

## แนวทางการพัฒนาการตลาดช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน

### The Development of Marketing Strategy for Construction Contractor of Bangbua Community, Bangkhen

นวลจันทร์ โชติกุณาการ<sup>1</sup>

Naulchan Chotikhunakorn<sup>1</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)ศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการช่างชุมชนบางบัว 2)ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการ พัฒนาธุรกิจช่างชุมชนบางบัว และ3) เสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่ผสมผสานระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมีกลุ่มตัวอย่างคือ 1) ผู้ใช้บริการช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน จำนวน 340 คน และ 2) สมาชิกเครือข่ายธุรกิจช่างชุมชนบางบัว โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกสถิติที่ใช้ในการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยทั้งสามประการ คือ ค่าสถิติแบบ แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) การทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test และการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-Way ANOVA (F-test) และทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการ LSD

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.24) เมื่อพิจารณาจากความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ ด้าน ราคาค่าวัสดุก่อสร้าง ด้านความสะอาดในการติดต่อ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านขั้นตอนการให้บริการพบว่าระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน ด้านราคาค่าวัสดุก่อสร้าง และด้านผลิตภัณฑ์/บริการ อยู่ในระดับมาก โดยเป็น อันดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ ส่วนด้านอื่นๆ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 2) ปัจจัยที่มีผลต่อ ความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจช่างชุมชนบางบัว คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนและการวิเคราะห์สภาพ แวดล้อมภายในและภายนอก ธุรกิจช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน และ 3) แนวทางการพัฒนาการตลาด ช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน คือ การพัฒนาการบริหารจัดการ การพัฒนาด้านบุคลากร (ช่างชุมชน) การ พัฒนากระบวนการก่อสร้าง การพัฒนาด้านการเงิน การพัฒนาด้านการตลาด และการพัฒนาการให้บริการ

คำสำคัญ : การพัฒนาการตลาด, ธุรกิจช่างชุมชน, ความพึงพอใจ

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

<sup>1</sup> Assistant Professor, Lecturer, Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Krik University

## Abstract

This research aimed to 1) analyze the satisfaction level towards the services of the construction contractor of Bangbua Community, Bangkhen, and 2) identify the factors which influenced the success of the business development of the construction contractor of Bangbua Community, Bangkhen. This research used both quantitative and qualitative research methodologies. The samples for the research consisted of 1) 340 customers of the construction contractors of Bangbua Community, Bangkhen, and 2) the member of the construction contractors, Bangbua Community, Bangkhen. The questionnaires were sent to 340 samples of the customers of the construction contractors were received as an in-depth interview. The data received were analyzed for frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-Way ANOVA (F-test), and Least Statistical Difference.

The findings were 1) the overall satisfaction level of the customers towards the service of the construction contractor of Bangbua Community was at moderate level (3.24). The seven satisfaction aspects were: product, service, the price of construction material/the accessibility of communication, marketing promotion, personnel, physical characteristics, and the service process. It was found that the price of the construction material and the product/ service were at high level, respectively. The subsequence results were found at moderate level, 2) the factors influenced the success of the business development of the construction contractor was the community participation and the internal and the external environmental analysis of the construction contractor of Bangbua Community, Bangkhen, and 3) the marketing developmental approach of the construction contractor, Bangbua Community, Bangkhen was in the areas of management, personnel (construction contractor), construction process, finance, marketing and service procedure.

**Keywords:** Marketing Development, Community Construction Contractor, Satisfaction

## บทนำ

ประเทศไทยเข้าสู่การพัฒนาเป็นประเทศอุตสาหกรรมสมัยใหม่ จากพื้นฐานที่เป็นประเทศเกษตรกรรมสู่การเปลี่ยนแปลงเป็นชุมชนเมืองเกิดการอพยพ มีการสร้างชุมชนเมืองที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และไม่มีการวางแผนจึงเป็นปัญหาความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้และปัญหาความยากจนที่รุนแรงขึ้นรวมทั้งความไม่เท่าเทียมในการจัดบริการพื้นฐานทำให้คนจนที่อยู่อาศัยเมืองไม่สามารถมีที่อยู่อาศัยที่มั่นคง และถูกต้องตาม

กฎหมายส่วนที่มีอยู่แล้วก็มักไม่มีสัญญาเช่าที่มั่นคง ทำให้เกิดปัญหาการถูกไล่ที่อยู่เสมอโอกาสสร้างความมั่นคงในการดังถิ่นฐาน และการมีชีวิตของครอบครัวคนจนในเมืองเป็นไปตามยถากรรมต้องทำงานหนักหาเช้ากินค่ำ และก่อให้เกิดความแออัด ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และเมืองต่าง ๆ ทั่วไป ชุมชนบางบัวเป็นชุมชนที่มีปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย เป็นปัจจัยสี่ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตอยู่ของมนุษย์เมืองโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยโดยสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์กรมหาชน) หรือ พอช.

ไดรเริ่มโครงการบ้านมั่นคง ซึ่งโครงการดังกล่าวมีนัยนโยบายที่สำคัญคือ แก้ไขปัญหาความไม่มั่นคงในที่ดินและที่อยู่อาศัย ซึ่งมีอยู่ประมาณ 5,500 ชุมชน ทั่วประเทศ (คู่มือบ้านมั่นคงแผนการปฏิบัติการเพื่อพัฒนาชุมชนแอดด์ ปี พ.ศ. 2547) รัฐบาลมีนโยบายแก้ไขปัญหาที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อย และสร้างความมั่นคงเรื่องที่อยู่อาศัยแก่คนจนในเมืองที่ยังไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองโดยเฉพาะกลุ่มผู้อยู่อาศัยในชุมชนแอดด์ชุมชนบุกรุกและชุมชนบางบัว เป็นชุมชนหนึ่งที่มีปัญหารือเรื่องที่อยู่อาศัย เช่น การไลพ์ที่ การไลรื้อ เป็นเรื่องที่ชาวชุมชนบางบัวต้องประสบปัญหามาโดยตลอด กองประกันทางสำนักงานเขตบางเขน มีนโยบายในการปรับภูมิทัศน์ ริมคลองให้เป็นระเบียงเรียบร้อยและสวยงามดังนั้นชุมชนบางบัวจึงจำเป็นต้องรื้อกอนไปอาศัยที่อื่น จากปัญหาดังกล่าว ทำให้ชาวชุมชนบางบัวมีแนวคิดที่จะร่วมกันค้นหาแนวทางการพัฒนาที่อยู่อาศัยให้มั่นคง และมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงเข้าร่วมโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยกับโครงการบ้านมั่นคง หลักการสำคัญของโครงการบ้านมั่นคงเป็นการดำเนินการโดยองค์กรชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งเมื่อต้นการสร้างบ้านโครงการบ้านมั่นคง จะต้องดำเนินการโดยเจ้าของบ้าน และเลือกใช้ช่างในชุมชนในระยะแรกเจ้าของบ้านมั่นคงไม่เชื่อฟิ้มือและมาตรฐานช่างในชุมชน เมื่อเจ้าของบ้านเลือกใช้ช่างผู้รับเหมาภายนอกชุมชนเกิดปัญหา เช่น สร้างบ้านไม่สำเร็จ เจ้าของบ้านไม่สามารถควบคุมดูแลคุณภาพการก่อสร้างบ้านได้อย่างใกล้ชิด จึงเกิดปัญหาทึ้งงาน ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ภายในชุมชนมีอาชีพเป็นช่างมีความรู้ และมีฝีมือด้านช่างจึงเข้ามาแก้ไขปัญหาต่างๆ เรื่องการก่อสร้างบ้าน จนกระทั่งช่างภายในชุมชนบางบัว ได้มีการรวมตัวขึ้นเป็นครั้งแรก มีช่างจำนวน 7 คน นำร่องสร้างบ้านผู้นำชุมชนเพสแรกรสร้างบ้านแฟดและบ้านเดียว เป็นบ้านที่มีคุณภาพสอดคล้องกับวิถีชีวิตของครอบครัวในชุมชน เมื่อสร้างบ้านเพสแรกรสำเร็จ ทำให้ช่างเกิดความมั่นใจมากขึ้น จึงเกิดการรวมตัวของช่าง

และใช้ชื่อเรียกว่า “ช่างชุมชนบางบัว” มีสมาชิกประมาณ 200 คนในเครือข่ายคลองบางบัวรวมกันเป็นชุดๆ ละประมาณ 18 - 20 คน จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่เจ้าของบ้านให้ความสำคัญ การเลือกใช้บริการช่างชุมชนสำหรับการสร้างบ้านมั่นคง

ปัจจุบันนี้หลายชุมชนที่มีโครงการบ้านมั่นคง ได้พิสูจน์ให้ชาวบ้านเห็นแล้วว่าช่างชุมชนมีบทบาทสำคัญ การสร้างความเข้าใจการสร้างบ้านอย่างประยุต ดังนั้น ช่างชุมชนมีส่วนสำคัญการสร้างความเข้าใจร่วมกับเจ้าของบ้าน สร้างบ้านอย่างประยุต ให้สอดคล้องกับวิถีความเป็นอยู่ ดังแต่การวางแผนออกแบบ นำวัสดุเก่ามาปรับปรุงให้เข้าประยุชน์ได้ การตรวจจับงาน การตรวจสอบงาน เจ้าของบ้านสามารถควบคุมดูแลการทำงานได้อย่างใกล้ชิด ซึ่งในระหว่างดำเนินงานก่อสร้างบ้านมั่นคงนั้นพอช. สนับสนุนโดยการฝึกอบรมช่างชุมชนให้มีความรู้และเทคนิคต่าง ๆ ด้านก่อสร้าง เช่น การออกแบบ การประเมินราคา การวางแผน การก่อสร้างนอกจากนี้ได้เสริมองค์ความรู้เรื่องวัสดุ การลดต้นทุนการก่อสร้าง และนำช่างชุมชนไปปลูกงานนอกสถานที่ ยุลในการดำเนินโครงการบ้านมั่นคงนั้น จึงทำให้ช่างชุมชนบางบัว เป็นช่างที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ด้านช่างเป็นอย่างดี แต่เมื่อโครงการบ้านมั่นคงเสร็จสิ้นลง ช่างชุมชนขาดรายได้ไม่สามารถเลี้ยงครอบครัวได้ จึงส่งผลกระทบต่อครอบครัวและชุมชน ดังนั้น ผู้นำชุมชนจึงมีแนวคิดส่งเสริมสนับสนุนกันลุ่มช่างชุมชนให้มีงานทำอย่างยั่งยืน

ด้วยเหตุผลที่แสดงความสำคัญและจำเป็นของเรื่องที่ดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการตลาดช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อแนวทางการพัฒนาการตลาดช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างยั่งยืนตลอดไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจช่างชุมชนบางบัว
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน

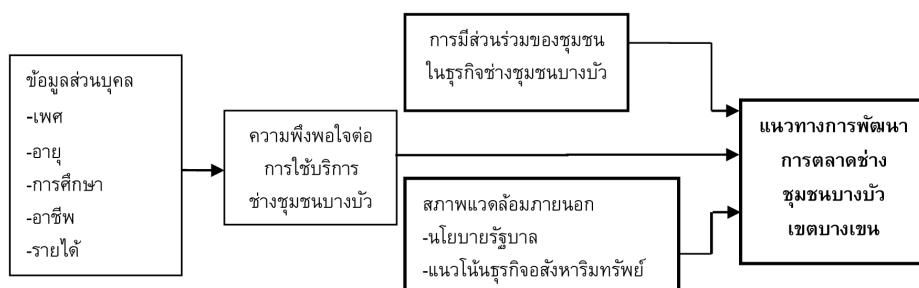
## วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการตลาดช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขนเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ศึกษาความพึงพอใจ การใช้บริการช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจช่างชุมชนบางบัว เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการตลาดช่างชุมชนบางบัว

### ประชากร

- ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือผู้ใช้บริการช่างชุมชนบางบัวจำนวน 12 ชุมชน มีจำนวน 2,000 ครัวเรือน ได้แก่
1. ชุมชนสามัคคีร่วมใจ 2. ชุมชนบางบัวกองการ ก้าว 3. ชุมชนน้อยกรอง 4. ชุมชนอุทิศนุสรณ์ 5. ชุมชนบ้านบัว 6. ชุมชนร่วมใจพัฒนาเหนือ 7. ชุมชนรุ่นใหม่พัฒนา 8. ชุมชนร่วมใจพัฒนาใต้ 9. ชุมชนคลองหลุ่มไฟ 10. ชุมชนก้าวหน้า 11. ชุมชนคลองบางบัว และ 12. ชุมชนเชิงสะพาน

## กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ ๑ ขั้นตอนการศึกษาวิจัย

ไม่ รวมทั้งประธานช่างชุมชนบางบัวและสมาชิกเครือข่ายธุรกิจช่างชุมชนบางบัว

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ใช้วิธีการผสมผสานระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ 1) ผู้ใช้บริการช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน จำนวน 340 คน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม 2) สมาชิกเครือข่ายธุรกิจช่างชุมชนบางบัว ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก สกัดที่ใช้ในการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยทั้งสามประการ คือ ค่าสถิติแบบแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) การทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test การทดสอบด้วยค่าสถิติ One-Way ANOVA (F-test) และทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาการมีส่วนร่วมธุรกิจช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ประธานช่างชุมชนบางบัว หัวหน้าสมาชิกเครือข่ายธุรกิจช่างชุมชนและสมาชิกช่างชุมชนบางบัวโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากภาคสนามทั้งหมดคือใช้วิธีการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

## ผลการวิจัย

พบว่า ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31- 40 ปี มีระดับการศึกษาชั้นประถมการศึกษา มีอาชีพรับจ้างทั่วไป

และมีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท อีกทั้ง แนวทางการพัฒนาการตลาดช่างชุมชนบางบัว เขต บางเขน พบว่า ความพึงพอใจการใช้บริการช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน ดังนี้

**ตาราง 1 ส่วนประสมการตลาดบริการความพึงพอใจต่อการใช้บริการช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน**

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1.ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	3.46	0.738	มาก	2
2. ด้านราคาก่าวัสดุก่อสร้าง	3.76	0.829	มาก	1
3. ด้านความสะอาดในการติดต่อ	3.27	0.818	ปานกลาง	4
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.78	0.819	ปานกลาง	6
5. ด้านบุคลากรหรือพนักงาน	3.37	0.869	ปานกลาง	3
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.77	1.178	ปานกลาง	7
7. ด้านขั้นตอนการให้บริการ	3.26	0.965	ปานกลาง	5
<b>รวม</b>	<b>3.24</b>	<b>0.690</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 1 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการช่างชุมชนบางบัว พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ ด้านราคาก่าวัสดุก่อสร้าง ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านความสะอาดในการติดต่อ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพซึ่งมีรายละเอียดแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้ เรียงตามลำดับการพึงพอใจ 1 ด้านราคาก่าวัสดุก่อสร้าง อยู่ในระดับมากประเด็นที่พึงพอใจคือการแจ้งราคา ก่อนการให้บริการ ราคาเหมาะสมสมกับวัสดุที่เลือกใช้ และราคาเหมาะสมกว่าบริษัทห้างร้านทั่วไป 2 ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ อยู่ในระดับมาก ประเด็นที่พึงพอใจ คือ การใช้บริการแบบปากต่อปาก ผู้ให้บริการ เช่น กัน 3 ด้านบุคลากรหรือพนักงาน อยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นที่พึงพอใจ คือ มีความประสมการ ทำงานทุกขั้นตอน และ มีการให้บริการเท่าเทียมกัน 4 ด้านความสะอาดในการติดต่อ อยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นที่พึงพอใจ คือ มีการใช้บริการแบบปากต่อปาก มีเสียงตามสายภายในชุมชนและมีการโฆษณาสารชุมชนบางบัว และ 5 ด้านขั้นตอนการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นที่พึงพอใจ คือ มีความพร้อมของเครื่องมือ เครื่องจักรที่ต้องการใช้ และมีจำนวนเครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอต่อการทำงาน

ผู้มีชื่อเสียงและมีช่างจำนวนมากเพียงพอต่อการให้บริการ 6 ด้านความสะอาดในการติดต่อ อยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นที่พึงพอใจ คือ มีที่ตั้งสำนักงานติดต่อได้สะอาด มีที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน หรืออยู่ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างตากลางและการเดินทางมาติดต่อขอใช้บริการสะอาด 7 ด้านขั้นตอนการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นที่พึงพอใจ คือ มีการให้คำแนะนำที่ เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้จ้าง มีการควบคุมการทำงานทุกขั้นตอน และ มีการให้บริการเท่าเทียมกัน 8 ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นที่พึงพอใจ คือ มีการใช้บริการแบบปากต่อปาก มีเสียงตามสายภายในชุมชนและมีการโฆษณาสารชุมชนบางบัว และ 9 ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นที่พึงพอใจ คือ มีความพร้อมของเครื่องมือ เครื่องจักรที่ต้องการใช้ และมีจำนวนเครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอต่อการทำงาน

## ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน

ผลการศึกษาผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก ประชาชนช่างชุมชนบางบัว และหัวหน้าสมาชิกเครือข่ายธุรกิจช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาช่างชุมชน บางบัวเขตบางเขน คือ 1) การมีส่วนร่วมของชุมชน ในธุรกิจช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน และ 2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกธุรกิจช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน

นอกจากนี้ ธุรกิจช่างชุมชนบางบัว เขต บางเขน ต้องให้ความสำคัญ ด้านการบริหารจัดการ สมาชิกเครือข่ายธุรกิจช่างชุมชนบางบัว ให้ความร่วมมือการเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง และด้านการบริหารงานทั้งนั้นเป็นรูปแบบเชิงพาณิชย์ พร้อมทั้ง ต้องมีความพร้อม เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงานก่อสร้าง หาแหล่งเงินทุน ให้การสนับสนุนในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ นอกจากนี้ พบว่า ธุรกิจช่างชุมชนบางบัว ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

## การมีส่วนร่วมของชุมชนในธุรกิจช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน

โดยชุมชนมีส่วนร่วมในธุรกิจช่างชุมชน บางบัว เขตบางเขนในหลากหลายกรณี คือ 1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนธุรกิจช่างชุมชนบางบัว 3. การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจช่างชุมชนบางบัว 4. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ 5. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (ขณะมองหมายงาน และในระหว่างการดำเนินการ)

## การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกธุรกิจช่างชุมชนบางบัว เขต บางเขน

เครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ใช้คือ SWOT Analysis โดยผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสมาชิกเครือข่ายธุรกิจช่างชุมชนบางบัวพบว่า

### S : Strength (จุดเด่น)

1. มีระเบียบกฎหมายที่ชัดเจนในการแบ่งปันผลประโยชน์ และการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิกเครือข่ายธุรกิจช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน

2. ช่างชุมชนบางบัว ส่วนใหญ่มีทักษะด้านช่างที่สืบทอดประสบการณ์จากกุญแจแม่สู่สู่ก และ มีความเชี่ยวชาญหลากหลาย เช่น การสร้างบ้านเรือนไทย งานปูน งานซ่อมแซม ต่อเติม และงานปูกระเบื้อง เป็นต้น

4. การปฏิบัติงานช่างชุมชนบางบัวมีพอช. จัดโครงการสนับสนุนฝึกอบรมช่างชุมชน ให้มีความรู้และเทคนิคด้านต่าง ๆ ให้ช่างชุมชนเป็นระยะ ๆ เช่น การวางแผนงานก่อสร้าง การประเมินราคา และการถอดแบบ จึงทำให้ช่างชุมชนเป็นช่างที่มีคุณภาพ

5. ช่างชุมชนบางบัว มีมาตรการในการประเมินผลการปฏิบัติงานของสมาชิกเครือข่ายธุรกิจช่างชุมชนบางบัว คือ มีการดำเนินการตรวจสอบผู้ว่าจ้าง ทั้งในขณะมองหมายและระหว่างดำเนินงานการก่อสร้าง

6. การคิดค่าใช้จ่ายการให้บริการ ราคาต่ำกว่าบริษัทรับเหมา ก่อสร้างทั่วไป เพราะการปฏิบัติงานช่างชุมชนจะนำวัสดุเก่าที่มีอยู่ และนำมาปรับปรุงแก้ไขสามารถนำไปใช้งานได้ต่อไป

7. การปฏิบัติงานช่างชุมชนบางบัวมีความรับผิดชอบงาน และเอาใจใส่งานเป็นอย่างดี

8. ช่างชุมชน บางบัวไม่เลือกรับงานสามารถทำงานได้ทุกประเภท นอกจากรางวัล สามารถทำงานได้ ถึงแม้ว่าเจ้าของบ้านมีงบประมาณที่จำกัด

**W: Weakness (จุดอ่อน)**

1. การบริหารจัดการไม่มีรูปแบบการกระจายอำนาจที่ชัดเจน
2. การบริหารจัดการในการตัดสินใจ การแก้ปัญหาและความต้องการธุรกิจช่างชุมชน บางบัว ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับประธานช่างชุมชน บางบัว
3. การร่วมงานขึ้นกับประธานช่างชุมชน บางบัว ทำให้ผู้ใช้บริการขาดความสะดวก และความคล่องตัวการติดต่อประสานงาน
4. ประธานช่างชุมชนบางบัว ไม่มีเวลา การบริหารจัดการธุรกิจช่างชุมชน ทำให้สมาชิก เครือข่ายธุรกิจช่างชุมชนบางบัว บางกลุ่มต้องรับ งานจากภายนอก ทำให้ธุรกิจช่างชุมชนบางบัวไม่ได้รับเงินปันผลอย่างเต็มที่
5. การวางแผนธุรกิจช่างชุมชน บางบัว มี จำนวนสมาชิกเครือข่ายธุรกิจช่างชุมชน บางบัวเข้า ร่วมประชุมในการวางแผนแต่ละครั้งมีจำนวนน้อย
6. ช่างชุมชน บางบัวขาดการให้บริการ ที่สะดวกและรวดเร็ว
7. ช่างชุมชน บางบัว ไม่มีการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ แจ้งให้บุคคลภายนอกรับรู้ ข่าวสารข้อมูลการให้บริการธุรกิจช่างชุมชน
8. การปฏิบัติงานช่างชุมชน บางบัว ไม่มี ความพร้อมเครื่องมือในการปฏิบัติงาน เนื่องจาก ขาดอุปกรณ์ / เครื่องมือ / เครื่องจักร และยาน พานะที่นำไปใช้ในการปฏิบัติงาน

**O: Opportunity (โอกาส)**

1. นโยบายของรัฐบาลโครงการชี้อับบ้าน ชี้อคอนโคนโนเนียม ราคาไม่เกิน 5 ล้านบาทเพื่ออยู่อาศัย รับสิทธิพิเศษยกเว้นภาษีได้ 10 % ระยะเวลา 5 ปี
2. โครงการขยายรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ของภาครัฐ ส่งผลทำให้ที่อยู่อาศัยประเททห้องชุด คอนโดยนิเนียม ตามแนวรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนได้ รับความนิยมเพิ่มขึ้น
3. โครงการบ้านมั่นคงจากพอช. ทั่ว ประเทศมีนโยบายสนับสนุนแก่ไขปัญหาที่อยู่อาศัย

4. ภาครัฐมีนโยบายให้การสนับสนุนเงิน ซ่อมแซมที่อยู่อาศัยภายหลังจากน้ำลด

**T: Threat (ข้อจำกัด)**

1. ปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลกระทบ อำนาจซื้อ ทำให้การตัดสินใจสร้างบ้านน้อยลงทำให้ ประชาชนสนใจซื้อบ้านเก่า และนำมาซ่อมแซม หรือมีการปรับปรุงบ้านมากขึ้น
2. ปัญหาราคาวัสดุก่อสร้างที่ปรับตัวสูง ขึ้นตามภาวะเงินเพื่อ ทำให้ประชาชนที่ต้องการ ก่อสร้างบ้านหรืออาคารสำนักงานชะลอการตัดสินใจ เนื่องจากมีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้น
3. ค่านิยมของคนรุ่นใหม่ นิยมทำงาน ในบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรม ไม่สนใจทำงาน ด้านการเป็นช่างแรงงาน ทำให้ช่างไม่เพียงพอและ เกิดภาวะการณ์ขาดแคลนช่างฝีมือ

จากการวิเคราะห์ SWOT นำมาเป็นข้อ เสนอแนะนโยบายและกลยุทธ์แนวทางการ พัฒนาการตลาดช่างชุมชน บางบัว เขตบางเขน ดังนี้

1. การพัฒนารูปแบบธุรกิจช่างชุมชน เชิงพาณิชย์
2. การพัฒนาบทบาทหน้าที่ ความรับ ผิดชอบผู้นำเชิงพาณิชย์
3. การพัฒนาการมีส่วนร่วมของเครือ ข่ายธุรกิจช่างชุมชน บางบัว
4. การพัฒนาทักษะด้านการประเมิน ราคาค่าก่อสร้างและการออกแบบ
5. การพัฒนาความร่วมมือด้านการจัด ชี้อ/เครื่องมือ/อุปกรณ์//จัดหาวัสดุดิบ/เครื่องจักร และยานพาหนะที่ใช้ในการปฏิบัติงาน
6. การจัดหาแหล่งเงินทุนภายนอก สนับสนุนการปฏิบัติงานธุรกิจช่างชุมชน ในอัตรา ดอกเบี้ยต่ำ
7. การพัฒนาตลาดใหม่
8. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
9. การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของ ช่างชุมชน

## การพัฒนาการบริหารการจัดการ

### โครงการ

#### 1. โครงการพัฒนารูปแบบของธุรกิจช่างชุมชนเชิงพาณิชย์

##### วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- เพื่อให้ธุรกิจช่างชุมชนบางบัวมีรูปแบบเชิงพาณิชย์ที่ชัดเจน
  - ทำให้ช่างชุมชนสามารถรับงานจากภายนอกชุมชนได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีรูปแบบที่มาตรฐาน หรืออัตราตอบคอลเลกชันเตอร์

##### วิธีการ / กระบวนการ

- อบรมผู้นำเครือข่าย / ประธานช่างชุมชนบางบัวและสมาชิกช่างชุมชนบางบัวให้เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจช่างชุมชนเชิงพาณิชย์

##### หน่วยงานที่รับผิดชอบ

- มหาวิทยาลัยเกริก

#### 2. โครงการพัฒนาบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบผู้นำชุมชนเชิงพาณิชย์

##### วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- เพื่อให้ผู้นำหรือประธานชุมชนทราบบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ด้านการบริหารจัดการเชิงพาณิชย์

- ทำให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการบริหารการจัดการธุรกิจช่างชุมชนบางบัว

##### วิธีการ / กระบวนการ

- อบรมผู้นำหรือประธานช่างชุมชน บางบัวให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบฐานะผู้นำธุรกิจช่างชุมชนบางบัว

##### หน่วยงานที่รับผิดชอบ

- มหาวิทยาลัยเกริก

### 3. โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของ

#### เครือข่ายธุรกิจช่างชุมชน

##### วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- เพื่อให้เครือข่ายธุรกิจช่างชุมชนบางบัวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการบริหารการจัดการ

- ทำให้เกิดเอกสารในการบริหารจัดการธุรกิจช่างชุมชน

##### วิธีการ / กระบวนการ

- อบรมผู้นำเครือข่ายธุรกิจช่างชุมชน บางบัวให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของการมีส่วนร่วมธุรกิจช่างชุมชน

##### หน่วยงานที่รับผิดชอบ

- มหาวิทยาลัยเกริก

## การพัฒนาด้านบุคลากร(ช่างชุมชน)

### โครงการ

#### 1. โครงการพัฒนาทักษะด้านการออกแบบและการประเมินราคาก่อสร้าง

##### วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- เพื่อให้ช่างชุมชนมีทักษะในการออกแบบและประเมินค่าก่อสร้างอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ

- ทำให้สามารถออกแบบได้ทันสมัย และตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

- ทำให้สามารถประเมินราคาก่อสร้างที่ใกล้เคียงกับต้นทุนที่แท้จริงมากยิ่งขึ้น

##### วิธีการ / กระบวนการ

- อบรม / สัมมนาเชิงปฏิบัติการช่างชุมชนให้มีความรู้ ความเข้าใจด้านการออกแบบและประเมินราคาก่อสร้าง

##### หน่วยงานที่รับผิดชอบ

- มหาวิทยาลัยศรีปทุม และมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

## การพัฒนาระบวนการก่อสร้าง

### โครงการ

- โครงการพัฒนาความร่วมมือด้านการจัดซื้อ / จัดหาวัสดุดิบ เครื่องมือ / อุปกรณ์ช่าง / ยานพาหนะให้กับบุคลากร

### วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- เพื่อให้ช่างมีความพร้อมในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น

- ทำให้การปฏิบัติงานช่างชุมชนมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น มีแหล่งจัดการวัสดุดิบที่แน่นอน

### วิธีการ / กระบวนการ

- ทำการตกลงร่วมมือกับบริษัทต่าง ๆ เช่น บริษัทเครือซีเมนต์/บริษัทบุญถาวร/ร้านโอม นารท / โอมโปรดี เป็นต้น

### หน่วยงานที่รับผิดชอบ

- ประธานช่างชุมชน

## การพัฒนาด้านการเงิน

### โครงการ

- โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนสนับสนุนการปฏิบัติงานธุรกิจช่างชุมชนในยัต្តาดออกเบี้ยต่า

### วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- เพื่อให้มีแหล่งเงินทุนสนับสนุนในอัตราดอกเบี้ยต่ำและต่อเนื่อง

- ทำให้ธุรกิจช่างชุมชนมีสภาพคล่องในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น

### วิธีการ / กระบวนการ

- ทำการตกลงร่วมมือกับสำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม(สกส.)สถาบันการเงินของรัฐ เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์

### หน่วยงานที่รับผิดชอบ

- สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม (สกส.)

## การพัฒนาด้านการตลาด

### โครงการ

- โครงการพัฒนาตลาดใหม่ วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย
- เพื่อให้ช่างชุมชนมีตลาดใหม่รองรับในการก่อสร้างมากยิ่งขึ้น

- ทำให้มีงานก่อสร้างเพิ่มขึ้น

### วิธีการ / กระบวนการ

- ทำการตกลงการเคหะแห่งชาติ หรือ บริษัทรับเหมา ก่อสร้างขนาดใหญ่

- อบรมช่างชุมชนให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดใหม่

- โครงการพัฒนาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

### วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- เพื่อให้ธุรกิจช่างชุมชนเป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งภายในและภายนอกชุมชนมากยิ่งขึ้น

### วิธีการ / กระบวนการ

- อบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการช่างชุมชน ให้มีความรู้ ความสำเร็จเกี่ยวกับวิธีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

### หน่วยงานที่รับผิดชอบ

- มหาวิทยาลัยเกริก

## การพัฒนาการให้บริการ

### โครงการ

- โครงการพัฒนาช่างชุมชนด้านคุณภาพ การให้บริการ

### วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- เพื่อให้ช่างชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับวิธีการสร้างความพึงพอใจสำหรับผู้ใช้บริการอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ

### วิธีการ / กระบวนการ

- อบรมช่างชุมชนให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการสร้างความพึงพอใจในการให้

**บริการแก่ผู้บริโภค**  
**หน่วยงานที่รับผิดชอบ**  
 - มหาวิทยาลัยเกริก

## บทสรุป

จากการศึกษา พบร่วมด้วยความพึงพอใจต่อการใช้บริหารช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จากทั้ง 7 ด้าน พบร่วมด้วยความพึงพอใจต่อการใช้บริการช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน ด้านราคาก่า วัสดุก่อสร้าง อัญญิสระดับมาเป็นอันดับที่ 1 ประเด็นที่พึงพอใจ คือ การแจ้งรายการก่อนการให้บริการ รองลงมาคือ ราคามหาศาลกับวัสดุที่เลือกใช้ และอันดับสุดท้ายคือราคามหาศาลกว่าบริษัท/ห้างร้านทั่วไป เมื่อทำการทดสอบสมมติฐาน พบร่วม ผู้ใช้บริการช่างชุมชนบางบัว ที่มีการศึกษาอาชีพและรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่พบว่า ผู้ใช้บริการช่างชุมชนบางบัว ที่มีเพศและอายุแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จการพัฒนาธุรกิจช่างชุมชนบางบัว คือการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายธุรกิจช่างชุมชนบางบัว ด้านการบริหารการจัดการธุรกิจ ความยุติธรรม ความพร้อมของอุปกรณ์ และส่งเสริมด้านการโฆษณาและการ

ประชาสัมพันธ์ และแนวทางการพัฒนาการตลาดช่างชุมชนบางบัว ให้ประสบความสำเร็จคือการพัฒนารูปแบบช่างชุมชนบางบัวรูปแบบเชิงพาณิชย์ การพัฒนาบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้นำเชิงพาณิชย์ การพัฒนาการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายธุรกิจช่างชุมชนบางบัว และการจัดทำแหล่งเงินทุนทุนภายนอกสนับสนุนในอัตราดอกเบี้ยต่ำ เช่น ธนาคารออมสิน สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.)

## ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้กิจการช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขน ภายนอกที่มีเหตุจุงใจ การเลือกใช้บริการช่างชุมชนบางบัว เพื่อทราบข้อมูลที่แท้จริงของผู้บริโภค ซึ่งผู้ใช้บริการมีความต้องการที่แตกต่างกัน รวมทั้งสภาพเศรษฐกิจ สภาพการแข่งขันทางการตลาด เพื่อข้อมูลเป็นแนวทางการพัฒนาการตลาดช่างชุมชน

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณศูนย์ส่งเสริมวิจัยและผลิต ตัวรับมหาวิทยาลัยเกริก ที่สนับสนุนทุนและเวลาในการวิจัยครั้งนี้ ทำให้งานวิจัยสำเร็จไปด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาชุมชน. (2547). โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืนโดยการพัฒนาศักยภาพ และเชื่อมโยงการทำงานกับเครือข่ายภาคประชาชนในระดับตำบล/อำเภอ/จังหวัด (สำเนา).
- กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2547) คู่มือบ้านมั่นคงแผนการปฏิบัติการเพื่อพัฒนาชุมชนและอัตลักษณ์. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน.(องค์การมหาชน)
- ใจแก้ว แคมเงิน (2557). การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาธุรกิจสปาในจังหวัดราชสีมา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่33 ฉบับที่ 6 พฤษภาคม – ธันวาคม 2557
- นัตรพร เสอมใจ. (2547). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ.บริษัทเอ็กเบอร์เน็ท.
- ชัยสมพล ชาวะประเสริฐ. (2549). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ชีเอ็ดดูเคนชั่น.
- นวลจันทร์ โชคิคุณากร.(25..). รายงานการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดช่างชุมชนบางบัว เขตบางเขนกรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก ศูนย์ส่งเสริมวิจัยและผลิตตำรา ประสบสุข ขอบเขตทำกิจ และ สาย หลักเมือง. (2557). การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรโดยประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับผลิตภัณฑ์ดอกไม้ใบยางพารา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่33 ฉบับที่ 6 พฤษภาคม – ธันวาคม 2557
- ประวิชาติ วัลย์เสถียร, จิตติ มงคลชัยอรัญญาและโภวิทย์ พวงงาม. (2546). นโยบายและมาตรการในการส่งเสริมธุรกิจชุมชน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เอส.เอส.เพรินติ้ง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดดิจิทัลใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด
- อุดมลย์ ชาตุรงค์กุล. (2545) การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kotler, Philip. (2009). *Marketing Management*. 13<sup>th</sup>ed. The United States of American: Pearson Education, Inc.
- Mowen, J.& Minor.(1998). *Consumer Behavior*.5<sup>th</sup>ed Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Schiffman, Leon G and Leslie Lazar Kanuk.(1997). *Consumer Behavior*.5<sup>th</sup>ed.Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall.