

บทที่ 1



บทนำ

ความเป็นมาของธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคาร¹

ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารมีกำเนิดในประเทศไทยมาตั้งแต่เมื่อไรนั้น ไม่ทราบแน่ชัด แต่จากการสอบถามผู้รู้หลายท่านที่คลุกคลีกับธุรกิจประเภทนี้มาเป็นเวลานานทราบว่า การให้บริการทำความสะอาดอาคารนี้มีมานานกว่า 15 ปีแล้ว

ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารนั้นเป็นบริการที่พัฒนามาจากธุรกิจผู้ผลิตและจำหน่ายสารเคมีน้ำยาเคมีสำหรับฆ่าเชื้อโรค และทำความสะอาด เนื่องจากสารเคมีน้ำยาเคมีเป็นผลิตภัณฑ์ทางวิทยาศาสตร์ ในขณะที่ยังผลิตในประเทศไทยไม่ไ้คองส่งซื้อจากต่างประเทศ ทั้งนี้ลักษณะของธุรกิจจำหน่ายสารเคมีน้ำยาเคมีฆ่าเชื้อโรค และทำความสะอาดส่วนมากจึงเป็นกิจการสาขาของบริษัทต่างประเทศ หรือเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ (ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศออสเตรเลีย และประเทศในทวีปยุโรป เช่น ประเทศอังกฤษ และประเทศเยอรมันตะวันตก เป็นต้น)

ความต้องการในการใช้สารเคมีน้ำยาเคมีฆ่าเชื้อโรค และทำความสะอาดในระยะแรก ๆ นั้นมุ่งหวังทางค่านูสุขอนามัยเป็นประเด็นสำคัญ ต่อมาความเจริญก้าวหน้าของวิชาการแพทย์ทำให้สามารถควบคุมการระบาดของโรคติดต่อได้ ตลาดการจำหน่ายสารเคมีน้ำยาเคมีฆ่าเชื้อโรคจึงค่อนข้างจำกัดอยู่ในวงการแพทย์ และสถานพยาบาลเป็นส่วนใหญ่ บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายสารเคมีน้ำยาเคมีจึงได้หันมาให้ความสนใจกับตลาดของการบำรุงรักษาความสะอาดมากขึ้น สารเคมีน้ำยาเคมีทำความสะอาดได้ถูกพัฒนาให้มี

¹ สัมภาษณ์ ชงไชย อันสมศรี, รองผู้จัดการฝ่ายรักษาความสะอาด บริษัท เอเซียเน็ท โฮลดิ้ง อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด, 27 พฤษภาคม 2528, นางลักษณ์ สังขรัตน์, กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็น.เอ.ที. เซอร์วิส แอนด์ เทคนิก จำกัด, 17 มิถุนายน 2528, สุภาณี จันทร, ที่ปรึกษาฝ่ายบริการ บริษัท ที.ซี.เอส.(ประเทศไทย) จำกัด, 26 มีนาคม 2528

ประสิทธิภาพในการทำความสะอาดได้มากขึ้น ใช้ได้กับวัสดุอุปกรณ์หลาย ๆ ประเภท มีการปรุงแต่งกลิ่นหอมต่าง ๆ อีกทั้งยังได้มีการพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย และพวก มีประสิทธิภาพสูง และเหมาะสมกับการใช้ทำความสะอาดในพื้นที่ต่าง ๆ กัน เช่น เครื่อง ชักเงาพื้น เครื่องซักพรม และกระเช้าแขวนล้างกระจกภายนอกอาคารสูง ๆ เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงของตลาดสอดคล้องกับการเติบโตของตลาดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นช่วง ที่มีความเจริญทางด้านสถาปัตยกรรม และวิศวกรรมการก่อสร้างเกิดขึ้นอย่างมากหลาย สิ่งก่อสร้างขนาดใหญ่ อาคารสูง ๆ รูปแบบทันสมัย อาคารที่พักอาศัยก่อสร้างทุก (แห่ง) วัสดุอุปกรณ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่ เช่น พื้นปูนอ่อน กระเบื้องเซรามิค พรม และคิถกะจกรอบ ตึก เป็นต้น ซึ่งมีความคงทน สวยงาม น้ำหนักเบา แข็งแรง และมีลักษณะเฉพาะที่ว ด้เป็นเจ้าของอาคาร สำนักงาน ที่อยู่อาศัยต้องการให้ทรัพย์สินของตนเองมีความสวยสะอาด คงอยู่ในสภาพเดิมตลอดไป ดังนั้นผลิตภัณฑ์สารเคมีน้ำยาเคมีทำความสะอาด และเครื่อง มีอุปกรณ์ทำความสะอาดจึงมีความจำ เป็นมากขึ้น เป็นลำดับ

ธุรกิจจำหน่ายสารเคมีน้ำยาเคมีทำความสะอาดในประเทศไทยเจริญขึ้นอย่าง รวดเร็ว มีผลิตภัณฑ์มากมายหลายชนิดวางจำหน่ายทั่วไป แต่โดยมากแล้วจะเป็นสารเคมี น้ำยาเคมีทำความสะอาดพื้นและห้องน้ำ ภาชนะบรรจุมีสีสรร รูปแบบ และขนาดต่าง ๆ กัน ข้างภาชนะบรรจุมีสลากชี้แจงวิธีการใช้ที่ถูกต้อง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และข้อจำกัด ในการใช้กับวัสดุอุปกรณ์บางชนิด ซึ่งเพียงแค่นำไปใช้ตามสลากและทำตามวิธีที่สามารถใช้ สารเคมีน้ำยาเคมีนั้น ทำความสะอาดตามที่ต้องการ ได้ตามคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์นั้น

เมื่อบริษัทจำหน่ายสารเคมีน้ำยาเคมีทำความสะอาดมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ภาวะการแข่งขันได้ทวีความรุนแรงขึ้น มีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อจะครอบครอง ส่วนแบ่งตลาดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด มีการรณรงค์โฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ การใช้วิธีการขายควบกับผลิตภัณฑ์อื่น หรือมีส่วนลดของแถม สำหรับลูกค้ารายใหญ่ที่ใช้ผลิตภัณฑ์จำนวนมากจะมีการสาธิตการใช้สารเคมีน้ำยาเคมีกับ เครื่องมืออุปกรณ์ทำความสะอาดที่ถูกต้องจากผู้ชำนาญของบริษัทผู้จำหน่าย และบริการ ฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานทำความสะอาดของลูกค้าด้วย แต่อย่างไรก็ตามลูกค้าซึ่ง

เป็นบริษัท อาคารสำนักงาน ร้านค้าต่าง ๆ ก็ยังประสบปัญหายุ่งยากเกี่ยวกับหน่วยงาน
ดูแลรักษาความสะอาดของกิจการของกันอยู่เสมอ เช่น พนักงานทำความสะอาดไม่มีความ
ชำนาญงาน การใช้สารเคมีน้ำยาเคมีไม่ประหยัด หรือประหยัดจนเกินไป การลงทุนใน
เครื่องมืออุปกรณ์ทำความสะอาดสูง และปัญหาในการคัดเลือกพนักงานทำความสะอาด
เช่นกัน สิ่งเหล่านี้ทำให้กิจการมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น มีจำนวนพนักงานและหน่วยงานมาก
ทำให้การควบคุมดูแลไม่ทั่วถึง

ดังนั้นความคิดริเริ่มในการให้บริการทำความสะอาดอาคารแบบจ้างเหมาเป็น
ครั้งคราวโดยพนักงานผู้ชำนาญในด้านการทำความสะอาดจึงได้เกิดขึ้นเป็นแผนกบริการ
เล็ก ๆ ในกิจการของผู้จำหน่ายสารเคมีน้ำยาเคมีทำความสะอาด เพื่อตอบสนองความ
ต้องการของลูกค้าที่ติดต่อมาขอใช้บริการ เช่นนี้บ้างเป็นครั้งคราว เมื่อกิจการมีลูกค้ามา
ขอใช้บริการประเภทนี้เพิ่มขึ้น ถือว่าเป็นต้องลงทุนในเครื่องมืออุปกรณ์ และฝึกอบรมพนักงาน
ทำความสะอาดให้ชำนาญงาน และเพิ่มจำนวนขึ้น ต้นทุนค่าใช้จ่ายในแผนกบริการเล็ก ๆ
นี้ได้สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ผู้บริหารจึงได้พยายามบริหารทรัพย์สิน และบุคลากรให้มี
ประสิทธิภาพขึ้น เพื่อให้สามารถสร้างผลตอบแทนแก่กิจการได้มากที่สุด ดังนั้นจึงเริ่มมี
การเสนอขายบริการทำความสะอาดอาคารแบบประจำทุกวันให้แก่ลูกค้า โดยมีสัญญา
ว่าจ้างระยะยาว ซึ่งได้รับแบบอย่างมาจากต่างประเทศ ด้วยความพยายามของผู้บริหาร
ที่ต้องการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด และเพิ่มชนิดของบริการของตน ซึ่งก็ได้ได้รับการยอมรับเป็น
อย่างกว้างจากลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าที่เป็นบริษัทของชาวต่างประเทศ ซึ่งเคยได้
รับบริการบริการ เช่นนี้ในประเทศของตน

ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคาร ได้มีการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดที่มี
วัตถุประสงค์เพื่อให้บริการทำความสะอาดโดยเฉพาะนั้นเมื่อประมาณปี พ.ศ.2512
ซึ่งเริ่มแรกมีเพียง 3 บริษัทเท่านั้น โดยเป็นบริษัทร่วมลงทุนกับชาวต่างประเทศ ปัจจุบัน
มีบริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัดให้บริการทำความสะอาดอาคารในประเทศไทย
จำนวน 42 บริษัท บริษัทที่มีขนาดใหญ่จะให้บริการแก่อาคาร สำนักงานต่าง ๆ โดย

เน้นหนักด้านให้บริการทำความสะอาด โดยอาจจะมีแผนกเจ้าหน้าที่สายเคมีน้ำยาเคมี เครื่องมืออุปกรณ์ในการทำความสะอาด บริการกำจัดแมลง บริการจัดสวน และ บริการรักษาความปลอดภัยด้วย ส่วนบริษัทที่มีขนาดเล็กจะเน้นการให้บริการทำความสะอาด และการจำหน่ายสารเคมีน้ำยาเคมี เครื่องมืออุปกรณ์ในการทำความสะอาด ในระดับเดียวกัน ซึ่งจะมาก หรือน้อยกว่ากันไม่แน่นอนเป็นไปตามภาวะการณ์ของตลาด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้นอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโทฉบับนี้แล้ว ยังมีสาระสำคัญพอสรุปได้ดังนี้ คือ

1. เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินงาน และการจัดการของบริษัทบริการทำความสะอาดอาคารในประเทศไทย
2. ศึกษาปัญหา และอุปสรรคที่มีต่อการดำเนินงานของบริษัทบริการทำความสะอาดอาคาร
3. เสนอแนะแนววิธีในการแก้ปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อให้บริษัทบริการทำความสะอาดอาคารสามารถนำไปศึกษาพัฒนาให้ธุรกิจก้าวหน้ายิ่งขึ้น

สมมติฐาน

การจัดการของบริษัทบริการทำความสะอาดอาคารที่จะประสบความสำเร็จใ้้นั้นมีปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ

1. จำนวนพนักงานทำความสะอาดจะเป็นสิ่งกำหนดความอยู่รอดของกิจการ
2. การรับประกันความซื่อสัตย์ของพนักงานทำความสะอาดของกิจการเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อถือ และไว้วางใจในบริการนี้

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาถึงการจัดการ ของบริษัทบริการทำความสะอาดนี้ ผู้เขียน ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาโดยให้ครอบคลุมเพียงบริษัทที่ดำเนินกิจการให้บริการทำความสะอาด โดยพนักงานทำความสะอาดของกิจการเอง และมีสำนักงานตั้งอยู่ใน กรุงเทพมหานคร เท่านั้น

วิธีการศึกษา

วิทยานิพนธ์นี้รวบรวมขึ้นมาได้โดยอาศัยแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากหนังสือ วารสาร วิทยานิพนธ์ เอกสาร และหนังสือคู่มือที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ การบริหารงานของธุรกิจบริการ จากห้องสมุด และหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ สถาบันวิทยบริการ ห้องสมุดบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี ห้องสมุดคณะสังคมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ห้องสมุดกลาง กองทุนเงินทดแทน กรมแรงงาน กระทรวงมหาดไทย

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ

2.1 จากการสัมภาษณ์ ผู้เขียนได้สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ของบริษัทบริการทำความสะอาด ระดับกรรมการผู้จัดการบริษัท ผู้จัดการฝ่ายบริการทำความสะอาด แม่บ้าน หรือหัวหน้าคนงาน เป็นต้น จากบริษัทที่ได้สุ่มตัวอย่างมาจำนวน 8 บริษัท และได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

2.2. จากแบบสอบถาม แบบสอบถามที่ไร้มิ่วักดูประสงค์ เพื่อให้ทราบ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของบริษัทบริการทำความสะอาด และความพึงพอใจเห็นบางประการของผู้บริหารกิจการ จำนวนแบบสอบถามทั้งหมดมี 34 ชุด จัดส่งถึงกรรมการ

ผู้จัดการโดยทางไปรษณีย์ และนำส่งท้ายตนเอง แบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมามี
 จำนวน 21 ชุด มีแบบสอบถามที่มีข้อมูลค่าตอบไม่สมบูรณ์ใช้การไม่ได้จำนวน 1 ชุด
 เหลือแบบสอบถามที่มีข้อมูลสมบูรณ์ใช้ในการวิเคราะห์ได้เพียง 20 ชุด หรือคิดเป็น
 ร้อยละ 58.82 ของแบบสอบถามทั้งสิ้น

วิธีการเลือกตัวอย่าง

ในจำนวนบริษัทบริการทำความสะอาดอาคารทั้งหมด 42 บริษัท ผู้เขียน
 ได้พยายามติดต่อกับผู้บริหาร หรือเจ้าของกิจการเพื่อขออนุญาตเข้าชมกิจการ และ
 สัมภาษณ์ โดยกำหนดตัวอย่างนี้ไว้จำนวนร้อยละ 20 ของจำนวนบริษัททั้งหมด หรือ
 คิดเป็นจำนวน 8 บริษัท และใช้แบบสอบถามกับบริษัทที่เหลือทั้งหมดจำนวนร้อยละ 80
 หรือคิดเป็นจำนวน 34 บริษัท

ตัวอย่างบริษัทที่ผู้เขียนได้มีโอกาสเข้าชมกิจการ และสัมภาษณ์นั้นมี บริษัท
 ขนาดใหญ่ที่มีพนักงานทำความสะอาดมากกว่า 100 คน จำนวน 4 บริษัท หรือคิดเป็น
 จำนวนร้อยละ 9.30 ของบริษัททั้งหมด ส่วนอีกจำนวน 4 บริษัทตัวอย่างเป็นบริษัท
 ขนาดเล็กที่มีพนักงานทำความสะอาดน้อยกว่า 100 คน ความเป็นจริงแล้วผู้เขียนได้
 พยายามติดต่อขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือเจ้าของกิจการจำนวน 15 บริษัท
 ซึ่งมากกว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้ แต่ได้รับการปฏิเสธ อย่างไรก็ตามผู้บริหารหลายท่าน
 ที่ปฏิเสธการให้สัมภาษณ์ยืนยันว่าจะตอบแบบถามให้ได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบลักษณะการจัดการของบริษัทรักษาความสะอาดอาคารในด้านการบริหารงาน และการให้บริการตลอดจนปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังนั้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจที่จะนำไปพัฒนาการบริหารงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ธุรกิจนี้ได้รับความนิยมนับแต่หลาย และยังเป็นการสนับสนุนให้มีผู้มาลงทุนในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้นด้วย

ข้อจำกัดในการศึกษา

1. การขาดแคลนหนังสือ ตำรา และเอกสารทางวิชาการด้านนี้ เนื่องจากธุรกิจรักษาความสะอาดอาคารยังมีนับได้ว่าเป็นธุรกิจใหม่ในประเทศไทย ส่วนมากมีกิจการเฉพาะในกรุงเทพมหานคร และในเขตเมืองของจังหวัดใหญ่ ๆ เท่านั้น มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ไม่แพร่หลายเท่าที่ควร จึงยังไม่มีสถาบันใดให้ความสนใจศึกษาธุรกิจนี้อย่างจริงจัง ทำให้เสียเวลาในการค้นคว้าเป็นอันมาก

2. ข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์นั้น ต้องใช้เวลามากในการศึกษามแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มากมายเพียงพอต่อการวิเคราะห์ ทั้งนี้เพราะกลุ่มตัวอย่างที่ขอบแบบสอบถาม และให้สัมภาษณ์นั้นเป็นผู้ที่มีภาระกิจงานประจำ และงานด้านบริหารมาก ทำให้แบบสอบถามที่ได้รับไม่มากเท่าที่ควร

3. เนื่องจากธุรกิจรักษาความสะอาดอาคารมีภาวะการแข่งขันอย่างมาก นโยบายในการบริหารงานบุคคล การคิดคำนวณราคาค่าบริการ ชนิดของสารเคมีน้ำยาเคมี เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ และเทคนิคบางประการที่ไม่อาจเปิดเผยได้ จึงทำให้การรวบรวมข้อมูลเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก