แผ่นพับและกาต่อรับที่ติดแกลูกค้าที่ไปเยี่ยมชมโครงการ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของพิสิทธิ์ สุนทรามงคล (2540) ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้าน โฆษณาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือการส่งเสริมการขาย เห็นว่าการให้ส่วนลดมีผลต่อการตัดสินใจ และประทับใจในการให้บริการของพนักงานขาย โดยเฉพาะการให้ข้อมูลของโครงการ

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีความสำคัญเฉลี่ยในระดับมาก และในรายละเอียดพบว่า ทุกปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยเรื่องบุคลากรมีประสบการณ์และมีความชำนาญ ปัจจัยเรื่องบุคลากรมีความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ความเป็นกันเอง นุกตลกและมารยาทที่ดีของผู้รับเหมา และปัจจัยบุคลากรมีความรู้ ความสามารถ ในการก่อสร้างบ้านเป็นอย่างดี และสามารถอธิบายขั้นตอนการก่อสร้างได้อย่างชัดเจนตามลำดับ ซึ่งจากผลการศึกษามีความสอดคล้องกับการศึกษาของวิวรรณ พงษ์เรืองเกียรติ (2546) ที่ให้ความสำคัญกับความสามารถและความชำนาญเป็นลำดับแรก รองมาได้แก่ความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้บริการบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้าน

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีความสำคัญเฉลี่ยในระดับมาก และในรายละเอียดพบว่าทุกปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยเรื่องมีระบบการตรวจสอบงานทำให้งานได้มาตรฐาน (ความแข็งแรงของโครงสร้างและความสวยงาม ความทนทานทางสถาปัตยกรรม) ปัจจัยเรื่องการก่อสร้างบ้านรวดเร็ว แล้วเสร็จตามเวลา ปัจจัยมีการติดต่อประสานงานและแจ้งผลการก่อสร้างให้เจ้าของบ้านทราบอย่างรวดเร็ว และปัจจัยใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านที่ทันสมัย ตามลำดับ ซึ่งจากผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวิวรรณ พงษ์เรืองเกียรติ (2546) ที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกและรวดเร็วในการก่อสร้างระยะเวลาในการก่อสร้าง การตรงต่อเวลานัดหมาย และระยะเวลาในการก่อสร้าง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีความสำคัญเฉลี่ยในระดับมาก และในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยกิจกรรมมี

ความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องจักร ปัจจัยกิจการมีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการก่อสร้าง และปัจจัยกิจการมีสถานที่ตั้งแน่นอนตามลำดับ ส่วนปัจจัยเรื่องกิจการมีสถานที่ตั้งกว้างขวาง ใหญ่โต และทันสมัย มีความสำคัญในระดับน้อย ซึ่งจากผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวิวรรธน พงษ์เรืองเกียรติ (2546) ที่ให้ความสำคัญกับความสามารถและความชำนาญของบุคลากร วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ ตามลำดับ

ข้อค้นพบ

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน โดยเรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

แต่ถ้าไม่แยกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย 5 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยเรื่องบุคลากรมีประสบการณ์และมีความชำนาญ ปัจจัยเรื่องบุคลากรมีความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง บุคลิกและมารยาทที่ดีของผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน ปัจจัยเรื่องบุคลากรมีความรู้ ความสามารถในการก่อสร้างบ้านเป็นอย่างดี และสามารถอธิบายขั้นตอนการก่อสร้างได้อย่างชัดเจน ปัจจัยเรื่องมีระบบการตรวจสอบงานทำให้งานได้มาตรฐาน (ความแข็งแรงของโครงสร้าง และ ความสวยงาม ความทนทานทางสถาปัตยกรรม) และปัจจัยเรื่องราคาย่อมเยาเหมาะสมกับคุณภาพวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างตามลำดับ

โดยในแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่เป็นลำดับสุดท้าย ดังรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยเรื่องการมีแบบบ้านเสนอให้เจ้าของบ้านเลือกหลายแบบมาเป็นลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยเรื่องเจ้าของบ้านทำการหักเงินประกันผลงานงวดสุดท้ายประมาณ 10 % เพื่อรับรองผลงานมาเป็นลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ พบว่าปัจจัยเรื่องสำนักงานผู้รับเหมามีสถานที่จอดรถเพียงพอมาเป็นลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยเรื่องมีการแสดงแบบบ้านทางอินเทอร์เน็ตมาเป็นลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าปัจจัยเรื่องบุคลากรมีความรู้ความสามารถ ในการก่อสร้างบ้าน เป็นอย่างดี และสามารถอธิบายขั้นตอนการก่อสร้างได้อย่างชัดเจนมาเป็นลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าปัจจัยเรื่องใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านที่ทันสมัยมาเป็นลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าปัจจัยเรื่องกิจการมีสถานที่ตั้งกว้างขวาง ใหญ่โต และทันสมัยมาเป็นลำดับสุดท้าย

และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการก่อสร้างบ้านจากการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญระดับมาก ยกเว้นปัญหาเรื่องผู้รับเหมาหนึ่งงานไม่ปฏิบัติงานต่อและปัญหาหมีของหายในบริเวณก่อสร้าง โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญระดับน้อย และเมื่อเรียงตามลำดับความสำคัญได้ดังนี้

1. การก่อสร้างเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าที่ประมาณการไว้
2. ผู้รับเหมาขาดสภาพคล่องทางการเงิน
3. การก่อสร้างล่าช้ากว่ากำหนด
4. ผู้รับเหมาไม่เพียงพอในการก่อสร้าง
5. ในระยะเวลารับประกันผู้รับเหมาไม่กลับมาซ่อมแซมงานหลังจากก่อสร้างแล้วเสร็จตามที่ตกลงไว้
6. ผู้รับเหมาคิดค่าวัสดุและค่าแรงงานเกินความเป็นจริง
7. การก่อสร้างผิดพลาดต้องแก้ไขบ่อย
8. ผู้รับเหมาสร้างไม่ตรงตามแบบ
9. ผู้รับเหมาไม่ทำงานตามแผนงานที่ได้แจ้งไว้
10. ผู้รับเหมาไม่มีทักษะและฝีมือในการก่อสร้าง
11. ผู้รับเหมาขาดอุปกรณ์และเครื่องมือการก่อสร้าง
12. ผู้รับเหมาทำงานไม่เรียบร้อย
13. ผู้รับเหมาหนึ่งงานไม่ปฏิบัติงานต่อ
14. มีของหายในบริเวณก่อสร้าง

และจากการศึกษาพบว่าสามารถจำแนกผู้ใช้บริการได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความสนใจใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่ได้มาตรฐานและมีการทำการตลาดอย่างจริงจัง แต่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 10 % ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด มีประมาณ 44.2 % ของกลุ่มประชากรตัวอย่างทั้งหมด

2. กลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความสนใจใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่ได้มาตรฐานและมีการทำการตลาดอย่างจริงจัง แต่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 10 % ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด มีประมาณ 55.8 % ของกลุ่มประชากรตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มพบว่า ผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่ม ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับเหมือนกัน แต่มีรายละเอียดที่แตกต่างกันดังนี้

ผู้ใช้บริการกลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านกระบวนการมาเป็นลำดับแรกโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องมีระบบการตรวจสอบงานทำให้งานได้มาตรฐาน (ความแข็งแรงของโครงสร้าง และความสวยงาม ความทนทานทางสถาปัตยกรรม) ในระดับความสำคัญมากที่สุด ส่วนผู้ใช้บริการกลุ่มที่ 2 ให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านบุคลากรมาเป็นลำดับแรกโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องบุคลากรมีความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ความเป็นกันเอง บุคลิกและมารยาทที่ดีของผู้รับเหมามาเป็นลำดับแรก และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการกลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยการมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาและปัจจัยย่อยด้านมีการออกแสดงแบบบ้านตามศูนย์การค้าเป็นลำดับแรกเท่ากัน ส่วนผู้ใช้บริการกลุ่มที่ 2 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยการโฆษณาประชาสัมพันธ์บ้านตามสื่อต่างๆ เช่น ไปสเตอร์ แผ่นพับ ลำดับแรก

สำหรับระดับความสำคัญของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการเลือกผู้รับเหมามีความแตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการกลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญกับปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ใช้บริการกลุ่มที่ 2 ให้ความสำคัญกับปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการก่อสร้างเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าที่ประมาณการไว้มาเป็นลำดับแรกเหมือนกันทั้ง 2 กลุ่มผู้ใช้บริการ

เมื่อพิจารณาปัญหาปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการเลือกผู้รับเหมาแยกตามลักษณะ
 กิจการของผู้รับเหมาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกผู้รับเหมาที่ดำเนินการในลักษณะบริษัทจำกัด
 และห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญกับปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม
 ที่เลือกผู้รับเหมาที่ดำเนินการในลักษณะบุคคลทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ
 มาก และในปัญหาย่อยบ้างปัญหาให้ความสำคัญไม่เหมือนกัน เช่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกผู้รับ
 เหมาที่ดำเนินการในลักษณะบริษัทจำกัดและห้างหุ้นส่วนจำกัดจะให้ความสำคัญกับปัญหาผู้รับเหมา
 ขาดอุปกรณ์และเครื่องมือการก่อสร้าง ปัญหาผู้รับเหมาไม่มีทักษะและฝีมือในการก่อสร้าง ปัญหา
 ผู้รับเหมาหนีงาน ไม่ปฏิบัติตามต่อ และปัญหาผู้รับเหมาคิดค่าวัสดุและค่าแรงงานเกินความเป็นจริง
 ในระดับน้อย แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกผู้รับเหมาที่ดำเนินการในลักษณะบุคคลทั่วไปให้ความสำคัญ
 ให้ความสำคัญกับปัญหาดังกล่าวในระดับมาก

และเมื่อนำข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถาม
 พบในการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน จำแนกตาม

1. ระดับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. รายได้ของครอบครัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม
4. ราคาค่าก่อสร้างบ้าน(ไม่รวมราคาที่ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันดังตารางที่ 66 - ตารางที่ 69 ดังนั้นผู้รับเหมาควรดูปัจจัย
 ส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าว เพื่อเป็นประ โยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของ
 ผู้รับเหมาต่อไป

ตารางที่ 66 แสดงค่าปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญ
เป็นลำดับแรกจําแนกระดับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัย/ปัญหา	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก				
	น้อยกว่า 25 ปี	25 – 34 ปี	35 – 44 ปี	45 – 54 ปี	มากกว่า 55 ปี
1.ด้าน ผลิตภัณฑ์	มีการรับประกัน ผลงาน และซ่อมแซมงาน	สามารถไขแบบ ได้ตามต้องการ	ผู้รับเหมามีชื่อ เสียงและภาพ พจน์ดี	มีการรับประกัน ประกันผลงาน และซ่อมแซม งาน	สามารถไขแบบ ได้ตามต้องการ
2.ด้านราคา	ราคาก่อสร้างเกินที่ ประมาณไว้มาก	ราคاب้านเหมาะสม กับคุณภาพ วัสดุ	มีการจ่ายเงิน ตามงวดงานที่ ได้ตกลงไว้	ราคاب้านเหมาะสม กับคุณภาพ วัสดุ	ราคاب้าน เหมาะสมกับ คุณภาพวัสดุ
3.ด้านสถานที่ ให้บริการ	ผู้รับเหมาเดินทาง ติดต่อโดยตรง	ผู้รับเหมาเดิน ทางติดต่อโดย ตรง	ผู้รับเหมาเดิน ทางติดต่อโดย ตรง	ผู้รับเหมาเดิน ทางติดต่อโดย ตรง	ผู้รับเหมาเดิน ทางติดต่อโดย ตรง
4.ด้านการ ส่งเสริมการ ตลาด	ออกแสดงแบบ ตามศูนย์การค้า และทางอินเทอร์เน็ต	การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ	ออกแสดงแบบ ตามศูนย์การค้า	จัดกิจกรรมส่ง เสริมการขาย เช่นการลดราคา	จัดกิจกรรมส่ง เสริมการขาย เช่นการลดราคา
5.ด้านบุคลากร	มีความรู้ ความ สามารถ และมีน้ำ ใจ มารยาทที่ดี	มีประสบการณ์ และความ ชำนาญ	มีประสบการณ์ และความ ชำนาญ	มีประสบการณ์ และความ ชำนาญ	มีน้ำใจ มีมนุษย สัมพันธ์ บุคลิก และมารยาทที่ดี
6.ด้านกระบวนการ	มีการติดต่อกับเจ้า ของบ้านรวดเร็ว และมีระบบตรวจ สอบงาน	มีระบบตรวจ สอบงานทำให้ งานได้ มาตรฐาน	ก่อสร้างรวดเร็ว แล้วเสร็จตาม เวลา	มีระบบตรวจ สอบงานทำให้ งานได้ มาตรฐาน	มีการติดต่อกับ เจ้าของบ้าน รวดเร็ว
7.ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	กิจการมีสถานที่ตั้ง แน่นอน	กิจการมีความ พร้อมเครื่องมือ เครื่องจักร	กิจการมีความ พร้อมเครื่องมือ เครื่องจักร	กิจการมีความ พร้อมทาง บุคลากรที่มี ความสามารถ	กิจการมีความ พร้อมเครื่องมือ เครื่องจักร
8.ปัญหาที่พบ	การก่อสร้างล่าช้า เสียค่าใช้จ่ายมาก กว่าที่ประมาณไว้ ไม่กลับมาแก้งาน	ในระยะประกัน ผู้รับเหมาไม่ กลับมาแก้ไข งาน	การก่อสร้างเสีย ค่าใช้จ่ายมาก กว่าที่ประมาณ การไว้	การก่อสร้างเสีย ค่าใช้จ่ายมาก กว่าที่ประมาณ การ	ผู้รับเหมาสร้าง ไม่ตรงแบบ

ตารางที่ 67 แสดงค่าปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่สำคัญ
เป็นลำดับแรกจําแนกระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัย/ปัญหา	ปัจจัยย่อยที่สำคัญเป็นลำดับแรก				
	น้อยกว่า 15,000	15,001-25,000	25,001-35,000	35,001-45,000	มากกว่า 45,001
1.ด้าน ผลิตภัณฑ์	สามารถใจแบบได้ ตามต้องการ	มีการรับประกัน ผลงาน และซ่อมแซมงาน	มี วิส ว ก ร และ สถาปนิก ควบคุม	สามารถใจแบบ ได้ตามต้องการ	มีการรับ ประกันผลงาน และซ่อมแซม งาน
2.ด้านราคา	ราคาบ้านเหมาะ สมกับคุณภาพ วัสดุ	ราคาบ้านเหมาะ สมกับคุณภาพ วัสดุ มีการจ่ายเงิน ตามงวด	ราคาบ้าน เหมาะ สมกับ คุณภาพ วัสดุ	มีการจ่ายเงิน ตาม งวดงานที่ ได้ตกลงไว้	ราคาบ้าน เหมาะสมกับ คุณภาพวัสดุ
3.ด้านสถานที่ ให้บริการ	ผู้รับเหมาเดินทาง ติดต่อโดยตรง	ผู้รับเหมาเดินทาง ติดต่อโดยตรง	ผู้รับเหมาเดินทาง ติดต่อโดยตรง	ผู้รับเหมาเดิน ทางติดต่อโดย ตรง	ผู้รับเหมาเดิน ทางติดต่อโดย ตรง
4.ด้านการ ส่งเสริมการ ตลาด	จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา	ออกแสดงแบบ ตามศูนย์การค้า	การ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ เช่น ไปสเตอร์ แผ่นพับ	จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่นการลดราคา ออกแสดงแบบ ตามศูนย์การค้า	จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่นการลดราคา ออกแสดงแบบ ตามศูนย์การค้า
5.ด้านบุคลากร	มีประสบการณ์ และความชำนาญ	มีประสบการณ์ และความชำนาญ	มีน้ำใจ มีมนุษย สัมพันธ์ บุคลิก และมารยาทที่ดี	มีน้ำใจ มีมนุษย สัมพันธ์ บุคลิก และมารยาทที่ดี	มีน้ำใจ มีมนุษย สัมพันธ์ บุคลิก และมารยาทที่ดี
6.ด้านกระบวนการ	มีการติดต่อกับเจ้า ของบ้านรวดเร็ว และมีระบบตรวจสอบงาน	ก่อสร้างรวดเร็ว แล้วเสร็จตามเวลา	มีระบบตรวจสอบ งานทำให้งานได้ มาตรฐาน	มีระบบตรวจ สอบงานทำให้ งานได้ มาตรฐาน	มีระบบตรวจ สอบงานทำให้ งานได้ มาตรฐาน
7.ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	กิจการมีความ พร้อมเครื่องมือ เครื่องจักร	กิจการมีความ พร้อมเครื่องมือ เครื่องจักรและ บุคลากร	กิจการมีความ พร้อมเครื่องมือ เครื่องจักร	กิจการมีความ พร้อมเครื่องมือ เครื่องจักร	กิจการมีความ พร้อมทาง บุคลากรที่มี ความสามารถ
8.ปัญหาที่พบ	การก่อสร้างเสียค่า ใช้จ่ายมากกว่าที่ ประมาณการไว้	การก่อสร้างเสีย ค่าใช้จ่ายมากกว่า ที่ประมาณการไว้	การก่อสร้างล่าช้า กว่ากำหนด	ผู้รับเหมาไม่คน งานไม่เพียงพอ	ผู้รับเหมาขาด สภาพคล่องทาง การเงิน

