

ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการ
ธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา

EFFECT OF SOUTHERN VIOLENCE TO THE OWNER OF
BUILDING MATERIAL BUSINESSES IN YALA PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

คณะกรรศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. ๒๕๕๒

KMITL-2009-ED-M-251-029

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

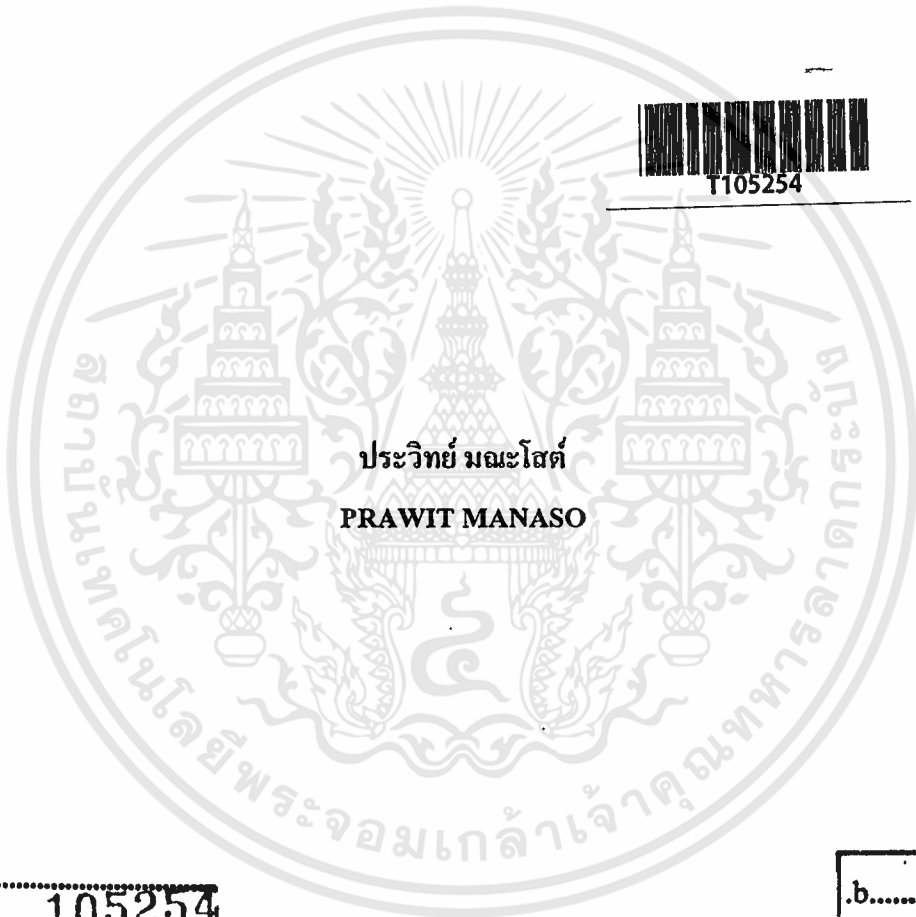
ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการ

ธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา

EFFECT OF SOUTHERN VIOLENCE TO THE OWNER OF
BUILDING MATERIAL BUSINESSES IN YALA PROVINCE



T105254



ประวิทย์ มณะโสตร์
PRAWIT MANASO

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....105254
วัน,เดือน,ปี.....1 7 พ.ย. 2552

.b.....
.i.....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2552

KMITL-2009-ED-M-251-029

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**EFFECT OF SOUTHERN VIOLENCE TO THE OWNER OF
BUILDING MATERIAL BUSINESSES IN YALA PROVINCE**

PRAWIT MANASO



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL MANAGEMENT
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2009

KMITL-2009-ED-M-251-029

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2009

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะกรรมการอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา
Effect of Southern Violence to the Owner of Building Material Businesses
in Yala Province

นักศึกษา นายประวิทย์ มณะโสค์

รหัสประจำตัว 50064151

ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.จิระเสกข์ ตรีเมฆคุณทร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รศ.อดิनुช กาญจนพิบูลย์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ลายมือชื่อ
ผศ.ดร.มนัส ไพบูลย์เจริญพงศ์	
ผศ.ดร.จิระเสกข์ ตรีเมฆคุณทร	
รศ.อดิनुช กาญจนพิบูลย์	
รศ.ดร.วลัยลักษณ์ อัครธีระวงศ์	
ดร.ธีระ ชินภัทร รามเคชะ	

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 4 พฤษภาคม 2552 เวลา 10.00 – 10.30 น.

สถานที่สอบ ณ ห้องเรียนปริญญาเอก คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะกรรมการอุตสาหกรรมรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

วันที่.....๒๕.....เดือน.....พฤษภาคม.....พ.ศ. 2552..

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการ
ธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา

นักศึกษา

นายประวิทย์ มณะโสค์

รหัสประจำตัว

50064151

ปริญญา

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

การจัดการอุตสาหกรรม

พ.ศ.

2552

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผศ.ดร. จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

รศ. อติณัฐ กาญจนพิบูลย์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาใน ด้านการลงทุน ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ และด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย (2) เปรียบเทียบระหว่างลักษณะที่แตกต่างกันของลักษณะของสถานประกอบการกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ซึ่งทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 61 ราย สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การเปรียบเทียบรายคู่และการทดสอบ t-test ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและในแต่ละด้านอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย ด้านการบริหารจัดการและด้านการลงทุน ส่วนด้านที่อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ด้านการตลาด นอกจากนี้ยังพบว่าลักษณะของสถานประกอบการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 ได้แก่ ลักษณะทางด้านการตลาดและระยะเวลาการดำเนินงาน ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน และในส่วนของลักษณะของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ได้แก่ ลักษณะการลงทุน ขนาดของเงินลงทุนและลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ไม่แตกต่างกัน

Thesis Title	Effect of Southern Violence to the Owner of Building Material Businesses in Yala Province
Student	Mr. Prawit Manaso
Student ID.	50064151
Degree	Master of Science
Program	Industrial Management
Year	2009
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Jirasek Trimetsoontorn
Thesis Co-Advisor	Associate Professor Atinuch Kanchanapiboon

ABSTRACT

The objectives of this research were; (1) To study the level of effect from southern violence to the owner of building material businesses in Yala province on investment, marketing, management, transportation and distribution. (2) To compare between different category of the owner of building material businesses and effect from southern violence with to the owner of building material businesses in Yala. The data were collected by using questionnaires from simple random 61 enterprises sampling. The statistics used in this research were the value of percentage, arithmetic mean, standard deviation, One-way ANOVA, LSD and t-test for testing hypothesis. The research was found that the effect from southern violence with the owner of building material businesses in Yala province in overall were in moderate level which were pointed in as investment, management, transportation and distribution. On the other hand, the marketing is pointed in the low level. Beside of the different owner characteristic were significance 0.01 as marketing characteristic and Operation period has effected from southern violence to the owner of building material businesses Yala province were different. For different the owner characteristic were significance 0.05 as Investment characteristic, Capital Size and Distribution characteristic has effected from southern violence to the owner of building material businesses Yala province were not different.

กิตติกรรมประกาศ

ผู้จัดทำวิทยานิพนธ์ ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รองศาสตราจารย์ อติษฐ กาญจนพิบูลย์ เป็นอย่างสูง ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำปรึกษา ชี้แนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ รวมถึงติดตามความก้าวหน้าของการจัดทำวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่มาโดยตลอด จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความอนุเคราะห์จากท่าน และกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ ดร.ธีระ ชินภัทร รามเดชะ รองศาสตราจารย์ วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.วัลย์ลักษณ์ อัครีวงศ์ที่สละเวลาอันมีค่าในการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ รวมถึงการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และช่วยแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยและมีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ณัฐวุฒิ โรจน์นิรุตติกุล อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาและสังคม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คุณปพนศักดิ์ เกรียรดี กิ่งชยีน คณะกรรมการผู้บริหาร บริษัท บริษัททะเลน่านำรุ่ง จำกัด และคุณอัญญา ยิ่งชนม์เจริญ กรรมการผู้จัดการ บริษัทนำรุ่งเคหะภัณฑ์ จำกัด ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือด้านการตรวจสอบแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ประจำภาควิชาภาษาและสังคม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม บัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณตัวแทนธุรกิจของสถานประกอบการวิศุก่อสร้างในจังหวัดยะลาทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอย่างดีและครบถ้วนสมบูรณ์ รวมถึงข้อเสนอแนะเพื่อเป็นข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณในคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้อง ที่คอยดูแลตลอดระยะเวลาในการศึกษา รวมถึงเพื่อนๆ ทุกคน ที่คอยให้กำลังใจและส่งเสริมการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ตลอดระยะเวลาจนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

คุณค่าอันเป็นประโยชน์พึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบพระคุณแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน อนึ่ง หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขอกราบอภัยและน้อมรับมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ประวิทย์ มณะโสตร์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.4 กรอบแนวความคิดของการวิจัย.....	5
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	7
1.7 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	7
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง.....	11
2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการลงทุน.....	11
2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด.....	15
2.1.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ.....	23
2.1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการขนส่งและการจัดจำหน่าย.....	26
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง.....	28
2.2.1 ลักษณะสถานประกอบการ.....	29
2.2.2 การจัดแบ่งขนาดสถานประกอบการ.....	29
2.2.3 สภาพแรงงาน.....	30
2.2.4 โครงสร้างต้นทุน.....	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง.....	31
2.2.6 ลักษณะการลงทุน.....	31
2.2.7 ขนาดของเงินลงทุน.....	35
2.2.8 ระยะเวลาการดำเนินงาน.....	37
2.2.9 แนวคิดทางการเงิน.....	41
2.2.10 ลักษณะทางด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย.....	44
2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจรับเหมาก่อสร้างและวัสดุก่อสร้างของประเทศไทย.....	45
2.3.1 ลักษณะของอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง.....	45
2.3.2 การผลิตผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง.....	46
2.3.3 การตลาดธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง.....	47
2.3.4 การแข่งขันของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง.....	47
2.3.5 นโยบายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง.....	48
2.3.6 อุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง (ที่อยู่อาศัย).....	49
2.3.7 ลักษณะของอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง (ที่อยู่อาศัย).....	49
2.3.8 การตลาดของอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง (ที่อยู่อาศัย).....	49
2.3.9 การผลิตผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง(ที่อยู่อาศัย).....	50
2.3.10 ปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง.....	50
2.3.11 นโยบายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง (ที่อยู่อาศัย).....	51
2.3.12 แนวโน้มในปี 2551 ของอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง.....	51
2.3.13 ลักษณะของอุตสาหกรรมธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง.....	53
2.3.14 การผลิตของอุตสาหกรรมธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง.....	53
2.3.15 การตลาดของอุตสาหกรรมธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง.....	54
2.3.16 กลุ่มเป้าหมายและแนวโน้มของอุตสาหกรรมธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง.....	55
2.3.17 นโยบายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง.....	55
2.3.18 โอกาสของ SME ในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างและธุรกิจวัสดุก่อสร้าง.....	55
2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	56

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	65
3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	65
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	66
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	67
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	68
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	71
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	77
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของผู้ประกอบการ.....	77
4.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง.....	80
4.3 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระหว่างลักษณะของสถาน ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาที่แตกต่างกันกับผล กระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา.....	90
4.4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่เกิด ผลกระทบอย่างมากต่อสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในปัจจุบันและ อนาคตและข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ในพื้นที่จังหวัดยะลาจากแบบสอบถามปลายเปิด.....	105
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	107
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	108
5.1.1 ข้อมูลภูมิลักษณะของสถานประกอบการ.....	108
5.1.2 ความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความ ไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา.....	108

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.1.3 ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบอย่างมากต่อผู้ประกอบการวัสดุก่อสร้าง ในพื้นที่จังหวัดยะลาหรือภาคใต้.....	109
5.1.4 การเปรียบเทียบลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัด ยะลากับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา.....	110
5.2 อภิปรายผล.....	111
5.2.1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ.....	111
5.2.2 ระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ในพื้นที่จังหวัดยะลา ทั้ง 4 ด้าน.....	112
5.2.3 การเปรียบเทียบระดับผลกระทบจากจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการ ธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน.....	113
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	115
5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้.....	115
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	115
บรรณานุกรม.....	117
ภาคผนวก.....	120
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	121
ภาคผนวก ข หนังสือขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	129
ประวัติผู้เขียน.....	133

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ข้อดี-ข้อเสียของเครื่องจักรเกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการวัดขนาดของอุตสาหกรรม.....	36
2.2 การลงทุนสร้างงานในลักษณะสัมปทานโครงการ.....	46
3.1 รายชื่อผู้ทรงวุฒิสำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	67
3.2 คะแนนระดับผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างจากเหตุการณ์ความไม่สงบใน พื้นที่จังหวัดยะลา.....	69
3.3 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ.....	70
3.4 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA.....	75
4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ในพื้นที่จังหวัดยะลา.....	78
4.2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับผลกระทบ และการจัดลำดับ ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการลงทุน ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง.....	80
4.3 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับผลกระทบ และการจัดลำดับ ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการตลาด ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง.....	81
4.4 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับผลกระทบ และการจัดลำดับ ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการบริหารการจัดการ ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง.....	83
4.5 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับผลกระทบ และการจัดลำดับ ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง.....	86
4.6 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับผลกระทบ และการจัดลำดับ ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา โดยรวมทุกด้าน ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง.....	90
4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบลักษณะการลงทุนที่แตกต่างกัน กับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ในแต่ละด้าน โดยวิธี t-test.....	91

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบขนาดของเงินลงทุนของสถานประกอบการที่แตกต่างกันกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาในแต่ละด้าน โดยวิธี One-way ANOVA.....	92
4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการที่แตกต่างกันกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ในแต่ละด้าน โดยวิธี One-way ANOVA.....	94
4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่มีระยะเวลาการดำเนินงานต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	95
4.11 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ในแต่ละด้าน โดยวิธี t-test.....	99
4.12 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบลักษณะทางการตลาดที่แตกต่างกัน กับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาในแต่ละด้าน โดยวิธี One-way ANOVA.....	100
4.13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่มีลักษณะทางการตลาดต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	102

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบความคิดในการวิจัย	6
2.1 ส่วนประสมทางการตลาด	19
2.2 รูปแบบสถานประกอบการก่อสร้าง	29
2.3 สถานประกอบการก่อสร้างแยกตามภูมิภาค	30
2.4 แนวโน้มแรงงานในการก่อสร้าง.....	30
2.5 ปัจจัยการผลิตสาขาก่อสร้าง	31
2.6 การลงทุนในด้านการก่อสร้างจากภาครัฐและเอกชน.....	45



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์ความไม่สงบในภาคใต้ของประเทศไทย หรือ ไฟใต้ เป็นเหตุการณ์รุนแรงที่เกิดขึ้นใน 3 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ นราธิวาส ปัตตานี และยะลา ซึ่งเกิดมาจากปัญหาความขัดแย้งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมีเหตุการณ์ลอบทำร้าย วางเพลิง วางระเบิด ก่อการร้าย และจลาจลเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้มีการแพร่ภาพเป็นข่าวไปทั่วโลก และมีการติดตามเหตุการณ์จากนานาชาติอย่างใกล้ชิด ซึ่งเกิดมาจากปัญหาความขัดแย้งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมีเหตุการณ์ลอบทำร้าย วางเพลิง วางระเบิด ก่อการร้าย และจลาจล เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้มีการแพร่ภาพเป็นข่าวไปทั่วโลก และมีการติดตามเหตุการณ์จากนานาชาติอย่างใกล้ชิด ซึ่งเกิดปัญหาของการก่อความไม่สงบในรูปแบบต่างๆ เช่น การลอบวางระเบิดบริษัทห้างร้าน แหล่งชุมชน วัด และสถานที่ราชการต่างๆ รวมไปถึงการลอบทำร้ายกลุ่มประชาชนทั่วไปและข้าราชการของรัฐ ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้ทำให้ประชาชนในเขตพื้นที่หวาดกลัวในความไม่ปลอดภัยของชีวิตจากเหตุการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้น รวมไปถึงความไม่ปลอดภัยของผู้ประกอบธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ปัญหาความไม่สงบทำให้วงจรการดำเนินชีวิตประจำวันเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เช่น ลักษณะของการทำงาน ลักษณะทางสังคม การคมนาคม การศึกษา สภาพคล่องทางเศรษฐกิจทั้งด้านการลงทุน ธุรกิจ เป็นต้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจคือกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้ก่อความไม่สงบที่จะลอบทำร้าย จากเหตุการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจมีรายได้ลดลงบางส่วนขาดทุน บางส่วนไม่กล้าทำการลงทุนเพิ่ม ส่วนทางด้านการตลาดของวัสดุก่อสร้างเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตามเหตุการณ์ของความไม่สงบ เช่น การขนส่ง การสั่งซื้อ การจัดจำหน่าย ทำให้สภาพเศรษฐกิจในด้านอุตสาหกรรมมีการสภาพคล่องลดลงส่วนภาคการลงทุน ในธุรกิจก่อสร้างปรับลดลงมาก เนื่องจากนักลงทุนไม่มั่นใจในความปลอดภัย จึงชะลอการลงทุน และผู้ประกอบการประสบกับปัญหาขาดแคลนแรงงาน เพราะการอพยพย้ายถิ่น และแรงงานบางส่วนไม่ยอมทำงานล่วงเวลาสำหรับผลกระทบจากปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

จังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส เป็น 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีประชากร จำนวน 1.7 ล้านคนประชากรส่วนใหญ่ หรือ ประมาณกว่าร้อยละ 80 นับถือศาสนาอิสลาม ปัจจุบันพื้นที่จังหวัดชายแดน โดยเฉพาะ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส กำลังประสบปัญหาความไม่สงบที่มีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง มีเหตุการณ์ความไม่เรียบร้อยเกิดขึ้นค่อนข้างบ่อย มีการทำลายทรัพย์สินของทางราชการ โดยการเผาโรงเรียนและที่ทำการของหน่วยงานราชการ การทำร้าย

ร่างกายเจ้าหน้าที่ของรัฐ รวมถึงการสังหารพระภิกษุ การจับกุมผู้ก่อความไม่สงบ การหายตัวไปของราษฎร หรือ ผู้นำศาสนาอิสลาม เป็นต้น ปัญหาความรุนแรงในพื้นที่ดังกล่าวทำให้รัฐบาลต้องประกาศกฎอัยการศึก ในหลายพื้นที่ ซึ่งก็มีผลกระทบต่อประชาชน ทำให้ไม่สามารถดำรงชีพตามวิถีปกติได้ และรู้สึกขาดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาสามจังหวัดชายแดนนี้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของภูมิภาค โดยเฉพาะจังหวัดสตูล และสงขลา ซึ่งเป็นจังหวัดชายแดนที่มีระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่เชื่อมโยงต่อกัน ผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และผลกระทบทางสังคมที่ประชาชนในพื้นที่ขาดความมั่นใจถึงกลไกการคุ้มครองจากรัฐ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง และฝ่ายอื่นๆ ของรัฐเกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปัจจุบันยังไม่มี การประเมินความเสียหายทางสังคมและเศรษฐกิจออกมาเป็นเชิงตัวเลข กรณี เหตุการณ์ ความ ไม่สงบใน สาม จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นเรื่องสำคัญและเร่งด่วนที่รัฐบาลต้องรีบแก้ไข ในรอบ 4 เดือน ตั้งแต่หลังปีใหม่ 2547 เป็นต้นมา รัฐบาลได้ใช้ หลาย มาตรการ ทั้ง การปราบปราม การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ มีการเปลี่ยนแปลงผู้รับผิดชอบระดับสูงในกระทรวงสำคัญ คือ กระทรวงกลาโหม กระทรวงมหาดไทย และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ แต่สถานการณ์ความรุนแรง และการทำร้ายเจ้าหน้าที่พนักงานฝ่ายปกครอง และประชาชนยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง และเหตุการณ์ความ ไม่สงบเรื้อรังที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2547 นอกจากนี้ภาพการปราบปรามที่รุนแรงในวันดังกล่าว ได้มีผลสะท้อนต่อภาพพจน์ของความเป็นรัฐสันติของรัฐไทยในสายตาของประชาชน ไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมาก ซึ่งรัฐบาลก็ได้พยายามที่จะเยียวยา ทำความเข้าใจ และบรรเทาความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งด้านทรัพย์สิน ซึ่งอาจต้องใช้เวลาและมาตรการที่เหมาะสมเพื่อการแก้ไขปัญหาในระยะยาวต่อไป (บุญบง ชัยเจริญวัฒน์. 2547)

สำหรับในปี 2548 คาดการณ์ว่ามูลค่าความเสียหายจะลดลงเหลือ 0.11 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) แต่หากปัญหาต่างๆ ในชายแดนภาคใต้ ยังคงยืดเยื้อต่อไปก็ย่อมจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของ 3 จังหวัดให้หดตัวลงมากขึ้น และสุดท้ายจะกระทบจะกระทบต่อเศรษฐกิจของทั้งประเทศส่วนผลกระทบในเรื่องการลงทุน ได้รับผลที่รุนแรงมูลค่าการลงทุนลดลงอย่างมาก โดยเฉพาะในเรื่องการก่อสร้าง ซึ่งในจังหวัดนครราชสีมาการลงทุนลดลง 18.5% เนื่องจากความต้องการที่อยู่อาศัยลดลงมาก และขาดแคลนแรงงานในการก่อสร้าง รวมทั้งยังมีปัญหาราคาวัสดุก่อสร้างแพงขึ้นประมาณ 20-30% ด้านจังหวัดยะลาการก่อสร้างลดลง 42.5% และจังหวัดปัตตานีการก่อสร้างลดลง 47% (อิทธิ พิศาลวานิช. 2548)

อุตสาหกรรมภาคการก่อสร้างถือเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจภายในประเทศ ซึ่งเห็นได้จากเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทุกฉบับจะมีการก่อสร้างเป็นเป้าหมายในด้านการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป้าหมายการขยายตัวทางเศรษฐกิจจะประกอบด้วย ภาคการเกษตรและนอกภาคการเกษตร (นอกภาคการเกษตรมีดังนี้

อุตสาหกรรมก่อสร้าง และอื่นๆ) ดังนั้นการก่อสร้างจึงเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจในด้านการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจนอกภาคการเกษตรสาขาหนึ่ง นอกจากนี้การก่อสร้างยังเป็นพื้นฐานของการก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง การขยายตัวทางด้านที่อยู่อาศัยรวมทั้งอุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จะเห็นว่าอุตสาหกรรมก่อสร้างล้วนแล้วแต่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น ดังนั้นการลงทุนการก่อสร้างจึงถูกกำหนดอยู่ในเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทุกฉบับ (จุฑาพร ดันติเฉลิมพันธ์, 2539)

อุตสาหกรรมก่อสร้าง เป็นอุตสาหกรรมที่มีอิทธิพลต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศสูง โดยที่ตัวเลข GDP หรืออัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเกือบ 10% เป็นอัตราการเติบโตจากการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยคาดว่าในปี พ.ศ. 2547 อุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทยจะมีอัตราการเติบโตกว่า 10% วงเงินในการลงทุนก่อสร้างไม่ต่ำกว่า 5-6 แสนล้านบาท ซึ่งวงเงินลงทุนดังกล่าวเป็นอัตราการขยายตัวในการลงทุนด้านก่อสร้างเพิ่มมากขึ้นถึง 17% ของภาคเอกชนและ 16% สำหรับภาครัฐ อีกทั้งภาพของอุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทยในช่วงระยะเวลา 3-4 ปีที่ผ่านมา ได้เปลี่ยนแปลงไปจากจำนวนผู้ที่ได้รับการอนุมัติการก่อสร้างทั้งหมด โดยพบว่า ส่วนใหญ่อยู่นอกเขตเทศบาล เช่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผู้ได้รับการอนุมัติการก่อสร้างที่อยู่นอกเขตเทศบาลทั้งสิ้น 62% และภาคใต้ก็มีผู้ได้รับการอนุมัติการก่อสร้างนอกเขตเทศบาล 52% เป็นต้น ดังนั้น จะเห็นได้ว่า Momentum ของการก่อสร้างในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปเมื่อภาคอุตสาหกรรมก่อสร้างมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นภาคอุตสาหกรรมที่มีผลโดยตรง ต่อเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ ความสำคัญของการมีองค์กรหรือหน่วยงานเพื่อบริหารจัดการอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทยจึงเป็นสิ่งที่ต้องตระหนักถึงอย่างจริงจัง ซึ่งหากพิจารณาถึงความเหมาะสมของการมีหน่วยงานหรือองค์กร เพื่อรับผิดชอบดูแลภาคอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทยแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความเกี่ยวข้องของหน่วยงานอื่นๆ ด้วย เนื่องจากประเทศไทยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมก่อสร้างหลายหน่วยงาน ดังนั้นการมีหน่วยงานที่ต้องเข้ามารับผิดชอบและกำกับดูแลอย่างจริงจัง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐจะต้องเข้ามาร่วมกำกับดูแล เพื่อประสานงาน ระหว่างหน่วยงาน เช่นเดียวกับแนวทางการดำเนินงาน ในปัจจุบัน ที่ภาครัฐได้แบ่งเป็น Cluster ของกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกัน (สมชัย ว่องอรุณ, 2547)

การคาดการณ์ถึงภาวะเศรษฐกิจในอนาคตว่า อาจเกิดฟองสบู่ (Bubble) ขึ้นอีก ซึ่งพิจารณาจากภาพรวมที่เกิดขึ้นดูเหมือนจะเป็นปัญหาซ้ำซ้อนเช่นเดียวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2540 เพราะรัฐบาลกำลังกระตุ้นให้เกิดการก่อสร้าง โดยทุ่ม งบประมาณเพื่อส่งเสริมภาคการก่อสร้าง แต่ขณะเดียวกัน การดำเนินงานดังกล่าวกลับส่งผลให้เกิดการขาดแคลนแรงงาน และปัญหาด้านราคาวัสดุก่อสร้าง ทำให้ผู้รับเหมาต้องแบกรับภาระที่เกิดขึ้น และไม่สามารถดำเนินการได้ในที่สุด ส่วนปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในครั้ง นี้ ได้มีสัญญาณเตือนให้ดำเนินการบริหารจัดการ

ล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ เพื่อเตรียมตัวรองรับปัญหาที่จะเกิดขึ้น “ อุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทยต้องการ นโยบายที่พิจารณาถึงภาพรวมทั้งหมด หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจึงต้องรับผิดชอบร่วมกัน เพื่อให้อุตสาหกรรม ก่อสร้างมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทั้งนี้ การบริหาร ดำเนินการต่างๆ โดยภาครัฐจะต้องสามารถแก้ปัญหาต่างๆ ได้พร้อมกัน ”

อุตสาหกรรมก่อสร้างเป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากวิกฤติเศรษฐกิจในประเทศไทยปี 2540 จากมูลค่า 710,224 ล้านบาท ลดลงเหลือเพียง 412,522 ล้านบาทในปี 2543 หรือลดลงโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 14.0 ต่อปี ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อการจ้างงานและอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างให้ชะงักงันเช่นกัน อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมก่อสร้างเริ่มฟื้นตัวขึ้นตั้งแต่ปี 2544 โดยมีมูลค่ารวม 430,105 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ร้อยละ 4.3 จวบจนกระทั่งในปี 2546 การก่อสร้างเติบโตสูงมีมูลค่ารวม 488,195 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2545 ร้อยละ 8.1 (โชคชัย กิจเกษมทวีสิน. 2547)

จากความสำคัญของปัญหา ทำให้ผู้วิจัย สนใจศึกษาถึงผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างจากความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา เพื่อทราบถึงระดับปัญหาและอุปสรรคและข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการเพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานของภาครัฐบาลและส่วนของเอกชนที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มีข้อมูลพื้นฐานเพื่อใช้สำหรับประกอบการพิจารณาในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์หรือทำการช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาจำแนกตามลักษณะของสถานประกอบการ ได้แก่ 1.ลักษณะการลงทุน 2. ขนาดของเงินลงทุน 3. ระยะเวลาการดำเนินงาน 4. ลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 5. ลักษณะทางการตลาด

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : ลักษณะการลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : ขนาดของเงินลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 : ระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 : ลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 : ลักษณะทางด้านการตลาดของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

1.4 กรอบแนวความคิดของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ทั้งนี้ผู้วิจัยซึ่งอาศัยอยู่ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้และอยู่ในธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ได้รับรู้ถึงผลกระทบด้านต่างๆ ของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่เกิดขึ้นหลังจากเกิดความไม่สงบขึ้นในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา และส่วนหนึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาและคัดแปลงจากกรอบความคิดงานวิจัยที่เกี่ยวกับผลกระทบของ ปรียาภรณ์ ศรีวิรัตน์ (2547) วิจัยเรื่อง ผลกระทบของเขตการค้าเสรีอาเซียนต่ออุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลายในประเทศไทย และ รุ่งทิวา สุวรรณรัตน์ (2550) วิจัยเรื่องผลกระทบจากมาตรฐานการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการค้า (ทริมส์) ที่มีต่ออุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ผู้วิจัยได้นำเสนอกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 1.1

ตัวแปรต้น (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาถึงผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา

1.5.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้แก่ตัวแทนธุรกิจของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่ตั้งอยู่ในจังหวัดยะลา จำนวน 79 ราย (จากรายชื่อสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดยะลา กรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นข้อมูลเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2551)

1.5.2 ตัวแปรที่ศึกษา

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรต้น (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1.5.2.1 ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ได้แก่

1. ลักษณะการลงทุน
2. ขนาดของเงินลงทุน
3. ระยะเวลาการดำเนินงาน
4. ลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

5. ลักษณะทางด้านการตลาด

1.5.2.2 ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่ใช้ศึกษาผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ได้แก่

1. ด้านการลงทุน
2. ด้านการตลาด
3. ด้านการบริหารการจัดการ
4. ด้านการขนส่ง และการจัดจำหน่าย

1.5.3 ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยนี้จะทำการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาโดยใช้เวลาในการแจกแบบสอบถามให้กับตัวแทนสถานประกอบการ เก็บรวบรวมข้อมูลและสรุปผลการศึกษาดังแต่เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2551 ถึงเดือน มกราคม พ.ศ.2552

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1.6.1 ทราบถึงระดับของผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา

1.6.2 ทราบถึงระดับปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา

1.6.3 ทราบถึงแนวทางข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา

1.6.4 เป็นแนวทางเพื่อให้ภาครัฐบาลรับทราบและสะท้อนแนวทางของผลการดำเนินการของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างจากความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาเพื่อช่วยให้หน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องต่างๆ มีข้อมูลพื้นฐานเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาในการช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา

1.7 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1.7.1 ลักษณะของสถานประกอบการ หมายถึง ลักษณะพื้นฐานทั่วไปของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา โดยในงานวิจัยนี้จะวิจัยเพียง 5 ด้าน ได้แก่ 1. ลักษณะการลงทุน 2. ขนาดของเงินลงทุน 3. ระยะเวลาการดำเนินงาน 4. ลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 5. ลักษณะทางด้านการตลาด

1.7.2 ลักษณะการลงทุน หมายถึง รูปแบบการเป็นเจ้าของธุรกิจโดยใช้สัดส่วนและแหล่งเงินทุนเป็นเกณฑ์ สัดส่วนของเงินทุนว่าเป็นของชาวไทย หรือชาวต่างชาติ หรือเป็นการร่วมทุนกัน

1.7.3 ขนาดของเงินลงทุน หมายถึง การแบ่งประเภทของธุรกิจโดยยึดตามขนาดของกิจการ โดยถือหลักเกณฑ์จากจำนวนเงินลงทุน

1.7.4 ระยะเวลาการดำเนินงาน หมายถึง ช่วงระยะเวลาที่ธุรกิจได้ดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้น ก่อตั้งธุรกิจจนถึงปัจจุบัน

1.7.5 ลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หมายถึง สัดส่วนของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภายในพื้นที่จังหวัดยะลา

1.7.6 ลักษณะทางด้านการตลาด หมายถึง กลุ่มตลาดเป้าหมาย กลุ่มผู้บริโภค จำนวนยอด การสั่งซื้อสินค้า การแข่งขันราคาต่อกับคู่แข่งปัจจุบันและคู่แข่งรายใหม่ ภายในพื้นที่จังหวัดยะลา

1.7.7 ด้านการตลาด หมายถึง ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix 4Ps) คือตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และ การจัดจำหน่าย (Place หรือ distribution)

1.7.8 ด้านการบริหารจัดการ หมายถึง องค์ประกอบด้านประยุกต์ใช้ระบบการบริหาร เช่น การวางแผน การจัดการองค์กร การบริหารองค์กร การจัดการเกี่ยวกับอำนาจการต่อรองราคาจากลูกค้าและผู้ขาย การบริการจัดการตัวแทนจำหน่าย การบริหารองค์กรในระดับต่างๆ เช่น จังหวัด และระดับภาค การบริหารจัดการเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมาย การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง การบังคับบัญชา การประสานงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของบุคคลากรในองค์กร

1.7.9 ด้านขนส่งและการจัดจำหน่าย หมายถึง รูปแบบการขนส่งทางถนน ความพร้อมของผู้ประกอบการขนส่ง ประสิทธิภาพ การให้บริการขนส่งจากคลังสินค้าถึงแหล่งบริโภค

1.7.10 ด้านการลงทุน หมายถึง สัดส่วนของการลงทุนและการขยายกิจการ ภายในพื้นที่จังหวัดยะลา

1.7.11 ตัวแทนธุรกิจ หมายถึง กรรมการผู้จัดการ รองผู้จัดการใหญ่ฝ่ายต่าง ๆ ผู้จัดการฝ่ายขาย ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ผู้จัดการสาขา หรือ ตำแหน่งเทียบเท่าในสถานประกอบการธุรกิจวัสดุ ก่อสร้างในจังหวัดยะลา

1.7.12 เหตุการณ์ความไม่สงบ หมายถึง การวางเพลิง วางระเบิด ก่อการร้าย การจลาจล และความไม่ปลอดภัยผู้ประกอบการธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ปัญหาความไม่สงบ ทำให้วงจรการค้าเนินชีวิตประจำวัน การดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลงรูปแบบหรือวิธีการจัดการของการลงทุน การขนส่ง การตลาด และการบริหารการจัดการของธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

1.7.13 ผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่จำหน่ายวัสดุก่อสร้างโดยมีสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างทั้งหมดจำนวน 79 รายในจังหวัดยะลา (จากรายชื่อสำนักงานพัฒนาธุรกิจจังหวัดยะลา กรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นข้อมูลเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2551)

1.7.14 พื้นที่จังหวัดยะลา หมายถึง จังหวัดยะลาเป็นจังหวัดที่อยู่ใต้สุดของประเทศไทย มีพื้นที่ประมาณ 4,521 ตารางกิโลเมตรแบ่งออกเป็น 8 อำเภอคือ อำเภอเมือง อำเภอเบตง อำเภอบันนังสตา อำเภอยะหา อำเภอรามัน อำเภอธารโต อำเภอกาบัง และอำเภอกรงปินัง (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดยะลา. 2551)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ วารสาร รายงานการวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถกำหนด กรอบแนวคิดที่จะใช้เป็นแนวทางในการศึกษาผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจ วัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ได้ครอบคลุมและชัดเจนขึ้น ซึ่งประกอบด้วยสาระสำคัญ ตามลำดับดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง
 - 2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการลงทุน
 - 2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด
 - 2.1.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
 - 2.1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการขนส่งและการจัดจำหน่าย
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง
 - 2.2.1 ลักษณะสถานประกอบการ
 - 2.2.2 การจัดแบ่งขนาดสถานประกอบการ
 - 2.2.3 สภาพแรงงาน
 - 2.2.4 โครงสร้างต้นทุน
 - 2.2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง
 - 2.2.6 ลักษณะการลงทุน
 - 2.2.7 ขนาดของเงินลงทุน
 - 2.2.8 ระยะเวลาการดำเนินงาน
 - 2.2.9 แนวคิดทางการเงิน
 - 2.2.10 ลักษณะทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย
- 2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจรับเหมาก่อสร้างและวัสดุก่อสร้างของประเทศไทย
- 2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัตถุประสงค์สร้าง

2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการลงทุน

2.1.1.2 ความหมายของการลงทุน

การลงทุน (Investment) หมายถึง กระบวนการที่ผู้ลงทุนเลือกที่จะชะลอการใช้จ่ายในปัจจุบัน เพื่อสร้างความมั่งคั่งให้เพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการซื้อหลักทรัพย์หรือตราสารการเงินประเภทต่าง ๆ เช่น ตราสารทุน ตราสารหนี้ หรือด้วยวิธีการอื่น ๆ โดยมุ่งหวังเพื่อให้ได้รับกระแสเงินสดจากการลงทุนนั้น ๆ และมุ่งหวังให้หลักทรัพย์ หรือตราสารการเงินที่ลงทุนไป มีมูลค่าสูงขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้คุ้มกับต้นทุนค่าเสียโอกาส และเพื่อชดเชยอำนาจซื้อที่สูญเสียไป อันเนื่องมาจากภาวะเงินเฟ้อ รวมทั้งชดเชยความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการลงทุนในหลักทรัพย์ หรือตราสารการเงิน ตลอดช่วงระยะเวลาลงทุน (สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2548 : 2)

2.1.1.2 ผลตอบแทน

เมื่อผู้ลงทุนตัดสินใจนำเงินที่มีอยู่มาลงทุน สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ผู้ลงทุนต้องพิจารณา คือ ผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนนั้นจะได้รับควรเป็นเท่าใด ซึ่งผลตอบแทนหมายถึง ความมั่งคั่งที่จะเกิดขึ้นจากการลงทุน เนื่องจากในการลงทุนใด ๆ นั้น ผู้ลงทุนเลื่อนการบริโภคในปัจจุบันออกไป เพื่อหวังว่าจะมีความมั่งคั่งเพิ่มขึ้นและบริโภคได้มากขึ้นในอนาคต ดังนั้นผลตอบแทนจากการลงทุนจึงเกี่ยวข้องข้องกับการเปลี่ยนแปลงของความมั่งคั่งที่เกิดขึ้นจากการลงทุน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของความมั่งคั่งที่เกิดขึ้นนี้ เกิดมาจากกระแสเงินสดรับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น เงินปันผล หรืออาจเกิดจากราคาของหลักทรัพย์ที่เปลี่ยนแปลงไปก็ได้ (สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2548 : 3)

2.1.1.2.1 อัตราผลตอบแทน จีรต์น์ สัจจ์แก้ว (2545 : 37) กล่าวว่าไว้ว่า ผลตอบแทนจากการลงทุนประเภทต่าง ๆ มักแสดงในรูปของร้อยละ โดยเปรียบเทียบกับเงินลงทุนต้นงวด และมักคิดต่อระยะเวลาหนึ่งปี โดยเรียกรวม ๆ ว่า “อัตราผลตอบแทน” อันเป็นตัวบ่งบอกถึงผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนได้รับหรือจะได้รับในหนึ่งงวดจากการลงทุนประเภทนั้น ๆ ผู้ลงทุนจะใช้อัตราผลตอบแทนเปรียบเทียบกับความเสี่ยงที่ต้องเผชิญ และ/หรือ เปรียบเทียบกับการลงทุนประเภทอื่น ๆ ต่อไป อัตราผลตอบแทนของการลงทุนใด ๆ คำนวณได้จากการเปรียบเทียบผลตอบแทนรวมจากการลงทุนกับเงินต้นงวดในรูปของร้อยละ ดังนี้

$$\text{อัตราผลตอบแทน} = \frac{\text{กระแสเงินสดรับ} + (\text{มูลค่าปลายงวด} - \text{มูลค่าต้นงวด})}{\text{มูลค่าต้นงวด}}$$

1. การคำนวณอัตราผลตอบแทนจากหุ้นสามัญ การคำนวณอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในหุ้นสามัญระยะเวลา 1 ปี มีผลตอบแทนในรูปแบบที่แตกต่างกัน จึงต้องปรับใช้ตามความเหมาะสม ดังนี้

1.1 อัตราผลตอบแทนกรณีมีเงินปันผล อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในหุ้นสามัญในระยะเวลา 1 ปี (Holding period return 1 year) โดยผู้ออกหลักทรัพย์มีการจ่ายเงินปันผล

$$R = \frac{D_t + (P_{mt} - P_{m,t-1})}{P_{m,t-1}} \quad (2.1)$$

โดยกำหนดให้

R = อัตราผลตอบแทนในหุ้นสามัญระยะเวลา 1 ปี

D_t = เงินปันผลรับในช่วงปีที่ t

P_{mt} = ราคาหุ้นสามัญปลายปีที่ t (ราคาขาย)

$P_{m,t-1}$ = ราคาหุ้นสามัญต้นปีที่ t (ราคาซื้อ)

1.2 อัตราผลตอบแทนกรณีมีการให้สิทธิผู้ถือหลักทรัพย์เดิมซื้อ
หลักทรัพย์เพิ่มทุน

$$R = \frac{D_t + (P_{mt} - P_{m,t-1}) + n_t (P_{mt} - P_t)}{P_{m,t-1}} \quad (2.2)$$

โดยกำหนดให้

n_t = จำนวนหลักทรัพย์ใหม่ที่ผู้ถือหลักทรัพย์เดิมมีสิทธิซื้อ ซึ่งมีวันหมดสิทธิซื้อหลักทรัพย์ (XD) ในงวดเวลา t

P_t = ราคาหลักทรัพย์ที่ผู้ถือเดิมมีสิทธิซื้อ

1.3 อัตราผลตอบแทนกรณีมีการแตกหุ้น ในกรณีที่กิจการแตกหลักทรัพย์ ทำให้ราคาตลาดลดลงและจำนวนหลักทรัพย์เพิ่มขึ้น สามารถคำนวณผลตอบแทนในงวดแรกที่กิจการแตกหลักทรัพย์ได้ ดังนี้

$$R = \frac{D_t + (P_{mt} + n_t P_{mt} - P_{m,t-1})}{P_{m,t-1}} \quad (2.3)$$

โดยกำหนดให้

n_t = จำนวนหุ้นใหม่ที่ผู้ถือหุ้นเดิมได้รับเพิ่มจาก
หุ้นเก่า 1 หุ้นภายหลังจากการแตกหุ้น ซึ่งเกิด
ในงวดที่ t เช่น แตกหุ้นจาก 1 หุ้น เป็น 4 หุ้น n_t
จะเท่ากับ 3

1.4 อัตราผลตอบแทนกรณีจ่ายหุ้นปันผล กรณีที่กิจการจ่าย
ปันผลเป็นหุ้นทำให้ผู้ถือหลักทรัพย์มีหลักทรัพย์จำนวนมากขึ้น

$$\bar{R} = \frac{P_{m+1} + n_d P_m - P_m}{P_m} \quad (2.4)$$

โดยกำหนดให้

n_d = จำนวนหุ้นปันผลที่ผู้ถือหลักทรัพย์ได้รับเพิ่ม
จากการถือหลักทรัพย์ 1 หุ้น โดยมีวันหมดสิทธิ
รับหลักทรัพย์ปันผล (XD) ในงวดที่ t

2. การคำนวณค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทน ถ้าผู้ลงทุนมีข้อมูลอัตรา
ผลตอบแทนในอดีตของการลงทุนต่าง ๆ และต้องการทราบอัตราเฉลี่ยของผลตอบแทน สามารถ
คำนวณได้โดย

2.1 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)

$$\bar{R} = \frac{\sum_{i=1}^n R_i}{n} \quad (2.5)$$

โดยกำหนดให้

\bar{R} = อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยโดยวิธีเลขคณิต
 R_i = อัตราผลตอบแทนที่ได้รับในแต่ละงวดตลอด
ระยะเวลาการลงทุน
 n = จำนวนข้อมูลอัตราผลตอบแทน
 $\sum_{i=1}^n R_i$ = $R_1 + R_2 + R_3 + \dots + R_n$

2.2 ค่าเฉลี่ยเรขาคณิต (Geometric mean)

$$\bar{R} = [\prod (R_i + 1)]^{1/n} \quad (2.6)$$

โดยกำหนดให้

$$\bar{R} = \text{อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยโดยวิธีเรขาคณิต}$$

$$\prod (R_i + 1) = (R_1 + 1)(R_2 + 1)(R_3 + 1) \dots (R_n + 1)$$

2.1.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทน

สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2548 : 18) กล่าวว่า การลงทุนใดที่มีระดับความเสี่ยงที่สูง ผู้ลงทุนก็จะคาดหวังผลตอบแทนที่สูงขึ้น เนื่องจากผู้ลงทุนส่วนใหญ่อยู่ภายใต้สมมุติฐานว่าเป็นผู้หลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk averter)

2.1.1.4 พฤติกรรมของผู้ลงทุน

อัญญา ชันวิทย์ (2547 : 78) กล่าวว่า ในการลงทุนกำหนดให้ผู้ลงทุน เป็น “ผู้ที่มีเหตุผลอย่างยิ่ง” (Rational investor) ซึ่งความเป็นผู้มีเหตุผลอย่างยิ่งจะต้องมีลักษณะทั้งสามต่อไปนี้พร้อมกัน คือ

1 ความเป็นผู้ที่นิยมความมั่งคั่ง (Wealth maximizer) ซึ่งแปลผลเป็นพฤติกรรมได้ว่าผู้ลงทุนจะเลือก โครงการที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า และไม่เลือกโครงการที่ให้ผลตอบแทนต่ำกว่า (Prefer more to less) ทั้งนี้ เพราะโครงการที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า จะทำให้ผู้ลงทุนมีความมั่งคั่งสูงที่สุดเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการลงทุน

2 ความเป็นผู้ที่พยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk averter) กำหนดให้ผู้ลงทุนเลือกโครงการที่มีความเสี่ยงต่ำ คือ มีโอกาสน้อยที่ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริงจะคลาดเคลื่อนไปจากผลตอบแทนที่คาดไว้ และพยายามหลีกเลี่ยงโครงการที่มีความเสี่ยงสูง แต่การที่ผู้ลงทุนเป็นผู้ที่พยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยงนั้น มิได้หมายความว่า ผู้ลงทุนจะต้องเลือกโครงการที่มีความเสี่ยงต่ำเสมอไป หรือการที่ผู้ลงทุนเลือกโครงการที่มีความเสี่ยงสูง มิได้หมายความว่า ผู้ลงทุนผู้นั้นเป็นผู้ที่นิยมความเสี่ยง (Risk lover) ผู้ลงทุนที่พยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยงสามารถเลือกโครงการที่มีความเสี่ยงสูงได้ ถ้าโครงการนั้นเสนอผลตอบแทนที่คาดให้แก่ผู้ลงทุนในระดับที่สูงมาก และเพียงพอที่จะชดเชยให้ผู้ลงทุนยอมรับความเสี่ยงในระดับสูงของโครงการนั้น

3 ความเป็นผู้ที่ยอมรับเงื่อนไขของการลงทุน โดยเงื่อนไขสำคัญของการลงทุนคือการนำเงินที่เตรียมไว้เพื่อลงทุน ไปลงทุนให้เต็มจำนวน ในทางหนึ่งเงื่อนไขข้อนี้สะท้อน

ถึงพฤติกรรมความเป็นผู้นิยมความมั่งคั่ง ทั้งนี้เพราะการใช้เงินลงทุนไม่เต็มจำนวนทำให้เสียโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้น

2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด

2.1.2.1 ความหมายของการตลาด (Marketing Defined)

การตลาด หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นมาโดยเกี่ยวข้องกับสัมพันธต่อตลาดโดยตรง และเป็นความพยายามที่จะทำให้มีการแลกเปลี่ยนต่าง ๆ เพื่อการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ คือการจะให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนนี้เองที่ต้องมีงานหลาย ๆ อย่างต้องทำ กล่าวคือ ผู้ขายจะต้องค้นหาว่าผู้ซื้ออยู่ที่ไหน มีใครบ้าง ต้องดูว่าความต้องการเป็นอย่างไร ต้องการอะไร จากนั้นก็ต้องออกแบบผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมให้เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการนำออกจำหน่าย การขนส่ง การเจรจาอื่น ๆ กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้เองรวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การค้นหาลูกค้า การสื่อความ การจัดจำหน่าย การกำหนดราคา และการให้บริการ ล้วนแต่เป็นงานสำคัญที่เป็นงานหลักของการตลาดทั้งสิ้น (Kotler . 2003:7-8)

2.1.2.2 แนวคิดทางการตลาด

แนวคิดทางการตลาดเป็นปรัชญาหรือทัศนคติ ความคิดในทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญของการผลิต (Product Orientation) มาเป็นแนวความคิดที่ยอมรับว่าลูกค้าเป็นผู้มีความสำคัญเป็นอันดับแรก(Customer Orientation) การวางแผนนโยบายและการดำเนินกิจกรรมทั้งหมดของบริษัทจะต้องจัด โดยมุ่งไปที่ความต้องการของลูกค้า แล้วพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เป็นที่พอใจมากที่สุด โดยมีกำไรพอสมควร (Reasonable Profit) (คณาจารย์โปรแกรมบริหารธุรกิจ 2541 :130)

2.1.2.3 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ฟิลิป โททเลอร์ ได้ให้ความหมายของคำว่า “ส่วนประสมทางการตลาด” ไว้ดังนี้ ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยหรือชุดของตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาด ซึ่งปัจจุบันนำมาผสมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมาย (Kotler. 2000:15)

ส่วนประสมทางการตลาดจะมีตัวแปรหลักอยู่ 4 ตัว หรือมักนิยมเรียกกันว่า 4P's ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบไปด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์การหรือบุคคล ส่วนสำคัญที่สุดของเรื่องผลิตภัณฑ์นี้มุ่งพยายามพัฒนาให้มีสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ให้ลูกค้าปรารถนาซื้อซ้ำและมีความภักดีต่อชื่อของสินค้า ซึ่งต้องคำนึงถึง รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ รูปแบบ ขนาด ตราสินค้า การบรรจุหีบห่อ การติดตั้ง การให้บริการ ฯลฯ

ประเภทของผลิตภัณฑ์ (Product Classification) การจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ อาจใช้หลักเกณฑ์ หรือมาตรฐานในการจำแนกได้หลาย ๆ แบบ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการใช้ประโยชน์ สาเหตุสำคัญที่ต้องมีการจำแนกประเภทของสินค้า เพื่อสะดวกในการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับสินค้านั้น หรือเพื่อความสะดวกในการจัดส่วนประสมทางการตลาด (Market Mix) ให้สอดคล้องกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย ความนิยมทั่วไปแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ โดยถือกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Market Target) เป็นเกณฑ์ในการจำแนกจุดประสงค์ในการซื้อสินค้าและบริการของลูกค้า ซึ่งจำแนกได้ดังนี้

1.1. สินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Goods) จำแนกออกได้เป็น 4 ประเภทคือ

1.1.1 สินค้าสะดวกซื้อ

1.1.2 สินค้าเปรียบเทียบซื้อ

1.1.3 สินค้าเจาะจงซื้อ

1.1.4 สินค้าไม่แสวงซื้อ

1.2. สินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Goods) แบ่งเป็น 6 ประเภท

2.1.1 ถาวรวัตถุที่ต้องการติดตั้ง

2.1.2 เครื่องมือประกอบ

2.1.3 วัตถุดิบ

2.1.4 วัสดุที่ใช้เป็นชิ้นส่วนประกอบหรือชิ้นส่วน

2.1.5 วัสดุใช้สอย

2.1.6 บริการ

2. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางที่ประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้าไปยังตลาด แม้ผลิตภัณฑ์ดีแต่หากไม่สามารถไปถึงทันเวลาและในสถานที่ที่มีความต้องการแล้ว สินค้านั้นก็หมดความหมาย ดังนั้นการจัดจำหน่ายต้องพยายามให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย สะดวกสบาย รับประทานได้ สะดวก มีข้อเสนอแนะในการใช้ และมีสินค้ากระจายอยู่ในทุกที่ที่มีความต้องการสินค้า แบ่งเป็น

2.1. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channels) เป็นการเลือกวิธีการจำหน่ายว่าจะจัดจำหน่ายผ่านตัวกลางแบบไหนหรือไม่ ตัวกลางที่มีอยู่ คือ เอเจนต์ ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก หลักในการเลือกแบ่งออกได้เป็น 2 วิธีคือ

1) การเลือกประเภทตัวกลาง หมายความว่า เราจะเลือกผ่านตัวกลางใดบ้างจะผ่านทั้งหมดหรือไม่ผ่านเลย โดยจะจำหน่ายถึงตัวผู้ใช้โดยตรง การจะพิจารณาเลือกนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

- ประเภทของสินค้า ถ้าหากเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคก็มักจะเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย ถ้าหากเป็นสินค้าอุตสาหกรรมก็นิยมจำหน่ายโดยตรง แต่บางชนิดก็ผ่านตัวกลาง

- ความสามารถทางการตลาด ถ้าหากในฐานะผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่ายรายใหม่ยังไม่มีความรู้เรื่องตลาดดี ก็อาจจะฝากขายผ่านนายหน้า และผู้ค้าส่งเพื่อให้ขายหน้าและผู้ค้าส่งหาลูกค้าปลีกให้อีกต่อหนึ่ง ถ้าหากมีความชำนาญหรือเป็นที่รู้จักในการค้าปลีกหรือผู้ใช้คืออยู่แล้ว ก็อาจจะเลือกวิธีจำหน่ายได้ทุกทาง

2) เลือกตัวกลางระหว่างประเภทเดียวกัน หมายถึง สมมุติว่าเมื่อท่านตัดสินใจลงไปแล้วว่าจะขายผ่านเอเย่นต์ต่างจังหวัด ก็พิจารณาว่าในจังหวัดนั้นจะเลือกเอเย่นต์รายใด ปัจจัยในการพิจารณาได้แก่

- ความสามารถในการจำหน่ายสินค้าประเภทนั้น
- ความรู้เกี่ยวกับสินค้าประเภทนั้น
- ความสามารถในการค้าและดำเนินธุรกิจทั่วไป
- เครดิตและฐานะทางการเงิน
- ความเต็มใจรับสินค้า ไปจำหน่ายและความร่วมมือในการจัดจำหน่าย
- ชื่อเสียงในฐานะนักธุรกิจในท้องถิ่นนั้น

2. สถานที่วางขาย (Selling Outlets) สถานที่วางขายโดยปกติ คือ สถานที่ขายปลีกและการขายปลีกส่วนใหญ่เป็นการขายสินค้าอุปโภคบริโภค ยุทธวิธีเรื่องนี้คือ

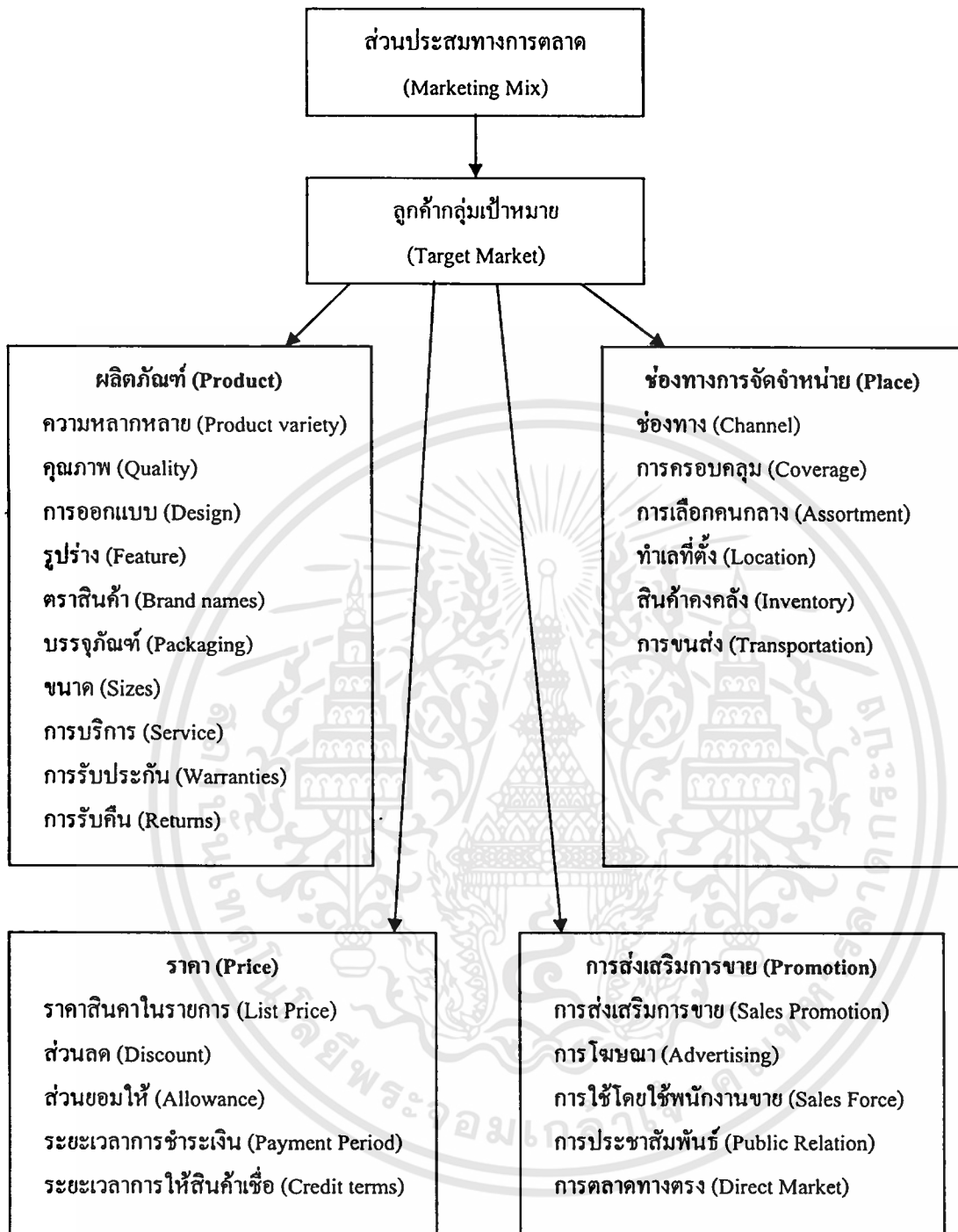
1) การพิจารณาเลือกสถานที่วางขายซึ่งมีอยู่หลายประเภทด้วยกัน มีขนาดและทำเลที่ตั้งต่าง ๆ กัน เลือกให้เหมาะสมกับลักษณะสินค้าซึ่งก็มีอยู่หลายแบบ สินค้าอุปโภคบริโภคมีอยู่ 3 ประเภทใหญ่ ๆ ด้วยกันคือ สินค้าประจำวัน สินค้าเพื่อการเลือกซื้อ และสินค้าลักษณะพิเศษ

2) การจัดตกแต่งร้านมีวิธีการคือ จัดและตกแต่งร้านให้เป็นระเบียบเป็นที่ดึงดูดใจลูกค้า แยกประเภทสินค้าไว้ให้เป็นหมวดหมู่เพื่อสะดวกในการมองหา จัดสินค้าไว้ในจุดที่ลูกค้ามองเห็นได้ง่าย หยิบได้ง่าย สินค้าบางอย่างการจัดวางต้องอยู่ในจุดที่สามารถรักษารูปแบบสีสันและคุณภาพได้คงสภาพเดิม

3 ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินหรือสิ่งที่จะต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง มีการกำหนดราคา โดยพิจารณาทั้งลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย และปฏิกิริยาของลูกค้าในราคาที่แตกต่างกันวิธีการที่เกี่ยวข้องในการกำหนดส่วนเพิ่ม (Markups) ส่วนลด (Discount) และเงื่อนไขการขาย (Terms of sale) ราคาที่ดีคือ ราคาที่กลุ่มเป้าหมายยอมรับและเห็นว่าเหมาะสม

4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างเจตคติและพฤติกรรมการซื้อ การส่งเสริมการตลาดนี้เกี่ยวข้องกับ การสื่อความ (Communicate) ให้ถึงตลาดเป้าหมายว่า ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการมีจำหน่ายที่ใดบ้าง ราคาเท่าใด การส่งเสริมการตลาดเป็นกิจกรรมการตลาดอีกอย่างหนึ่งที่มีบทบาทและความสำคัญมากที่สุดในประเทศไทยขณะนี้ การกำหนดยุทธวิธีทางการตลาดมักจะมองอยู่ที่เรื่องการส่งเสริมการตลาด เพราะผู้บริโภคประเทศไทยส่วนใหญ่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย สภาพการณ์ที่ก่อให้เกิดการวางกลยุทธ์ วิธีส่งเสริมการขายมากขึ้นก็สืบเนื่องมาจาก

1. การแข่งขันทวีความรุนแรงขึ้นมาก มีสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดมากขึ้น ผู้ผลิตหรือผู้ขายจึงจำต้องหาวิธีที่จะรักษาระดับการขายของตน โดยวิธีการต่าง ๆ ทางตลาด
2. เมื่อมีการนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด ผู้ขายจำเป็นต้องโฆษณาสินค้าของตนพร้อมกับการส่งเสริมการขายไปด้วย ยิ่งเมื่อการขายดูทีว่าจะเติบโตขึ้น ก็จะต้องยิ่งส่งเสริมการขายให้มากขึ้น เพื่อให้การขายวิ่งสู่หลักชัยสูงสุดและสร้างการยอมรับในสินค้าให้เกิดแก่ผู้บริโภค
3. เมื่อผู้ขายต้องการเพิ่มยอดขายอันเนื่องมาจากไม่พอใจยอดขายปัจจุบันหรือยอดขายตกต่ำ
4. เพื่อสร้างความต้องการ (ที่เกินความจำเป็น) แก่ผู้ซื้อ เพื่อผลทางการขายที่สูงขึ้น



ภาพที่ 2.1 ส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา : Kotler. (2003 : 15)

2.1.2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของตลาดหรืออุปสงค์ของตลาด (Market

Demand)

อุปสงค์สำหรับผลิตภัณฑ์หนึ่ง คือปริมาณการเสนอซื้อทั้งหมด โดยกลุ่มลูกค้าที่กำหนด ในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่กำหนด ในช่วงระยะเวลาที่กำหนด ในสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่กำหนด ภายใต้โปรแกรมการตลาดที่กำหนดไว้

อุปสงค์ของตลาดไม่เป็นตัวเลขคงที่ใดๆ แต่ค่อนข้างผันแปรไปตามเงื่อนไขของสถานการณ์ ซึ่งอุปสงค์ของตลาด เริ่มต้นจากคำจำกัดความของคำว่า ตลาด ประกอบด้วยกลุ่มผู้ซื้อจริงและผู้ซื้อที่เป็นไปได้ทั้งหมดที่มีความต้องการซื้อข้อเสนอทางการตลาด ขนาดของตลาด วัดได้จากจำนวนผู้ซื้อที่มีอยู่สำหรับข้อเสนอหนึ่งทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย (จัดวางยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมไทย, 2549)

1. ตลาดที่มีศักยภาพ (potential market) คือกลุ่มผู้บริโภคที่ยอมรับว่ามีระดับความสนใจอย่างเต็มที่ต่อข้อเสนอทางการตลาด
2. ตลาดมุ่งหวัง (available market) คือกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจมีรายได้ และเข้าถึงได้ด้วยข้อเสนอใดข้อเสนอหนึ่งทางการตลาด สำหรับข้อเสนอทางการตลาดบางอย่างบริษัทหรือรัฐบาลอาจควบคุมการจำหน่ายให้กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ
3. ตลาดเป้าหมาย (target market หรือเรียกว่า served market) คือส่วนหนึ่งของตลาดที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด ที่บริษัทตัดสินใจเข้าไปดำเนินการ
4. ตลาดที่เจาะเข้าไปได้ (penetrated market) คือกลุ่มบริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท

การให้คำจำกัดความของตลาดเหล่านี้เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับวางแผนการตลาด ถ้าบริษัทไม่พอใจกับยอดขายปัจจุบันบริษัทสามารถดำเนินการได้หลายวิธี เช่น พยายามดึงดูดผู้ซื้อจากตลาดเป้าหมายให้มีจำนวนมากขึ้น ลดคุณสมบัติของผู้ซื้อที่มีศักยภาพลง ขยายตลาด โดยการเปิดช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังสถานที่ใหม่ หรือลดราคาลง

2.1.2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทางด้านขนาดของการหรือระดับของการแบ่ง

ส่วนตลาด (Level of market segmentation)

ก่อนอื่นจะขอกล่าวถึง การตลาดแบบมวลชน (Mass-marketing) ก่อน Mass-marketing (การตลาดแบบมวลชน) เป็นการทำการตลาดโดยทำการผลิตสินค้าหรือบริการรายการใดรายการหนึ่งออกมาจำนวนมากๆ กระจายออกไปให้กว้างไกลที่สุด และทำการส่งเสริมการตลาดโดยวิธีเดียวกันตลอด ทำให้มีส่วนประสมการตลาดสูตรเดียวกันสำหรับผู้ซื้อทุกคน ยิ่งไปกว่านี้การตลาดแบบมวลชนยังพยายามสร้างตลาดให้มีศักยภาพมากที่สุด ซึ่งจะนำไปสู่การลดต้นทุน เพราะการผลิตจำนวนมากๆ จะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำทำให้กำหนดราคาต่อหน่วยต่ำได้ ส่งผลให้เกิดกำไรที่สูง และทำให้ศักยภาพของตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม การทำการตลาดแบบ

มวลชนก็ยังเป็นการยาก เพราะผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อหามาก ทั้งในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ (Giant mall) ร้านขายของเฉพาะ (specialty shop) และซูเปอร์มาร์เก็ต หรืออาจจะซื้อผ่านทางแคตตาล็อก (Home shopping network) และ อาจซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังได้รับข่าวสารข้อมูลจากช่องทางอื่นๆที่กำลังเติบโต เช่น โทรศัพท์ วิทยุทางระบบออนไลน์ อินเทอร์เน็ต การบริการทางโทรศัพท์รวมถึงนิตยสารเฉพาะและสิ่งพิมพ์ต่างๆ

การใช้สื่อโฆษณาและช่องทางการกระจายอื่นๆ ก็ยังเป็นการยากที่จะเข้าถึงผู้ชมแบบมวลชน (mass audience) และยิ่งเสียค่าใช้จ่ายแพงอีกด้วย มีบางคนกล่าวว่า การตลาดแบบมวลชนกำลังจะตาย ซึ่งไม่น่าแปลกใจเลยที่บริษัทจำนวนมากหันกลับมาทำ “การตลาดแบบจุลภาค” (Micromarketing) ซึ่งเป็นระดับหนึ่งใน 4 ระดับของการแบ่งส่วนตลาด อันประกอบไปด้วยระดับ Segment , ระดับ Niches , ระดับ Local area , และระดับ Individuals ดังมีรายละเอียดดังนี้ (จัดวางยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมไทย. 2549)

1 การตลาดแบบแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มๆ หรือการตลาดเป้าหมาย (Segment Marketing) เป็นส่วนตลาดที่ประกอบด้วย กลุ่มของผู้บริโภคที่มีความต้องการคล้ายๆกัน เช่น แบ่งผู้ซื้อวัสดุก่อสร้างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ซื้อวัสดุก่อสร้างที่มองหาวัสดุที่มีราคาถูก เช่น ผู้รับเหมา กับกลุ่มผู้ซื้อวัสดุก่อสร้างที่มองหาราคาแพงแต่ทนทานแข็งแรง ซึ่งการตลาดแบบแบ่งตลาด (Segment marketing) เป็นการตลาดที่ผู้ขายจะแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มๆ แล้วเลือกที่จะเข้าไปทำการตลาดเฉพาะกับกลุ่มที่เห็นว่ามีขีดความสามารถจะทำได้ จากนั้นก็พัฒนาส่วนประสมการตลาดเข้าไปเสนอ โดยตลาดกลุ่มเดียวกันใช้สูตรตลาดเดียวกัน ตลาดต่างกลุ่มใช้ต่างสูตรกัน

2 การตลาดแบบกลุ่มย่อย (Niche Marketing) เป็นการตลาดที่แคบ ซึ่งจะเจาะกลุ่มเป้าหมายที่มองหาผลประโยชน์เฉพาะ นักการตลาดมักจะแบ่งตลาดกลุ่มย่อย (Niche) จากการแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มๆ (Segment) แล้วเข้าไปเจาะในแต่ละกลุ่มตลาดนั้นๆ (Sub segments) ในแต่ละกลุ่ม (Niche) นั้นจะประกอบด้วย ผู้บริโภคที่มีกลุ่มของความต้องการที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น โดยสิ้นเชิงและเต็มใจที่จะจ่ายในราคาแพงให้แก่ธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้ดีที่สุด ซึ่งตลาด niche นั้น จะไม่น่าสนใจสำหรับคู่แข่งอื่นๆ เพราะนักการตลาดกลุ่มย่อย (Nicher) จะทำกำไรได้ในเฉพาะบางเศรษฐกิจเท่านั้น โดยอาศัยความชำนาญเฉพาะ

3 การตลาดเฉพาะพื้นที่ (Local marketing) เป็นการตลาดเป้าหมายอันนำไปสู่การพัฒนาโปรแกรมการตลาดเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของกลุ่มลูกค้าในพื้นที่ เช่น Citibank เสนอการบริการของธนาคารที่แตกต่างกันไปในแต่ละสาขา ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้คนที่อยู่บริเวณนั้น บริษัทที่ทำการตลาดเฉพาะพื้นที่ (Local marketing) จะมองการณ์ระยะยาวว่าประเทศว่าเป็นการศูนย์เปล่า ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้คนในพื้นที่หรือท้องถิ่นนั้นได้ มีบางกลุ่มโต้แย้งว่าการทำ Local marketing ทำให้เพิ่มต้นทุนการผลิตและต้นทุนการตลาดและปัญหาทาง Logistic นั้นกลายเป็นปัญหาใหญ่ เมื่อบริษัท

จำนวนมากพยายามจะตอบสนองความต้องการของผู้คนในพื้นที่ รวมถึงภาพพจน์ของตราสินค้าก็อาจจางลงได้ ถ้าสินค้าและข้อความข่าวสารมีการเสนอแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่

4 การตลาดลูกค้าเฉพาะราย (Individual Customer Marketing) ระดับสุดท้ายของการแบ่งส่วนตลาด คือ “Segment of one” หรือ “Customized marketing” หรือ “One-to-one marketing” (การตลาดลูกค้าเฉพาะราย) การตลาดแบบนี้ลูกค้าแต่ละรายจะมีความต้องการและความชอบไม่เหมือนกัน ในหลายทศวรรษก่อน ผู้ผลิตมุ่งเสนอสินค้าให้แก่ลูกค้าแต่ละราย เช่น ช่างตัดเสื้อและตัดสูท และช่างทำรองเท้าจะทำรองเท้าให้ลูกค้าแต่ละราย ส่วนในช่วงปฏิวัติอุตสาหกรรม ผู้ผลิตได้ทำการผลิตแบบมวลชน (Mass production) ในปัจจุบันบริษัทต่างๆ ได้ผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานไว้ก่อนล่วงหน้าเพื่อให้ลูกค้าแต่ละรายได้ลองใส่ให้เหมาะกับตนผู้ผลิตได้เปลี่ยนจากการทำการตลาดแบบผลิตตามคำสั่งซื้อ (Built-To-Order Marketing) ไปเป็นการตลาดแบบผลิตเพื่อเก็บไว้ในสต็อก (Built-to-stock marketing) ปัจจุบันการปฏิวัติข่าวสารข้อมูลทำให้บริษัทจำนวนมากได้เสนอสินค้าแบบ Mass-Customize Mass-Customization เป็นความสามารถของบริษัทที่จะสามารถออกแบบสินค้าบริการ โปรแกรมการตลาด และการติดต่อสื่อสาร เพื่อตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้หลายๆ คน

2.1.2.6 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ของธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

SWOT ในธุรกิจวัสดุก่อสร้างโดยสำรวจ วิเคราะห์ SWOT ศึกษาการรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจ ธุรกิจมีลักษณะร้านค้าที่คล้ายๆ กันคือ ตั้งในทำเลที่ติดถนนใหญ่ ไม่มีเครื่องปรับอากาศ เปิดโล่ง เปิดร้านวันละ 9 – 12 ชั่วโมง และเปิดดำเนินการมานานกว่า 10 ปี ยกเว้นร้านขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เปิดดำเนินการมาเพียงไม่เกิน 3 ปี ยอดขายภายใน 3 ปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 5 แต่ร้านขายยาขายลดลงประมาณปีละร้อยละ 5 กำไรของธุรกิจเพิ่มลดในทิศทางเดียวกันกับยอดขาย ยอดขายต่อวันในร้านวัสดุก่อสร้างวันละ 9,000 บาทขึ้นไป

สำหรับผลกระทบจากภาวะแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปพบว่า ต้นทุนการซื้อสินค้าเข้าร้านมีผลมากที่สุดธุรกิจวัสดุก่อสร้างต้องมีการปรับตัวด้านการเงินมากที่สุด

การวิเคราะห์ SWOT ของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างพบว่า ธุรกิจมีจุดแข็งเรื่องการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า การอำนวยความสะดวก การจัดการสต็อกสินค้าและการบริหารต้นทุน มีจุดอ่อนเรื่องการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต ด้านการใช้เทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ ด้านวิธีการบริหารสมัยใหม่ มีโอกาสจากชุมชนชนละแวกใกล้เคียงและการสนับสนุนจากรัฐบาล และมีภัยคุกคามจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จากกลุ่มพ่อค้าคนกลาง อุปสรรคจากกฎหมาย ส่วนสภาพการรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจพบว่า มีการเชื่อมโยงกับแหล่งวัตถุดิบหรือผู้ผลิตเป็น

หลัก ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจคือ ต้นทุนสินค้าที่สูง และร้านค้าเหล่านี้ต้องการพัฒนาตนเองด้านเทคโนโลยีการค้าปลีกเป็นสิ่งสำคัญ ส่วนการสนับสนุนจากภาครัฐที่ร้านค้าปลีกมุ่งหวังนั้น ขอแต่เพียงรณรงค์ให้สังคมเกิดกระแสนิยมไทยให้ได้ผลมากกว่าที่เป็นอยู่

ข้อเสนอแนะเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ เพื่อพัฒนาร้านค้าปลีกดังต่อไปนี้

1. พยายามลดต้นทุนในการดำเนินงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนสินค้า โดยอาจรวมกลุ่มหรือขอกำลังสนับสนุนจากรัฐ โดยรัฐควรเป็นแกนกลางในการสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำ และสมาชิกทุกฝ่ายมีประโยชน์ร่วมกัน

2. รักษาจุดแข็งของตนเอง เรื่องการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าไว้ให้มั่นเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันกับร้านค้าสมัยใหม่

3. รัฐควรสนับสนุนร้านค้าปลีกเหล่านี้ โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ซอฟต์แวร์ต่างๆ ทางการบัญชี และการบริหารสินค้าคงคลัง

4. รัฐควรรณรงค์ให้เกิดกระแสนิยมไทยให้มาก และได้ผลมากกว่าที่เป็นอยู่ อย่างไรก็ตามการช่วยเหลือตนเอง การพึ่งพาตนเองเป็นสิ่งสำคัญ ธุรกิจค้าปลีกเหล่านี้จะต้องพัฒนาโดยการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการค้าปลีกที่เปลี่ยนแปลงและพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อปรับใช้กับกิจการของตนเองเท่าที่จะเป็นไปได้ (การค้าปลีกเพื่อการพัฒนา. 2549)

2.1.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการ

2.1.3.1 ความหมายของการบริหาร

อึ้งฉรา สังข์สุวรรณ (2540) ได้กล่าวว่า การบริหารเป็นกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การอำนวยการ และการควบคุมเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ โดยใช้กำลังคนและทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งสามารถแบ่งการบริหารได้ 3 ประการ ตามความหมายดังนี้

1. การบริหารในความหมาย “กระบวนการต่างๆ” การบริหารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยการใช้ทรัพยากรทางการบริหารในการกระทำกิจกรรมร่วมกัน ผ่านกระบวนการบริหารที่เป็นระบบ

2. การบริหารเป็นเรื่องของ “คนและกลุ่มคน” ในองค์การ คนและกลุ่มคน หมายถึงการทำงานร่วมกันของคนและกลุ่มคนในองค์การ โดยมีคนกลุ่มหนึ่ง หรือคนหนึ่งเป็นผู้นำที่ต้องใช้ศิลปะการบังคับบัญชาและการใช้ทรัพยากรกำลังคนให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3. การบริหารเป็นศาสตร์และศิลป์ กล่าวคือ การบริหารจะมีหลักการแนวคิด ทฤษฎีที่แน่นอน สามารถถ่ายทอดต่อๆ ไปได้ โดยหลักการเหล่านี้มีความเป็นปรนัยที่นักบริหาร

หรือนักศึกษาวิชาบริหารสามารถยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานบริหาร แต่เป็นที่ทราบกันแล้วว่าสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การจะไม่อยู่กับที่ตลอด

2.1.3.2 ทฤษฎีการบริหาร

อังจรรยา สังข์สุวรรณ (2540) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการบริหาร ไว้ดังนี้

1. หลักการบริหารตามแนวคิดของ Taylor สรุปได้ดังนี้

1.1 พัฒนาวิธีการทำงานโดยใช้วิธีการทำงานวิธีที่ดีที่สุด (One best way) แทนกฎเกณฑ์ที่ไม่แน่นอน โดยการกำหนดวิธีการทำงานที่ดีที่สุด เพื่อช่วยให้การทำงานสามารถลุล่วงความสำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์การค้นหาวิธีที่ดีที่สุดจะต้องมาจากการวิเคราะห์และทดลองแบบวิทยาศาสตร์ มีการกำหนดมาตรฐานของงาน การจ่ายผลตอบแทนจะจ่ายตามผลผลิต จ่ายตามความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งถือว่าเป็นการจ่ายแบบจูงใจ

1.2 การคัดเลือกและจัดบุคคลเข้าทำงานอย่างมีหลักเกณฑ์และเหมาะสม มอบหมายงานให้ตรงกับความรู้ความสามารถของเขา จัดการฝึกอบรม เพื่อประสิทธิภาพในการทำงานซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและผู้ปฏิบัติงาน

1.3 เน้นการปฏิบัติงานเพื่อทำให้ได้ผลผลิตที่มากที่สุดแทนการจำกัดผลผลิต

1.4 เน้นการประสานงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารกับคนงาน โดยต้องเป็นความร่วมมือระหว่างกันอย่างมิตรภาพ และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

2. ทฤษฎีการบริหารของ Henri Fayol

Fayol เป็นผู้หนึ่งที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในฐานะเป็นผู้บุกเบิกแนวทางการบริหาร โดยรวบรวมเป็นทฤษฎีองค์การแบบดั้งเดิม เขาเชื่อว่าการปฏิบัติทางด้านการบริหารที่ดีจะมีแบบแผนเฉพาะอย่าง ที่สามารถระบุและวิเคราะห์ได้ตามความเห็นนี้เขาจึงได้เขียนหลักการบริหารขึ้นมา Fayol เป็นวิศวกรชาวฝรั่งเศสทำงานในบริษัทเหมืองแร่ ต่อมาได้ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการบริษัท Fayol ในฐานะที่เป็นผู้บริหารเขาจะเลือกใช้วิธีการต่างๆ ที่เหมาะสม และวิธีการบริหารที่เหมาะสมนั้น ผลที่เกิดขึ้นจะให้ความพอใจ เขาเน้นการสอนและการเรียนรู้ โดยเขาเห็นว่าการบริหารสามารถสอนกันได้ และได้พยายามพิสูจน์ให้เห็นว่า เมื่อหลักการและวิธีการบริหารของเขาถูกนำไปประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมแล้ว จะทำให้ความแน่ใจในความสำเร็จ Fayol แบ่งงานด้านอุตสาหกรรมออกเป็น 6 ประเภท คือ เทคนิค (การผลิต) การพาณิชย์ (การซื้อ การขาย การแลกเปลี่ยน) การเงิน (การจัดหาและการใช้เงินทุน) การรักษาความปลอดภัย (การป้องกันทรัพย์สินและบุคคล) การบัญชี (รวมทั้งสถิติด้วย) และการบริหาร (การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม) กิจกรรมต่างๆ ที่เน้นเป็นพิเศษ คือ การบริหาร เขามีความเห็นว่าการบริหารที่ดีต้องมีคุณสมบัติเป็นพิเศษ อาทิเช่น มีสุขภาพอนามัยดี มีสติปัญญาดี มีจริยธรรม มี

การศึกษา มีความสามารถ และมีเทคนิควิธีการในการบริหาร รวมทั้งต้องมีประสบการณ์ในการทำงาน

2.1.3.3 หน้าที่การบริหาร

อังฉรา สังข์สุวรรณ (2540) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของการบริหารไว้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่การบริหาร ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม สรุปได้ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) เป็นการเลือกวัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ นโยบายและขั้นตอนเพื่อการบรรลุตามแผนที่วางไว้
2. การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการกำหนดโครงสร้างของหน้าที่การงานหรือกิจกรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ การแบ่งงานให้ผู้ปฏิบัติแต่ละคน การมอบหมายอำนาจหน้าที่การประสานงานของบุคคลฝ่ายต่าง ๆ การสร้างระบบข้อมูลข่าวสารและการติดต่อสื่อสาร
3. การสั่งการ (Commanding) เป็นการให้คำแนะนำ และเกี่ยวข้องกับความเป็นผู้นำกับผู้บังคับบัญชา
4. การประสานงาน (Coordinating) เป็นการประสานการทำงานของกลุ่มคนที่แตกต่างกันเพื่อให้ทุกคนทำงานได้ตรงตามเป้าหมายร่วมกันขององค์การ
5. การควบคุม (Controlling) เป็นการวัดผลการตรวจสอบเพื่อความถูกต้อง

2.1.3.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

สมคิด บางโม (2539) ระบุว่าความหมายของการจัดการ (Management) ว่า หมายถึง ศิลปะในการใช้คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ขององค์การและนอกองค์การ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ

จากความหมายดังกล่าวสมคิด บางโม (2539) ได้สรุปเรื่องการบริหารจัดการไว้ดังนี้

การจัดการมิใช่เป็นการทำงานเพื่อให้งานเสร็จสิ้นไปแต่เพียงอย่างเดียว ในภาวะปัจจุบันซึ่งวิทยาการก้าวหน้า การจัดการจึงจำเป็นต้องใช้หลักวิชาการเข้ามาช่วย มิใช่ประสบการณณ์แต่เพียงอย่างเดียว การศึกษาวิชาการจัดการมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับงานย่อมจะเกิดคุณค่าหลายประการ คือ

คุณค่าในด้านการประหยัด หมายถึง จะทำให้การใช้เงินทุนเกิดประโยชน์สูงสุด ได้กำไรหรือผลตอบแทนสูงสุด ประหยัดทั้งคน เงิน วัสดุสิ่งของ และเวลา คุณค่าในด้านประสิทธิผล การทำงาน ให้ลุล่วงไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ หรือที่คาดหวังไว้ เรียกว่า การจัดการงาน

นั้นมีประสิทธิผล (Effectiveness) แต่ผลสำเร็จของงานดังกล่าวนี้ อาจไม่ประหยัดหรือไม่มีประสิทธิภาพได้ หากไม่ใช้หลักวิชาการเข้ามาช่วยในการจัดการ

คุณค่าในด้านประสิทธิภาพ หมายถึง การทำงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ และให้ได้รับประโยชน์สูงสุด โดยใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด คุณค่าด้านความเป็นธรรม การจัดการงาน หากปฏิบัติตามความพอใจของผู้จัดการโดยมิได้ยึดหลักเกณฑ์และทฤษฎีต่างๆ เป็นหลักย่อมจะก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมขึ้นโดยมิได้ตั้งใจ ทำให้ขวัญในการทำงานของคนในหน่วยงานไม่ดี ซึ่งจะส่งผลไปถึงคุณภาพของงานที่ปฏิบัติด้วย คุณค่าในเกียรติยศชื่อเสียง ผู้จัดการที่ดีมีประสิทธิภาพในทุกสาขางานและในทุกระดับย่อมจะเป็นผู้ได้รับการยกย่องสรรเสริญ ตรงข้ามกับผู้จัดการที่บริหารงานตามใจตนเองปราศจากหลักเกณฑ์เล่นพวกพ้อง

การจัดการจำเป็นต้องมีทรัพยากรอันเป็นปัจจัยพื้นฐานทางการจัดการ โดยทั่วไปถือว่าทรัพยากรที่เป็นปัจจัยสำคัญของการจัดการมีอยู่ 4 ประการ ซึ่งรู้จักกันในนามของ 4 M ได้แก่ คน (Man) เป็นผู้ปฏิบัติกิจกรรมขององค์กรนั้นๆ เงิน (Money) ใช้สำหรับเป็นค่าจ้างและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ วัสดุสิ่งของ (Materials) หมายถึง อุปกรณ์เครื่องใช้ เครื่องมือต่างๆ รวมทั้งอาคารสถานที่ด้วย และการจัดการ (Management) หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการจัดการปัจจัยในการบริหาร ทั้ง 4 ประการนี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการจัดการ เพราะประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดการขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ และคุณภาพของปัจจัยดังกล่าวนี้

2.1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการขนส่งและการจัดจำหน่าย

2.1.4.1 ความหมายของการขนส่ง

การขนส่งสินค้าทางถนนเป็นรูปแบบการขนส่งที่ได้รับความนิยมใช้ขนส่งสินค้าภายในประเทศมากที่สุด โดยข้อมูล ปี พ.ศ. 2547 ของกระทรวงคมนาคม พบว่า ปริมาณการขนส่งสินค้าที่ใช้การขนส่งทางถนนมีประมาณ 435 ล้านตัน หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 88 ของการขนส่งสินค้าในประเทศทั้งหมด และเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 2.26 ต่อปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา ทั้งนี้สาเหตุที่การขนส่งสินค้าทางถนนได้รับความนิยมมากเนื่องจากมีข้อได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับขนส่งรูปแบบอื่น ๆ คือ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งผลิตและแหล่งบริโภคได้โดยตรง (door-to-door) เนื่องจากมีโครงข่ายถนน ที่เชื่อมต่อภูมิภาคต่าง ๆ ครอบคลุมทั่วประเทศ มีหน่วยบรรทุก (unit load) ขนาดเล็ก และสามารถจัดหาพาหนะ ได้สะดวก ทำให้สามารถขนส่งสินค้าไปที่จุดหมายปลายทางที่แตกต่างกันได้สะดวก ประกอบกับการขนส่งรูปแบบอื่น ๆ มีข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่สามารถรองรับความต้องการขนส่งสินค้าได้อย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ และไม่สามารถให้บริการขนส่งจากแหล่งผลิตถึงแหล่งบริโภคได้โดยตรง และจำเป็นต้องใช้การขนส่งทางถนนเป็น Feeder ดังนั้นโดยรวมแล้วการขนส่งสินค้าทางถนนจึงได้เปรียบการขนส่งรูปแบบอื่นๆ ในแง่ของการเป็นการขนส่งรูปแบบเดี่ยว (Single Mode) ที่

สามารถเข้าถึงแหล่งผลิตและแหล่งบริโภค ได้โดยตรง ทำให้สามารถให้บริการรวบรวมและกระจายสินค้าได้ดีเมื่อเปรียบเทียบกับกรขนส่งรูปแบบอื่น ๆ (<http://www.logisticsclinic.com>)

การขนส่ง คือ การลำเลียง คน สัตว์ และสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยใช้พาหนะในการลำเลียงการสื่อสาร คือ การติดต่อส่งข่าวถึงกันและกันซึ่งอาจติดต่อได้ทั้งในระยะใกล้และไกล ขานพาหนะ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ช่วยให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คือ รถยนต์ เรือ เครื่องบิน โทรศัพท์ โทรเลข โทรพิมพ์ ฯลฯ (ภาสกร สกฤตศิลป์กร. 2549)

2.1.4.2 วิวัฒนาการของการขนส่ง

การขนส่งทำได้หลายทาง คือ ทางน้ำ ทางบก และทางอากาศ ขานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งแต่ละทางมีวิวัฒนาการแตกต่างกัน นักวิทยาศาสตร์ได้พยายามปรับปรุงขานพาหนะให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น โดยปรับปรุงในด้านต่างๆ เช่น รูปร่าง ขนาด ความเร็ว ลดการสูญเสียพลังงาน และลดมลภาวะเป็นพิษ (ภาสกร สกฤตศิลป์กร. 2549)

การขนส่งแบ่งเป็น 3 ทาง คือ ทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ จึงบอกเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งนี้ (ใช้เส้นทางลำเลียงเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง)

1. การขนส่งทางบก

การขนส่งทางบก หมายถึง การลำเลียง คน สัตว์ และสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยใช้พาหนะที่เคลื่อนที่บนบกวิวัฒนาการของการขนส่งทางบก เริ่มจากการแบกหามโดยมนุษย์ ใช้สัตว์ประเภทช้าง ม้า วัว ควาย บรรทุกสิ่งต่างๆ ใช้สัตว์ลากขานพาหนะ ซึ่งในปัจจุบันใช้รถไฟและรถยนต์

2. การขนส่งทางน้ำ

การขนส่งทางน้ำ หมายถึง การขนส่งโดยการเดินเรือทะเล, การขนส่งโดยเรือชายฝั่ง และการขนส่งโดยการเดินเรือทางน้ำในแผ่นดิน การขนส่งทางน้ำ สามารถขนส่งได้ปริมาณมาก แต่ความเร็วค่อนข้างต่ำ

3. การขนส่งทางอากาศ

การขนส่งทางอากาศ เป็นการขนส่งที่มีความเร็วสูง อ่อนตัวมาก เลือกเส้นทางได้ไม่จำกัด ใช้ในพื้นที่เขตหนาวได้ตั้งแต่เริ่มต้นการยุทธร แต่การขนส่งทางอากาศมีข้อจำกัดมากมายหลายประการ เช่น ต้องมีการคุ้มครองทางอากาศโดยฝ่ายเดียวกัน, แล้วแต่สภาพลมฟ้าอากาศ อ่อนแอต่อการยิง มีความจุน้อย ระยะทำการจำกัด ความสิ้นเปลืองสูงมาก และต้องอาศัยสั่งอำนวยความสะดวกในการบินขึ้นลง

2.1.4.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่าย คือ การทำให้สินค้าไปถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้ประกอบการ ต้องอาศัยความเข้าใจในเรื่องพฤติกรรมการณ์ซื้อของลูกค้า (โรงเรียนเทคโนโลยีพิชญ บัณฑิต. 2550)

ช่องทางการจัดจำหน่าย ที่สำคัญที่สุด คือ สถานที่ตั้ง หรือทำเลที่ตั้งธุรกิจ หากเป็นธุรกิจ ขายปลีก ทำเลที่ตั้งจะมีความสำคัญเป็นพิเศษเพราะจะต้องตั้งอยู่ในที่ที่ลูกค้ามาติดต่อได้สะดวก ซึ่งหมายถึงการกระจายสินค้า ไปให้ถึงลูกค้า

วิธีการจัดจำหน่ายสินค้า หรือช่องทางในการกระจายสินค้าไปยังลูกค้า มีวิธีการดังนี้

1. การขายสินค้าโดยตรง หรือการขายตรง หมายถึง การขายสินค้านั้น ๆ โดยไม่ผ่านคนกลาง เป็นวิธีที่ง่ายและสั้นที่สุด สินค้าจะถึงมือลูกค้าโดยตรง

2. การขายปลีกและขายส่ง

2.1 การขายปลีก หมายถึง การขายสินค้าไปยังร้านหรือผู้ที่ขายสินค้าให้กับผู้ใช้ อีกทีหนึ่ง

2.2 การขายส่ง หมายถึง การขายสินค้าจำนวนมากให้กับผู้ค้าปลีก การขายส่ง มีประโยชน์สำหรับกิจการที่ผลิตสินค้าจำนวนมาก

2.1.4.4 การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาความเหมาะสมของกิจการแต่ละประเภท ก่อนที่จะตัดสินใจ เลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ข้อมูลที่ควรศึกษา มีดังนี้

1. ข้อมูลสินค้า
2. ข้อมูลลูกค้า
3. ข้อมูลกิจการ
4. ข้อมูลยอดขาย ต้นทุน กำไร

2.1.4.5 การส่งเสริมการจัดจำหน่าย หมายถึง การกำหนดแนวทางและวิธีการค้า ให้สินค้าและบริการ ไปยังลูกค้า โดยใช้งบประมาณที่มีอยู่อย่างประหยัด และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการอื่น ได้แก่ ขนาดของเงินลงทุนที่ใช้แบ่งขนาดของอุตสาหกรรม รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน ขอบเขตหรือเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ ที่ธุรกิจดำเนินการที่ต่างกัน ย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการมีปัญหา

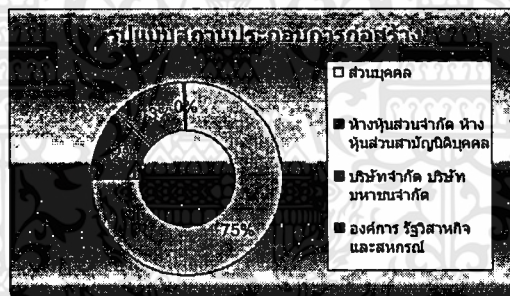
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรืออุปสรรคในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ดังนั้นเพื่อให้เข้าใจดียิ่งขึ้นจะอธิบายลักษณะต่างๆ ในด้านดังกล่าวดังต่อไปนี้ (วิจัยธุรกิจบริการสู่ตลาดโลกประเภทธุรกิจก่อสร้างและซ่อมแซมอาคาร บริษัท เพอร์เฟ็คท์ แพลน ซัพพลาย จำกัด. 2547)

ธุรกิจก่อสร้างมีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจ ดังจะเห็นได้จากค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าในช่วงพืชวิกฤตเศรษฐกิจมีมูลค่าหายไปจากระบบเศรษฐกิจไทยถึง 179,573 ล้านบาท (จากการประมาณการของสภาพัฒน์ฯ) หรือ ลดลงร้อยละ 52.6 ฉะนั้น การส่งเสริมให้เกิดการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมก่อสร้างก็จะส่งเสริมการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจไทยด้วย

2.2.1 ลักษณะสถานประกอบการ

จากรายงานสำมะโนธุรกิจการค้าและธุรกิจทางการบริการ พ.ศ. 2545 ท้วราชอาณาจักร จากจำนวนสถานประกอบการก่อสร้างรวม 23,832 แห่งนั้น ร้อยละ 75.0 มีรูปแบบการจัดตั้งเป็นส่วนบุคคล รองลงมาประมาณร้อยละ 12.7 เป็นสถานประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด และที่เหลือร้อยละประมาณ 11.8 และ 0.5 อยู่ในรูปแบบการจัดตั้งเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล และองค์การ รัฐวิสาหกิจ และสหกรณ์

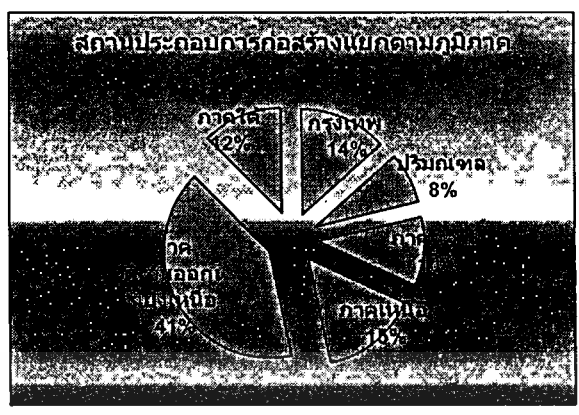


ภาพที่ 2.2 รูปแบบสถานประกอบการก่อสร้าง

ที่มา : วิจัยธุรกิจบริการสู่ตลาดโลกประเภทธุรกิจก่อสร้างและซ่อมแซมอาคาร บริษัท เพอร์เฟ็คท์ แพลน ซัพพลาย จำกัด (2547)

2.2.2 การจัดแบ่งขนาดสถานประกอบการ

การจัดแบ่งขนาดสถานประกอบการแบ่งตามวงเงินรับเหมาก่อสร้างจำแนกเป็นน้อยกว่า 1 ล้านบาท 1-9 ล้านบาท 10-49 ล้านบาท และมากกว่า 50 ล้านบาท

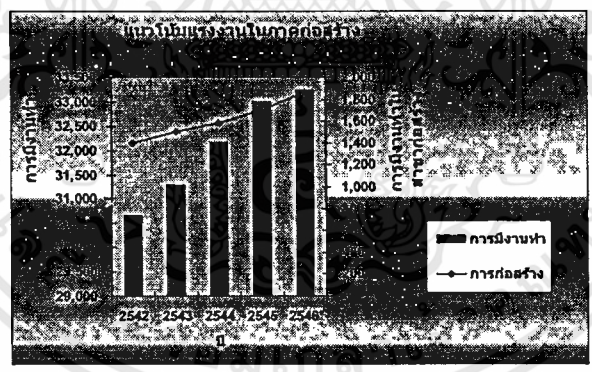


ภาพที่ 2.3 สถานประกอบการก่อสร้างแยกตามภูมิภาค

ที่มา : วิจัยธุรกิจบริการสู่ตลาดโลกประเภทธุรกิจก่อสร้างและซ่อมแซมอาคาร บริษัท เพอร์เฟ็คท์ แพลน ซัพพลาย จำกัด (2547)

2.2.3 สภาพแรงงาน

สัดส่วนของการมีงานทำในภาคการก่อสร้างเมื่อเทียบกับทุกสาขาพบว่าแรงงานในภาคการก่อสร้างคิดเป็นร้อยละ 5.6 ของการมีงานทำรวมทั้งประเทศ (ข้อมูลปี 2546)



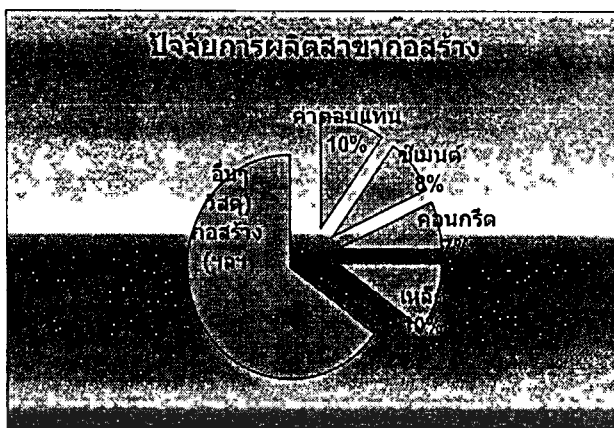
ภาพที่ 2.4 แนวโน้มแรงงานในการก่อสร้าง

ที่มา : วิจัยธุรกิจบริการสู่ตลาดโลกประเภทธุรกิจก่อสร้างและซ่อมแซมอาคาร บริษัท เพอร์เฟ็คท์ แพลน ซัพพลาย จำกัด (2547)

2.2.4 โครงสร้างต้นทุน

ปัจจัยการผลิตที่สำคัญในกิจกรรมด้านการก่อสร้าง ได้แก่ วัสดุก่อสร้าง โดยเฉพาะสินค้า วัสดุก่อสร้างประเภทซีเมนต์ เหล็ก คอนกรีต และวัสดุจำพวกหิน ดิน ทราย คิดเป็นสัดส่วนมากกว่า ร้อยละ 50 และค่าตอบแทนมีสัดส่วนร้อยละ 11 ของมูลค่าผลผลิตรวมของการก่อสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.5 ปัจจัยการผลิตสาขาก่อสร้าง

ที่มา : วิจัยธุรกิจบริการสู่ตลาดโลกประเภทธุรกิจก่อสร้างและซ่อมแซมอาคาร บริษัท เพอร์เฟ็คท์ แพลน ซัพพลาย จำกัด (2547)

2.2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างอาคารและบ้านเรือนสรุปลงได้โดยสังเขปประกอบด้วย พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522/2535

พระราชบัญญัติวิชาชีพวิศวกรรม พ.ศ. 2505 / 2512 / 2520

พระราชบัญญัติการประกอบวิชาชีพพนักงานก่อสร้าง พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2502

พระราชบัญญัติวิชาชีพสถาปัตยกรรม พ.ศ. 2508

พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2518 / 2535

พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478

พระราชบัญญัติรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2503

พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2504

พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507

พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509

พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2512

2.2.6 ลักษณะการลงทุน

ลักษณะของการลงทุน หมายถึง รูปแบบการเป็นเจ้าของธุรกิจ โดยใช้สัดส่วนและแหล่งเงินทุนเป็นเกณฑ์ ซึ่งลักษณะของการลงทุนดังกล่าวจะเชื่อมโยงกับ แหล่งที่ได้มาและขนาดของเงินลงทุน รวมทั้งอำนาจการบริหาร ซึ่งการกำหนดสัดส่วนของเงินทุน และการตัดสินใจทางการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อประโยชน์แก่ธุรกิจ ผู้บริหารธุรกิจจะต้องตระหนักเสมอว่า ธุรกิจเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเงินตลอดเวลา ดังนั้นการจัดการหาแหล่งเงินทุน การใช้เงินทุนและลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพเป็นสิ่งจำเป็น(พัชราภรณ์ ตรีวุฒิกษกร. 2548: 18)

รูปแบบของทางเลือกในการดำเนินงานธุรกิจระหว่างประเทศว่า กิจการหนึ่งๆ สามารถเลือกรูปแบบของการดำเนินงานธุรกิจระหว่างประเทศได้หลายวิธีการ ตามแต่ผู้ประกอบการธุรกิจจะทำการตัดสินใจเลือกที่จะเข้ามาการค้าระหว่างประเทศ แต่ละทางเลือกล้วนมีขอบเขตหรือระดับของความผูกพันในทรัพยากรที่องค์กรจะต้องทุ่มเทแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับเป้าหมายและกลยุทธ์ของกิจการธุรกิจนั้นๆ รูปแบบของการลงทุนในต่างประเทศดังนี้ (วรรณารต แสงมณี . 2546: 13-5)

2.2.6.1 การร่วมลงทุนหรือการร่วมค้า (Joint Ventures) ลักษณะของการค้าระหว่างประเทศรูปแบบนี้ กิจการค้าจะร่วมกันแบ่งความเป็นเจ้าของการดำเนินงานในระดับต่างๆ แล้วแต่จะตกลงกัน โดยลงทุนในสินทรัพย์และแบ่งปันความเสี่ยงทางธุรกิจร่วมกัน ทำให้ลดความเสี่ยงของการลงทุนระยะยาวของธุรกิจให้ต่ำลง เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวของธุรกิจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประเทศอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นบุคคล กิจการ ธุรกิจ หรือแม้แต่ในรูปรัฐบาล โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะพึงพาอาศัยความเชี่ยวชาญในวิชาการหรือความสามารถบางด้าน หรือแม้แต่ทรัพย์สินของอีกฝ่ายเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกัน

2.2.6.2 การเข้าเป็นเจ้าของทั้งหมดในต่างประเทศ (Wholly owned foreign subsidiary หรือ Totally owned facilities) การเลือกทำการค้าระหว่างประเทศในรูปแบบนี้กิจการจะเข้าควบคุมการดำเนินงานทั้งการผลิตและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสนับสนุนงานทางด้านการตลาดในต่างประเทศทั้งหมดอย่างเด็ดขาด โดยเข้าไปลงทุนทางด้านอสังหาริมทรัพย์ เครื่องมือเครื่องจักรอุปกรณ์ และปัจจัยทางกายภาพที่เกี่ยวข้องกับการผลิต รวมทั้งทรัพย์สินถาวรที่มีอายุการใช้งานนานและเป็นสิ่งที่จะต้องใช้ในการลงทุน ณ ประเทศอื่น วิธีการเช่นนี้จะทำให้สามารถตัดสินใจดำเนินงานได้เต็มที่ สำนักงานใหญ่ในประเทศที่เป็นต้นกำเนิดตั้งอยู่ ได้วางนโยบายไว้อย่างสมบูรณ์แบบที่สุด อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ควรพิจารณาก็คือ ความเป็นไปได้ของกิจการที่จะสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในดินแดนอื่นที่ตนเองอาจไม่คุ้นเคยสภาพแวดล้อม ทำให้เสี่ยงเป็นอย่างมากนอกจากนี้ กฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ของประเทศนั้นๆ ที่กิจการเข้าไปตั้งอยู่ก็อาจไม่สนับสนุนและสร้างกำแพงกีดกันทางธุรกิจไว้

2.2.6.3 รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ ประเทศไทยเราอยู่ในระบบเศรษฐกิจแบบผสมซึ่งกระบวนการผลิต และจำหน่ายสินค้าย่อมสามารถดำเนินการได้โดยองค์การธุรกิจในรูปแบบต่างๆ ซึ่งลักษณะแตกต่างกันตามประเภทของการเป็นเจ้าของกิจการ (By ownership) ฉะนั้น

ประเภทขององค์การธุรกิจก็คือธุรกิจที่มีโครงสร้างซึ่งกำหนดโดยลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจนั้นๆ ซึ่งอาจจำแนกได้ดังนี้

1. ธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ (Sole proprietorship) ธุรกิจแบบนี้มีบุคคลคนเดียวเป็นเจ้าของและดำเนินการแสวงหากำไร ตลอดจนยอมรับความเสี่ยงต่อการขาดทุน แต่ผู้เดียวนับเป็นธุรกิจที่นิยมอย่างแพร่หลาย และมีจำนวนมากกว่าธุรกิจแบบอื่นๆ ในประเทศไทย เช่น การค้าขาย รายย่อย หาบเร่ เป็นต้น เนื่องจากสามารถเริ่มต้นด้วยทุนไม่มาก ผู้เป็นเจ้าของธุรกิจแบบนี้จะต้องตัดสินใจในการที่จะขยายหรือลดกิจการรวมทั้งจัดหาทุนและต้องชดใช้หนี้สินเมื่อกิจการล้มเหลว ซึ่งเจ้าหนี้มีสิทธิเรียกร้องเอาเงินหรือทรัพย์สินส่วนตัวของผู้เป็นเจ้าของมาชดใช้ จนกว่าจะครบกำหนดได้การดำเนินธุรกิจแบบนี้ จึงมักเป็นกิจการขนาดเล็กเพราะความรู้ความสามารถและเงินทุนของเจ้าของกิจการมีจำกัด และหากต้องการขยายกิจการก็มักลำบากในเรื่องที่จะหาเงินทุนเพราะหลักประกันไม่มั่นคงพอแก่การเชื่อถือ อย่างไรก็ตามธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของนี้ ก็ยังมีความสำคัญต่อการผลิต การจำหน่าย และบริการในระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา แม้สหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วก็ยังมีธุรกิจแบบนี้อยู่มากมายการดำเนินธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของนี้มีทั้งข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบดังนี้

ข้อได้เปรียบ

- 1) การจัดตั้งทำได้ง่าย เนื่องจากใช้แต่ทุนทรัพย์ และปัจจัยที่จำเป็นรวมทั้งข้อจำกัดก็มีไม่มากสามารถจัดตั้งและเลิกกิจการเมื่อใดก็ได้
- 2) การดำเนินธุรกิจทำได้อย่างอิสระและคล่องตัว เพราะเจ้าของและผู้จัดการเป็นคนเดียวกัน การดำเนินงานและการตัดสินใจอยู่ที่เจ้าของอย่างแท้จริง เนื่องจากไม่มีหุ้นส่วนและไม่ต้องอยู่ในระเบียบข้อบังคับ ไม่มีผู้ใดขัดขวางก้ำกาย เจ้าของสามารถวางแผนงานและดำเนินธุรกิจได้อย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์
- 3) การดำเนินธุรกิจสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี เพราะเจ้าของมักเป็นคนในท้องถิ่นนั้น รู้จักคุ้นเคยกับบรรดาลูกค้าดีพอที่จะรู้ว่าลูกค้าคนใดต้องการอะไร และจัดหาสินค้ามาสนองได้ตามความต้องการของลูกค้าแต่ละคน รวมทั้งสามารถอำนวยความสะดวกและสร้างความคุ้นเคยให้ความเป็นกันเองแก่ลูกค้าได้ดี
- 4) เจ้าของกิจการมีความสนใจที่จะปรับปรุงกิจการของตนเป็นพิเศษเพราะผลประโยชน์คือกำไรที่ได้รับเป็นของตนเพียงผู้เดียวซึ่งทำให้ผู้เป็นเจ้าของกิจการมักพยายามหาทาง

ประหยัดโดยลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้ได้กำไรสูงขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถรักษาความลับของกิจการรวมทั้งค่าใช้จ่ายในการบริหารงานที่ต่ำกว่ากิจการรูปแบบอื่น

5) การเกี่ยวข้องกับกฎหมายและการควบคุมจากระเบียบข้อบังคับของทางราชการมีน้อยกว่าธุรกิจรูปแบบอื่นทำให้ไม่ซับซ้อน ลดความยุ่งยาก และลดค่าใช้จ่ายกิจการ ไม่จำเป็นต้องแสดงงบการเงินต่อสาธารณชนและกรมสรรพากรทุกสิ้นงวดบัญชี เพื่อเสียภาษีเพราะจะใช้วิธีการเหมาจ่ายโดยหักค่าใช้จ่ายจากเงินได้พึงประเมินตามอัตราต่างๆ

ข้อเสียเปรียบ

1) เจ้าของมักมีทุนจำกัด ทำให้ขนาดของกิจการต้องถูกจำกัดโดยทุน ถ้าต้องการขยายกิจการก็มักหาเงินทุนได้ยาก เพราะขาดหลักประกันในการกู้ยืม

2) เจ้าของธุรกิจนี้ต้องรับผิดชอบทางการเงินโดยไม่จำกัด เพราะถ้าดำเนินกิจการล้มเหลวจะต้องรับผิดชอบบรรดาหนี้สินของธุรกิจทั้งหมด ซึ่งไม่ผูกพันเฉพาะทรัพย์สินในกิจการเท่านั้นแต่ยังผูกพันไปถึงบรรดาทรัพย์สินส่วนตัวของผู้เป็นเจ้าของด้วย

3) ผู้เป็นเจ้าของธุรกิจอาจขาดความสามารถและความชำนาญในการบริหารงาน เพราะแต่ละบุคคลย่อมมีความสามารถในการดำเนินงานไม่เท่ากัน ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจแบบนี้จึงขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้เป็นเจ้าของกิจการเป็นสำคัญ หากเจ้าของมีความสามารถกิจการก็จะดำเนินไปด้วยดี แต่ถ้าขาดความสามารถกิจการก็มักล้มเหลว ดังที่พบเห็นกันอยู่เสมอว่า ธุรกิจแบบนี้ตั้งอยู่ไม่นานก็ต้องล้มเลิกไป

4) ธุรกิจแบบนี้มักมีอายุไม่ยืนนาน เพราะขึ้นอยู่กับสุขภาพและชีวิตของผู้เป็นเจ้าของ หากเจ้าของเกิดเจ็บป่วยล้มตาย กิจการก็มักล้มเลิกตามไปด้วยเพราะขาดผู้ที่รับช่วงดำเนินงานต่อไป

2. ธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วน (Partnership) ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1012 บัญญัติว่า “ห้างหุ้นส่วนเป็นสัญญาซึ่งบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปตกลงเข้ากันเพื่อกระทำการกิจการร่วมกัน ด้วยประสงค์จะแบ่งกำไรอันถึงได้จากกิจการที่ทำนั้น” รูปแบบธุรกิจนี้มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปรับผิดชอบร่วมกันในการดำเนินกิจการ โดยตกลงจะออกตามที่ตกลงกัน และถ้าดำเนินธุรกิจได้กำไรหรือขาดทุนก็ตามจะแบ่งความรับผิดชอบหรือผลประโยชน์ตามส่วนของเงินที่จะนำมาลงทุน ธุรกิจแบบนี้สืบต่อความติดมากจากธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ กล่าวคือ เมื่อดำเนินกิจการค้าก้าวหน้าจนถึงระยะที่ต้องการเงินทุนและจัดการเพิ่มขึ้นเจ้าของก็จะแสวงหาบุคคลที่ไว้วางใจได้เข้ามาเป็นหุ้นส่วนร่วมดำเนินกิจการอย่างไรก็ตามธุรกิจประเภทนี้ คุณสมบัติของผู้เป็นหุ้นส่วนถือว่าเป็นสิ่งสำคัญมาก เนื่องจากถ้าหากว่ามีการเปลี่ยนแปลงใดๆ เกิดขึ้น ผู้เป็น

หุ้นส่วนเดิมทุกคนจะต้องให้การยินยอมเสียก่อนเพราะนิติกรรมที่กระทำขึ้นในรูปแบบใดก็ตาม จะมีผลผูกพันหุ้นส่วนทุกคน ธุรกิจแบบนี้มีลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ

1) มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปตกลงทำสัญญากันด้วยวาจาหรือหนังสือระบุมความรับผิดชอบและภาระกิจต่างๆ ของหุ้นส่วน อย่างไรก็ตาม ผู้เป็นหุ้นส่วนควรจะบันทึกและทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อป้องกันความยุ่งยากสับสนในภายหลัง

2) ทุนที่จะนำมาลงนั้นอาจเป็นเงิน สิ่งของ หรือทรัพย์สินอย่างอื่นก็ได้ เช่น กำลังกาย กำลังความคิด ความรู้ความชำนาญ เป็นต้น

3) กระทำกิจการร่วมกัน

4) มีความประสงค์จะแบ่งปันกำไรหรือร่วมเฉลี่ยในการขาดทุน

3. ธุรกิจแบบบริษัท (Corporation) ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทย มาตรา 1096 บัญญัติเกี่ยวกับบริษัทจำกัดว่า “บริษัทจำกัดคือบริษัทประเภทที่สร้างขึ้นด้วยการแบ่งทุนเป็นหุ้น แต่ละหุ้นมีมูลค่าเท่าๆ กัน ผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งใช้ไม่ครบมูลค่าหุ้นที่ตนถืออยู่” ธุรกิจแบบบริษัทจึงเป็นหน่วยธุรกิจที่สร้างขึ้นเพื่อรวบรวมทุนจากผู้ถือหุ้นหลายๆ คน ไม่จำกัดเฉพาะภายในครอบครัวหรือผู้ใกล้ชิดอย่างกรณีห้างหุ้นส่วนด้วยเหตุผลนี้ธุรกิจแบบบริษัทจำกัด จึงสามารถหาเงินทุน ได้จำนวนมากพอเพียงกับความต้องการของธุรกิจ ในปัจจุบันการจัดตั้งบริษัทจำกัดในประเทศมีข้อบังคับปลีกย่อยแตกต่างกัน แต่มีลักษณะที่สำคัญคือมีสภาพเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย บริษัทมีสิทธิหน้าที่ของตนเองอาจเป็นเจ้าของทรัพย์สินใด ๆ ในนามของตนเองหรือทำการซื้อขายในนามของบริษัท โดยไม่เกี่ยวกับบุคคลผู้ถือหุ้นเลย และบริษัทจำกัดเป็นหน่วยธุรกิจที่ไม่เลิกล้มได้ง่ายอย่างกรณีห้างหุ้นส่วน แต่บริษัทจำกัดมีอายุยืนนานการล้มเลิกย่อมเป็นไปตามข้อตกลงหรือโดยผลแห่งตัวบทกฎหมายเท่านั้นบริษัทจำกัด (corporations) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) บริษัทเอกชน จำกัด หมายถึงบริษัทจำกัดซึ่งจัดตั้งขึ้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (2) บริษัทมหาชน จำกัด จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535

2.2.7 ขนาดของเงินลงทุน

การแบ่งประเภทของอุตสาหกรรมโดยยึดตามขนาดของกิจการนี้ขึ้นอยู่กับสภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ ฉะนั้นประเทศหนึ่งกับอีกประเทศหนึ่ง อาจจะกำหนดขนาดของอุตสาหกรรมแตกต่างกันออกไปเช่น (อดิनुช กาญจนพิบูลย์. 2548: 7-8)

สถาบัน Stanford แห่งสหรัฐอเมริกา ได้แบ่งขนาดอุตสาหกรรมออกดังนี้

1. อุตสาหกรรมขนาดเล็ก ใช้คนงาน 1-9 คน
2. อุตสาหกรรมขนาดย่อม ใช้คนงาน 10-99 คน

3. อุตสาหกรรมขนาดกลาง ใช้แรงงาน 100-499 คน
4. อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ใช้แรงงาน 500 คนขึ้นไป

ส่วนในประเทศไทยได้มีการแบ่งขนาดอุตสาหกรรมโดยถือหลักเกณฑ์จากจำนวนเงินลงทุน
คนงาน และรายรับจากการขายดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมในครอบครัว ได้แก่อุตสาหกรรมที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 100,000 บาท มีจำนวนคนงานรวมกันแล้วน้อยกว่า 10 คน และมีรายรับจากการขายทั้งปี ต่ำกว่า 1,200,000 บาท
2. อุตสาหกรรมขนาดเล็ก ได้แก่อุตสาหกรรมที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1,000,000 บาท มีจำนวนคนงานรวมกันแล้วน้อยกว่า 50 คน และมีรายรับจากการขายทั้งปี ต่ำกว่า 6,000,000 บาท
3. อุตสาหกรรมขนาดกลาง ได้แก่อุตสาหกรรมที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10,000,000 บาท มีจำนวนคนงานทุกแผนกรวมกันแล้วน้อยกว่า 500 คน และมีรายรับจากการขายทั้งปี ต่ำกว่า 30,000,000 บาท
4. อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ได้แก่อุตสาหกรรมที่มีเงินทุนจดทะเบียนสูงกว่า 10,000,000 บาท มีจำนวนคนงานรวมกันแล้วมากกว่า 500 คน และมีรายรับจากการขายทั้งปี สูงกว่า 30,000,000 บาท

สำหรับข้อดี-ข้อเสีย ของเครื่องชี้เกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการวัดขนาดของธุรกิจอุตสาหกรรม ดัง
ตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ข้อดี-ข้อเสีย ของเครื่องชี้เกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการวัดขนาดของอุตสาหกรรม

เกณฑ์ที่ใช้	ข้อดี	ข้อเสีย
ขนาดการจ้างงาน	-ง่ายในการจัด -สามารถใช้เกณฑ์เป็นเวลานาน	-ไม่สามารถจำแนกประเภท อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงาน มากหรือใช้ทุนมาก
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	-ง่ายในการจำแนกอุตสาหกรรมที่ใช้ ทุนมากหรือน้อย	-ต้องคำนึงถึงภาวะเงินเฟ้อ -ตัวเลขที่ได้มาเชื่อถือได้ยาก
ทุนจดทะเบียน	-ง่ายในการจัดเก็บ -สามารถใช้ต่อเนื่องกันเป็นเวลานาน	-ไม่ได้สะท้อนการประกอบ การจริง
ยอดขาย		-จำเป็นต้องการปรับเปลี่ยนอยู่ เสมอ -ไม่สามารถใช้เกณฑ์เดียวกับ อุตสาหกรรมที่ต่างกัน

ที่มา : สมชัย ดันดิธนวนวัฒน์ (2542: 25-26)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.8 ระยะเวลาการดำเนินงาน

เรวัต ต้นคายนนท์ (2549) กล่าวถึง ทฤษฎีว่าด้วยช่วงชีวิตของผลิตภัณฑ์ อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยทั่วไปจะมีวงจรชีวิตเป็นของตัวเอง ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 5 ระยะ ได้แก่ ช่วงการพัฒนา ช่วงแนะนำ ช่วงเติบโต ช่วงอิ่มตัว และช่วงถดถอย เปรียบเทียบได้คล้ายๆ กับช่วงชีวิตของคนเราเช่นกัน แต่ในขณะที่การแบ่งช่วงชีวิตของคน ใช้อายุเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง การแบ่งช่วงชีวิตของสินค้า หรือ ของธุรกิจ จะใช้ยอดขายที่เกิดขึ้นเป็นตัวแบ่ง หากต้องการจะติดตามช่วงชีวิตของสินค้า หรือ ผลิตภัณฑ์ เจ้าของหรือผู้ประกอบการ ก็จะต้องหันกลับไปดูว่า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ มีประวัติการสร้างยอดขายอย่างไรบ้าง หรือหากต้องการจะติดตามดูว่า ธุรกิจที่ตนเองทำอยู่นั้นอยู่ในช่วงชีวิตช่วงใด ก็จะต้องหันกลับไปดูพัฒนาการของยอดขายรวมทั้งหมดที่กิจการสร้างขึ้นในแต่ละช่วงวงจรชีวิต ธุรกิจจะมีลักษณะ โอกาส และความเสี่ยงแตกต่างกันออกไป อธิบายได้ดังนี้

1) ช่วงการพัฒนา เป็นช่วงที่เริ่มตั้งแต่การสร้างความคิดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ จนกระทั่งสามารถพัฒนาขึ้นมาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่มีหน้าที่ใช้งานได้ตามที่ต้องการ อาจต้องมีการทดสอบตลาดและปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีขึ้น ในช่วงชีวิตนี้ กิจการต้องใช้เงินทุนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยที่ยังไม่สามารถสร้างยอดขายขึ้นมาได้ ดังนั้น กลยุทธ์ที่สำคัญได้แก่การบริหารกระบวนการพัฒนาสินค้าตามขั้นตอนที่ถูกต้องเหมาะสมเพื่อให้ได้สินค้าที่ตรงความต้องการในเวลาที่ดีที่สุดและใช้ต้นทุนน้อยที่สุด การพัฒนาสินค้าจำเป็นที่จะต้องทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีสินค้าใหม่เข้ามารองรับตลาดของสินค้าเดิมที่อยู่ในช่วงถดถอย เพื่อให้กิจการสามารถงยอดขายหรือกำไรได้ตามต้องการ การพัฒนาสินค้ายังจำเป็นสำหรับการขยายตัวหรือการสร้างยอดขายให้สูงขึ้นได้

2) ช่วงแนะนำ เป็นช่วงการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์เดิมแต่เข้าตลาดใหม่ หรือการนำผลิตภัณฑ์เข้าไปสู่ตลาดที่มีอยู่ก่อนแล้ว ในช่วงนี้ผู้บริโภคจะมีการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์น้อย ดังนั้น ความคาดหวังหรือความชื่นชอบจะยังไม่ปรากฏชัดในระยะนี้ เจ้าของผลิตภัณฑ์จะมีความเสี่ยงในการยอมรับต่อตัวสินค้า หากสินค้าไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด แต่หากสินค้าเป็นที่ยอมรับ เจ้าของผลิตภัณฑ์ก็จะได้รับผลตอบแทนในรูปของความพึงพอใจจากตลาดยอดขายในช่วงนี้ ยังจะต่ำ ยังไม่สามารถสร้างกำไรได้ กลยุทธ์ที่ควรใช้ คือการพยายามทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการจดจำ หรือ การรับรู้ของตลาดให้มากที่สุด

3) ช่วงเติบโต ลักษณะที่จะบ่งบอกว่าผลิตภัณฑ์อยู่ในช่วงเติบโต ได้แก่การที่ยอดขายเพิ่มสูงขึ้นในอัตราเร่ง เนื่องจากสินค้าเริ่มเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในตลาดเป้าหมาย ลูกค้าแสดงความ

ซึ่งชอบและความพึงพอใจในสิ่งที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ ดังนั้น อัตราการสร้างกำไรจึงเติบโต
 อย่างเป็นกอบเป็นกำ ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในช่วงชีวิตนี้ได้แก่ความเสี่ยงที่จะเกิดจากคู่แข่ง
 โดยเฉพาะคู่แข่งหน้าใหม่ และคู่แข่งรายใหญ่ที่มองเห็นความสำเร็จของผลิตภัณฑ์และตั้งใจที่จะเข้า
 มาแย่งส่วนแบ่งตลาดจากเรา กลยุทธ์ที่ควรใช้ คือ การพยายามเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มาก
 ขึ้นเต็มรูปแบบ โดยใช้กลยุทธ์ราคาแบบเจาะตลาดซึ่งนอกจากจะช่วยเพิ่มยอดขายแล้วยังเป็นการ
 สกัดคู่แข่งหน้าใหม่ที่จะเข้ามาต่อกรได้อีกทางหนึ่ง พยายามสร้างช่องทางการจำหน่ายให้มากขึ้น
 เพิ่มการโฆษณาเพื่อสร้างความสนใจและความตระหนักตัวสินค้าให้แพร่ไปในวงกว้าง นอกจากนี้
 ควรใช้กลยุทธ์การลดค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างกำไรให้ได้สูงสุดในขณะที่ยอดขายและความต้องการของ
 ลูกค้ายังมีสูง

4) ช่วงอิมตัว ช่วงนี้ผลิตภัณฑ์ได้ถูกพัฒนาให้เกิดความภักดีในตัวสินค้า ลูกค้าประจำจะไม่
 อยากรองของใหม่ ยอดขายยังคงสูงแต่อัตราเพิ่มขึ้นของยอดขายจะลดลง ช่วงนี้จะเป็นช่วงที่สินค้ามี
 ความแข็งแกร่งในการครอบครองตลาด ทำให้คู่แข่งหน้าใหม่ไม่สามารถเจาะตลาดเข้ามาได้ง่ายๆ
 นอกจากจะนำเสนอสินค้าที่มีความแปลกใหม่ หรือความแตกต่างอย่างโดดเด่น ความเสี่ยงของธุรกิจ
 อยู่ในระดับต่ำ แต่ควรพิจารณาลดความเสี่ยง โดยการวิจัยพัฒนาหรือเตรียมตัวหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ
 เข้ามาเสริม เพื่อเตรียมสร้างยอดขายในอนาคตในระหว่างที่กิจการมีความมั่นคงสูง กลยุทธ์ที่ควรใช้
 ได้แก่การพยายามสร้างยอดขายอย่างต่อเนื่องด้วยการหาวิธีการใช้งานแบบใหม่ๆ การใช้กลยุทธ์
 ราคาเพื่อกดดันคู่แข่ง หรือ ปราบคู่แข่งหน้าใหม่ไม่ให้กล้าเข้ามาในตลาด เพิ่มช่องทางการจำหน่าย
 หรืออาจแตกสินค้าออกไปในรูปแบบอื่น หรือ สร้างตราชื่อใหม่

5) ช่วงถดถอย เป็นช่วงระยะสุดท้ายที่ผลิตภัณฑ์จะถูกกลืน ไปจากตลาด ยอดขายจะเริ่มลด
 ต่ำลง ความนิยมในตัวสินค้าลดลง สำหรับกิจการที่มีผลิตภัณฑ์เพียงตัวเดียว หรือรายได้ขึ้นกับ
 สินค้าเด่นเพียงตัวเดียว ระวังจะนำไปสู่จุดจบของกิจการ ส่วนกิจการที่มีผลิตภัณฑ์หลายตัว อาจ
 ต้องพยายามหยุดสินค้าบางตัวไปเลย การลดความเสี่ยงอาจทำได้โดยการพยายามที่จะค้นพบการ
 เข้าสู่ช่วงชีวิตถดถอยของผลิตภัณฑ์ให้เร็วที่สุด แล้วพยายามนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้ามาเสริมเสียก่อน
 กลยุทธ์ที่ควรใช้ ได้แก่การลดค่าใช้จ่ายด้านการตลาด คงรักษาไว้แต่ลูกค้าที่ภักดี เลือกช่องทาง
 กระจายสินค้าที่ยังพอสร้างยอดขายได้ ยกเลิกหน่วยกระจายสินค้าที่ไม่ทำกำไร

ในขณะที่กิจการได้มีความเจริญเติบโตก้าวหน้าผ่านขั้นตอนต่างๆของการพัฒนาการนั้นใน
 แต่ละขั้นตอนของพัฒนาการดังกล่าวต่างก็จะมีกรณีปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งภายในของตนเอง ได้
 ยกตัวอย่าง เช่น ในการรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลางมากๆ ในที่สุดเมื่อมากเกินไปก็จะนำไปสู่การ
 เรียกร้องให้มีการกระจายอำนาจหรือในอีกทางหนึ่งลักษณะของการแก้ไขปัญหาก็ฝ่ายบริหารได้

กระทำไปในช่วงเวลาที่เกิดเหตุวิกฤตหรือมีการปฏิวัติรูปแบบการทำงานที่เกิดขึ้นนั้นในที่สุดแนวทางในการแก้ไขปัญหานั้นก็ยังคงถูกดำรงรักษาไว้และปรากฏต่อเนื่องไปถึงขั้นตอนของการวิวัฒนาการเพื่อการเติบโตหลังจากการเกิดเหตุวิกฤตดังกล่าวมีดังต่อไปนี้(วรรณารถ แสงมณี .2544: 11-12)

ขั้นตอนการพิจารณาการเจริญเติบโตของวงจรชีวิตขององค์การ (Stages of Life Cycle Development) มีอยู่ประมาณ 5 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนที่องค์การได้เข้าไปอยู่ในช่วงเวลาดังกล่าวย่อมหมายถึงการเข้าไปสู่ขั้นตอนใหม่ของวงจรชีวิตขององค์การ อันมีความหมายถึงการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งใหม่ทั้งจากภายในและสิ่งแวดล้อมภายนอกที่องค์การเกี่ยวข้อง ขั้นตอนต่าง ๆ ดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

1) ขั้นตอนการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Stage)

เมื่อองค์การกำเนิดขึ้นนั้น ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารองค์การมีความมุ่งหมายเป็นพิเศษในเรื่องความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการดิ้นรนเพื่อการดำรงอยู่ให้ได้ในตลาดผู้ประกอบการจะอุทิศพลังกายพลังใจทั้งหมดให้กับกิจกรรมการผลิต และการตลาดของผลิตภัณฑ์รูปแบบขององค์การในช่วงเวลานี้มักไม่เป็นทางการ (Informal) และไม่เป็นระบบราชการหรือระบบเจ้าขุนมูลนายแต่อย่างใด (Nonbureaucratic) การบริการควบคุมมักขึ้นอยู่กับผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการความเจริญเติบโตขององค์การจะเป็นผลมาจากที่องค์การ สามารถค้นคว้าหาสิ่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่องค์การจะเสนอกับตลาด หรือลูกค้าได้

2) ขั้นตอนการรวมกำลัง (Collectivity Stage)

เมื่อองค์การสามารถมีผู้นำที่มีความสามารถในการนำพาองค์การเจริญเติบโตได้ในแวดวงของธุรกิจนั้น ๆ แล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการที่องค์การเริ่มกิจกรรมงานมากขึ้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำการจัดแผนงานพร้อมกับการจัดระดับขั้นการบังคับบัญชาพนักงานขององค์การมีความกระตือรือร้นในการทำงานและพร้อมใจในการนำมาซึ่งเป้าหมายขององค์การ และแสดงออกถึงความผูกพันที่มีต่อองค์การสูงมาก อย่างไรก็ตามการติดต่อสื่อสารและการควบคุมยังคงมีความไม่เป็นทางการอยู่ (Mostly Informal) ถึงแม้้องค์การจะเริ่มสร้างระบบโครงสร้างองค์การที่มีความเป็นทางการให้เห็นบ้างแล้วก็ตาม ความสัมพันธ์ระหว่างกันภายในองค์การเป็นการเสริมสร้างบรรยากาศของการอยู่ร่วมเป็นครอบครัวและการร่วมแรงร่วมใจของสมาชิก ซึ่งทำให้มีการพัฒนารูปแบบของมนุษย์สัมพันธ์ต่าง ๆ เข้ามาใช้ภายในองค์การมากขึ้นด้วย

3) ขั้นตอนของการจัดระบบเป็นทางการและการควบคุม (Formalization and Control Stage)

ขั้นตอนนี้องค์การสามารถตั้งหลักได้แล้วและกำลังใช้ระบบเพื่อสร้างกฎระเบียบ กระบวนการและการควบคุมให้มีขั้นตอนที่สมบูรณ์แบบ ทั้งนี้เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการ ดำเนินการ ซึ่งกฎและระเบียบรวมทั้งแนวทางต่าง ๆ ที่กำหนดก็เพื่อการธำรงรักษาสิ่งต่างๆให้คงไว้ ภายในองค์การ รูปแบบการบริหารในช่วงเวลานี้เป็นการมุ่งเน้นกระบวนการทำงาน และการมุ่ง เป้าหมายผลงาน

4) ขั้นตอนของโครงสร้างที่ขยายตัว (Elaboration of Structure Stage)

วิธีการหนึ่งในการแก้ปัญหาอันเป็นผลมาจากการที่องค์การมีระเบียบแบบแผนมากเกินไปก็คือการสร้างความสำเร็จของการร่วมมือกันทำงานในลักษณะเป็นทีมงาน (Teamwork) และมีหน่วย ประสานงาน (Task Force) ในทุกระดับตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงระดับพนักงานขั้นต่ำของ องค์การ ให้พัฒนาความรู้ความสามารถ และความชำนาญ เพื่อเผชิญหน้ากับปัญหาและร่วมมือ ทำงานด้วยกัน ทีมงานมักจะได้รับการวางตัวจากหลาย ๆ แผนกภายในองค์การ ในขณะเดียวกัน องค์การก็มักจะแยกตัวออกเป็นหลาย ๆ แผนกงานหรือฝ่ายต่าง ๆ ภายในองค์การเพื่อธำรงรักษาไว้ ซึ่งปรัชญาของการเป็นองค์การที่มีขนาดเล็ก

5) การถดถอยขององค์การ (Decline State)

ในที่สุดแล้วผู้บริหารหลายคนอาจต้องเผชิญกับความจริงที่เจ็บปวดในความล้มเหลวอัน เนื่องมาจากการที่พบว่า การเจริญเติบโตและขยายตัวขององค์การไม่อาจเกิดขึ้นต่อไปได้อีก ยิ่งกว่านั้นยังอาจต้องหยุดการดำเนินงานที่กำลังกระทำอยู่อีกด้วย สภาพเช่นนี้ในที่สุดแล้วก็เป็นสิ่งที่ องค์การหลายแห่งไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ในการยอมรับถึงการที่ต้องปิด โรงงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการปลดพนักงานออกจากองค์การในที่สุดหรือในอนาคตอันใกล้

การที่องค์การจะมีสภาพของการถดถอยหรือเข้าสู่ขั้นตอนของการเสื่อมถอย (Decline Stage) ได้นั้นโดยมากแล้วเหตุผลสำคัญมักมาจากเหตุผลหลายประการดังต่อไปนี้ เช่น การที่ องค์การไม่สามารถปรับตัวรับมือให้เข้ากันได้กับสิ่งแวดล้อมที่เข้ามากระทบกับองค์การเช่นการที่ ความต้องการหรือรสนิยมในการบริโภคของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปจากผลิตภัณฑ์เดิมขององค์การ ไปสู่ผลิตภัณฑ์หรือรสนิยมรูปแบบอื่นแทนแม้ว่าผู้บริหารจะพยายามหากลยุทธ์แก้ไขต่าง ๆ ก็ไม่ สามารถกู้สถานการณ์เดิมกลับคืนมาได้ อีกประการหนึ่งของเหตุผลในการถดถอยลงขององค์การ มักจะมีสัญญาณเตือนมาก่อนบ้างแล้ว ถ้าหากผู้บริหารรู้จักสังเกตและหมั่นพิจารณาก็คือการที่ระบบ และสภาพขององค์การเองมีโครงสร้างองค์การที่ไม่มีประสิทธิภาพและมีความซับซ้อนใหญ่โต เทอะทะมากเกินไป องค์การขาดการประสานงานที่ดี รวมทั้งการมีพนักงานจำนวนมากเกินไปที่ไม่

จำเป็นกับปริมาณกิจกรรมงาน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นผลพวงร่วมกันและสะสมความเสียหายต่อเนื่องจนทำให้องค์กรเสื่อมถอยได้ในที่สุด

เหตุผลประการสุดท้ายของการที่องค์กรเข้าสู่สภาพการถดถอยนั้นก็คือสภาพของสิ่งแวดล้อมเองที่ไม่สามารถถือถูด หรืออำนาจการสนับสนุนส่งเสริมทรัพยากร หรือปัจจัยต่างๆที่องค์กรต้องการและจำเป็นต่อไปอีกได้ โดยทั่วไปแล้วทรัพยากรจากสิ่งแวดล้อมประเภทนี้จะเป็นปัจจัยหลักขององค์กรซึ่งกิจการจะขาดเสียมิได้ ในกรณีเช่นนี้มักจะเป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นจากรธรรมชาติหรือโอกาสทางธุรกิจบางอย่างที่เป็นกรณีพิเศษ ดังนั้นถ้าหากองค์กรต้องขาดสิ่งเหล่านี้ชีวิตขององค์กรก็ย่อมที่จะเป็นไปไม่ได้ในการที่จะดำรงคงอยู่ตลอดไป

2.2.9 แนวคิดทางการเงิน

คณาจารย์โปรแกรมบริหารธุรกิจ (2541:197-202) กล่าวว่าจุดมุ่งหมายขององค์กรธุรกิจไม่ว่าจะอยู่ในรูปการผลิตสินค้า หรือการให้บริการต่างก็มุ่งหวังจะตอบสนองความต้องการของสังคมและขณะเดียวกันก็มุ่งหวังที่จะให้องค์กรอยู่รอดเจริญเติบโตและทำกำไรให้แก่องค์กรเอง แต่จากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้น เป็นเหตุให้องค์กรธุรกิจจะต้องมีการวางแผนและการบริหารงานให้เกิดประสิทธิภาพและต้นทุนผลิตต่ำสุด จึงต้องมีการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน(Anticipation) การจัดหาเงินทุน(Acquisition) และการจัดสรรเงินทุนไปใช้ในธุรกิจ (Allocation The three A's of financial management) อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านนี้จะส่งผลให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรธุรกิจนั่นเอง

2.2.9.1 การวางแผนหรือการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน (Anticipation)

เป็นงานวางแผนเกี่ยวกับเงิน โดยพิจารณาว่าธุรกิจมีความจำเป็นต้องให้เงินทุนเท่าใดสำหรับการดำเนินงานในอนาคต (Needs of funds) ในการวางแผนการดำเนินงานในระยะยาวของธุรกิจจำเป็นต้องพิจารณาในด้านการเงินด้วย โดยเฉพาะแผนที่ทำให้มีการจ่ายเงินจำนวนมาก ๆ เช่น การขยายโรงงาน การซื้อเครื่องจักรใหม่ เป็นต้น ธุรกิจจะวางแผนความต้องการให้เงิน โดยการพยากรณ์เหตุการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในธุรกิจซึ่งจะมีผลต่อการเงิน เหตุการณ์ซึ่งจะทำให้เงินสดเคลื่อนไหวเข้าหรือออกธุรกิจก็จะต้องพยากรณ์ เมื่อผู้จัดการทางการเงินทราบแผนงานและการประมาณการดำเนินงานแล้วก็จะจัดทำงบประมาณเงินสดรับและจ่าย ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถทราบขนาดที่เหมาะสมของเงินที่ต้องการใช้ในอนาคตได้ อย่างไรก็ตามก็ต้องคำนึงถึงเสมอว่าธุรกิจต้องดำเนินงานอยู่ภายใต้ภาวะของความไม่แน่นอนด้วย ดังนั้นการวางแผนทางการเงินจึงต้องยืดหยุ่นได้เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับตัวให้เข้ากับเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึง

2.2.9.2 การจัดหาเงินทุน (Acquisition)

เป็นงานบริหารการเงินที่เกี่ยวกับการจัดหาเงินทุนที่เหมาะสมมาใช้ในธุรกิจ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือเงินทุนที่ธุรกิจต้องการใช้นั้นได้จัดหามาเมื่อเวลาใดจากแหล่งเงินทุนไหนและด้วย

วิธีการอย่างไร แหล่งเงินทุนที่ผู้จัดการทางการเงินจะได้นั้น ขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่ต้องการใช้เงินทุน และหลักฐานที่เขาสามารถใช้ในการจัดหาเงินทุน กล่าวคือ ต้องการเงินทุนระยะยาวหรือระยะสั้น ในฐานะผู้ขอกู้เขามีกำลังความสามารถเพียงไร ขนาดและความมั่นคงของธุรกิจมีส่วนกำหนด แหล่งและอายุของเงินทุนที่จะได้รับด้วย สำหรับธุรกิจขนาดเล็กที่ฐานะการเงินไม่ดีนักจะได้รับทุนจากเครดิตทางการค้าในระยะสั้นเท่านั้น ยกเว้นถ้าธุรกิจมีฐานะเครดิตดีก็อาจได้รับเงินกู้จากธนาคาร ซึ่งต้องค้ำประกันโดยบัญชีลูกหนี้สินค้าหรือหลักทรัพย์ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าธุรกิจเติบโตรวดเร็วจะยังมีปัญหาในการจัดหาเงินทุนระยะยาว สำหรับเงินทุนระยะปานกลางพอจะกระทำได้ ถ้ามีการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ดังนั้นธุรกิจขนาดย่อมจะใช้เงินทุนระยะยาวได้แต่เฉพาะกำไรที่ธุรกิจได้สะสมไว้จากการดำเนินงานนั่นเอง อย่างไรก็ตามในการเลือกแหล่งเงินทุนนั้น ผู้จัดการทางการเงินควรพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น รวมทั้งต้นทุนของเงินทุนที่เกิดจากการจัดหาเงินทุน

ประเภทเงินทุน แบ่งได้ตามระยะเวลาของการใช้สินทรัพย์ดังนี้

1 เงินทุนระยะยาว (Long-term Financing) คือเงินทุนที่มีกำหนดจ่ายคืนเกิน 5 ปี เป็นเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในการซื้อสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets) เช่นที่ดิน อาคาร เครื่องจักร ฯลฯ สามารถจัดหาได้จากแหล่งต่อไปนี้

1.1 จากเจ้าของทุน เช่นธุรกิจคนเดียวก็คือ การเพิ่มทุนของตนเอง ห้างหุ้นส่วนก็เรียกทุนเพิ่มจากหุ้นส่วนหรือหาบุคคลอื่นมาร่วมลงทุนด้วย ส่วนบริษัทจำกัดก็คือ การออกหุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ เพิ่มเติม

1.2 การกู้ยืม ธุรกิจอาจจะกู้ยืมระยะยาวได้จากสถาบันการเงินต่าง ๆ เช่น ธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุนเพื่ออุตสาหกรรม บริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์ บริษัทประกัน ฯลฯ สำหรับธุรกิจเจ้าของคนเดียวนั้น การกู้ยืมจากสถาบันการเงินดังกล่าวทำได้ไม่มากนัก เพราะกิจการขึ้นอยู่กับบุคคลคนเดียว หรือห้างหุ้นส่วนฯ ก็เช่นกัน ถ้ากู้ยืมได้ก็จำนวนไม่มากนัก และต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันจนเป็นที่น่าพอใจแก่สถาบันการเงิน ดังนั้นธุรกิจเจ้าของคนเดียวและห้างหุ้นส่วนฯ จึงต้องอาศัย นายทุนเอกชน (ตลาดเงินทุนนอกระบบ) เป็นส่วนใหญ่ สำหรับบริษัทมหาชนจำกัดนั้นอาจใช้วิธีการออกหุ้นกู้หรือพันธบัตรจำหน่ายแก่ประชาชนและธุรกิจอื่นได้ โดยกำหนดอัตราดอกเบี้ยและเวลาไถ่ถอนไว้แน่นอนด้วย

1.3 จากกำไรสะสมของธุรกิจ คือกำไรสุทธิที่เหลือจากการจัดสรรให้ผู้ถือหุ้นและกันไว้เป็นทุนสำรองตามกฎหมายแล้ว ตั้งแต่เริ่มดำเนินงานมาจนถึงปัจจุบัน

2 เงินทุนระยะสั้น (Short-term Financing) คือเงินทุนที่มีกำหนดจ่ายคืนภายใน 1 ปี จัดหาเพื่อซื้อวัตถุดิบในการผลิต หรือจ่ายค่าแรง เป็นต้น เงินทุนระยะสั้นอาจเกิดปัญหาการขาดมือได้ ด้วยสาเหตุดังนี้

2.1 มีการขายเงินเชื่อจำนวนมาก และยังเก็บเงินจากลูกหนี้ไม่ได้

2.2 อาจเป็นธุรกิจที่ขายสินค้าตามฤดูกาล บางครั้งต้องนำเงินทุนไปซื้อ หรือผลิตสินค้าไว้เพื่อขายในฤดูกาลหรือเทศกาลนั้น ๆ เป็นจำนวนมาก เงินทุนจึงไปจมอยู่กับสินค้านั้น

2.3 บางครั้งเกิดการเงินสดมาหมุนเวียนทันที เช่น ชำระหนี้บางรายหรือจ่ายเงินเดือน ค่าจ้าง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ฯลฯ

อนึ่งการปล่อยให้เงินขาดมือนั้น อาจทำให้การดำเนินธุรกิจต้องหยุดชะงักได้เกิดความล่าช้าเสียหาย อาจถูกฟ้องร้อง ทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงในทางธุรกิจ (Credit) ดังนั้นผู้บริหารควรทำงบประมาณเงินสด (Cash Budget) ว่ากิจการต้องการใช้เงินสดมากในช่วงใดเป็นต้น จะได้เป็นแนวทางแก้ไขในการหาเงินสดไว้สำรองใช้และระยะเวลาที่ถูกต้อง

การจัดการและการแก้ไขการขาดเงินทุนระยะสั้น อันทำได้ในลักษณะต่อไปนี้

1. เร่งรัด ทวงถามลูกหนี้ที่ครบกำหนด จูงใจลูกหนี้ให้ชำระก่อนกำหนด โดยให้ส่วนลด ฯลฯ
2. การควบคุมสินค้า และวัตถุดิบคงเหลือ มิให้มีจำนวนมากเกินไป เป็นเหตุให้เงินทุนจม
3. ในกรณีลูกหนี้ ขอผ่อนผันยืดเวลาชำระหนี้
4. กู้ยืมจากสถาบันการเงินต่าง ๆ รวมทั้งกู้ยืมจากนายทุนเอกชน
5. ใช้เอกสารเครดิตในการซื้อสินค้า แทนที่จะใช้เงินสด เช่น ตั๋วแลกเงิน ตั๋วสัญญาใช้เงิน หรือขอใช้เช็ค โดยลงวันที่ล่วงหน้า เป็นต้น
6. ขายลดเอกสารเครดิต เช่น ตั๋วแลกเงิน สัญญาใช้เงิน ฯลฯ ซึ่งยังไม่ครบกำหนด เป็นต้น

2.2.9.3 การจัดสรรเงินทุนไปใช้ในธุรกิจ (Allocation)

เป็นงานการบริหารเงินที่เกี่ยวกับการจัดสรรเงินทุนของธุรกิจ ไปลงทุนในสินทรัพย์ประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจมีความสามารถที่จะใช้สินทรัพย์มาชำระหนี้ได้ตามกำหนดเวลา เรียกว่ามีสภาพคล่อง (Liquidity) และการบริหารทางการเงินเพื่อให้มีการใช้เงินทุนไปลงทุนในสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์เพิ่มขึ้น เรียกว่า มีความสามารถในการทำกำไร (Profitability) ธุรกิจจะมีสภาพคล่องสูงเมื่อมีสินทรัพย์ที่สามารถเปลี่ยนสภาพเป็นเงินสดได้เร็ว เช่น เงินสด เงินฝากธนาคาร หลักทรัพย์ในความต้องการของตลาด ลูกหนี้และสินค้า เป็นต้น เป็นมูลค่าสูงกว่าสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องต่ำ เช่น สินทรัพย์ถาวร เป็นต้น สภาพคล่องที่สูงจะช่วยลดความเสี่ยงทางการเงิน อย่างไรก็ตามธุรกิจได้กำหนดเป้าหมายของการดำเนินงานไว้ว่ามีกำไรสูงสุด ซึ่งหมายความว่าธุรกิจจะต้องใช้เงินทุนมาก ๆ เพื่อลงทุนในสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูง นั่นคือต้องลงทุนในสินทรัพย์ถาวรซึ่งให้ผลตอบแทนสูงกว่าในมูลค่าที่สูงมากกว่าลงทุนในสินทรัพย์

หมุนเวียน การจัดสรรเงินทุนเพื่อให้ธุรกิจสามารถบรรลุ เป้าหมายทั้งสภาพคล่อง และความสามารถ ในการทำกำไรจึงใช้งานง่ายนัก ลักษณะของการจัดสรรเงินทุน

1. การลงทุนในลูกหนี้หรือการขายเชื่อ หมายถึง การขายสินค้าและบริการ โดยผู้ซื้อยังไม่ต้องชำระเงินทันที ซึ่งจะช่วยให้กิจการสามารถขายได้ในปริมาณมากขึ้นและกำไรก็มี แนวโน้มที่สูงขึ้นด้วย นอกจากนี้การขายสินค้าด้วยเงินเชื่อยังเป็นวิธีการหนึ่ง ที่ทำให้กิจการอยู่ รอด และสามารถแข่งขันกับกิจการอื่นๆ ได้ ในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันนี้ธุรกิจทั่ว ๆ ไปโดยเฉพาะ ธุรกิจขนาดย่อมจึงจำเป็นต้องขายเชื่อด้วย แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาเครดิต และความสามารถในการ ชำระหนี้ของลูกหนี้อย่างระมัดระวัง

2. การลงทุนในโครงการ หมายถึง การที่ธุรกิจอาจจัดสรรเงินบางส่วนไป ลงทุนในโครงการต่าง ๆ เพื่อหาผลประโยชน์ดีกว่าจะเก็บเงินทุนที่มีอยู่ไว้เฉย ๆ การนำเงินไป ลงทุนมีหลักเกณฑ์พื้นฐานในการตัดสินใจ คือระยะเวลาคืนทุนช้าหรือเร็วเพียงใด ถ้ามีความจำเป็น จะต้องใช้เงินจำนวนนั้นเมื่อใด ก็ต้องนำมาพิจารณาด้วย และอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยแล้วมาน้อย เพียงใด เมื่อเทียบกับผลตอบแทนจากสถาบันการเงินในระบบ

2.2.10 ลักษณะทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

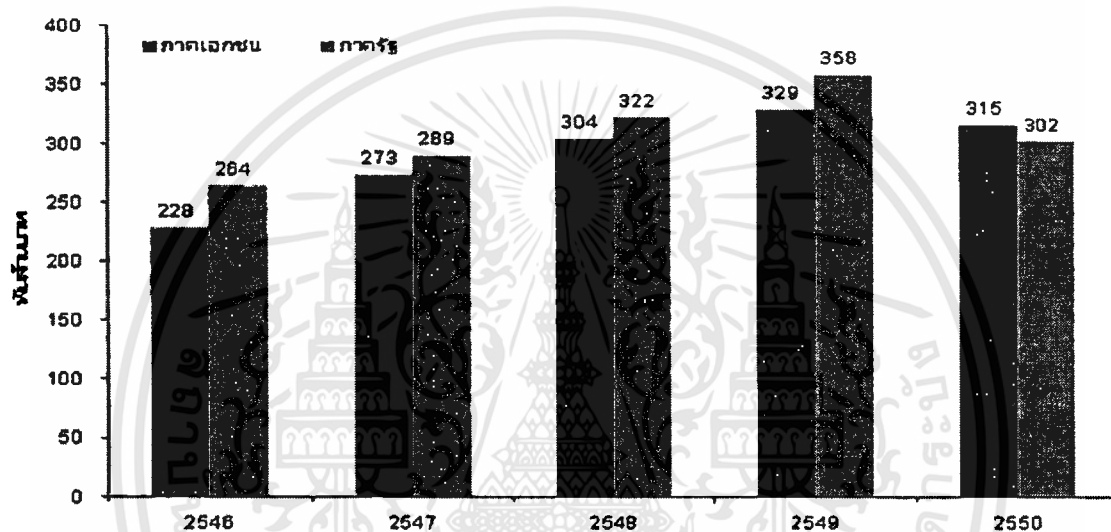
บริษัทฯ มีลูกค้าเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป และกลุ่มผู้รับเหมา ทั้งตลาดบ้าน ใหม่ ตลาดซ่อมแซม และต่อเติมบ้าน (บ้านเก่า) โดยตลาดบ้านใหม่จะมีการขยายตัวตามสภาพทาง เศรษฐกิจ หากสภาพทางเศรษฐกิจอยู่ในช่วงการขยายตัว ตลาดก็จะขยายตัวตาม นั่นก็คือ เมื่อ ผู้บริโภคมีอำนาจการซื้อที่เพิ่มขึ้นก็ต้องการที่จะซื้อบ้านใหม่ที่มียขนาดใหญ่ขึ้น ในส่วนของตลาด บ้านเก่าเองก็มีการขยายตัวอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการซ่อมแซม บำรุงรักษา ตกแต่ง หรือต่อเติม เพื่อรองรับการขยายตัวของครอบครัว ซึ่งในระยะหลังตลาดบ้านเก่ามีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่ม สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นลูกค้ารายย่อย

2.2.10.1 การตลาด และการจัดจำหน่าย

ทำการตลาดโดยเน้นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้ประสิทธิผลสูงสุด โฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อท้องถิ่น (Local Media) อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้เกิดการ ยอมรับอย่างกว้างขวางในด้านภาพลักษณ์ของสินค้า และการให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยเพิ่ม ช่องทางการจำหน่าย ขยายฐานลูกค้า ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย ทำการขยายสาขาเพื่อให้ ครอบคลุมบริเวณที่อยู่อาศัยหลักในเขตเมืองใหญ่ในต่างจังหวัดอย่างต่อเนื่อง (บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด มหาชน 2550)

2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจรับเหมาก่อสร้างและวัสดุก่อสร้างของประเทศไทย

จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในช่วงปี 2550 การลงทุนในด้านการก่อสร้างทั้งจากภาคเอกชนและจากภาครัฐบาลมีมูลค่ารวมประมาณ 6.2 แสนล้านบาท ลดลงร้อยละ 10.1 จากปี 2549 โดยเป็นการปรับตัวลดลงของทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ อันเป็นผลจากโดยการลงทุนด้านการก่อสร้างของภาครัฐมีการปรับตัวลดลงถึงร้อยละ 15.7 จากการชะลอการลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ (Mega Projects) ในขณะที่การลงทุนของภาคเอกชนลดลงร้อยละ 4.0 เนื่องจากความไม่แน่นอนของนโยบายของรัฐบาล



ภาพที่ 2.6 การลงทุนในด้านการก่อสร้างจากภาครัฐและภาคเอกชน

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550)

2.3.1 ลักษณะของอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง

1. อุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรม อุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีทักษะและมีเทคโนโลยีในการสนับสนุนการก่อสร้าง นอกจากนี้งานก่อสร้างภาคอุตสาหกรรม และภาคพาณิชย์กรรมส่วนใหญ่ มักเป็นงานก่อสร้างขนาดใหญ่ ดังนั้น ผู้ว่าจ้างจึงมีแนวโน้มที่จะว่าจ้างผู้รับเหมาที่มีประสบการณ์มากกว่าที่จะจ้างผู้รับเหมารายใหม่ จึงเป็นอุปสรรคที่สำคัญสำหรับผู้รับเหมารายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขันส่วนแบ่งตลาด

2. สินค้าทดแทน ไม่มีสินค้าทดแทนการก่อสร้างได้

3. การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีมีไม่มากนัก มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการก่อสร้างเกิดขึ้นบ้าง ขึ้นอยู่กับประเภทอุตสาหกรรม

