

## ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทรับสร้างบ้าน Significant Factors for Customer Satisfaction of Home Building Company

สรารุช เขียนขาว<sup>1</sup> จตุพล ตั้งปกาศิต<sup>2</sup> และวุฒิพงษ์ เมืองน้อย<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

บทความนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทรับสร้างบ้าน โดยทำการประเมินความคิดเห็นของบริษัทรับสร้างบ้านในส่วนของบุคลากร 3 ฝ่ายประกอบด้วย ฝ่ายขาย ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม และฝ่ายก่อสร้าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทางสถิติ ถึงปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทรับสร้างบ้าน ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด คือปัจจัยทางด้านการให้บริการของบริษัทรับสร้างบ้าน ประกอบด้วย 3 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของบริษัทรับสร้างบ้าน ประสิทธิภาพของบริษัทและความซื่อสัตย์ของบริษัท ส่วนปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ปัจจัยทางด้านการออกแบบ ประกอบด้วย 5 ปัจจัยย่อย ได้แก่ การแสดงภาพ 3 มิติ การออกแบบระบบไฟฟ้าที่เหมาะสมการออกแบบระบบประปาที่เหมาะสมการให้คำแนะนำด้านฮวงจุ้ยและการออกแบบตกแต่งสวน ส่วนปัจจัยทางด้านการก่อสร้างประกอบด้วย 2 ปัจจัยย่อย ได้แก่ การใช้ผู้รับเหมาช่วง และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการก่อสร้าง

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ, ความพึงพอใจของลูกค้า

### Abstract

This paper aims to identify the critical factors of customer satisfaction to home builder companies. These factors were used to assess perceptions of three personnel parties consist of sales, design and engineering, and construction within home builder companies. Questionnaire survey was therefore used as a tool for data collection. Data analysis using a comparison of the statistical average was later employed by considering the important factors that cause the customer satisfaction to home builder companies. The findings showed that the top-three factors of the customer satisfaction were image of company, experience of company and integrity of company. In opposite, it was found that least customer satisfaction was the design factor that comprises five sub factors: 3D presentation of design, design of electricity, design of sanitary, recommendation in belief of china and design of landscape. Construction factor consists of two sub factors i.e. employing contractors and employing modern technology in construction.

**Keywords:** Satisfaction, Customer Satisfaction.

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

## 1. ที่มีและความสำคัญของปัญหา

ความต้องการที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญของความต้องการทางร่างกาย (Basic Physical Needs) ของมนุษย์เรา ซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของชีวิตมนุษย์ ตามทฤษฎีการจูงใจของ Maslow[1] ดังนั้น การผลิตที่อยู่อาศัยจึงเป็นนโยบายหนึ่งของแผนพัฒนาประเทศทุกๆฉบับ ทำให้การก่อสร้างที่อยู่อาศัยเป็นอุตสาหกรรมใหญ่ และมีอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องจำนวนมาก จนเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ จะเห็นได้ว่าในยามที่เกิดปัญหาด้านเศรษฐกิจรัฐจะมีมาตรการสำคัญเพื่อกระตุ้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ อาทิ การลดหย่อนภาษีค่าความคุ้มครองหนี้ให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์ปล่อยสินเชื่อให้กับข้าราชการลูกจ้างประจำส่วนราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจกู้เงินซื้อบ้านจากธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้ 100% ของราคาประเมิน[2]

เมื่อปี 2545 – 2547 สภาพเศรษฐกิจโดยทั่วไปเริ่มฟื้นตัวรวมทั้งภาคอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจรับสร้างบ้านก็ฟื้นตัวอย่างรวดเร็วส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจรับสร้างบ้าน มีความคึกคักและการแข่งขันเริ่มทวีความรุนแรงขึ้นอีกครั้งส่งผลให้ผู้ประกอบการที่มีอยู่มากมายในภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการตื่นตัวในการแข่งขันกันมากขึ้น

แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่สามารถตอบสนองถึงความต้องการของลูกค้าที่ชัดเจนที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ แต่ยังคงคำนึงถึงเพียงแต่ระยะเวลาการก่อสร้างและต้นทุนของงานเป็นหลัก ซึ่งแท้จริงความพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้บริษัทอยู่ในอุตสาหกรรมได้อย่างยั่งยืนดังนั้นในระยะหลังผู้ประกอบการหลายรายจึงได้ให้ความสำคัญโดยการคำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากขึ้น เพราะลูกค้าจะบอกต่อกันไปถึงคุณภาพและสิ่งที่ดีของบริษัทซึ่งถือว่าการโฆษณาที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดแต่ให้ประสิทธิภาพสูงสุดซึ่งการจะให้ได้รับความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสูงสุดนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าด้วย

ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในมุมมองของบริษัทรับสร้างบ้าน ที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทรับสร้างบ้าน ทั้งปัจจัยด้านการให้บริการ ด้านการออกแบบและวิศวกรรมตลอดจนปัจจัยด้านก่อสร้าง โดยผ่านมุมมองของพนักงานบริษัทรับสร้างบ้านในแต่ละฝ่าย ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์แก่บริษัทรับสร้างบ้านและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในการที่จะสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการลงทุน และด้านวางแผนเพื่อปรับปรุงปัจจัยในด้านต่างๆทางวิศวกรรมและก่อสร้างการให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุดต่อไป

