

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากปริมาณการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้เจ้าของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างต้องปรับตัวในการทำธุรกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันขณะที่มีปริมาณงานรองรับที่มากขึ้น และเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรในการให้บริการรับเหมาก่อสร้างที่มีคุณภาพ สามารถแข่งขันกับธุรกิจรับเหมาก่อสร้างรายอื่น ๆ ได้ เมื่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ขยายตัว ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เช่น ธุรกิจผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างขยายตัวเพิ่มขึ้น หรือธุรกิจรับเหมาทำความสะอาดขยายตัวตามไปด้วย ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างจึงต้องส่งมอบงานก่อสร้างที่สมบูรณ์ในทุกด้านให้แก่ลูกค้า เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและความคุ้มค่าแก่ผู้บริโภค ดังนั้นในการประกอบธุรกิจของผู้รับเหมาก่อสร้างมีงานที่เกี่ยวข้องในฝ่ายต่าง ๆ มากมาย รวมทั้งการส่งมอบงานจะต้องคำนึงถึงความสมบูรณ์ของงานที่จะส่งมอบ กล่าวคือ การส่งมอบการก่อสร้างไม่ว่าจะเป็น อาคาร บ้านพักอาศัย โรงแรม จำเป็นต้องส่งมอบงานที่มีคุณภาพ สะอาด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ อีกทั้งต้องการงานที่มีคุณภาพและประหยัดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะงานรับเหมาก่อสร้าง

สำหรับธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในประเทศไทยเกิดขึ้นมากมาย และแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์ด้านราคาและการบริการด้านฝีมือเป็นหลัก ซึ่งต้องตระหนักว่าผู้ใช้บริการต้องการอะไร หรือเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ต้องการอะไร จึงจะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้ จึงอาจกล่าวได้ว่าการดำเนินธุรกิจประเภทให้บริการรับเหมาก่อสร้างนั้น ผู้เป็นเจ้าของกิจการจำเป็นต้องบริหารจัดการงานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายได้โดยพยายามรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของตนเอง ขณะเดียวกันก็ต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ มีผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มว่าเติบโตสูงขึ้น สาเหตุจากการก่อสร้าง อาคาร บ้านเรือน บ้านพักตากอากาศ ที่อยู่

อาศัย ศูนย์การค้าใหญ่ ๆ ที่มีมากขึ้น และกิจการเหล่านี้ นิยมว่าจ้างธุรกิจรับเหมาก่อสร้างมากขึ้น ด้วย ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยอาศัยช่วงความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีในสภาวะการณ์ปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการก่อสร้างให้เป็นโอกาส ไม่ว่าจะเป็นการคิดค้นวัสดุก่อสร้างชนิดใหม่ หรือการคิดค้นเทคนิค ก่อสร้างแบบใหม่ ดังนั้นผู้ประกอบการบริษัทรับเหมาก่อสร้างจำเป็นต้องปรับตัวเองให้ทัน ตามลักษณะงานก่อสร้างที่ซับซ้อนเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ เพื่อให้บริษัทของตนสามารถอยู่รอดได้ นั่นคือ สามารถทำงานก่อสร้างให้สำเร็จได้ตามเป้าหมาย งานที่ได้มีคุณภาพและปราศจากการแก้ไขงาน ซึ่งการที่จะบรรลุเป้าหมายเหล่านี้ให้ได้ ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างแต่ปัจจัยที่สำคัญ ปัจจัยหนึ่งที่ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าเป็นส่วนสำคัญที่สุด คือ กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการทั้งรายเล็กและรายใหญ่

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท ฟุ่งวุฒิ จำกัด มีความสนใจ ที่จะศึกษาค้นคว้าถึงการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้างของลูกค้าที่มีต่อบริษัท ฟุ่งวุฒิ จำกัด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพของงานบริการรับเหมาก่อสร้างของบริษัท ฟุ่งวุฒิ จำกัด ให้เกิดประสิทธิภาพ อันจะส่งผลโดยตรงต่อองค์กร ได้เติบโตและเป็นองค์กรที่มีคุณภาพต่อไป

## **วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้างของลูกค้าที่มีต่อบริษัท ฟุ่งวุฒิ จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้างของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

## **สมมติฐานของการวิจัย**

การเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้างของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการรับเหมาก่อสร้างกับบริษัท ฟุ้งวุฒิ จำกัด ในปี 2555 จำนวน 346 คน (ข้อมูล ณ เดือนกรกฎาคม – เดือนกันยายน 2555) เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970, p.608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 183 คน

### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variable) ได้แก่ สถานภาพของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variable) ได้แก่ การเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้าง ประกอบด้วย

- ส่วนประสมทางการตลาด
- การเลือกใช้บริการ
- คุณภาพของการบริการ

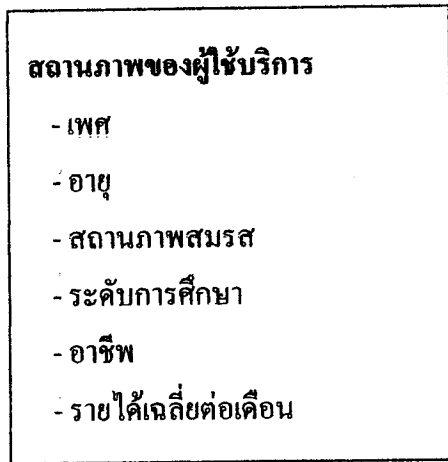
### 3. ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

ระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2555 ถึง เดือน มกราคม 2556

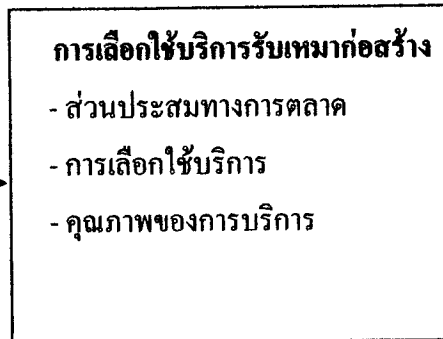
## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพของบริการ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) และ Parasurman และ Berry (1985) มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

## ตัวแปรอิสระ



## ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**ส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ

- **ด้านผลิตภัณฑ์** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ มีบริการช่วยออกแบบบ้าน และความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์

- **ด้านราคา** หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินของลูกค้า ได้แก่ ราคาที่มีความชัดเจน ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพงาน และราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่น

- **ด้านการจัดจำหน่าย** หมายถึง กิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค ได้แก่ การบริการติดต่อประสานงานและขออนุญาตราชการ 2 การรับประกันคุณภาพของงาน และบุคลากรภายในบริษัทมีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์สูง

- **ด้านการส่งเสริมการตลาด** หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ มีบริการแบบครบวงจรให้เลือกสรรหลายทาง มีการประเมินราคาการรับเหมาก่อสร้าง ให้ลูกค้าตัดสินใจ และมีบริการเลือกวัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบสไตล์บ้าน

**การเลือกใช้บริการ (Purchase decision)** คือ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด หลังจากประเมินทางเลือก ก่อนที่จะเกิดความตั้งใจซื้อ และเกิดการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ระยะเวลาในการสร้าง และสามารถแบ่งค่าใช้จ่ายระหว่างการก่อสร้างเป็นงวด ๆ ตามเนื้องานที่ดำเนินการก่อสร้างไปแล้ว มีบริการรับผิชอบและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการก่อสร้าง บริษัทรับเหมาก่อสร้างมีผลงานเป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้าทั่วไป มีขั้นตอนการก่อสร้างที่เป็นระบบระเบียบ มีการทำเอกสารสัญญาการก่อสร้างที่เป็นลายลักษณ์อักษร ชัดเจน ไม่เอาเปรียบลูกค้า และผลงานที่ผ่านมาผู้รับเหมามีความรับผิดชอบ

**คุณภาพของการบริการ** หมายถึง ภาพพจน์ของบริษัท คุณภาพด้านเทคนิค คุณภาพด้านหน้าที่ ได้แก่ มีการรับประกันผลงานที่ดีมีคุณภาพ และสามารถใช้งานได้ทันที งานเสร็จตรงตามกำหนดและอยู่ในงบประมาณที่เหมาะสม มีวิศวกรและไฟร์แมนคอยสอดส่องดูแลการก่อสร้างให้เป็นไปตามแบบ บริการควบคุมงานก่อสร้างที่สมบูรณ์แบบไม่ผิดพลาดผู้รับเหมามีความซื่อสัตย์ สุจริต ไม่คดโกง รักษาสัญญา และตรงเวลา และการใช้เทคนิคการก่อสร้างและการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับราคา

**ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง** คือ กระบวนการจัดสรรทรัพยากรในการก่อสร้าง ให้เหมาะสมและเป็นระบบ โดยอาศัยตัวบุคคล เป็นตัวขับเคลื่อนในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ประกอบด้วย 3 ประเภท คือ

1. ประเภทเกี่ยวกับอาคาร เช่น อาคารเรียน อาคารพาณิชย์ โรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก อาคารที่พักอาศัย โรงพยาบาล เป็นต้น
2. ประเภทเกี่ยวกับทางหลวง เช่น ถนน สะพาน ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ การขุดดิน การทำไหล่ถนน การทำบาทวิถี รั้ว เป็นต้น
3. ประเภทงานก่อสร้างขนาดใหญ่ เช่น เขื่อนกั้นน้ำ สนามบิน งานเดินท่อ น้ำ งานเดินท่อระบายน้ำเสีย โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อุโมงค์ เป็นต้น

## **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ทำให้ทราบถึงการเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้างของลูกค้าที่มีต่อบริษัท ฟุ่งวุฒิ จำกัด

2. เพื่อให้ผู้บริหารของบริษัท ฯ นำผลการวิจัยที่ได้รับมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง  
แก้ไขการให้บริการที่บกพร่อง และเพิ่มคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้  
ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

3. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเรื่องที่เกี่ยวข้อง สำหรับผู้ที่สนใจต่อไป