4. การผันแปรตามวัฏจักรเศรษฐกิจ ธุรกิจมีความผันแปรกับวัฏจักรเศรษฐกิจค่อนข้างสูง เนื่องจากเมื่อเศรษฐกิจมีการขยายตัวสูง จะมีความต้องการก่อสร้างมากขึ้นตามไปด้วย

2.3.2 การผลิตผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างโดยทั่วไปพอจะแบ่งได้ 3 กลุ่ม คือ

1. ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้จะมีศักยภาพในการรับงาน โครงการก่อสร้างที่มีมูลค่างานไม่สูงมาก ส่วนใหญ่จะเป็นงานภาคเอกชนหรือโครงการขนาดเล็กของภาครัฐที่ใช้เทคโนโลยีและเงินลงทุนไม่สูงมาก ในกลุ่มนี้จะมีผู้รับเหมาเป็นจำนวนมากและมีอัตราการแข่งขันทางด้านราคาที่สูง และได้รับผลกระทบจากการผันแปรในธุรกิจด้านนี้ค่อนข้างสูง

2. ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้มีเป้าหมายในการรับงานโครงการที่มีขนาดใหญ่และมีเทคโนโลยีในการก่อสร้างค่อนข้างสูงทั้งภาครัฐและเอกชนโดยมีศักยภาพในการทำงานของลักษณะงานในโครงการดังกล่าวหลายประเภท บางรายมีบริษัทในเครือเป็นผู้ผลิตวัสดุในการก่อสร้างขึ้นมาใช้ในโครงการเอง มีความพร้อมในด้านความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากรในลักษณะงานที่หลากหลายและมีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพค่อนข้างสูง รวมถึงคุณภาพของเครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้มีไม่มากนัก มีการแข่งขันในระดับปานกลาง บางรายออกไปรับงานในต่างประเทศรวมถึงการลงทุนสร้างงานในลักษณะสัมปทานโครงการ สำหรับผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ ปัจจุบัน ได้แก่

ตารางที่ 2.2 การลงทุนสร้างงานในลักษณะสัมปทานโครงการ

บริษัท	(หน่วย:ล้านบาท) (งบการเงินรวม)	
	สินทรัพย์รวม	รายได้รวม
1. บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	52,985	46,512
2. บริษัท ช.การช่าง จำกัด (มหาชน)	24,476	14,918
3. บริษัท ซีโนไทย เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน)	14,027	17,473

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (31 ธันวาคม 2550)

3. ผู้ประกอบการจากต่างประเทศ ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้เป็นบริษัทขนาดใหญ่ในกลุ่มประเทศที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทจากประเทศญี่ปุ่น จีนและยุโรป อาทิเช่น บริษัท คาจิม่า บริษัท โอบายาชิ บริษัท กูมาไก บริษัท Siemens บริษัท Bilfinger บริษัท

China State ซึ่งลักษณะในการดำเนินธุรกิจของบริษัทเหล่านี้จะเน้นรับโครงการขนาดใหญ่และมีเทคโนโลยีในการก่อสร้างค่อนข้างสูง โดยร่วมกับบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศไทย โดยที่ลักษณะความร่วมมือดังกล่าวไม่มีความแน่นอนเฉพาะเจาะจงเป็นพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจที่ถาวร หากแต่จะมีการเลือกร่วมมือกันเป็นรายโครงการไป

2.3.3 การตลาดธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

1. การก่อสร้างเพื่อพาณิชย์กรรม (การก่อสร้างเพื่อพาณิชย์กรรม หมายถึง การก่อสร้างที่มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ดำเนินการเกี่ยวกับการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้า การรับจำนำ การประกันภัย การเงินและการธนาคาร เช่น ร้านค้า คลังสินค้า ห้างสรรพสินค้า สำนักงาน ตลาด โชว์รูม ฯลฯ) การก่อสร้างอาคารในเขตกรุงเทพมหานครน่าจะขยายตัวได้อย่างจำกัด เนื่องจากมีต้นทุนในการพัฒนาสูงขึ้น ตามกฎหมายผังเมืองฉบับใหม่ที่ประกาศใช้ในปี 2549

2. การก่อสร้างเพื่ออุตสาหกรรม (การก่อสร้างเพื่ออุตสาหกรรม หมายถึง การก่อสร้างที่มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ดำเนินการเกี่ยวกับการผลิต-ประกอบสินค้าต่างๆ เช่น อู่ต่อ และประกอบรถยนต์ อู่ต่อเรือ โรงกลึง และโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ) จากนโยบายการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ทำให้การก่อสร้างเพื่ออุตสาหกรรมยังมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีในระยะยาว แม้ว่าในระยะสั้น การลงทุนจากต่างประเทศจะชะลอตัวลงบ้าง จากความเชื่อมั่นของนักลงทุนที่ลดลง และปัญหาในเรื่องผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม

3. การลงทุนภาคเอกชน ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2550 มีโครงการการลงทุนที่รับบัตรส่งเสริมการลงทุนแล้ว คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 363 พันล้านบาท คิดเป็นการขยายตัวร้อยละ 3.24 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ในขณะที่มูลค่าการยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2550 คิดเป็นมูลค่า 446.1 พันล้านบาท คิดเป็นการขยายตัวร้อยละ 23.13 ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการลงทุนภาคเอกชนที่อาจจะเร่งตัวขึ้น อันจะส่งผลให้การก่อสร้างภาคเอกชนปรับตัวดีขึ้นด้วย

4. โครงการการก่อสร้างในต่างประเทศ ปัจจุบัน มีผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในประเทศไทยหลายรายเริ่มเข้าไปทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในต่างประเทศ เช่น ในตะวันออกกลาง อินเดีย หรือจีน เนื่องจากประเทศเหล่านี้กำลังมีการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีความต้องการในการก่อสร้างเพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งทำให้เป็น โอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยในการหาตลาดก่อสร้างใหม่ๆ แทนตลาดในประเทศที่ชะลอตัว

2.3.4 การแข่งขันของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

การแข่งขันในอุตสาหกรรมก่อสร้างในปี 2550 มีการแข่งขันที่สูงขึ้น จากการชะลอตัวภาวะเศรษฐกิจและการขาดการลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ (Mega Projects) ของรัฐบาล ได้ส่งผลให้บริษัทรับเหมาก่อสร้างขนาดใหญ่หันมาแข่งขันในตลาดเดียวกันกับบริษัทรับเหมาก่อสร้างขนาด

กลางและขนาดเล็ก ทำให้การแข่งขันสูงขึ้นทั้งในด้านการประมูลและด้านราคา ซึ่งส่งผลให้บริษัทก่อสร้างในประเทศอาจต้องดำเนินนโยบายลดอัตราส่วนกำไรขึ้นต้นลงเพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการก่อสร้าง ดังนั้นฐานะการเงินและการบริหารต้นทุนการก่อสร้างจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน โดยบริษัทที่มีฐานะการเงินที่เข้มแข็งและมีการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันสูงเนื่องจากจะมีความยืดหยุ่นในการรับงานก่อสร้างและมีอำนาจในการต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้างเพื่อให้ได้ราคาและเงื่อนไขการค้าในการซื้อวัสดุก่อสร้างซึ่งเป็นต้นทุนหลักของการก่อสร้างที่ดี

นอกจากบริษัทก่อสร้างในประเทศแล้ว บริษัทก่อสร้างจากต่างประเทศก็เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูง โดยส่วนใหญ่จะจัดตั้งในลักษณะกิจการร่วมค้าหรือดำเนินธุรกิจแบบการจัดตั้งกลุ่มบริษัทร่วมกับบริษัทก่อสร้างในประเทศ เพื่อให้มีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไขการเข้าร่วมประมูล ทั้งนี้เนื่องจากกฎหมายไทยไม่อนุญาตให้บริษัทก่อสร้างจากต่างประเทศเข้าร่วมประมูลโครงการที่รัฐบาลเป็นผู้ให้เงินทุนเองทั้งหมด นอกจากนี้ยังไม่อนุญาตให้บริษัทก่อสร้างจากต่างประเทศจัดตั้งบริษัทหรือสาขาในประเทศไทยโดยเป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียว โดยบริษัทก่อสร้างของไทยที่ร่วมจัดตั้งกิจการร่วมค้าหรือกลุ่มบริษัทกับบริษัทก่อสร้างจากต่างประเทศนั้นจะ ได้รับประโยชน์จากความชำนาญการทางเทคนิค ความแข็งแกร่งทางการเงินและอาจรวมถึงคุณสมบัติในการเข้าร่วมประมูลงานก่อสร้างอีกด้วย เนื่องจากในโครงการบางโครงการ โดยเฉพาะโครงการของหน่วยงานราชการนั้น ประสบการณ์ก่อสร้างในโครงการแต่ละประเภทเป็นปัจจัยหนึ่งในการพิจารณาคุณสมบัติของผู้มีสิทธิเข้าร่วมประมูล

2.3.5 นโยบายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

1. การส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ทำให้ชาวต่างชาติมีการเข้ามาลงทุนมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีความต้องการในการก่อสร้างมากขึ้น แม้ว่ามาตรการของภาครัฐบางมาตรการจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนต่างชาติบ้างในระยะสั้น แต่คาดว่าในระยะยาว การลงทุนจากต่างประเทศจะกลับเข้าสู่ภาวะปกติ
2. อัตราดอกเบี้ย จากการที่อัตราดอกเบี้ยทรงตัวในระดับต่ำ ทำให้น่าจะเป็นแรงจูงใจให้ภาคเอกชนมีการลงทุนมากขึ้น
3. การกำหนดให้ต้องมีการศึกษาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมก่อนการก่อสร้างอาคาร และโรงงานตลอดจนการต่อต้านจากชาวท้องถิ่น ทำให้การก่อสร้างอาคาร และ โรงงานต้องใช้เวลามากขึ้นในการศึกษาผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม และสื่อสารกับชาวท้องถิ่นที่จะไปตั้งโรงงาน
4. นโยบายผังเมืองใหม่ของกรุงเทพมหานคร นโยบายผังเมืองใหม่ที่ได้เริ่มนำมาใช้ในวันที่ 16 พฤษภาคม 2549 สนับสนุนการก่อสร้างอาคารสูงเฉพาะในเขตเมืองชั้นใน ทำ

ให้การก่อสร้างอาคารสูงในเขตเมืองรอบนอกเป็นไปอย่างจำกัด ซึ่งส่งผลให้การก่อสร้างอาคารสูงอาจลดลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

2.3.6 อุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง (ที่อยู่อาศัย)

ในปี 2550 ที่ผ่านมารัฐกิจรับสร้างที่อยู่อาศัยมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง โดยผู้ประกอบการต่างทำแคมเปญการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการสร้างที่อยู่อาศัยเร็วขึ้น แต่เนื่องจากบรรยากาศและความไม่แน่นอนในเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้ผู้บริโภคชะลอการตัดสินใจปลูกสร้างที่อยู่อาศัย ทั้งภาพรวมของธุรกิจรับปลูกสร้างที่อยู่อาศัยหดตัวลง โดยที่อยู่อาศัยบ้านปลูกสร้างเองในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2550 มีจำนวนประมาณ 21,748 หน่วย หดตัวลงร้อยละ 19.3 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า จำนวนที่อยู่อาศัยประเภทบ้านปลูกสร้างเองในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลในปี 2550 น่าจะมีประมาณ 23,900 หน่วย หดตัวลงประมาณร้อยละ 11.3

2.3.7 ลักษณะของอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง (ที่อยู่อาศัย)

ธุรกิจรับปลูกสร้างบ้านนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. บริษัทรับสร้างบ้าน เป็นกลุ่มที่มีแบรนด์เป็นของตนเองและบริษัทในธุรกิจนี้ได้มีการรวมตัวกันจัดตั้งสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้านขึ้น โดยปัจจุบันมีบริษัทรับสร้างบ้านเป็นสมาชิกอยู่ประมาณ 34 บริษัท
2. ผู้รับเหมารายย่อย เป็นสัดส่วนใหญ่ของตลาด ทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้างทั่วไป ซึ่งรวมทั้งการรับปลูกสร้างซ่อมแซม ต่อเติมที่อยู่อาศัย และบางรายก็เป็นผู้รับเหมางานต่อจากบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

2.3.8 การตลาดของอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง (ที่อยู่อาศัย)

1. บริษัทรับสร้างบ้าน จากการที่ธุรกิจรับปลูกสร้างที่อยู่อาศัยอยู่ในภาวะซบเซา ผู้ประกอบการในรูปแบบของบริษัทรับสร้างบ้านได้มีการปรับแผนการดำเนินการธุรกิจ และการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย เพื่อให้เข้ากับสภาวะของตลาดในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทรับสร้างบ้าน ได้มีการทำการตลาดเชิงรุกอย่างหนัก เพื่อกระตุ้นยอดขายเพิ่มขึ้น และช่วยในการตัดสินใจของผู้บริโภคให้เร็วขึ้น อาทิ กลยุทธ์ด้านราคา เช่น ผู้ประกอบการบางรายมีการปรับลดราคาบ้าน เป็นต้น การใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย เช่น การจัดแคมเปญการจัดและตกแต่งสวน เป็นต้น และการใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นจุดขาย เช่น การพัฒนารูปแบบบ้านให้หลากหลาย เพื่อสนองตอบความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ บริษัทรับสร้างบ้านในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีการก่อสร้างและวัสดุก่อสร้างรูปแบบใหม่ๆ เข้ามาใช้ ซึ่งมีส่วนช่วยลดต้นทุนและระยะเวลาการก่อสร้างลงด้วย ทั้งนี้สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้านได้เปิดเผยว่า

ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2550 ยอดขายของบริษัทรับสร้างบ้านมีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 7,200 ล้านบาท และคาดการณ์ว่าตลอดทั้งปี 2550 มูลค่าตลาดจะอยู่ที่ 8,500 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 จากปี 2549 ที่มีมูลค่าประมาณ 8,000 ล้านบาท

2. ผู้รับเหมารายย่อย ในช่วงปี 2550 ที่ผ่านมา ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวเช่นกัน โดยผู้รับเหมารายย่อยค่อนข้างเสียเปรียบบริษัทรับสร้างบ้าน ในเรื่องของภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ สภาพการเงินที่ไม่แข็งแรง และอำนาจการต่อรองราคาในการซื้อวัสดุก่อสร้างน้อยกว่าบริษัทขนาดใหญ่ อย่างไรก็ตาม ผู้รับเหมารายย่อยมีข้อได้เปรียบบริษัทรับสร้างบ้าน เช่น ไม่ต้องมีงบโฆษณาและการวิจัยพัฒนา ซึ่งผู้รับเหมาที่รับช่วงงานจากโครงการบ้านจัดสรรมักนำแบบบ้านของโครงการมาให้ลูกค้าเลือก ซึ่งจะได้บ้านในลักษณะเดียวกัน แต่ต้นทุนค่าปลูกสร้างต่ำกว่าการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรร หรือปลูกสร้างกับบริษัทรับสร้างบ้าน

2.3.9 การผลิตอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง (ที่อยู่อาศัย)

1. จำนวนผู้ประกอบการก่อสร้าง จำนวนผู้ประกอบการก่อสร้างรายย่อยเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากช่างก่อสร้างได้ผันตัวเองมาเป็นผู้รับเหมาเอง โดยจะรับงานขนาดเล็กที่ไม่ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนมากทำให้ในตลาดก่อสร้างรายย่อยมีการแข่งขันกันสูงขึ้น

2. บริษัทรับสร้างบ้าน สำหรับผู้รับเหมาอีกส่วนหนึ่งซึ่งมีศักยภาพ ได้ปรับตัวไปเป็นบริษัทรับสร้างบ้าน โดยเพิ่มบริการครบวงจรแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบ หรือการตกแต่ง ทำให้สามารถทำกำไรได้ดีกว่าการรับจ้างสร้างบ้านเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ ปัจจุบัน มีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้ามาสู่ตลาดนี้อย่างต่อเนื่อง ทำให้มีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น

3. ด้านต้นทุน ราคาวัสดุก่อสร้างยังคงมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นต่อไป จากราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมา วัสดุก่อสร้างยังไม่ค่อยมีการปรับราคาสินค้าขึ้นไปมาก ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างมีต้นทุนการก่อสร้างที่สูงขึ้นไม่มากนัก

4. ค่าจ้างแรงงาน กระทรวงแรงงาน ได้มีการประกาศอัตราค่าจ้างขั้นต่ำใหม่ในเดือนมกราคม 2550 โดยค่าจ้างขั้นต่ำในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นจาก 184 บาท เป็น 191 บาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนในการก่อสร้างเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

2.3.10 ปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้า ในเดือนกันยายน 2550 ดัชนีอยู่ที่ 69.2 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำที่สุดในรอบ 5 ปี แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังมองว่าภาวะเศรษฐกิจยังคงไม่ดี และเมื่อพิจารณาดัชนีความเหมาะสมในการซื้อบ้านหลังใหม่ พบว่า ดัชนีในเดือนกันยายน 2550 อยู่ที่ระดับ

69.5 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำที่สุดนับตั้งแต่เริ่มจัดทำดัชนี เป็นแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงกังวลและลังเลที่จะตัดสินใจซื้อบ้านใหม่อีกครั้ง

2. อัตราดอกเบี้ย อัตราดอกเบี้ยที่ลดลง ซึ่งส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น โดยจากผลการคำนวณของ บล.ไทยพาณิชย์ พบว่า อัตราดอกเบี้ยที่ลดลงร้อยละ 1 จะเพิ่มความสามารถในการผ่อนบ้านได้ร้อยละ 10-12 ทั้งนี้ หากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในอนาคตปรับลดลง ก็จะทำให้ความสามารถในการผ่อนบ้านของผู้บริโภคจะเพิ่มขึ้น

3. ราคาน้ำมัน ราคาน้ำมันยังคงมีแนวโน้มที่จะทรงตัวอยู่ในระดับสูง ซึ่งจะยังคงเป็นแรงกดดันต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคต่อไป

4. การขยายตัวทางเศรษฐกิจ ธนาคารแห่งประเทศไทยคาดว่า ในปี 2550 เศรษฐกิจไทยจะมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 4-5 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงกำลังซื้อของผู้บริโภคที่น่าจะทรงตัวในระดับเดิม

2.3.11 นโยบายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง (ที่อยู่อาศัย)

1. นโยบายการสนับสนุนการขายบ้านมือสองเพื่อซื้อบ้านใหม่ ทำให้ความต้องการบ้านใหม่ลดลง ซึ่งทำให้ความต้องการก่อสร้างลดลงไปด้วย อย่างไรก็ตาม มาตรการการลดภาษีบ้านมือสองจะสิ้นสุดในปี 2550 นี้ อย่างไรก็ตาม มาตรการการส่งเสริมการซื้อขายบ้านมือสองอาจจะช่วยกระตุ้นความต้องการก่อสร้างได้เช่นกัน จากความต้องการในการตกแต่ง และซ่อมแซมบ้านเก่าเพื่อขายต่อ

2. โครงการบ้านเอื้ออาทร ปัจจุบันมีโครงการที่เซ็นสัญญาไปแล้วกว่า 400,000 หน่วย แต่มีโครงการที่เริ่มก่อสร้างแล้วประมาณ 300,000 หน่วย โดยคาดว่าจะหยุดหรือชะลอโครงการที่ยังไม่มีการก่อสร้าง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำมีทางเลือกในการมีบ้านมากขึ้น

2.3.12 แนวโน้มในปี 2551 ของอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง

1. การก่อสร้างภาคเอกชน ปัจจัยสำคัญขึ้นอยู่กับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ หากรัฐบาลใหม่ที่มาจากการเลือกตั้ง มีเสถียรภาพเพียงพอที่จะขับเคลื่อนนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจให้เดินไปข้างหน้า และนำมาสู่การฟื้นคืนความเชื่อมั่นของภาคเอกชน ก็น่าจะเป็นเงื่อนไขให้ภาวการณ์ก่อสร้างในปี 2551 กลับมาฟื้นตัวดีขึ้น นอกเหนือจากปัจจัยความเชื่อมั่นแล้ว ตัวแปรที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ทิศทางราคาน้ำมันในตลาดโลก ซึ่งจะมีผลต่ออัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยภายในประเทศ อันจะมีผลกระทบโดยตรงต่อกำลังซื้อในตลาดที่อยู่อาศัย สำหรับการก่อสร้างเพื่อการพาณิชย์และอุตสาหกรรม ถ้าความเชื่อมั่นปรับตัวดีขึ้นน่าจะกลับมาขยายตัวได้ในระดับสูง เนื่องจากภาคเอกชนมีความต้องการลงทุนอยู่ในหลายธุรกิจ เช่น ธุรกิจค้าปลีก พื้นที่คอมเพล็กซ์ โรงแรม โรงพยาบาล และบริการด้านสุขภาพ ขณะที่ด้านอุตสาหกรรมน่าจะมีการขยายพื้นที่อุตสาหกรรมรองรับการขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมหลักหลายประเภท เช่น อุตสาหกรรมยาน

ยนต์ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมเหล็ก ธุรกิจไฟฟ้าปิโตรเลียม ปิโตรเคมี และพลังงานทดแทน เป็นต้น ดังที่เห็นได้จากที่ในปี 2550 แม้ว่าเศรษฐกิจไทยยังเผชิญปัจจัยความไม่แน่นอนทางการเมือง แต่การขอรับส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือ บีโอไอ ซึ่งเป็นเครื่องชี้ล่วงหน้าของการลงทุน เพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 32.7 มีมูลค่าโครงการรวมทั้งสิ้น 655,800 ล้านบาท เทียบกับมูลค่า 494,200 ล้านบาทในปี 2549

2. การก่อสร้างของภาครัฐ ตามกรอบวงเงินงบประมาณรายจ่ายของรัฐบาลประจำปีงบประมาณ 2551 ในส่วนของงบลงทุนมีมูลค่า 404,677 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 เทียบกับวงเงิน 374,721 ล้านบาทในปีงบประมาณก่อนหน้า ขณะที่งบเหลือในปี 2551 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นกว่าปีก่อนหน้า อันเป็นผลมาจากการใช้จ่ายงบลงทุนในปี 2550 ถ้าช้ากว่าเป้าหมาย ขณะที่การใช้จ่ายงบประมาณของรัฐบาลก็คาดว่าจะเพิ่มขึ้น ถ้ารัฐบาลสามารถเร่งรัดโครงการลงทุนต่างๆ ให้มีความคืบหน้าได้ตามแผนการที่รัฐบาลชุดก่อนได้อนุมัติไว้ ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้มีเม็ดเงินหมุนเวียนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ กระตุ้นภาคการผลิตและการจ้างงานในธุรกิจเกี่ยวเนื่องได้

ทั้งนี้ ในกรณีพื้นฐาน (Base Case) ที่รัฐบาลใหม่เริ่มเข้ามาทำหน้าที่ได้ประมาณปลายไตรมาสแรก และสามารถผลักดันโครงการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ เช่น โครงการระบบขนส่งมวลชนทางราง ระบบรถไฟฟ้าทางคู่ ระบบโลจิสติกส์อื่นๆ และโครงการโรงไฟฟ้า ให้เริ่มต้นเดินหน้าได้อย่างเป็นรูปธรรมในช่วงครึ่งหลังของปี ซึ่งจะเป็นแรงสนับสนุนให้ภาคเอกชนมีความมั่นใจที่จะลงทุนมากยิ่งขึ้นและขับเคลื่อนให้เกิดการลงทุนในด้านพาณิชย์กรรมและอุตสาหกรรมอย่างไรก็ตาม ตลาดที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นสัดส่วนใหญ่ที่สุดในภาคอสังหาริมทรัพย์ อาจเผชิญปัจจัยเสี่ยงหากราคาน้ำมันยังปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อราคาสินค้าและบริการพื้นฐานที่จำเป็นต่อการครองชีพ ขณะที่อัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้นก็จะเป็นแรงกดดันให้อัตราดอกเบี้ยต้องปรับขึ้นตามไปด้วย ปัจจัยทั้งสองนี้จะกระทบต่ออำนาจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ในกรณีพื้นฐาน ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า การก่อสร้างโดยรวมในปี 2551 จะมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 3.0-7.0 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 2.2 ในปี 2550 โดยการก่อสร้างภาคเอกชนอาจจะปรับตัวดีขึ้นมาให้อัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 2.0-6.0 จากที่หดตัวในปี 2550 สำหรับการก่อสร้างของภาครัฐน่าจะเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญ โดยมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 4.0-8.0 จากร้อยละ 6.8 ในปี 2550

สำหรับโอกาสในการหาตลาดงานก่อสร้างในต่างประเทศ ปัจจุบัน ประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียมีโครงการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่จำนวนมาก เช่น โครงการขั้วคมนาคมทางบก โรงไฟฟ้าและสาธารณูปโภค โดยตลาดที่น่าสนใจคือประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอินโดจีน เช่น ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ประเทศในแถบเอเชียใต้ โดยเฉพาะอินเดีย รวมทั้งภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกา ซึ่งผู้ประกอบการไทยหลายรายมีศักยภาพในระดับที่แข่งขันกับผู้รับเหมาต่างประเทศได้ แต่การออกไปรับงานในต่างประเทศจะต้องอาศัยประสบการณ์ และผู้ประกอบการต้องมีแนวทางรองรับความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่มีมากกว่าตลาดภายในประเทศ เช่น อัตรา

แลกเปลี่ยน สถานะทางการเงินของผู้ว่าจ้าง ความรู้ความเข้าใจถึงวิธีการดำเนินธุรกิจในประเทศนั้นๆ รวมทั้งประเด็นด้านข้อกฎหมาย เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550)

2.3.13 ลักษณะของอุตสาหกรรมธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง

1. อุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรม อุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมค้าปลีกก็ตาม ร้านค้าวัสดุก่อสร้างรายใหม่อาจจำเป็นต้องมีเงินทุนเพื่อซื้อสินค้าคงคลังค่อนข้างมาก หรืออาจจำเป็นต้องมีเครดิตในการซื้อสินค้าจากผู้ผลิต

2. สินค้าทดแทน สินค้าทดแทนได้แก่ การที่ผู้บริโภคหันไปซื้อจากผู้ผลิตเอง ซึ่งมักจะเป็นผู้รับเหมารายใหญ่เท่านั้น

3. การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี แม้ว่าจะไม่มีการผลิต แต่เทคนิคในการบริหารเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ทั้งเรื่องของการบริหารสินค้าคงคลัง หรือเรื่องของเทคนิคการจัดวางสินค้าซึ่งเทคนิคเหล่านี้ แม้ว่าจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงเท่าไรนัก แต่เป็นเทคนิคที่เพิ่งเริ่มนำเข้ามามีบทบาทในการขายวัสดุก่อสร้าง

4. การผันแปรตามวัฏจักรเศรษฐกิจ ธุรกิจมีความผันแปรกับวัฏจักรเศรษฐกิจปานกลาง กล่าวคือเมื่อเศรษฐกิจดี ภาคอสังหาริมทรัพย์จะขยายตัว และมีความต้องการวัสดุก่อสร้างมาก อย่างไรก็ตาม เมื่อเศรษฐกิจชะลอตัว และภาคอสังหาริมทรัพย์หดตัว ความต้องการวัสดุก่อสร้างจะลดลงบางส่วน เพราะมีความต้องการอีกส่วนหนึ่งจากการตกแต่ง และซ่อมแซมบ้านอยู่

5. การแข่งขัน การแข่งขันที่สูงขึ้น จากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลให้ผู้ประกอบการแต่ละราย จัด โปร โมชันส่งเสริมการขายมากขึ้น อาทิ การลดแลกแจกแถม การบริการแบบครบวงจร (One stop Service) โดยรวมทั้งการให้คำปรึกษา และการติดตั้งและซ่อมแซม การร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารออกบัตรเครดิต เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภค เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550)

2.3.14 การผลิตของอุตสาหกรรมธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง

1. การขยายตัวของศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่ ศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างเป็นธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ที่รวบรวมสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ต่อเติม ตกแต่งและซ่อมแซมอาคาร อย่างครบวงจร ปัจจุบันมีผู้ประกอบการศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างรายใหญ่รวม 9 ราย ซึ่งต่างมีการขยายสาขาและตัวแทนจำหน่าย โดยเฉพาะบริเวณพื้นที่ใกล้แหล่งชุมชน ย่านธุรกิจ และศูนย์การค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภูมิภาคต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น Homepro ณ สิ้นปี 2550 มีสาขารวมทั้งสิ้น 30 แห่ง และจะมีโครงการเปิดอีก 5 สาขาในปี 2551 โดยส่วนใหญ่เป็น

สาขาในต่างจังหวัด ในขณะที่ร้านค้าวัสดุก่อสร้างขนาดเล็กไม่มีการขยายตัวเท่าไรนัก เนื่องจากสถานะการชะลอตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

2. โครงสร้างตลาดธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 70 ขณะที่กลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มีส่วนแบ่งร้อยละ 30 ทั้งนี้ คาดว่าส่วนแบ่งของกลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการขยายสาขาไปยังต่างจังหวัดของผู้ประกอบการในกลุ่ม โมเดิร์นเทรด

3. ผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างบางรายหันมาจำหน่ายวัสดุก่อสร้างเอง เช่น Cement Thai Homemart ทำให้การแข่งขันน่าจะมีมากขึ้น

4. อำนาจต่อรองกับผู้ผลิต ผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างส่วนใหญ่ เป็นผู้ผลิตขนาดใหญ่ทำให้ร้านค้าวัสดุก่อสร้างรายย่อยส่วนใหญ่ไม่มีอำนาจในการต่อรอง อย่างไรก็ตาม มีร้านค้าวัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่บางประเภทที่มีอำนาจในการต่อรองได้ เช่น ศูนย์ค้าส่งที่มีการขายสินค้าที่หลากหลาย หรือศูนย์ค้าส่งที่มีการนำเข้าวัสดุก่อสร้างมาจากต่างประเทศ ทั้งนี้ เนื่องจากศูนย์ค้าส่งเหล่านี้มีปริมาณการขายค่อนข้างมาก ทำให้สามารถต่อรองกับผู้ผลิตได้

2.3.15 การตลาดของอุตสาหกรรมธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง

1. มูลค่าตลาดศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง มูลค่าตลาดของศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและตกแต่งเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2550 คาดว่ามีมูลค่าตลาดรวม 120,000 ล้านบาท คิดเป็นการขยายตัวร้อยละ 11.1 จากปีก่อน

2. กำจัดซื้อของผู้บริโภค จากปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว ตลอดจนความไม่แน่นอนทางการเมือง ทำให้อุตสาหกรรมก่อสร้างชะลอตัวลง ส่งผลให้ความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างมีการหดตัวลง คิดเป็นร้อยละ 5 และจะเห็นได้จากยอดซื้อต่อใบเสร็จของบริษัท โฮม โปร ซึ่งลดลงจาก 2.3 พันบาทต่อใบเสร็จ ในปี 2549 เหลือเพียง 2.2 พันบาทต่อใบเสร็จในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2550

3. ทัศนคติของผู้บริโภคทยอยเปลี่ยนไป ปัจจุบันผู้บริโภคทยอยเริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อวัสดุก่อสร้าง จากการไปซื้อที่ร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั่วไป เป็นศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่ เช่น Homepro, CementThai Homemart, Decormart เป็นต้น เนื่องจากศูนย์จำหน่ายขนาดใหญ่เหล่านี้ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และมีบริการที่เป็นมืออาชีพ ทำให้ศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างเหล่านี้ แบ่งส่วนแบ่งตลาดจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั่วไปได้มาก ดังจะเห็นได้จากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของยอดขายของ Homepro ซึ่งมีการขยายตัวถึงร้อยละ 24 ในปี 2548 ร้อยละ 16.5 ในปี 2549 และคาดว่าจะขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 12 ในปี 2550

2.3.16 กลุ่มเป้าหมาย และแนวโน้มของอุตสาหกรรมธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง

ผู้รับเหมารายย่อย กลุ่มผู้รับเหมารายย่อย เป็นกลุ่มลูกค้าหลักของร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั่วไป แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมา ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์จะชะลอการลงทุน ซึ่งทำให้ผู้รับเหมารายย่อยมีงานน้อยลง แต่ผู้รับเหมารายย่อยยังคงได้รับผลดีจากการขยายตัวของบ้านที่สร้างเอง และการเติบโตของการซ่อมแซมตกแต่งที่อยู่อาศัย ดังนั้น ความต้องการของผู้รับเหมารายย่อย จึงน่าจะทรงตัวในภาพรวม

ลูกค้ารายย่อย ปัจจุบัน ผู้บริโภคนิยมตกแต่งบ้านด้วยตนเองมากขึ้น ทำให้เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามจากภาวะความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและการเมืองจะทำให้ผู้บริโภคบางส่วนชะลอการตัดสินใจตกแต่งบ้านออกไป

ผู้รับเหมารายใหญ่ โดยปกติแล้ว ผู้รับเหมารายใหญ่จะซื้อวัสดุก่อสร้างจากผู้ผลิตโดยตรงหรือซื้อจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่ที่เป็นตัวแทนขายส่ง ซึ่งคาดว่า ความต้องการซื้อของผู้รับเหมารายใหญ่ น่าจะลดลงตามภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ชะลอตัว อย่างไรก็ตามจากการขยายตัวของการลงทุนภาครัฐ ในปี 2551 น่าจะทำให้ความต้องการซื้อวัสดุก่อสร้าง เพื่อโครงการการลงทุนของรัฐมีมากขึ้น

2.3.17 นโยบายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง

1. การลดอัตราดอกเบี้ย ในปี 2550 อัตราดอกเบี้ยนโยบายของไทยได้มีการปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 4.75 ในเดือนมกราคม 2550 มาอยู่ร้อยละ 3.25 ในเดือนกรกฎาคม 2550 ซึ่งจะส่งผลให้การขยายตัวของการลงทุนมีแนวโน้มขยายตัวดีขึ้น ทำให้ความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างมีโอกาสปรับตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

2. ร่างพระราชบัญญัติค่าปลีฉบับใหม่ ปัจจุบัน ร่างพรบ.ค่าปลีอยู่ในขั้นตอนของการพิจารณาจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติ โดยคาดว่าจะทำให้การขยายสาขาของร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่เป็นโมเดิร์นเทรดมีต้นทุนสูงขึ้น และใช้เวลานานขึ้น

3. กฎหมายการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวฉบับใหม่ ระบุให้กิจการค้าปลีกทุกประเภทถูกรวมอยู่ในบัญชี 3 ที่ห้ามบุคคลต่างด้าวประกอบธุรกิจ ทำให้ชาวต่างประเทศจะเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ได้ยากขึ้น อย่างไรก็ตาม กฎหมายฉบับดังกล่าวอยู่ในระหว่างการทบทวน และคาดว่าจะไม่สามารถนำมาใช้ได้ทันภายในปีนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2550)

2.3.18 โอกาสของ SME ในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างและธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

1. ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง (ไม่ใช่ที่อยู่อาศัย) เนื่องจากผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีทักษะและมีเทคโนโลยีในการสนับสนุนการก่อสร้าง นอกจากนั้นงานก่อสร้างภาคอุตสาหกรรมและภาคพาณิชย์กรรมส่วนใหญ่ มักเป็นงานก่อสร้างขนาดใหญ่ ดังนั้น ผู้ว่าจ้างจึงมีแนวโน้มที่จะ

ว่าจ้างผู้รับเหมาที่มีประสบการณ์และมีเงินทุนมากกว่าที่จะจ้างผู้รับเหมารายย่อย จึงเป็นอุปสรรคที่สำคัญสำหรับผู้รับเหมารายย่อยที่จะเข้ามาแข่งขันส่วนแบ่งตลาด

ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กจะมีศักยภาพในการรับงานโครงการก่อสร้างที่มีมูลค่างานไม่สูงมาก ส่วนใหญ่จะเป็นงานภาคเอกชนหรือโครงการขนาดเล็กของภาครัฐที่ใช้เทคโนโลยีและเงินลงทุนไม่สูงมาก ในกลุ่มนี้จะมีผู้รับเหมาเป็นจำนวนมากและมีอัตราการแข่งขันทางด้านราคาที่ย่ำแย่ และได้รับผลกระทบจากการผันแปรในธุรกิจด้านนี้ค่อนข้างสูง

2. ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง (ที่อยู่อาศัย) จากแนวโน้มการก่อสร้างโครงการอสังหาริมทรัพย์ในปี 2551 ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เริ่มให้ความสนใจกับโครงการที่อยู่อาศัยแนวราบมากขึ้น ทำให้เป็นโอกาสของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างรายย่อย ที่จะเข้าไปรับเหมาช่วงต่อได้ อย่างไรก็ตาม อาจประสบปัญหาการแข่งขันเนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการก่อสร้างรายย่อยเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากช่างก่อสร้างได้ผันตัวเองมาเป็นผู้รับเหมาเอง โดยจะรับงานขนาดเล็กที่ไม่ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนมาก ทำให้ในตลาดก่อสร้างรายย่อยมีการแข่งขันกันสูงขึ้น

3. ธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ปัจจุบันผู้บริโภครายย่อยเริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อวัสดุก่อสร้าง จากการไปซื้อที่ร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั่วไป เป็นศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่ เช่น Homepro, CementThai Homemart, Decomart เป็นต้น เนื่องจากศูนย์จำหน่ายขนาดใหญ่เหล่านี้ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และมีบริการที่เป็นมืออาชีพทำให้ศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างเหล่านี้ แข่งส่วนแบ่งตลาดจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั่วไปได้มาก

ร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั่วไปรายใหม่จึงจำเป็นต้องมีเงินทุนเพื่อซื้อสินค้าคงคลังค่อนข้างมาก หรืออาจจำเป็นต้องมีเครดิตในการซื้อสินค้าจากผู้ผลิต แม้ว่าจะไม่มีเทคโนโลยีในการผลิต แต่เทคนิคในการบริหารเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ทั้งเรื่องของการบริหารสินค้าคงคลัง หรือเรื่องของเทคนิคการจัดวางสินค้า ซึ่งเทคนิคเหล่านี้แม้ว่าจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงเท่าไรนัก แต่เป็นเทคนิคที่เพิ่งเริ่มนำเข้ามาใช้มีบทบาทในการขายวัสดุก่อสร้าง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2550)

2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปรเมศวร์ เอี่ยมวรพงษ์ (2538: บทคัดย่อ) วิจัยเรื่อง ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลกระทบต่อการเกิดอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ จากการที่ประเทศไทยในช่วงเวลา 7-8 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในอัตราที่สูงเฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 9 ต่อปีนั้น ก่อให้เกิดทั้งผลดีและผลเสียต่อสภาพเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม ในการศึกษานี้ได้ทำการศึกษาผลลบที่เกิดจากการพัฒนาเศรษฐกิจในช่วงเวลาที่ผ่านมา โดยเน้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งครอบคลุมคดีที่สืบเนื่องมาจากการใช้เช็ค คดการฉ้อโกงและชักยอก คดีปลอมแปลง และคดีด้าน

ป่าไม้การดำเนินการที่ผ่านมา ในส่วนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการป้องกันและปราบปราม อาชญากรรมทางเศรษฐกิจนั้น กรมตำรวจได้มีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพของ หน่วยงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้องได้อย่างน่าพอใจระดับหนึ่ง เนื่องจากคดีอาชญากรรมทาง เศรษฐกิจเป็นเรื่องใหม่ และนับวันยิ่งจะทวีความซับซ้อนมากขึ้นตามการพัฒนาเศรษฐกิจและ เทคโนโลยี กรมตำรวจได้มีการปรับปรุงองค์กรและปรับปรุงแผนแม่บทของกรมตำรวจ เพื่อให้ ทันสมัยและสามารถป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเศรษฐกิจการจัดตั้งกองบังคับการ สืบสวนสอบสวนคดีเศรษฐกิจ อย่างเป็นทางการ เมื่อปี พ.ศ. 2535 นับได้ว่าเป็นก้าวสำคัญก้าวหนึ่ง ของการแก้ไขปัญหาอาชญากรรมทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบโดยตรง และเป็นอันตรายต่อ เสถียรภาพ และความมั่นคงของระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างไรก็ตามปัจจุบันกองบังคับการนี้ ยังมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการอยู่มากพอสมควร เช่น ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มี ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับคดีเศรษฐกิจ การขาดอิสระในการทำงานเนื่องจากได้รับแรงกดดันจาก อิทธิพลภายนอกองค์กร และอิทธิพลทางธุรกิจอื่น และมาตรการที่ล่าช้าเกี่ยวกับบทลงโทษที่ เกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ เป็นต้น นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังได้ทำการวิเคราะห์ในเชิง ปริมาณเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลกระทบต่อกรณีคดีอาชญากรรมทาง เศรษฐกิจ โดยได้มีการจัดทำแบบจำลองเชิงเศรษฐมิติที่กำหนดความสัมพันธ์ของตัวแปรทาง เศรษฐกิจและสังคม กับตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับคดีอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ 4 ประเภท ได้แก่ คดี ตามความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค คดีฉ้อโกงและขี้กขออก คดีปลอมแปลง และคดีป่าไม้ โดยใช้ ข้อมูลitudinal แบบอนุกรมเวลาในการประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการ ความสัมพันธ์ต่างๆ ของแบบจำลอง การประมาณค่าสัมประสิทธิ์จะใช้วิธีประมาณการ 2 แบบ ได้แก่ วิธี Ordinary Least Square (OLS) และวิธีการ Seemingly Unrelated Regression Estimation (SURE) ผลของการศึกษาสรุปได้ดังนี้ 1. การขยายตัวทางเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา ถือได้ว่าเป็น สาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของการเกิดคดีอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ 2. สภาพคล่องทาง การเงิน จัดเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งต่อการเกิดคดีอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะคดี ความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค และคดีฉ้อโกงและขี้กขออก 3. การจัดสรรงบประมาณของรัฐบาลที่ ให้กับกรมตำรวจในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญประการ หนึ่ง ในการลดและปราบปรามการเกิดคดีอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ 4. ปัจจัยด้านการเติบโตของ ประชากรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับการเกิดอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ 5. การเพิ่มขึ้นหรือ ลดลงของการเกิดคดีปลอมแปลงขึ้นอยู่กับ ความนิยมในการบริโภคสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าที่มี การนำเข้าจากต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญ 6. การแก้ไขกฎหมายและปรับปรุงบทลงโทษต่อผู้กระทำ

ผิดในคดีอาชญากรรมทางเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา นับได้ว่าประสบผลสำเร็จ โดยทำให้อัตราการเพิ่มของคดีอาชญากรรมทางเศรษฐกิจลดลง

จุฑาทพร ตันติเฉลิมพันธุ์ (2539: บทคัดย่อ) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการลงทุนด้านการก่อสร้างของภาคเอกชนในประเทศไทย อุตสาหกรรมก่อสร้างถือเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในการพัฒนาประเทศ และยังเป็นพื้นฐานของอุตสาหกรรมชนิดอื่นๆ เช่น เมื่ออุตสาหกรรมก่อสร้างมีการขยายตัวมาก ก็จะส่งผลให้อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างขยายตัวเช่นกัน นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก เป็นผลให้ประชากรในประเทศมีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เนื่องจากอุตสาหกรรมก่อสร้างนั้น มีความผันผวนค่อนข้างมาก ความผันผวนนี้มักมาจากภาคเอกชนส่วนทางด้านของภาครัฐนั้น การก่อสร้างจะทำตามเป้าหมายหรืองบประมาณที่ตั้งไว้โดยไม่คำนึงถึงผลกำไร ส่วนของภาคเอกชนเมื่อ คาดว่าผลตอบแทนจะคุ้มกับการลงทุนจึง จะทำการลงทุน ดังนั้นจึงทำให้เกิดการผันผวน ความผันผวนดังกล่าว ส่งผลให้ยากต่อการกำหนดนโยบายและแผนงานในการลงทุนของทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล การแก้ไขปัญหาดังกล่าวจึงมีความจำเป็นที่จะต้องทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการลงทุนด้านการก่อสร้างของภาคเอกชน นอกจากนี้ต้องทราบและสถานการณ์การลงทุนด้านการก่อสร้างของภาคเอกชนในช่วงเวลาที่ผ่านมา ตลอดจนแนวโน้มของการลงทุนทั้งนี้เพื่อให้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านการลงทุนประสานกับนโยบายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการลงทุนด้านการก่อสร้างของภาคเอกชนในประเทศไทย นอกจากนี้ทำการศึกษาถึงสถานการณ์ในการลงทุนด้านการก่อสร้างภายในประเทศในช่วงปี 2520-2538 ว่ามีปัญหาและอุปสรรคใดที่เกิดขึ้นบ้างในสถานการณ์ต่างๆ และอุปสรรคต่างๆ ไปของการก่อสร้างที่ทำให้การก่อสร้างนั้นล่าช้า ไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ตลอดจนแนวโน้มของการลงทุนด้านการก่อสร้างของภาคเอกชนระยะเวลา 5 ปี คือ ระหว่าง 2539-2543 ซึ่งจำส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถคาดการณ์การลงทุนด้านก่อสร้างได้ถูกต้องมากขึ้น จะเห็นว่าการศึกษานี้ นั้นมีประโยชน์ทางการก่อสร้างว่าควรคำนึงถึงปัจจัยใดเป็นสำคัญ และในช่วงสถานการณ์ต่างๆ ภาพการณ์ลงทุนเป็นเช่นไร เพราะฉะนั้น ควรจะทำการลงทุนอย่างไรเป็นปริมาณเท่าไร จึงจะเหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ โดยที่ศึกษาจากสถานการณ์ที่ผ่านมาในอดีต นอกจากนี้ ยังทราบถึงแนวโน้มของการลงทุนในอนาคต โดยการพยากรณ์ในอีก 5 ปีถัดไปจากการศึกษาว่า ปริมาณการลงทุนด้านการก่อสร้างนั้นมีอัตราการขยายตัวประมาณเท่าไร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายและแผนงานในการลงทุนของทั้งภาครัฐ และเอกชนได้เหมาะสมมากขึ้น การดำเนินการศึกษา เป็นการศึกษาโดยการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย กรมเศรษฐกิจการ

พาณิชย์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และห้องสมุดมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้แบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยจะกล่าวถึงสถานการณ์ของการลงทุนด้านการก่อสร้างภายในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2520-2538 ว่าการก่อสร้างของประเทศไทยในอดีตนั้นในแต่ละช่วงปีเป็นเช่นไร ประสบปัญหาอย่างไรบ้าง นอกจากนี้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาจะอธิบายถึง คุณลักษณะของปัจจัยต่างๆ ที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ การวิเคราะห์เชิงปริมาณใช้หลักการวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) ในโปรแกรม TSP ซึ่งมีวิธีการทดสอบสมมติฐานแบบ Zero-hypothesis การวิเคราะห์โดยวิธีนี้จะสามารถทราบถึงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่นำมาศึกษาว่ามีผลต่อปริมาณการลงทุนด้านการก่อสร้างของภาคเอกชนอย่างไรบ้าง ซึ่งในที่นี้แบบจำลองที่ทำการศึกษาเป็นดังนี้ $CONST_t = a_1 + a_2GDPt - I + a_3CREt + a_4CREt + a_5LBRt + a_6AREAt + a_7PCEt + a_8PSTt + a_9TREND + U$ โดยที่ $CONST_t$ = ปริมาณเงินลงทุนด้านการก่อสร้างของภาคเอกชน(พันล้านบาท) $GDPt-I$ = จำนวนผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของประเทศปีที่ผ่านมา(ล้านบาท) $INRt$ = อัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารพาณิชย์ให้เอกชนกู้ในภาคการก่อสร้าง (เปอร์เซ็นต์) $CREt$ = ปริมาณสินเชื่อที่ธนาคารให้เอกชนกู้ในภาคการก่อสร้าง (ล้านบาท) $LBRt$ = จำนวนแรงงานในภาคการก่อสร้าง (ล้านคน) $AREAt$ = ปริมาณพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตก่อสร้าง (พันตารางเมตร) $PCEt$ = ราคาปูนซีเมนต์ที่จำหน่าย (บาท/ตัน) $PSTt$ = ราคาเหล็กเส้นที่จำหน่าย (บาท/ตัน) $TREND$ = แนวโน้มของเวลาของปริมาณเงินลงทุนด้านการก่อสร้างของภาคเอกชน $a_1 - a_9$ = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ U = ค่าความคลาดเคลื่อน นอกจากนี้ยังทำการพยากรณ์การลงทุนด้านการก่อสร้างของภาคเอกชนในประเทศไทยโดยใช้แบบจำลอง ARIMA พยากรณ์ปัจจัยอิสระแต่ละตัวที่มีผลกระทบต่อปริมาณการลงทุนด้านการก่อสร้างเพื่อนำมาพยากรณ์ปริมาณการลงทุนด้านการก่อสร้างของภาคเอกชนในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการลงทุนด้านการก่อสร้างของภาคเอกชนในประเทศไทย ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยให้เอกชนกู้ ปริมาณพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตในการก่อสร้าง จำนวนแรงงานภาคการก่อสร้าง ราคาปูนซีเมนต์ที่จำหน่ายและแนวโน้มของเวลา ซึ่งปัจจัยทั้ง 5 ตัวนี้มีระดับความเชื่อมั่น 99.13 99.99 99.99 99.57 และ 99.99 ตามลำดับ ดังสมการต่อไปนี้ $CONST_t = -29.185 + 2.361INRt(3.09) - 0.004AREAt (13.50) + 63.091LBRt(6.20) - 0.035PCEt(-3.46) + 9.031TREND (11.51) R^2$ ถึง 2 ข 99.84 % D.W. = 2.48 สังเกตเห็นว่าสมการของปริมาณการลงทุนด้านการก่อสร้างมีระดับความเชื่อมั่นสูงร้อยละ 99.84 โดยที่ปัจจัยแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินลงทุนด้านการก่อสร้างเท่ากับ 2.361 0.004 63.091 -0.035 และ 9.031 ตามลำดับ จากผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนด้านการก่อสร้างมากที่สุดได้แก่ จำนวนแรงงานภาคก่อสร้างซึ่งมีความสัมพันธ์กับปริมาณการลงทุนด้านการก่อสร้างเท่ากับ 63.091 เนื่องจากภายในประเทศไทยนั้น ยังอาศัยแรงงานทำการก่อสร้างมากกว่าการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเป็นเครื่องทุ่นแรง เพราะแรงงานนั้นยังมีค่าแรงค่อนข้างถูก ดังนั้นการที่จำทำการลงทุนด้านการก่อสร้างควรคำนึงถึงปัจจัยทั้ง 5 ตัว นี้ก่อนเพราะปริมาณการลงทุนด้านการก่อสร้างมีผลมาจากปัจจัยเหล่านี้เป็นสำคัญ ผลจากการพยากรณ์พบว่าการลงทุนด้านการก่อสร้างจะมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลจากการคำนวณ พบว่า ปริมาณการลงทุนด้านการก่อสร้างของภาคเอกชนในประเทศไทยระหว่างปี 2539-2543 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 4.87 ต่อปี

ปริยาภรณ์ ศรีวิรัตน์ (2547 : บทคัดย่อ) วิจัยเรื่อง ผลกระทบของเขตการค้าเสรีอาเซียนต่ออุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลายในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1) เพื่อศึกษาระดับของผลกระทบของเขตการค้าเสรีอาเซียนในด้านมาตรการภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากัน ต่ออุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลายในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาผลกระทบของภูมิหลังของสถานประกอบการอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลายในประเทศไทยที่มีอิทธิพลต่อเขตการค้าเสรีอาเซียนในด้านมาตรการภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากัน (3) เพื่อศึกษาระดับปัญหาและอุปสรรคภายหลังการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียนของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลายในประเทศไทย (4) เพื่อศึกษาแนวทางข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากผลกระทบของเขตการค้าเสรีอาเซียนต่ออุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลายในประเทศไทย โดยผู้เขียนรวบรวมข้อมูลจากโรงงานอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลาย จำนวน 41 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ F-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว โดยทำการทดสอบสมมติฐานที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1) ระดับของผลกระทบของเขตการค้าเสรีอาเซียนในด้านมาตรการภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากันต่ออุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลายในประเทศไทย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับผลกระทบในด้านต่าง ๆ เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการบริหารการจัดการ

2) การเปรียบเทียบระดับผลกระทบจากปัจจัยภูมิหลังที่แตกต่างกันของสถานประกอบการอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลายในประเทศไทย พบว่า สถานประกอบการที่มีลักษณะการลงทุนขนาดของเงินลงทุน ระยะเวลาการดำเนินงาน ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเขตการค้าเสรีอาเซียนไม่มีความแตกต่างกันจากผลกระทบของเขตการค้าเสรีอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

สุพรชัย อุทัยนฤมล (2549:บทคัดย่อ) วิจัยเรื่อง การศึกษาสาเหตุและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเกิดอุบัติเหตุของรถบรรทุกวัดอุณหภูมิต่อการเกิดอุบัติเหตุของรถบรรทุกวัดอุณหภูมิในประเทศไทย วัดอุณหภูมิของรถบรรทุกเพื่อศึกษาถึงสาเหตุและปัจจัยที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อ การเกิดอุบัติเหตุของรถบรรทุกวัดอุณหภูมิในประเทศไทยและหามาตรการ รวมทั้งแนวทางในการป้องกันและบรรเทาการเกิดอุบัติเหตุของรถบรรทุกวัดอุณหภูมิ ผลการศึกษา ลักษณะทั่วไปของการเกิดอุบัติเหตุของรถบรรทุกวัดอุณหภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ขับขี่รถบรรทุกวัดอุณหภูมิที่เคยประสบอุบัติเหตุสามารถสรุปผลได้ดังนี้ ผู้ขับขี่รถบรรทุกวัดอุณหภูมิส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 26 ปี ไปจนถึงอายุมากกว่า 50 ปี โดยมีผู้ขับขี่ที่มีอายุระหว่าง 41-45 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.11 และเป็นช่วงอายุที่เคยประสบอุบัติเหตุมากที่สุดเช่นกัน เมื่อพิจารณาประสบการณ์ในการขับขี่พบว่าผู้ขับขี่ที่มีประสบการณ์การขับขี่ระหว่าง 0-5 ปี มีสัดส่วนการเกิดอุบัติเหตุมากที่สุดคือ ร้อยละ 62.79 ช่วงเวลาที่เกิดอุบัติเหตุ พบว่า มีการเกิดอุบัติเหตุของรถบรรทุกวัดอุณหภูมิกระจายตัวเกิดในทุกช่วงเวลา แต่ช่วงเวลาที่มียุทธการเกิดอุบัติเหตุมากที่สุดคือ ช่วงเวลาระหว่าง 06.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 41.86 และส่วนใหญ่เป็นการที่รถเสียหลักพลิกคว่ำมีสัดส่วนสูงที่สุด คือ ร้อยละ 48.84 เกิดขึ้นบริเวณทางตรงคิดเป็นร้อยละ 72.50 แสดงให้เห็นว่าสาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุส่วนใหญ่เกิดจากผู้ขับขี่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุของรถบรรทุกวัดอุณหภูมิ จากผลการศึกษาที่ได้ พบว่า คนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่เป็นสาเหตุให้เกิดอุบัติเหตุกับรถบรรทุกวัดอุณหภูมิ คิดเป็นร้อยละ 65.11 ลำดับที่สองคือ ปัจจัยด้านยานพาหนะ คิดเป็นร้อยละ 16.70 และลำดับที่สามได้แก่ปัจจัยด้านถนนและสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 14.80 ซึ่งเกิดจากสาเหตุ ดังนี้

1) สาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุของรถบรรทุกวัดอุณหภูมิที่มีผลมาจากปัจจัยด้านคน สาเหตุหลักมาจากการขับเร็วเกินกว่าอัตราที่กำหนด, ไม่ชินกับเส้นทางที่ขับขี่, อุกรถคันอื่นขับตัดหน้าในระยะกระชั้นชิด, ขับรถตามคันอื่นในระยะกระชั้นชิด และแซงรถอย่างผิดกฎหมายตามลำดับ

2) สาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุของรถบรรทุกวัดอุณหภูมิที่มีผลมาจากปัจจัยด้านยานพาหนะ สาเหตุหลักมาจากสภาพที่ชำรุดและขาดการบำรุงรักษาของระบบห้ามล้อ, ยางรถยนต์, ระบบควบคุมทิศทางรถ, ระบบไฟส่องสว่าง และอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยสำหรับรถบรรทุกวัดอุณหภูมิ ตามลำดับ

3) สาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุของรถบรรทุกวัดอุณหภูมิที่มีผลมาจากปัจจัยด้านถนนและสิ่งแวดล้อม สาเหตุหลักมาจากสภาพผิวจราจรชำรุดเป็นหลุมเป็นบ่อ, ความกว้างของถนนไม่เพียงพอ, สภาพของเกาะกลางและอุปกรณ์กั้นกลางถนนที่ไม่ได้มาตรฐาน, ไฟฟ้าแสงสว่างไม่เพียงพอ, มีการจอดรถขวางในเขตผิวจราจร, ความลาดชันของถนน และฝนตก ถนนลื่น ตามลำดับ มาตรการและแนวทางในการป้องกันและบรรเทาการเกิดอุบัติเหตุของรถบรรทุกวัดอุณหภูมิจาก

ผลการศึกษาสามารถกำหนดมาตรการและแนวทางในการป้องกันและบรรเทาการเกิดอุบัติเหตุของรถบรรทุกวัตถุอันตราย สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มมาตรการ ดังนี้

1) มาตรการการจัดการด้านคน ควรมีการควบคุมและตรวจสอบคุณสมบัติพนักงานขับรถบรรทุกวัตถุอันตรายอย่างใกล้ชิด ได้แก่ ต้องมีใบอนุญาตขับขี่ชนิดที่ 4 ออกให้โดยกรมการขนส่งทางบก ใช้ได้สำหรับรถที่ใช้ขนส่งวัตถุอันตรายเท่านั้น ซึ่งจะต้องผ่านการตรวจสอบประวัติ สอบข้อเขียน สอบสัมภาษณ์ และสอบการขับรถบรรทุกวัตถุอันตรายภาคสนาม รวมทั้งต้องผ่านการฝึกอบรมความรู้ด้านการขนส่งวัตถุอันตรายและและวิธีการปฏิบัติที่ถูกต้องเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน ผ่านการตรวจสอบร่างกายจากแพทย์ ทดสอบสารเสพติดและแอลกอฮอล์ และต้องมีการตรวจร่างกายเป็นประจำทุกปี

2) มาตรการการจัดการด้านยานพาหนะ ควรทำการตรวจสอบสภาพความพร้อมของรถก่อนการขนส่ง เช่น สภาพยาง ความดันของลมยาง ระบบห้ามล้อ ระบบเครื่องยนต์ เอกสารและอุปกรณ์ประจำรถต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย เป็นต้น นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เสนอแนะมาตรการในการติดตามควบคุมและเฝ้าระวังยานพาหนะในการขนส่งวัตถุอันตราย โดยการประยุกต์ใช้ระบบขนส่งอัจฉริยะ (Intelligent Transportation System: ITS) ด้วยเทคโนโลยีระบบติดตามยานพาหนะแบบปัจจุบัน (Real Time) โดยการติดตั้งชุดอุปกรณ์ติดตามและบอกตำแหน่งที่เรียกว่า เครื่องจีพีเอส (Global Positioning System: GPS) กับรถบรรทุกวัตถุอันตราย เพื่อให้เจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ควบคุมการเดินรถ ได้รู้สถานภาพต่างๆ ของรถบรรทุกวัตถุอันตราย เช่น ผู้ขับขี่ขับรถเร็วเกินอัตราที่กำหนดหรือไม่ รถจอดหรือหยุดนิ่งนานเกินไปหรือไม่ ตลอดจนผู้ขับขี่ขับรถออกนอกเส้นทางหรือไม่ เป็นต้น

3) มาตรการการจัดการด้านเส้นทางของการขนส่ง การกำหนดเส้นทางของการขนส่งวัตถุอันตราย ควรเลือกใช้เส้นทางที่มีความปลอดภัยและเหมาะสมในการขนส่งวัตถุอันตราย ซึ่งจากผลการศึกษาที่ศึกษาถึงเส้นทางของการขนส่งวัตถุอันตราย ได้มีการสรุปและเสนอแนะแนวเส้นทางที่แนะนำให้ใช้ในการขนส่งวัตถุอันตราย หรือเส้นทางที่ควรหลีกเลี่ยง

รุ่งทิwa สุวรรณรัตน์ (2550 : บทคัดย่อ) วิจัยเรื่อง ผลกระทบจากมาตรฐานการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการค้า (ทริมส์) ที่มีต่ออุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับของผลกระทบจากมาตรฐานการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการค้า (ทริมส์) ที่มีต่ออุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย 2) เปรียบเทียบระหว่างปัจจัยภูมิหลังสถานประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์กับผลกระทบมาตรการการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการค้า (ทริมส์) ในแต่ละด้าน อันได้แก่ ด้านการผลิตด้านการตลาดและด้านการบริหารจัดการที่มีต่ออุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย 3) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดกับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ภายหลังการยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ (Local content Requirement) ตามมาตรการการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการค้า (ทริมส์) จากข้อตกลงแกตต์ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากสถาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกอบการที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย จำนวน 275 ราย โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีผู้บริหารสถานประกอบการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามกลับมาเป็นจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 82.9 ของกลุ่มตัวอย่าง และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows (Statistical Package for the Social Science for windows) โดยสถิติที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean : \bar{x}), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.), การทดสอบ t – test, การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี Least-Significant Different (LSD) ผลการวิจัยสรุปประเด็นสำคัญได้ 5 ประการดังนี้

1. ความคิดเห็นของผู้บริหารสถานประกอบการเกี่ยวกับผลกระทบจากมาตรการการลดทุนที่เกี่ยวกับการค้า (ทริมส์) ผ่านปัจจัย 3 ด้าน พบว่า ด้านการผลิตและด้านการตลาดได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก ส่วนด้านการบริหารจัดการได้รับผลกระทบปานกลาง แต่ความคิดเห็นโดยรวมแล้วผลกระทบจะอยู่ในระดับปานกลาง โดยสถานประกอบการแต่ละรายมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก

2. ลักษณะภูมิหลังของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน ได้แก่ ลักษณะการลงทุน ขนาดของอุตสาหกรรม และลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้รับผลกระทบจากมาตรฐานการทริมส์ในด้านการผลิตไม่แตกต่างกัน มีเพียงแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่แตกต่างทำให้ได้รับผลกระทบด้านการผลิตแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

3. ลักษณะภูมิหลังของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน ได้แก่ ลักษณะการลงทุน ขนาดของอุตสาหกรรม และแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ได้รับผลกระทบจากมาตรการทริมส์ในด้านการตลาดไม่แตกต่างกัน มีเพียงลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันทำให้ได้รับผลกระทบด้านการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. ลักษณะภูมิหลังของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน ได้แก่ ลักษณะการลงทุน แหล่งที่มาของวัตถุดิบและลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้รับผลกระทบจากมาตรการทริมส์ในด้านการบริหารจัดการไม่แตกต่างกัน มีเพียงขนาดของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันทำให้ได้รับผลกระทบด้านการบริหารจัดการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5. ความคิดเห็นของผู้บริหารสถานประกอบการเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ภายหลังจากมาตรการลดทุนที่เกี่ยวกับการค้า (ทริมส์) ที่มียกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศมีผลบังคับใช้ พบว่า โดยรวมแล้วมีปัญหาและอุปสรรคค่อนข้างมาก โดยสถานประกอบการแต่ละรายมีความเห็นไม่แตกต่างกันมาก

ฉิดา สนวนะเสรี (2551 : บทคัดย่อ) วิจัยเรื่อง ผลกระทบจากกฎหมายการขนส่งวัตถุอันตรายทางบกต่ออุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับของผลกระทบจากกฎหมายการขนส่งวัตถุอันตรายทางบกต่ออุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) เพื่อเปรียบเทียบระหว่างภูมิหลังของสถานประกอบการอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกับผลกระทบจากกฎหมายการขนส่งวัตถุอันตรายทางบก ในแต่ละด้าน อันได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการและด้านการขนส่ง ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารสถานประกอบการที่เป็นอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์จากรายชื่อที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยจำนวน 137 ราย โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีผู้บริหารสถานประกอบการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามกลับมาเป็นจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 81.75 ของกลุ่มตัวอย่าง และ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จ SPSS โดย สถิติที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ยเลขคณิต, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, การทดสอบ t-test, การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการเปรียบเทียบรายคู่ ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ระดับของผลกระทบจากกฎหมายการขนส่งวัตถุอันตรายทางบกต่ออุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นต่อระดับผลกระทบในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับผลกระทบในด้านต่าง ๆ เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการขนส่ง ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต และด้านการตลาด

2. การเปรียบเทียบระหว่างภูมิหลังของสถานประกอบการอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกับผลกระทบจากกฎหมายการขนส่งวัตถุอันตรายทางบก ในภาพรวม พบว่า ลักษณะการลงทุน ขนาดของเงินลงทุน การรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายการขนส่งวัตถุอันตรายทางบกที่แตกต่างกัน มีผลกระทบไม่แตกต่างกัน ส่วน ระยะเวลาการดำเนินงานมาตรฐานสากลที่ผ่านการรับรองที่แตกต่างกัน มีผลกระทบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน มีผลกระทบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลักษณะการลงทุนและระยะเวลาการดำเนินงาน ที่แตกต่างกันมีผลกระทบด้านบริหารจัดการแตกต่างกัน ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันมีผลกระทบด้านการขนส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีผลกระทบด้านการขนส่งแตกต่างกัน ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันมีผลกระทบ ด้านการผลิตและด้านบริหารจัดการแตกต่างกัน และ มาตรฐานสากลที่ผ่านการรับรองที่แตกต่างกันมีผลกระทบ ด้านบริหารจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจ
วัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา
โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้แก่ตัวแทนธุรกิจของสถาน
ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่ตั้งอยู่ในจังหวัดยะลา จำนวน 79 ราย (จากรายชื่อสำนักงานพัฒนา
ธุรกิจการค้าจังหวัดยะลา กรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นข้อมูลเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2551)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ว่าเพียงพอที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากร
ได้นั้น ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (บุญธรรม กิจปริดาบรสิฐธิ์. 2542:5) คือ

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)} \quad (3.1)$$

เมื่อ e = ค่าความคลาดเคลื่อนจากค่าจริงของประชากร โดยการวิจัยซึ่งกำหนดที่ร้อยละ 5

N = จำนวนประชากรในการศึกษานี้จำนวน 79 ราย

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา

จากการคำนวณตามสูตรของ Yamane เมื่อแทนค่าในสูตร

$$n = \frac{79}{(1 + (79 \times 0.05^2))}$$

ได้ค่ากลุ่มตัวอย่าง คือ 66 ราย จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random
Sampling) โดยผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามให้กับตัวแทนธุรกิจของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุ

ก่อสร้างที่ตั้งอยู่ในจังหวัดยะลาจำนวน 79 รายเกินกว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ เป็นการ
เพื่อในกรณีไม่ตอบกลับ ตอบไม่ครบถ้วน หรือกรณีอื่น ที่ทำให้ได้คำตอบไม่สมบูรณ์

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของ ตัวแทน
ธุรกิจ ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุ
ก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจาก
เหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อปัญหาและอุปสรรคของผลกระทบจากเหตุการณ์
ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา

ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามที่สร้างขึ้นโดยใช้มาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale)
มีลักษณะแบบมาตรวัดของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) (บุญธรรม กิจปริดาสุทธิ์ . 2531 : 69)
ทั้งหมด 5 ระดับ โดยดัดแปลงจากคำถามที่ได้มีผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องผลกระทบมา
ก่อน และสร้างขึ้นเองบาง ส่วนโดยอาศัยพื้นฐานทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งคำถามแต่ละข้อจะ
เป็นการให้ตัวแทนธุรกิจของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างแสดงความคิดเห็นว่าระดับความ
ไม่สงบส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลามากน้อยในระดับใด
ตามระดับการประเมิน 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ในแต่ละระดับ
กำหนดระดับคะแนนไว้ดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง ผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง มากที่สุด
มาก	หมายถึง ผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง มาก
ปานกลาง	หมายถึง ผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ปานกลาง
น้อย	หมายถึง ผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง น้อย
น้อยที่สุด	หมายถึง ผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง น้อยที่สุด

3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานประกอบการ ประเภทวัสดุก่อสร้างและการลงทุนธุรกิจทั่วไป
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือ วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ของพวงรัตน์ ทวีรัตน์ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540: 94-11)
3. สร้างแบบสอบถาม
4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อตรวจสอบและแนะนำเพื่อการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม ให้มีความเหมาะสมทั้งความครอบคลุมเนื้อหาและภาษาที่ใช้แล้วจัดพิมพ์
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้ว ขอความอนุเคราะห์ ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อความเที่ยงตรงและความเหมาะสมในการวิจัยพร้อมทั้ง พิจารณาความถูกต้องชัดเจนภาษาที่ใช้ก่อนที่จะทำการนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไปซึ่งประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน มีรายนามดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ	ตำแหน่ง
1. อาจารย์ ฌรัฐดี โรจน์นิรุติกุล	อาจารย์ประจำ ภาควิชาภาษาและสังคม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. คุณปพนศักดิ์ เกรียรดีทองขนิ	คณะกรรมการผู้บริหาร บริษัททะเลนารุ่ง จำกัด
3. คุณอัญญา ยิ่งชนม์เจริญ	กรรมการผู้จัดการ บริษัทนารุ่งเคหะภัณฑ์ จำกัด

6. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมอีกครั้ง เพื่อแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมแล้วจัดพิมพ์

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

1. ส่งแบบสอบถามไปยังตัวแทนธุรกิจของสถานประกอบการวัสดุก่อสร้างในพื้นที่ จังหวัดยะลาจำนวน 79 ราย (จากรายชื่อที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการจากสำนักงานพัฒนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธุรกิจการค้าจังหวัดยะลา กรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นข้อมูลเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2551) ทางไปรษณีย์ ซึ่งประกอบด้วยแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบแล้ว พร้อมด้วยหนังสือราชการจากหน่วยงาน บัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามแล้วตอบกลับคืนผู้วิจัยทาง ไปรษณีย์

2. หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ในการที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้

3. นำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

3.3.2 ข้อมูลทฤษฎี

เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า รวบรวมงานวิจัย บทความวารสาร เอกสารการสัมมนาสถิติ ในรายงานต่างๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชนเพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้แบบสอบถามกลับคืนมา และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

3.4.1 นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงบรรยายกับแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงบรรยายในรูปร้อยละและนำเสนอในรูปตารางพร้อมคำอธิบาย

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีทางสถิติ ซึ่งมีทั้งในเชิงบวก (Positive Item) และเชิงลบ (Negative Item) โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของทุกตัวแปรตามเป็นรายชื่อ และนำเสนอในรูปตาราง พร้อมคำอธิบาย

ส่วนที่ 1 : ด้านการลงทุน

ส่วนที่ 2 : ด้านการตลาด

ส่วนที่ 3 : ด้านบริหารการจัดการ

ส่วนที่ 4 : ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 คะแนนระดับผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา

ระดับผลกระทบ	คะแนน	
	คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ
มากที่สุด	5	1
มาก	4	2
ปานกลาง	3	3
น้อย	2	4
น้อยที่สุด	1	5

ที่มา : พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543 : 107-108)

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544:75) ใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.000-1.499	หมายถึง มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา น้อยที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.500-2.499	หมายถึง มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา น้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.500-3.499	หมายถึง มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.500-4.499	หมายถึง มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.500-5.000	หมายถึง มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา มากที่สุด

การแปลความหมายของค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้เกณฑ์ดังนี้(ชูศรี วงศ์รัตน์.2541: 74)

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 0.000 – 0.999 หมายถึง มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ไม่แตกต่างกันมาก

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 1.000 ขึ้นไป หมายถึง มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกันมาก

3.4.2 การทดสอบสมมติฐาน แสดงตามตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ลักษณะการลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 2 ขนาดของเงินลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน	One-way ANOVA ตามด้วย LSD
สมมติฐานที่ 3 ระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน	One-way ANOVA ตามด้วย LSD
สมมติฐานที่ 4 ลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 5 ลักษณะทางด้านการตลาดของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน	One-way ANOVA ตามด้วย LSD

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อปัญหาและอุปสรรคข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อปัญหาและอุปสรรคของผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาจะนำเสนอโดยใช้วิธีบรรยายในส่วนที่เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ

3.5.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะ ของข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวบรวมมาจากกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษา ได้แก่

3.5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามตอนที่ 1 ในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะของสถานประกอบการวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลในแต่ละข้อ}}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \times 100 \quad (3.2)$$

3.5.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 2 ที่เกี่ยวกับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาในด้านต่างๆ ซึ่งได้แก่ ด้านการลงทุน ด้านการตลาด ด้านบริหารการจัดการและด้านการขนส่ง ซึ่งคำนวณได้จากสูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 137-142)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} \quad (3.3)$$

เมื่อ \bar{X} หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง
 n หมายถึง จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม
 $\sum X$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

3.5.1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ ร่วมกับค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามตอนที่ 2 เพื่อแสดงถึงลักษณะการกระจายของคะแนนโดยใช้สูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543: 143)

$$S.D = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \quad (3.4)$$

เมื่อ S.D. หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
 X หมายถึง คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
 n หมายถึง จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

3.5.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สรุปถึงลักษณะของตัวแปรอิสระอื่นได้แก่ ลักษณะของสถานประกอบการวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาที่มีผลต่อตัวแปรตามคือ ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อสถานประกอบการวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการลงทุน ด้านการตลาด ด้านบริหารการจัดการและด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนดังนี้

3.5.2.1 การทดสอบ t-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Independent sample) คือ ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และลักษณะการลงทุนกับตัวแปรตามซึ่งได้แก่ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อสถานประกอบการวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา 4 ด้าน คือ ด้านการลงทุน ด้านการตลาด ด้านบริหารการจัดการ และด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย

โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกัน

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

กรณีที่ 1 เมื่อ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} \quad (3.5)$$

$$\text{เมื่อ } S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \quad (3.6)$$

$$S_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n - 1} \quad (3.7)$$

กรณีที่ 2 เมื่อ $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} \quad (3.8)$$

โดยมี

$$df, \nu = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}} \quad (3.9)$$

4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ = α

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า t จากตาราง ที่ $df = n_1 + n_2 - 2$ หรือ ν หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า t มากกว่าค่า t ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า $\mu_1 \neq \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า t จากตารางที่ $df = n_1 + n_2 - 2$ หรือ ν แล้วแต่กรณี หรือถ้ามีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า $\mu_1 = \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

การที่จะเลือกใช้สูตรกรณีที่ 1 หรือ 2 นั้น จำเป็นต้องทดสอบว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ หรือไม่ โดยทำการทดสอบโดยใช้ F-test ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

สมมติฐานสถิติ

$$H_0 : \sigma_1^2 = \sigma_2^2$$

$$H_1 : \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2} \text{ เมื่อ } S_1 > S_2, \quad df = (n_1 - 1), (n_2 - 1) \quad (3.10)$$

หรือ

$$F = \frac{S_2^2}{S_1^2} \text{ เมื่อ } S_2 > S_1, \quad df = (n_2 - 1), (n_1 - 1) \quad (3.11)$$

การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ = α

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$ หรือ $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$ แล้วแต่กรณี จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$ หรือ $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$ แล้วแต่กรณี จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

3.5.2.2 การวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA (Analysis of variance)

ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน (Independent Sample) คือ ขนาดของเงินลงทุน ระยะเวลาการดำเนินงาน และลักษณะทางด้านการตลาดกับตัวแปรตามซึ่งได้แก่ ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อสถานประกอบการวัสดุก่อสร้างในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา 4 ด้านคือ ด้านการลงทุน ด้านการตลาด ด้านบริหารการจัดการ และด้านการขนส่ง และวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้สูตร One-way ANOVA

ขั้นตอนการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA มีดังต่อไปนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบโดยวิธี One-way ANOVA คือ

H_0 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน

หรือ

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$

$H_1 : \mu_i \neq \mu_j$, เมื่อ $i \neq j$

$; i, j = 1, 2, \dots, k$

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 116)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} \quad (3.12)$$

สูตรสำหรับการวิเคราะห์ค่าต่างๆแสดงในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

Source of Variation	Degree of freedom	Sum Square	Mean Square	F
Between Groups	$k - 1$	$SS_b = \sum_{j=1}^k \frac{T_j^2}{n_j} - \frac{T^2}{n}$	$MS_b = \frac{SS_b}{k - 1}$	$F = \frac{MS_b}{MS_w}$
Within Group	$n - k$	$SS_w = SS_T - SS_b$	$MS_w = \frac{SS_w}{n - k}$	
Total	$n - 1$	$SS_T = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$		

- เมื่อ k คือ จำนวนกลุ่ม
 n คือ ขนาดตัวอย่างทั้งหมด
 n_j คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ j
 T_j คือ ผลรวมของคะแนนทุกตัวในกลุ่มตัวอย่างที่ j
 T คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 x_{ij} คือ คะแนนแต่ละตัว

4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ $= \alpha$

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k - 1), (n - k)$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็น ของกลุ่ม ตัวอย่างที่จะมีค่า F มากกว่าค่า F ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือ ยอมรับว่าค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k - 1), (n - k)$ หรือ ถ้ามีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่าค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

3.5.2.3 การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD)

ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่กรณีที F-test ในการวิเคราะห์ One-way ANOVA มีนัยสำคัญ โดยมีขั้นตอนการคำนวณดังนี้

1. กำหนดระดับนัยสำคัญ α

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. คำนวณค่า LSD จากสูตร

$$\text{LSD} = t_{\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{MS_w \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)} \quad (3.13)$$

เมื่อ $t_{\frac{\alpha}{2}, n-k}$ คือค่าที่ได้จากตาราง t ที่ $df. = n - k$ ที่ $\frac{\alpha}{2}$

n_i คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ i

n_j คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ j

1. คำนวณค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ เมื่อ $i \neq j ; i, j = 1, 2, \dots, k$

เมื่อ \bar{X}_i คือค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ i

\bar{X}_j คือค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ j

2. การตัดสินใจ

ถ้าค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หมายความว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า LSD หมายความว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญหรือไม่แตกต่างกัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สอบถามไปยังได้แก่ตัวแทนธุรกิจของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่ตั้งอยู่ในจังหวัดยะลา จำนวน 79 ราย ได้แบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 92.42 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 66 ราย ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และเสนอผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานที่ตั้งไว้

สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

4.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระหว่างลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาที่แตกต่างกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาในด้านการลงทุน ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ และด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย

4.4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่เกิดผลกระทบอย่างมากต่อสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในปัจจุบันและอนาคตและข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาจากแบบสอบถามปลายเปิด

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของสถานประกอบการ

ผลการวิเคราะห์ลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ซึ่งได้แก่ ลักษณะการลงทุน ขนาดของเงินลงทุน ระยะเวลาการดำเนินงาน ลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และลักษณะทางด้านการตลาด แสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุ
ก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา

ลักษณะของสถานประกอบการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ลักษณะการลงทุน		
การลงทุนเป็นชาวไทยทั้งหมด	59	96.70
การร่วมลงทุนระหว่างชาวไทยกับชาวต่างชาติ	2	3.30
รวม	61	100
2. ขนาดของเงินลงทุน		
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	12	19.70
มากกว่า 1 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท	40	65.50
มากกว่า 10 ล้านบาท	9	14.80
รวม	61	100
3. ระยะเวลาการดำเนินงาน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	15	24.60
มากกว่า 5 – 10 ปี	15	24.60
มากกว่า 10 - 15 ปี	16	26.20
มากกว่า 15 ปี	15	24.60
รวม	61	100
4. ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์		
ขายภายในประเทศทั้งหมด	59	96.70
ขายในประเทศและส่งออกขายต่างประเทศ	2	3.30
รวม	61	100
5. ลักษณะทางด้านการตลาด		
ผู้รับเหมารายย่อย	26	42.60
ลูกค้าย่อย	10	16.40
ผู้รับเหมารายใหญ่	13	21.30
ทุกกลุ่มลูกค้า	12	19.70
รวม	61	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะของสถานประกอบการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
6. ความกังวลสถานการณ์ความไม่สงบ		
กังวลมาก	29	47.50
กังวลปานกลาง	28	45.90
ไม่กังวลเลย	4	6.60
รวม	61	100

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาซึ่งได้แก่ ลักษณะการลงทุน ขนาดของเงินลงทุน ระยะเวลาการดำเนินงาน ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางด้านการตลาดและความกังวลสถานการณ์ความไม่สงบ ของกลุ่มตัวอย่าง 61 ราย พบว่า

ลักษณะการลงทุน พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่การลงทุนเป็นชาวไทยทั้งหมด มีจำนวน 59 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 96.70 รองลงมาการลงทุนเป็นการร่วมลงทุนระหว่างชาวไทยกับชาวต่างชาติจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.30 ซึ่งชาวต่างชาติที่มาร่วมลงทุนเป็นชาวมาเลเซีย

ขนาดของเงินลงทุน พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่มีเงินลงทุนเริ่มต้น 1 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท มีจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.50 รองลงมาเป็นสถานประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นไม่เกิน 1 ล้านบาท มีจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.70 และสถานประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 10 ล้านบาทมีจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.80

ระยะเวลาการดำเนินงาน พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่มีระยะเวลาเปิดดำเนินการจนถึงปัจจุบันมากกว่า 10-15 ปี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.20 และมีระยะเวลามากกว่า 15 ปี จำนวน 15 รายและระยะเวลามากกว่า 5 – 10 ปี น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีจำนวนเท่ากัน จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.60

ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่มีลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ คือ ขายในประเทศทั้งหมดจำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.70 และขายภายในประเทศและส่งออกขายต่างประเทศ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.30

ลักษณะทางด้านการตลาด พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้รับเหมารายย่อยจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมาเป็นผู้รับเหมารายใหญ่คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมาเป็นทุกกลุ่มลูกค้าคิดเป็นร้อยละ 19.70 และลูกค้ารายย่อยคิดเป็นร้อยละ 16.40 ตามลำดับ

ความกังวลสถานการณ์ความไม่สงบ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีกังวลมากจำนวน 29 คิดเป็นร้อยละ 47.50 กังวลปานกลางจำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.90 และไม่กังวลเลยจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.60

4.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจที่มีต่อระดับผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการลงทุน ด้านการตลาด ด้านการบริหารการจัดการ และ ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 61 ราย ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับผลกระทบ และการจัดลำดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการลงทุน ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการ จากเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการลงทุน	n = 61		ระดับผลกระทบ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. การลงทุนในการสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น	2.524	0.868	ปานกลาง	3
2. การปรับเปลี่ยนแผนการลงทุนในอนาคตเพิ่มขึ้น	2.327	0.925	น้อย	4
3. องค์กรต้องเพิ่มการลงทุนในการขยายสาขา	2.836	1.185	ปานกลาง	2
4. องค์กรมีการลงทุนในการขยายวัสดุก่อสร้างประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากวัสดุก่อสร้างที่มีจำหน่ายอยู่	3.212	0.818	ปานกลาง	1
5. องค์กรระดมเงินทุนได้ยากเนื่องจากมีความเสี่ยงสูง	1.885	0.754	น้อย	5
ค่าเฉลี่ยรวม	2.556	0.910	ปานกลาง	

จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการลงทุน ดังแสดงในตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการลงทุน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.556 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุ

ก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.910

เมื่อพิจารณาระดับผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการลงทุนเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าองค์กรมีการลงทุนในการขยายวัสดุก่อสร้างประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากวัสดุก่อสร้างที่มีจำหน่ายอยู่ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.212 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.818

ลำดับที่ 2 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าองค์กรต้องเพิ่มการลงทุนในการขยายสาขาได้รับผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.836 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.185

ลำดับที่ 3 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าการลงทุนในการสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นได้รับผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.524 และผู้บริหารแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.868

ลำดับที่ 4 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าการปรับเปลี่ยนแผนการลงทุนในอนาคตเพิ่มขึ้นได้รับผลกระทบอยู่ในระดับ น้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.327 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.925

ลำดับที่ 5 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าองค์กรระดมเงินทุนได้ยากเนื่องจากมีความเสี่ยงสูงได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.885 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.754

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับผลกระทบ และการจัดลำดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการตลาด ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการ จากเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการตลาด	n = 61		ระดับผลกระทบ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ขนาดหรือส่วนแบ่งของตลาดในจังหวัดยะลาลดลง	2.049	0.845	น้อย	6
2. ขนาดหรือส่วนแบ่งของตลาดในภาคใต้ลดลง	2.278	0.839	น้อย	3

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการ จากเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการตลาด	n = 61		ระดับผลกระทบ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
3. โอกาสที่วัสดุก่อสร้างของท่านจะถูกทดแทนด้วยสินค้าจากจังหวัดใกล้เคียงเพิ่มขึ้น	2.229	1.022	น้อย	5
4. ความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งลดลง	2.393	1.037	น้อย	1
5. ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายและบริการเพิ่มขึ้น	2.229	0.761	น้อย	4
6. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาการซื้อขายมีมากขึ้น	2.311	0.885	น้อย	2
7. การปรับราคาเนื่องจากต้นทุนการผลิตสูงขึ้น	2.016	0.884	น้อย	7
ค่าเฉลี่ยรวม	2.295	0.896	น้อย	

จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการตลาด ดังแสดงในตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.295 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการตลาด ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.896

เมื่อพิจารณาระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการตลาดเป็นรายชื่อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งลดลง ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับ น้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.393 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.037

ลำดับที่ 2 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าการถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาการซื้อขายมีมากขึ้น ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับ น้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.311 และตัวแทนธุรกิจ

แต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.885

ลำดับที่ 3 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าขนาดหรือส่วนแบ่งของตลาดในภาคใต้ลดลงได้รับผลกระทบอยู่ในระดับ น้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.278 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.839

ลำดับที่ 4 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายและบริการเพิ่มขึ้นได้รับผลกระทบอยู่ในระดับ น้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.229 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.761

ลำดับที่ 5 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าโอกาสที่วัสดุก่อสร้างของท่านจะถูกทดแทนด้วยสินค้าจากจังหวัดใกล้เคียงเพิ่มขึ้นได้รับผลกระทบอยู่ในระดับ น้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.229 และตัวแทนธุรกิจคิดแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.022

ลำดับที่ 6 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าขนาดหรือส่วนแบ่งของตลาดในจังหวัดยะลาลดลงได้รับผลกระทบอยู่ในระดับ น้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.049 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.845

ลำดับที่ 7 ตัวแทนธุรกิจคิดว่า การปรับราคาเนื่องจากต้นทุนการผลิตสูงขึ้นได้รับผลกระทบอยู่ในระดับ น้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.016 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.884

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับผลกระทบ และการจัดลำดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการบริหารจัดการต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการ จากเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการบริหารจัดการ	n = 61		ระดับผลกระทบ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1.รายได้จากการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างภายในจังหวัดลดลง	2.229	0.824	น้อย	9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการ จากเหตุการณ์ความไม่ สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการบริหารการจัดการ	n = 61		ระดับ ผลกระทบ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
2. รายได้จากการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างส่งออก ต่างจังหวัดลดลง	2.393	1.037	น้อย	4
3. การบริหารองค์การให้เป็นที่ยอมรับในภาคได้ยากขึ้น	2.409	0.901	น้อย	3
4. อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Suppliers) เพิ่มขึ้น	2.295	0.972	น้อย	8
5. อำนาจต่อรองของลูกค้า (Customer) เพิ่มขึ้น	2.131	0.939	น้อย	11
6. ความล่าช้าเกี่ยวกับการนำเข้าหรือการสั่งซื้อสินค้าจาก ผู้ขายวัตถุดิบ (Suppliers) เพิ่มขึ้น	2.327	0.850	น้อย	5
7. ความยุ่งยากในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้น	2.327	0.870	น้อย	6
8. การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทางด้านวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น	2.295	0.972	น้อย	7
9. ความสนใจจากฝ่ายบริหารในการดำเนินการตาม มาตรการทางกฎหมายเพิ่มขึ้น	3.590	0.919	มาก	2
10. มาตรการในการเฝ้าระวังวัสดุก่อสร้างมีความ เข้มงวดเพิ่มขึ้น	4.147	1.013	มาก	1
11. ความยุ่งยากในการบริหารจัดการตัวแทนจำหน่าย เพิ่มขึ้น	2.213	0.933	น้อย	10
ค่าเฉลี่ยรวม	2.578	0.930	ปานกลาง	

จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการบริหารการจัดการ ดังแสดงใน ตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการบริหารการจัดการในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.578 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

ในพื้นที่จังหวัดยะลาไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.930

เมื่อพิจารณาระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการบริหารการจัดการเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ตัวแทนธุรกิจคิดว่ามาตรการในการเฝ้าระวังวัสดุก่อสร้างมีความเข้มงวดเพิ่มขึ้น ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.147 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.013

ลำดับที่ 2 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าความสนใจจากฝ่ายบริหารในการดำเนินการตามมาตรการทางกฎหมายเพิ่มขึ้น ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.590 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.919

ลำดับที่ 3 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าการบริหารองค์การให้เป็นที่ยอมรับในภาคใต้ยากขึ้น ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.409 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.901

ลำดับที่ 4 ตัวแทนธุรกิจคิดว่ารายได้จากการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างส่งออกต่างจังหวัดลดลง ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.393 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.037

ลำดับที่ 5 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าความล่าช้าเกี่ยวกับการนำเข้าหรือการส่งสินค้าจากผู้ขายวัตถุดิบ (Suppliers) เพิ่มขึ้น ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.327 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.850

ลำดับที่ 6 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าความยุ่งยากในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้น ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.327 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.870

ลำดับที่ 7 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.295 และ

ตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.972

ลำดับที่ 8 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าอำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Suppliers) เพิ่มขึ้นได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.295 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.972

ลำดับที่ 9 ตัวแทนธุรกิจคิดว่ารายได้จากการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างภายในจังหวัดลดลงได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.229 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.824

ลำดับที่ 10 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าความยุ่งยากในการบริหารจัดการตัวแทนจำหน่ายเพิ่มขึ้นได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.213 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.933

ลำดับที่ 11 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าอำนาจต่อรองของลูกค้า (Customer) เพิ่มขึ้นได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.131 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.939

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับผลกระทบ และการจัดลำดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการขนส่ง และการจัดจำหน่าย ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการ จากเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย	n = 61		ระดับผลกระทบ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1.สถานประกอบการมีการพัฒนาด้านการขนส่งที่ใช้ในการส่งมอบสินค้าเพิ่มขึ้น	3.852	0.654	มาก	2
2. ความสะดวก รวดเร็วในการขนส่งเพื่อการนำเข้าลดลง	2.409	1.101	น้อย	6
3.ความสะดวก รวดเร็วในการขนส่งเพื่อการส่งออกลดลง	2.327	0.850	น้อย	8

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการ จากเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย	n = 61		ระดับผลกระทบ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
4. สถานประกอบการขนส่งวัสดุก่อสร้างได้ทันตามเวลาที่ลูกค้าต้องการลดลง	2.360	0.983	น้อย	7
5. สถานประกอบการรับวัสดุก่อสร้างจากผู้ขายได้ทันตามเวลาที่ต้องการลดลง	2.278	0.915	น้อย	9
6. ผู้ประกอบการขนส่งมีความรับผิดชอบในการส่งวัสดุก่อสร้างล่าช้าลดลง	2.426	1.040	น้อย	5
7. ผู้ประกอบการมีการปรับเปลี่ยนชนิดของรถขนส่งเพื่อความปลอดภัยเพิ่มขึ้น	3.852	0.853	มาก	3
8. ผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงเส้นทางการขนส่งวัสดุก่อสร้างบ่อยขึ้น	2.196	1.249	น้อย	12
9. ความยุ่งยากในการวางแผนการจัดส่งวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น	2.114	1.126	น้อย	11
10. การสรรหาผู้ประกอบการเพื่อขนส่งวัสดุก่อสร้างยากขึ้น	2.180	1.118	น้อย	13
11. อัตราค่าขนส่งวัสดุก่อสร้างสูงขึ้น	1.983	0.903	น้อย	14
12. ความคล่องตัวในการบริหารงานขนส่งลดลง	2.229	0.995	น้อย	10
13. คุณภาพของการให้บริการของผู้ประกอบการในการขนส่งวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น	3.655	0.772	มาก	4
14. ความปลอดภัยในการขนส่งวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น	3.885	1.034	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	2.696	0.968	ปานกลาง	

จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย ดังแสดงใน ตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย ส่งในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.696 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.968

เมื่อพิจารณาระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย เป็นรายชื่อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าความปลอดภัยในการขนส่งวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นได้รับผลกระทบอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.885 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.034

ลำดับที่ 2 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าสถานประกอบการมีการพัฒนาด้านการขนส่งที่ใช้ในการส่งมอบสินค้าเพิ่มขึ้น ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.852 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.654

ลำดับที่ 3 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าผู้ประกอบการมีการปรับเปลี่ยนชนิดของรถขนส่งเพื่อความปลอดภัยเพิ่มขึ้นได้รับผลกระทบอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.852 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.853

ลำดับที่ 4 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าคุณภาพของการให้บริการของผู้ประกอบการในการขนส่งวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นได้รับผลกระทบอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.655 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.772

ลำดับที่ 5 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าผู้ประกอบการขนส่งมีความรับผิดชอบในการส่งวัสดุก่อสร้างล่าช้าลดลงได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.426 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.040

ลำดับที่ 6 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าความสะดวก รวดเร็วในการขนส่งเพื่อการนำเข้า ลดลงได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.409 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.101

ลำดับที่ 7 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าสถานประกอบการขนส่งวัสดุก่อสร้างได้ทันตามเวลาที่ลูกค้าต้องการลดลงได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.360 และ

ตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.983

ลำดับที่ 8 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าความสะดวก รวดเร็วในการขนส่งเพื่อการส่งออก ลดลง ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.327 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.850

ลำดับที่ 9 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าสถานประกอบการรับวัสดุก่อสร้างจากผู้ขายได้ทันตามเวลาที่ต้องการลดลง ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.278 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.915

ลำดับที่ 10 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าความคล่องตัวในการบริหารงานขนส่งลดลง ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.229 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.995

ลำดับที่ 11 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าความยุ่งยากในการวางแผนการจัดส่งวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.114 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.126

ลำดับที่ 12 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงเส้นทางการขนส่งวัสดุก่อสร้างบ่อยขึ้น ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.196 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.249

ลำดับที่ 13 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าการสรรหาผู้ประกอบการเพื่อขนส่งวัสดุก่อสร้างยากขึ้น ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.180 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.118

ลำดับที่ 14 ตัวแทนธุรกิจคิดว่าอัตราค่าขนส่งวัสดุก่อสร้างสูงขึ้น ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.983 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.903

สำหรับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการลงทุน ด้านการตลาด ด้านการบริหารการจัดการ และด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย สามารถสรุปรวมได้ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับผลกระทบ และการจัดลำดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา โดยรวมทุกด้านต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบ ในพื้นที่จังหวัดยะลา โดยรวม	n = 61		ระดับของ ผลกระทบ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการลงทุน	2.556	0.910	ปานกลาง	3
2. ด้านการตลาด	2.295	0.896	น้อย	4
3. ด้านการบริหารการจัดการ	2.578	0.930	ปานกลาง	2
4. ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย	2.696	0.968	ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยรวม	2.511	0.926	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจต่อผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.511 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นต่อจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.926 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านการลงทุน ด้านการบริหารการจัดการ และ ด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย พบว่า ตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา แต่ละด้านอยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน โดยมีผลกระทบด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.696 ด้านการบริหารการจัดการ อันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.578 ด้านการลงทุน อันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.557 และส่วนด้านการตลาดตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา อยู่ในระดับน้อยเป็นอันดับสุดท้ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.295

4.3 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระหว่างลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาที่แตกต่างกันกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระหว่างลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาที่แตกต่างกันกับผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 61 ราย ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะการลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบลักษณะการลงทุนที่แตกต่างกันกับผลกระทบจากความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ในแต่ละด้าน โดยวิธี t-test

ผลกระทบจากความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา	ลักษณะการลงทุน		p-value
	การลงทุนเป็นชาวไทยทั้งหมด (n=59)	การลงทุนเป็นการร่วมทุนระหว่างชาวไทยกับชาวต่างชาติ (n=2)	
	\bar{X}	\bar{X}	
ด้านการลงทุน	2.549	2.800	0.280
ด้านการตลาด	2.208	2.428	0.633
ด้านการบริหารการจัดการ	2.563	3.000	0.194
ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย	2.705	2.428	0.414
ในภาพรวม	2.506	2.664	0.543

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผลกระทบในภาพรวมทุกด้านของลักษณะการลงทุนของสถานประกอบการมีค่า p-value เท่ากับ 0.543 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าลักษณะการลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุประดับผลกระทบได้ดังนี้

ด้านการลงทุน พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.280 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าลักษณะการลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการลงทุนไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านการตลาด พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.633 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าลักษณะการลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการตลาดไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านการบริหารการจัดการ พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.194 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าลักษณะการลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการบริหารการจัดการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.414 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าลักษณะการลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ขนาดของเงินลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบขนาดของเงินลงทุนของสถานประกอบการที่แตกต่างกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาในแต่ละด้าน โดยวิธี One-way ANOVA

ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา	ขนาดเงินลงทุน			p-value
	≤ 1 ล้านบาท (n=12)	> 1- 10 ล้านบาท (n=40)	> 10 ล้านบาท (n=9)	
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	
ด้านการลงทุน	2.616	2.540	2.555	0.774
ด้านการตลาด	2.250	2.121	2.587	0.134
ด้านการบริหารการจัดการ	2.598	2.500	2.899	0.063
ด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย	2.726	2.644	2.888	0.363
ในภาพรวม	2.547	2.451	2.732	0.093

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผลกระทบในภาพรวมทุกด้านขนาดของเงินลงทุนของสถานประกอบการมีค่า p-value เท่ากับ 0.093 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าขนาดของเงินลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน ทำให้มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุประดับผลกระทบได้ดังนี้

ด้านการลงทุน พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.774 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าขนาดของเงินลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการลงทุนไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านการตลาด พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.134 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าขนาดของเงินลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการลงทุนไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.063 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าขนาดของเงินลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการลงทุนไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.363 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าขนาดของเงินลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ด้านการลงทุนไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการที่แตกต่างกันกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ในแต่ละด้าน โดยวิธี One-way ANOVA

ผลกระทบจาก เหตุการณ์ ความไม่สงบ ในพื้นที่ จังหวัดยะลา	ระยะเวลาการดำเนินงาน				p-value
	≤ 5 ปี (n=15)	> 5 – 10 ปี (n=15)	> 10 - 15 ปี (n=16)	> 15 ปี (n=15)	
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	
ด้านการลงทุน	2.600	2.533	2.537	2.560	0.941
ด้านการตลาด	1.885	2.009	2.598	2.342	0.005**
ด้านการ บริหารการ จัดการ	2.381	2.375	2.886	2.648	0.003**
ด้านการขนส่ง และการจัด จำหน่าย	2.609	2.481	2.959	2.719	0.028*
ในภาพรวม	2.368	2.349	2.745	2.567	0.003**

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผลกระทบในภาพรวมทุกด้านของระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการมีค่า p-value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุประดับผลกระทบได้ดังนี้

ด้านการลงทุน พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.941 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการลงทุนไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการตลาด พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการตลาด แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการบริหารจัดการ แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กรณีมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาที่มีค่า p-value น้อยกว่า 0.05 และ 0.01 จะใช้วิธี LSD หรือ Least Significant Difference เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ระหว่างสถานประกอบการที่มี ระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.10 ดังนี้

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่มีระยะเวลาการดำเนินงานต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ผลกระทบจาก เหตุการณ์ความ ไม่สงบในพื้นที่ จังหวัดยะลา	ระยะเวลาการ ดำเนินงาน	\bar{X}	กลุ่มที่	p-value			
				1	2	3	4
1.ด้านการตลาด	≤ 5 ปี	1.885	1	-	0.562	0.001**	0.035*
	>5-10 ปี	2.009	2	-	-	0.007**	0.122
	>10 - 15ปี	2.598	3	-	-	-	0.227
	>15 ปี	2.342	4	-	-	-	-

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา	ระยะเวลาการดำเนินงาน	\bar{X}	กลุ่มที่	p-value			
				1	2	3	4
2.ด้านการบริหารจัดการ	≤ 5 ปี	2.381	1	-	0.969	0.002**	0.089
	> 5-10 ปี	2.375	2	-	-	0.001**	0.082
	>10 - 15ปี	2.886	3	-	-	-	0.122
	>15 ปี	2.648	4	-	-	-	-
3.ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย	≤ 5 ปี	2.609	1	-	0.430	0.032*	0.100
	> 5-10 ปี	2.481	2	-	-	0.001**	0.071
	>10 - 15ปี	2.959	3	-	-	-	0.136
	>15 ปี	2.719	4	-	-	-	-
ในภาพรวม	≤ 5 ปี	2.368	1	-	0.871	0.002**	0.501
	> 5-10 ปี	2.349	2	-	-	0.004**	0.147
	>10 - 15ปี	2.745	3	-	-	-	0.133
	>15 ปี	2.567	4	-	-	-	-

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.10 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่มีระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกัน โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในแต่ละด้าน และในภาพรวม เป็นดังนี้

ด้านการตลาด

พบว่า สถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปีได้รับผลกระทบในด้านการตลาด แตกต่างกับผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 10-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อย

กว่าหรือเท่ากับ 5 ปีได้รับผลกระทบในด้านการตลาด แตกต่างกับผู้ประกอบการระยะเวลา
 ดำเนินการมากกว่า 15 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนสถานประกอบการที่มี
 ระยะเวลาการดำเนินงาน 5 - 10 ปีได้รับผลกระทบในด้านการตลาด แตกต่างกับสถานประกอบการ
 ระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 10-15 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนสถาน
 ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบ
 จากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในพื้นที่จังหวัด
 ยะลา ในด้านการด้านการตลาดเท่ากับ 1.885 ซึ่งต่ำกว่าสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการ
 ดำเนินงานมากกว่า 5-10 ปี ระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 10-15 ปี และระยะเวลาการดำเนินงาน
 มากกว่า 15 ปี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบเท่ากับ 2.009, 2.598 และ 2.342 ตามลำดับ ส่วน
 สถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบ ต่อผลกระทบ
 จากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในพื้นที่จังหวัด
 ยะลา ในด้านการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ด้านการบริหารจัดการ

พบว่า สถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปีได้รับ
 ผลกระทบในด้านการบริหารจัดการ แตกต่างกับสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน
 มากกว่า 10-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการ
 ดำเนินงานมากกว่า 5-10 ปี กับ ระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 10-15 ปี มีค่าเฉลี่ยของระดับ
 ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างใน
 พื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการบริหารจัดการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดย
 สถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีค่าเฉลี่ยของระดับ
 ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างใน
 พื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการบริหารจัดการ เท่ากับ 2.368 ซึ่งมากกว่าสถานประกอบการที่มี
 ระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 5-10 ปี และน้อยกว่าระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 10-15 ปี
 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบเท่ากับ 2.375 และ 2.886 ตามลำดับ ส่วนสถานประกอบการที่มี
 ระยะเวลาการดำเนินงานอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบ ต่อผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่
 สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาในด้านการ
 บริหารจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย

พบว่า สถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปีได้รับ
 ผลกระทบในด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย แตกต่างกับสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการ
 ดำเนินงานมากกว่า 10-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนสถานประกอบการที่มี

ระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 5-10 ปี กับ ระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 10-15 ปี มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย แตกต่างกัน โดยสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย เท่ากับ 2.609 ซึ่งมากกว่าสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 5-10 ปี และน้อยกว่าระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 10-15 ปี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบเท่ากับ 2.481 และ 2.959 ตามลำดับ ส่วนสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบ ต่อผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาในด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน

ในภาพรวมทุกด้าน

พบว่า สถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ได้รับผลกระทบในด้านภาพรวมทุกด้าน แตกต่างกับสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 10-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 5-10 ปี กับ ระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 10-15 ปี มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านภาพรวมทุกด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านภาพรวมทุกด้าน เท่ากับ 2.368 ซึ่งมากกว่าสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 5-10 ปี และน้อยกว่าระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 10-15 ปี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบเท่ากับ 2.349 และ 2.745 ตามลำดับ โดยสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านภาพรวมทุกด้าน เท่ากับ 2.368 ซึ่งต่ำกว่าสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 15 ปี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบเท่ากับ 2.567 ส่วนสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบต่อผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาในด้านภาพรวมทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกันกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ในแต่ละด้าน โดยวิธี t-test

ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา	ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์		p-value
	ขายภายในประเทศทั้งหมด (n=59)	ขายในประเทศ และ ส่งออกขายต่างประเทศ (n=2)	
	\bar{X}	\bar{X}	
ด้านการลงทุน	2.549	2.800	0.280
ด้านการตลาด	2.208	2.428	0.633
ด้านการบริหารการจัดการ	2.563	3.000	0.194
ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย	2.705	2.428	0.414
ในภาพรวม	2.506	2.664	0.543

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผลกระทบในภาพรวมทุกด้านของลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการมีค่า p-value เท่ากับ 0.543 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ในพื้นที่จังหวัดยะลาที่ แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุประดับผลกระทบได้ดังนี้

ด้านการลงทุน พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.280 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการลงทุนไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการตลาด พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.633 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน มี

ค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการตลาดไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการบริหารการจัดการ พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.194 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการบริหารการจัดการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.414 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 : ลักษณะทางด้านการตลาดของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบลักษณะทางด้านการตลาดที่แตกต่างกัน กับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาในแต่ละด้าน โดยวิธี One-way ANOVA

ผลกระทบจาก เหตุการณ์ความ ไม่สงบในพื้นที่ จังหวัดยะลา	ลักษณะทางด้านการตลาด				p-value
	ผู้รับเหมาราย ย่อย(n=26)	ลูกค้ารายย่อย (n=10)	ผู้รับเหมาราย ใหญ่ (n=13)	ทุกกลุ่มลูกค้า (n=12)	
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	
ด้านการลงทุน	2.576	2.540	2.569	2.516	0.955
ด้านการตลาด	1.978	2.242	2.868	2.000	0.000**
ด้านการ บริหารการ จัดการ	2.426	2.515	2.993	2.378	0.001**
ด้านการขนส่ง และการจัด จำหน่าย	2.593	2.607	3.109	2.547	0.003**
ในภาพรวม	2.393	2.515	2.885	2.360	0.000**

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผลกระทบในภาพรวมทุกด้านของลักษณะทางด้านการตลาดของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างมีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงลักษณะทางด้านการตลาดของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุประดับผลกระทบได้ดังนี้

ด้านการลงทุน พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.955 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าลักษณะทางด้านการตลาดของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการลงทุนไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการตลาด พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าลักษณะทางด้านการตลาดของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการตลาดแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าลักษณะทางด้านการตลาดของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการบริหารจัดการแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าลักษณะทางด้านการตลาดของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาด้านการขนส่งและจัดจำหน่ายแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่มีลักษณะทางการตลาดต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา	ลักษณะทางการตลาด	\bar{X}	กลุ่มที่	p-value			
				1	2	3	4
1.ด้านการตลาด	ผู้รับเหมารายย่อย	1.978	1	-	0.192	0.000**	0.907
	ลูกค้าย่อย	2.242	2	-	-	0.008**	0.297
	ผู้รับเหมารายใหญ่	2.868	3	-	-	-	0.000**
	ทุกกลุ่มลูกค้า	2.000	4	-	-	-	-
2.ด้านการบริหารจัดการ	ผู้รับเหมารายย่อย	2.426	1	-	0.111	0.000**	0.739
	ลูกค้าย่อย	2.515	2	-	-	0.068	0.099
	ผู้รับเหมารายใหญ่	2.993	3	-	-	-	0.000**
	ทุกกลุ่มลูกค้า	2378	4	-	-	-	-
3.ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย	ผู้รับเหมารายย่อย	2.593	1	-	0.931	0.001**	0.759
	ลูกค้าย่อย	2.607	2	-	-	0.007**	0.745
	ผู้รับเหมารายใหญ่	3.109	3	-	-	-	0.002**
	ทุกกลุ่มลูกค้า	2.547	4	-	-	-	-
ในภาพรวม	ผู้รับเหมารายย่อย	2.393	1	-	0.281	0.000**	0.755
	ลูกค้าย่อย	2.515	2	-	-	0.005**	0.235
	ผู้รับเหมารายใหญ่	2.885	3	-	-	-	0.000**
	ทุกกลุ่มลูกค้า	2.360	4	-	-	-	-

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการตลาด

พบว่า สถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นผู้รับเหมารายย่อย ได้รับผลกระทบในด้านการตลาด แตกต่างกับสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดที่เป็นผู้รับเหมารายใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผู้ประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นลูกค้าย่อย ได้รับผลกระทบในด้านการตลาด แตกต่างกับสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดที่เป็นผู้รับเหมารายใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ

ผู้ประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นผู้รับเหมารายใหญ่ได้รับผลกระทบในด้านการตลาด แตกต่างกับสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดที่เป็นทุกกลุ่มลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นผู้รับเหมารายย่อย มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการตลาดเท่ากับ 1.978 ซึ่งต่ำกว่าสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นลูกค้ารายย่อย และผู้รับเหมารายใหญ่ และทุกกลุ่มลูกค้าซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบเท่ากับ 2.242, 2.868 และ 2.000 ตามลำดับ ส่วนสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดกลุ่มอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบ ต่อผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ด้านการบริหารจัดการ

พบว่า สถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นผู้รับเหมารายย่อย ได้รับผลกระทบในด้านการบริหารจัดการแตกต่างกับผู้ประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดที่เป็นผู้รับเหมารายใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นผู้รับเหมารายใหญ่ ได้รับผลกระทบในด้านการบริหารจัดการแตกต่างกับผู้ประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดที่เป็นทุกกลุ่มลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นผู้รับเหมารายย่อย มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการบริหารจัดการ เท่ากับ 2.426 ซึ่งต่ำกว่าสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นลูกค้ารายย่อย ผู้รับเหมารายใหญ่ และมากกว่าทุกกลุ่มลูกค้าซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบเท่ากับ 2.515, 2.993 และ 2.378 ตามลำดับ ส่วนสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการบริหารจัดการกลุ่มอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบ ต่อผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการบริหารจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย

พบว่า สถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นผู้รับเหมารายย่อย ได้รับผลกระทบในด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย แตกต่างกับสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นผู้รับเหมารายใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นลูกค้ารายย่อย ได้รับผลกระทบในด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย แตกต่างกับสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นผู้รับเหมารายใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสถานประกอบการที่มีลักษณะทางการตลาดเป็นผู้รับเหมารายใหญ่

ได้รับผลกระทบในด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย แตกต่างกับสถานประกอบการที่มีลักษณะทางด้านการตลาดเป็นทุกกลุ่มลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ประกอบการที่มีลักษณะทางด้านการตลาด เป็นผู้รับเหมารายย่อย มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการบริหารจัดการ เท่ากับ 2.593 ซึ่งต่ำกว่าสถานประกอบการที่มีลักษณะทางด้านการตลาดเป็นลูกค้ารายย่อย ผู้รับเหมารายใหญ่ และมากกว่าทุกกลุ่มลูกค้าซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบเท่ากับ 2.607, 3.109 และ 2.547 ตามลำดับ ส่วนสถานประกอบการที่มีลักษณะทางด้านการขนส่งและการจัดจำหน่ายกลุ่มอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบ ต่อผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน

ในภาพรวมทุกด้าน

พบว่า สถานประกอบการที่มีลักษณะทางด้านการตลาดเป็นผู้รับเหมารายย่อย ได้รับผลกระทบในด้านภาพรวมทุกด้าน แตกต่างกับสถานประกอบการที่มีลักษณะทางด้านการตลาดเป็นผู้รับเหมารายใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผู้ประกอบการที่มีลักษณะทางด้านการตลาดเป็นลูกค้ารายย่อย ได้รับผลกระทบในด้านภาพรวมทุกด้าน แตกต่างกับผู้ประกอบการที่มีลักษณะทางด้านการตลาดเป็นผู้รับเหมารายใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผู้ประกอบการที่มีลักษณะทางด้านการตลาดเป็นผู้รับเหมารายใหญ่ ได้รับผลกระทบในด้านภาพรวมทุกด้าน แตกต่างกับสถานประกอบการที่มีลักษณะทางด้านการตลาดเป็นทุกกลุ่มลูกค้ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสถานประกอบการที่มีลักษณะทางด้านการตลาด เป็นผู้รับเหมารายย่อย มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านภาพรวมทุกด้าน เท่ากับ 2.393 ซึ่งต่ำกว่าสถานประกอบการที่มีลักษณะทางด้านการตลาดเป็นลูกค้ารายย่อย ผู้รับเหมารายใหญ่ และมากกว่าทุกกลุ่มลูกค้าซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบเท่ากับ 2.515, 2.885 และ 2.360 ตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการที่มีลักษณะทางด้านการภาพรวมทุกด้านในกลุ่มอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบ ต่อผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในภาพรวมทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

4.4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่เกิดผลกระทบต่อสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในปัจจุบันและอนาคต และข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาจากแบบสอบถามปลายเปิด

สำหรับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคอื่นๆ ที่เห็นว่าเกิดผลกระทบต่ออย่างมากต่อผู้ประกอบการวัสดุก่อสร้างในภาคใต้หรือ สถานประกอบการของท่าน ในปัจจุบันและอนาคตผู้วิจัยได้วิเคราะห์รวบรวมประเด็นที่มีความคล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน และแสดงรายละเอียดเป็นรายด้าน ดังต่อไปนี้

ด้านการลงทุน

ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่า รัฐบาลขาดการช่วยเหลือดูแลในเรื่องด้านการเงิน การลงทุน เช่น การให้การสนับสนุนการเงินในการลงทุนธุรกิจ โครงการต่างๆ เกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการลงทุน และเหตุการณ์ความไม่สงบทำให้สภาวะการลงทุนหยุดชะงัก ทำให้นักลงทุนไม่กล้าตัดสินใจในการลงทุนหรือขยายธุรกิจเพิ่ม เนื่องจากเกิดความเสี่ยงสูง

ด้านการตลาด

ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่า การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าต่างๆ ได้ยากขึ้น เนื่องจากเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบ ทำให้ถูกจำกัดในเรื่องของกลุ่มลูกค้า และต้องแข่งขันกับสินค้าจากจังหวัดใกล้เคียง และการชลอการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

ด้านการบริหารจัดการ

ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่า การบริหารจัดการเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า การบริหารเกี่ยวกับทางด้านแรงงาน ทางด้านการเงิน ทำได้ยากขึ้น เนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบ ทำให้ผู้บริหารต้องหาวิธีการจัดการในรูปแบบต่างๆ เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน

ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย

ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่า การจัดการเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า คือสิ่งที่ยาก เนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบ ทำให้ผู้บริหารต้องหาวิธีการจัดการในรูปแบบในการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้น เช่น การเปลี่ยนเส้นทางทางการขนส่งสินค้าหรือการเปลี่ยนชนิดของรถเพื่อส่งสินค้า เพื่อความเหมาะสมและปลอดภัยในการขนส่งสินค้าให้ถึงลูกค้าตามเวลาที่ต้องการ

สำหรับความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาหรือในประเทศไทยผู้วิจัยได้วิเคราะห์รวบรวมประเด็นที่มีความคล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกันและแสดงรายละเอียดเป็นรายด้าน ดังต่อไปนี้

ด้านการลงทุน

ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่า รัฐบาลควรช่วยเหลือดูแลในเรื่องด้านการเงิน การลงทุน เช่น การให้การสนับสนุนการเงินในการลงทุนธุรกิจ โครงการต่างๆ เช่น อัตราดอกเบี้ย เกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการลงทุน

ด้านการตลาด

ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่า รัฐบาลควรช่วยเหลือดูแลในเรื่องด้านการตลาด เช่น การให้การสนับสนุนการส่งเสริมทางการตลาด เช่น การจัดงานเกี่ยวกับการจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง มีการส่งเสริมในด้านการก่อสร้าง และทำการโฆษณาทั้งตัวสินค้าและเรื่องของราคา

ด้านการบริหารจัดการ

ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่า ควรจัดตั้งในเรื่องด้านการบริหารจัดการ เช่น การควบคุมสินค้าคงคลัง การฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อรับมือกับแปลงอันเนื่องมาจากเหตุการณ์ความไม่สงบ

ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย

ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่า รัฐบาลควรช่วยเหลือดูแลในเรื่องของการคุ้มครองเกี่ยวกับด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าในพื้นที่ที่เสี่ยงต่อการเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบ และผู้ประกอบการต้องมีความรับผิดชอบในการส่งสินค้าให้ถึงลูกค้าตรงตามเวลาที่กำหนด

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวโดยสรุปถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยประกอบด้วยข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป และข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในจังหวัดอื่นๆ ของประเทศไทย

จากการวิจัยผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ 2 ประการคือ

1. เพื่อศึกษาระดับผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา
2. เพื่อเปรียบเทียบผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาจำแนกตามลักษณะของสถานประกอบการ ได้แก่ 1. ลักษณะการลงทุน 2. ขนาดของเงินลงทุน 3. ระยะเวลาการดำเนินงาน 4. ลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 5. ลักษณะทางด้านการตลาด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ได้แก่ ลักษณะการลงทุน ขนาดของเงินลงทุน ระยะเวลาการดำเนินงาน ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และลักษณะทางด้านการตลาด เป็นแบบเลือกตอบ มีทั้งหมดจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาโดยผ่านปัจจัย 4 ด้าน อันได้แก่

1. ด้านการลงทุน จำนวน 5 ข้อ
2. ด้านการตลาด จำนวน 7 ข้อ
3. ด้านการบริหารการจัดการ จำนวน 11 ข้อ
4. ด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย จำนวน 14 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อปัญหาและอุปสรรคที่เกิดผลกระทบต่อสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในปัจจุบันและอนาคต มีคำถามจำนวน 2 ข้อ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยได้แบ่งออกเป็นตอนๆ ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลภูมิลักษณะของสถานประกอบการ

1. ลักษณะของการลงทุน สถานประกอบการส่วนใหญ่มีผู้ประกอบการลงทุนเป็นชาวไทยทั้งหมด มีจำนวน 59 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 96.70 และการลงทุนเป็นการร่วมลงทุนระหว่างชาวไทยกับชาวต่างชาติจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.30 ซึ่งชาวต่างชาติที่มาร่วมลงทุนส่วนมากเป็นชาวมาเลเซีย

2. ขนาดของเงินลงทุน โดยดูจากเงินลงทุนเริ่มต้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 1 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท มีจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.50 รองลงมาเป็นผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้น ไม่เกิน 1 ล้านบาท มีจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.70 และสถานประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 10 ล้านบาทมีจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.80

3. ระยะเวลาการดำเนินงาน สถานประกอบการส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่สถานประกอบการเปิดดำเนินการจนถึงปัจจุบันมากกว่า 10 - 15 ปี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.20 รองลงมามีระยะน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ระยะเวลามากกว่า 5 - 10 ปีและเวลามากกว่า 15 ปี จำนวน 15 รายเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 24.60

4. ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สถานประกอบการส่วนใหญ่มีลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ คือ ขายในประเทศ จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.70 และขายภายในประเทศและส่งออกขายต่างประเทศ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.30

5. ลักษณะทางการตลาด ส่วนใหญ่เป็นผู้รับเหมารายย่อยจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมาเป็นผู้รับเหมารายใหญ่จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.30 รองลงมาเป็นทุกกลุ่มลูกค้าจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.70 และลำดับสุดท้ายเป็นลูกค้ารายย่อยจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.40

6. ความกังวลสถานการณ์ความไม่สงบ สถานประกอบการของผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความกังวลมากจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมามีความกังวลปานกลางจำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.90 และ ไม่กังวลเลยจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.60

5.1.2 ความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา

1. ด้านการลงทุน ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการลงทุน

อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมด้านการลงทุน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.556 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.910

2. ด้านการตลาด ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการตลาด อยู่ในระดับน้อยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมด้านการลงทุน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.295 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.896

3. ด้านการบริหารการจัดการ ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการบริหารจัดการ อยู่ในระดับปานกลางพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมด้านการลงทุน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.578 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.930

4. ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลางพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมด้านการลงทุน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.696 และตัวแทนธุรกิจแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.968

แต่ถ้าพิจารณาผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา โดยภาพรวมทั้งหมดทุกด้านแล้ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านมีค่าเท่ากับ 2.511 และผู้ประกอบการแต่ละรายได้รับผลกระทบโดยรวมทุกท่านไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.926

5.1.3 ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบอย่างมากต่อผู้ประกอบการวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาหรือภาคใต้

ด้านการลงทุน

ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่า รัฐบาลขาดการช่วยเหลือดูแลในเรื่องด้านการเงิน การลงทุน เช่น การให้การสนับสนุนการเงินในการลงทุนธุรกิจ โครงการต่างๆ เกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการลงทุน และเหตุการณ์ความไม่สงบทำให้สภาวะการลงทุนหยุดชะงัก ทำให้นักลงทุนไม่กล้าตัดสินใจในการลงทุนหรือขยายธุรกิจเพิ่ม เนื่องจากเกิดความเสี่ยงสูง

ด้านการตลาด

ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่า การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าต่างๆ ได้ยากขึ้น เนื่องจากเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบ ทำให้ถูกจำกัดในเรื่องของกลุ่มลูกค้า และต้องแข่งขันกับสินค้าจากจังหวัดใกล้เคียง และการชลอการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

ด้านการบริหารจัดการ

ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่า การบริการจัดการเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า การบริหารเกี่ยวกับทางด้านแรงงาน ทางด้านการเงิน ทำได้ยากขึ้น เนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบ ทำให้ผู้บริหารต้องกาวิธีการจัดการในรูปแบบต่างๆ เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน

ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย

ตัวแทนธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่า การจัดการเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า คือสิ่งที่ยาก เนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบ ทำให้ผู้บริหารต้องกาวิธีการจัดการในรูปแบบในการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้น เช่น การเปลี่ยนเส้นทางทางการขนส่งสินค้าหรือการเปลี่ยนชนิดของรถเพื่อส่งสินค้า เพื่อความเหมาะสมและปลอดภัยในการขนส่งสินค้าให้ถึงลูกค้าตามเวลาที่ต้องการ

5.1.4 การเปรียบเทียบลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา กับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะการลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากลักษณะการลงทุนของสถานประกอบการที่แตกต่างกันทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ขนาดของเงินลงทุนของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากขนาดของเงินลงทุนของสถานประกอบการที่แตกต่างกันทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการที่แตกต่างกันทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ลักษณะทางด้านการตลาดของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากลักษณะทางด้านการตลาดของสถานประกอบการที่แตกต่างกันทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

จากการวิจัยผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา สามารถนำผลการทดสอบมาอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

สถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา พบว่า (1) ลักษณะการลงทุนของผู้ประกอบการเป็นการลงทุนโดยชาวไทยทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 96.70 ของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในจังหวัดยะลาซึ่งเป็นจังหวัดที่ไม่ได้เป็นแหล่งหรือย่านการลงทุนของนักธุรกิจชาวต่างชาติมากนัก มีเพียงประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศมาเลเซียเท่านั้นที่เข้ามาลงทุน (2) เงินลงทุนจะทะเบียนส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุนจดทะเบียนมากกว่า 1 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 10 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 65.50 ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาเป็นสถานประกอบการส่วนใหญ่จะใช้เงินลงทุนไม่มากนักอันเนื่องมาจากขนาดของการก่อสร้างอาคารบ้านเรือนหรือการก่อสร้างอาคารพาณิชย์และการก่อสร้างสถานที่ราชการต่างๆ ภายในจังหวัดยะลานั้นเป็นจังหวัดที่ขนาดไม่ใหญ่มากนัก ไม่ได้เป็นแหล่งหรือย่านธุรกิจจึงไม่ใช้เงินลงทุนจดทะเบียนมาก เหมือนจังหวัดอื่นๆ เช่น กรุงเทพมหานครขอนแก่น เป็นต้น (3) ระยะเวลาของสถานประกอบการโดยเฉลี่ยระยะเวลาในการประกอบธุรกิจใกล้มากกว่า 10-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.20 ของกลุ่มตัวอย่าง (4) ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยส่วนใหญ่ขายในประเทศทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 96.70 ของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในจังหวัดยะลาจะมีลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขายในประเทศ เช่น ผู้รับเหมารายย่อยต่างๆ ที่อยู่ในจังหวัดยะลาและจังหวัดใกล้เคียง (5) ลักษณะทางด้านการตลาด

โดยส่วนใหญ่เป็นผู้รับเหมารายย่อยคิดเป็นร้อยละ 42.60 ของกลุ่มตัวอย่าง (6) ความกังวลในสถานการณ์ความไม่สงบโดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมีความกังวลมากคิดเป็นร้อยละ 47.50 ของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบได้มีความรุนแรงสูงขึ้นและบ่อยขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 จนถึงปัจจุบัน ทำให้ผู้ประกอบการมีความกังวลในสถานการณ์ความไม่สงบในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายชื่อ พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลามีลักษณะการลงทุนและลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นชาวไทยมีเงินลงทุนจะทะเบียนส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุนจดทะเบียนมากกว่า 1 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 10 ล้านบาทระยะเวลาส่วนด้านระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมีความมากกว่า 10-15 ปี ลักษณะทางการตลาดโดยส่วนใหญ่เป็นผู้รับเหมารายย่อยและโดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาที่มีความกังวลมากในสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา

5.2.2 ระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ทั้ง 4 ด้าน

ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.511 อยู่ในระดับปานกลางแต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ เรียงตามลำดับมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย ด้านการบริหารจัดการ และด้านการลงทุนส่วนผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลาต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในด้านการตลาด อยู่ในระดับน้อย สำหรับการที่ค่าเฉลี่ยของผลกระทบจากความไม่สงบต่อด้านการขนส่งและจัดจำหน่าย ด้านการบริหารจัดการค่อนข้างสูงนั้นเนื่องจากการขนส่งในการจัดจำหน่ายและการบริหารการจัดการค่อนข้างลำบากต่อการจัดการเนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลาที่ผู้ประกอบการต้องมีมาตรการต่างๆ เพื่อรองรับกับเหตุการณ์ความไม่สงบสำหรับการเฝ้าระวังวัสดุก่อสร้างต่างๆ เพราะสถานประกอบการหรือโกดังสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างเป็นเป้าหมายของกลุ่มผู้ก่อความไม่สงบ สำหรับการจัดการในการขนส่งสินค้าวัสดุก่อสร้าง เช่น การปรับเปลี่ยนชนิดของรถขนส่งวัสดุก่อสร้าง การเปลี่ยนเส้นทางบ่อยขึ้นเพื่อให้สินค้าถึงลูกค้าตามจำนวนและทันตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ ทำให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาด้านการขนส่งในการส่งมอบสินค้ามากขึ้นจึงส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งเพิ่มขึ้น ส่วนค่าเฉลี่ยของผลกระทบจากความไม่สงบต่อทางการลงทุนและด้านการตลาดค่อนข้างน้อยเนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างต้องมีการศึกษาประเภทของสินค้าเพื่อสั่งซื้อสินค้า

การลงทุนเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมีเงินทุนเพื่อซื้อสินค้าคงคลังค่อนข้างมากในการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในส่วนทางการตลาดการแข่งขันที่สูงขึ้น จากเหตุการณ์ความไม่สงบส่งผลให้ผู้ประกอบการแต่ละราย จัดการส่งเสริมการขายมากขึ้น เช่น การบริการขนส่ง แต่กลุ่มลูกค้าใน

พื้นที่จังหวัดยะลาคือกลุ่มผู้รับเหมารายย่อย มีการสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างภายในพื้นที่จังหวัดยะลาจึงทำให้มีผลกระทบในด้านการตลาดอยู่ในระดับน้อย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550)

5.2.3 การเปรียบเทียบระดับผลกระทบจากจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะของสถานประกอบการผ่านปัจจัย 4 ด้านพบว่า

1. สถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่มีลักษณะการลงทุน และขนาดของเงินลงทุนต่างกัน ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่มีการลงทุนแบบการลงทุนเป็นชาวไทยทั้งหมดหรือการร่วมทุนระหว่างชาวไทยกับชาวต่างชาติ หรือขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกัน แต่ผู้ประกอบการวัสดุก่อสร้างมีความหวาดระแวงถึงการได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาไม่แตกต่างกัน ถึงแม้จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของลักษณะการลงทุนและขนาดของเงินลงทุน ซึ่งได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา เช่นเดียวกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิลา สนวนยะเสรี (2551 :158) เรื่อง ผลกระทบจากกฎหมายการขนส่งวัตถุอันตรายทางบกต่ออุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่พบว่า สถานประกอบการที่มีลักษณะการลงทุนแตกต่างกัน ได้รับผลกระทบในด้านการตลาด ด้านการบริหารการจัดการ ด้านการขนส่งและจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน พบว่า ไม่ว่าจะเป็นการเข้ามาร่วมทุนกับชาวไทยหรือการเข้ามาลงทุนเองทั้งหมดผู้ประกอบการ ต้องคำนึงถึงกฎหมายข้อบังคับต่างๆ ระเบียบทางราชการในการดำเนินธุรกิจเหมือนกัน ทำให้ได้รับผลกระทบไม่แตกต่างกัน

2. สถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่มีลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างกัน ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาในภาพรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิลา สนวนยะเสรี (2551 :159) เรื่อง ผลกระทบจากกฎหมายการขนส่งวัตถุอันตรายทางบกต่ออุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่พบว่าไม่ว่าผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่มีลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ แบบขายภายในประเทศทั้งหมดและขายภายในประเทศและส่งออกขายต่างประเทศทำให้ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิลา สนวนยะเสรี (2551 :159) เรื่อง ผลกระทบจากกฎหมายการขนส่งวัตถุอันตรายทางบกต่ออุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่พบว่าลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ต่างกัน ได้รับผลกระทบจากกฎหมายการขนส่งวัตถุอันตรายทางบกต่ออุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์

พบว่าแนวโน้ม ในช่วงที่ผ่านมา อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ในตลาดโลกมีการแข่งขันค่อนข้างสูง และคาดว่าในอนาคตจะมีความรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะจีนซึ่งมีความได้เปรียบด้านการผลิต และมีต้นทุนที่ต่ำกว่าไทย นอกจากนี้คู่แข่งที่สำคัญของไทย ได้แก่ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเกาหลี ซึ่งต่างกับลักษณะช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้างเพราะ โดยส่วนใหญ่ส่งขายในประเทศ (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. 2550)

3. ระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการที่แตกต่างกันมีผลกระทบในภาพรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ยกเว้นด้านการลงทุนที่มีผลกระทบไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน มากกว่า 5-10 ปี มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลามากที่สุด เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ระหว่าง 5-10 ปีและมากกว่า 15 ปี เนื่องจากระยะเวลาการดำเนินงานที่มากกว่า 5-10 ปีนั้นมีความมั่นคงทางด้านการประกอบการธุรกิจทั้งด้านการตลาดการบริหารจัดการและจัดจำหน่าย จึงมีความเสี่ยงที่จะเป็นกลุ่มเป้าหมายของกลุ่มผู้ก่อความไม่สงบ เพราะที่จะสร้างสถานการณ์ความไม่สงบให้กับผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ส่งผลให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริยาภรณ์ ศรีวิรัตน์ (2547 :143) เรื่อง ผลกระทบของเหตุการณ์ค้าเสรีอาเซียนต่ออุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลาย ในประเทศไทย พบว่าสถานประกอบการอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลายในประเทศไทยที่มีระยะเวลาการดำเนินการที่แตกต่างกัน ได้รับผลกระทบในด้านการบริหารจัดการแตกต่างกัน เพราะเมื่อเกิดความเปลี่ยนแปลงต่างๆ สิ่งที่มาคือการบริหารจัดการเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นพลวัต

4. สถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่มีลักษณะทางด้านการตลาด ต่างกัน ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาในภาพรวมและในแต่ละด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่มีลักษณะทางด้านการตลาด ผู้รับเหมารายใหญ่ มีค่าเฉลี่ยของระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาที่สุด เนื่องจากลักษณะทางด้านการตลาดเป็นผู้รับเหมารายใหญ่ เนื่องจากการรับเหมาก่อสร้าง เช่น รับสร้างบ้านหรืออาคารพาณิชย์ต่างๆ หรือสถานที่ราชการซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบมากขึ้น ธุรกิจการรับเหมาก่อสร้างก็จะชะงักงันและการรับเหมาก่อสร้างเป็นผู้รับเหมารายใหญ่และผู้สั่งซื้อวัสดุก่อสร้าง จึงส่งผลให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างสูงขึ้น

อุตสาหกรรมภาคการก่อสร้างถือเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจภายในประเทศ ซึ่งเห็นได้จากเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทุกฉบับจะมีการก่อสร้างเป็นเป้าหมายในด้านการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป้าหมายการขยายตัวทางเศรษฐกิจจะประกอบด้วย ภาคการเกษตรและนอกภาคการเกษตร (นอกภาคการเกษตรมีดังนี้ อุตสาหกรรมการก่อสร้าง และอื่นๆ) ดังนั้นการก่อสร้างจึงเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจในด้านการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจนอกภาคการเกษตรสาขาหนึ่ง นอกจากนี้การก่อสร้างยังเป็นพื้นฐานของการก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง การขยายตัวทางด้านที่อยู่อาศัยรวมทั้งอุตสาหกรรมผลิตอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จะเห็นว่าอุตสาหกรรมก่อสร้างล้วนแล้วแต่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น ดังนั้นการลงทุนการก่อสร้างจึงถูกกำหนดอยู่ในเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทุกฉบับ (จุฑาทพร ดันติเฉลิมพันธุ์, 2539)

จากการเปรียบเทียบระดับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน ผลการเปรียบเทียบลักษณะของสถานประกอบการผ่านปัจจัย 4 ด้าน มีข้อสังเกตว่า ลักษณะการลงทุน ขนาดของเงินลงทุนและลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกันมีผลกระทบในด้านการบริหารการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

สำหรับข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่ได้เรียงลำดับความสำคัญ จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นแนวทางการช่วยเหลือจากหน่วยงานในภาครัฐบาลและสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ในการที่จะแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น รวมถึงช่วยพัฒนาศักยภาพขีดความสามารถของธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ซึ่งได้แก่

1. ภาครัฐควรจัดตั้งหน่วยงานกลางคอยให้บริการในการรักษาความปลอดภัยระหว่างกระบวนการขนส่งสินค้าวัสดุก่อสร้าง
2. ภาคเอกชนควรจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมผู้ประกอบการและพนักงาน เพื่อการบริหารจัดการด้านต่างๆ เช่นการตลาด เพื่อรองรับเกี่ยวกับสถานการณ์ความไม่สงบต่างๆ ในพื้นที่จังหวัดยะลา

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเพื่อศึกษาเพิ่มเติมถึงผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างหรือธุรกิจอื่นๆ ในจังหวัดยะลาและจังหวัดใกล้เคียง

2. ควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติมถึง ระดับผลกระทบเกี่ยวกับสถานการณ์ความไม่สงบต่างๆ โดยครอบคลุมถึงปัญหาโดยรวมของภาคใต้หรือประเทศไทยด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2551. รายชื่อสถานประกอบการวัสดุก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ.
[On line]. Available: [http:// www.dit.go.th](http://www.dit.go.th)
- การขนส่งและการสื่อสาร. 2550
[On line]. Available : <http://knowledge.eduzones.com/knowledge-2-8-28886.html>
- การค้าปลีกเพื่อการพัฒนา. 2549
[On line]. Available: [http:// hwww.nextsteptrainingcenter.com/print.php?type=A&item_id=4](http://hwww.nextsteptrainingcenter.com/print.php?type=A&item_id=4)
- โครงการศึกษาวิจัยธุรกิจบริการสู่ตลาดโลก ประเภทธุรกิจก่อสร้างและซ่อมแซมอาคาร. 2547 บริษัท เพอร์เฟ็คท์ แพลน ซัพพลาย จำกัด
- จิรัตน์ สังข์แก้ว. 2545. การลงทุน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑาพร ดันติเฉลิมพันธุ์. 2539. “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการลงทุนด้านการก่อสร้างของภาคเอกชนในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- โชคชัย กิจเกษมทวีสินรัตน์. 2547. สารวิจัยธุรกิจ. ปีที่ 8 ฉบับที่ 20.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ: เทพนิมิตร การพิมพ์
- บุญชม ศรีสะอาด. 2535. การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ชุมพล ศฤงคารศิริ. 2550. การวางแผนและควบคุมการผลิต. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ส.ส.ท.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2531. เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย.
กรุงเทพฯ : ศรีอนันต์.
- ปรเมศวร์ เข็มมวรพงษ์. 2538. “ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลกระทบต่อการศึกษาอาชีวกรรมทางเศรษฐกิจ” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ปรียาภรณ์ ศรีวิรัตน์. 2547. “ผลกระทบของเขตการค้าเสรีอาเซียนต่ออุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลายในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. วิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรี สุวรรณกุล. 2541. “กรอบความตกลงอาเซียนว่าด้วยการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ: ศึกษาผลกระทบต่อประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- เอกสารนี้เป็น [On line]. Available: http://www.il.mahidol.ac.th/course/chemical/resources_2.htm ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รุ่งทิวา สุวรรณรัตน์. 2550. “ผลกระทบจากมาตรฐานการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับ การค้า (ทริมส์) ที่มีต่ออุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เรวัต ดันตยานนท์. 2549. 28 กรกฎาคม. “BIZ WEEK ด้าน Small-Biz” กรุงเทพธุรกิจ

วรรณารด แสงมณี. 2544. องค์การและการจัดองค์การ. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ: เท็กซ์ แอนด์: ระเบียบของการพิมพ์

วรรณารด แสงมณี. 2546. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่6. กรุงเทพฯ: เท็กซ์ แอนด์เจอร์นัล พับลิเคชัน

วิจิตร ต้นทสุทธิ์และคณะ. 2520. การวิจัยดำเนินงาน COOPERATION RESERCH เล่มที่ 1 ภาค DETERMINISTIC. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ . 2541.การบริหารการตลาดยุคใหม่.กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์ ศูนย์บริการเพื่อการลงทุน งานบริการข้อมูลการลงทุน กรมโรงงานอุตสาหกรรม.2541.

[Online]. Available : <http://www.diw.go.th>

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2549. จัดวางยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างศูนย์รวมสาระความรู้ด้านวิศวกรรมและอุตสาหกรรม. 2547

[Online]. Available : <http://www.technologymedia.co.th/article/detail.asp?arid=84&pid=53>
อุตสาหกรรมไทย.

สมคิด บางโม. 2539. องค์การและการจัดการ พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒนา

สมชัย ดันดิธนวนวัฒน์. 2542. พัฒนาการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย.วารสารการส่งเสริมการลงทุน.

ลีลา สนวนยะเสรี. 2551 “ผลกระทบจากกฎหมายการขนส่งวัตถุดิบทรายทางบกต่ออุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สุพรชัย อุทัยนฤมล. 2549. “การศึกษาสาเหตุและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเกิดอุบัติเหตุของรถบรรทุกวัตถุดิบทรายในประเทศไทย”

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) 2550

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) 2550

[Online]. Available : http://cms.sme.go.th/cms/c/portal/layout?p_1_id=25.706

สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2548. ทฤษฎีตลาดทุน. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

เอก อัญญา ชันวิทย์. 2547. การวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนในหลักทรัพย์. กรุงเทพฯ : ตลาดด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สำนักวิจัยและพัฒนาตลาดทุน สำนักงานคณะกรรมการกำกับ
หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์.

อดิษฐ์ กาญจนพิบูลย์. 2548. เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ. งานตำราและเอกสาร
การพิมพ์. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง.

อิทธิ พิศาลวานิช . 2551. ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

[Online]. Available : <http://news.utcc.ac.th/content/view/412/16/>

อภิรักษ์ จันตะนี. 2551. ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ/ธุรกิจ

[Online]. Available : [http://aphinant.aru.ac.th/wp-content/uploads/2008/10/management-](http://aphinant.aru.ac.th/wp-content/uploads/2008/10/management-theory-2008.ppt)

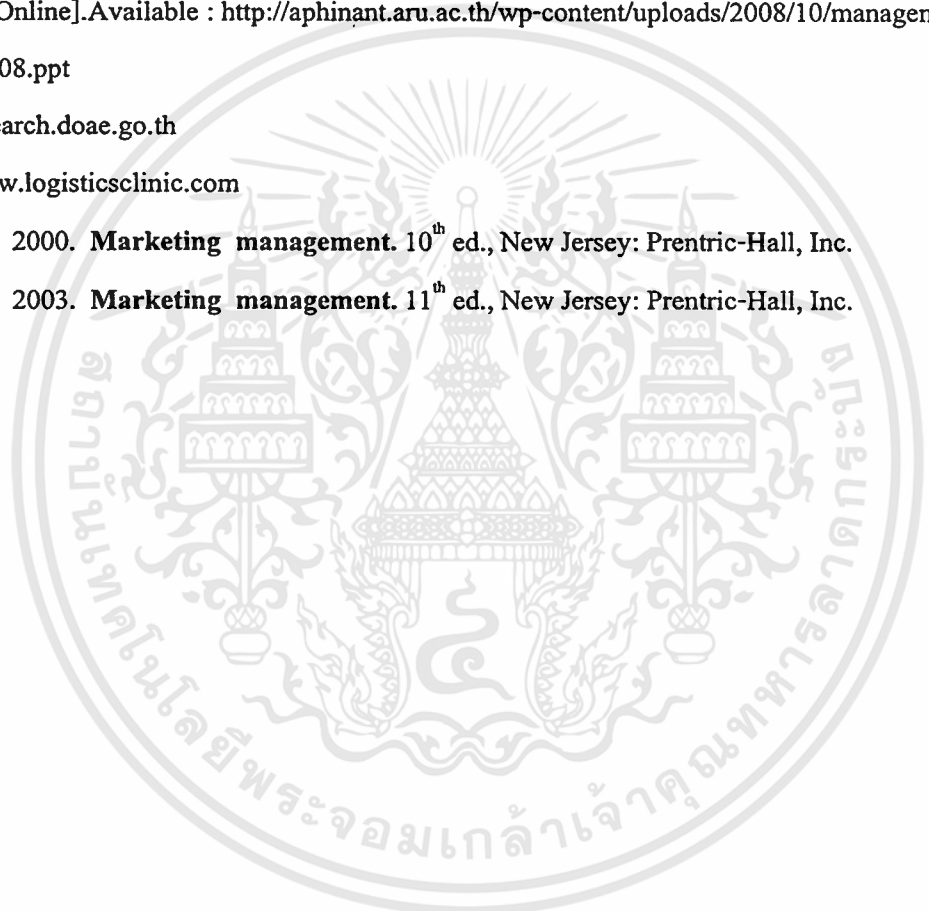
theory-2008.ppt

<http://research.doae.go.th>

<http://www.logisticsclinic.com>

Kotler, P. 2000. **Marketing management**. 10th ed., New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Kotler, P. 2003. **Marketing management**. 11th ed., New Jersey: Prentice-Hall, Inc.





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่องผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ในพื้นที่จังหวัดยะลา

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้ เป็นแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลของการวิจัย เรื่อง ผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ซึ่งผลของการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา ฉะนั้นขอความกรุณาท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบคำถามให้ครบทุกข้อ และผู้วิจัยขอรับรองว่าจะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่าน หรือการทำงานของท่านแต่อย่างใด โดยข้อมูลในแบบสอบถามจะเก็บไว้เป็นความลับเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น
2. แบบสอบถามชุดนี้มีคำถามจำนวน 3 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง
 - ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจของสถานประกอบการเกี่ยวกับผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา
 - ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา
3. แบบสอบถามนี้มีได้สร้างมาเป็นข้อสอบ เพราะฉะนั้นจึงไม่มีคำตอบข้อใด ถูกหรือผิด ท่านสามารถตอบข้อความทุกข้อความให้ตรงกับความเป็นจริง ตรงกับความคิดเห็น หรือตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงของท่านให้มากที่สุด
4. ขอความกรุณาอย่างยิ่งถ้าท่านได้โปรดส่งแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ตามซองจดหมายที่แนบไว้ ภายใน วันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ. โอกาสนี้
5. แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับผู้บริหาร ตัวแทนของธุรกิจ เป็นตัวแทนในการตอบแบบสอบถาม

ประวิทย์ มณะโสตร์

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานประกอบการ

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย X ลงใน () หน้าข้อความหรือเติมข้อความตามสภาพที่เป็นจริงเกี่ยวกับสถานประกอบการของท่าน

1. ลักษณะการลงทุนของสถานประกอบการของท่านคือข้อใด
 - () การลงทุนเป็นชาวไทยทั้งหมด
 - () การลงทุนเป็นของชาวต่างชาติทั้งหมด (โปรดระบุประเทศ.....)
 - () การลงทุนเป็นการร่วมลงทุนระหว่างชาวไทยกับชาวต่างชาติ
(โปรดระบุประเทศ.....) สัดส่วนการลงทุน ไทย.....% ต่างชาติ.....%
2. สถานประกอบการของท่านมีเงินลงทุนจดทะเบียนเริ่มต้นในการประกอบกิจการเท่าใด
 - () ไม่เกิน 1 ล้านบาท
 - () มากกว่า 1 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท
 - () มากกว่า 10 ล้านบาท
3. ระยะเวลาที่สถานประกอบการเปิดดำเนินการจนถึงปัจจุบัน
 - () น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี
 - () 5 - 10 ปี
 - () มากกว่า 10 - 15 ปี
 - () มากกว่า 15 ปี
4. ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการท่านคือข้อใด
 - () ขายภายในประเทศทั้งหมด
 - () ส่งออกขายต่างประเทศทั้งหมด
 - () ขายในประเทศ และ ส่งออกขายต่างประเทศ
(โปรดระบุสัดส่วนการขาย ในประเทศ.....% ต่างประเทศ.....%)
5. ลักษณะกลุ่มตลาดเป้าหมายหรือกลุ่มผู้บริโภคของสถานประกอบการท่านคือข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () ผู้รับเหมารายย่อย
 - () ลูกค้าย่อย
 - () ผู้รับเหมารายใหญ่
6. ท่านมีความกังวลสถานการณ์ความไม่สงบต่อสถานประกอบการของท่านหรือไม่
 - () กังวลมาก
 - () กังวลปานกลาง
 - () ไม่กังวลเลย

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของตัวแทนธุรกิจเกี่ยวกับเรื่องผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความที่สอบถามแต่ละข้อความ แล้วประเมินความคิดเห็น และเขียนเครื่องหมาย X ลงในตัวเลือกซึ่งตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงข้อละ 1 คำตอบ โดยการเปรียบเทียบผลกระทบของสถานประกอบการของท่านจากการเกิดความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา คือ

1. วิธีการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปหลังจากเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบ ดังนั้นเมื่อเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ก็จะส่งผลกระทบในการดำเนินงานในด้านต่างๆ ของธุรกิจผู้ประกอบการวัสดุก่อสร้าง

ผลกระทบของสถานประกอบการของท่าน จากการเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา	ระดับผลกระทบ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ผลกระทบด้านการลงทุน					
1. การลงทุนในการสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น					
2. การปรับเปลี่ยนแผนการลงทุนในอนาคตเพิ่มขึ้น					
3. องค์กรต้องเพิ่มการลงทุนในการขยายสาขา					
4. องค์กรมีการลงทุนในการขยายวัสดุก่อสร้างประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากวัสดุก่อสร้างที่มีจำหน่ายอยู่					
5. องค์กรระดมเงินทุนได้ยากเนื่องจากมีความเสี่ยงสูง					
2. ผลกระทบด้านการตลาด					
1. ขนาดหรือส่วนแบ่งของตลาดในจังหวัดยะลาลดลง					
2. ขนาดหรือส่วนแบ่งของตลาดในภาคใต้ลดลง					
3. โอกาสที่วัสดุก่อสร้างของท่านจะถูกทดแทนด้วยสินค้าจากจังหวัดใกล้เคียงเพิ่มขึ้น					
4. ความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งลดลง					
5. ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายและบริการเพิ่มขึ้น					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลกระทบของสถานประกอบการของท่าน จากการเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา	ระดับผลกระทบ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาการซื้อขายมีมากขึ้น					
7. การปรับราคาเนื่องจากต้นทุนการผลิตสูงขึ้น					
3. ผลกระทบด้านการบริหารจัดการ					
1. รายได้จากการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างภายในจังหวัดลดลง					
2. รายได้จากการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างส่งออกต่างจังหวัดลดลง					
3. การบริหารองค์การให้เป็นที่ยอมรับในภาคได้ยากขึ้น					
4. อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Suppliers) เพิ่มขึ้น					
5. อำนาจต่อรองของลูกค้า (Customer) เพิ่มขึ้น					
6. ความล่าช้าเกี่ยวกับการนำเข้าหรือการส่งสินค้าจากผู้ขายวัตถุดิบ (Suppliers) เพิ่มขึ้น					
7. ความยุ่งยากในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้น					
8. การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น					
9. ความสนใจจากฝ่ายบริหารในการดำเนินการตามมาตรการทางกฎหมายเพิ่มขึ้น					
10. มาตรการในการเฝ้าระวังวัสดุก่อสร้างมีความเข้มงวดเพิ่มขึ้น					
11. ความยุ่งยากในการบริหารจัดการตัวแทนจำหน่ายเพิ่มขึ้น					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลกระทบของสถานประกอบการของท่าน จากการเกิด เหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา	ระดับผลกระทบ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
4. ผลกระทบด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย					
1. สถานประกอบการมีการพัฒนาด้านการขนส่งที่ใช้ ในการส่งมอบสินค้าเพิ่มขึ้น					
2. ความสะดวก รวดเร็วในการขนส่งเพื่อการนำเข้า ลดลง					
3. ความสะดวก รวดเร็วในการขนส่งเพื่อการส่งออก ลดลง					
4. สถานประกอบการขนส่งวัสดุก่อสร้างได้ทันตาม เวลาที่ลูกค้าต้องการลดลง					
5. สถานประกอบการรับวัสดุก่อสร้างจากผู้ขายได้ทัน ตามเวลาที่ต้องการลดลง					
6. ผู้ประกอบการขนส่งมีความรับผิดชอบในการส่ง วัสดุก่อสร้างล่าช้าลดลง					
7. ผู้ประกอบการมีการปรับเปลี่ยนชนิดของรถขนส่ง เพื่อความปลอดภัยเพิ่มขึ้น					
8. ผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงเส้นทางรถขนส่ง วัสดุก่อสร้างบ่อยขึ้น					
9. ความยุ่งยากในการวางแผนการจัดส่งวัสดุก่อสร้าง เพิ่มขึ้น					
10. การสรรหาผู้ประกอบการเพื่อขนส่งวัสดุก่อสร้าง ยากขึ้น					
11. อัตราค่าขนส่งวัสดุก่อสร้างสูงขึ้น					
12. ความคล่องตัวในการบริหารงานขนส่งลดลง					
13. คุณภาพของการให้บริการของผู้ประกอบการใน การขนส่งวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น					
14. ความปลอดภัยในการขนส่งวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อปัญหาและอุปสรรคจากความไม่สงบ
ต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลา

1. ปัญหาและอุปสรรคอื่นๆ ที่ท่านเห็นว่าเกิดผลกระทบอย่างมากต่อผู้ประกอบการวัสดุก่อสร้างในภาคใต้หรือ สถานประกอบการของท่าน ในปัจจุบันและอนาคต

1.1 ด้านการลงทุน

.....

.....

.....

.....

1.2 ด้านการตลาด

.....

.....

.....

.....

1.3 ด้านการบริหารจัดการ

.....

.....

.....

.....

1.4 ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย

.....

.....

.....

.....

2. ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดยะลาหรือในประเทศไทย

1.1 ด้านการลงทุน

.....

.....

.....

.....

1.2 ด้านการตลาด

.....

.....

.....

1.3 ด้านการบริการจัดการ

.....

.....

.....

1.4 ด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย

.....

.....

.....

**ขอขอบพระคุณในความกรุณาและความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง
เมื่อท่านตอบแบบสอบถามเสร็จแล้ว ขอความกรุณาส่งกลับมา
ภายในวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2552 จักเป็นพระคุณอย่างยิ่ง**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข.
หนังสือขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

สวนราชการ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หน่วยบัณฑิตศึกษา งานทะเบียน โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 4353

วันที่ 18 ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์ฉันทชูชาติ โรจน์นิรุตติกุล

ด้วย นายประวิทย์ มณะโสตร์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่ จังหวัดยะลา” โดยมี ผศ.ดร.จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อดิณุช กาญจนพิบูลย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายประวิทย์ มณะโสตร์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบทแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี



ที่ ศธ 0524.04/ 4353

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๙ ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน คุณอังนา ชิงชนม์เจริญ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายประวิทย์ มณะโสตร์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่ จังหวัดยะลา” โดยมี ผศ.ดร.จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อดิษฐ์ กาญจนพิบูลย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามตามที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายประวิทย์ มณะโสตร์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325



ที่ ศธ 0524.04/ 4353

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๙ ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน คุณปพนศักดิ์ เกรียงศักดิ์ทองชชิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายประวิทย์ มณะโสตร์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผลกระทบจากความไม่สงบต่อผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในพื้นที่ จังหวัดยะลา” โดยมี ผศ.ดร.จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อดิษฐ์ กาญจนพิบูลย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายประวิทย์ มณะโสตร์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายประวิทย์ มณะโสค์
วัน เดือน ปีเกิด	6 สิงหาคม 2526
ที่อยู่	56/272 หมู่บ้านเค.ซี. คลัสเตอร์วังแหวนรามอินทรา แขวงสามวาตะวันตก เขตคลองสามวา จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10510
ประวัติการศึกษา	2548 วิศวกรรมอุตสาหการระดับบัณฑิต สาขาอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 2552 วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประสบการณ์การทำงาน	
พ.ศ. 2548 – 2548	วิศวกรฝ่ายสนับสนุนลูกค้า บริษัท ดาต้า โปรดักส์ ทอปปิง ฟอรัม จำกัด
พ.ศ. 2548 – ปัจจุบัน	วิศวกรแผนกวิศวกรรม บริษัท พานาโซนิค ออโต้โมทีฟ ซีสเท็มส์ เอเชีย แปซิฟิก (ประเทศไทย) จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้