

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 4 นั้นสามารถนำมาวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 5.1 ขั้นตอนการให้บริการสร้างบ้านของบริษัท รอยแลเฮ้าส์ จำกัด และบริษัท ไฟร์พัฒนา จำกัด
- 5.2 ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นในการให้บริการสร้างบ้านและความพึงพอใจของผู้บริโภค
- 5.3 ข้อค้นพบจากการวิจัย
- 5.4 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.1 ขั้นตอนการให้บริการสร้างบ้านของบริษัท รอยแอสเฮาส์ จำกัด และบริษัท โฟร์พัฒนา จำกัด ในส่วนของขั้นตอนการให้บริการสร้างบ้านของทั้งสองบริษัทฯ สามารถสรุปและวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

5.1.1 สรุปผลช่วงระยะเวลาของขั้นตอนการให้บริการสร้างบ้านในแต่ละช่วง จากขั้นตอนการดำเนินงานให้บริการสร้างบ้านที่ผู้ทำวิจัยได้จำแนกออกเป็น 3 ช่วงเวลา สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 5.01 สรุประยะขั้นตอนการให้บริการสร้างบ้าน

(1) ช่วงระยะเวลาก่อนการสร้างบ้าน

FINDING	PROCESS	PERIOD OF TIME
การติดต่อลูกค้าแรก	ขั้นตอนนี้เป็นการติดต่อหาลูกค้าใหม่ตามแผนการตลาดของบริษัทฯ ถือเป็นช่วงเวลาที่สำคัญในการให้ข้อมูลรายละเอียดลูกค้า การทำแบบร่าง การกำหนดวัสดุแบบก่อสร้าง ราคาค่าก่อสร้าง งานยื่นขออนุญาตต่างๆ รวมไปถึงการวางแผนการดำเนินงานในขั้นตอนที่สอง	ขั้นตอนนี้ทั้งสองบริษัทฯ ใช้ระยะเวลาการทำงาน โดยเฉลี่ยระหว่าง 1.5 – 3.5 เดือน (ขึ้นอยู่กับราคาก่อสร้างบ้าน)

(2) ช่วงระยะเวลาระหว่างการสร้างบ้าน

WORKING	PROCESS	PERIOD OF TIME
การดำเนินงานตามข้อตกลงตามสัญญา	ขั้นตอนนี้เป็นการดำเนินงานต่อเนื่องจากขั้นตอนนี้คือการก่อสร้างตามรูปแบบที่กำหนดในสัญญา และงานเพิ่มเติม งานแก้ไขเปลี่ยนแปลง การควบคุมคุณภาพงานให้เป็นไปตามมาตรฐานการก่อสร้าง ขั้นตอนนี้มีความสำคัญเป็นขั้นตอนที่ละเอียดอ่อน และมักจะมีปัญหาในส่วนนี้	ขั้นตอนที่สองระยะเวลาการก่อสร้าง ขึ้นอยู่กับขนาดของบ้าน ขึ้นอยู่กับข้อตกลงของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

(3) ช่วงระยะเวลาหลังการสร้างบ้าน

KEEPING	PROCESS	PERIOD OF TIME		
		A	B	
ดูแลลูกค้าเก่า สร้างฐาน ลูกค้าใหม่	ขั้นตอนนี้เป็นการให้บริการหลังการขาย ดูแลรักษากันในระยะเวลาการรับประกัน ขั้นตอนนี้ส่งผลต่อการสร้างฐานลูกค้าใหม่ หากบริการหลังการขายดีอาจเกิดการบอกต่อลูกค้าใหม่ในอนาคต ขณะเดียวกันถือเป็นช่วงการพิสูจน์ความรับผิดชอบต่อบริการของบริษัทฯ ด้วยเช่นกัน	-โครงสร้าง	5 ปี	3 ปี
		-งานทั่วไป	1 ปี	1 ปี
		-งานรั้วซีเมนต์	5 ปี	5 ปี
		-งานปลวก	3 ปี	3 ปี

5.1.2 สรุปผลการศึกษาลำดับขั้นตอนการดำเนินงานและความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานของทั้งสองบริษัทฯ ผลจากการศึกษาจากรายละเอียดในบทที่ 4 สามารถสรุปได้ดังนี้

(1) รายละเอียดขั้นตอนช่วงก่อนการสร้างบ้าน

ตารางที่ 5.02 แสดงลำดับขั้นตอนการดำเนินงานให้บริการสร้างบ้านแต่ละขั้นตอนในช่วงก่อนการสร้างบ้าน

บริษัท รอยัลเฮ้าส์ ผู้รับผิดชอบ	รายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน	บริษัท โฟร์พัฒนา ผู้รับผิดชอบ
ฝ่ายขาย	1. ขั้นตอนติดต่อลูกค้าแรกเริ่ม	ฝ่ายขาย
ฝ่ายขาย	2. ขั้นตอนนัดลูกค้ารับข้อมูล	ฝ่ายขาย
ฝ่ายขาย	3. ขั้นตอนสรุปข้อมูลลูกค้า	ฝ่ายขาย
ฝ่ายออกแบบ	4. ขั้นตอนทำแบบร่าง	ฝ่ายออกแบบ
ฝ่ายก่อสร้าง	5. ขั้นตอนการประเมินราคาค่าก่อสร้างเบื้องต้น	ฝ่ายก่อสร้าง
ฝ่ายขายและออกแบบ	6. ขั้นตอนการนัดลูกค้าสรุปแบบและงบประมาณ	ฝ่ายขายและออกแบบ
ฝ่ายขาย	7. ขั้นตอนการนัดลูกค้าวางมัดจำ	ฝ่ายขาย
ฝ่ายก่อสร้าง	8. ขั้นตอนการสำรวจพื้นที่ วางผังอาคาร	ฝ่ายก่อสร้าง
ฝ่ายขาย	9. ขั้นตอนรวบรวมข้อมูลลูกค้าครั้งแรก	ฝ่ายออกแบบและขาย
ฝ่ายออกแบบ/ฝ่ายก่อสร้าง	10. ขั้นตอนเขียนแบบเซ็นสัญญา แบบก่อสร้าง	ฝ่ายออกแบบ
ฝ่ายประสานงาน	11. ขั้นตอนการติดต่อหน่วยงานราชการ	ฝ่ายขายหรือออกแบบ
ฝ่ายขาย	12. ขั้นตอนการนัดลูกค้าตรวจแบบก่อสร้าง	ฝ่ายขาย
ฝ่ายขาย	13. ขั้นตอนการนัดลูกค้าเซ็นสัญญาชำระค่าก่อสร้าง	ฝ่ายขาย
ฝ่ายขาย	14. ขั้นตอนการสรุปข้อมูลลูกค้าครั้งที่สอง	ฝ่ายขาย
ฝ่ายก่อสร้าง	15. ขั้นตอนการเตรียมงานของฝ่ายก่อสร้าง	ฝ่ายก่อสร้าง
ฝ่ายขาย	16. ขั้นตอนการเตรียมเริ่มงานประสานงานลูกค้า	ฝ่ายขาย

## (2) รายละเอียดขั้นตอนช่วงระหว่างการสร้างบ้าน

ตารางที่ 5.03 แสดงลำดับขั้นตอนการดำเนินงานให้บริการสร้างบ้านแต่ละขั้นตอนในช่วงระหว่างการสร้างบ้าน

บริษัท รอยัลเฮ้าส์ ผู้รับผิดชอบ	รายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน	บริษัท โฟร์พัฒนา ผู้รับผิดชอบ
ฝ่ายก่อสร้าง	1. ขั้นตอนการกำหนดบุคคลากรก่อสร้าง	ฝ่ายก่อสร้าง
ฝ่ายก่อสร้าง	2. ขั้นตอนแจ้งแผนการทำงานแก่ลูกค้า	ฝ่ายขาย
ฝ่ายก่อสร้าง/ฝ่ายขาย	3. ขั้นตอนการลงฤกษ์เสาทีม	ฝ่ายก่อสร้าง/ฝ่ายขาย
ทีมช่างรับเหมาช่วง ภายนอก	4. ขั้นตอนการดำเนินงานก่อสร้างตามงวด	ทีมช่างก่อสร้างประจำ บริษัทฯ
ฝ่ายขาย	5. ขั้นตอนลูกค้าเลือกวัสดุ	ฝ่ายออกแบบ
ฝ่ายก่อสร้าง	6. ขั้นตอนการเข้าตรวจเช็คงาน	ฝ่ายก่อสร้าง
ฝ่ายก่อสร้าง	7. ขั้นตอนการประชุมความคืบหน้า	ฝ่ายก่อสร้าง
ฝ่ายขาย/ก่อสร้าง	8. ขั้นตอนการรายงานผลการทำงานประจำเดือน	ฝ่ายขาย/ฝ่ายก่อสร้าง
ฝ่ายก่อสร้าง	9. ขั้นตอนการนัดลูกค้าตรวจงานเพื่อส่งงวด	ฝ่ายก่อสร้าง
ฝ่ายก่อสร้าง/ฝ่ายขาย	10. ขั้นตอนการเพิ่มเติมหรือลดงาน	ฝ่ายออกแบบและขาย
ฝ่ายก่อสร้าง	11. ขั้นตอนการทำงานเพิ่มเติมระหว่างก่อสร้าง	ฝ่ายก่อสร้าง
ฝ่ายประสานงาน/ ก่อสร้าง	12. ขั้นตอนการติดต่อราชการก่อนบ้านแล้วเสร็จ	ฝ่ายขายหรือออกแบบ
ฝ่ายก่อสร้าง/ฝ่ายขาย	13. ขั้นตอนการส่งมอบงานงวดสุดท้าย	ฝ่ายขายและก่อสร้าง

## (3) รายละเอียดขั้นตอนช่วงหลังการสร้างบ้าน

ตารางที่ 5.04 แสดงลำดับขั้นตอนการดำเนินงานให้บริการสร้างบ้านแต่ละขั้นตอนในช่วงหลังการสร้างบ้าน

บริษัท รอยัลเฮ้าส์ ผู้รับผิดชอบ	รายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน	บริษัท โฟร์พัฒนา ผู้รับผิดชอบ
ส่วนกลางหรือธุรการ ของบริษัทฯ	1. ขั้นตอนการรับเรื่องแจ้งซ่อม	ส่วนกลางฝ่ายขาย
ฝ่ายขาย	2. ขั้นตอนการเข้าตรวจเช็คหน้างาน	เจ้าหน้าที่งานดูแล รักษาโดยเฉพาะ
ฝ่ายก่อสร้าง	3. ขั้นตอนการเข้าซ่อมแซมบ้านลูกค้า	ฝ่ายก่อสร้าง

ส่วนกลางหรือธุรกิจ ของบริษัทฯ	4. ขั้นตอนการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า	ส่วนกลางฝ่ายขาย
ฝ่ายก่อสร้าง	5. การดูแลลูกค้าหลังหมดระยะเวลาประกัน	ฝ่ายก่อสร้าง



แสดงขั้นตอนที่บุคลากรรับผิดชอบแตกต่างกัน

### 5.1.3 ผลจากการวิเคราะห์ขั้นตอนการดำเนินงาน

ผลจากการสรุปรายละเอียดแต่ละขั้นตอนการปฏิบัติงานรวมไปถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบของทั้งสองบริษัทในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์โดยรวมได้ดังนี้

#### (A) บริษัท รอยแอลแฮร์ส จำกัด

- บริษัท รอยแอลแฮร์ส จำกัด มีวัฒนธรรมมองคืที่ดีสังเกตจากผู้จัดการสาขาแต่ละสาขาส่วนใหญ่เป็นพนักงานดั้งเดิมของบริษัทฯ ซึ่งช่วยให้ระบบการทำงานเป็นอย่งดี และการทำงานในแต่ละขั้นตอนจำเป็นต้องผ่านผู้จัดการสาขาเป็นหลักต่อการ

- แม้ว่าบริษัทรอยแอลแฮร์ส จำกัด มีสาขาหลายสาขาและ รับงานได้เป็นจำนวนหลายหลังในแต่ละปีเนื่องด้วยมีการวางระบบการบริหารจัดการที่ดีต่อการประสานงานโดยให้สิทธิขาดกับผู้จัดการสาขาจึงทำให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างรวดเร็ว

- ขั้นตอนการประสานงานส่วนงานราชการมีจำนวนมากหลายสาขา จึงจำเป็นต้องมีฝ่ายประสานงานราชการเป็นหลักที่สำนักงานใหญ่เพื่อสะดวกในการจัดเก็บข้อมูลและการประสานงานต่างๆ อีกทั้งยังมีส่วนช่วยฝ่ายขายซึ่งปกติเป็นผู้ทำหน้าที่นี้อยู่แล้วได้มีเวลาดูแลลูกค้าทั้งเก่าและใหม่มากยิ่งขึ้น

- นโยบายของผู้บริหารระดับสูงขององค์กรที่มีต่อพนักงานระดับปฏิบัติการมีความชัดเจนแม้ว่าในขั้นตอนใดเกิดปัญหาก็สามารถประสานงานแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว

- ในขั้นตอนของการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนที่บริษัทกำหนดไว้ ผู้ทำวิจัยได้วิเคราะห์ว่า บางส่วนของขั้นตอนได้มาตรฐานอยู่แล้ว เพียงแต่ส่งเสริมในเรื่องของขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับแบบอาจช่วยให้ลูกค้ามีความเข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น

- ในขั้นตอนการเพิ่มเติมงานระหว่างการก่อสร้าง ซึ่งแต่ละสาขาต่างก็ปฏิบัติกันเป็นอย่งดีและมีกรส่งข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ไปยังบริษัทฯ เพื่อให้บริษัทฯ แม่ทำการสรุปวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ถึงกระนั้นก็ดีหากเกิดปัญหาในการจัดเก็บข้อมูล และการประสานงานระหว่างการทำงาน อาจทำให้เกิดความล่าช้าต่อการปฏิบัติงานในอนาคตได้



- ในขั้นตอนหลังการส่งมอบบ้านมีการจัดระบบการทำงานอย่างเป็นขั้นตอน มีการจัดเก็บข้อมูลโดยจุดศูนย์รวมสำนักงานใหญ่ตั้งนั้นในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาขั้นตอนการทำงานในส่วนนี้ก็ยังคงเป็นไปได้อย่างดี

#### (B) บริษัท โฟร์พัฒนา จำกัด

- ในขั้นตอนของการให้บริการของบริษัท โฟร์พัฒนา จำกัด เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัท รอยแอลเฮ้าส์ จำกัด จะมีขั้นตอนใกล้เคียงกันแตกต่างกันที่ระยะเวลาการประสานงานการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลเพราะบริษัทฯ ไม่มีสำนักงานสาขา และการทำงานใช้ระบบการบริหารแบบจุดเดียวจึงทำให้คล่องตัวกว่า ประกอบกับนโยบายบริษัทฯ ที่เน้นปริมาณให้เหมาะสมกับบุคคลกร โดยเฉพาะในสายงานช่างที่บริษัทฯ ดูแลเป็นพนักงานของบริษัทฯ เอง

- แม้ว่าบริษัทจะเน้นขั้นตอนการทำงานแบบจุดเดียวโดยเฉพาะผู้จัดการฝ่ายขายที่ต้องดูแลฝ่ายออกแบด้วยนั้นอาจจะทำให้ส่งผลกระทบต่อการทำงานตามมาหากเกิดกรณีมีการขยายงานเพิ่มเติม

- ในขั้นตอนของการติดต่อลูกค้าแรกเริ่มที่บริษัทเน้นเฉพาะเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายที่ต้องเป็นสถาปนิกและมีทักษะในการนำเสนอ มีความรู้ทางสถาปัตยกรรมเป็นอย่างดีช่วยให้การอธิบายรายละเอียดต่างๆ ของงานก่อสร้างกับลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรได้อีกทางหนึ่ง

- ส่วนขั้นตอนระหว่างงานก่อสร้างถือเป็นส่วนสำคัญที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการทำงานอย่างเป็นระบบสลับเปลี่ยนหมุนเวียนทีมช่างไปตามแต่ละหน่วยงานในจุดนี้ถือเป็นการบริหารต้นทุนค่าแรงได้เป็นอย่างดี

- ขั้นตอนงานเพิ่มเติมระหว่างก่อสร้างโดยส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ไม่ค่อยประสบปัญหาเนื่องจากปริมาณการรับงานเน้นปริมาณการสร้าง แม้ว่าจะมีลูกค้าเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมก็ยังคงสามารถปฏิบัติงานได้ส่วนหนึ่งเกิดจากความเข้าใจของกลุ่มลูกค้าที่เลือกใช้บริการของบริษัทฯ

- ขั้นตอนการดูแลรักษาก่อนบ้านมีการจัดวางบุคลากรที่ให้บริการดูแลรักษาก่อนบ้านโดยเฉพาะเมื่อมีการแจ้งซ่อมจึงสามารถไปได้ในระยะเวลาที่รวดเร็ว

### 5.1.4 การวิเคราะห์ขั้นตอน การให้บริการรับสร้างบ้านแต่ละขั้นตอนโดยใช้ การวิเคราะห์ด้วยวิธี Critical Path Method (CPM)

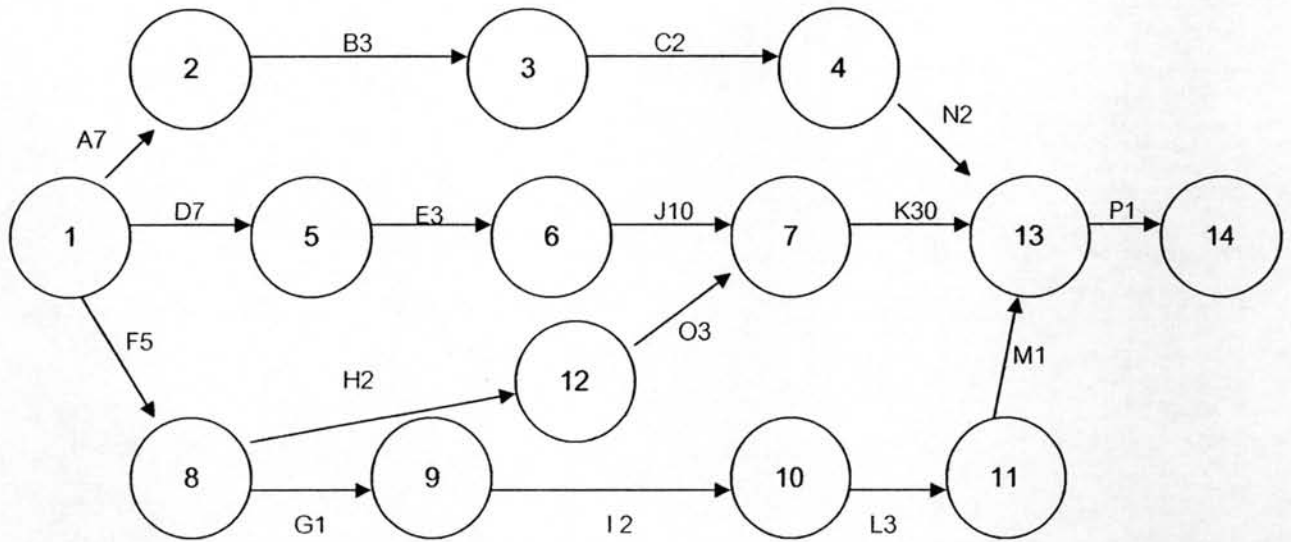
เนื่องด้วยกิจกรรมของงานที่เกิดขึ้นในขั้นตอนการให้บริการรับสร้างบ้านแต่นั้นมีหลากหลายกิจกรรม ซึ่งเราไม่สามารถรับรู้ได้ว่าความเสี่ยงต่อการให้บริการนั้นมีโอกาสเกิดขึ้นได้ใน ณ จุดใดจุดหนึ่งของการให้บริการ ดังนั้นการวิเคราะห์เพื่อหาความเสี่ยงของกิจกรรมการให้บริการสร้างบ้าน จะสามารถช่วยกำหนดให้ทราบถึงขั้นตอนการให้บริการนั้นๆ ที่ควรให้ความใส่ใจดูแลเป็นพิเศษ อีกทั้งยังช่วยสร้างมาตรฐานแนวทางการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ดังนี้

#### 1. ขั้นตอนการให้บริการ ในระยะแรก

ตารางที่ 5.05 แสดงรายละเอียด และเวลาในการทำกิจกรรมในขั้นตอนแรก

รหัส	รายละเอียด	กิจกรรมที่ต้อง ทำก่อน	เวลาในการทำกิจกรรม (วัน)
A	ติดต่อลูกค้า	-	7
B	นัดลูกค้ารับข้อมูล/ให้รายละเอียด	A1	3
C	สรุปข้อมูล	A2	2
D	ทำแบบร่าง	B1	7
E	ประเมินราคา	B2	3
F	นัดลูกค้าสรุปแบบ/งบประมาณหาก แก้ไข/ปรับแบบสรุปใหม่	C1	5
G	นัดวางมัดจำ	C2	1
H	สำรวจพื้นที่ที่ดิน	D1	1
I	รวบรวมข้อมูลขั้นต้น	C3	1
J	เขียนแบบเห็นสัญญา/แบบก่อสร้าง	B4	10
K	ติดต่อหน่วยงานราชการ	E1	30
L	นัดลูกค้าตรวจแบบก่อสร้าง	C4	3
M	นัดทำสัญญาชำระค่าก่อสร้าง	C5	1
N	สรุปข้อมูลลูกค้าครั้งที่สอง	F1	2
O	ฝ่ายก่อสร้างเตรียมงาน	D2	3
P	ประสานงานลูกค้าเบื้องต้นเตรียม ก่อสร้าง	-	1

โครงข่ายการเชื่อมโยงการทำงานในขั้นตอนแรก



ตารางที่ 5.06 แสดงการวิเคราะห์หาวิถีกritikal ของขั้นตอนการให้บริการในระยะแรก

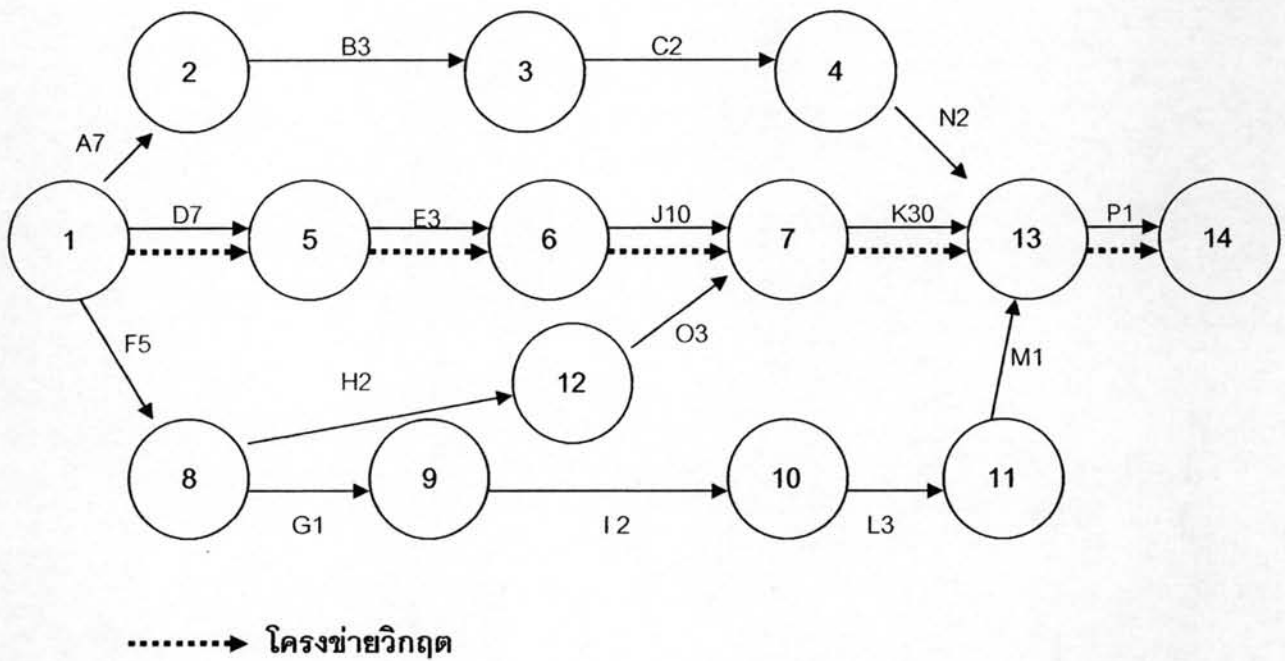
รหัส	เวลาในการ ทำกิจกรรม	ES	EF	LS	LF	กิจกรรม ถัดไป	ES ของ กิจกรรมถัดไป	FF	TF
A	7	0	7	36	43	B	7	0	36
B	3	7	10	43	46	C	10	0	36
C	2	10	12	46	48	N	12	0	36
D	7	0	7	0	7	E	7	0	0
E	3	7	10	7	10	J	10	0	0
F	5	0	5	41	46	G	5	0	41
G	1	5	6	46	47	I	6	0	39
H	1	5	6	16	17	O	7	1	11
I	1	6	7	45	46	L	8	1	41
J	10	10	20	10	20	K	20	0	0
K	30	20	50	20	50	P	50	0	0
L	3	8	11	46	49	M	11	0	38
M	1	11	12	49	50	P	12	0	38
N	2	12	14	48	50	P	14	0	36
O	3	7	10	17	20	K	10	0	10
P	1	50	51	50	51	-	51	0	0



ดังนั้นสรุปได้ว่า การให้บริการในระยะแรกตามข่ายงานต้องใช้เวลาการทำงานทั้งสิ้น 51 วันโดยมีกิจกรรมวิกฤตคือ

- D ขั้นตอนการทำแบบร่าง
- E ขั้นตอนการประเมินราคา
- J ขั้นตอนการเขียนแบบเซ็นสัญญา และแบบก่อสร้าง
- K ขั้นตอนการติดต่อหน่วยงานราชการ
- P การประสานงานลูกค้าเบื้องต้นเพื่อเตรียมการก่อสร้าง

โครงข่ายเชื่อมโยงการทำงานที่วิกฤตในขั้นตอนแรก

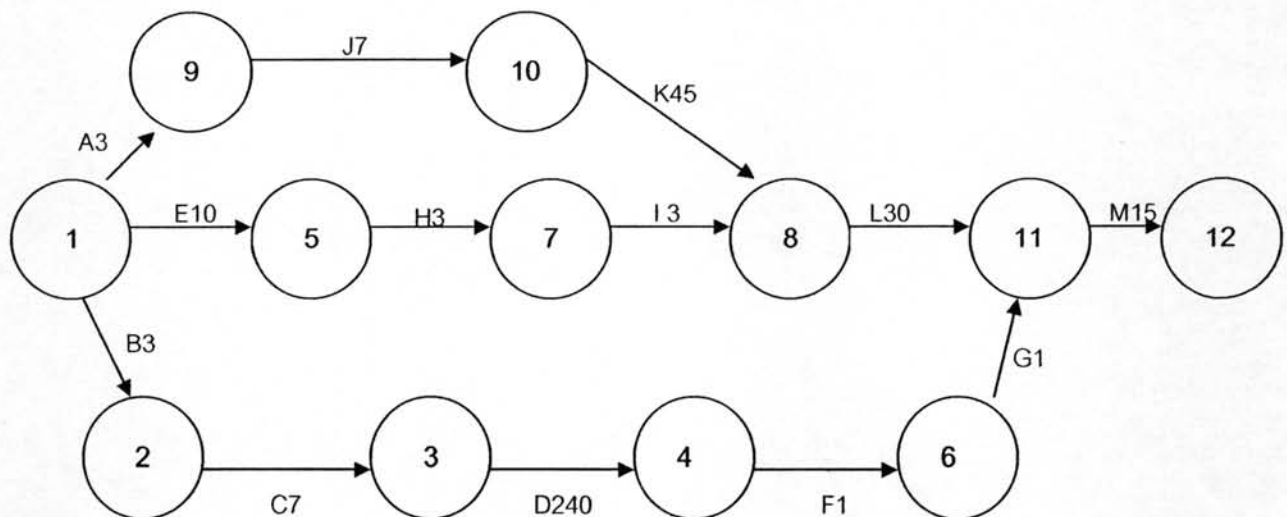


## 2. ขั้นตอนการให้บริการในระยะที่สอง

ตารางที่ 5.07 แสดงรายละเอียด และเวลาในการทำกิจกรรมในขั้นตอนที่สอง

รหัส	รายละเอียด	กิจกรรมที่ต้องทำก่อน	เวลาในการทำกิจกรรม (วัน)
A	ฝ่ายก่อสร้างเตรียมทีมงาน/คัดสรรบุคคลากรก่อสร้าง	A1	3
B	แจ้งแผนการทำงาน/ลูกค้า	B1	1
C	เตรียมการลงฤกษ์เสาชิม	B2	7
D	ก่อสร้างตามวงงาน	B3	240
E	ลูกค้าเลือกวัสดุ	C1	10
F	การเข้าตรวจเช็คงานแต่ละครั้ง	B4	1
G	ประชุมความคืบหน้างาน	B5	1
H	รายงานผลการทำงานแก่ลูกค้า	C2	1
I	นัดลูกค้าตรวจวงงาน	C3	3
J	เตรียมงานเพิ่มเติม - ลดงาน	A2	7
K	การทำงานเพิ่มเติม/ก่อสร้าง	A3	45
L	ติดต่อราชการก่อนบ้านเสร็จ	C4	30
M	การส่งมอบงาน/การแก้ไขหากเกิดข้อบกพร่อง	D1	10

### โครงข่ายเชื่อมโยงการทำงานในระยะที่สอง



ตารางที่ 5.08 แสดงการวิเคราะห์หาวิฤตฤกษ์ของการให้บริการในระยะที่สอง

รหัส	เวลาในการ ทำกิจกรรม	ES	EF	LS	LF	กิจกรรม ถัดไป	ES ของ กิจกรรมถัดไป	FF	TF
A	3	0	7	33	+36	J	3	-4	33
B	3	0	3	200	203	C	3	0	200
C	7	3	10	+203	-196	D	10	0	200
D	240	10	250	-196	44	F	250	0	206
E	10	0	10	0	10	H	10	0	0
F	1	250	251	44	45	G	251	0	-206
G	1	251	252	45	46	M	252	0	-206
H	3	10	13	10	13	I	13	0	0
I	3	13	16	13	16	L	16	0	0
J	7	3	10	+36	-29	K	13	3	33
K	45	10	55	-29	16	L	55	0	39
L	30	55	85	16	46	M	46	-39	-39
M	15	46	61	46	61	-	61	0	0

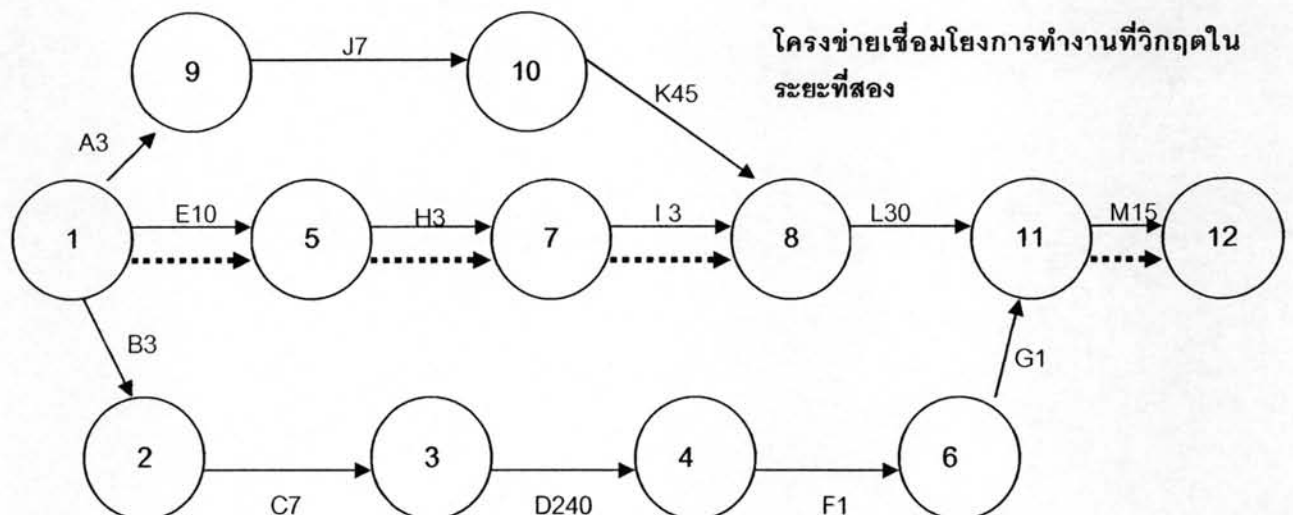
ดังนั้นสรุปได้ว่า การให้บริการในระยะที่สอง ตามข่ายงานต้องใช้เวลากการทำงาน  
ทั้งสิ้น 252 วันโดยมีกิจกรรมวิฤตฤกษ์คือ

E ลูกค้าเลือกวัสดุ

H รายงานผลการทำงานแก่ลูกค้า

I นัดลูกค้าตรวจงวดงาน

M การส่งมอบงาน/การแก้ไขหากเกิดข้อบกพร่อง

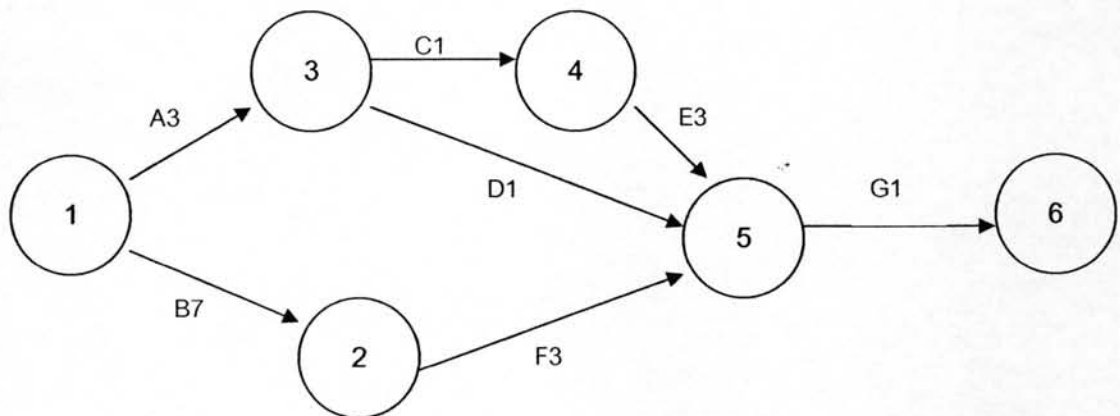


### 3. ขั้นตอนการให้บริการในระยะสุดท้าย

ตารางที่ 5.09 แสดงรายละเอียด และเวลาในการทำกิจกรรมในระยะสุดท้าย

รหัส	รายละเอียด	กิจกรรมที่ต้องทำก่อน	เวลาในการทำกิจกรรม (วัน)
A	บริษัทจัดเตรียมเอกสารการดูแล รับประกัน	A1	3
B	การเกิดข้อบกพร่องในการรับประกัน	B1	7
C	บันทึกข้อมูลส่วนกลาง	C1	1
D	รับเรื่องแจ้งซ่อมลูกค้า	D1	1
E	จัดเตรียมทีมช่าง	E1	3
F	เข้าซ่อมแซมแก้ไขตามแจ้ง	F1	3
G	สรุปการทำงาน บันทึกข้อการแก้ไขกลับเข้าส่วนกลาง	G1	1

#### โครงข่ายการเชื่อมโยงการทำงานระยะสุดท้าย



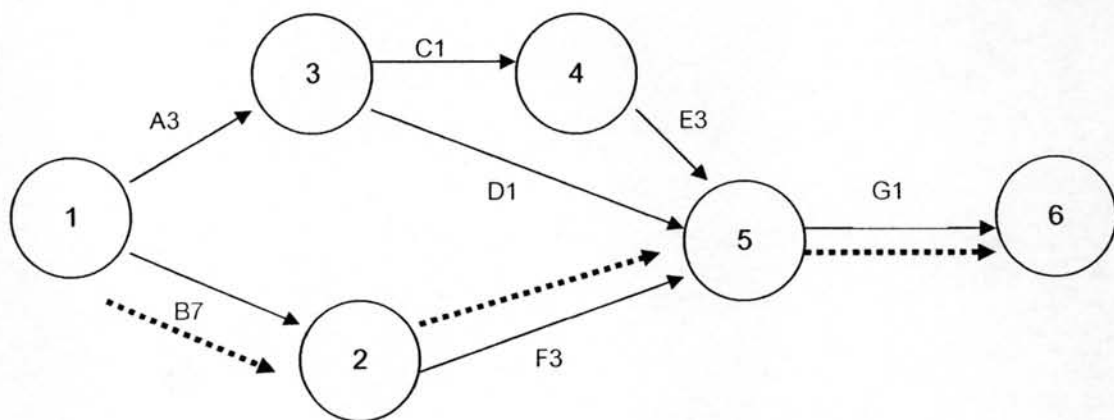
ตารางที่ 5.10 แสดงการวิเคราะห์หาวิฤตของขั้นตอนในระยะเวลาสุดท้าย

รหัส	เวลาในการทำกิจกรรม	ES	EF	LS	LF	กิจกรรมถัดไป	ES ของกิจกรรมถัดไป	FF	TF
A	3	0	3	3	6	C,D	3	0	3
B	7	0	7	0	7	F	7	0	0
C	1	3	4	6	7	E	4	0	3
D	1	3	4	9	10	G	4	0	6
E	3	4	7	7	10	G	7	0	3
F	3	7	10	7	10	G	10	0	0
G	1	10	11	10	11	-	5	0	0

ดังนั้นสรุปได้ว่า การให้บริการในระยะเวลาสุดท้าย ตามข่ายงานต้องใช้เวลาการทำงานทั้งสิ้น 10 วันโดยมีกิจกรรมวิฤตคือ

- B การเกิดข้อบกพร่องในการรับประกัน
- F เข้าซ่อมแซมแก้ไขตามแจ้ง
- G สรุปการทำงานบันทึกข้อการแก้ไขกลับเข้าส่วนกลาง

โครงข่ายเชื่อมโยงการทำงานที่วิฤตในระยะเวลาสุดท้าย



.....> โครงข่ายวิฤต



5.1.5 ความแตกต่างของการให้บริการสร้างบ้านของบริษัทรับสร้างบ้านทั้งสองฯ  
จากผลการศึกษาที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น พบว่าในการให้บริการสร้างบ้านของทั้ง 2 บริษัทมี  
ข้อแตกต่างในประเด็นต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 5.11 ความแตกต่างในรูปแบบการให้บริการของบริษัท รอยัลเฮ้าส์ จำกัด และบริษัท ไฟร์พัฒนา จำกัด

	รอยัลเฮ้าส์	ไฟร์พัฒนา
สาขา	มี 5 สาขา กำลังเปิดสาขาที่ 6 ในปี 2551	ไม่มีสาขา
ผลิตภัณฑ์และบริการ	- แบบบ้านมาตรฐาน 80 แบบ รวม ทุกระดับราคาค่าก่อสร้าง - บริการงานก่อสร้างบ้านเป็นหลัก - ไม่มีบริการตกแต่งภายในและจัดสวน	- แบบบ้านมาตรฐาน 50 แบบ รวม ทุกระดับราคาค่าก่อสร้าง - บริการงานก่อสร้างบ้าน งานตกแต่ง ภายใน งานจัดสวน ครบวงจร
โครงสร้างองค์กรและบุคลากร	- มีการแยกฝ่ายประสานงานราชการ โดยเฉพาะประจำอยู่สำนักงานใหญ่ เป็นศูนย์กลางการประสานงาน - ไม่จำกัดว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายที่ติดต่อกับลูกค้าจะต้องเป็นสถาปนิก จะจบการศึกษาทางด้านใดก็ได้แต่ต้องมีประสบการณ์ในการขายบ้าน - ผู้จัดการฝ่ายขาย และผู้จัดการฝ่ายออกแบบ แบ่งการทำงานอย่างชัดเจนในแต่ละสาขา	- เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายต้องทำหน้าที่ประสานงานติดต่อราชการด้วย - เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายผู้ที่ติดต่อกับลูกค้าจะต้องเป็นสถาปนิกเท่านั้น - ผู้จัดการฝ่ายขาย และผู้จัดการฝ่ายออกแบบเป็นบุคลากรคนเดียวกัน
งานเพิ่ม/ลด	- ฝ่ายก่อสร้างมอบหมายให้ไฟร์แมนสามารถรับข้อมูลการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมงานก่อสร้างหน้างาน และส่งต่อไปยังเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย	- การรับเรื่องงานเพิ่มเติมจะมอบหมายให้สถาปนิกหรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายรับข้อมูลการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมงานก่อสร้างหน้างาน และนำไปประสานงานต่อ
การเลือกวัสดุ	- ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าไปเลือกเองก็ได้หรือขอให้ทางบริษัทฯ ส่งสถาปนิกไปด้วยก็ได้	- เป็นนโยบายของบริษัทฯ ที่กำหนดให้สถาปนิก หรือมัณฑนากรพาลูกค้าไปเลือกวัสดุ
การตรวจงาน	- การตรวจงานขึ้นต้นก่อนที่จะมีการแจ้งลูกค้าส่งงวดงาน มีลักษณะการ	- การตรวจงานขึ้นต้นก่อนที่จะมีการแจ้งลูกค้าส่งงวดงาน มีลักษณะการ

	ตรวจงานระหว่างไฟร์แมนตรวจร่วมกับผู้รับเหมาเป็นหลักก่อน หากพบปัญหาจะแจ้งให้ผู้จัดการฝ่ายก่อสร้างรับทราบและแจ้งเรื่องแก้ไขอย่างเป็นรายลักษณะอักษรไปยังผู้รับเหมาหลังนั้นๆ	ตรวจงานระหว่างไฟร์แมนตรวจร่วมกับหัวหน้างานซึ่งนโยบายของบริษัท ความรับผิดชอบและความเสียหายหน้างานเป็นความรับผิดชอบระหว่างไฟร์แมน และหัวหน้างานโดยตรง หากเกิดปัญหาข้อผิดพลาดสามารถแก้ไขได้ทันทีโดยอ้างอิงจากงบประมาณที่บริษัท ตั้งไว้
ทีมงานก่อสร้าง	- จ้างเหมาช่วงค่าแรงงานก่อสร้างภายนอกบริษัท บริหารวัสดุอุปกรณ์	- จ้างบริหารค่าแรงช่างก่อสร้างรายเดือนและบริษัท เป็นผู้บริหารค่าวัสดุอุปกรณ์ด้วย

#### 5.1.6 การเปรียบเทียบของขั้นตอนการให้บริการสร้างบ้านของบริษัทรับสร้างบ้านทั้งสองฯ

จากผลการศึกษาที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบขั้นตอนในการให้บริการสร้างบ้านของทั้ง 2 บริษัท โดยขั้นตอนทั่วไปนั้น มีกระบวนการดำเนินงานที่เหมือนกันดังที่กล่าวไปแล้วในบทที่ผ่านมา แต่ในบางขั้นตอนจะมีรายละเอียดที่ต่างกันออกไป เช่น ฝ่ายงานหรือบุคลากรผู้ดำเนินการแตกต่างกัน เป็นต้น ดังจะสรุปความแตกต่างในการให้บริการสร้างบ้านของบริษัท รอยแอลเฮ้าส์ จำกัด และบริษัท ไฟร์พัฒนา จำกัด ได้ดังนี้

ตารางที่ 5.12 ความแตกต่างของขั้นตอนการดำเนินงานของบริษัท รอยแอลเฮ้าส์ และบริษัท ไฟร์พัฒนา จำกัด

ช่วง	ความแตกต่าง	เหตุผล
ก่อนการสร้างบ้าน	1. ต่างกันเพียงกันในเรื่องการประสานงานที่มีการประสานงานกันเพียงจุดเดียวเนื่องด้วยบริษัท ไฟร์พัฒนา จำกัด ไม่มีสาขา เหมือนกับบริษัท รอยแอลเฮ้าส์ จำกัด และบริษัท ไฟร์พัฒนา มีนโยบายว่าฝ่ายขายของไฟร์ พัฒนาต้องเป็นสถาปนิกประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมเท่านั้น 2. บริษัท ไฟร์พัฒนา จำกัด มีลักษณะการทำงานเหมือนกันกับบริษัท รอยแอล เฮ้าส์ แต่มีความแตกต่างกันที่ ผู้ที่เป็นผู้ดำเนินการคือฝ่ายที่จัดทำเรื่องประสานงานหน่วยงานราชการคือ ฝ่ายออกแบบ	1.บริษัทต้องการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ และสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า และกลุ่มลูกค้าต่างก็เป็นตลาดระดับสูง 2.บริษัท ไฟร์พัฒนา มีสาขาเดียว จึงไม่มีความจำเป็นที่ต้องตั้งหน่วยงานซ้ำซ้อนและการรับงานเน้นที่ปริมาณ ทำให้มีความคล่องตัวต่อการทำงาน

ระหว่างกา สร้างบ้าน	1. ความแตกต่างในขั้นตอนของการเลือก วัสดุนี้ บริษัท โฟร์พัฒนาจะจัดสถาปนิกที่ ออกแบบบ้านหลังนั้นๆ ของลูกค้าเป็นผู้พา ลูกค้าไปเลือกวัสดุ 2. บริษัท โฟร์พัฒนา จำกัด มีลักษณะการ ทำงานเหมือนกันกับบริษัท รอยแอล เอ๊าส์ แต่ มีความแตกต่างกันที่ ผู้ที่เป็นผู้ดำเนินการ คือฝ่ายที่จัดทำเรื่องประสานงานหน่วยงาน ราชการคือ ฝ่ายออกแบบ หรือฝ่ายขาย	1. บริษัทเน้นการสร้างเชื่อมั่นให้กับ ผู้บริโภคและมองว่าหากบริษัท เป็นผู้พา ลูกค้าไปเลือกอาจช่วยร่นระยะเวลาการ เลือกวัสดุที่ต้องนำเข้าหน่วยงาน 2. บริษัทยังคงเน้นการทำงานด้วยขั้นตอน การทำงานที่กระชับแบบจุดเดียว โดยไม่มี การซ้ำซ้อนต่อการทำงาน
หลังการสร สร้าง บ้าน	บริษัท โฟร์พัฒนามีการจัดทีมงานที่ ให้บริการดูแลรักษาบ้านโดยเฉพาะ แต่ บริษัท รอยแอลเอ๊าส์ เลือกใช้ทีมช่างจาก งาน ก่อสร้าง เพราะงานซ่อมแซมของบริษัทไม่ มาก	บริษัทโฟร์พัฒนามีทีมงานสายงานช่างเป็น ของตนเองจึงสะดวกในการจัดเตรียม บุคคลากร

จากที่ได้กล่าวไปในตารางข้างต้นแล้วนั้น ปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้ขั้นตอนการดำเนินงานมีความแตกต่างกันนั้น คือ ขนาดของบริษัทฯ ผู้ให้บริการที่มีขนาดและระบบที่แตกต่างกัน ทำให้ขั้นตอนการดำเนินงานกระชับขึ้นด้วย ตลอดจนการคัดสรรบุคลากรในการดำเนินการในขั้นตอนต่างๆ ซึ่งเป็นการวางแผน การบริหารจัดการโครงการ ซึ่งจากกรอบแนวคิด ทฤษฎีนั้น มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ดังที่ ( ณรงค์ศักดิ์ เหล่าดี, ไมตรี คงฤทธิ์. การศึกษาและจัดทำเวลามาตรฐานของงานก่อสร้าง, 2544:28) ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการจัดแผนงานก่อสร้าง “ที่ทีมการบริหารโครงการ จะทำการวิเคราะห์เพื่อเตรียมตอบปัญหาพื้นฐานเหล่านี้ คือ มีงานอะไรที่ต้องทำ, ใครคือผู้รับผิดชอบและทำโดยใคร, ทำอย่างไร, ทำที่ไหน, ทำเมื่อไหร่ และต้องการอะไรบ้างในการทำ” ซึ่งจะช่วยให้งานต่างๆ ดำเนินไปได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสูงสุด

## 5.2 ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นในการให้บริการสร้างบ้านและความพึงพอใจของผู้บริโภค

ตามที่ได้ทำการศึกษาขั้นตอนในการให้บริการของบริษัทรับสร้างบ้านของบริษัทรับสร้างบ้านที่อยู่ในสมาคมรับสร้างบ้าน รวมถึงศึกษาการสัมภาษณ์ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการทั้งจากฝ่ายผู้ให้บริการและผู้รับบริการในมุมมองที่แตกต่างกัน สามารถเปรียบเทียบปัญหาอุปสรรคจากมุมมองทั้ง 2 ฝ่ายคือ บริษัทฯผู้ให้บริการ และลูกค้าผู้รับบริการ จะช่วยชี้ให้เห็นถึงปัญหาอุปสรรคที่มีความสำคัญและเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นของทั้งสองฝ่าย ซึ่งในบางเรื่องอาจมีมุมมองที่ตรงกัน หรืออาจจะมีมุมมองที่ต่างกัน เพื่อให้การเปรียบเทียบเห็นความชัดเจน ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์ของทั้ง 2 บริษัท ปัญหาและข้อขัดแย้งระหว่างลูกค้าผู้รับบริการและบริษัทฯ ผู้ให้บริการไม่ต่างกัน ดังสามารถสรุปได้ตามตารางที่ 5.07

## 5.2.1 การเปรียบเทียบลำดับ ความสำคัญปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการให้บริการของบริษัทรับสร้างบ้าน

ตารางที่ 5.13 ตารางแสดงการเปรียบเทียบลำดับ ความสำคัญปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการให้บริการของบริษัทรับสร้างบ้านในสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน ระหว่าง ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

บริษัทฯ ผู้ให้บริการ	ลูกค้าผู้รับบริการ
<p><b>1. ก่อนการก่อสร้าง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลูกค้ามีความเข้าใจคลาดเคลื่อนในเรื่องแบบ</li> <li>- ลูกค้ามีการแก้ไขแบบก่อสร้างบ้าน</li> <li>- ลูกค้ามีการเปรียบเทียบกับบริษัทรับสร้างบ้านหลายบริษัท เกิดความลังเลใจในการตัดสินใจเลือกผู้ประกอบการ</li> <li>- ปัญหาด้านราคา เมื่อลูกค้าเปรียบกับบริษัทฯ อื่นๆ</li> </ul>	<p><b>1. ก่อนการก่อสร้าง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลูกค้ามีการศึกษาชื่อเสียงของบริษัทฯ มาระดับหนึ่งแล้ว และการติดต่อกันในขั้นตอนแรกยังไม่เห็นรูปธรรมของการทำงานจึงไม่พบข้อขัดแย้งในขั้นตอนแรก</li> </ul>
<p><b>2. ระหว่างการก่อสร้าง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลูกค้าบางรายมีความคาดหวังในคุณภาพของวัสดุซึ่งหลังจากมีการเริ่มทำงานไปแล้วระยะลูกค้าได้นำไปเปรียบเทียบกับวัสดุทั่วไปในท้องตลาดที่มีคุณภาพมากกว่าวัสดุที่กำหนดในสัญญา จึงเป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงวัสดุและมีผลในเรื่องการเพิ่มราคาภายหลัง</li> <li>- ลูกค้าบางรายเมื่อได้เห็นงานก่อสร้างจริง มีการนำไปเปรียบเทียบเรื่องขนาดพื้นที่ใช้สอย หรือนิยหนึ่งกล่าวคือลูกค้ามีความเข้าใจเรื่องแบบก่อสร้างไม่ตรงกับการก่อสร้างจริงพนักงานเป็นอีกสาเหตุที่ก่อให้เกิดความต้องการเพิ่มเติมงาน</li> <li>- เมื่อมีงานเพิ่มเติมและบริษัทฯ ทำการเสนอราคาส่วนงานเพิ่ม ลูกค้าบางรายไม่เข้าใจและมักยกกรณีอ้างถึงบริษัทฯ เรื่องการให้บริการครบวงจรควรจะรวมส่วนเพิ่มนี้ไว้ด้วยและนำเรื่องนี้ไปต่อรองราคา</li> <li>- ลูกค้าบางรายมีความต้องการที่จะงานเพิ่มหรือลดงาน แต่ยังคงลังเลในการตัดสินใจ ระหว่างการก่อสร้างซึ่งส่งผลกระทบต่อระยะเวลาการทำงาน เพราะบางรายการคาบเกี่ยวกับงานปัจจุบัน</li> <li>- ลูกค้าบางรายต้องการเพิ่มเติมงาน แต่บางครั้งไม่สามารถทำได้ ติดปัญหาเรื่องโครงสร้างจนนำไปสู่ข้อขัดแย้งในด้านความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อ</li> </ul>	<p><b>2. ระหว่างการก่อสร้าง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลูกค้ามีความต้องการเพิ่มเติมงานในระหว่างงานก่อสร้าง ด้วยเหตุผลขาดความเข้าใจในเรื่องแบบต้องการเห็นงานจริงก่อนแล้วจึงตัดสินใจ</li> <li>- ราคางานเพิ่มเติมในช่วงหลังมีการเสนอราคาสูง</li> <li>- การรับข้อมูลและสื่อสารภายในบริษัทบางครั้งมีความผิดพลาด ข้อมูลคลาดเคลื่อนทำให้นักงาณดำเนินการไปอย่างไม่ถูกต้อง</li> <li>- ปัญหาเรื่องการส่งของ เข้าหน่วยงานของบริษัทฯ บางประเภทเป็นชนิดเดียวกันแต่ต่างกันที่คุณสมบัติ เมื่อตรวจพบแล้วลูกค้าเสียความรู้สึกแม้ว่าวัสดุที่บริษัทฯ ส่งเข้ามานั้นจะมีมาตรฐานแต่ก็ยังมีสิ่งที่เหมาะสมกว่าที่บริษัทฯ ควรจะนำมาให้ใช้ก็ตาม แต่โดยส่วนตัวของลูกค้าก็รู้สึกไม่ดีก็จะรีบแจ้งกลับไปยังบริษัทฯ แจ้งที่ฝ่ายขายว่าทำไมส่งวัสดุตัวนี้มาซึ่งงานไม่ได้มาตรฐานซึ่งลูกค้ามองว่าเป็นข้อผิดพลาดของการประสานงานภายใน เป็นหลักในแง่ของผู้ที่สั่งวัสดุ ลูกค้าไม่ได้โทษบริษัทฯ , ฝ่ายขาย, หรือก่อสร้าง แต่มองไปที่การตรวจสอบคำสั่งซื้อของนั้นๆ ว่าควรจะมีประสิทธิภาพสำหรับกรณีวัสดุบางชนิดอาจจะเป็นสิ่งเล็กน้อยแต่ถ้าลูกค้ารายอื่นๆ มองอาจจะมองว่าเป็นเรื่องใหญ่ก็เป็นได้</li> <li>- ข้อผิดพลาดขณะก่อสร้าง คือการทำงานพนักงาน</li> </ul>



<p>บริษัทฯ</p> <p>- ลูกค้ามีการเปรียบเทียบเทคนิคการก่อสร้างกับบริษัทรับสร้างบ้าน</p>	<p>บางครั้งไม่ตรงกับแบบบ้านที่สรุปไว้ในช่วงเซ็นสัญญา เมื่อพิจารณาเหตุผลแล้วอาจจะเกิดจากช่วงเขียนแบบก่อสร้างได้มีการคัดลอกแบบมาตรฐานมาซึ่งอาจจะไม่ได้เปลี่ยนแบบบางส่วนที่ปรับแก้ไข จึงทำให้ หน่วยงานทำไปผิดแบบแต่ก็มีการแก้ไข ไม่มีปัญหาอะไร ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นตรวจพบด้วยตัวเอง แล้วจึงแจ้งกับไฟร์แมน</p> <p>- แรงงานก่อสร้างไม่เพียงพอในช่วงระหว่างเทศกาล</p>
<p>3. หลังการก่อสร้าง</p> <p>- ไม่มีปัญหา</p>	<p>3. หลังการก่อสร้าง</p> <p>- ไม่มีปัญหา</p>

จากตารางที่ 5.13 จะเห็นได้ว่าปัญหาในช่วงแรกหรือช่วงก่อนการก่อสร้างนั้นจะมีปัญหาไม่มากนัก และเป็นลักษณะของการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกผู้ให้บริการในการรับสร้างบ้าน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระยะเวลาการให้บริการของบริษัทฯ ซึ่งในส่วนของผู้รับบริการนั้น ลูกค้าในปัจจุบันจะมีการเปรียบเทียบข้อมูลของบริษัทรับสร้างบ้านต่างๆ เพื่อการตัดสินใจที่รอบคอบ และเมื่อได้เลือกบริษัทรับสร้างบ้านที่ต้องการแล้ว ลูกค้าแต่ละรายต่างก็มีพื้นฐานในการรับรู้และเข้าใจในรายละเอียดของแบบบ้านที่ต่างกันไป ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตามมาในภายหลังหากลูกค้าบางรายมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในแบบนั้นๆ และจะส่งผลในช่วงการก่อสร้างที่ได้เห็นงานจริง ดังที่จะกล่าวต่อไป

แต่เมื่อพิจารณาในช่วงที่ 2 หรือช่วงการก่อสร้าง จะเป็นช่วงที่มีปัญหาข้อขัดแย้งระหว่างบริษัทฯ ผู้ให้บริการ และลูกค้าผู้รับบริการมากกว่าช่วงดำเนินการก่อนหรือหลังการก่อสร้าง ซึ่งเป็นช่วงที่ละเอียดอ่อนเพราะต้องใช้ทั้งเทคนิคการทำงาน และมีการร่วมงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่ายและปัญหาเรื่องความคาดหวังในคุณภาพของวัสดุในการก่อสร้าง ซึ่งในการทำสัญญาระหว่างบริษัทฯ ผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ จะมีการระบุรายละเอียดของวัสดุไว้ ซึ่งความเข้าใจในระดับคุณภาพของวัสดุอาจมีความแตกต่างกันไปในแต่ละราย หรือในลูกค้าบางรายที่มีความเข้าใจในเรื่องของงานจริงที่ไม่ตรงกับแบบก่อสร้าง ซึ่งมาจากความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนของลูกค้าในแบบก่อสร้างที่ได้ทำสัญญากันไปนั้น จะเป็นปัญหาที่พบบ่อยที่สุด ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วิสูตร จิระดำเกิง ,2549: 581) ที่ว่า “ความขัดแย้งในงานก่อสร้าง มักเกิดมาจาก ความเข้าใจสาระในเอกสารประกอบสัญญาว่าจ้างแตกต่างกัน”



ปัญหาลำดับถัดมาก็คือ ปัญหาในการปรับเปลี่ยนแบบบ้านหรืองานเพิ่ม/ลดนี้ เมื่อมีการก่อสร้างแล้วนั้น ลูกค้านั้นได้มีการตรวจหน้างานการก่อสร้างแล้ว แต่มีความต้องการเพิ่มเติมจากสัญญาที่ได้ทำการตกลงกันไป จะมีผลกระทบต่อเวลาและราคามากที่สุด ซึ่งส่งผลให้เกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าได้ ซึ่งหากวิเคราะห์ในเรื่องนี้จะมาจากความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลง หรือมีความต้องการที่สูงขึ้น อาจเนื่องด้วยสถานะและวิถีการดำรงชีวิตครอบครัว ตามผลการศึกษาของ (สมศักดิ์ สุขวารี, 2548: 247) หรืออาจด้วยสาเหตุตามที่ (ธานีรินทร์ จบศรี, 2549:75) ที่ศึกษาได้ทราบถึงสาเหตุและปัจจัยการเปลี่ยนแปลงแบบมาตรฐานของบริษัทรับสร้างบ้าน เรียงตามลำดับ 3 ข้อดังนี้

- รูปแบบที่ดิน ทิศทาง ทำเลที่ตั้ง ไม่สอดคล้องกับแบบมาตรฐาน
- ความต้องการพื้นที่ที่เพิ่มขึ้น โดยเป็นความต้องการในลักษณะให้พื้นที่ใช้สอยที่มีตามแบบมาตรฐานมีขนาดกว้างหรือยาวกว่า โดยรวมให้ใหญ่ขึ้น เนื่องจากเป็นการสร้างบ้านหลังที่ 2 หรือสร้างทดแทนหลังเดิม เพื่อให้พื้นที่ใช้สอยสอดคล้องกับความต้องการ
- ความต้องการที่หลากหลาย เนื่องจากผู้ว่าจ้างส่วนใหญ่จัดว่าเป็นกลุ่มที่มีโอกาสทางเศรษฐกิจที่ดี และหลากหลายอาชีพทำให้มีความต้องการที่มากกว่าบ้านโดยทั่วไป

ปัญหาในการละเลยหน้าที่ของไฟร์แมนหรือเจ้าหน้าที่ผู้ควบคุมงานก่อสร้างของบ้านหลังนั้นๆ โดยตามหน้าที่หลักอย่างหนึ่งของผู้ควบคุมงานที่ดี ของ (วิสูตร จิระดำเกิง, 2549: 581) คือ ต้องควบคุมงานให้เป็นไปตามรูปแบบ และข้อกำหนดงานก่อสร้างรวมถึงคุณภาพ วัสดุ และช่างฝีมือที่ใช้ ฉะนั้น ไฟร์แมนของบริษัทฯ นั้นจะเป็นด่านแรกในการตรวจรับวัสดุและดูแลหน้างาน ซึ่งจะต้องมีความรับผิดชอบและรอบคอบสูง

โดยสรุปปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง และส่งผลให้เกิดข้อขัดแย้งระหว่างบริษัทผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ จะมาจากความเข้าใจในแบบบ้านที่ไม่ตรงกันและมักจะพบปัญหาภายหลังเมื่อมีการก่อสร้างเกิดขึ้นแล้ว ซึ่งถือเป็นสาระสำคัญของ การให้บริการในธุรกิจรับสร้างบ้าน ซึ่งก็ไม่ต่างจากงานก่อสร้างโดยทั่วไปนัก ตามงานวิจัยของ (วิสูตร จิระดำเกิง ,2549: 581) ที่ว่า "ความขัดแย้งในงานก่อสร้าง มักเกิดมาจาก ความเข้าใจสาระในเอกสารประกอบสัญญาว่าจ้างแตกต่างกัน" อีกทั้งความคาดหวังของลูกค้าผู้บริการ ซึ่งก็คือผู้บริโภคสินค้าในรูปแบบหนึ่ง ก็ยอมที่ความต้องการ หรือความพึงพอใจสูงสุดตามที่ได้เสียค่าใช้จ่ายงานนี้ ตามทฤษฎีของ ( สุทธิ ภาชีผล, 2541) เอกสารประกอบการเรียนวิชาการปรับปรุงผลผลิตภายในงานก่อสร้าง, โครงการวิศวกรรม และการบริหารงานก่อสร้าง, ภาควิชา วิศวกรรมโยธา, มหาวิทยาลัย พระจอมเกล้าธนบุรี, ที่ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่เกิดจากงานก่อสร้าง มีความต้องการให้ ทำงานเสร็จตามเวลาผลงานที่ออกมาดี มีการประสานงานที่ดีไม่มีปัญหาด้านการเงินมีทักษะที่ดีในการบริหารงาน ไม่โกหกและหลอกลวง ผลงานที่ได้ตรงกับที่คาดหวังไว้ผลงานตรงตามที่ระบุไว้

### 5.2.2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้รับบริการจากบริษัทรับสร้างบ้านทั้งสอง

ผู้ทำการวิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยใช้บริการสร้างบ้านจากบริษัทรับสร้างบ้านทั้งสอง ซึ่งสามารถจำแนกประเด็นและวิเคราะห์โดยแบ่งตามระดับราคาได้ดังนี้

ตารางที่ 5.14 ลูกค้าที่เคยใช้บริการสร้างบ้านจาก บริษัท รอยลแฮส จำกัด

เรื่อง \ ระดับราคา	ต่ำกว่า 1 ลบ.	ระหว่าง 1-3 ลบ.	ระหว่าง 3-5 ลบ.	ระหว่าง 5-10 ลบ.	มากกว่า 10 ลบ.
แบบบ้านมาตรฐาน	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆
มาตรฐานการก่อสร้าง	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
ระยะเวลาการให้บริการ	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
ราคาค่าบริการ	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
การแก้ไขปัญหาของบริษัท	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆

#### เกณฑ์ระดับความพึงพอใจ

☆☆☆☆☆ มีความพึงพอใจมาก

☆☆☆☆ มีความพึงพอใจปานกลาง

☆☆☆ มีความพึงพอใจน้อย

ตารางที่ 5.15 ลูกค้าที่เคยใช้บริการสร้างบ้านจาก บริษัท ไฟร์พัฒนา จำกัด

เรื่อง \ ระดับราคา	ต่ำกว่า 1 ลบ.	ระหว่าง 1-3 ลบ.	ระหว่าง 3-5 ลบ.	ระหว่าง 5-10 ลบ.	มากกว่า 10 ลบ.
แบบบ้านมาตรฐาน	-	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆
มาตรฐานการก่อสร้าง	-	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
ระยะเวลาการให้บริการ	-	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆☆

ราคาค่าบริการ	-	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	-	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆☆
การแก้ไขปัญหาของบริษัท	-	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆☆

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่จำแนกแต่ละกลุ่มระดับราคาเพื่อให้การวิเคราะห์มีความชัดเจน จึงได้นำผลการศึกษาและวิเคราะห์จากตารางที่ 5.08 และ 5.09 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ออกเป็นประเด็นได้ดังนี้

(1) ลูกค้าทุกระดับราคาของทั้งสองบริษัทมีความพึงพอใจเหมือนกันในคุณภาพมาตรฐานของผู้ประกอบการทั้งสองมากที่สุด แม้ว่าความพึงพอใจทางด้านราคาจะบ่งชี้ว่าลูกค้าเหล่านั้นมีความรู้สึกว่าราคาค่าก่อสร้างสูงกว่าการเลือกใช้บริการที่อื่นๆ ไปแต่ส่วนใหญ่ยังคงยึดถือคุณภาพมาตรฐานมาเป็นอันดับหนึ่ง และสิ่งสำคัญเมื่อวิเคราะห์กันในเชิงลึกจะพบว่าความค่าใช้จ่ายในการจ้างผู้ที่จะสร้างบ้านในระบบเหมารวมนั้นอาจจะถูกกว่าการจ้างก่อสร้างแบบแบ่งแยกสัญญา สอดคล้องกับ การศึกษารูปแบบการจ้างในลักษณะออกแบบรวมก่อสร้างในสหรัฐอเมริกา พบว่าในปี พ.ศ. 2529 มีการใช้อายุเพียงร้อยละ 3 ของระบบบริการงานก่อสร้างโดยตัวเลขนี้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 27 ในปี พ.ศ. 2541 และมีการคาดการณ์ว่าจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยด้านอุตสาหกรรมก่อสร้างโดยคณะวิศวกรรมศาสตร์ของ Pennsylvania State University ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ศึกษาจากงานก่อสร้าง 351 โครงการทั้งเล็ก และใหญ่ พบว่าการให้บริการงานออกแบบรวมก่อสร้าง (design-build) จะให้ต้นทุนโครงการก่อสร้างต่ำกว่าร้อยละ 12 โดยเฉพาะระยะเวลาของงานออกแบบเร็วขึ้นร้อยละ 33 ที่เดียว อ้างอิงจากงานเขียนของ (วิสูตร จิระดำเกิง, 2549: 73)

(2) ลูกค้าทุกระดับราคาของทั้งสองบริษัท มีความพึงพอใจในเรื่องของการดูแลหลังการสร้างกับผู้ประกอบการทั้งสองในระดับรองลงมา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ผู้ประกอบการเหล่านี้จัดเตรียมทีมที่คอยให้บริการหลังการขายอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ลูกค้าที่หลายรายให้ความเห็นตรงกันว่าเวลามีปัญหาและแจ้งไปยังบริษัทๆ จะส่งทีมงานเข้ามาแก้ไขให้ไม่เกิน 5 วัน

(3) ลูกค้ามีความพึงพอใจในมาตรฐานของบุคคลากรมาเป็นระดับที่สาม เมื่อพิจารณาจากผลของการศึกษา จะเห็นได้ว่า ช่วงระยะเวลาขั้นตอนระหว่างการให้บริการจะพบว่าการสื่อสาร

และการประสานงานขององค์กรมีปัญหาเกิดขึ้นเช่นเดียวกัน กล่าวคือบางครั้งการสื่อสารข้อมูลในการทำงานผิดพลาดอาจส่งผลที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมแก้ไขได้

(4) ลูกค้านับระดับราคาตั้งแต่ 1- 5 ล้านบาทมีความพึงพอใจในแบบมาตรฐานที่บริษัททั้งสองมีไว้ให้ลูกค้าเลือก ส่วนในระดับราคา 5 -10 ล้านบาทขึ้นไป ไม่มีความพึงพอใจในแบบมาตรฐานของบริษัททั้งสอง ซึ่งลูกค้าของทั้งสองกลุ่มมีการให้คะแนนที่เหมือนกัน ซึ่งผลการวิเคราะห์ในเรื่องความพึงพอใจในเรื่องของแบบ สอดคล้องกับ (ธานินทร์ จบศรี, 2549: 75) ที่ศึกษาได้ทราบถึงสาเหตุและปัจจัยการเปลี่ยนแปลงแบบมาตรฐานเรียงตามลำดับ 3 ข้อดังนี้

- รูปแบบที่ดิน ทิศทาง ทำเลที่ตั้ง ไม่สอดคล้องกับแบบมาตรฐาน
- ความต้องการพื้นที่ที่เพิ่มขึ้น โดยเป็นความต้องการในลักษณะให้พื้นที่ชัวย
- ความต้องการที่หลากหลาย โดยเป็นความต้องการพื้นที่ใช้สอยที่แตกต่างหรือไม่มีตามแบบมาตรฐาน เนื่องจากผู้ว่าจ้างส่วนใหญ่จัดว่าเป็นกลุ่มที่มีโอกาสทางเศรษฐกิจที่ดี

### 5.3 ข้อค้นพบจากการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้ ได้ค้นพบข้อมูลที่เป็นประโยชน์อันจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะและแนวทางการศึกษาต่อไปในอนาคตได้คือ

(1) ในเรื่องของการรับรู้และความเข้าใจในแบบบ้านของลูกค้าที่คลาดเคลื่อนหรือไม่ชัดเจน ซึ่งเมื่อได้มีการดำเนินการก่อสร้างจริง ลูกค้ามักจะมีการร้องขอให้แก้ไข เปลี่ยนแปลงแบบบ้านซึ่งส่วนใหญ่ส่งผลให้เกิดปัญหาและความขัดแย้งระหว่างลูกค้าผู้รับบริการและบริษัทผู้ให้บริการ ทั้งในเรื่องของ ค่าใช้จ่าย เวลา หรือคุณภาพของงาน เป็นต้น ทั้งนี้ด้วยพื้นฐานความเข้าใจของลูกค้าเองส่วนหนึ่งต้องทางด้านสถาปัตยกรรม และการสื่อสารของบริษัท ผู้ให้บริการได้มีการนำเสนอให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่ายเพียงใด

(2) ความคาดหวังของลูกค้าต่อการเลือกวัสดุ และรายละเอียดในการก่อสร้าง เมื่อลูกค้าได้มีการตรวจสอบการดำเนินการก่อสร้างของบริษัท ผู้ให้บริการนั้น มักจะมีการร้องขอให้มีการปรับเปลี่ยนการใช้วัสดุ หรือวิธีในการก่อสร้างที่ดีขึ้น หรือมีมูลค่ามากขึ้น ซึ่งพบว่าสัญญาข้อตกลงระหว่างบริษัท ผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการในบางรายการได้มีการระบุชนิด รุ่น ขนาด หรือรายละเอียดไว้ชัดเจน ซึ่งบางรายการอาจมีการระบุรายละเอียดไม่ชัดเจน เช่น รุ่นมาตรฐาน หรือแบบมาตรฐาน เป็นต้น หรือบางรายการก็ไม่ได้มีการระบุไว้อย่างชัดเจน เช่น ปูนยาแนว วัสดุบุกระเบื้อง เป็นต้น หรือในบางกรณีที่ลูกค้าพบนวัตกรรมในการก่อสร้างใหม่ก็ต้องการอยากจะทำให้บริษัท ผู้ให้บริการนำมาใช้กับบ้านของตนที่ทำการว่าจ้างนั้น

(3) ลูกค้าระดับราคาค่าก่อสร้างเกินกว่า 5 ล้านบาทขึ้นไปมีความต้องการขั้นพื้นฐานที่สูงกว่าทั้งในแง่ของคุณภาพมาตรฐาน การบริการ ความต้องการพื้นที่ใช้สอย หรือการมีส่วนร่วมในการทำงาน จุดนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการทั้งสองบริษัทต่างก็ให้ความสำคัญ แต่ก็ยังไม่



แนวทางใดที่เป็นมาตรฐานการให้บริการของลูกค้ากลุ่มนี้แน่นอนเอาไว้สำหรับที่จะนำมาใช้กับลูกค้า คงมีแต่เพียงการยอมรับและดูแลเอาใจใส่กับลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ

(4) บริษัท โฟร์พัฒนา ให้ความสำคัญในขั้นตอนแรกเริ่มที่มีการติดต่อลูกค้าแรกรับ กำหนดว่าการให้บริการสร้างบ้านกับลูกค้ากลุ่มตลาดบน ควรสร้างความประทับใจตั้งแต่แรกพบกับทีมงานของบริษัทฯ ดังนั้นควรใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางตั้งแต่การติดต่อลูกค้าแรกรับ เมื่อลูกค้ามีโอกาสได้พบกับฝ่ายขายและรู้ว่าบริษัทฯ ส่งสถาปนิกเข้ามารับข้อมูลหรือพูดคุยในรายละเอียด การสร้างบ้านในครั้งแรกจะช่วยสร้างความประทับใจตั้งแต่แรกเริ่มอันจะเป็นแรงสนับสนุนการตัดสินใจเลือกผู้ที่จะสร้างบ้านให้ตั้งแต่นั้น

(5) นโยบายการสร้างทัศนคติของผู้ควบคุมงานก่อสร้าง ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทในการให้บริการรับสร้างบ้านเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากข้อเขียนของ (วิสูตร จิระดำเกิง ,2549: 579) กล่าวไว้ว่า ผู้ควบคุมงานจะมีบทบาทสำคัญในการบริหารโครงการก่อสร้าง เพื่อให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนั้นเจ้าของงานควรอย่างยิ่งที่จะมีผู้ควบคุมงานที่มีคุณภาพและทัศนคติการทำงานที่ดี เข้ามาดำเนินงานเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ทั้งนี้เพื่อลดข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นซึ่งบ่อยครั้งทำให้เกิดความสูญเสียอย่างคาดไม่ถึงทีเดียว ปกติเราจะพบโดยทั่วไปว่าผู้ควบคุมงานหรือไฟร์แมนในบริษัทรับเหมาก่อสร้างดูแลการทำงานรวมถึงความเรียบร้อยของงานในฐานะตัวแทนของผู้ว่าจ้างก็คือเจ้าของบริษัทก่อสร้าง แต่ข้อค้นพบจากที่ผู้ทำวิจัยได้มีโอกาสเข้าสัมภาษณ์ กรรมการผู้จัดการบริษัท รอยแอลแฮร์ส จำกัด คือแนวคิดปลูกฝังให้ผู้ควบคุมงานทำหน้าที่ดูแลรักษาคุณภาพงานทุกเรื่องให้กับลูกค้า มิใช่การดูแลหรือตรวจงานแทนบริษัทฯ เพราะถ้าเมื่อใดที่เกิดปัญหาให้ผู้ควบคุมงานแจ้งลูกค้ารับทราบก่อน จากนั้นจึงจะแจ้งมายังบริษัทฯ รับทราบหรือหากพบปัญหาแล้วมีการแก้ไขโดยทันที ก่อนจะแจ้งไปยังลูกค้ารับทราบ หากปลูกฝังทัศนคติของการทำงานที่ชัดเจนให้กับไฟร์แมนแล้วควรเปิดโอกาสให้ ผู้ควบคุมงานท่านนั้นๆ ได้พิสูจน์การทำงานและสิ่งสำคัญต้องสร้างการรับรู้ให้กับเพื่อนร่วมงานด้วย ปัจจุบัน บริษัท รอยแอลแฮร์ส จำกัด ได้ดำเนินการส่วนนี้อยู่ซึ่งก็ได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ซึ่งผู้ทำวิจัยมีความเห็นว่าเป็นข้อค้นพบที่แปลกใหม่แม้ว่าจะเป็กรูปธรรมก็ตามแต่หากผู้ประกอบการหลายรายร่วมมือกันนำแนวคิดลักษณะนี้ไปปรับใช้ในเชิงกลยุทธ์ อาจช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจได้อีกทาง

#### 5.4 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

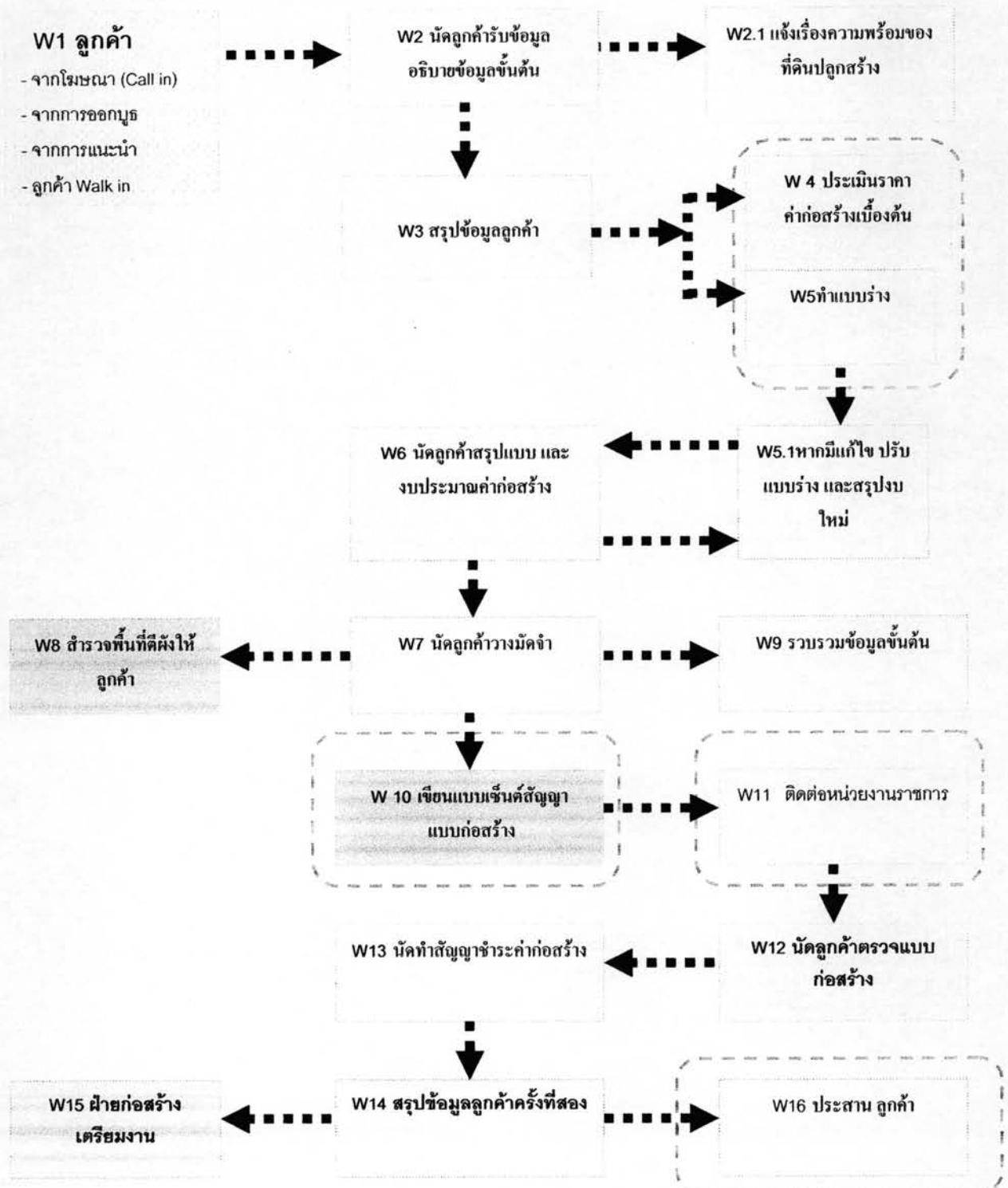
จากผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถสรุปข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์แก่ฝ่ายต่างๆ ในการบริการรับสร้างบ้านของบริษัทรับสร้างบ้าน รวมถึงการพัฒนาธุรกิจรับสร้างบ้านของสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้านด้วย ซึ่งได้มีข้อเสนอแนะให้กับผู้เกี่ยวข้องทั้ง 3 ฝ่ายดังนี้



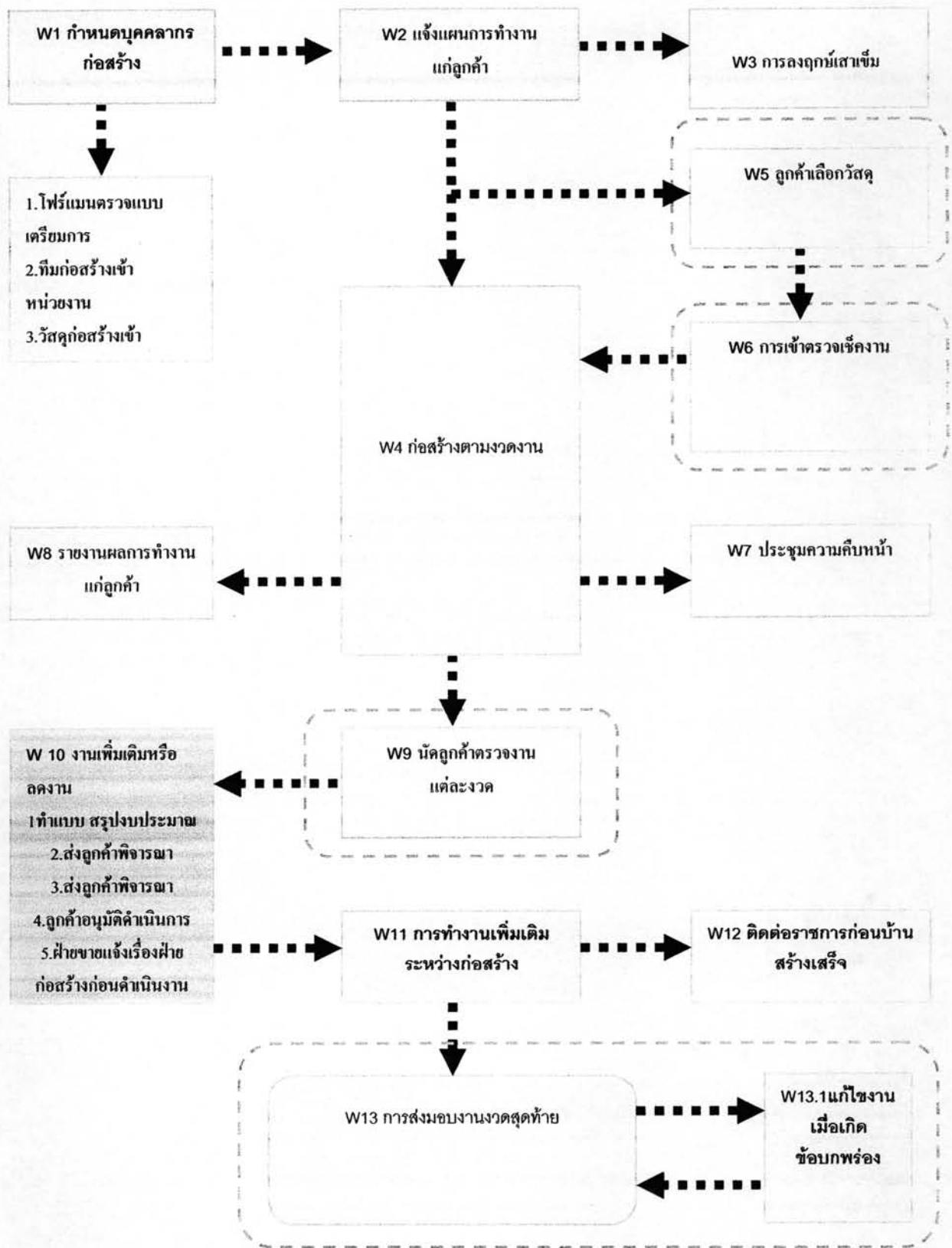
5.4.1 ข้อเสนอแนะต่อบริษัทรับสร้างบ้าน ผลจากการศึกษาวิเคราะห์ขั้นตอนการให้บริการด้วย ผู้ทำวิจัยขอเสนอแนะเรื่องที่เกี่ยวข้องในส่วนของบริษัทรับสร้างบ้านออกเป็น 6 เรื่อง ดังนี้

(1) เสนอแนะเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินงาน ซึ่งเป็นการประมวลผลที่ได้จากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และผลจากการวิเคราะห์ Critical Path Method ศึกษาขั้นตอนของบริษัททั้งสอง ซึ่งสามารถสรุปออกมาเป็นข้อเสนอแนะในส่วนของขั้นตอนการดำเนินงานพร้อมทั้ง ขั้นตอนที่ควรให้ความสำคัญต่อการให้บริการได้ดังนี้

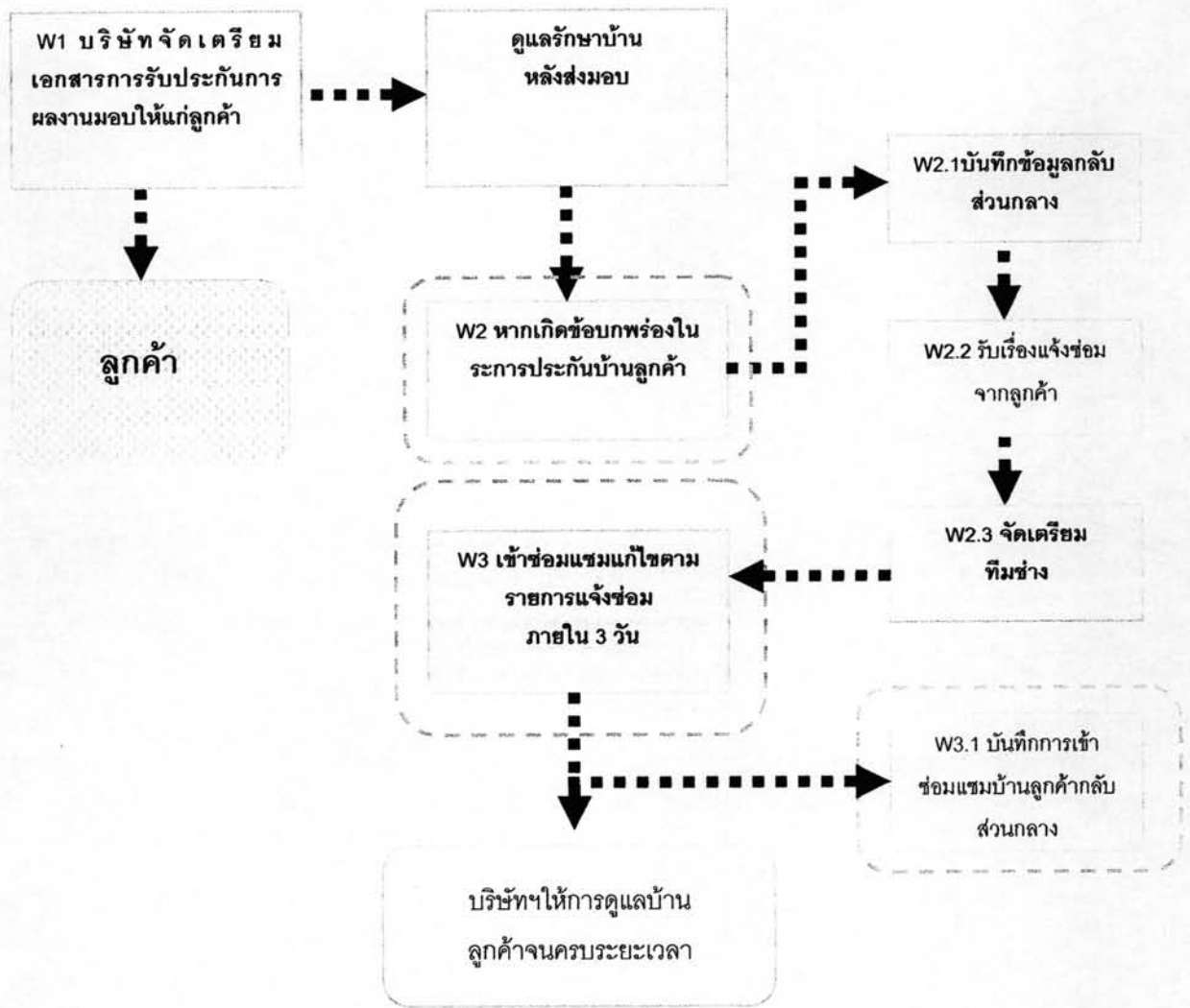
ตารางที่ 5.16 ขั้นตอนก่อนการให้บริการ



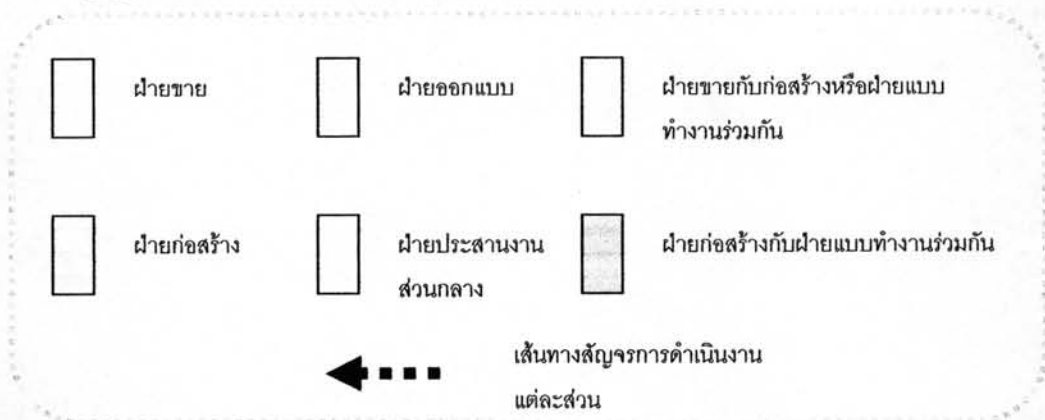
ตารางที่ 5.17 ขั้นตอนระหว่งการให้บริการสร้างบ้าน



ตารางที่ 5.12 ขั้นตอนหลังการให้บริการ



สัญลักษณ์แสดงการทำงานของฝ่ายต่างๆ



ขั้นตอนที่ต้องการปฏิบัติงานอย่างรอบคอบ รวดเร็ว ควบคุมดูแลอย่างทั่วถึง ตามหลักวิเคราะห์ของ CRITICAL PATH METHOD (CPM)

(2) การสร้างการมีส่วนร่วมของแบบบ้าน ในการให้บริการรับสร้างบ้านแก่ลูกค้า นั้น ย่อมจะพบกับลูกค้าหลากหลายแบบ ซึ่งจะมีพื้นฐานความเข้าใจในการก่อสร้างบ้านที่แตกต่าง กัน ดังนั้นตั้งแต่การเสนอขายแบบบ้าน ซึ่งเป็นสินค้าที่ให้บริการรับลูกค้านี้ ทางบริษัทรับสร้างบ้าน อาจจะต้องมีการพัฒนารูปแบบการนำเสนอ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ การรับรู้ที่ชัดเจน ด้วยเทคนิค ต่างๆ เช่น การสร้างโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ลูกค้าสามารถมีส่วนร่วม ตัดต่อหรือเลือกแบบบ้านได้ ด้วยตนเอง อาจเป็นการสร้างโปรแกรมสำเร็จรูป ที่ใช้กันได้ทุกวัย สอนวิธีการทำงานทั้งหมด เป็นต้น

(3) รายละเอียดของเอกสารประกอบสัญญาการว่าจ้าง การทำสัญญาในการ ก่อสร้างบ้านให้กับลูกค้าของบริษัทรับสร้างบ้าน จะต้องมีความชัดเจนรายละเอียดต่างๆ โดยเฉพาะในเรื่องของวัสดุในของบ้านที่ให้บริการกับลูกค้ารายนั้นๆ ควรจะต้องมีการระบุ รายละเอียดอื่นๆ ที่นอกเหนือจากชนิด รุ่น ขนาด สี หรือลายของวัสดุนั้นๆ ให้ชัดเจน และในการ นำเสนอในรายละเอียดของวัสดุในการการก่อสร้าง ในบางรายการอาจจะต้องมีการแนบภาพ ตัวอย่างวัสดุหรือตัวอย่างจริงประกอบการทำสัญญาเพื่อให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบได้ และจะ ช่วยลดข้อขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้นภายหลังในความเข้าใจคลาดเคลื่อนของวัสดุที่เลือกใช้ในการ สร้างบ้าน

(4) แบบบ้านมาตรฐาน การจัดทำแบบบ้านมาตรฐานในการเสนอต่อลูกค้าที่มี แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย ซึ่งบ้านพักอาศัยก็เป็นสินค้าหนึ่งและเป็นสินค้าที่ลูกค้าให้ ความสำคัญในการเลือกใช้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของตน ซึ่งแนวโน้มพฤติกรรม ผู้บริโภคในอนาคต ที่ (ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา ,2550: 6-7) ได้กล่าวถึงผู้บริโภคจะ ให้ ความสำคัญในเรื่องต่างๆ มากขึ้น เช่น มีความใส่ใจเรื่องสุขภาพ มีความสนใจเรื่องเทคโนโลยี มี ความชอบเรื่องความบันเทิง เป็นต้น ดังนั้นทางบริษัทฯ ผู้ให้บริการควรจะมีการออกแบบบ้านใน รูปแบบที่หลากหลาย เหมาะกับลูกค้าเช่นบ้านสำหรับผู้สูงอายุ บ้านสำหรับผู้ชื่นชอบเทคโนโลยี บ้านสำหรับผู้รักธรรมชาติ หรือรูปแบบใหม่ๆ ให้ทันยุคสมัยและสอดคล้องวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลง ไป ซึ่งอาจจะช่วยลดการปรับเปลี่ยนหรือต่อเติมบ้านในระหว่างการก่อสร้างได้

(5) รายการวัสดุประกอบการก่อสร้าง ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยดูแล รับผิดชอบในเรื่องการ อัปเดตวัสดุใหม่ๆ ในแต่ละเดือนเพื่อที่จะนำข้อมูลในแง่ของราคาและ ลักษณะผลิตภัณฑ์ต่างๆ ว่าเป็นข้อมูลประกอบการทำงานของฝ่ายแบบและนำเสนอได้หลากหลาย กับลูกค้าก็เป็นได้

(6) คู่มือของการให้บริการฉบับย่อ บริษัทรับสร้างบ้านควรจัดทำคู่มือมาตรฐาน การให้บริการที่กล่าวถึง การให้บริการต่างๆดังนี้

- แนวทางการตรวจงานก่อสร้างของบริษัทฯ

- แนวทางการเพิ่มเติม หรือลดงานว่าต้องมีการเตรียมตัวอย่างไร
- บทวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของการเพิ่มเติมงานก่อสร้างระหว่างการสร้างบ้านโดยต้องเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในวงการ และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง เสมือนเป็นการชี้ให้เห็นถึงกฎเกณฑ์ทางข้ออมที่ไม่ต้องบอกกล่าวด้วยบริษัทฯเอง อย่างน้อยเป็นการย้ำเตือนลูกค้าที่มีความต้องการที่มากเกินปกติให้นำไปใช้เป็นแนวทางต่อการตัดสินใจได้ และผู้ทำวิจัยเชื่อว่า จะช่วยให้การแก้ปัญหาในระยะยาวของการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมงานของลูกค้าที่ใช้บริษัทรับสร้างบ้านลดลงไม่มากก็น้อย

#### 5.4.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้บริโภค

- (1) ศึกษา เอกสาร และความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการก่อสร้างให้ชัดเจน
- (2) ควรเตรียมความพร้อมทางด้านความต้องการให้ชัดเจน โดยเฉพาะความต้องการเรื่องรูปแบบบ้าน วัสดุที่ต้องการ และพื้นที่ใช้สอย
- (3) อาจเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเล็กน้อยเพื่อจัดทำ Mass Model เพื่อป้องกันปัญหาการเกิดขึ้นของงานเพิ่มเติม
- (4) เตรียมความพร้อมของข้อมูล ควรสรุปความต้องการกับบริษัทฯ ในขั้นตอนแรกให้หมด โดยสรุปเป็นเอกสารระหว่างกัน ป้องกันข้อขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
- (5) หากหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องมีการเพิ่มเติมระหว่างก่อสร้าง ต้องยอมรับกับสิ่งที่เกิดขึ้นตามมาทั้งในแง่ของแบบที่เปลี่ยนไป ราคาค่าก่อสร้างสูงขึ้น และเวลาที่เพิ่มเติมขึ้นจากปกติ

#### 5.4.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาค้างนี้ ผู้ทำวิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าการดำเนินงานให้บริการสร้างบ้านของบริษัทที่อยู่ในสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน ผู้ทำวิจัยได้ทำการศึกษาแง่มุมของวิธีการทำงานการให้บริการในธุรกิจดังกล่าว ทุกระยะขั้นตอนของการบริการอย่างละเอียด ทั้งในมุมมองของผู้ประกอบการ และผู้รับบริการ ผู้ทำวิจัยต้องการทราบว่าสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้านที่ก่อตั้งขึ้นมา มีผลอย่างไรกับผู้ประกอบการโดยเฉพาะในเรื่องของขั้นตอนการทำงาน ควรมีการปรับปรุงแนวทางการทำงานในเรื่องใดบ้างตามที่ผู้ทำวิจัยได้ทำการเสนอแนะในข้อเสนอแนะไปแล้วข้างต้น

ดังนั้นข้อเสนอแนะต่อผู้ที่ต้องการจะทำการศึกษาวิทยานิพนธ์เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับสร้างบ้านในอนาคต ควรจะศึกษาในเรื่องของมาตรฐานต่างๆในการให้บริการรับสร้างบ้านโดยนำเอาแนวทางของสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้านมาเป็นแนวทางในการค้นคว้าข้อมูลและแนวทางการศึกษาในลำดับต่อไป