## 2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ความพึงพอใจ

ในประเทศไทยนั้นมีการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าน้อยมากถ้านำไปเปรียบเทียบกับประเทศญี่ปุ่นหรือซีกโลกตะวันตก เนื่องจากธุรกิจในเมืองไทยยังให้ความสำคัญหรือตระหนักในเรื่องดังกล่าวน้อยมากคงมุ่งหวังยอดขายเพื่อสร้างผลกำไรให้องค์กรโดยการใช้กลยุทธ์การตลาดในรูปแบบต่างๆ กันออกไป กิตติ สิริพลผล (2544) [3] ได้กล่าวไว้ว่าเนื่องจากในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันสินค้าได้มีการเสนอขายในตลาดมากขึ้นประกอบกับผู้บริโภคมีความพึงพอใจในเรื่องการใช้จ่ายมากขึ้นดังนั้นเวลาในการตัดสินใจจึงมีมากขึ้นเพื่อต้องการข้อมูลที่มากพอในการตัดสินใจซึ่งเป็นผลให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับกลยุทธ์ต่างๆ โดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการจะต้องตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ประเทศไทยจึงได้มีการนำเอากิจกรรมหลายระบบหลายกิจกรรมทั้งของญี่ปุ่นและซีกโลกตะวันตกมาประยุกต์ใช้กับองค์กร เช่น 5ส (5S), QCC (Quality Control Circle), Reengineering และล่าสุด ISO 9000 เป็นต้น บรรจง จันทมาศ (2543) [4] ได้กล่าวว่า กิจกรรมเหล่านี้ถือว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญอันเป็นรากฐานของคุณภาพซึ่งหมายถึงคุณสมบัติทุกประการของผลิตภัณฑ์หรือการบริการตอบสนองความต้องการ และสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้นั่นเอง

## 2.2 งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

### 2.2.1 งานวิจัยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

ในปี ค.ศ. 1975 Yen และ Lee [5] ได้ทำการประเมินผลกระทบที่มีต่อบ้านพักอาศัย ซึ่งประกอบไปด้วย 2 มุมมองคือมองเข้าไปข้างในจากภายนอก (Looking in from the Outside) และมองออกไปข้างนอกจากภายใน (Looking in from the Inside) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้อยู่อาศัย ซึ่งจะใช้ในการวัดระดับความพึงพอใจที่สัมพันธ์กับเงื่อนไขในการอยู่อาศัย พบว่าหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของตัวบ้านพักอาศัยของผู้อยู่อาศัยประกอบไปด้วยความต้องการในการที่จะให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบภายในใหม่ ความชอบที่จะให้มีห้องครัวที่ใหญ่ขึ้น ความพึงพอใจในระดับชั้นของการอยู่อาศัยที่ต่ำมากกว่า รวมถึงต้องการมีสถานที่ซึ่งเด็กสามารถเล่นได้ ไม่มีมลพิษทางเสียง มีสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องการกำจัดของเสียและทำความสะอาดพื้นที่ที่มีที่สำหรับจอดรถ และหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจจากสภาพแวดล้อม ประกอบไปด้วยต้องมีตลาดอยู่ภายในมีการควบคุมพวกมิจฉาชีพได้ มีรถเมล์บริการ ใกล้ตัวเมือง ใกล้สถานที่ทำงาน เป็นต้น

ในปี ค.ศ. 1998 Kaitilla [6] ได้ศึกษาพบว่าสิ่งที่ผู้อยู่อาศัยต้องการมากที่สุด คือ การได้มาซึ่งคุณภาพของบ้านที่ดีขึ้น (Households Wish to Acquire Better Quality Houses) ทั้งนี้ได้กำหนด 3 องค์ประกอบหลัก โดยแต่ละองค์ประกอบจะมีอิทธิพลต่อกัน ซึ่งประกอบไปด้วย ปริมาณ (Quantity) คุณภาพ และทรัพยากร (Resource)

### 2.2.2 งานวิจัยในประเทศที่เกี่ยวข้อง

ในปี พ.ศ. 2543 อวยพร บุญยืน [7] ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในเขตผังเมืองรวม จังหวัดเชียงราย เพื่อศึกษาปัญหาและความคิดเห็นต่างๆ ของผู้ซื้อบ้านพักอาศัยในโครงการต่างๆ ตามเขตผังเมืองรวมจังหวัดเชียงราย โดยวิธีการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการและสร้างแบบสอบถามผู้อยู่อาศัยถึงปัจจัยต่างๆ ในปี พ.ศ. 2543 สดาพร ศรีประสิทธิ์ [8] ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายเพื่อหา

สาเหตุของปัญหาและความต้องการของลูกค้าต่อการปรับปรุงบริการหลังการขายโดยการออกแบบสอบถามลูกค้าจำนวน 174 ในโครงการบ้านพักอาศัยต่างๆ ของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

ในปี พ.ศ. 2543 บัณฑิตจุลาลัย, พนิชาสังข์เพชรและยุวดี สิริ [9] ได้ทำการสำรวจสภาพปัญหาในเรื่องที่อยู่อาศัยรวมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว พร้อมทั้งสำรวจความต้องการที่อยู่อาศัยใหม่ โดยการสุ่มตัวอย่างประชากรจากผู้มีรายชื่อยู่ในทะเบียนบ้านในกรุงเทพฯ จังหวัดปทุมธานี, นนทบุรี และสมุทรปราการ จำนวน 1,164 คน จากประชากรทั้งหมด 8,112,910 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ

ในปี พ.ศ. 2544 บัณฑิต จุลาลัย และคณะ [10] ได้ทำการสำรวจผู้สนใจเข้าร่วมฟังการสัมมนาเมื่อ เมษายน 2544 เรื่อง “ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ซื้อบ้านปี 2544” พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยด้านรูปแบบบ้าน ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านผู้ประกอบการ

## 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัย ได้กำหนดรูปแบบของการการวิจัยโดยใช้วิธีการออกแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลและวิเคราะห์ ซึ่งมีขั้นตอนหลักๆ คือ รวบรวมทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่างๆ และผลงานวิจัยที่ผ่านมาพร้อมทั้งศึกษาทฤษฎีและกำหนดแนวทางวิธีการดำเนินการจัดทำแบบสอบถาม เพื่อหาระดับความพึงพอใจของลูกค้า ผ่านความเห็นของพนักงานรับสร้างบ้านในเรื่อง รูปแบบบ้าน คุณภาพวัสดุ คุณภาพด้านการก่อสร้าง การให้ข้อมูลของบริษัทรับสร้างบ้าน และการให้บริการต่างๆ ของบริษัทรับสร้างบ้าน จากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ พนักงานบริษัทรับสร้างบ้าน

### 3.1 การเก็บข้อมูล

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวแทนประชากรที่ดีและความ

น่าจะเป็น โดยทำการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นพนักงานบริษัทรับสร้างบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างนี้ได้คำนวณจากสูตรยามานะ(Yamane, 1967:886)[11]ในระดับความเชื่อมั่นที่ 95% เมื่อมีความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 5% โดยจำนวนประชากรรายชื่อบริษัทรับสร้างบ้านทั้งหมด 50 ราย ดังสมการที่ (1)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่างที่จะต้องทำการสุ่ม  
 N = จำนวนประชากรรายชื่อบริษัทรับสร้างบ้านทั้งหมด  
 e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง  
 (0.05)

ซึ่งจะได้จำนวนตัวอย่างขั้นต่ำ 45 ราย แต่ผู้วิจัยต้องการให้เกิดความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้นจึงแยกเก็บตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มแต่ละกลุ่มใช้ตัวอย่างละ 30 ราย พร้อมทั้งได้กำหนดจำนวนตัวอย่างเป็นกลุ่มทั้งหมด 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มพนักงานในบริษัทรับสร้างบ้าน ฝ่ายขาย จำนวน 30 ราย
2. กลุ่มพนักงานในบริษัทรับสร้างบ้าน ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม จำนวน 30 ราย
3. กลุ่มพนักงานในบริษัทรับสร้างบ้าน ฝ่ายก่อสร้าง จำนวน 30 ราย

เพราะจะทำให้สามารถใช้สถิติวิเคราะห์ได้อย่างเหมาะสม

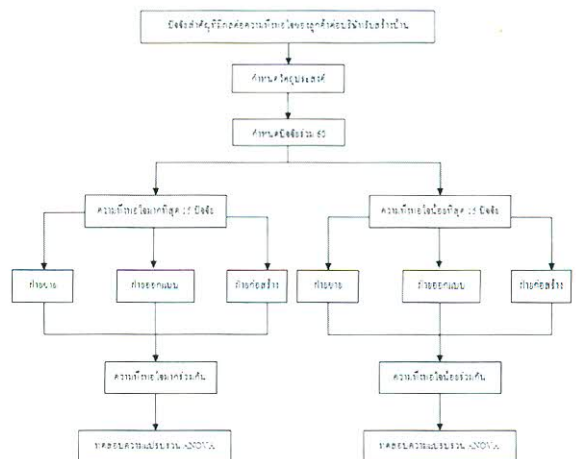
### 3.2 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งพัฒนาโดยการศึกษาวิเคราะห์งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยในการพัฒนาแบบสอบถามครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ออกแบบแล้วไป พิจารณาข้อคำถามที่เหมาะสมหลังจากนั้นได้ทำการทดสอบแบบสอบถามล่วงหน้า (Pretest) กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 60 ราย เพื่อการ

พัฒนาแบบสอบถามที่สมบูรณ์ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยใช้มาตราวัด 5 ระดับ โดยเริ่มจากพึงพอใจมากที่สุด (5) ไปจนถึงไม่มีความพึงพอใจเลย (1) โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพบว่ามีค่าความเชื่อมั่นประเภท (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.972 ซึ่งอยู่ในระดับที่มีความน่าเชื่อถือสูงมาก

### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากการเก็บข้อมูลได้ตามเป้าหมายจากกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม มาทำการวิเคราะห์ หาการ้อยละต่างๆ ส้ารวจข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้มาทำการวิจัยได้นำข้อมูลจากการรวบรวมจากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ประมวลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences: SPSS) ซึ่งขั้นตอนการวิเคราะห์ได้แสดงไว้ในรูปที่ 1 โดยแยกวิเคราะห์ดังนี้ การเก็บข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้เกี่ยวข้องกับบริษัทรับสร้างบ้าน เป็นปัจจัยส่วนบุคคลและแสดงผลวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบ การเก็บข้อมูลสรุปภาพรวมของระดับความพึงพอใจของลูกค้า ของพนักงานในบริษัทรับสร้างในแต่ละฝ่ายโดยทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทางสถิติ(Mean)และการจัดลำดับ(Rank)ความพอใจโดยทำการจัดลำดับจากค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้โดยนำเสนอในรูปแบบของตาราง

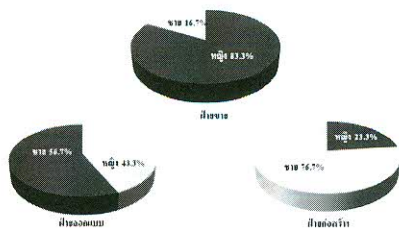


รูปที่ 1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

4. ผลการวิจัย

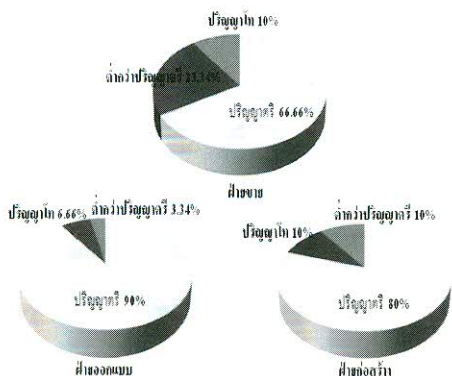
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างฝ่ายขายประกอบไปด้วย เพศชายร้อยละ 16.7 เพศหญิงร้อยละ 83.3 กลุ่ม ตัวอย่าง ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรมประกอบและวิศวกรรมประกอบไปด้วย เพศชายร้อยละ 56.7 เพศหญิงร้อยละ 43.3 และกลุ่มตัวอย่างฝ่ายก่อสร้างเป็นเพศชายร้อยละ 76.7 เพศหญิงร้อยละ 23.3



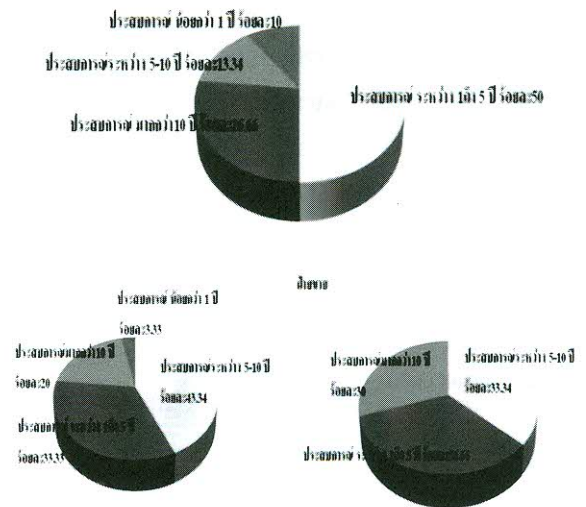
รูปที่ 2 ข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 3 กลุ่มตัวอย่างฝ่ายขายส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.66 รองลงมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.34 ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 10.0 กลุ่มตัวอย่างออกแบบและวิศวกรรมส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมา คือ ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 6.66 และ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 3.34 กลุ่มตัวอย่างฝ่ายก่อสร้างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมา คือ ระดับปริญญาโท และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 10.0 เท่ากัน



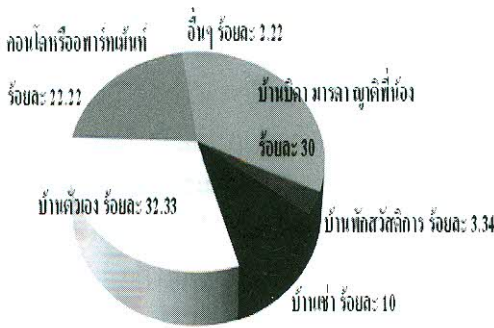
รูปที่ 3 ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างฝ่ายขายส่วนใหญ่มีประสบการณ์ระหว่าง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือประสบการณ์มากกว่า 10ปีระหว่างคิดเป็นร้อยละ 26.66 ส่วนประสบการณ์ระหว่าง 5-10ปีคิดเป็นร้อยละ 13.34 และ ประสบการณ์น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 10 กลุ่มตัวอย่าง ออกแบบและวิศวกรรมส่วนใหญ่มีประสบการณ์ระหว่าง 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.34 รองลงมา คือ มีประสบการณ์ระหว่าง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.33 ส่วนประสบการณ์ มากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 และประสบการณ์น้อยกว่า 1ปี คิดเป็นร้อยละ 3.33 ส่วนกลุ่มตัวอย่างฝ่ายก่อสร้างส่วนใหญ่ประสบการณ์ระหว่าง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.66 รองลงมา คือ ประสบการณ์ระหว่าง 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.34 และประสบการณ์มากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 30



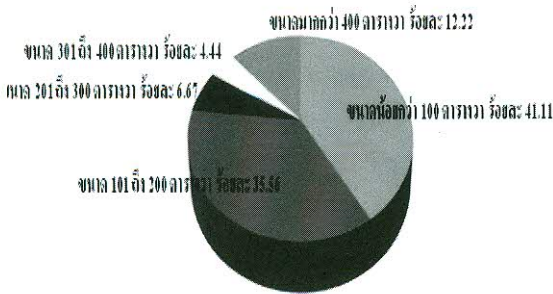
รูปที่ 4 ข้อมูลประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 5 พบว่าที่อยู่อาศัยลูกค้าส่วนใหญ่ก่อนใช้ บริการบริษัทรับสร้างบ้านของกลุ่มผู้ใช้-บริการบริษัทรับสร้างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ที่บ้านพักอาศัยของตนเอง คิดเป็น ร้อยละ 32.22 รองลงมาคืออาศัยอยู่ที่บ้านของบิดา มารดา ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 30 คอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนท์ คิดเป็นร้อยละ 22.22 บ้านเช่า คิดเป็นร้อยละ 10.00 ส่วน บ้านพักสวัสดิการข้าราชการ/บริษัท คิดเป็นร้อยละ 3.33 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.22 ตามลำดับ



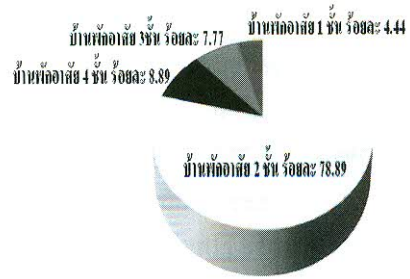
รูปที่ 5 ข้อมูลที่อยู่อาศัยลูกค้าก่อนใช้บริการ

จากรูปที่ 6 พบว่าขนาดพื้นที่ที่ทำการก่อสร้างของกลุ่มผู้ใช้บริการบริษัทรับสร้างบ้านส่วนใหญ่มีขนาดพื้นที่น้อยกว่า 100 ตารางวา คิดเป็นร้อยละมากที่สุด 41.11 มีขนาดพื้นที่ที่ทำการก่อสร้าง 101 ถึง 200 ตารางวา คิดเป็นร้อยละ 35.56 มีขนาดพื้นที่ที่ทำการก่อสร้างมากกว่า 400 ตารางวา คิดเป็นร้อยละ 12.22 มีขนาดพื้นที่ที่ทำการก่อสร้าง 201 ถึง 300 ตารางวา คิดเป็นร้อยละ 6.67 และพื้นที่ที่ทำการก่อสร้าง 301 ถึง 400 ตารางวา คิดเป็นร้อยละ 4.44 ก่อสร้างน้อยสุด ตามลำดับ



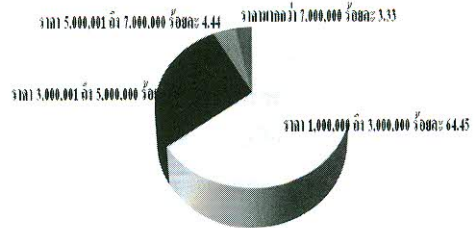
รูปที่ 6 ข้อมูลขนาดพื้นที่ที่ทำการก่อสร้าง

จากรูปที่ 7 พบว่าลักษณะบ้านที่ต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการบริษัทรับสร้างส่วนใหญ่มีความต้องการบ้านพักอาศัย 2 ชั้น คิดเป็นร้อยละ 78.89 รองลงมาคือ บ้านพักอาศัย 4 ชั้น คิดเป็นร้อยละ 8.88 บ้านพักอาศัย 3 ชั้น คิดเป็นร้อยละ 7.77 และบ้านพักอาศัย 1 ชั้น คิดเป็นร้อยละ 4.44 ตามลำดับ



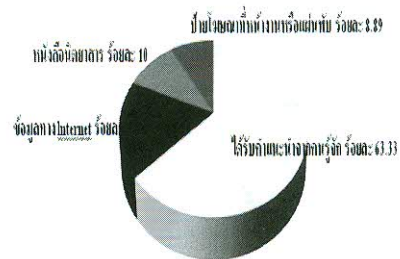
รูปที่ 7 ข้อมูลลักษณะบ้านพักอาศัยที่ต้องการ

จากรูปที่ 8 พบว่าราคาก่อสร้างของกลุ่มผู้ใช้บริการบริษัทรับสร้างบ้านส่วนใหญ่มีราคาก่อสร้าง 1,000,000 – 3,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.45 รองลงมาคือ มีราคาก่อสร้าง 3,000,001 – 5,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.77 มีราคาก่อสร้าง 5,000,001 – 7,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.44 และราคามากกว่า 7,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ



รูปที่ 8 ข้อมูลราคาก่อสร้างบ้านพักอาศัยที่ต้องการ

จากรูปที่ 9 พบว่าแหล่งที่มาของข้อมูลของบริษัทรับสร้างบ้านที่ลูกค้าใช้บริการส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลและได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 63.33 รองลงมาคือ Internet คิดเป็นร้อยละ 17.78 หนังสือนิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 10 และป้ายโฆษณาที่หน้างานหรือแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 8.89 ตามลำดับ



รูปที่ 9 แหล่งที่มาของข้อมูลที่ลูกค้าใช้บริการ

4.2 ลำดับความพึงพอใจ

ตารางที่ 1 ความถี่เฉลี่ย ลำดับความพึงพอใจของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด 15 ปัจจัย ในกลุ่มของพนักงานบริษัทรับสร้างบ้าน

ปัจจัยที่จัดระดับความถี่รางวัล	ปีงบประมาณ 2561		ปีงบประมาณ 2562		ปีงบประมาณ 2563	
	x	Rank	x	Rank	x	Rank
<b>1. ปัจจัยบริการ</b>						
1.1 มาตรฐานหรือให้บริการ	4.17	2	4.43	3	-	-
ให้บริการห้องรับแขกบริการ						
1.2 มาตรฐานหรือให้บริการ	4.03	3	4.13	15	-	-
1.3 มาตรฐานหรือบริการ	4.37	1	4.77	1	4.77	1
1.4 มาตรฐานหรือบริการ	4.17	2	4.63	2	-	-
1.5 มาตรฐานหรือบริการ	4	9	-	-	4.43	3
1.6 การให้บริการ	3.53	13	-	-	4.37	7
1.10 มาตรฐานหรือบริการ	3.53	13	-	-	-	-
1.11 การให้บริการ	-	-	4.27	9	-	-
1.12 มาตรฐานหรือบริการ	3.97	11	4.23	12	-	-
1.13 การให้บริการ	-	-	4.2	13	-	-
1.14 การให้บริการ	-	-	-	-	-	-
1.15 มาตรฐานหรือบริการ	4.03	7	4.33	8	-	-
1.16 มาตรฐานหรือบริการ	4.17	2	4.43	3	4.43	3
1.17 มาตรฐานหรือบริการ	4.07	5	4.43	3	4.64	2
1.18 การให้บริการ	4.07	5	-	-	4.33	6
1.19 การบริการ	4.00	9	-	-	-	-
<b>2. ปัจจัยด้านบริการ</b>						
2.2 มาตรฐานหรือบริการ	-	-	4.27	9	-	-
2.3 ให้คำแนะนำ	-	-	4.37	6	-	-
2.5 การบริการ	3.93	13	4.2	13	-	-
2.6 มาตรฐานหรือบริการ	-	-	-	-	4.40	5
2.7 การให้บริการ	-	-	-	-	4.33	11
2.10 มาตรฐานหรือบริการ	-	-	4.37	6	-	-
2.17 การบริการ	-	-	-	-	4.30	11
<b>3. ปัจจัยด้านวัสดุ</b>						
3.2 มาตรฐานหรือบริการ	3.97	11	-	-	4.33	9
3.4 การบริการ	-	-	-	-	4.30	11
3.5 การบริการ	-	-	-	-	4.30	11
3.9 มาตรฐานหรือบริการ	-	-	-	-	4.3	11
3.13 มาตรฐานหรือบริการ	-	-	4.27	9	-	-
3.15 มาตรฐานหรือบริการ	-	-	-	-	4.37	7
3.17 มาตรฐานหรือบริการ	-	-	-	-	4.3	11
3.18 มาตรฐานหรือบริการ	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ เครื่องหมาย – ในตารางที่ 1 คือปัจจัยที่ไม่คิดลำดับที่ 1 ถึงลำดับที่ 15 ของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ย ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุดร่วมกันของพนักงานบริษัทรับสร้างบ้านทั้ง 15 ปัจจัยนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการบริษัทรับสร้างบ้าน จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือปัจจัยในเรื่องการให้บริการ และตามด้วยปัจจัยด้านอื่นๆ ตามลำดับดังตาราง นั้นทางผู้ประกอบการธุรกิจรับสร้างบ้านควรปรับปรุงและให้ความสำคัญกับการบริการและการให้การต้อนรับที่ดีกับลูกค้า โดยทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกสุดในการติดต่อเพื่อใช้บริการกับบริษัทรับสร้างบ้านทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการใส่ใจในการให้บริการของบริษัท อีกทั้งยังมีให้การต้อนรับลูกค้าควรมีความรู้ในทุกๆ ด้านที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการกับบริษัทรับสร้างบ้านอาทิเช่น ความมีความรอบรู้ในทุกๆ เรื่องของการในการให้บริการของบริษัทเพื่อที่จะตอบข้อสงสัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับลูกค้า อีกทั้งควรมีความรู้ในด้านการออกแบบและการก่อสร้าง เพื่อให้ได้ให้ความกระจ่างกับลูกค้าในเบื้องต้นได้

ดังนั้นปัจจัยดังกล่าวมีผลทำให้บริษัทรับสร้างบ้านนั้นสามารถนำข้อมูลที่ทำกรวิเคราะห์หามาพัฒนาและดำเนินการให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรมากที่สุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ลูกค้าต้องการต่อไป

ตารางที่ 2 ความถี่เฉลี่ย ลำดับความพึงพอใจของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าน้อยที่สุด 15 ปัจจัยในกลุ่มของพนักงานบริษัทรับสร้างบ้าน

ตารางที่ 3 ข้อมูลทางสถิติของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุดร่วมกันของพนักงานบริษัทรับสร้างบ้าน

ปัจจัยที่ใช้วัดระดับความพึงพอใจ	ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม		ฝ่ายก่อสร้าง		ฝ่ายการตลาด	
	x	Rank	x	Rank	x	Rank
1. ปัจจัยด้านองค์การพื้นฐาน						
1.2 ความพร้อมรับในการให้บริการ	-	-	-	-	3.33	48
1.3 การให้บริการหลังการขาย	-	-	-	-	-	-
1.11 การให้บริการด้านสินเชื่อ	-	-	-	-	3.77	52
1.15 ความตรงต่อเวลาการติดต่อ	-	-	-	-	-	-
1.20 การควบคุมค่าใช้จ่ายและระยะเวลาก่อสร้าง	-	-	-	-	-	-
2. ปัจจัยด้านบริการออกแบบ						
2.1 ความหลากหลายของรูปแบบ	-	-	-	-	-	-
2.3 การออกแบบประหยัดพลังงาน	3.27	55	-	-	-	-
2.9 ความพร้อมในการให้บริการ (กรณีรับสีในแบบ)	-	-	-	-	-	-
2.10 ความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยน	-	-	-	-	3.27	46
2.11 การแสดงภาพ 3 มิติ	3.27	56	3.2	57	3.3	50
2.12 การออกแบบงานระบบไฟฟ้า	3.4	53	3.2	57	3.57	58
2.13 การออกแบบงานระบบประปา	3.4	53	3	53	3.33	59
2.14 การบริการออกแบบที่ทันสมัย	-	-	-	-	-	-
2.15 การให้บริการด้านช่างผู้	2.33	60	2.97	60	3.57	58
2.18 การให้บริการนำวิศวกรออกแบบระบบยกสายใน	3.23	57	3.5	52	3.6	56
2.19 การให้บริการนำวิศวกรออกแบบระบบยกสายหรือการติดตั้งลิฟต์	3.1	58	3.33	55	3.43	60
2.20 การออกแบบที่ดูทันสมัย	3.47	50	-	-	3.31	49
3. ปัจจัยด้านการก่อสร้างและวิศวกรรม						
3.3 ระยะเวลาในการก่อสร้าง	-	-	-	-	-	-
3.5 การรายงานความคืบหน้าในงาน	3.5	49	-	-	-	-
3.7 การประเมินความเสี่ยงงานก่อสร้าง	-	-	3.6	49	-	-
3.8 ความพร้อมในการปฏิบัติงาน	-	-	3.67	46	-	-
3.9 ความเชี่ยวชาญของช่าง	-	-	3.43	53	-	-
3.10 ความแข็งแรงของงานก่อสร้าง	-	-	3.63	48	-	-
3.12 การประสานงานกับช่างต่าง	-	-	3.53	51	-	-
3.14 การใช้วัสดุที่เหมาะสม	2.33	60	2.97	60	3.63	52
3.15 การเลือกใช้วัสดุผู้ควบคุมงาน	3.63	47	3.57	50	-	-
3.16 การใช้วิธีการควบคุมงาน	3.15	48	3.37	54	-	-
3.18 วัสดุและช่างของงาน	3.63	47	-	-	-	-
ปัจจัยการดูแลลูกค้า						
3.19 ความสามารถในแง่การดูแลลูกค้าเรื่องเทคนิคอื่น	3.4	53	-	-	3.67	54
3.20 การใส่ใจกับสิทธิประโยชน์	3.37	55	3.63	48	3.33	48

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	x	Sig.>0.05	Hypothesis
1.3 ความน่าเชื่อถือของบริษัท	ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม	4.47	0.922	เห็นด้วย
	ฝ่ายขาย	4.77		
	ฝ่ายก่อสร้าง	4.77		
1.16 ประสิทธิภาพของบริษัท	ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม	4.17	0.341	เห็นด้วย
	ฝ่ายขาย	4.43		
	ฝ่ายก่อสร้าง	4.43		
1.17 ความซื่อสัตย์สุจริต และมีมนุษยสัมพันธ์	ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม	4.07	0.321	เห็นด้วย
	ฝ่ายขาย	4.43		
	ฝ่ายก่อสร้าง	4.64		

จากตารางที่ 3 การทดสอบข้อมูลทางสถิติ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุดร่วมกันของพนักงานบริษัทรับสร้างบ้านผลการวิเคราะห์ความเห็นร่วมกันของพนักงานบริษัทต่อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุดร่วมกัน จำนวน 3 ปัจจัยมีความน่าจะเป็นมากกว่าค่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม ฝ่ายขาย และฝ่ายก่อสร้าง มีความเห็นร่วมกันต่อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจร่วมกันข้างต้นไม่แตกต่างกัน พบว่าผู้ดำเนินการก่อสร้างให้ความสำคัญต่อ ปัจจัย ความน่าเชื่อถือของบริษัท มากที่สุด เช่น ประสิทธิภาพในการดำเนินการของบริษัทผลงานที่ผ่านมานในอดีตของบริษัทควรทำเป็นผลงานที่สามารถนำมาอ้างอิงหรืออาจมีการสัมภาษณ์ถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจนำมาประกอบ แสดงให้ลูกค้าได้เห็นผลงานที่ผ่านมามีได้ รองลงมาได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพของบริษัท และ ปัจจัยความซื่อสัตย์สุจริตและมีมนุษยสัมพันธ์ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจรับสร้างบ้านควรแสดงความซื่อสัตย์ในการคิดราคางานต่างๆ อย่างตรงไปตรงมา ความมีการทำรายการเปลี่ยนแปลงในกรณีที่เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งในเรื่องของการออกแบบและในเรื่องของคุณภาพของวัสดุจากรายการที่ได้ตกลงไว้

หมายเหตุ เครื่องหมาย - ในตารางที่ 2 คือปัจจัยที่ไม่ติดลำดับที่ 1 ถึงลำดับที่ 15 ของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าน้อยที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ย ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจน้อยที่สุดร่วมกันของพนักงานบริษัทรับสร้างบ้านทั้ง 15 ปัจจัยนั้นมีความสำคัญน้อยมากต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการบริษัทรับสร้างบ้าน จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุดคือ ปัจจัยในเรื่องการให้คำปรึกษาด้านฮวงจุ้ย และตามด้วยปัจจัยด้านอื่นๆ ตามลำดับดังตาราง



ในตอนแรกแล้วเกิดค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น และจะต้องคิดเงินเพิ่มกับลูกค้าเพื่อแสดงให้เห็นถึงความซื่อสัตย์ตรงไปตรงมา

ตารางที่ 4 ข้อมูลทางสถิติ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจร่วมกันน้อยที่สุดของพนักงานบริษัทรับสร้างบ้าน

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	$\bar{x}$	Sig. >0.05	Hypothesis
2.11 การแสดงภาพ 3 มิติ	ผู้ให้บริการ	3.17	0.014	ไม่เห็นด้วย
	ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม	3.27		
	ฝ่ายขาย	3.20		
	ฝ่ายก่อสร้าง	3.80		
2.12 การออกแบบงานระบบไฟฟ้าที่เหมาะสม	ผู้ให้บริการ	3.83	0.087	เห็นด้วย
	ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม	3.40		
	ฝ่ายขาย	3.20		
	ฝ่ายก่อสร้าง	3.57		
2.13 การออกแบบงานระบบประปาที่เหมาะสม	ผู้ให้บริการ	3.80	0.396	เห็นด้วย
	ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม	3.40		
	ฝ่ายขาย	3.00		
	ฝ่ายก่อสร้าง	3.53		
2.15 การให้คำปรึกษาด้านสุขขัย	ผู้ให้บริการ	3.34	0.117	เห็นด้วย
	ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม	2.83		
	ฝ่ายขาย	2.97		
	ฝ่ายก่อสร้าง	3.57		
2.19 การให้คำแนะนำเรื่องการออกแบบตกแต่งส่วนหรือการจัดภูมิทัศน์รอบๆ บ้าน	ผู้ให้บริการ	3.90	0.020	ไม่เห็นด้วย
	ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม	3.10		
	ฝ่ายขาย	3.33		
	ฝ่ายก่อสร้าง	3.48		
3.14 การใช้ผู้รับเหมาช่าง	ผู้ให้บริการ	4.00	0.286	เห็นด้วย
	ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม	2.83		
	ฝ่ายขาย	2.97		
	ฝ่ายก่อสร้าง	3.63		
3.20 การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการก่อสร้าง	ผู้ให้บริการ	3.83	0.651	เห็นด้วย
	ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม	3.37		
	ฝ่ายขาย	3.63		
	ฝ่ายก่อสร้าง	3.83		

จากตารางที่ 4 การทดสอบข้อมูลทางสถิติ พบว่าความเห็นร่วมกันของพนักงานบริษัทรับสร้างบ้านต่อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจน้อยที่สุดร่วมกัน จำนวน 7 ปัจจัยข้างต้น พบว่ามีปัจจัยความพึงพอใจ 5 ปัจจัยที่มีความน่าจะเป็นมากกว่าค่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่าง ฝ่ายออกแบบและวิศวกรรม ฝ่ายขายและฝ่ายก่อสร้างมีความเห็นร่วมกันต่อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจน้อยที่สุดร่วมกันข้างต้นแตกต่างกัน พบว่าพนักงานในบริษัทรับสร้างบ้านให้ความสำคัญต่อปัจจัยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการก่อสร้าง น้อยที่สุด ถัดมาได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับการออกแบบงานระบบประปาที่

เหมาะสม, การใช้ผู้รับเหมาช่าง, การให้คำปรึกษาด้านสุขขัยและปัจจัยด้านการออกแบบงานระบบไฟฟ้าที่เหมาะสมตามลำดับ และจากปัจจัยความพึงพอใจทั้งหมดข้างต้น มีปัจจัยที่มีความน่าจะเป็นน้อยกว่าค่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพนักงานบริษัทรับสร้างบ้านมีความเห็นแตกต่างกัน 2 ปัจจัย คือ การแสดงภาพ 3 มิติ และการให้คำแนะนำ เรื่องการออกแบบตกแต่งสวนหรือการจัดภูมิทัศน์รอบๆ บ้าน จะเห็นได้ว่าการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยจะเกิดความพึงพอใจในระดับที่น้อยที่สุดหรืออาจไม่เกิดความพึงพอใจเลย เนื่องจากการก่อสร้างบ้านในบริษัทต่างๆ ยังคงใช้วิธีการก่อสร้างที่ไม่มีการพัฒนาขึ้นเลย และยังไม่มียี่ห้อไหนที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ กับการสร้างบ้านแต่ยังคงใช้วิธีการก่อสร้างแบบเก่าอยู่จึงควรรหาเทคนิคและวิธีการก่อสร้างแบบใหม่ๆ มาใช้กับการดำเนินการก่อสร้างในบริษัทรับสร้างบ้าน เพื่อให้เกิดการพัฒนาของบริษัทก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป

## 5. สรุป

จากผลการวิจัยเพื่อศึกษาให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทรับสร้างบ้าน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยในเรื่องการให้บริการของบริษัทรับสร้างบ้านปัจจัยในด้านการออกแบบและปัจจัยในด้านการก่อสร้างและวิศวกรรม โดยทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทางสถิติ (Mean:x) ของระดับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทรับสร้างบ้าน ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างกันของระดับความพึงพอใจอันจะนำมา ซึ่งความเข้าใจในปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านความคิดเห็นของพนักงานบริษัทรับสร้างบ้านได้อย่างชัดเจนขึ้น ซึ่งในแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับบริษัทรับสร้างบ้าน มีความเห็นว่าปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าก็คือ ปัจจัยในด้านการให้บริการของบริษัทรับสร้างบ้าน นั่นเอง เนื่องจากการให้บริการของบริษัทรับสร้างบ้านถือว่ามีบทบาทสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจในการคัดเลือกใช้

บริการบริษัทรับสร้างบ้าน ที่ลูกค้าจะพิจารณาบริษัทที่จะทำการก่อสร้างบ้านพักอาศัยของตนเอง โดยลูกค้าจะคำนึงถึงความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของบริษัท ซึ่งความน่าเชื่อถือของบริษัทจะทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจที่จะใช้บริการ

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] กรองแก้ว อยู่สุขม, 2537, พฤติกรรมองค์กร, โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, หน้า 73.
- [2] ชรรค์ ประจวบเหมาะ, 2551, “แห่งู้ซื้อบ้านหนีดินทุนใหม่ดันสินเชื่อมกรรมฯชอส.ฟุง”,งานมหกรรมบ้าน 55 ปีชอส.และมหกรรมบ้านมือสองแห่งชาติครั้งที่ 4, 23 กันยายน 2551.
- [3] กิตติ สิริพลถ, 2544, “กลยุทธ์การตลาดสำหรับอสังหาริมทรัพย์”,การสัมมนางานครบรอบปีที่9 ของนิตยสารโฮมบายเออร์ไกด, 18 กรกฎาคม 2544, โรงแรมโซฟิเทลเซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว, 9 หน้า.
- [4] บรรจง จันทมาศ, 2543, ระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9000, พิมพ์ครั้งที่ 13 สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย - ญี่ปุ่น), หน้า 1-11.
- [5] Strephen, H.K.and Lee,T.S.,1975, **Satisfaction with Living Conditions**, Singapore University Press, pp. 214-239.
- [6] Kaitilla, S., 1998, “Housing Quality: A Measure of Housing Satisfaction?”, Housing Science,Vol. 22, No. 3 pp. 147-157.
- [7] อวยพร บุญยืน, 2543, **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในเขตฝั่งเมืองรวมจังหวัดเชียงราย**, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสาขาบริหารธุรกิจคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 82 หน้า.
- [8] สถาพร ศรีประสิทธิ์, 2542, **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรร กรณีศึกษาบริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด(มหาชน)จังหวัดเชียงใหม่**, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 184 หน้า.
- [9] บัณฑิต จุลาสัย, พมิษา สังข์เพชร และ ยูวดี ศิริ, “สถานการณ์ที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”, การเสวนาภาวการณ์ซื้อบ้านและที่อยู่อาศัย ปี 2543, 19 กรกฎาคม 2543, ภาควิชาเคหะการคณะสถาปัตยกรรมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 25 หน้า.
- [10] บัณฑิต จุลาสัย และ ยูวดี ศิริ, “พฤติกรรมผู้ซื้อที่อยู่อาศัยหลังวิกฤติเศรษฐกิจ”, การสัมมนางานครบรอบปีที่ 9 ของนิตยสารโฮมบายเออร์ไกด, 18 กรกฎาคม 2544, โรงแรมโซฟิเทล เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว, 44 หน้า.
- [11] Yamane,Taro. 1967. **Statistics : an Introduction Analysis**. 2<sup>nd</sup> ed. New York: Harper.