ตารางที่ 68 แสดงค่าปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญ
เป็นลำดับแรกจากระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัย/ปัญหา	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก			
	ต่ำกว่า.6 เทียบเท่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
1.ด้าน ผลิตภัณฑ์	ผู้รับเหมามีชื่อเสียง และภาพพจน์ดี	สามารถไขแบบได้ ตามต้องการ	มีวิศวกรและ สถาปนิก ควบคุม	มีวิศวกรและ สถาปนิก ควบคุม
2.ด้านราคา	ราคาบ้านเหมาะสม กับคุณภาพวัสดุ	มีการจ่ายเงินตาม งวดงานที่ได้ตกลงไว้	มีการจ่ายเงินตาม งวดงานที่ได้ตกลง ไว้	ราคาบ้านเหมาะสม กับคุณภาพวัสดุ มี การจ่ายเงินตามงวด
3.ด้านสถานที่ ให้บริการ	ผู้รับเหมาเดินทางติด ต่อ โดยตรง	ผู้รับเหมาเดินทางติด ต่อ โดยตรง	ผู้รับเหมาเดินทางติด ต่อ โดยตรง	ผู้รับเหมาเดินทางติด ต่อ โดยตรง
4.ด้านการ ส่งเสริมการ ตลาด	จัดกิจกรรมส่งเสริม การขาย เช่นการลด ราคา	จัดกิจกรรมส่งเสริม การขาย เช่น การลด ราคาและออกแสดง แบบตามศูนย์การค้า	ออกแสดงแบบตาม ศูนย์การค้า	ออกแสดงแบบตาม ศูนย์การค้า
5.ด้านบุคลากร	มีประสบการณ์และ ความชำนาญ	มีประสบการณ์และ ความชำนาญ	มีน้ำใจ มีมนุษย สัมพันธ์ บุคลิกและ มารยาทที่ดี	มีความรู้ ความ สามารถ
6.ด้านกระบวนการ	ก่อสร้างรวดเร็วแล้ว เสร็จตามเวลา	ก่อสร้างรวดเร็วแล้ว เสร็จตามเวลาและมี ระบบตรวจสอบงาน	มีระบบตรวจสอบ งานทำให้งานได้ มาตรฐาน	ก่อสร้างรวดเร็วแล้ว เสร็จตามเวลาและมี การติดต่อกับเจ้าของ บ้านรวดเร็ว
7.ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	กิจการมีความพร้อม เครื่องมือ เครื่องจักร และบุคลากรที่มี ความรู้ ความสามารถ	กิจการมีความพร้อม เครื่องมือ เครื่องจักร และมีที่ตั้งแน่นอน	กิจการมีความพร้อม เครื่องมือ เครื่องจักร	กิจการมีความพร้อม บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ
8.ปัญหาที่พบ	การก่อสร้างเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าที่ ประมาณการไว้	การก่อสร้างเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าที่ ประมาณการไว้	การก่อสร้างเสียค่า ใช้จ่ายมากกว่าที่ ประมาณการและผู้ รับเหมาขาดสภาพ คล่องทางการเงิน	การก่อสร้างเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าที่ ประมาณการและผู้ รับเหมาไม่กลับมา แก้ไขงาน

ตารางที่ 69 แสดงค่าปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญ
เป็นลำดับแรกจำแนกระดับราคาค่าก่อสร้างบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัย/ปัญหา	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก			
	น้อยกว่า 500,000	500,001-1,000,000	1,000,001-1,500,000	มากกว่า 1,500,001
1.ด้าน ผลิตภัณฑ์	ผู้รับเหมามีชื่อเสียง และภาพพจน์ดี	สามารถใจแบบได้ ตามต้องการ	มีวิศวกรและ สถาปนิก ควบคุม	มีวิศวกรและ สถาปนิก ควบคุม
2.ด้านราคา	ราคาบ้านเหมาะสม กับคุณภาพวัสดุ	มีการจ่ายเงินตาม งวดงานที่ได้ตกลงไว้	มีการจ่ายเงินตาม งวดงานที่ได้ตกลง ไว้	ราคาบ้านเหมาะสม กับคุณภาพวัสดุ มี การจ่ายเงินตามงวด
3.ด้านสถานที่ ให้บริการ	ผู้รับเหมาเดินทางติด ต่อ โดยตรง	ผู้รับเหมาเดินทางติด ต่อ โดยตรง	ผู้รับเหมาเดินทางติด ต่อ โดยตรง	ผู้รับเหมาเดินทางติด ต่อ โดยตรง
4.ด้านการ ส่งเสริมการ ตลาด	จัดกิจกรรมส่งเสริม การขาย เช่น การลด ราคา	จัดกิจกรรมส่งเสริม การขาย เช่น การลด ราคาและออกแสดง แบบตามศูนย์การค้า	ออกแสดงแบบตาม ศูนย์การค้า	ออกแสดงแบบตาม ศูนย์การค้า
5.ด้านบุคลากร	มีประสบการณ์และ ความชำนาญ	มีน้ำใจ มีมนุษย สัมพันธ์ บุคลิกและ มารยาทที่ดี	มีน้ำใจ มีมนุษย สัมพันธ์ บุคลิกและ มารยาทที่ดี	มีน้ำใจ มีมนุษย สัมพันธ์ บุคลิกและ มารยาทที่ดี
6.ด้านกระบวนการ	ก่อสร้างรวดเร็วแล้ว เสร็จตามเวลา	มีระบบตรวจสอบ งานทำให้งานได้ มาตรฐาน	มีระบบตรวจสอบ งานทำให้งานได้ มาตรฐาน	ก่อสร้างรวดเร็วแล้ว เสร็จตามเวลาและมี การติดต่อกับเจ้าของ บ้านรวดเร็ว
7.ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	กิจการมีความพร้อม เครื่องมือ เครื่องจักร และบุคลากรที่มีความ รู้ ความสามารถ	กิจการมีความพร้อม เครื่องมือ เครื่องจักร	กิจการมีความพร้อม บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ	กิจการมีความพร้อม เครื่องมือ เครื่องจักร และบุคลากรที่มี ความรู้ ความสามารถ
8.ปัญหาที่พบ	การก่อสร้างล่าช้ากว่า กำหนด	การก่อสร้างเสียค่าใช้จ่าย มากกว่าที่ ประมาณการไว้	การก่อสร้างเสียค่า ใช้จ่ายมากกว่าที่ ประมาณการ	การก่อสร้างเสียค่าใช้จ่าย มากกว่าที่ ประมาณการ

ข้อเสนอแนะ

จากการทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากผลที่ได้จากการศึกษาแยกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยการมีบริการรับประกันผลงานและให้บริการซ่อมแซม ถ้าเกิดความเสียหายมาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ ปัจจัยย่อยการสามารถแก้ไขแบบได้ตามต้องการ ดังนั้นผู้รับเหมาคควรกำหนดระยะเวลาการรับประกันผลงานการก่อสร้างบ้าน และหากเกิดการความผิดพลาดไม่สามารถใช้งานได้ ก็สามารถเรียกผู้รับเหมามาแก้ไขได้ทันที โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายขณะอยู่ในระยะประกัน และควรมีการมีการตกลงกับผู้ให้บริการในการจะแก้ไขแบบก่อนการก่อสร้างทุกครั้ง

2. ปัจจัยด้านราคา

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยราคาบ้านเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างมาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ปัจจัยย่อยการจ่ายเงินตามงวดที่ตกลงไว้ ดังนั้นผู้รับเหมาคควรจะแสดงรายละเอียดของราคาค่าก่อสร้างบ้านให้ชัดเจน โดยแยกเป็น งาน โครงสร้าง งาน สถาปัตยกรรม งานสุขาภิบาล และงานไฟฟ้า ว่าแต่ละงานใช้ค่าใช้จ่ายเท่าไร มีการระบุวัสดุที่จะใช้ว่าเป็นยี่ห้ออะไร รุ่นไหน แบบไหน โดยอาจมีหลายระดับราคา เพื่อให้ผู้ให้บริการได้รู้ข้อมูล และนำไปประกอบการพิจารณา ถ้าไม่พอใจสามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ โดยมีการปรับเพิ่มหรือลดราคาตามวัสดุที่เลือกใช้งานตามความต้องการของผู้บริโภค และผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านจะต้องมีการวางแผนการก่อสร้างและแผนการขอเบิกเงินให้สอดคล้องกัน ไม่ให้งานหยุดชะงัก และต้องแจ้งเป็นเอกสารที่ชัดเจนถึงจำนวนงวดที่เบิก จำนวนเงินในแต่ละงวด และวันเวลาที่ขอเบิกในแต่ละงวดให้ผู้ให้บริการทราบ เพื่อให้ผู้ให้บริการได้เตรียมเงินค่าก่อสร้างไว้จ่ายในแต่ละงวด โดยเสนอต่อผู้ให้บริการให้พิจารณา

3. ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยผู้รับเหมามาเดินทางมาติดต่องานเองกับเจ้าของบ้าน โดยตรงมาเป็นลำดับแรก ดังนั้นผู้รับเหมาคจึงควรที่ติดต่อกับผู้ให้บริการโดยตรง อาจจะใช้พนักงานขายเพื่อเสนองานและสร้างความสัมพันธ์ และผู้ให้บริการสามารถติดต่อผู้รับเหมาได้สะดวกโดยใช้โทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ต

4. ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ปัจจัยมีการออกแสดงแบบบ้านตามศูนย์การค้า ดังนั้นผู้รับเหมาจึงควรที่จะหาวิธีการการส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาต่ำกว่าก่อสร้างลง โดยผู้รับเหมาควรพิจารณาลดต้นทุนบางอย่าง แล้วนำส่วนนั้นมาลดราคาต่ำกว่าก่อสร้างบ้าน โดยมีระยะเวลาลดราคา เช่น 3 เดือนแรกหรือ 3 หลังแรก หรือมีการติดตั้งมุ้งลวดหรือเหล็กคัตให้ฟรี จะสามารถกระตุ้นการตัดสินใจของผู้ใช้บริการได้ และผู้รับเหมาก่อสร้างจึงควรมีการออกแสดงแบบบ้านตามศูนย์การค้า เพราะจะทำให้เข้าถึงผู้ให้บริการได้ง่ายขึ้น ที่สำคัญเป็นการเปิดตัวกิจการให้ผู้ให้บริการได้รู้จัก มีการแสดงข้อมูลบริษัท และแสดงแบบบ้านตัวอย่าง

5. ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยบุคลากรมีประสบการณ์และมีความชำนาญมาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ปัจจัยบุคลากรมีความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง บุคลิก และมารยาทที่ดีของผู้รับเหมา ดังนั้นผู้รับเหมาจะต้องมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความสามารถ มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความสามารถทำงานได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ มีความชำนาญเฉพาะด้าน และที่สำคัญต้องสามารถสื่อสารกับผู้ให้บริการได้เป็นอย่างดีมีกิริยามารยาทดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

6. ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยมีระบบการตรวจสอบงานทำให้งานได้มาตรฐาน (ความแข็งแรงของโครงสร้าง และความสวยงาม ความทนทานทางสถาปัตยกรรม) มาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ปัจจัยการก่อสร้างบ้านรวดเร็ว แล้วเสร็จตามเวลา ดังนั้นผู้รับเหมาจะต้องมีระบบตรวจสอบงานที่ได้มาตรฐานตามหลักวิชาการ มีการตรวจสอบโดยวิศวกรและสถาปนิก และมีการวางแผนการทำงานอย่างมีระบบทั้งการวางแผนจำนวนคนงานที่ใช้และแผนการบริหารเงิน ทำให้งานสามารถดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว มีข้อผิดพลาดน้อย และแล้วเสร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยมีกิจการมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องจักรมาเป็นลำดับแรก ลำดับรองมาได้แก่ปัจจัย กิจการมีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการก่อสร้าง ซึ่งจะต้องสื่อสารให้ผู้ให้บริการได้รับรู้ อาจทำโดยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และแสดงให้เห็นถึงผลงานที่ก่อสร้างบ้านมาในอดีตว่างานมีคุณภาพ และกิจการจะต้องมีสถานที่ตั้งแน่นอนเพื่อความสะดวกในการติดต่อ และสร้างความเชื่อมั่นว่ามีความพร้อมในการสร้างบ้าน มีอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร และมีบุคลากรที่มีฝีมือ ความชำนาญพร้อมสำหรับทำงาน

ที่สำคัญจะแสดงให้เห็นว่ากิจการมีความพร้อมทางด้านการเงิน มีสภาพคล่องทางการเงินสามารถทำงานให้สำเร็จได้

สำหรับปัญหาที่พบบ่อย คือ ปัญหาการก่อสร้างเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าที่ประมาณการไว้ และปัญหาผู้รับเหมาคิดค่าวัสดุและค่าแรงงานเกินความเป็นจริง ผู้รับเหมาควรที่จะแสดงรายละเอียดของค่าก่อสร้างอย่างชัดเจน มีการเปรียบเทียบราคาวัสดุและค่าแรงที่ใช้ในการก่อสร้างกับราคาตลาด และไม่คิดราคาค่าก่อสร้างมากเกินไป สำหรับปัญหาผู้รับเหมาขาดสภาพคล่องทางการเงินนั้น ผู้รับเหมาควรตรวจสอบเงินทุนของผู้รับเหมาว่ามีเพียงพอหรือไม่และตรวจสอบเงินที่จะใช้ในการทำงาน พร้อมทั้งวางแผนการเบิกจ่ายเงินให้สอดคล้องกับการทำงาน ส่วนปัญหาการก่อสร้างล่าช้ากว่ากำหนด ปัญหาผู้รับเหมาขาดอุปกรณ์และเครื่องมือการก่อสร้างและปัญหาผู้รับเหมาไม่เพียงพอในการก่อสร้าง ผู้รับเหมาควรควรมีการวางแผนงาน ตรวจสอบความพร้อมของกำลังคนงาน อุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ ให้พร้อมก่อนเริ่มงาน ส่วนปัญหาในระยะเวลารับประกันผู้รับเหมาไม่กลับมาซ่อมแซมงานหลังจากก่อสร้างแล้วเสร็จตามที่ตกลงไว้ ผู้รับเหมาควรที่จะสร้างความน่าเชื่อถือในการทำงาน โดยไม่หลอกลวงผู้ใช้บริการ มีความซื่อสัตย์และปฏิบัติตามสัญญาขณะปฏิบัติงาน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและทัศนคติดีต่อผู้รับเหมา

ปัญหาที่สำคัญต่อไปคือปัญหาการก่อสร้างผิดพลาดต้องแก้ไขบ่อย ปัญหาผู้รับเหมาทำงานไม่เรียบร้อยและปัญหาผู้รับเหมาไม่มีทักษะและฝีมือในการก่อสร้าง ผู้รับเหมาควรมีคัดเลือกคนงานที่มีทักษะฝีมือดี มีความชำนาญในแต่ละด้านมาปฏิบัติงาน มีการอบรมสร้างทักษะกับคนงานเป็นระยะๆ มีการวางแผนการทำงานที่เป็นขั้นตอน มีผู้ควบคุมงานที่มีประสบการณ์และความชำนาญงานควบคุมงานอย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันการผิดพลาด สำหรับปัญหาผู้รับเหมาสร้างไม่ตรงตามแบบและปัญหาผู้รับเหมาไม่ทำงานตามแผนงานที่ได้แจ้งไว้ ผู้รับเหมาควรตรวจสอบและทำความเข้าใจแบบก่อสร้างให้ละเอียดก่อนเริ่มงานทุกครั้ง เพื่อที่จะวางแผนขั้นตอนการทำงาน ได้ถูกต้อง และแจ้งให้ผู้ใช้บริการ ได้รู้ขั้นตอนการทำงาน พร้อมทั้งดำเนินการก่อสร้างตามแบบและแผนงานอย่างเคร่งครัด ถ้าในขณะปฏิบัติงานมีการเปลี่ยนแปลงแบบก่อสร้างและขั้นตอนการทำงานควรรีบแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบ ส่วนปัญหาผู้รับเหมาหนึ่งงานไม่ปฏิบัติงานต่อ ผู้รับเหมาควรเตรียมเงินทุนหมุนเวียน พนักงาน เครื่องมือและเครื่องจักรต่างๆ ให้พร้อมก่อนเริ่มงาน และเตรียมหาเงินทุนสำรองเมื่อเกิดปัญหา ควรพูดคุยกับผู้ใช้บริการอย่างจริงจังใจเมื่อไม่สามารถแก้ปัญหาได้เพื่อที่จะช่วยกันแก้ปัญหาต่อไป และปัญหาฝีมือของหายในบริเวณก่อสร้าง ผู้รับเหมาควรตรวจสอบพฤติกรรมและประวัติของพนักงานก่อนรับเข้าทำงานและขณะปฏิบัติงาน มีระบบเวรยามเพื่อเฝ้าและตรวจสอบวัสดุ เครื่องมือ และเครื่องจักร เพื่อสร้างมั่นใจ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งสำคัญมากไม่ควรหลีกเลี่ยง

ผู้รับเหมาควรติดตามงานอย่างใกล้ชิดและตลอดเวลา เพื่อแก้ปัญหาต่างๆ ได้ทันเวลาและทันเหตุการณ์ ทำงานตามสัญญาที่ตกลงกับผู้ให้บริการ หากมีปัญหาควรติดต่อผู้ให้บริการและหาข้อสรุปเพื่อแก้ไขงาน พนักงานหรือคนงานที่รับเข้ามาทำงานควรมีการคัดเลือกโดยดูความชำนาญเฉพาะด้าน ความประพฤติ กิริยามารยาท และควรมีระเบียบวินัยในการทำงาน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved