



การสร้างแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างคุณภาพงานบริการของผู้รับเหมาก่อสร้างต่างจังหวัด
ในโครงการก่อสร้าง

STRUCTURAL EQUATION MODELING FOR SERVICE QUALITY OF PROVINCIAL
CONTRACTORS IN CONSTRUCTION PROJECTS

กฤต ไ้วธนสุวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาการจัดการงานก่อสร้าง, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมือง และนฤมิตศิลป์,
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, จ.มหาสารคาม 44150

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการนำเสนอปัจจัยหรือองค์ประกอบ ของคุณภาพงานก่อสร้างของผู้รับเหมาต่างจังหวัด (ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของเจ้าของโครงการ และส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการครั้งต่อไปของเจ้าของโครงการโดยใช้แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพงานบริการไม่มีอิทธิพลโดยตรง ต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการครั้งต่อไปของเจ้าของโครงการก่อสร้าง พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการครั้งนี้ จะเกิดขึ้นได้นั้น เจ้าของโครงการจะต้องมีความพึงพอใจเสียก่อน โดยที่ความพึงพอใจของเจ้าของโครงการจะเกิดขึ้นได้ก็จากคุณภาพการบริการที่ดีของผู้รับเหมา ซึ่งคุณภาพการบริการประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ (1) ปัจจัยด้านการเข้าใจความรู้สึกผู้รับบริการ (2) ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ และ (3) ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับ แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ผู้รับเหมาต่างจังหวัดในการเพิ่มคุณภาพงานบริการของปัจจัยแต่ด้านได้ถูกนำเสนอในบทสรุปของบทความนี้

คำสำคัญ: คุณภาพงานบริการ ความพึงพอใจ พฤติกรรมความตั้งใจ ผู้รับเหมาก่อสร้างต่างจังหวัด แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง

ABSTRACT

This article presents factors of service quality in provincial construction contractors (North–Eastern Thailand) which influence satisfaction of project owners, and lead to behavioral intention of the project owners in repeating employ of the contractors in the future projects by using structural equation modeling (SEM). The research found the service quality has not had direct effect on the behavioral intention of the project owners, but the service quality influenced the behavioral intention through the satisfaction of the project owners significantly. Moreover, the service quality comprised of three factors (1) empathy, (2) responsiveness, and (3) tangibles. Guidelines for strategy in developing the service quality of the provincial contractors were discussed and presented in the results of this article.

KEYWORDS: Service Quality, Satisfaction, Behavior Intention, Provincial Contractor, Structural Equation Model

1. บทนำ

ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ถือเป็นงานบริการประเภทหนึ่งที่ได้รับบริการซึ่งหมายถึงผู้รับเหมาก่อสร้าง จะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพงานของงานที่ตนเองรับมา เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อเจ้าของโครงการ (Owner Satisfaction) และเกิดการเรียกใช้ผู้รับเหมารายนั้นอีกในอนาคตหากมีงานก่อสร้างโครงการใหม่ ซึ่งเรียกว่าพฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intention) ผลที่ได้จะทำให้ผู้รับเหมาสามารถดำเนินธุรกิจรับเหมาได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไปได้ในอนาคต คำถามคือเราจะทราบได้อย่างไรว่า ปัจจัยใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของผู้รับเหมาก่อสร้าง ปัจจัยใดบ้างจะส่งผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการครั้งต่อไปของเจ้าของโครงการก่อสร้าง และผู้รับเหมาก่อสร้างควรมีกกลยุทธ์อย่างไร ในการพัฒนาคุณภาพงานบริการของตน วัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อศึกษาและสำรวจปัจจัยต่าง ๆ ด้านคุณภาพงานบริการของผู้รับเหมาก่อสร้างต่างจังหวัด ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจของเจ้าของโครงการก่อสร้าง จากนั้นสร้างแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง ที่ใช้อธิบายพฤติกรรมของคุณภาพงานบริการของผู้รับเหมาก่อสร้างต่างจังหวัด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจของเจ้าของโครงการก่อสร้าง สุดท้ายเสนอแนวทางกลยุทธ์ ในการพัฒนาคุณภาพงานบริการของผู้รับเหมาก่อสร้างต่างจังหวัด ขอบเขตของการวิจัยนี้เป็นการศึกษาทัศนคติด้านความพึงพอใจ จากกลุ่มตัวอย่างเจ้าของโครงการก่อสร้างที่มีประสบการณ์ว่าจ้างผู้รับเหมามาแล้วไม่น้อยกว่าหนึ่งโครงการในขอบเขตพื้นที่ต่างจังหวัด โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมพื้นที่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ โดยมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลประมาณ 5 เดือน ระหว่างเดือนตุลาคม 2558 – กุมภาพันธ์ 2559

2. ภูมิหลังงานวิจัย

2.1 ผู้รับเหมาก่อสร้าง และคุณภาพงานก่อสร้าง

Wikipedia สารานุกรมเสรีออนไลน์ ระบุว่า ผู้รับจ้างก่อสร้าง หรือเรียกทั่วไปว่า “ผู้รับเหมา” (Contractor) หมายถึง ผู้ชนะการประกวดราคา หรือผู้ที่เจ้าของงาน (ผู้ว่าจ้าง) เลือกให้เป็นทำงานก่อสร้างตามที่ระบุไว้ในเอกสารสัญญา ผู้รับจ้างก่อสร้างหลัก คือผู้รับจ้างที่ลงนามในเอกสารสัญญา ซึ่งยอมรับและตกลงที่จะดำเนินการก่อสร้างให้ลุแล้วเสร็จด้วยดี เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในเอกสารสัญญา รวมทั้งต้องรับผิดชอบในผลของงานของผู้รับจ้างช่วงด้วย ผู้รับจ้างก่อสร้างจะต้องปฏิบัติงานทุกอย่างให้เป็นไปตามเอกสารสัญญา ด้วยวัสดุและฝีมือแรงงาน ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารสัญญา โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องเป็นไปตาม ข้อกำหนดทางเทคนิค และแบบ Kerzner [1] ได้ให้นิยามว่า “คุณภาพ” (Quality) หมายถึง รูปลักษณะและคุณลักษณะของสินค้า หรือบริการ ซึ่งแสดงถึงความสามารถ ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งที่เป็นความต้องการเด่นชัดหรือความต้องการโดยนัย วิสูตร จิระดาเกิง [2] กล่าวว่า การตรวจสอบคุณภาพ (Quality Inspection) มักจะทำตอนทำงานก่อสร้างส่วนต่าง ๆ แล้วเสร็จ หากมีความผิดพลาดไม่ได้ตามข้อกำหนดก็อาจจะจำเป็นต้องรื้อทิ้งทำใหม่ในบางกรณี ซึ่งถือเป็นความสูญเสียโดยเปล่าประโยชน์อย่างมาก วิสูตร จิระดาเกิง [2] ของคำว่ายังได้ให้ความหมาย “คุณภาพดี” ในงานก่อสร้างว่า หมายถึง ผลงานที่ตรงกับความต้องการที่ตั้งไว้คุ้มค่าเงิน เหมาะสมกับเจตนาธรรม และตรงตาม “ความพึงพอใจของลูกค้า”(Customer Satisfaction) สันติ ชินานุวัตร [3] ได้ระบุว่า การควบคุมคุณภาพงานก่อสร้าง คือกระบวนการทดสอบ ตรวจสอบ และปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ผลที่ได้จากการก่อสร้างมีคุณภาพตามที่กำหนดไว้ในแบบรูป รายการก่อสร้าง และเงื่อนไขของสัญญา ภายใต้งบประมาณและกำหนดเวลาที่ทางเจ้าของโครงการกำหนด

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง การรับรู้ คุณภาพงานบริการ และความพึงพอใจของลูกค้า

Parasuraman et al. [4] ได้กล่าวว่า ความคาดหวัง (Expectation) หมายถึง ทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภค ที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้น ๆ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานะภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการ พวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง ความคาดหวังของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ เป็นส่วนประกอบสำคัญในการวัด

ระดับความพึงพอใจ (Satisfaction) ซึ่งระดับความพึงพอใจทราบได้จากความแตกต่างระหว่างผลที่รับรู้ (Perception) มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) กับความคาดหวัง (Expectation) ของบุคคล ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมีได้ 3 รูปแบบด้วยกัน คือ (1) หากการรับรู้ผลที่ได้ไม่ตรงกับระดับความคาดหวังผู้มารับบริการ ย่อมเกิดความไม่พอใจ (Dissatisfied) (2) ถ้าผลการรับรู้ที่ได้ตรงกับระดับความคาดหวังของผู้มารับบริการ ย่อมพอใจ (Satisfied) (3) ถ้าหากผลการรับรู้ที่ได้นั้นเกินความคาดหวังผู้มารับบริการ ก็จะมีมีความพอใจมากขึ้นหรือประทับใจ (Delight) คุณภาพงานบริการ (Service Quality) ตามแนวคิดของ Parasuraman et al. [5] เชื่อว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นผลจากได้คำบอกเล่าปากต่อปาก (Word of Mouth Communications) ความต้องการส่วนบุคคลของผู้รับบริการเอง (Personal Needs) ประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมา (Past Experience) และการสื่อสารสู่ภายนอกจากผู้ให้บริการ (External Communications to Customers) ถ้าบริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวัง ก็ถือว่าบริการนั้นมีคุณภาพ

2.3 เครื่องมือ SERVQUAL

SERVQUAL เป็นเครื่องมือวัดคุณภาพบริการที่เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นโดยทีมนักวิจัยของ Parasuraman et al. [5] เพื่อใช้สำหรับองค์กรที่เป็นผู้ให้บริการ โดยใช้ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของบริการ (Perceived Quality – Expected Quality) ที่ผู้ใช้บริการได้รับและเรียกกรุปแบบการวัดคุณภาพบริการนี้ว่า แบบจำลองช่องว่าง (Gap Model) ดังสมการที่ (1) เครื่องมือ SERVQUAL นี้ได้แบ่งการประเมินคุณภาพการบริการเป็น 5 ปัจจัยหลัก ประกอบด้วยปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ปัจจัยด้านความมั่นใจ (Assurance) และปัจจัยด้านการเข้าใจความรู้สึกผู้รับบริการ (Empathy) โดยทั้ง ปัจจัยนี้จะถูกประเมินเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นการประเมินตามความคาดหวัง (Expected Quality) และส่วนที่เป็นการประเมินคุณภาพบริการตามการรับรู้ (Perceived Quality) ของผู้รับบริการ SERVQUAL เป็นแนวคิดที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการประเมินคุณภาพบริการในมุมมองของผู้รับบริการหรือลูกค้า ในงานวิจัยนี้ได้ทำการสร้างแบบสอบถามโดยปรับปรุงจากเครื่องมือ SERVQUAL ให้เป็นคำถามด้านคุณภาพงานก่อสร้าง ดังตารางที่ 1

$$\begin{aligned} \text{Service Quality} &= \text{Perceived Quality} - \text{Expected Quality} && \text{หรือ} \\ \text{SQ} &= \text{P} - \text{E} && (1) \end{aligned}$$

Sunindijo et al. [6] ได้ทำงานวิจัยโดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL ในการสร้างแบบจำลองคุณภาพงานบริการในโครงการก่อสร้าง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างโครงการก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพงานบริการของผู้รับเหมาสามารถจัดได้เป็น 4 กลุ่มปัจจัย ประกอบด้วย (1) ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อคุณภาพการบริการมากที่สุด (0.96) (2) ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ และ (3) ปัจจัยด้านความมั่นใจ ส่งผลต่อคุณภาพการบริการเท่ากัน (0.91) และ (4) ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ส่งผลต่อคุณภาพการบริการน้อยที่สุด (0.65)

2.4 แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง

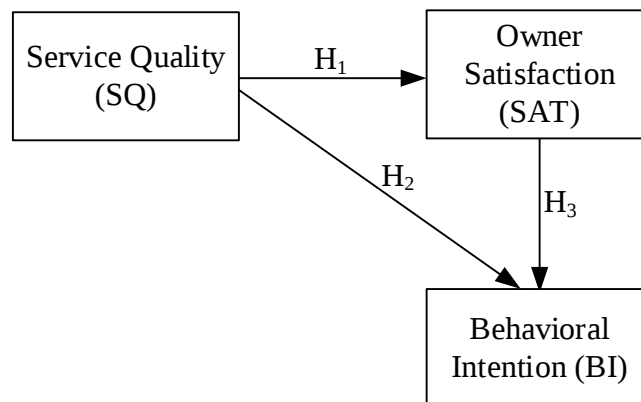
Byrne, B. M. [7] กล่าวว่า แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เป็นขบวนการทางสถิติของการวิเคราะห์ตัวแปรแบบหลายตัวแปร SEM เป็นแบบจำลองที่เกิดจากการรวมหลักการของสถิติวิเคราะห์ 2 ประเภท เข้าไว้ด้วยกัน ได้แก่ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) และการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) SEM สามารถตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้หลายสมการในเวลาเดียว Xiong et al. [8] ได้ทำการศึกษาการใช้ SEM ในงานวิจัยด้านการจัดการงานก่อสร้าง สรุปได้ว่า SEM ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการวิจัยปัญหาที่มีความซับซ้อนเท่านั้น แต่ยังสามารถเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ สำหรับวงการศึกษาด้านการก่อสร้างและด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นใหม่ต่อไปได้ งานวิจัย

นี้ได้ใช้แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างในการวิเคราะห์และอธิบายพฤติกรรมของคุณภาพงานบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจของเจ้าของโครงการก่อสร้างจากผู้รับเหมาก่อสร้างต่างจังหวัด

3. ระเบียบวิธีวิจัย

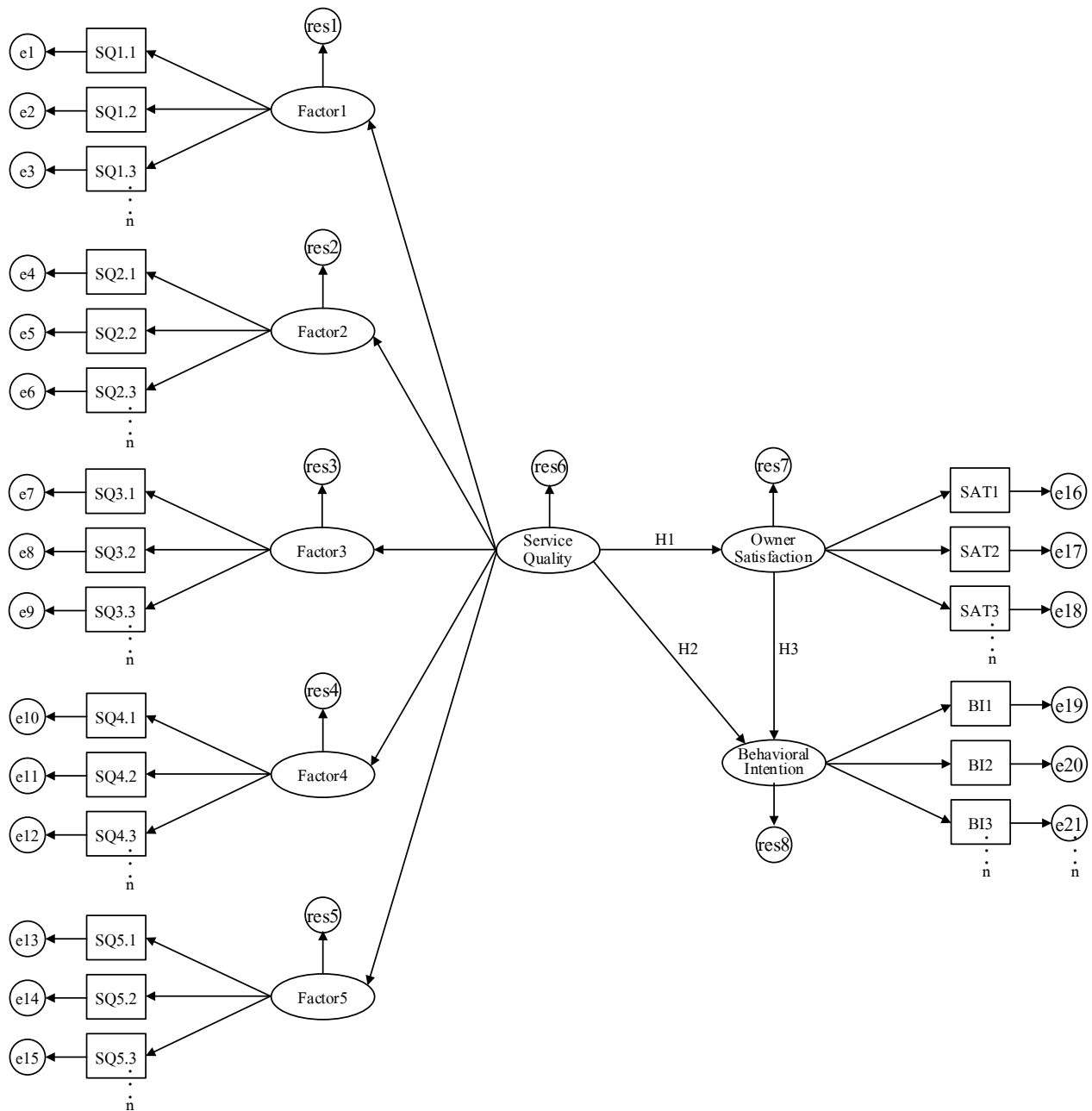
3.1 กรอบงานวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎีด้านการรับรู้ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ [4] และเครื่องมือ SERVQUAL Parasuraman et al. [5] ดังที่กล่าวไปแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบจำลองแนวคิด (Conceptual Model) ของงานวิจัยนี้โดยกำหนดเป็นสมมุติฐาน (Hypothesis) ว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality: SQ) ของผู้รับเหมาต่างจังหวัดที่ได้จากผลต่าง (Gap) ของคุณภาพการบริการที่เจ้าของโครงการรับรู้ (Perceived Quality: P) ต่ของคุณภาพการบริการที่เจ้าของโครงการคาดหวัง (Expected Quality: E) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของเจ้าของโครงการ (Owner Satisfaction: SAT) 1 เป็นสมมุติฐานที่ H_1 และมอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intention: BI) ของเจ้าของโครงการในการใช้บริการครั้งต่อไปเป็นสมมุติฐานที่ 2 (H_2) และความพึงพอใจของเจ้าของโครงการมีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมความตั้งใจของเจ้าของโครงการในการใช้บริการครั้งต่อไปเป็นสมมุติฐานที่ 3 (H_3) ซึ่งสมมุติฐานที่กล่าวมานี้ สามารถนำมาเขียนเป็นแบบจำลองแนวคิดของงานวิจัย (Conceptual Research Model) ได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 แบบจำลองแนวคิดของงานวิจัย

จากแบบจำลองแนวคิดของงานวิจัย (รูปที่ 1) นำมาเขียนในรูปแบบของแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง โดยมีการกำหนดให้ คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจ เป็นตัวแปรแฝง (Latent Variables) โดยที่ คุณภาพงานบริการสามารถแยกเป็นคุณภาพการบริการด้านต่างๆ 5 ด้าน ตามแนวคิดของ SERVQUAL ตัวแปรแฝงสามารถวัดได้ด้วยตัวแปรสังเกต (Observed Variables) ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 แบบจำลองแนวคิดในรูปแบบของแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง

3.2 แบบสอบถามการวิจัย

แบบสอบถามในงานวิจัยนี้ ถูกใช้เพื่อถามความคิดเห็นของเจ้าของโครงการก่อสร้างที่ได้เคยว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างมาแล้วไม่น้อยกว่าหนึ่งโครงการ การสร้างแบบสอบถามถูกแบ่งเป็นสามส่วน ส่วนแรก เป็นคำถามด้านข้อมูลทั่วไปของโครงการก่อสร้าง ประกอบด้วย สถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทโครงการ มูลค่าโครงการ ระยะเวลาโครงการ เป็นต้น ส่วนที่สอง เป็นคำถามข้อมูลด้านคุณภาพการบริการของผู้รับเหมา ซึ่งเป็นคำถามความคิดเห็นโดยใช้มาตราวัดแบบ 5 ระดับ (Likert Scale) เริ่มจากไม่เห็นด้วยที่สุด ไปสู่เห็นด้วยที่สุด ประกอบด้วยคุณภาพการบริการที่คาดหวัง (Expected Quality) และคุณภาพการบริการที่รับรู้ (Perceived Quality) ของแต่ละหัวข้อ รวม 23 หัวข้อ และส่วนที่สาม ความพึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจของเจ้าของโครงการ รวม 3 และ

4 ข้อ ตามลำดับ ข้อคำถามถูกตั้งขึ้นโดยปรับปรุงจากเครื่องมือ SERVQUAL ของ Parasuraman et al. [5] และ Sunindijo et al. [6] ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 หัวข้อคำถามคุณภาพงานบริการ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจของเจ้าของโครงการ

ปัจจัย	หัวข้อ (Item)
คุณภาพงานบริการ (Service Quality: SQ)	QS1: มีเครื่องมือ-เครื่องจักรที่เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน
	QS2: จำนวนคนงานที่เพียงพอ และมีทักษะที่เหมาะสมกับงานที่ได้รับ
	QS3: มีการจัดเก็บวัสดุ อุปกรณ์เป็นอย่างดีไม่กีดขวางการทำงานและหมั่นดูแลความสะอาดของหน้างาน
	QS4: คนงานแต่งกายเหมาะสมกับงานที่ได้รับ (เช่น สวมอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคลแต่งกายรัดกุม)
	QS5: เอกสารมีรายละเอียดครบถ้วน มีการจัดระบบเป็นอย่างดี
	QS6: มีการรักษาข้อตกลงที่ให้ไว้กับท่าน
	QS7: มีการแสดงออกถึงความจริงใจต่อการแก้ปัญหา
	QS8: ลำดับการก่อสร้างเป็นไปตามความต้องการของท่าน
	QS9: ความก้าวหน้าของงานก่อสร้างเป็นไปตามข้อตกลง
	QS10: มีการรายงานความก้าวหน้าอยู่เสมอ
	QS11: มีการแจ้งรายละเอียดวันเวลาการทำงานอย่าง ชัดเจน
	QS12: มีการตอบสนองความต้องการของท่านอย่างรวดเร็วเมื่อท่านต้องการ
	QS13: ยินดีให้การช่วยเหลือท่านเพิ่มเติมนอกเหนือจากข้อตกลง
	QS41: พฤติกรรมของคนงานสร้างความมั่นใจให้กับท่าน
	QS15: คุณภาพของงานอยู่ในระดับมาตรฐาน
	QS16: มีความสุภาพกับท่านอยู่เสมอ
	QS17: มีความรู้ในการตอบข้อสงสัยของท่านได้
	QS18: มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้อง
	QS19: เข้าใจถึงรายละเอียดของสิ่งที่ท่านต้องการ
	QS20: มีความเอาใจใส่ต่อความรู้สึกของท่าน
	QD21: มีการป้องกันความเสียหายต่องานที่ดำเนินการแล้วเสร็จ
	QS22: เก็บความเรียบร้อยของงานได้เป็นอย่างดี พร้อมส่งมอบ
	QS23: ช่วงเวลาในการก่อสร้างเหมาะสม สะดวกต่อท่าน
ความพึงพอใจ (Owner Satisfaction: SAT)	SAT1: ฉันมีความรู้สึกพอใจในงานก่อสร้างที่ดำเนินการโดยผู้รับเหมารายนี้
	SAT2: ฉันคิดว่าได้ตัดสินใจถูกต้องที่เลือกผู้รับเหมารายนี้
	SAT3: ฉันรู้สึกสะดวกสบายกับการทำงานของผู้รับเหมารายนี้

ปัจจัย	หัวข้อ (Item)
พฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intention: BI)	BI1: ฉันมีความตั้งใจที่จะแนะนำผู้รับเหมารายนี้แก่ผู้อื่นที่ฉันรู้จัก (เช่น ญาติพี่น้อง, เพื่อนฝูง, คู่ค้าทางธุรกิจ เป็นต้น)
	BI2: ฉันมีความตั้งใจที่จะเลือกผู้รับเหมารายนี้อีกครั้ง หากมีโอกาสในการก่อสร้างโครงการในครั้งต่อไป
	BI3: ในกรณีที่ผู้รับเหมารายนี้ไม่พร้อมที่จะให้บริการฉันได้ ฉันมีความตั้งใจที่จะรอผู้รับเหมารายนี้ในการก่อสร้างโครงการในครั้งต่อไป
	BI4: หากผู้รับเหมารายนี้พบปัญหาทางการเงิน ฉันยินดีที่จะช่วยเหลือโดยการจ่ายเงินเพิ่มเติม

3.3 การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

คุณภาพของเครื่องมือซึ่งหมายถึงแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้ทำการตรวจสอบใน 2 ส่วน คือการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือ ความเที่ยงตรงแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ประกอบด้วย ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของแบบสอบถามในการวิจัยนี้ใช้การตรวจสอบเชิงเนื้อหาและโครงสร้างโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ (Experts) จำนวน 3 คน ในการตรวจสอบแบบสอบถาม โดยที่ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คนนี้ เป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญด้านงานวิจัยเชิงสำรวจและมีความเชี่ยวชาญทางด้านการจัดการงานก่อสร้าง โดยเฉพาะด้านคุณภาพงานก่อสร้างจากผลการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะทั้งหมดจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน มาแก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามจากนั้นได้นำกลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน ตรวจสอบอีกครั้ง ผลที่ได้เป็นเอกฉันท์จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน ให้ความเห็นว่าเป็นแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและเชิงโครงสร้างสามารถนำไปใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือในงานวิจัย ได้จากการทดลองเก็บข้อมูลเบื้องต้น (Pilot Study) จากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อนำมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามในส่วนของคุณภาพงานก่อสร้าง (Service Quality: SQ) รวม 23 คำถามทั้งด้านความคาดหวัง (Expected Quality) และด้านการรับรู้ (Perceived Quality) ที่ผู้วิจัยจัดเตรียมไว้ลงไปในโปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.932 และ 0.940 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.7 ถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ [9] ในส่วนของข้อคำถามด้านความพึงพอใจของเจ้าของโครงการ (Owner Satisfaction: SAT) 3 คำถามและพฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intention: BI) 3 คำถาม ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.818 และ 0.801 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.7 ถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือเช่นกัน [9] ดังนั้นข้อคำถามในแบบสอบถามนี้ สามารถใช้เก็บข้อมูลได้มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาทัศนคติด้านความพึงพอใจ จากกลุ่มตัวอย่างเจ้าของโครงการก่อสร้าง ที่มีประสบการณ์ว่าจ้างผู้รับเหมาในพื้นที่ต่างจังหวัดมาแล้วไม่น้อยกว่าหนึ่งโครงการ โดยขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครอบคลุมพื้นที่โครงการก่อสร้างในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วยจังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ ขอนแก่นเขตด้านเวลาในการศึกษางานวิจัยนี้ มีระยะเวลา 5 เดือน ระหว่างเดือนตุลาคม 2557 – กุมภาพันธ์ 2558 แบบสอบถามได้ถูกส่งออกไปเพื่อถามกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย 300 ฉบับ และได้รับการตอบกลับมา 132 ฉบับ คิดเป็น 44%

3.5 การสร้างแบบจำลอง

การสร้างแบบจำลองเริ่มต้นด้วยการทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) จากข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนของข้อคำถามด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) 23 คำถาม (SQ1–SQ23) มากำหนดเป็นตัวแปร (Variables) เพื่อที่จะทำการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีผลการวิเคราะห์ใกล้เคียงให้อยู่กลุ่มเดียวกันโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป กลุ่มตัวแปรนี้ถูกเรียกว่าปัจจัยหรือองค์ประกอบ (Factors) หรือด้าน (Dimensions) จากนั้น จึงมาทำการสร้างแบบจำลองการ

วัด (Measurement Model) ซึ่งทำหน้าที่ วัดค่าผลเชิงสถิติและยืนยันการวิเคราะห์นั้น ว่ามีการจัดกลุ่มตัวแปรเป็นปัจจัยได้รูป
สะนิติ (Model Fit) สมบูรณ์หรือไม่โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ต่อมาเป็นการสร้างแบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ซึ่งหมายถึง
แบบจำลองที่ยืนยันว่ากลุ่มตัวแปรที่ได้จัดกลุ่มเป็นปัจจัยไปแล้วนั้น สามารถแทนด้วยปัจจัยอีกลำดับซึ่งเป็นตัวแทนหรือตัวแปรแฝง
(Latent Variable) ของกลุ่มปัจจัยนั้นได้รูปสะนิติ (Model Fit) หรือไม่ ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะทำการจัดกลุ่มปัจจัยทุกกลุ่มปัจจัย
จากผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดลำดับที่ (1) แทนด้วยตัวแปรแฝง (ตัวแปรเดียว) ที่ตั้งชื่อว่า “คุณภาพการบริการ”
(Service Quality: SQ) ขั้นตอนสุดท้าย คือการสร้างแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Model) ทำหน้าที่ แสดงอิทธิพล
(Influence) ระหว่างปัจจัย (Factors) หรือตัวแปรแฝง (Latent Variables) ที่ส่งผล (Effect) ถึงปัจจัยอื่นๆ ในแบบจำลอง

4. ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามเจ้าของโครงการก่อสร้างที่เคยว่าจ้างผู้รับเหมาในเขตพื้นที่ต่างจังหวัด ทั้งหมด 132 ฉบับ ได้
ผลดังนี้

4.1 ผลข้อมูลเชิงบรรยาย

ตารางที่ 2 คุณลักษณะของข้อมูลเชิงบรรยาย

คุณลักษณะของข้อมูล	จำนวน	Percentage (%)
สถานะผู้ตอบแบบสอบถาม		
– เจ้าของโครงการ	92	69.7%
– ที่ปรึกษา/ตัวแทนเจ้าของโครงการ	40	30.3%
ประเภทโครงการก่อสร้าง		
– บ้านเดี่ยว	61	46.2%
– ทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์	23	17.4%
– สำนักงาน	15	11.4%
– โรงงาน/โกดัง	16	12.1%
– อพาร์ทเมนต์	10	7.6%
– อื่น ๆ	7	5.3%
ลักษณะสัญญาจ้างเหมา		
– ผู้รับเหมารับงานก่อสร้างเท่านั้น	86	65.2%
– ผู้รับเหมารับทั้งงานออกแบบและการก่อสร้าง	46	34.8%
มูลค่าโครงการก่อสร้าง		
– น้อยกว่า 1 ล้านบาท	19	14.4%
– 1-3 ล้านบาท	50	37.9%
– 3-6 ล้านบาท	37	28.0%
– 6-10 ล้านบาท	19	14.4%
– มากกว่า 10 ล้านบาท	7	5.3%

4.2 ผลการสร้างแบบจำลอง

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนของข้อความด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) 23 ข้อ (SQ1–SQ23) มากำหนดเป็นตัวแปร (Variables) เพื่อที่จะทำการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีผลการวิเคราะห์ที่ใกล้เคียงให้อยู่กลุ่มเดียวกัน โดยกลุ่มตัวแปรนี้ถูกเรียกว่าปัจจัยหรือองค์ประกอบ (Factors) หรือ ด้าน (Dimensions) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจในงานวิจัยนี้ ใช้เทคนิคการหมุนแกนแบบ Varimax ในการจัดกลุ่มตัวแปร ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรที่ได้ค่าน้ำหนัก (Factor Loading) ต่าง ๆ ได้ถูกจัดกลุ่มเป็น 3 กลุ่มปัจจัยตามค่าน้ำหนัก ปัจจัยกลุ่มที่ 1 ประกอบด้วยตัวแปร SQ7, SQ18, SQ6, SQ9, SQ21, SQ19, SQ17, SQ22, SQ23, และ SQ20 ปัจจัยกลุ่มที่ 2 ประกอบด้วย SQ10, SQ12, SQ11, SQ13, SQ14, SQ16, และ SQ8 กลุ่มปัจจัยที่ 3 ประกอบด้วย SQ3, SQ4, SQ5, SQ1, และ SQ2 โดยที่ค่า Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) = 0.943 (KMO>0.6) [10] และค่า Bartlett’s Test of Sphericity = 0.000 (Sig.) ดังแสดงในตารางที่ 3 ผู้วิจัยได้ทำการตั้งชื่อกลุ่มปัจจัย โดยอ้างอิงจากผลงานวิจัยของ Parasuraman et al. [5] ดังนี้ กลุ่มปัจจัยที่ 1 ชื่อว่า “ปัจจัยด้านการเข้าใจความรู้สึกผู้รับบริการ” (Empathy) กลุ่มปัจจัยที่ 2 ชื่อว่า “ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ” (Responsiveness) และกลุ่มปัจจัยที่ 3 ชื่อว่า “ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ” (Tangibles) ตามลำดับ จากนั้นทำการตรวจสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) [9] ของข้อมูลทั้งหมดทุกปัจจัย ได้ค่า Cronbach’s Alpha เท่ากับ 0.953 โดยแยกแต่ละกลุ่มปัจจัย 1, 2, และ 3 ได้ค่า Cronbach’s Alpha เท่ากับ 0.932, 0.883 และ 0.808 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนัก (Factor Loading) การวิเคราะห์ปัจจัยตามหัวข้อคุณภาพการบริการ

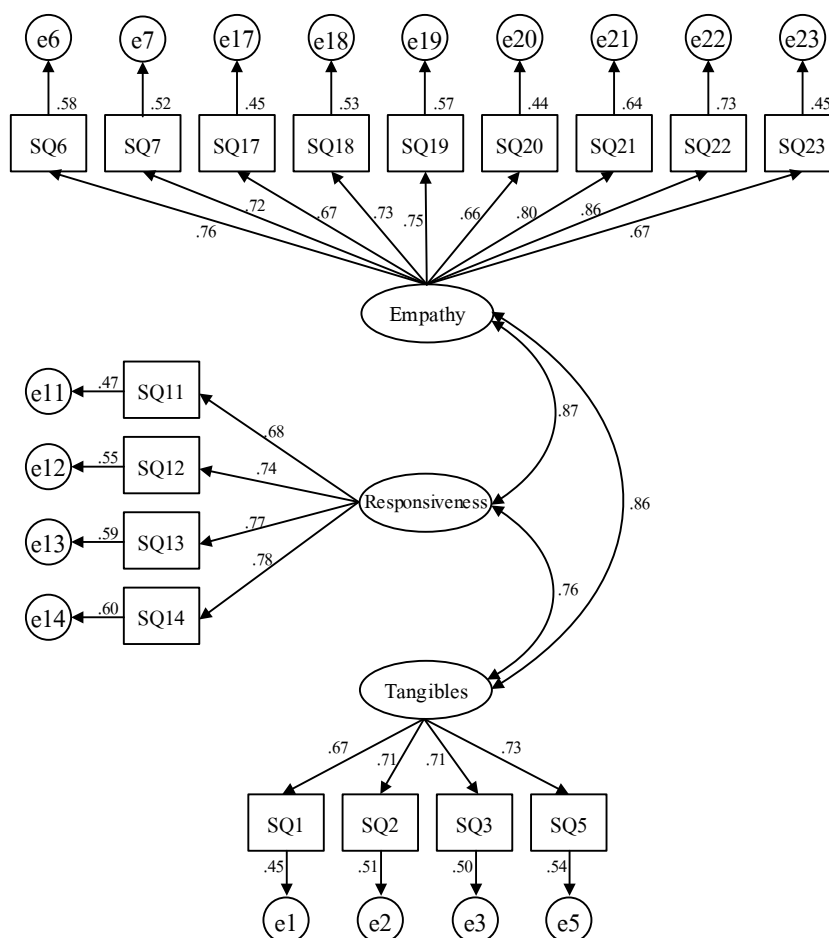
หัวข้อ	กลุ่มปัจจัย			Cronbach's Alpha (α)		
	1	2	3			
SQ7	0.745	0.165	0.237	0.932	0.953	
SQ18	0.73	0.156	0.267			
SQ6	0.693	0.198	0.335			
SQ15	0.678	0.365	0.255			
SQ9	0.675	0.349	0.206			
SQ21	0.661	0.328	0.277			
SQ19	0.653	0.298	0.261			
SQ17	0.637	0.344	0.135			
SQ22	0.63	0.381	0.42			
SQ23	0.609	0.32	0.149			
SQ20	0.582	0.469	0			
SQ10	0.232	0.747	0.297	0.883		
SQ12	0.249	0.727	0.228			
SQ11	0.229	0.718	0.263			
SQ13	0.364	0.641	0.235			
SQ14	0.512	0.584	0.184			
SQ16	0.422	0.505	0.143			
SQ8	0.474	0.502	0.244			
SQ3	0.344	0.159	0.717	0.808		
SQ4	-0.052	0.374	0.711			
SQ5	0.312	0.279	0.704			
SQ1	0.413	0.111	0.575			
SQ2	0.43	0.223	0.532			

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.943 (KMO>0.5), p-value = 0.000 (Sig.)

2.2.2 แบบจำลองการวัดอันดับที่ 1

แบบจำลองการวัด (Measurement Model) [7] ทำหน้าที่ วัดค่าผลเชิงสถิติและยืนยันการวิเคราะห์นั้น ว่ามีการจัดกลุ่มตัวแปรเป็นปัจจัยได้รูปสะนิต (Model Fit) สมบูรณ์หรือไม่ ซึ่งแบบจำลองการวัดก็คือการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) นั่นเอง [7] ในงานวิจัยนี้ แบบจำลองการวัดอันดับที่ 1 (1st Order Measurement Model) ซึ่งเป็นการ

วิเคราะห์เพื่อยืนยันว่าการจัดกลุ่มตัวแปรที่ได้จัดเป็น 3 กลุ่มปัจจัย ประกอบด้วยปัจจัยด้านการเข้าใจความรู้สึกผู้รับบริการ ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ และปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการนั้นได้รูปสะนิต (Model Fit) สมบูรณ์ ผลการวิเคราะห์พบว่า แบบจำลองยังไม่ได้รูปสะนิต (Not Fit) จึงมีความจำเป็นต้องปรับปรุงแบบจำลอง จากการพิจารณาค่า MI (Modification Indices) พบว่า มีตัวแปรบางคู่ในแบบจำลอง ที่ให้ผลการวิเคราะห์ที่สัมพันธ์กันอยู่ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีเลือกตัดตัวแปรที่ให้ผลซ้ำซ้อนกันบ้างตัวออก ผลที่ได้ทำให้แบบจำลองได้รูปสะนิตสมบูรณ์ดี Chi-square = 131.743, df = 116, p = .151 (>.05), CMIN/DF = 1.136, GFI = .896, RMSEA = .032 (<.08) [11] ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ดังแสดงในรูปที่ 3



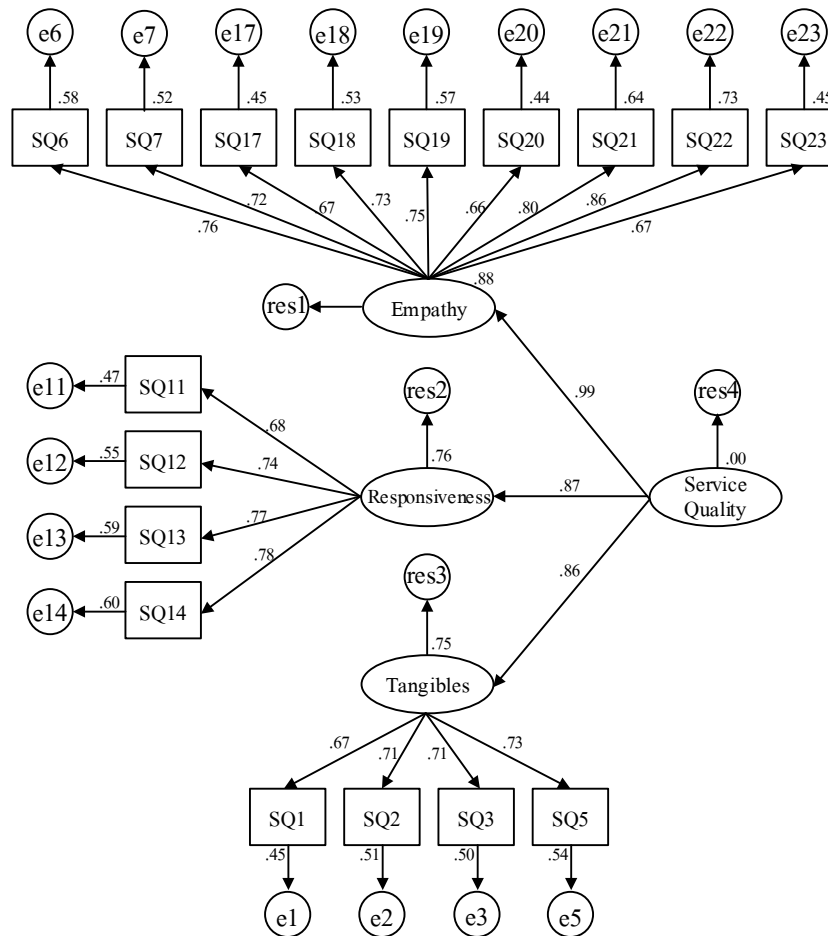
Chi-square = 131.743, df = 116, p = .151
CMIN/DF = 1.136, GFI = .896, RMSEA = .032

รูปที่ 3 แบบจำลองการวัดอันดับที่ 1

4.2.3 แบบจำลองการวัดอันดับที่ 2

แบบจำลองการวัดอันดับที่ 2 (2nd Order Measurement Model) [7] หมายถึง แบบจำลองที่ยืนยันว่ากลุ่มตัวแปรที่ได้จัดกลุ่มเป็นปัจจัยไปแล้วนั้น สามารถแทนด้วยปัจจัยอีกลำดับ ซึ่งเป็นตัวแทนหรือตัวแปรแฝง (Latent Variable) ของกลุ่มปัจจัยนั้นได้รูปสะนิตดี (Model Fit) หรือไม่ [7] ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มปัจจัยทั้ง 3 กลุ่มปัจจัย (จากผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดอันดับที่ 1) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเข้าใจความรู้สึกผู้รับบริการ ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ และปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ แทนด้วยตัวแปรแฝง (เพียงตัวเดียว) ที่ตั้งชื่อว่า “คุณภาพการบริการ” (Service Quality: SQ) จากการวิเคราะห์

ผลที่ได้ทำให้แบบจำลองได้รูปสมมติฐานที่ดี Chi-square = 131.743, df = 116, p = .151 (>.05), CMIN/DF = 1.136, GFI = .896, RMSEA = .032 (<.08) [11] ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดอันดับที่ 2 ดังแสดงในรูปที่ 4

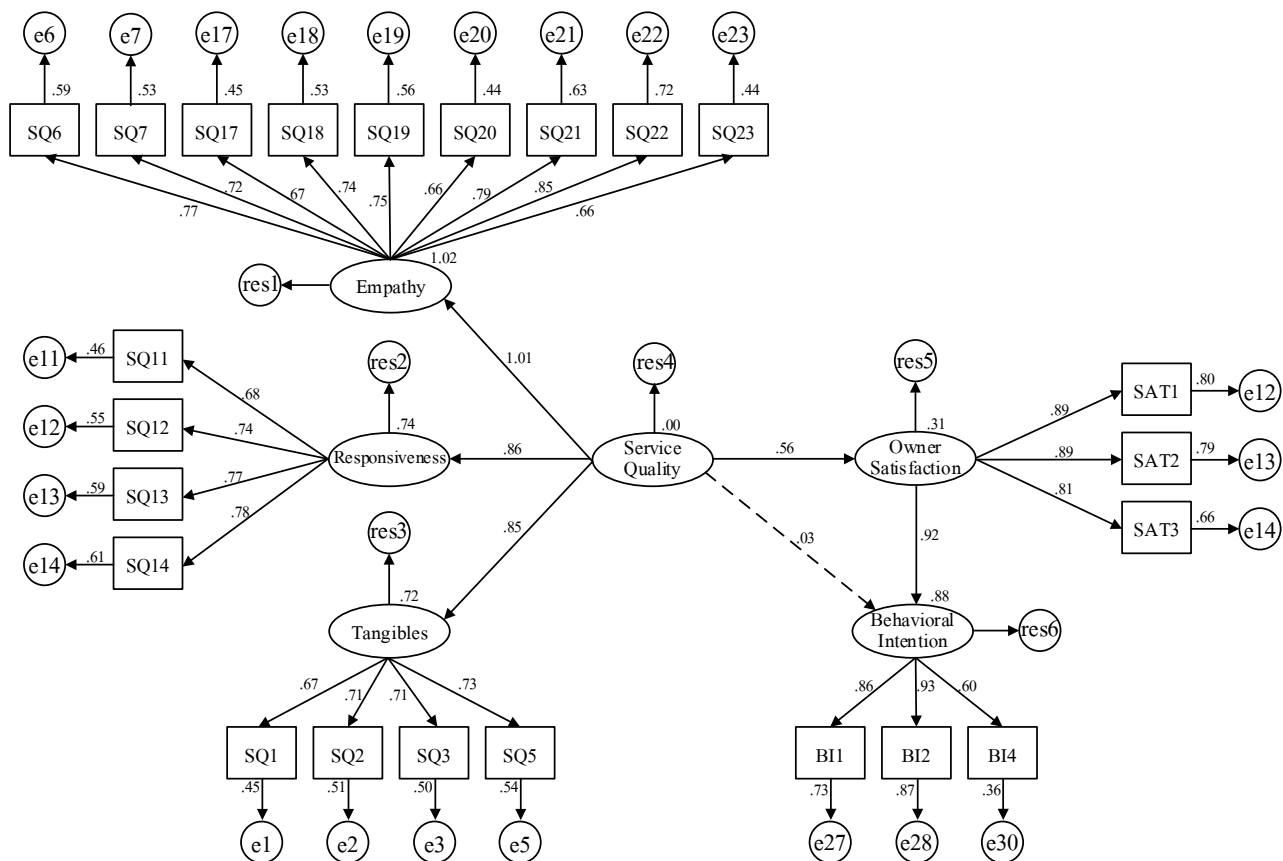


Chi-square = 131.743, df = 116, p = .151
CMIN/DF = 1.136, GFI = .896, RMSEA = .032

รูปที่ 4 แบบจำลองการวัดอันดับที่ 2

4.2.4 แบบจำลองเชิงโครงสร้าง

แบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Model) ทำหน้าที่ แสดงอิทธิพล (Influence) ระหว่างปัจจัย (Factors) หรือตัวแปรแฝง (Latent Variables) ที่ส่งผล/อิทธิพลถึงปัจจัยอื่นๆ [7] จากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บมาจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำมาเปรียบเทียบกับแบบจำลองที่ได้ศึกษาแนวคิดไว้แล้ว (Conceptual Model) ว่าแบบจำลองเชิงโครงสร้างนี้ได้รูปสมมติ (Model Fit) หรือไม่ [7] ในงานขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้สร้างตัวแปรแฝงขึ้นมา 2 ตัว คือความพึงพอใจ (Owner Satisfaction: SAT) และ พฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intention: BI) จากการวิเคราะห์ ผลที่ได้ทำให้แบบจำลองได้รูปสมมติฐานที่ดี Chi-square = 259.656, df = 224, p = .051 (>.05), CMIN/DF = 1.159, GFI = .859, RMSEA = .035 (<.08) [11] ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้าง ดังแสดงในรูปที่ 5



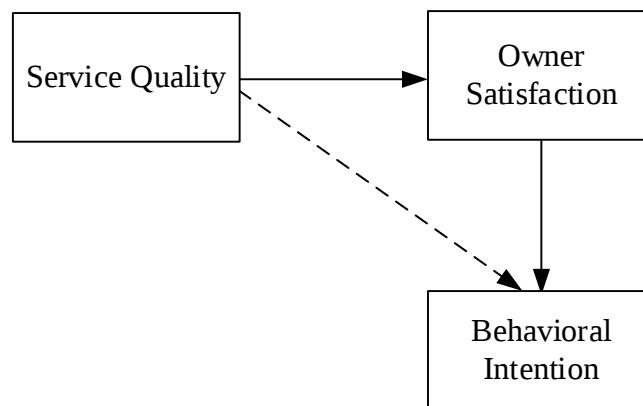
Chi-square = 259.656, df = 224, p = .051
CMIN/DF = 1.159, GFI = .859, RMSEA = .035

รูปที่ 5 แบบจำลองเชิงโครงสร้าง

5. สรุปและวิจารณ์ผล (Conclusions and Recommendations)

งานวิจัยนี้ ได้ทำการศึกษาปัจจัยหรือองค์ประกอบ ของคุณภาพงานบริการ ในงานก่อสร้างของผู้รับเหมาก่อสร้างต่างจังหวัด ที่ส่งผลหรือมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของเจ้าของโครงการ และส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการครั้งต่อไป ได้ผลดังที่แสดงในหัวข้อ 4.2.1 และตารางที่ 3 จากนั้นได้สร้างแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างใช้อธิบายพฤติกรรมของคุณภาพงานบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจของเจ้าของโครงการก่อสร้างจากผู้รับเหมาก่อสร้างต่างจังหวัดได้ ดังแสดงในรูปที่ 5 จากผลการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างนี้ ได้ค่าตัวเลขแสดงอิทธิพลในส่วนต่างๆ สามารถนำมาอธิบายผลวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการ มีอิทธิพล (0.56) ต่อความพึงพอใจของเจ้าของโครงการก่อสร้างอย่างมีนัยสำคัญ (ยอมรับ H1) และความพึงพอใจของเจ้าของโครงการ มีอิทธิพล (0.92) ต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการครั้งต่อไปอย่างมีนัยสำคัญ (ยอมรับ H3) ในส่วนคุณภาพงานบริการ มีอิทธิพล (0.03) อย่างไม่มีนัยสำคัญ (ปฏิเสธ H3) หรืออาจกล่าวได้ว่า คุณภาพงานบริการไม่มีอิทธิพลโดยตรง ต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการครั้งต่อไปของเจ้าของโครงการก่อสร้าง พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการครั้งต่อไป จะเกิดขึ้นได้นั้น เจ้าของโครงการจะต้องมีความพึงพอใจเสียก่อน โดยที่ความพึงพอใจของเจ้าของโครงการจะเกิดขึ้นได้ก็จากคุณภาพการบริการที่ดีของผู้รับเหมา ซึ่งคุณภาพการบริการนี้ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ (1) ปัจจัยด้านการเข้าใจความรู้สึกผู้รับบริการ (1.01) (2) ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ (0.86) และ (3) ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (0.85) ตามลำดับ โดยที่ในส่วนของปัจจัยด้านการเข้าใจความรู้สึกผู้รับบริการนั้น การเก็บความเรียบร้อยของงานได้เป็นอย่างดี พร้อมส่งมอบ (SQ22 = 0.85) เป็นสิ่งที่เจ้าของโครงการให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ การป้องกันความเสียหายต่องานที่ดำเนิน

การแล้วเสร็จ (SQ21 = 0.79) ในส่วนของปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการนั้น พฤติกรรมของคณงานที่สร้างความมั่นใจในการทำงาน (SQ14 = 0.78) เป็นสิ่งที่เจ้าของโครงการให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ การยินดีให้การช่วยเหลือเจ้าของโครงการเพิ่มเติมนอกเหนือจากข้อตกลง (SQ13 = 0.77) และในส่วนของปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการนั้น เจ้าของโครงการให้ความสำคัญกับการที่เอกสารมีรายละเอียดครบถ้วน มีการจัดระบบเป็นอย่างดี มากที่สุด (SQ5 = 0.73) รองลงมาคือ จำนวนคณงานที่เพียงพอและมีทักษะที่เหมาะสมกับงานที่ได้รับ และมีการจัดเก็บวัสดุ อุปกรณ์เป็นอย่างดีไม่กีดขวางการทำงานและหมั่นดูแลความสะอาดของหน้างาน (SQ2, SQ3 = 0.71) จากที่กล่าวมานี้ สามารถนำผลที่ได้ไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการในงานก่อสร้างของผู้รับเหมาต่างจังหวัด (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย) เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในธุรกิจก่อสร้างได้ต่อไป ผู้วิจัยทำการสรุปแบบเชิงสาเหตุคุณภาพงานบริการของผู้รับเหมาก่อสร้างต่างจังหวัดได้ ดังแสดงในรูปที่ 6



รูปที่ 6 แบบจำลองเชิงสาเหตุคุณภาพงานบริการของผู้รับเหมาก่อสร้างต่างจังหวัด
(Causal Model for Service Quality of Provincial Contractors)

ข้อจำกัดของงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 2 ประการ ประการแรก กล่าวคือ สืบเนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและด้านพื้นที่การเก็บข้อมูล งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างพื้นที่ภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย ซึ่งอาจให้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกันได้ อีกประการหนึ่ง คือ กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูล ส่วนใหญ่เป็นตัวแทนของข้อมูลโครงการขนาดกลางและเล็ก (Small and Medium) ที่มีมูลค่าโครงการไม่สูงนัก ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการศึกษาเพิ่มเติมไปสู่ กลุ่มตัวอย่างที่มีมูลค่าโครงการก่อสร้างที่สูงกว่านี้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- [1] Kerzner, H. 'Project Management', 9th Ed. New Jersey: John Wiley & Sons, 2006.
- [2] วิสูตร จิระดาเกิง, การบริหารงานวิศวกรรมโยธา, พิมพ์ครั้งที่ 1, สำนักพิมพ์ วรรณกวี, ปทุมธานี 2553.
- [3] สันติ ชินานูวัตินวงศ์, วิศวกรรมกรรมการก่อสร้างและการจัดการ, พิมพ์ครั้งที่ 5, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ 2557.
- [4] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, Vol. 49 No. 4, pp. 41-50.
- [5] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perceptions of quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64, Spring, pp. 13-40.
- [6] Sunindijo, R.Y., Hadikusumo, B.H.W. and Phangchunun, T. (2014). Modeling service quality in the construction industry, *Int. J. Business Performance Management*, Vol. 15, No.3, pp.262-276.
- [7] Byrne, B. M. 'Structural Equation Modeling with AMOS, basic concepts, applications, and programming', Routledge Taylor & Francis Group, 2010.



-
- [8] Bo Xiong, Martin Skitmore, and Bo Xia. (2014). A critical review of structural equation modeling applications in construction research, *Automation in Construction* 49 (2015) pp. 59–70
- [9] Nunnally, J.C., Psychometric Theory, 2nd, McGraw, New York, 1978.
- [10] Tabachnik, B. G. and Fidell, L. S., Using multivariate statistics, 4th ed., Needham Heights, MA: Allyn & Bacon, 2001.
- [11] James L. Arbuckle, IBM SPSS Amos 20 User's Guide, U.S.A.: IBM Corporation, 2011.