

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2488 หรือประมาณเกือบ 40 ปีมาแล้ว ซึ่งเป็นเวลาภายหลังที่ สงครามโลกครั้งที่ 2 และสงครามมหาเอเชียบูรพาสิ้นสุดลงและได้เริ่มการก่อสร้างเพื่อบูรณะ และพัฒนาประเทศกันใหม่นั้น อุตสาหกรรมก่อสร้างไทยในภาคเอกชนส่วนใหญ่มีขอบเขตอยู่ เฉพาะการสร้างอาคารต่าง ๆ เท่านั้น งานวิศวกรรมโยธาขนาดใหญ่ เช่น งานสร้างทางหลวง ทางรถไฟ งานขุดคลองส่งน้ำงานสร้างท่าเรือ ฯลฯ ล้วนเป็นงานที่หน่วยงานของรัฐบาลทำเอง หรือมีฉะนั้น บริษัทต่างประเทศเป็นผู้รับดำเนินการแทบทั้งสิ้น บริษัท ห้างหุ้นส่วน หรือเอกชน ไทยที่ทำงานก่อสร้างส่วนใหญ่ในช่วงนั้นยังมีขนาดเล็ก เพราะส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมใน หมู่วงศ์ญาติ หรือมีฉะนั้นก็ระหว่างมิตรที่สนิทกันจริง ๆ เท่านั้น ฉะนั้น กิจการอุตสาหกรรม ก่อสร้างไทยส่วนใหญ่จึงอยู่ในวงจำกัด สาเหตุที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะอุตสาหกรรมในขณะนั้น อยู่ในระยะเริ่มก่อร่างสร้างตัวประการหนึ่ง และเหตุอีกประการหนึ่งที่สำคัญกว่า คือ ในช่วง ระยะเวลาดังกล่าว รัฐบาลยังมีนโยบายที่จะดำเนินงานก่อสร้างงานวิศวกรรมโยธาขนาดใหญ่ เอง เช่น ให้กรมทางหลวงเป็นผู้ดำเนินการสร้างทางหลวงสายต่าง ๆ หรือมีฉะนั้นก็ให้บริษัท ก่อสร้างต่างประเทศเป็นผู้ทำการสร้าง เช่น การสร้างถนนมิตรภาพสายแรก เชื่อมระหว่าง สระบุรีกับนครราชสีมาโดยบริษัทก่อสร้างอเมริกัน หรือการสร้างเขื่อนเจ้าพระยาโดยกรม ชลประทาน หรือการสร้างเขื่อนภูมิพล โดยบริษัทก่อสร้างอเมริกัน เป็นต้น ฉะนั้นการที่บริษัท ก่อสร้างไทยจะได้มีโอกาสรับสัญญาเป็นผู้จัดสร้างงานวิศวกรรมโยธาขนาดใหญ่ จึงยัง ไม่มี นับ ได้ว่าเป็นอุปสรรค

ประการหนึ่งของบริษัทก่อสร้างไทยในขณะนั้น แต่เรื่องนี้หากนำมาพิจารณาถึง ข้อเท็จจริงโดยยุติธรรมแล้ว ย่อมเห็นได้ว่า งานวิศวกรรมโยธาขนาดใหญ่ เช่นการสร้างทาง หลวง หรือการสร้างเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำ เป็นต้นนั้นบริษัทก่อสร้างไทยในขณะนั้นยังไม่อยู่ใน สถานะที่จะมีบุคลากรที่มีประสบการณ์มากนัก และไม่มีเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็น ซึ่งมีประสิทธิภาพ และมีจำนวนเพียงพอ ฉะนั้นการที่รัฐบาลต้องจัดทำเอง หรือใช้บริษัท ต่างประเทศ ก็เป็นเรื่องของความจำเป็นเฉพาะหน้า แต่ถึงอย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึง

ประโยชน์ของประเทศเป็นส่วนรวมแล้ว ย่อมเห็นได้ว่าความจำเป็นที่จะต้องแก้อุปสรรค เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมก่อสร้างไทยสามารถพัฒนาก้าวหน้าขึ้นให้ทัดเทียมนานาชาติ ประเทศจะต้องเริ่มขึ้นโดยเร็วที่สุด หากมีแต่ปล่อยให้สถานการณ์เป็นไปในสภาพเดิม โดยไม่กล้าที่จะเริ่มก้าวไปข้างหน้า เพราะกลัวการพลาดกลัวผิด คือ การที่นับวันแต่จะอยู่ล้าหลังห่างจากคนอื่น ๆ เขาไปทุกขณะแต่นับได้ว่าเป็นบุญหรือกุศลส่งของอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย หรือจะพูดว่า พระสยามเทวาธิราช ผู้คุ้มครองชาติไทยเรามาโดยตลอดได้ทรงโปรดเข้าแก้ไขก็ได้ โดยที่ในปี พ.ศ.2502 รัฐบาลภายใต้การนำของท่านนายกรัฐมนตรีจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้พิจารณาและสอบสวนข้อเท็จจริงของผลงานวิศวกรรมโยธาที่กรมกองต่าง ๆ ของรัฐบาลเป็นผู้จัดทำเอง พบว่า ส่วนใหญ่ล่าช้านับแรมปี และมารายด้วยกัน ยังสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมากกว่าประมาณการเดิมเป็นอันมาก ซึ่งการที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องจากเหตุหลายประการด้วยกัน แต่ที่สำคัญที่สุด คือ การที่ในวงราชการมีระเบียบนานาประการ ซึ่งผู้ปฏิบัติจะต้องทำตามโดยเคร่งครัดถึงแม้จะเห็นว่าข้อบังคับเป็นอันมากเป็นอุปสรรคแก่การปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพก็ตาม ระเบียบข้อบังคับมากมายซึ่งเรียกกันว่า Red Tape เป็นผลทำให้ผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานไม่อยู่ในฐานะที่จะพิจารณาตัดสินใจ และสั่งการที่เห็นควรได้ด้วยตัวเองเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับการแก้ไข ดัดแปลงรายการให้เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริง ตามหลักวิชาและเพื่อความรวดเร็ว รวมทั้งการมีข้อบังคับอย่างเข้มงวดและจำกัดในการที่ผู้รับผิดชอบดำเนินงานจะอนุมัติส่งจ่ายเงินตามความจำเป็นเพื่อให้งานลุกลงไปโดยเร็วทันกำหนดเวลา ดังตัวอย่างเช่นการเปลี่ยนแปลงแบบก่อสร้างแม้เพียงเล็กน้อย ซึ่งนอกจากมิได้เป็นผลเสียหายแก่โครงสร้างแต่ประการใดเลย แต่ยิ่งจะเป็นผลดีกว่าอีกด้วย ก็จะต้องรายงานตามลำดับขั้น จนถึงการได้รับอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีอื่นต้องใช้เวลาเป็นแรมเดือนซึ่งผมขอสรุปสั้น ๆ ว่าเป็นการที่ไม่ให้ความไว้วางใจแก่ผู้ดำเนินการเลยกลัวแต่ว่าจะมีการ โกงกินกันเท่านั้น ซึ่งหากหลักการเป็นเช่นนี้ก็กิจการจะเดินหน้าได้อย่างไร ฉะนั้น เพื่อเป็นการแก้ปัญหาให้การพัฒนาประเทศซึ่งท่านจอมพลสฤษดิ์ต้องการให้รุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการแก้ปัญหาคมนาคมทางบกด้วยการสร้างทางหลวงขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อเชื่อมโยงท้องที่ต่าง ๆ โดยทั่วถึงกันทุกจังหวัด อันเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งของการพัฒนา โดยเฉพาะจะช่วยให้ชาวเขาไร้อาหารสามารถขายพืชผลที่ผลิตได้ออกสู่ตลาดโลกได้อย่างกว้างขวางและในเวลาอันสั้นที่สุด ท่านจอมพลสฤษดิ์ จึงได้มอบหมายให้ ฯพณฯ พจน์ สารสิน ซึ่งเป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพัฒนาการแห่งชาติ กับคุณอุทัย วุฒิกุล ซึ่งเป็นอธิบดีกรมทางหลวงจัดการออกแบบจัดหาวิศวกรควบคุมงานสร้างทางหลวงขึ้นให้พร้อม แล้วประกาศให้บริษัทก่อสร้างเอกชนเข้ามา

ประมุขรับงานก่อสร้างทางหลวงไปทำตามโครงการ โดยทันที การริเริ่มนี้เป็นก้าวใหญ่ที่สุดก้าวหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย และเป็นการตัดสินใจที่กล้าหาญควรแก่การสรรเสริญตลอดไป แต่แม้กระนั้นก็ดีการริเริ่มนี้ได้ถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวาง เพราะมีคนไม่น้อยที่เชื่อกันในขณะนั้นว่า งานก่อสร้างทางหลวงเป็นงานที่ต้องใช้เงินทุนมาก เนื่องจากเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ส่วนมีราคาแพงเกินกว่ากำลังเงินของบริษัทก่อสร้างไทย และนอกจากนั้น บริษัทก่อสร้างจะเอาวิศวกร ช่างเทคนิค พนักงานที่มีประสบการณ์จากที่ไหนมาทำงานตามโครงการให้สำเร็จลุล่วงไปได้ แต่กาลเวลาได้พิสูจน์อย่างแจ่มชัดว่า บรรดาบริษัทก่อสร้างไทยต่าง ๆ จำนวนมาก สามารถปรับปรุงกิจการของตัวให้ก้าวหน้าจนมีโอกาสรับงานก่อสร้างทางหลวงของประเทศได้อย่างรวดเร็ว จนปรากฏผลว่าเพียงช่วงเวลา 5 ปีเศษเท่านั้น บริษัทก่อสร้างไทยจำนวนมาก ก็สามารถเข้ารับประมูลก่อสร้างทางหลวงจำนวนหลายสาย เป็นผลสำเร็จด้วยดี จนเป็นรับรองของกรมทางหลวง และในระยะเวลาประมาณ 10 ปี ก็สามารถขยายกิจการเข้าประมูลรับงานก่อสร้างทางหลวงให้แก่รัฐบาล ได้เป็นส่วนใหญ่ นอกจากนั้น ยังมีบริษัทก่อสร้างไทยสามารถไปประมูลงานแข่งขันรับก่อสร้างทางหลวงในต่างประเทศนับเป็นระยะทางหลายร้อยกิโลเมตร เป็นผลสำเร็จอย่างดีมาแล้วด้วย (นิตยสารผู้จัดการ, 2555 : เว็บไซค์)

แนวโน้มของตลาดวัสดุก่อสร้างในช่วงที่เหลือของปี 2553 นี้ อาจจะขยายตัวในทิศทางที่ไม่สูงอย่างในช่วงไตรมาสแรกที่ผ่านมา เนื่องจากอุปสงค์ในตลาดอสังหาริมทรัพย์เผชิญปัจจัยเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น ทั้งจากสถานการณ์ทางการเมือง และปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจในยุโรป ส่งผลกระทบต่อการเติบโตเศรษฐกิจไทยในช่วงที่เหลือของปีนี้รวมทั้งปัจจัยกระตุ้นจากมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ กำลังจะหมดลง ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจต้องเตรียมปรับแผนการดำเนินธุรกิจ เพื่อรองรับความผันผวนที่อาจเกิดขึ้น ได้ในระยะข้างหน้า ซึ่งแนวโน้มตลาดวัสดุก่อสร้างในช่วงที่เหลือของปี 2553 นี้ คาดว่าจะเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไป จากเดิมที่คาดการณ์ไว้ก่อนหน้านี้ว่าตลาดอาจจะสามารถกลับมาเติบโตได้ดีในปีนี้ แต่หลังจากที่มีเหตุการณ์รุนแรงทางการเมืองเกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อธุรกิจหลายประเภท โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว รวมทั้งยังบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักลงทุน แม้ว่า การชุมนุมที่สี่แยกราชประสงค์ได้ยุติลงไปแล้ว แต่ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนทางการเมืองในระยะข้างหน้ายังมีอยู่สูง อีกทั้งความเสี่ยงจากปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจในยุโรป ที่หลายฝ่ายกังวลว่าอาจจะส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก จะกระทบเป็นลูกโซ่ต่อมายังภาคการส่งออกของไทย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยให้ชะลอตัว

ลง จากปัจจัยเสี่ยงของเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อทิศทางอุปสงค์ในตลาด อสังหาริมทรัพย์อย่างไรก็ดี ตลาดวัสดุก่อสร้างในช่วงที่เหลือของปีนี้ อาจยังคงได้รับปัจจัยหนุนจากการลงทุนของภาครัฐภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง ซึ่งหากมีการเร่งรัดโครงการให้ลื่นไหลโดยเร็ว ก็จะช่วยผลักดันภาคการก่อสร้างในปี 2553 ให้มีการเติบโต ทั้งนี้ แผนการลงทุนภายใต้โครงการไทยเข้มแข็งที่คาดว่าจะมีการดำเนินได้ในปีนี้ ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนขนาดเล็ก ซึ่งการกระจายไปทั่วประเทศ เช่น โครงการบริหารจัดการ จัดหาแหล่งน้ำ และเพิ่มพื้นที่ชลประทาน โครงการสำรวจและพัฒนาแหล่งน้ำบาดาลให้กับ โรงเรียนทั่วประเทศ โครงการพัฒนาทางหลวง และบูรณะทางหลวงสายหลัก และโครงการถนนไร้ฝุ่น เป็นต้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทยยังคงมุมมองเชิงบวกต่อภาพรวมของธุรกิจก่อสร้าง จากแรงกระตุ้นของโครงการภาครัฐสืบเนื่องจาก อุทกภัยในปีที่ผ่านมา น่าจะหนุนภาพของธุรกิจก่อสร้างในระยะข้างหน้าต่อไปได้ ขณะที่ปริมาณการก่อสร้างของภาคเอกชนแม้จะยังไม่ฟื้นแรงเท่าในช่วงปี 2553-2554 แต่ก็สามารถพุ่งตัวไปได้ถึงปลายปี 2555 ด้วยแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจที่น่าจะกระจายความเสี่ยงไปยังโครงการพาณิชย์กรรมและอสังหาริมทรัพย์ในหัวเมืองต่างจังหวัดมากขึ้น ขณะที่โอกาสรับรู้รายได้จากงานก่อสร้างคอนกรีตเสริมในกรุงเทพฯ ยังมีได้บ้างจากความต้องการบ้านหลังที่สอง (สืบเนื่องจากอุทกภัย) ของผู้มีรายได้ระดับกลางถึงสูง และผู้ประกอบการธุรกิจบางกลุ่มอาจมุ่งรับงานก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างโรงงานไฟฟ้ามากขึ้น ซึ่งทิศทางดังกล่าวคงจะหนุนให้มูลค่าตลาดธุรกิจก่อสร้างปี 2555 ยืนอยู่ได้ที่กรอบ 923,000-934,000 ล้านบาท หรือเติบโตที่ร้อยละ 12.2-13.5 จากปี 2554 แต่ทั้งนี้ก็ไม่ควรละเลยปัจจัยท้าทายต่อธุรกิจก่อสร้างจากต้นทุนการก่อสร้างที่ปรับตัวขึ้นรอบด้านทั้งจากค่าจ้างแรงงานและจากปัจจัยการผลิตอื่น ๆ ที่จะต้องอาศัยความสามารถของผู้ประกอบการในการปรับตัวและบริหารจัดการสภาพคล่องของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพมากกว่าเดิม นอกเหนือไปจากนั้น ยังคงต้องเฝ้าจับตามองการจัดซื้อจัดจ้าง โครงการภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูซ่อมแซม โครงสร้างสืบเนื่องจากอุทกภัยที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของธุรกิจก่อสร้างในปี นี้ เนื่องด้วยธรรมชาติของการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ต้องผ่านกระบวนการพิจารณาหลายขั้นตอนและใช้เวลา ซึ่งหากเกิดความล่าช้าในการดำเนินโครงการ ประกอบกับปัจจัยเกี่ยวกับฤดูกาลที่หน้าฝนมาเร็วกว่าปกติ ภาพของธุรกิจก่อสร้างในช่วงหลังของปี 2555 ก็อาจจะพลิกผันได้เช่นเดียวกัน ซึ่งหากไม่รวมโครงการที่เกี่ยวข้องกับน้ำท่วมแล้ว ภาพรวมของธุรกิจก่อสร้างในปี 2555 นี้ อาจหดตัวจากปีก่อนประมาณร้อยละ 0.5 ถึงร้อยละ 3.1 หรือมีมูลค่าประมาณ 787,000-819,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2555 : เว็บไซต์)

จากแนวโน้มการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการลงทุนก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นทุกปี จึงเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจก่อสร้าง ส่งผลทำให้การแข่งขันระหว่างร้านค้าวัสดุก่อสร้างสูง ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างจึงปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และวิธีการดำเนินงานเพื่อให้ทันต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงที่เร็วโดยการสร้างกลยุทธ์การตลาดเพื่อรักษาลูกค้าและสร้างความแตกต่างเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ให้ธุรกิจอยู่รอดได้ภายใต้สภาวะของธุรกิจที่ถดถอยและการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นและกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบการแข่งขัน เป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ เหมาะสำหรับสถานการณ์ในยุคปัจจุบัน โดยมีกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบ คือ ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการจำกัดขอบเขต จึงเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจที่สำคัญอย่างยิ่งเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้างจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง และความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษานำไปใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินธุรกิจทั้งด้านการลดต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การจำกัดขอบเขต และการพัฒนาปรับปรุงธุรกิจก่อสร้างให้มีประสิทธิภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้ อันจะเป็นแนวทางที่ทำให้ธุรกิจมีความเข้มแข็งและเติบโตในอนาคต

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

### วัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้างจังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์



## สมมติฐานการวิจัย

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์

## ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ไว้ดังนี้

### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาของการวิจัยไว้ ดังนี้

1.1 ศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง ได้แก่ 1) การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า 2) การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม 3) การกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ และ 4) การรักษาลูกค้า โดยประยุกต์มาจาก DEAR Model ตามแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของ วิทยา คำนธำรงกุล และพิภพ อุดร (2549 : 86-92)

1.2 ศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง ได้แก่ 1) กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน 2) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และ 3) กลยุทธ์การจำกัดขอบเขต โดยประยุกต์มาจากความได้เปรียบในการแข่งขัน ตามแนวคิดการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของ พอร์ตเตอร์ (Porter. 1985 : 157)

### 2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยไว้ ดังนี้

2.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นผู้จดทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดกาฬสินธุ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 จำนวน 456 คน (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดกาฬสินธุ์. 2553 : 25)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นผู้จดทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดกาฬสินธุ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 จำนวน 214 คน ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยใช้สูตรการคำนวณตามวิธีของยามานะ (Yamane. 1973 : 727) และทำการสุ่ม

ตัวอย่างในแต่ละประเภทของธุรกิจ โดยสุ่มแบบง่าย (Simple random sample) โดยใช้ตารางเลขสุ่ม (Random digit)

### 3. ขอบเขตด้านตัวแปร

#### 3.1 ตัวแปรกลุ่มที่ 1

ตัวแปรกลุ่มที่ 1 (Variable groups 1) คือ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง ซึ่งประกอบด้วย วิทยา ด้านธำรงกุล และพิภพ อุดร (2549 : 86-92)

3.1.1 การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า

3.1.2 การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

3.1.3 การกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์

3.1.4 การรักษาลูกค้า

#### 3.2 ตัวแปรกลุ่มที่ 2

ตัวแปรกลุ่มที่ 2 (Variable groups 2) คือ ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง ซึ่งประกอบด้วย พอร์ตเตอร์ (Porter, 1985 : 157)

3.2.1 กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน

3.2.2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

3.2.3 กลยุทธ์การจำกัดขอบเขต

### 4. ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์

### 5. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในส่วนขอบเขตด้านระยะเวลาผู้วิจัยได้ใช้เวลาในการเก็บข้อมูล เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2555 – ธันวาคม พ.ศ. 2556

### นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจความหมายของคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ให้นิยามศัพท์เฉพาะไว้ ดังนี้

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง หมายถึง ความสำคัญของลูกค้าแต่ละราย เนื่องจากลูกค้าแต่ละรายนั้นมีความสำคัญไม่เท่ากัน การที่องค์กรสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กรได้นั้น เป็นหัวใจหลักในการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจในระยะยาว ซึ่งประกอบด้วย การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ การรักษาลูกค้า

1. การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า หมายถึง ความคิดเห็นด้านการกำหนดให้มีรายละเอียดของลูกค้าย ในอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้แก่ ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ และประวัติส่วนตัวของลูกค้าที่ถูกต้องครบถ้วนเป็นปัจจุบันสามารถเชื่อมโยงกันได้

2. การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้เทคโนโลยีที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินกิจการต่าง ๆ ได้แก่ มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการรับคำติชมของลูกค้า และแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเท่าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น แสวงหาลูกค้ารายใหม่ ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า เพิ่มมูลค่าของสินค้า พัฒนาสมรรถนะ และความแม่นยำในการทำงานให้ดียิ่งขึ้นทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

3. การกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดแผนงานกิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาด ให้เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การจัดส่งข่าวสาร บัตรอวยพรในโอกาสต่าง ๆ ให้กับลูกค้า จัดกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ มีระบบตอบรับอัตโนมัติเป็นต้น

4. การรักษาลูกค้า หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินผลการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการรักษาความเติบโตของความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีและทำให้ลูกค้าประทับใจ ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ในการเพิ่มจำนวนสายใยความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอการสมัครสมาชิกเพื่อให้ส่วนลดพิเศษกับลูกค้าพัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าสร้างความสะดวกสบายและรวดเร็วเป็นต้น

ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดวิธีการหรือกระบวนการที่ทำให้เกิดความสามารถของธุรกิจที่จะเอาชนะคู่แข่ง โดยพิจารณาจากจุดเด่นมาสร้างความได้เปรียบเพื่อให้องค์กรเอาชนะ ทำกำไร และทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

1. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพยายามที่จะสามารถชนะคู่แข่งได้โดยทำให้ธุรกิจผลิตสินค้าหรือบริการที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ได้แก่ การ



ควบคุมต้นทุนในด้านต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต การวิจัยการขาย การบริการ การให้ความสำคัญ กับการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การสร้างความแตกต่าง หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความแตกต่าง จากคู่แข่งที่เกิดขึ้นแก่สินค้าและบริการของตนในสายตาของลูกค้า ได้แก่ การเน้นความแตกต่าง ทางด้านคุณภาพการให้บริการ ราคา การรับประกัน นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี การดูแล รักษาสิ่งแวดล้อมและความสามารถของพนักงานส่งเสริมความแตกต่างและการประชาสัมพันธ์ ของธุรกิจบริการให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น

3. การจำกัดขอบเขต หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการเฉพาะอย่างของ กลุ่มลูกค้า ในส่วนที่ตลาดของธุรกิจได้เลือกไว้เป็นเป้าหมายจะต้องเป็นความต้องการของ กลุ่มเป้าหมายโดยมีความต้องการเฉพาะของแต่ละวัย ซึ่งส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับการใช้ชีวิต ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค อายุ อาชีพ รายได้ โดยมีรูปแบบการแบ่งตามการใช้ชีวิต เพศ กลุ่มอายุ สถานะทางการเงิน และมุมมองทางความคิด

ธุรกิจบริการ หมายถึง ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการให้บริการลูกค้า เช่น ธุรกิจ การเงิน ธนาคาร ร้านค้า ศูนย์การค้า ธุรกิจการบิน ธุรกิจการท่องเที่ยว เหล่านี้เป็นต้น

ธุรกิจการก่อสร้าง คือ กิจกรรมการกระทำให้เกิด การประกอบ หรือการติดตั้ง ให้เกิด เป็นอาคาร โครงสร้าง ระบบสาธารณูปโภค หรือส่วนประกอบของสิ่งที่กล่าวข้างต้น และมักจะ หมายถึงงานทางด้านโยธาเป็นส่วนใหญ่ ประเภทของโครงการก่อสร้าง ได้แก่ งานอาคาร ได้แก่ งานบ้านพักอาศัย งานอาคารพักอาศัยรวม ขนาดใหญ่ งานอาคารสำนักงาน งานโรงเรียน งาน อาคารทางศาสนา งานอาคารทางด้านอุตสาหกรรม เช่น โรงงาน โรงเก็บวัสดุ เป็นต้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้คาดว่าจะได้รับประโยชน์ ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ อันจะได้นำความรู้ความ เข้าใจที่ได้จากการวิจัยมาใช้สำหรับวางแผน เพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมและ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ บริการ เกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ อันจะได้นำความรู้ความเข้าใจที่ได้จากการวิจัยมา

ใช้สำหรับการวางแผนเพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งทางธุรกิจสามารถนำมาปรับปรุงด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ให้เข้ากับคุณลักษณะพื้นฐานที่แตกต่างกันของลูกค้า เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจและความแตกต่างด้านการให้บริการกับธุรกิจประสบความสำเร็จ

4. เพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศสำหรับผู้สนใจนำข้อมูลไปกำหนดแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจก่อสร้างและสารสนเทศสำหรับนักวิชาการ สำหรับการสืบค้นและต่อ ยอดการวิจัยที่สมบูรณ์ขึ้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY