188562

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัย โดยพิจารณาจากทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคองค์การ แนวคิดการป้องกันอาชญากรรม และแนวคิดการป้องกันอาชญากรรมโดยภาคเอกชน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 100 ราย จากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงงาน ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการหรือผู้ที่มีหน้าที่ในการจัดจ้างบริษัทรักษาความปลอดภัยให้กับหน่วยงานในเขตอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็น 54.0% แต่งงานแล้ว และมีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่าง 25.0% ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการบริษัท 33.0% มีประสบการณ์การทำงานมากว่า 5-10 ปี 38.0% มีจำนวนทุนจดทะเบียนของกิจการระหว่าง 1-10 ล้านบาท 37.0% เป็นสถานประกอบการที่มีพนักงานจำนวนไม่เกิน 50 คน 22.0% มีมูลค่ารวมของสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 10 ล้านบาท 77.0% เป็นสถานประกอบการที่ใช้พนักงานรักษาความปลอดภัย 1-5 คน และ 44.0% มีค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัยต่อคนเดือนละ 8,000-9,000 บาท

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัย โดยให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมาก และปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการ เป็นระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล เช่น ความน่าเชื่อถือของพนักงานรักษาความปลอดภัย ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และปัจจัยด้านกระบวนการ เช่น การแก้ปัญหาได้รวดเร็วทันเวลา ความรวดเร็วในการติดต่อเมื่อมีปัญหา และการจัดหาพนักงานรักษาความปลอดภัยให้ครบตามสัญญาว่าจ้าง

นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพของการให้บริการในด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยไม่จำเป็นต้องส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการให้ของขวัญ

188562

The purpose of this study is to study effective factors to select security guard companies, regarding service marketing mix theory, organization behavior, criminal defence, and privacy criminal defense. The study areas are the security guard companies in Krantumban District of Samut Sakhon Province. Questionnaires were used for collection data from 100 employee samples of enterprise entrepreneur. This study found that most of respondents are male 54.0% and married, aged 30-39 with bachelor degree, 25.0% are executive directors of companies, 33.0% are work experience more than 5-10 years, 38.0% had stockholder's equity between 1-10 million Baht, 37.0% had 50 employees, 22.0% had total assets 10 million Baht, 77.0% had 1-5 security guards and 44.0% paid 8,000-9,000 Baht per month.

The results found that service marketing mix affected the respondents to select the security companies in high level. The high effective factor were personal factor such as credibility, politeness of service, carefulness, and process factor, such as in time problem solving, rapidity of contact and providing of security guards.

According to quality service on personal factor, process factor and physical factor, it is unnecessary to promote with the advertisement and gifts.