บทที่ 4
การวิจัยตลาด

ก.วิธีดำเนินงานวิจัยตลาด

1.ปัญหาที่ทำการวิจัย

ธุรกิจของบริษัท Home Smart นั้นเน้นการให้บริการดูแล ติดตั้ง ซ่อมแซม พร้อมทั้งให้คำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาภายในบ้านแบบครบวงจรอย่างมืออาชีพ ดังนั้น ประเด็นสำคัญในการทำการวิจัยครั้งนี้ จึงต้องการทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องการดูแลซ่อมแซมที่อยู่อาศัย และปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในบ้านจากการที่บ้านมีอายุการใช้งานมากขึ้น ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการซ่อมแซมบ้าน

2.ขอบเขตของการวิจัย

2.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษานี้จะครอบคลุมที่อยู่อาศัยที่เป็นบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์และ อาคารพาณิชย์ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ปทุมธานี และนนทบุรี

2.2 ขอบเขตด้านประชากร

ศึกษาจากจำนวนที่พักอาศัยที่เป็นบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์และ อาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ปทุมธานี และนนทบุรี

2.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องการดูแลซ่อมแซมที่อยู่อาศัย ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในบ้านจากการที่บ้านมีอายุการใช้งานมากขึ้น ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการซ่อมแซมบ้าน เพื่อกำหนดรูปแบบการบริการให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค และสร้างโอกาสความเป็นไปได้ของรูปแบบธุรกิจบริการซ่อมแซมบ้านครบวงจร

3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory)

ผู้ซื้อจะมีกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน (Five-stage model of the consumer buying process) (Kotler, 2003:2004) คือ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงความต้องการ (Need recognition) หรือ การรับรู้ปัญหา (Problem recognition)

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น (Information search)

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternatives)

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision)

ขั้นที่ 5 ความรู้สึกภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior)

3.2. แนวคิดระบบการตลาดบริการ (Services Marketing System)

Lovelock (2002) กล่าวถึง ระบบการตลาดบริการ (Service Marketing System) จะประกอบไปด้วยระบบย่อย 3 ระบบ ซึ่งสองระบบแรกจะมีองค์ประกอบบางส่วนที่ซ้อนกันอยู่ ดังนี้

3.2.1 ระบบปฏิบัติการบริการ (Service Operation System)

3.2.2 ระบบการนำเสนอ หรือส่งมอบบริการ (Service Delivery System)

3.2.3 การติดต่อสื่อสาร (Other Contact Points)

3.3 แนวคิดการสื่อสารการตลาดบริการ (Communication of the Services)

Adrian Payne (1993) กล่าวถึง เครื่องมือสำคัญของการสื่อสารทางการตลาดประกอบด้วย

- การโฆษณา (Advertising)
- การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
- การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)
- การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication)
- การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยที่เกี่ยวกับการแผนการวิจัยตลาดของธุรกิจ Home Smart มีดังนี้

4.1 “จับตาสถานการณ์อสังหาริมทรัพย์โลก... ผลกระทบต่อไทย” ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2551

- แม้เศรษฐกิจไทยในปี 2551 จะกำลังเผชิญกับปัญหาเงินเฟ้อ และผลจากการที่เศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลกเนื่องจากปัญหาซับไพรม์ในสหรัฐอเมริกา แต่ตลาดของบ้านและที่อยู่อาศัยน่าที่จะได้รับผลบวกจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและภาคอสังหาริมทรัพย์ของรัฐบาล

4.2. “โฮมเซอร์วิส : บริการ..อนาคตไกล” ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2540

- ปัญหาของการจ้างช่างมาซ่อมแซมอุปกรณ์ และเครื่องใช้ภายในบ้านที่มักจะพบได้บ่อย ได้แก่ 1. หาช่างยาก 2. ช่างฝีมือไม่ดี 3. ราคาแพงทำให้งบบานปลาย ซึ่งปัญหาเหล่านี้มักจะพบจากผู้ประกอบการเนื่องจากยังเป็นบริษัทขนาดเล็ก

4.3. “ทัศนคติคนกรุงเทพฯ...การซื้อบ้านมือสอง” ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2549

- การที่ผู้ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองคำนึงถึงสภาพตัวบ้านมาเป็นอันดับแรก

- งบประมาณที่ตั้งไว้เพื่อใช้ในการปรับปรุงบ้าน โดยส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนร้อยละ 45.8 ตั้งงบประมาณต่ำกว่า 100,000 บาท โดยงบประมาณสูงสุดที่ตั้งไว้ในการซ่อมแซมบ้านมือสองนั้นไม่เกิน 400,000 บาท

4.4. “การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ Home Service” งานวิจัยการศึกษาอิสระสำหรับนักศึกษาโครงการปริญญาโทสาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546

- ที่อยู่อาศัยที่มีอายุมากกว่า 6 ปีขึ้นไปเริ่มมีแนวโน้มที่จะต้องทำการซ่อมแซม โดยอายุที่อยู่อาศัยที่มีการซ่อมแซมมากที่สุดอยู่ที่ 11 – 15 ปี

- ปัญหาที่ผู้เคยใช้บริการซ่อมแซมที่อยู่อาศัยเคยประสบมากที่สุด คือ 1. ปัญหาช่างทำงานล่าช้า 2. ปัญหาช่างที่ทำการซ่อมแซมหายาก 3. ช่างที่เข้ามาซ่อมแซมมีราคาแพง

4.5. “ โอกาสทางการตลาดของธุรกิจโฮมเซอร์วิส : ศึกษาเฉพาะในเขตตลิ่งชัน ทวีวัฒนา บางกอกน้อย บางแค บนถนนอรุณอมรินทร์ ปิ่นเกล้า-นครชัยศรี และ วงแหวนปิ่นเกล้า-บางแค” งานวิจัยการศึกษาอิสระสำหรับนักศึกษา โครงการปริญญาโทสาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,2548

- สาเหตุที่หาช่างมาซ่อมแซมบ้านเนื่องจาก 1. ซ่อมแซมเองไม่เป็น 2. ไม่มีเวลาซ่อม 3. อยากพักผ่อน/ทำกิจกรรมอื่น

- เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกช่างมาซ่อมแซมบ้าน เนื่องจาก 1. ช่างมีฝีมือดี 2. บริการรวดเร็วทันใจ

5. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

จำนวนบ้านที่เป็นบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์และอาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ปทุมธานี และนนทบุรี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 ถึง พ.ศ. 2550 รวม 473,962 หลัง

6. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ จำนวนประชากรในที่นี้คือ จำนวนบ้านที่เป็นบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์และอาคารพาณิชย์ ไม่รวมอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร ปทุมธานี และนนทบุรี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 473,962 หลัง ดังนั้นจึงสามารถกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ โดยการใช้สูตรกำหนดค่าตัวอย่างจากสัดส่วนประชากร (Yamane, 1967) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้ในการประมาณค่า

ในการวิจัยนี้ กำหนดให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซ็นต์ และเนื่องจากไม่ทราบค่าสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่คาดหวัง (p) จึงได้กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0.5 เพื่อให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีค่ามากที่สุดที่เป็นไปได้ และกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้ (e) เท่ากับ 5 เปอร์เซ็นต์ การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อยที่ต้องทำการสำรวจโดยอาศัยข้อมูลจากตารางการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสัดส่วนประชากร (Yamane, 1967) สามารถทำการคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{473,962}{1+473,962x(0.05)^2}$$

$$n = 400 \text{ ตัวอย่าง}$$

จากสูตรการคำนวณดังกล่าวข้างต้นทำให้สามารถคำนวณหาจำนวนตัวอย่างในการเก็บแบบสอบถามได้ทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ การสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบ Quota Sampling ซึ่งจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยส่งแบบสอบถามเป็น 2 ลักษณะ คือ

6.1 เป็นแบบ Self – Administered Questionnaire คือ กลุ่มผู้วิจัยเป็นผู้ส่งแบบสอบถามด้วยตัวเอง ไปยังผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรในกลุ่มพื้นที่เป้าหมายคือจังหวัดกรุงเทพมหานคร นนทบุรี และ ปทุมธานี โดยแบ่งสัดส่วนเป็น กรุงเทพมหานคร 200 ชุด นนทบุรี 50 ชุด และ ปทุมธานี 50 ชุด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยครั้งนี้ โดยจะส่งแบบสอบถามทั้งสิ้น 200 ชุด

6.2 เป็นการส่งแบบสอบถามแบบสุ่มไปยังกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ และแจกแบบสอบถามตามออฟฟิศ และย่านชุมชนต่างๆ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยจะส่งแบบสอบถามทั้งสิ้น 300 ชุด

ทั้งนี้ทางกลุ่มจะทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 500 ชุด เกินจากที่กำหนดไว้ 100 ชุด เพื่อสำรองไว้ในส่วนที่แบบสอบถามบางส่วนที่ส่งไปไม่สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ได้ ซึ่งอาจจะเกิดจากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามไม่ครบถ้วน ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายในการทำวิจัยในครั้งนี้

7. เครื่องมือในการทำวิจัย

ในการวิจัยตลาดครั้งนี้ ทางกลุ่มได้เลือกใช้เครื่องมือ 2 แบบ คือ

7.1 การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในเชิงภาพรวม เพื่อนำมาเป็นตัวแทนของประชากร ทั้งนี้ ก่อนที่ผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง ทางกลุ่มได้มีการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อตรวจสอบความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนของคำถาม เช่น จำนวนคำถามที่ซ้ำซ้อนหรือเป็นประเด็นเดียวกัน คำถามขาดความชัดเจน และได้นำข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างมาปรับปรุงแก้ไขจนได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ในการวิจัยต่อไป

โดยในตัวแบบสอบถาม ได้แบ่งคำถามออกเป็น 5 ส่วน ดังภาคผนวก ค ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานช่างภายในบ้าน รูปแบบคำถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด จำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลในการซ่อมแซมบ้านพักอาศัย รูปแบบคำถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด จำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลในการต่อเติม หรือ ตกแต่งบ้านพักอาศัย รูปแบบคำถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด จำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจการให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบบ้านพักอาศัย อย่างครบวงจร รูปแบบคำถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด จำนวนทั้งสิ้น 3 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม รูปแบบคำถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด จำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อ

7.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจการให้บริการซ่อมแซม ต่อเติมบ้านอย่างครบวงจร เพื่อสอบถึงปัจจัยที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ และอุปสรรคที่เกิดขึ้น รวมถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยที่จะมีบริษัทที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก 2 บริษัท คือ บริษัท โฮม เมนเทนแนนซ์ จำกัด และบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

8. สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการบรรยายคุณลักษณะในเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลมาได้ เช่น ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นต้น และนอกจากนี้ยังใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance หรือ ANOVA) ในการวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความสนใจใช้บริการธุรกิจ Home Smartระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และใช้ Least Significant Difference (LSD) วิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่

ข.ผลการวิจัยตลาด

1. การวิเคราะห์ผลแบบสอบถาม

สำหรับกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนั้น กลุ่มผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามไปจำนวนทั้งสิ้น 500 ชุด โดยใช้การส่งแบบสอบถามไปยังผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรในกลุ่มพื้นที่เป้าหมายทั้งสิ้น 100 ชุด และใช้วิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์และแจกแบบสอบถามตามออฟฟิศ และย่านชุมชนต่างๆ และแจกในงานบ้านและคอนโด รวมทั้งสิ้นอีก 400 ชุด ทั้งนี้จากข้อมูลที่ได้ทั้งหมด ทางกลุ่มผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาทำการประมวลผลวิเคราะห์

ทั้งสิ้น 400 ชุด เนื่องจาก แบบสอบถามบางส่วนมีการตอบคำถามไม่ครบถ้วน และบางส่วนไม่ได้ส่งกลับคืนมา ทางกลุ่มผู้วิจัยจึงได้คัดออกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ซึ่งการประมวลผลข้อมูลนั้นใช้โปรแกรม SPSS และสามารถวิเคราะห์ผลได้ดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

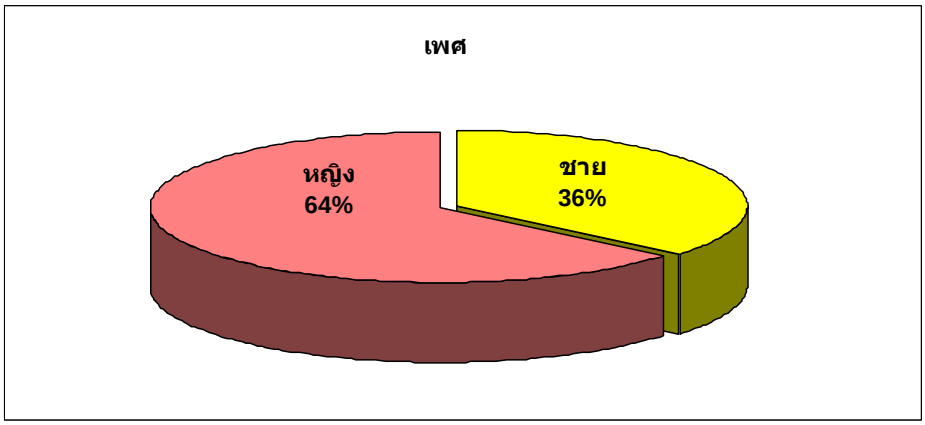
1.1.1 เพศ

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าเป็นเพศชาย 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 36 และเป็นเพศหญิง 256 ราย คิดเป็นร้อยละ 64

ตารางที่ 4.1 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	144	36
หญิง	256	64
รวม	**400**	**100**

ภาพที่ 4.1 กราฟแสดงสัดส่วนเพศของผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย

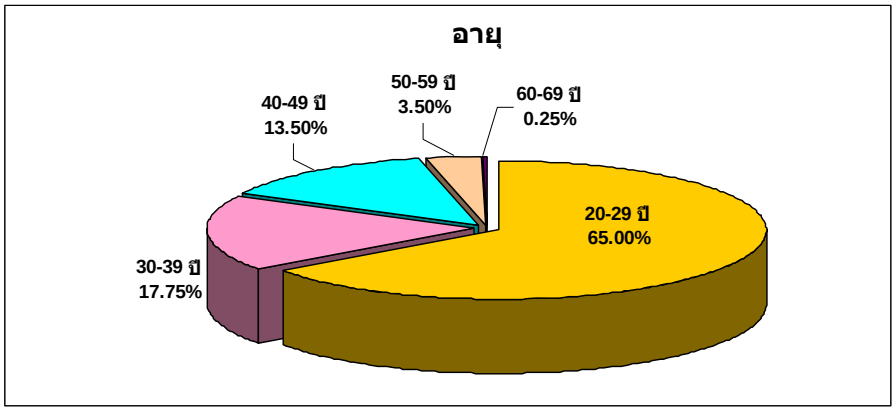


1.1.2 อายุ

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุอยู่ในช่วง 20 - 29 ปีเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 30 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ

17.75 ช่วงอายุ 40 - 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.50 ช่วงอายุ 50 - 59 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.50 และช่วงอายุ 60 - 69 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.25

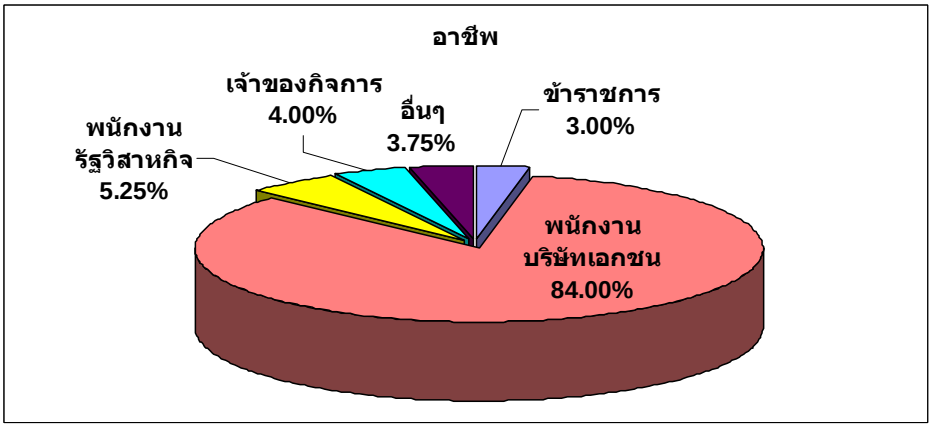
ภาพที่ 4.2 กราฟแสดงสัดส่วนอายุของผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.1.3 **อาชีพ**

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มใหญ่ที่สุดมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 84 รองลงมาคือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 5.25 เป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 4 เป็นข้าราชการ ร้อยละ 3 และอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 3.75

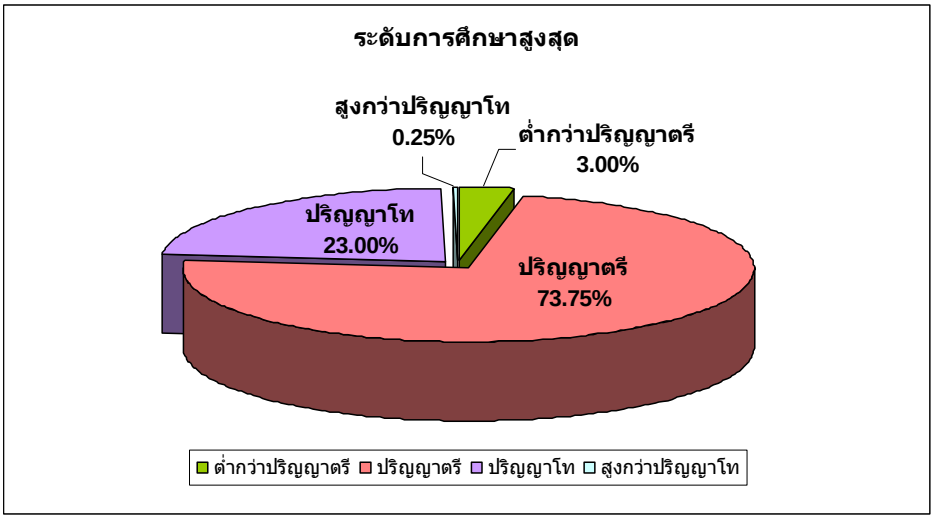
ภาพที่ 4.3 กราฟแสดงสัดส่วนอาชีพของผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.1.4 ระดับการศึกษา

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรีเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.75 รองลงมาคือระดับปริญญาโท ร้อยละ 30 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3 และระดับสูงกว่าปริญญาโท ร้อยละ 0.25

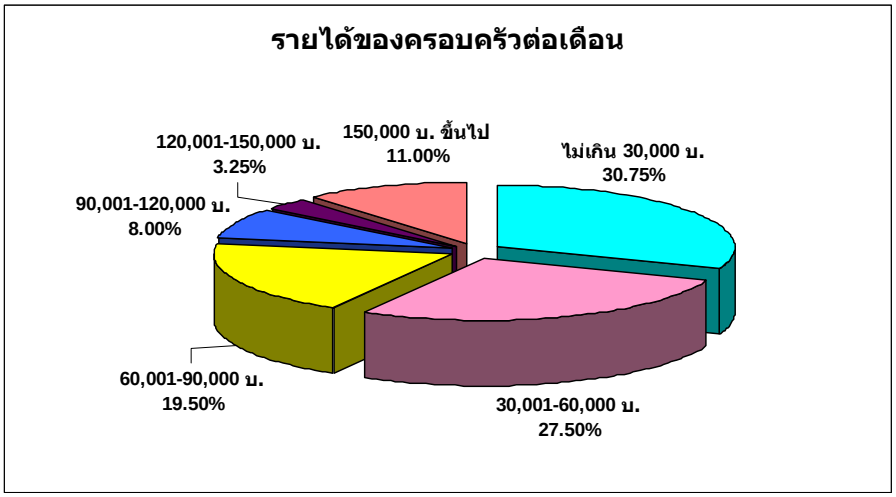
ภาพที่ 4.4 กราฟแสดงสัดส่วนระดับการศึกษาของผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.1.5 รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาทเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมาคือ มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 30,000 – 60,000 บาท ร้อยละ 27.5 มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 60,000 – 90,000 บาท ร้อยละ 19.5 มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 150,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 11 มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 90,000 – 120,000 บาท ร้อยละ 8 และมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 120,000 – 150,000 บาท ร้อยละ 3.25

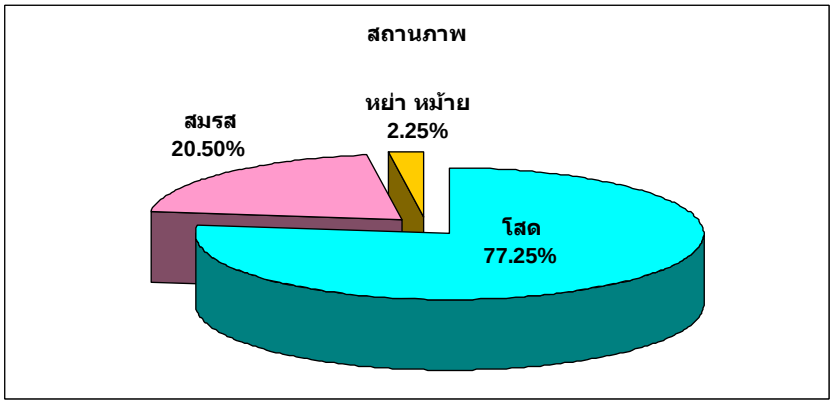
ภาพที่ 4.5 กราฟแสดงรายได้ของครอบครัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.1.6 **สถานภาพ**

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 77.25 สมรส ร้อยละ 20.5 และ หย่า หม้าย ร้อยละ 2.25

ภาพที่ 4.6 กราฟแสดงสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.1.7 **จำนวนสมาชิกในครอบครัว**

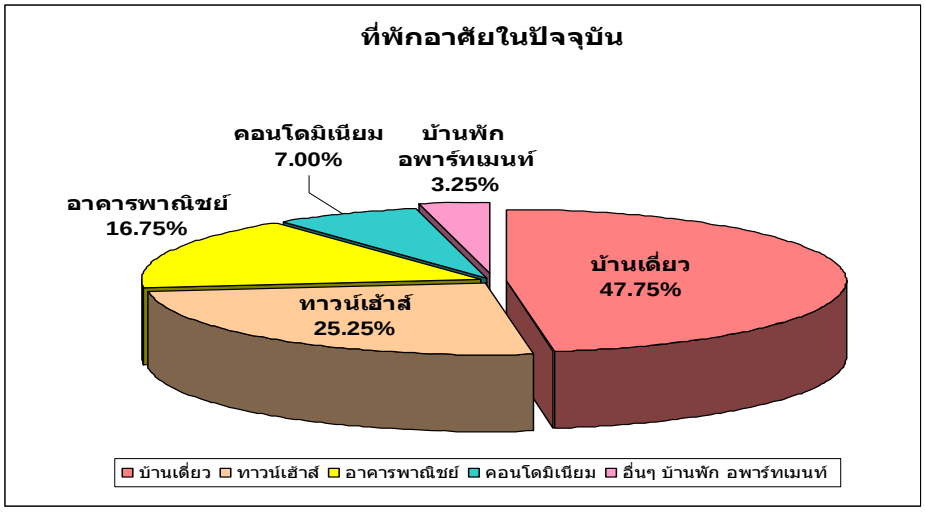
จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 คน

1.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานช่างภายในบ้าน

1.2.1 ประเภทบ้านพักอาศัยในปัจจุบัน

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าบ้านพักอาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยวมีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.75 รองลงไปเป็นทาวเฮาส์ ร้อยละ 25.25 อาคารพาณิชย์ ร้อยละ 16.75 คอนโดมิเนียม ร้อยละ 7 และอื่นๆ เช่น บ้านพักอพาร์ทเมนต์ ร้อยละ 3.25

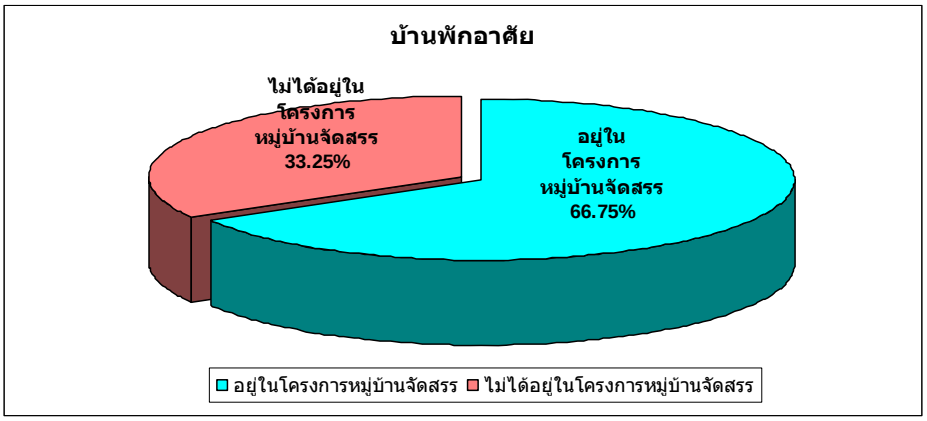
ภาพที่ 4.7 กราฟแสดงประเภทบ้านพักอาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.2.2 ประเภทบ้านพักอาศัยที่อยู่ในโครงการหมู่บ้านจัดสรรหรือไม่ได้อยู่

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าบ้านพักอาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในโครงการหมู่บ้านจัดสรร คิดเป็นร้อยละ 66.75 และไม่ได้อยู่ในหมู่บ้านจัดสรร คิดเป็นร้อยละ 33.25

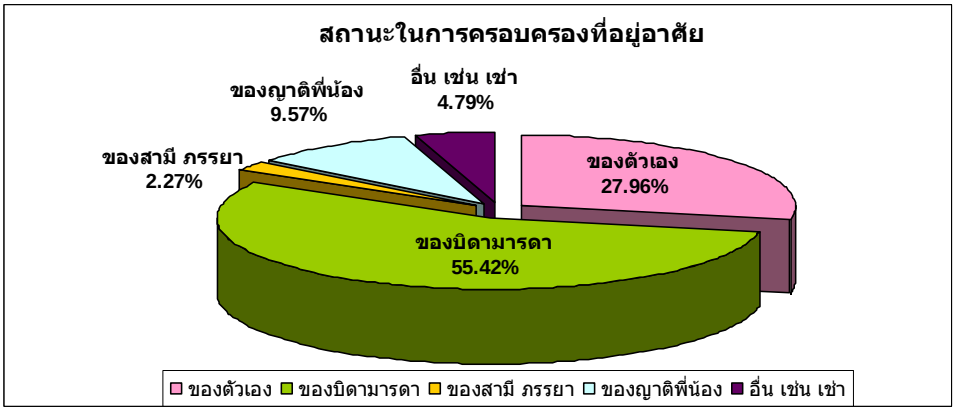
ภาพที่ 4.8 กราฟแสดงที่ตั้งบ้านพักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.2.3 สถานะในการครอบครองที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าบ้านพักอาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นบ้านของบิดามารดามีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.42 รองลงมาคือเป็นบ้านของตัวเอง ร้อยละ 27.96 เป็นบ้านของญาติพี่น้อง ร้อยละ 9.57 อื่นๆ เช่น เช่า ร้อยละ 4.79 และเป็นบ้านของสามี หรือ ภรรยา ร้อยละ 2.27

ภาพที่ 4.9 กราฟแสดงสถานะในการครอบครองที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย

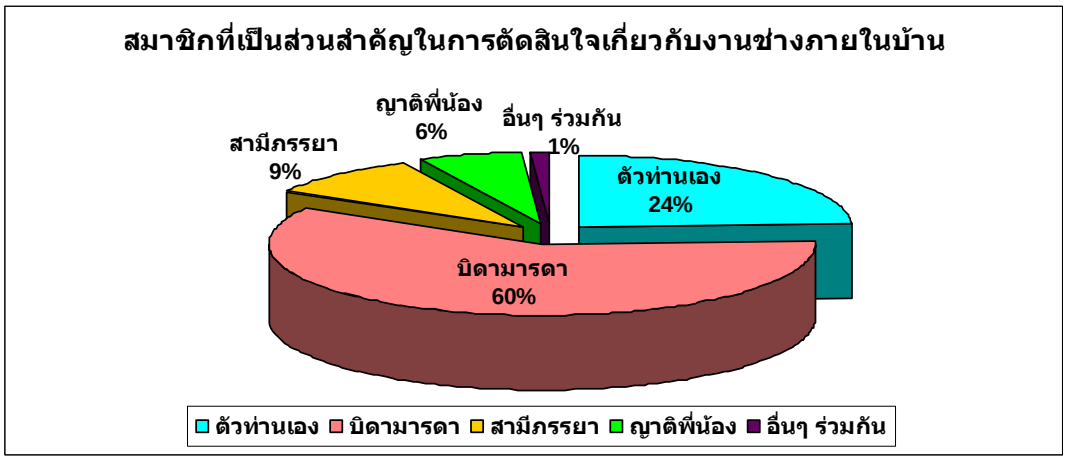


1.2.4 สมาชิกที่เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจ เกี่ยวกับเรื่องงานช่างภายในบ้าน

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าสมาชิกที่เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจ เกี่ยวกับเรื่องงานช่างภายในบ้านที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ บิดามารดา คิดเป็นร้อยละ

59.40 รองลงไป คือ เป็นตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 24.06 เป็นสามี หรือ ภรรยา ร้อยละ 9.27 เป็นญาติพี่น้อง ร้อยละ 6.27 และอื่นๆ เช่น ร่วมกันตัดสินใจ ร้อยละ 1

ภาพที่ 4.10 กราฟแสดงสัดส่วนของสมาชิกที่เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องงานช่างภายในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย

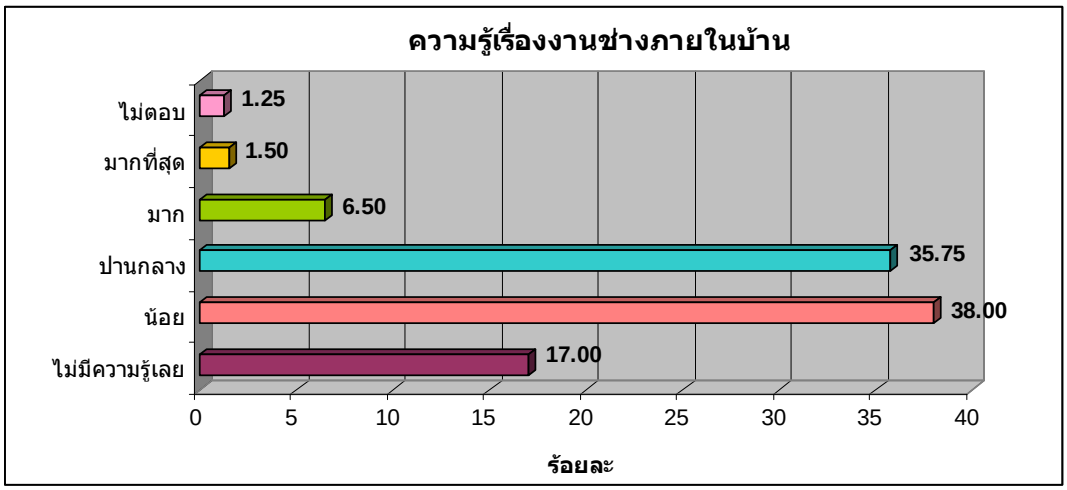


1.2.5 ความรู้เรื่องงานช่างภายในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องงานช่างภายในบ้านน้อย เป็นสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงไปคือมีความรู้เรื่องงานช่างปานกลาง ร้อยละ 35.75 ไม่มีความรู้เรื่องงานช่างเลย ร้อยละ 17 มีความรู้เรื่องงานช่างมาก ร้อยละ 6.5 และมีความรู้เรื่องงานช่างมากที่สุด ร้อยละ 1.5 ซึ่งจะเห็นว่ากว่าร้อยละ 90 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เรื่องงานช่างภายในบ้านในระดับที่ไม่มีความรู้เลยถึงปานกลาง

สำหรับค่าเฉลี่ยด้านความรู้เรื่องงานช่างของผู้ตอบแบบสอบถาม เท่ากับ 2.33

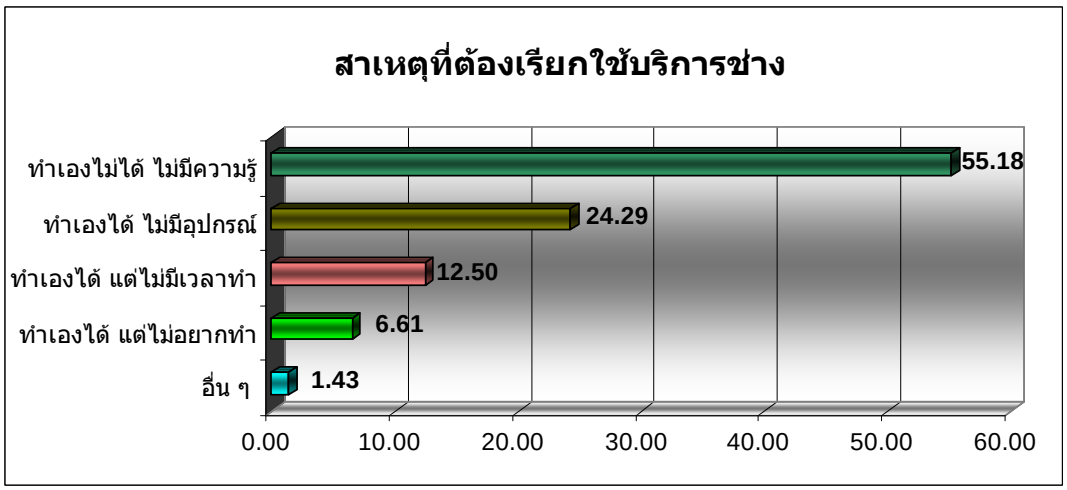
ภาพที่ 4.11 กราฟแสดงความรู้เรื่องงานช่างภายในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.2.6 สาเหตุที่ต้องเรียกใช้บริการช่างของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าสาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องเรียกใช้บริการจากช่างอันดับหนึ่ง คือ ไม่สามารถทำเองได้เนื่องจากไม่มีความรู้ คิดเป็นร้อยละ 55.18 อันดับที่ 2 คือ สามารถทำเองได้แต่ไม่มีอุปกรณ์งานช่าง ร้อยละ 24.29 อันดับที่ 3 สามารถทำเองได้แต่ไม่มีเวลาทำ ร้อยละ 12.50 อันดับที่ 4 สามารถทำเองได้แต่ไม่อยากทำ ร้อยละ 6.61 และ สาเหตุอื่นๆ ร้อยละ 1.43 เช่น ทำเองได้แต่ช่างมีความชำนาญมากกว่า งานบางอย่างทำได้แต่งานบางอย่างทำไม่ได้

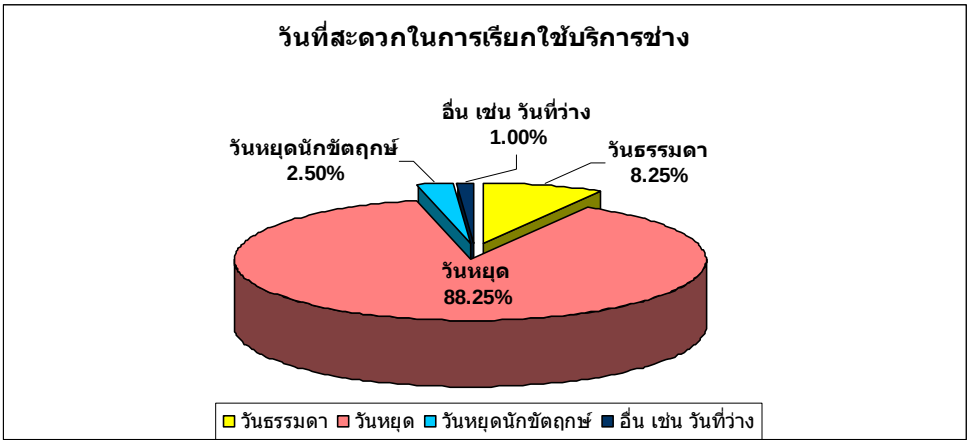
ภาพที่ 4.12 กราฟแสดงสาเหตุที่ต้องเรียกใช้บริการช่างของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.2.7 วันที่สะดวกที่สุดในการเรียกช่างเข้ามาให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าวันที่สะดวกที่สุดในการเรียกช่างเข้ามาให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม อันดับหนึ่ง คือ วันหยุด คิดเป็นร้อยละ 88.25 รองลงไป คือ วันธรรมดา ร้อยละ 8.25 วันหยุดนักขัตฤกษ์ ร้อยละ 2.5 และวันอื่นๆ เช่น วันที่ว่าง ร้อยละ 1

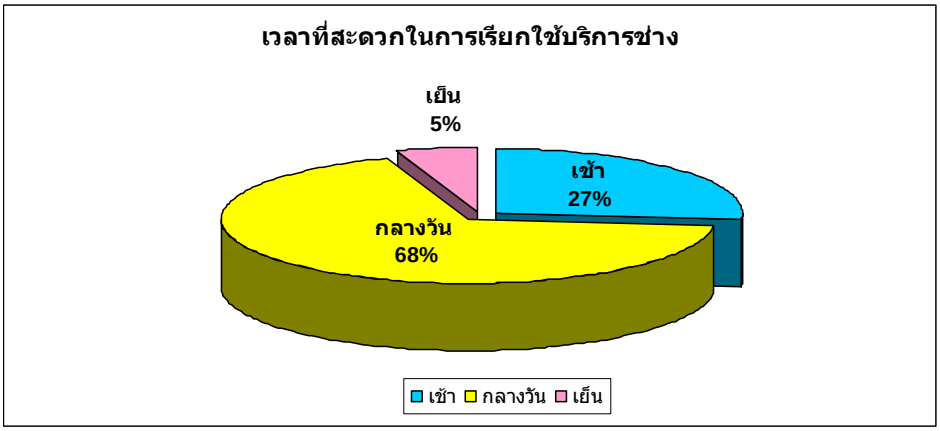
ภาพที่ 4.13 กราฟแสดงวันที่สะดวกที่สุดในการเรียกช่างเข้ามาให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.2.8 เวลาที่สะดวกที่สุดในการเรียกช่างเข้ามาให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าเวลาที่สะดวกที่สุดในการเรียกช่างเข้ามาให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม อันดับหนึ่ง คือ กลางวัน คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงไป คือ เช้า ร้อยละ 26.75 และเย็น ร้อยละ 5.25

ภาพที่ 4.14 กราฟแสดงเวลาที่สะดวกที่สุดในการเรียกช่างเข้ามาให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย

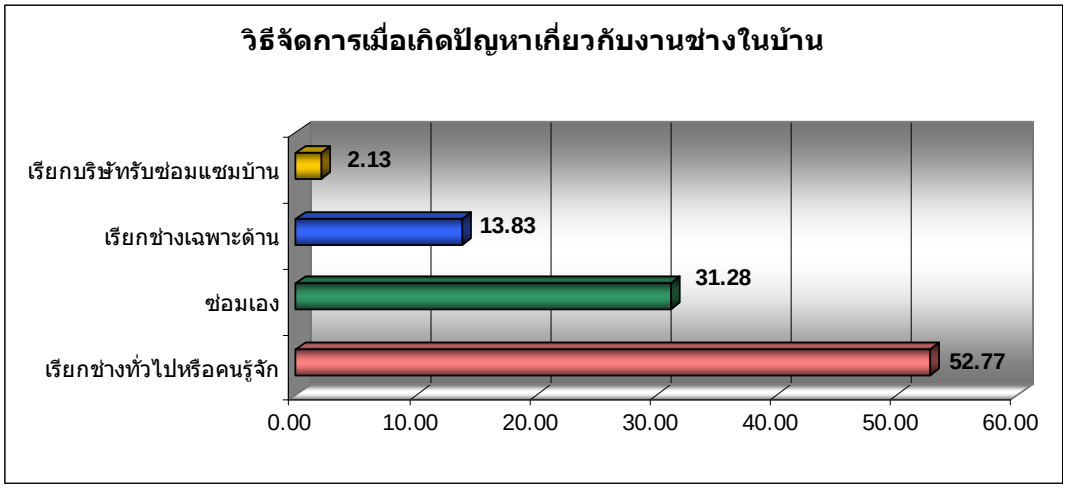


1.3 **ข้อมูลในการซ่อมแซมบ้านพักอาศัย**

1.3.1 **วิธีการจัดการเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับงานช่างในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม**

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าวิธีที่ใช้มากที่สุดในการจัดการเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับงานช่างภายในบ้าน เช่น ท่อประปาแตก ไฟเสีย ไฟดับ คือ เรียกช่างทั่วไปหรือคนรู้จักมาซ่อม คิดเป็นร้อยละ 52.77 ลำดับรองลงไป คือ ซ่อมเอง ร้อยละ 31.28 ลำดับถัดไป คือ เรียกช่างเฉพาะด้าน ร้อยละ 13.83 และ เรียกบริษัทรับซ่อมแซมบ้าน ร้อยละ 2.13

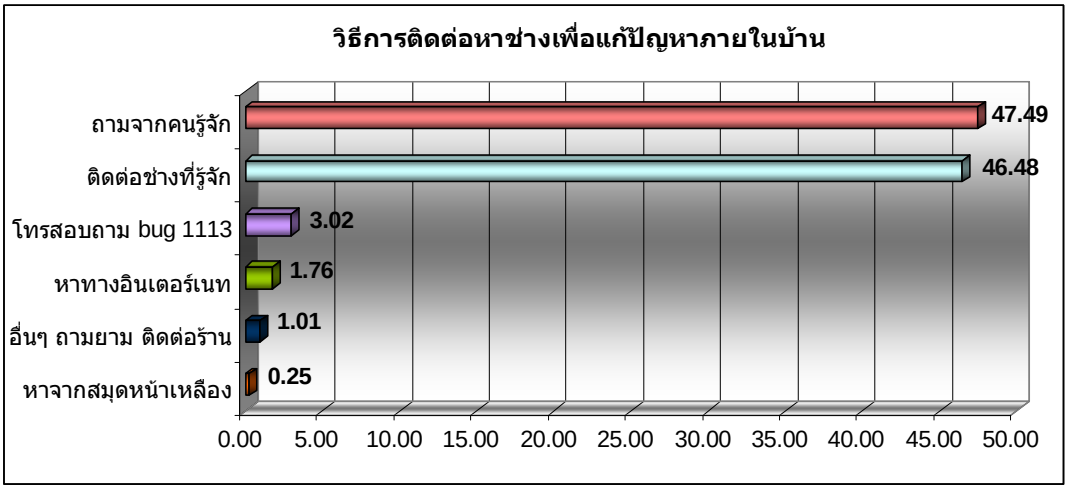
ภาพที่ 4.15 กราฟแสดงวิธีการจัดการเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับงานช่างในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.3.2 วิธีการติดต่อหาช่างเพื่อแก้ปัญหาภายในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าวิธีการติดต่อหาช่างเพื่อแก้ปัญหาภายในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้มากที่สุด คือ การถามจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 47.49 รองลงไป คือ ติดต่อช่างที่รู้จัก ร้อยละ 46.48 โทรสอบถาม Bug 1113 ร้อยละ 3.02 หาทางอินเตอร์เนท ร้อยละ 1.76 วิธีอื่นๆ เช่น ถามยาม ติดต่อร้าน ร้อยละ 1.01 และ หาจากสมุดหน้าเหลือง ร้อยละ 0.25

ภาพที่ 4.16 กราฟแสดงวิธีการติดต่อหาช่างเพื่อแก้ปัญหาภายในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



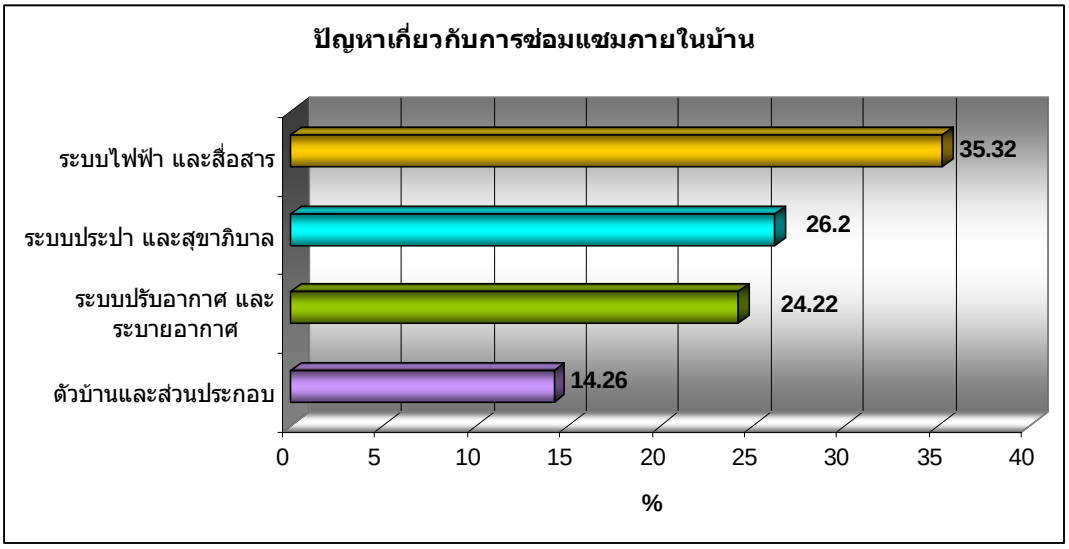
1.3.3 งานช่างหรืองานซ่อมแซมภายในบ้านเฉลี่ยต่อปีของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่ามีปริมาณงานช่าง หรือ งานซ่อมแซมภายในบ้านเฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 2.7ครั้ง

1.3.4 ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในบ้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาของผู้ตอบแบบสอบถาม

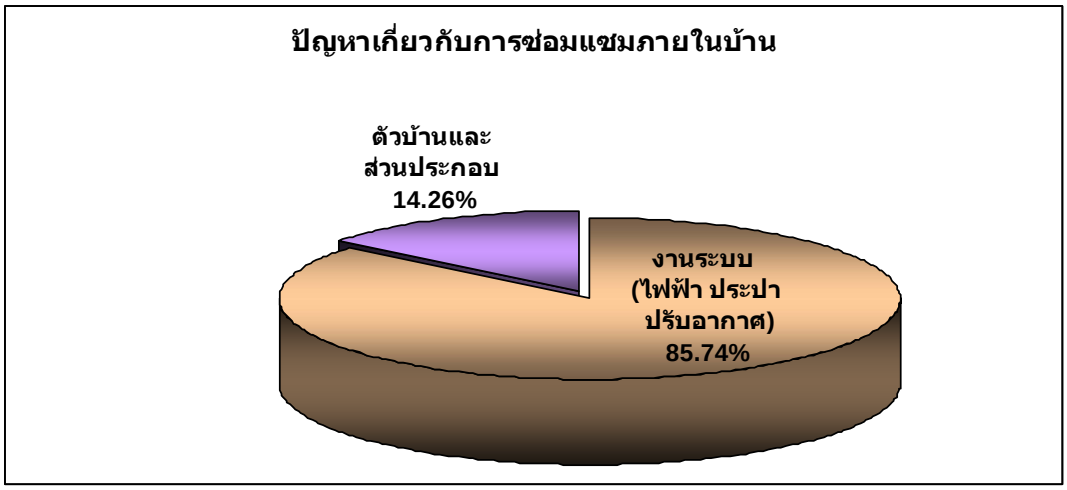
จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าระบบที่เกิดปัญหาบ่อยครั้งมากที่สุด คือ ระบบไฟฟ้าและสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 35.32 รองลงไป คือ ระบบประปาและสุขาภิบาล ร้อยละ 26.20 ระบบปรับอากาศ และระบายอากาศ ร้อยละ 24.22 และ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวบ้านและส่วนประกอบ ร้อยละ 14.26

ภาพที่ 4.17 กราฟแสดงปัญหาเกี่ยวกับการซ่อมแซมภายในบ้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



จะเห็นได้ว่าสัดส่วนของการซ่อมแซมภายในบ้านส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นภายใน 1 ปีของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น จะเป็นปัญหาเรื่องงานระบบต่างๆ (ไฟฟ้า สื่อสาร ประปา ปรับอากาศ) มากถึงร้อยละ 85.74 และเป็นปัญหาเกี่ยวกับตัวบ้านและส่วนประกอบ เพียงร้อยละ 14.26 ซึ่งจากข้อมูลที่ได้นี้สามารถนำไปวางแผนการดำเนินงานเพื่อให้บริการในด้านงานต่างๆ ของบริษัทต่อไปได้

ภาพที่ 4.18 กราฟแสดงสัดส่วนปัญหาเกี่ยวกับการซ่อมแซมภายในบ้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย

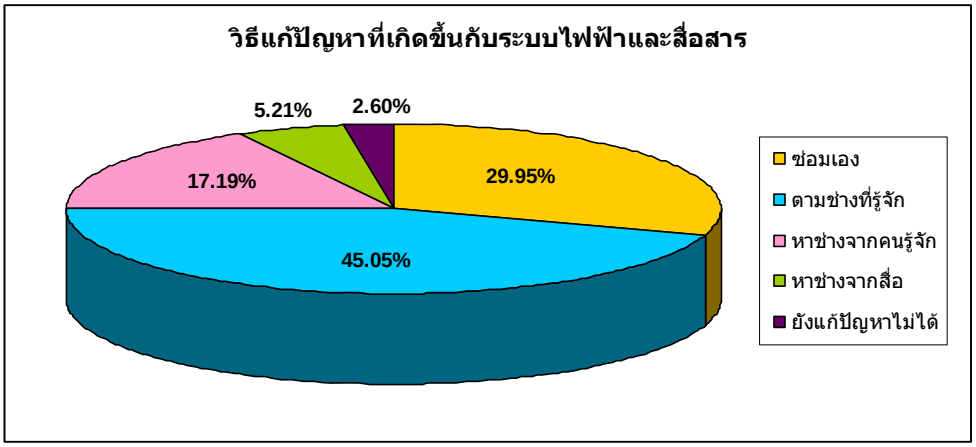


1.3.5 วิธีการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับระบบต่าง ๆ ภายในบ้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาของผู้ตอบแบบสอบถาม

(1) ระบบไฟฟ้าและสื่อสาร

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าวิธีการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับระบบไฟฟ้าและสื่อสารภายในบ้าน อันดับหนึ่ง คือ ตามช่างที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 45.05 อันดับรองลงไป คือ ซ่อมเอง ร้อยละ 29.95 หาช่างจากคนรู้จัก ร้อยละ 17.19 หาช่างจากสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ อินเตอร์เนท ร้อยละ 5.21 และยังแก้ปัญหาไม่ได้ ร้อยละ 2.6

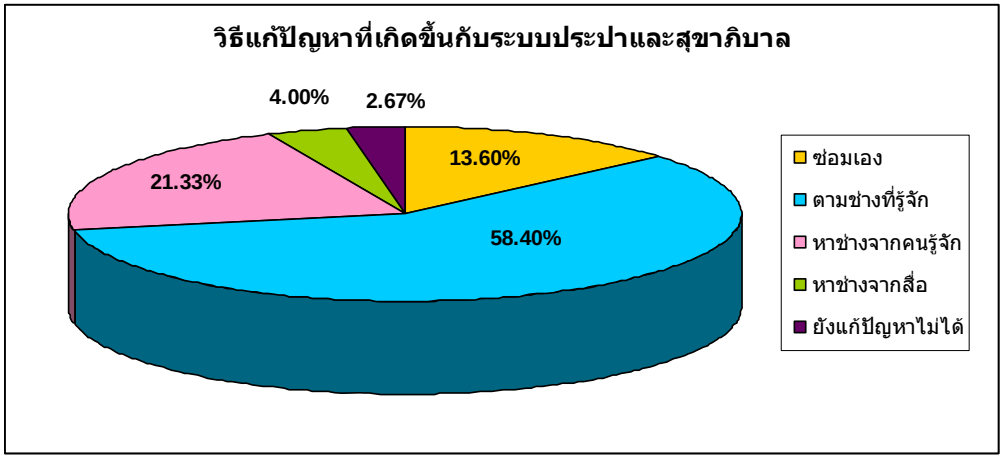
ภาพที่ 4.19 กราฟแสดงวิธีแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับระบบไฟฟ้าและสื่อสารภายในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



(2) ระบบประปาและสุขาภิบาล

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าวิธีการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับระบบประปาและสุขาภิบาลภายในบ้าน อันดับหนึ่ง คือ ตามช่างที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 58.40 อันดับรองลงไป คือ หาช่างจากคนรู้จัก ร้อยละ 21.33 ซ่อมเอง ร้อยละ 13.60 หาช่างจากสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ อินเตอร์เนท ร้อยละ 4 และยังแก้ปัญหาไม่ได้ ร้อยละ 2.67

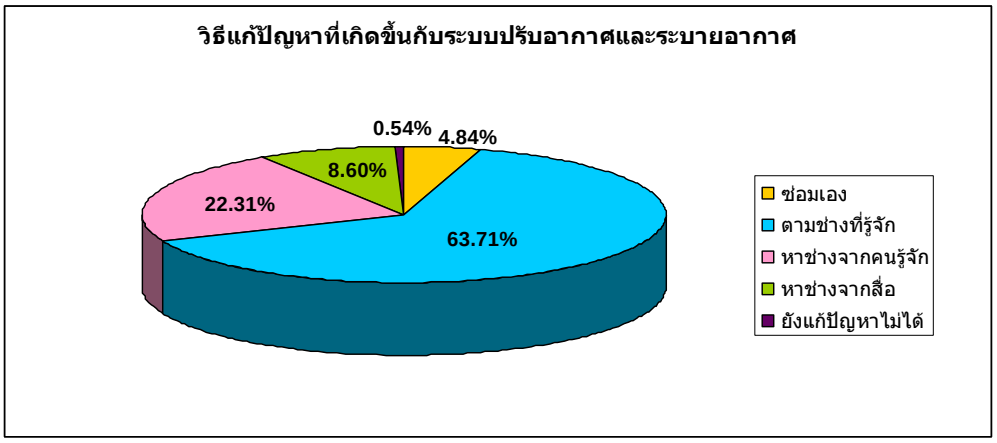
ภาพที่ 4.20 กราฟแสดงวิธีแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับระบบประปาและสุขาภิบาลภายในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



(3) ระบบปรับอากาศและระบายอากาศ

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าวิธีการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับระบบปรับอากาศและระบายอากาศภายในบ้าน อันดับหนึ่ง คือ ตามช่างที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 63.71 อันดับรองลงไป คือ หาช่างจากคนรู้จัก ร้อยละ 22.31 หาช่างจากสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ อินเตอร์เนท ร้อยละ 8.6 ซ่อมเอง ร้อยละ 4.84 และยังแก้ปัญหาไม่ได้ ร้อยละ 0.54

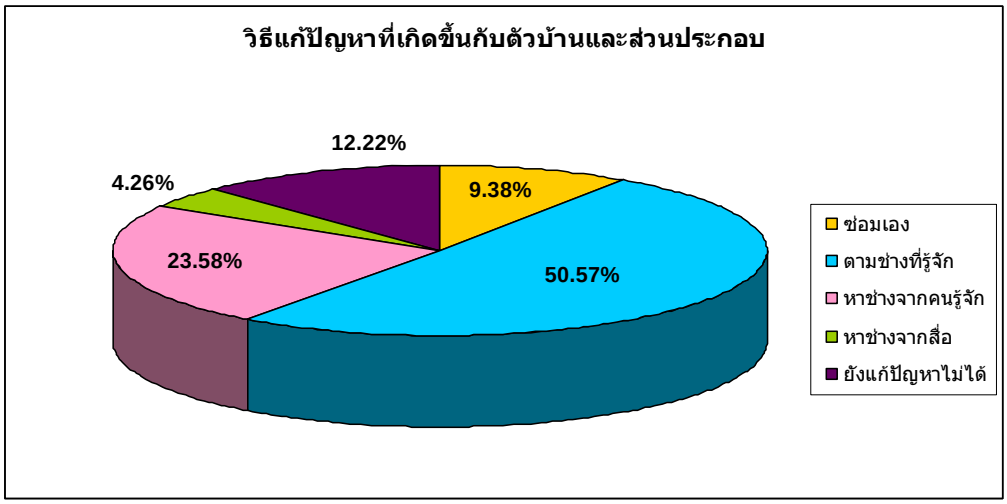
ภาพที่ 4.21 กราฟแสดงวิธีแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับระบบปรับอากาศและระบายอากาศภายในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



(4) ตัวบ้านและส่วนประกอบภายในบ้าน

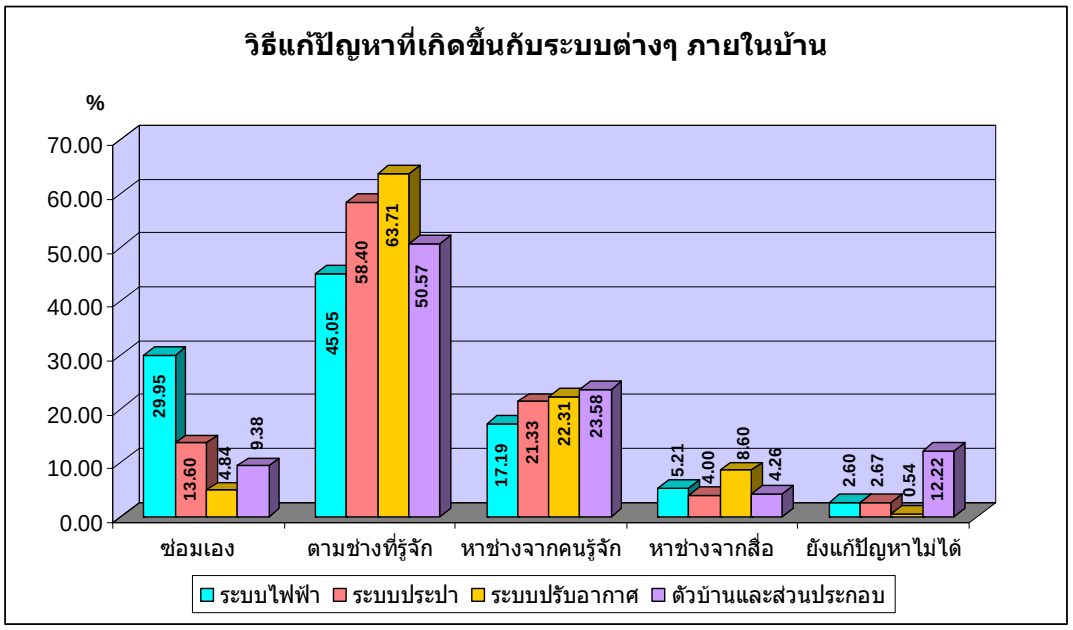
จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าวิธีการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวบ้านและส่วนประกอบภายในบ้าน อันดับหนึ่ง คือ ตามช่างที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 50.57 อันดับรองลงไป คือ หาช่างจากคนรู้จัก ร้อยละ 23.58 ยังแก้ปัญหาไม่ได้ ร้อยละ 12.22 ซ่อมเอง ร้อยละ 9.38 และหาช่างจากสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ อินเตอร์เนท ร้อยละ 4.26

ภาพที่ 4.22 กราฟแสดงวิธีแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวบ้านและส่วนประกอบภายในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าในภาพรวมเมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับระบบต่างๆ ภายในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม วิธีแก้ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้มากที่สุด คือ การตามช่างที่รู้จัก รองลงมา คือ การหาช่างจากคนที่รู้จัก ตามด้วยการซ่อมเอง และ หาช่างจากสื่อ นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าระบบที่ยังแก้ปัญหาไม่ได้นั้นมีสัดส่วนน้อยมาก ยกเว้นปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวบ้านและส่วนประกอบที่มีถึงร้อยละ 12.22 ที่ยังแก้ปัญหาไม่ได้

ภาพที่ 4.23 กราฟแสดงวิธีแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับระบบต่างๆ ภายในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



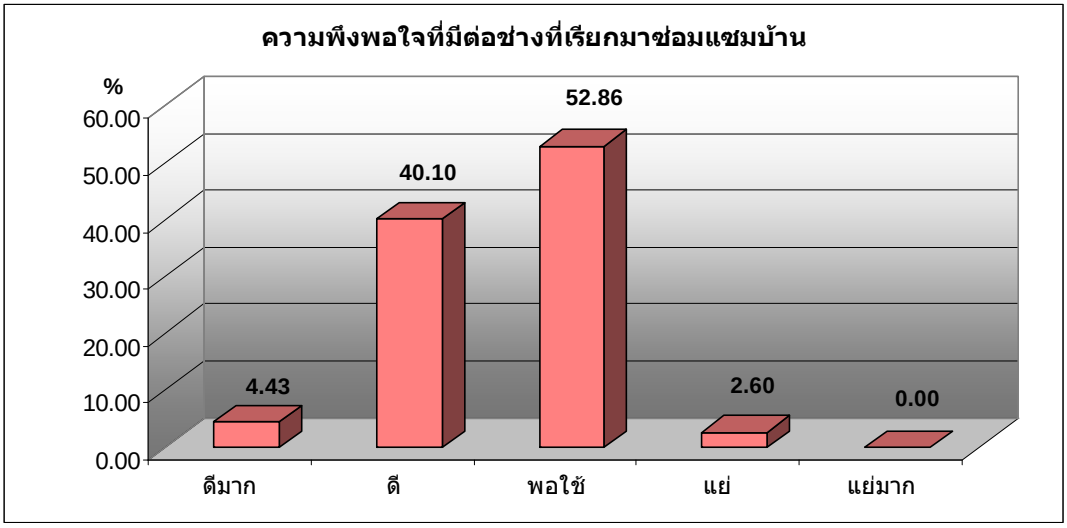
1.3.6 ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการซ่อมแซมบ้านของปีที่ผ่านมาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการซ่อมแซมบ้านของปีที่ผ่านมาของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย เท่ากับ 10,200 บาท

1.3.7 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อช่างที่เรียกมาซ่อมแซมบ้าน

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อช่างที่เรียกมาซ่อมแซมบ้านในระดับพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.86 รองลงมา คือ มีความพึงพอใจต่อช่างในระดับดี ร้อยละ 40.10 มีความพึงพอใจต่อช่างในระดับดีมาก 4.43 และมีความพึงพอใจต่อช่างในระดับแย่ ร้อยละ 2.6

ภาพที่ 4.24 กราฟแสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อช่างที่เรียกมาซ่อมแซมบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



สำหรับค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อช่างที่เรียกมาซ่อมแซมบ้าน เท่ากับ 3.33 ซึ่งแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อช่างอยู่ในระดับพอใช้ถึงดี โดยระดับความพึงพอใจมีค่าคะแนน ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าคะแนนความพึงพอใจที่มีต่อช่างที่เรียกมาซ่อมแซมบ้าน

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
ดีมาก	5
ดี	4
พอใช้	3
แย่	2
แย่มาก	1

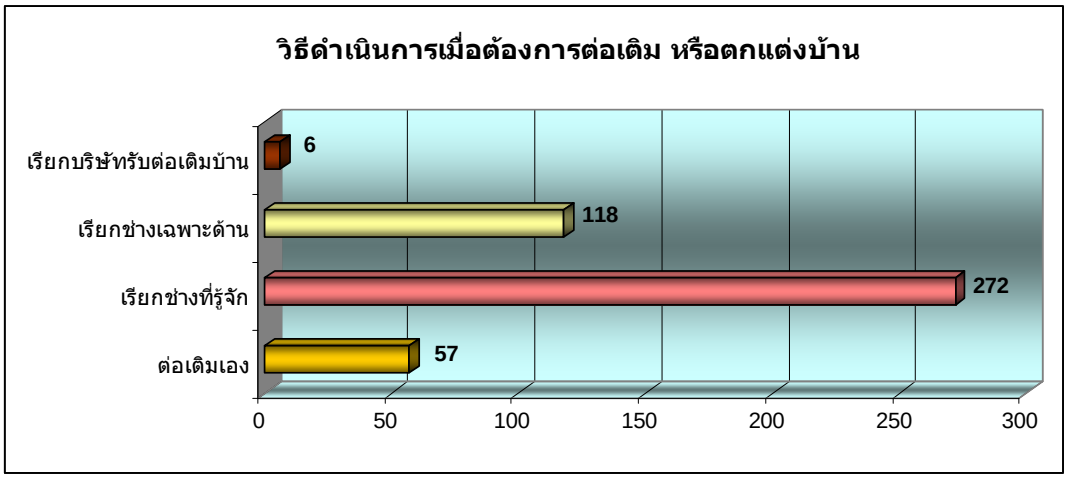
1.4 ข้อมูลในการต่อเติม หรือ ตกแต่งบ้านพักอาศัย

1.4.1 การดำเนินการเมื่อต้องการต่อเติม หรือ ตกแต่งบ้าน

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าการดำเนินการเมื่อต้องการต่อเติม หรือ ตกแต่งบ้าน เช่น เพิ่มปลั๊กไฟ เปลี่ยนโคมไฟ เปลี่ยนประตู หน้าต่าง ทาสีบ้านใหม่ ของ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมมากที่สุด คือ เรียกช่างที่รู้จัก ลำดับรองลงไป คือ เรียกช่างเฉพาะด้าน และถัดไปคือ ต่อเติมเอง และ เรียกบริษัทรับต่อเติมบ้าน

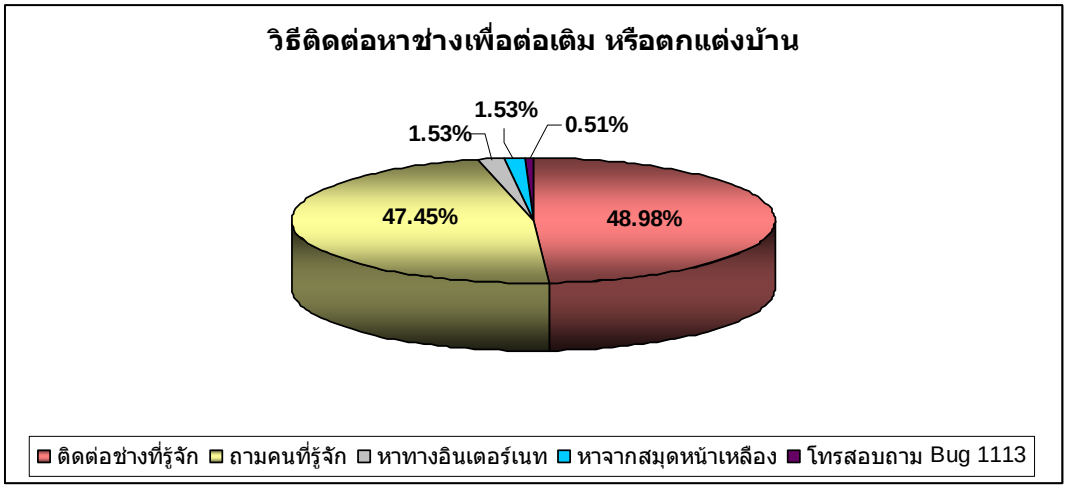
ภาพที่ 4.25 กราฟแสดงวิธีการดำเนินการเมื่อต้องการต่อเติม หรือ ตกแต่งบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.4.2 วิธีการติดต่อหาช่างเมื่อต้องการต่อเติม หรือ ตกแต่งบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าวิธีการติดต่อหาช่างเมื่อต้องการต่อเติม หรือ ตกแต่งบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้มากที่สุด คือ ติดต่อช่างที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 48.98 รองลงไป คือ ถามคนที่รู้จัก ร้อยละ 47.45 หาทางอินเตอร์เนท ร้อยละ 1.53 หาจากสมุดหน้าเหลือง ร้อยละ 1.53 และโทรสอบถาม Bug 1113 ร้อยละ 0.51

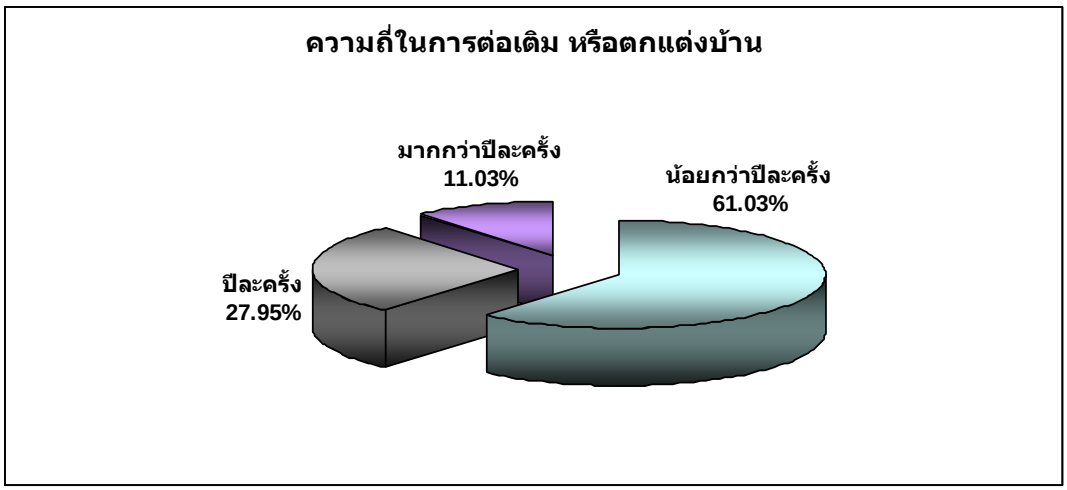
ภาพที่ 4.26 กราฟแสดงวิธีติดต่อหาช่างเมื่อต้องการต่อเติม หรือ ตกแต่งบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.4.3 ความถี่ในการต่อเติม หรือ ตกแต่งบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการต่อเติม หรือ ตกแต่งบ้าน น้อยกว่าปีละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61.03 ความถี่ปีละครั้ง ร้อยละ 27.95 และความถี่มากกว่าปีละครั้ง ร้อยละ 11.03 โดยที่ความถี่เฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการต่อเติมหรือตกแต่งบ้าน อยู่ที่ 3 ครั้ง

ภาพที่ 4.27 กราฟแสดงความถี่ในการต่อเติม หรือ ตกแต่งบ้าน ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย

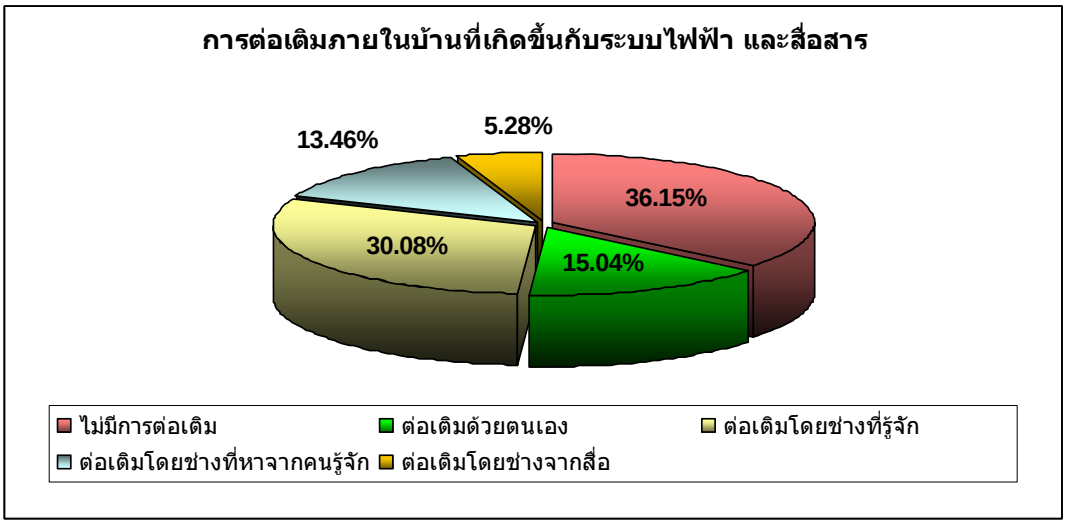


1.4.4 การต่อเติมภายในบ้านที่เกิดขึ้นในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

(1) ระบบไฟฟ้าและสื่อสาร

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีการต่อเติมภายในบ้านที่เกิดขึ้นกับระบบไฟฟ้าและสื่อสาร เช่น ไฟฟ้า โทรศัพท์ โทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 36.15 อันดับรองลงไป คือ มีการต่อเติมโดยช่างที่รู้จัก ร้อยละ 30.08 มีการต่อเติมด้วยตนเอง ร้อยละ 15.04 มีการต่อเติมด้วยช่างที่หาจากคนรู้จัก ร้อยละ 13.46 และมีการต่อเติมโดยหาช่างจากสื่อ ร้อยละ 5.28

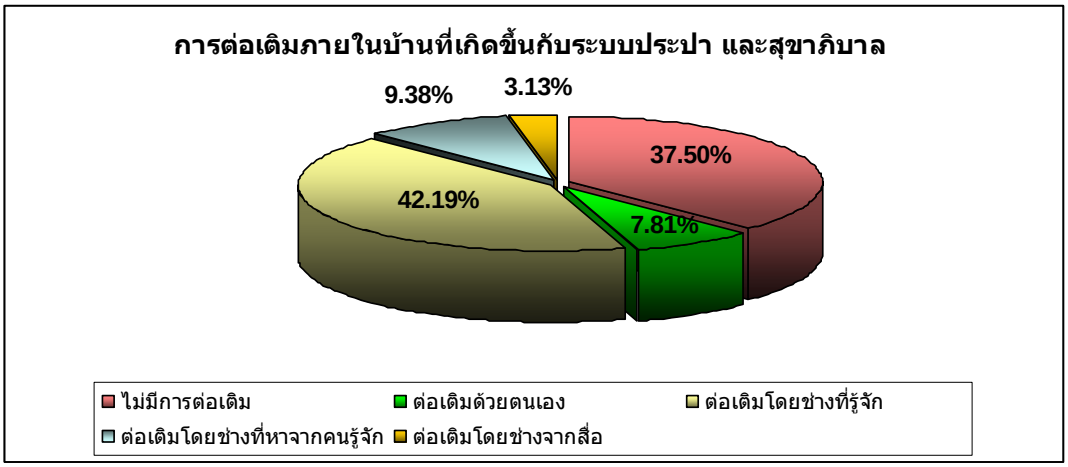
ภาพที่ 4.28 กราฟแสดงการต่อเติมภายในบ้านที่เกิดขึ้นกับระบบไฟฟ้า และสื่อสารของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



(2) ระบบประปาและสุขาภิบาล

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าการต่อเติมภายในบ้านที่เกิดขึ้นกับระบบประปาและสุขาภิบาลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการต่อเติมโดยช่างที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 42.19 อันดับรองลงไป คือ ไม่มีการต่อเติม ร้อยละ 37.50 มีการต่อเติมโดยช่างที่หาจากคนรู้จัก ร้อยละ 9.38 มีการต่อเติมด้วยตนเอง ร้อยละ 7.81 และมีการต่อเติมโดยหาช่างจากสื่อ ร้อยละ 3.13

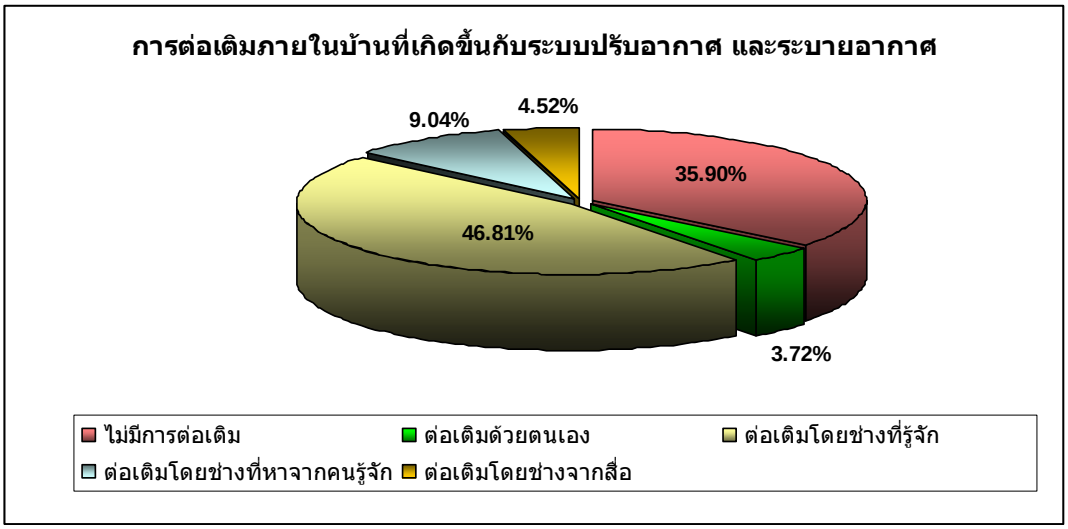
ภาพที่ 4.29 กราฟแสดงการต่อเติมภายในบ้านที่เกิดขึ้นกับระบบประปาและสุขาภิบาล ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



(3) ระบบปรับอากาศ และระบายอากาศ

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าการต่อเติมภายในบ้านที่เกิดขึ้นกับระบบปรับอากาศ และระบายอากาศ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการต่อเติมโดยช่างที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 46.81 อันดับรองลงไป คือ ไม่มีการต่อเติม ร้อยละ 35.90 มีการต่อเติมโดยช่างที่หาจากคนรู้จัก ร้อยละ 9.04 มีการต่อเติมโดยหาช่างจากสื่อ ร้อยละ 4.52 และมีการต่อเติมด้วยตนเอง ร้อยละ 3.72

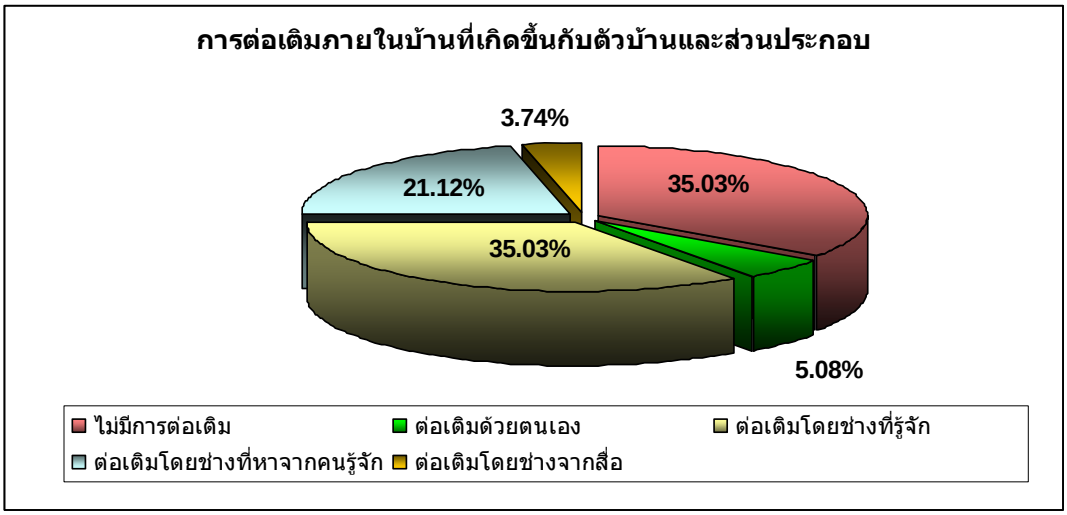
ภาพที่ 4.30 กราฟแสดงการต่อเติมภายในบ้านที่เกิดขึ้นกับระบบปรับอากาศ และระบายอากาศของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



(4) ตัวบ้าน และส่วนประกอบ

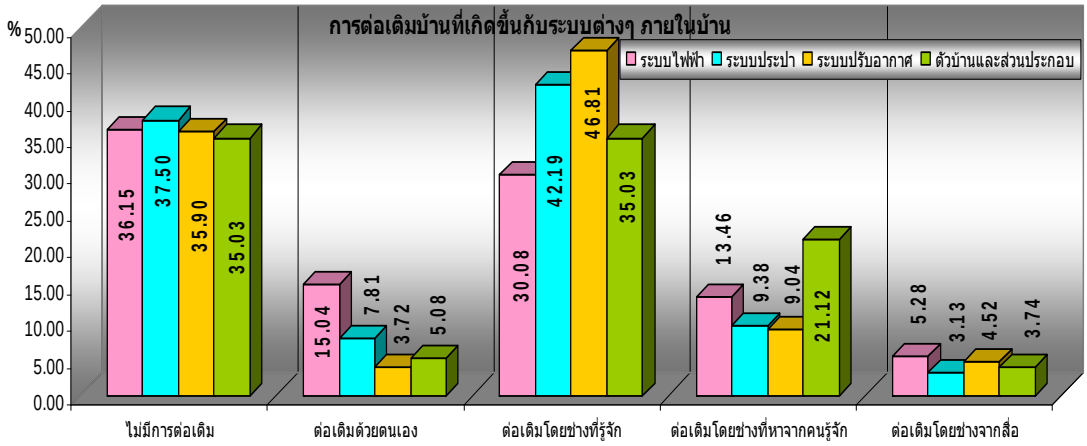
จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าการต่อเติมภายในบ้านที่เกิดขึ้นกับตัวบ้าน และส่วนประกอบ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการต่อเติมโดยช่างที่รู้จัก และ ไม่มีการต่อเติม ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 35.03 อันดับถัดไป คือ มีการต่อเติมโดยช่างที่หาจากคนรู้จัก ร้อยละ 21.12 มีการต่อเติมด้วยตนเอง ร้อยละ 5.08 และ มีการต่อเติมโดยหาช่างจากสื่อ ร้อยละ 3.74

ภาพที่ 4.31 กราฟแสดงการต่อเติมภายในบ้านที่เกิดขึ้นกับตัวบ้าน และส่วนประกอบ ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าในภาพรวมในการต่อเติมบ้านที่เกิดขึ้นกับระบบต่างๆ ภายในบ้าน ของผู้ตอบแบบสอบถามในปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่แล้วจะมีการต่อเติมโดยช่างที่รู้จักมากที่สุด ลำดับถัดมา คือ ไม่มีการต่อเติม ตามด้วย มีการต่อเติมโดยช่างที่หาจากคนรู้จัก มีการต่อเติมด้วยตนเอง และ มีการต่อเติมโดยหาช่างจากสื่อ

ภาพที่ 4.32 กราฟแสดงการต่อเติมที่เกิดขึ้นกับระบบต่างๆ ภายในบ้าน ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



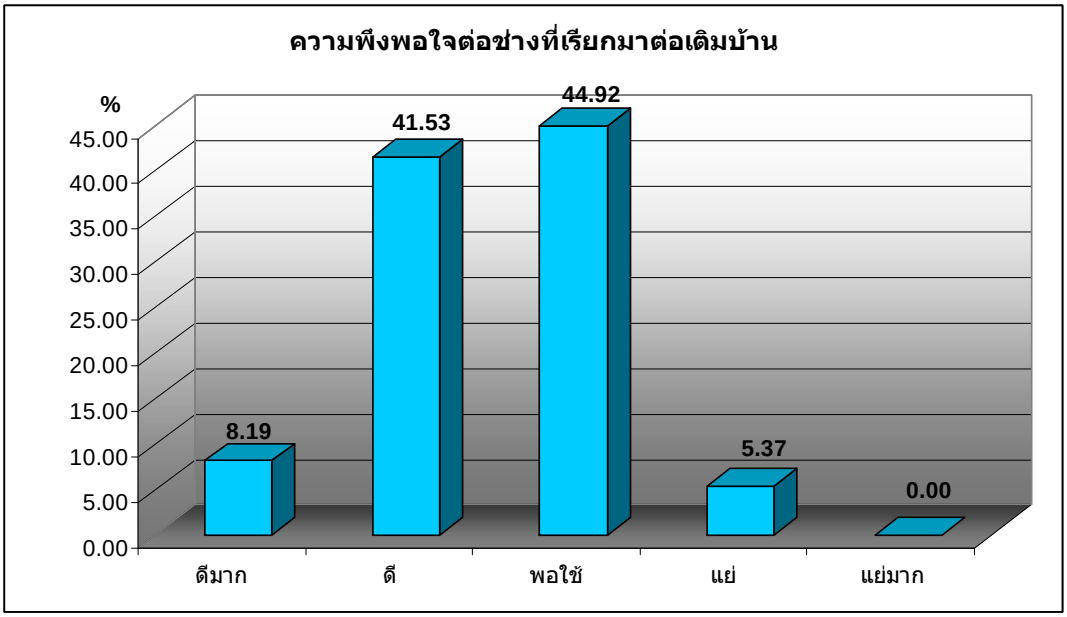
1.4.5 **ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการต่อเติมบ้านในปีที่ผ่านมาของผู้ตอบแบบสอบถาม**

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการต่อเติมบ้านในปีที่ผ่านมาของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย เท่ากับ 18,000 บาท

1.4.6 **ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อช่างที่เรียกมาต่อเติมบ้าน**

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อช่างที่เรียกมาซ่อมแซมบ้านในระดับพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.92 รองลงมา คือ มีความพึงพอใจต่อช่างในระดับดี ร้อยละ 41.53 มีความพึงพอใจต่อช่างในระดับดีมาก 8.19 และมีความพึงพอใจต่อช่างในระดับแย่ ร้อยละ 5.37

ภาพที่ 4.33 กราฟแสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อช่างที่เรียกมาต่อเติมบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



สำหรับค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อช่างที่เรียกมาต่อเติมบ้าน เท่ากับ 3.12 ซึ่งแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อช่างอยู่ในระดับพอใช้ โดยระดับความพึงพอใจมีค่าคะแนน ดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าคะแนนความพึงพอใจที่มีต่อช่างที่เรียกมาต่อเติมบ้าน

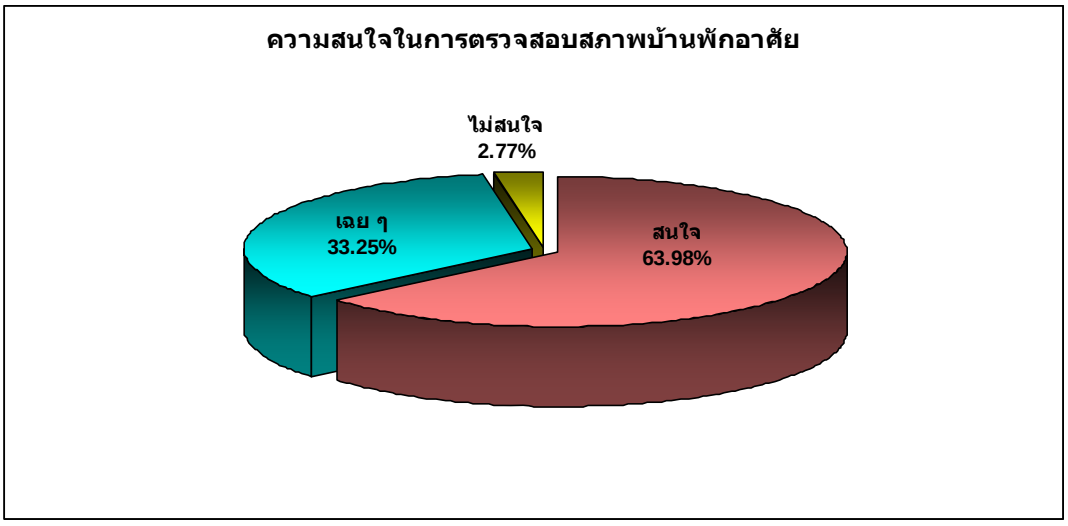
ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
ดีมาก	5
ดี	4
พอใช้	3
แย่	2
แย่มาก	1

1.5 ข้อมูลในการตรวจสอบสภาพของบ้านพักอาศัย

1.5.1 ความสนใจในการตรวจสอบสภาพของบ้านพักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจในการตรวจสอบสภาพของบ้านพักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 63.98 เฉยๆ ร้อยละ 33.25 และไม่สนใจ ร้อยละ 2.77

ภาพที่ 4.34 กราฟแสดงระดับความสนใจในการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



สำหรับค่าคะแนนความสนใจในการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม 2.61 ซึ่งแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค่อนข้างมีความสนใจในการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัย โดยระดับความสนใจในการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยมีค่าคะแนน ดังนี้

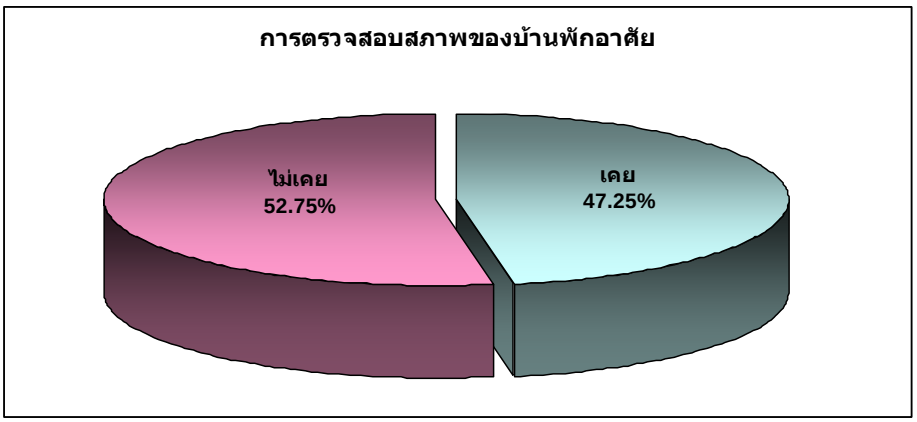
ตารางที่ 4.4 แสดงค่าคะแนนความสนใจในการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัย

ระดับความสนใจ	คะแนน
สนใจ	3
เฉย ๆ	2
ไม่สนใจ	1

1.5.2 การตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยของตนเอง

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยตรวจสอบสภาพของบ้านพักอาศัยของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 52.75 และเคยตรวจสอบสภาพของบ้านพักอาศัยของตนเอง ร้อยละ 47.25

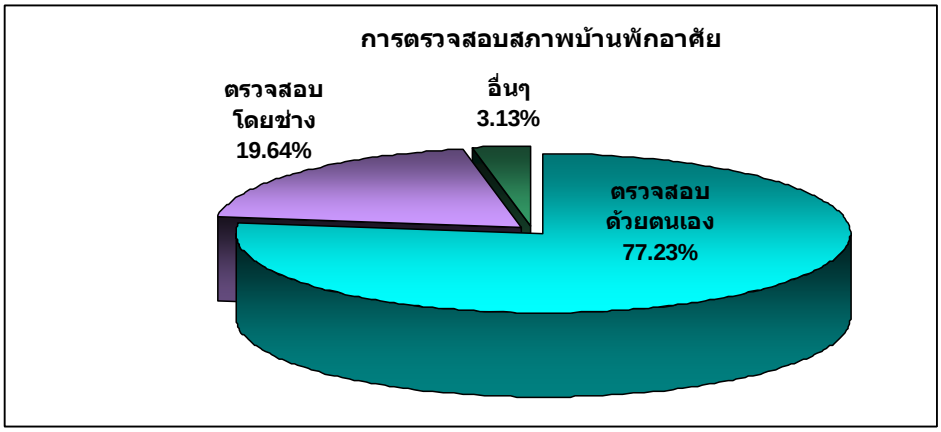
ภาพที่ 4.35 กราฟแสดงการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400



1.5.3 ผู้ตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัย

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยตรวจสอบสภาพของบ้านพักอาศัยของตนเองนั้นส่วนใหญ่ทำการตรวจสอบด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 77.23 ตรวจสอบโดยช่าง ร้อยละ 19.64 และอื่นๆ ร้อยละ 3.13

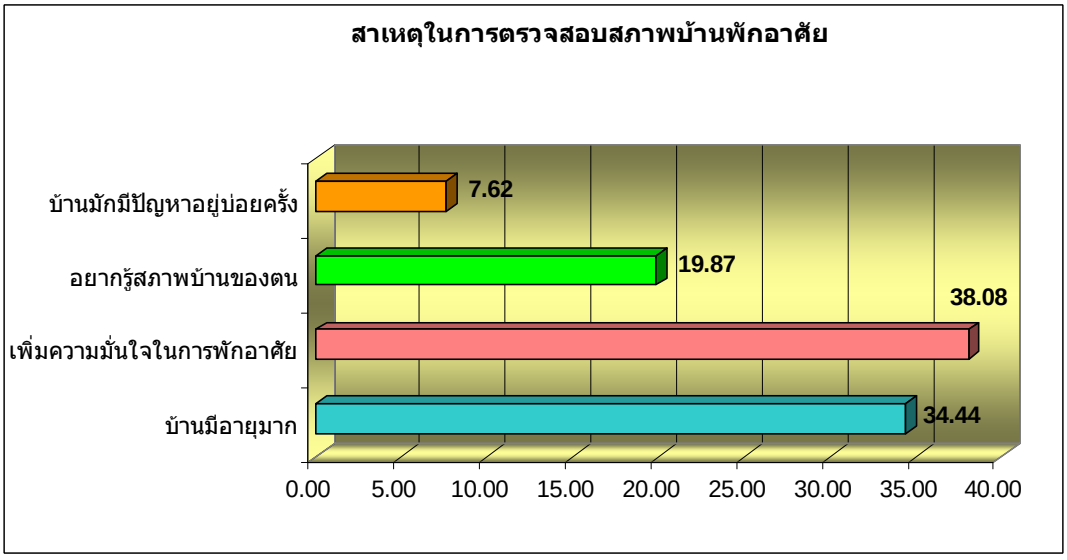
ภาพที่ 4.36 กราฟแสดงผู้ตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.5.4 สาเหตุในการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัย

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าสาเหตุในการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการพักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 38.08 ลำดับรองลงไปคือ บ้านมีอายุมากแล้ว ร้อยละ 34.44 อยากรู้สภาพบ้านของตน ร้อยละ 19.87 และ บ้านมักมีปัญหาอยู่บ่อยครั้ง ร้อยละ 7.62

ภาพที่ 4.37 กราฟแสดงสาเหตุของการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



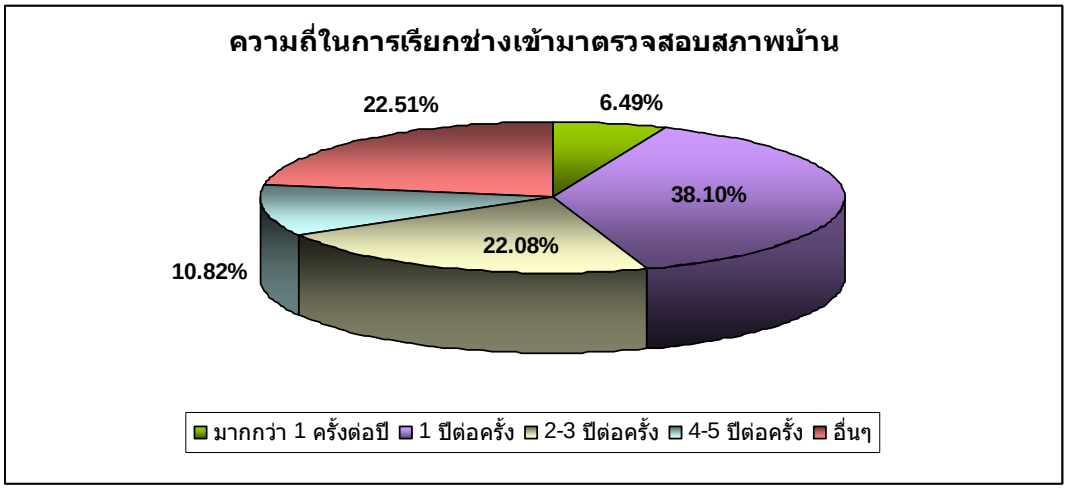
1.5.5 **ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการตรวจสอบสภาพบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม**

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้งที่ใช้ในการตรวจสอบสภาพบ้าน อยู่ในช่วงประมาณ 1,001 – 5,000 บาท มากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบสภาพบ้านต่อครั้ง เท่ากับ 1,800 บาทซึ่งข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการกำหนดราคาของการให้บริการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยที่เหมาะสมต่อไป

1.5.6 **ความถี่ในการเรียกช่างเข้ามาตรวจสอบสภาพบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม**

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าความถี่ในการเรียกช่างเข้ามาตรวจสอบสภาพบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 1 ปีต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.10 รองลงมา คือ 2-3 ปีต่อครั้ง ร้อยละ 22.08 4- 5 ปีต่อครั้ง ร้อยละ 10.82 และมากกว่า 1 ครั้งต่อปี ร้อยละ 6.49 อื่นๆ ร้อยละ 22.51 เช่น ตรวจสอบเอง ไม่เรียกช่าง เรียกทุกครั้งเมื่อมีปัญหา ยังไม่เคยใช้บริการ

ภาพที่ 4.38 กราฟแสดงความถี่ในการเรียกช่างเข้ามาตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.6 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจการให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และ ตรวจสอบบ้านพักอาศัยอย่างครบวงจร

1.6.1 ความคิดเห็นในเรื่องปัญหาของช่างที่เรียกมาให้บริการ

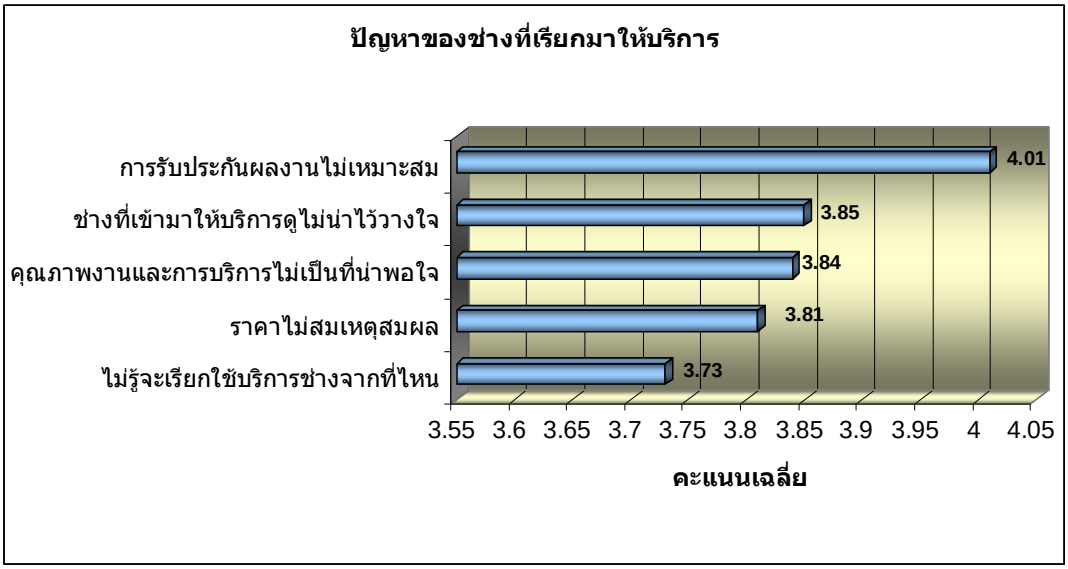
จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่องปัญหาของช่างที่เรียกมาให้บริการ โดยมีระดับคะแนนความเห็นเป็นดังนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงระดับความเห็นต่อปัญหาของช่างที่เรียกมาให้บริการ

ระดับความเห็น	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
เฉยๆ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของปัญหาสูงสุดจะเป็นเรื่องของ การรับประกันผลงานไม่เหมาะสม และตามมาด้วยปัญหาเรื่องช่างที่เข้ามาให้บริการดูไม่น่าไว้วางใจ คุณภาพงานและการบริการไม่เป็นที่น่าพอใจ ราคาไม่สมเหตุสมผล และ ไม่รู้จะเรียกใช้บริการช่างจากที่ไหน

ภาพที่ 4.39 กราฟแสดงคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเรื่องปัญหาของช่างที่เรียกมาให้บริการในธุรกิจซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้าน ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.6.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทที่ให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัย

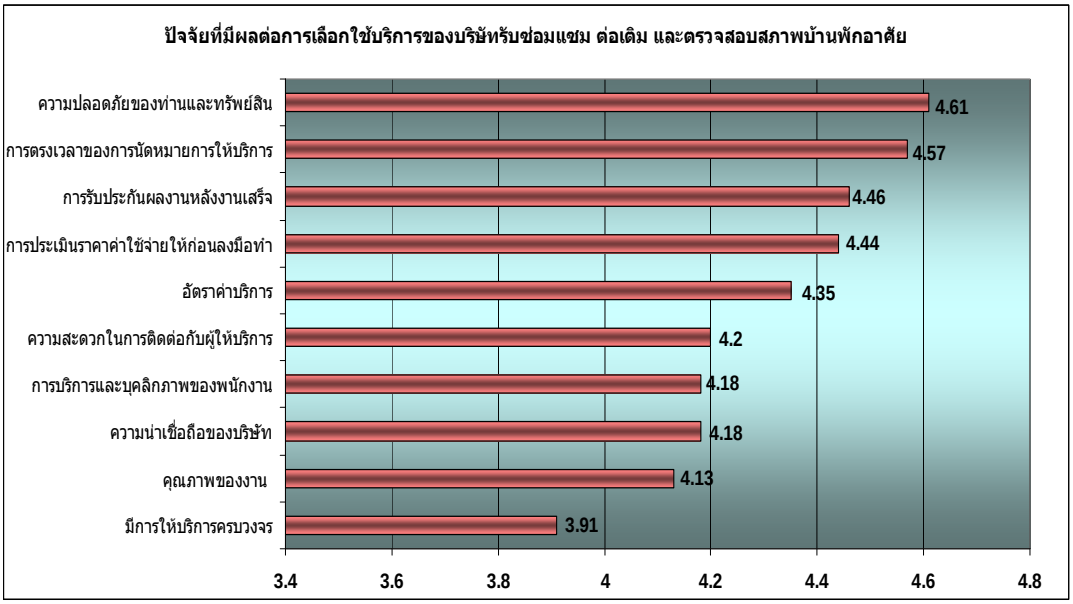
จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความสำคัญต่อปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทที่ให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัย โดยมีระดับคะแนนความสำคัญเป็นดังนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ระดับความสำคัญ	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการบริษัทที่ให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัย 3 อันดับแรก คือ 1. ความปลอดภัยของท่านและทรัพย์สิน 2. การตรงเวลาของการนัดหมายการให้บริการ 3. การรับประกันผลงานหลังงานเสร็จ ซึ่งจากข้อมูลที่ได้บริษัทสามารถนำไปวางแผนในการให้บริการที่เหมาะสมต่อไป

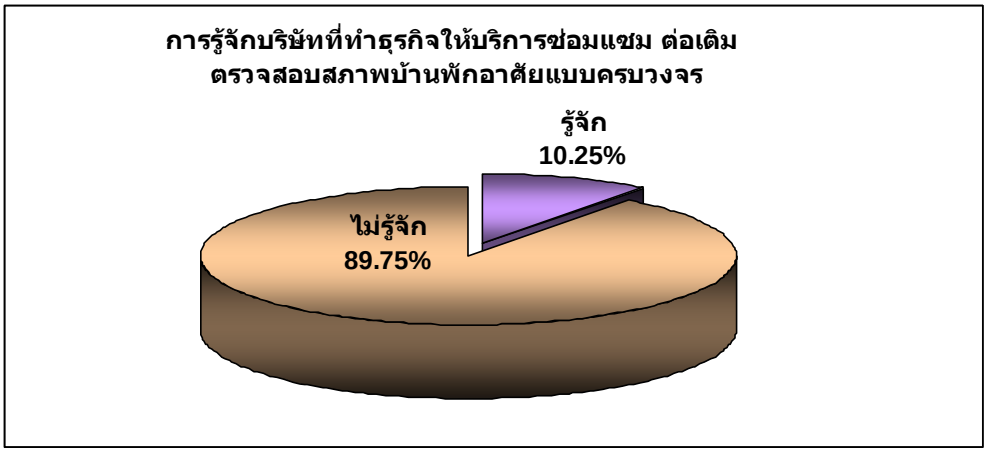
ภาพที่ 4.40 กราฟแสดงคะแนนเฉลี่ยความความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทรับซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.6.3 การรู้จักบริษัทที่ทำธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 89.75 ไม่รู้จักบริษัทที่ทำธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร และตอบว่า รู้จัก เพียงร้อยละ 10.25

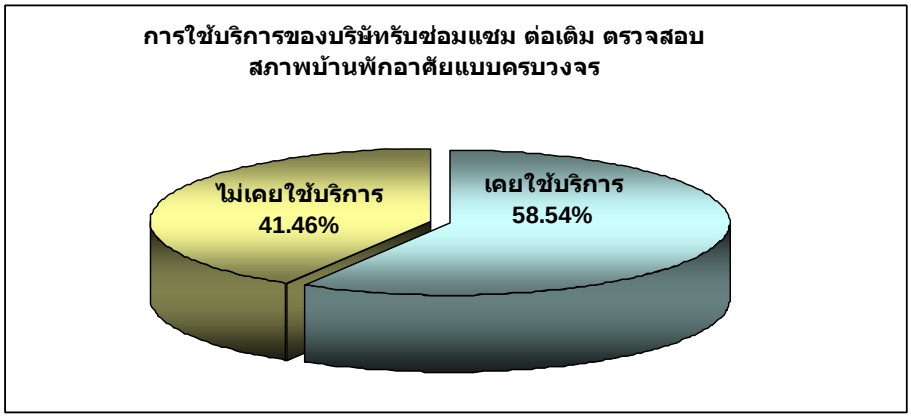
ภาพที่ 4.41 กราฟแสดงการรู้จักบริษัทที่ทำธุรกิจให้บริการรับซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านแบบครบวงจรของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.6.4 การใช้บริการบริษัทที่ทำธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่ารู้จักบริษัทที่ทำธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร ทั้งหมด 41 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการจากบริษัทดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 58.54 และไม่เคยใช้บริการ ร้อยละ 41.46

ภาพที่ 4.42 กราฟแสดงการใช้บริการบริษัทที่ทำธุรกิจให้บริการรับซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านแบบครบวงจรของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.6.5 **ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเข้ามาตรวจสอบสถานที่หน้างานของบริษัทที่ทำธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร**

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่ามีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเข้ามาตรวจสอบสถานที่หน้างานคิดเป็นค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 170 บาท

1.6.6 **ความสนใจต่อกิจกรรมการส่งเสริมการขายสำหรับธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร**

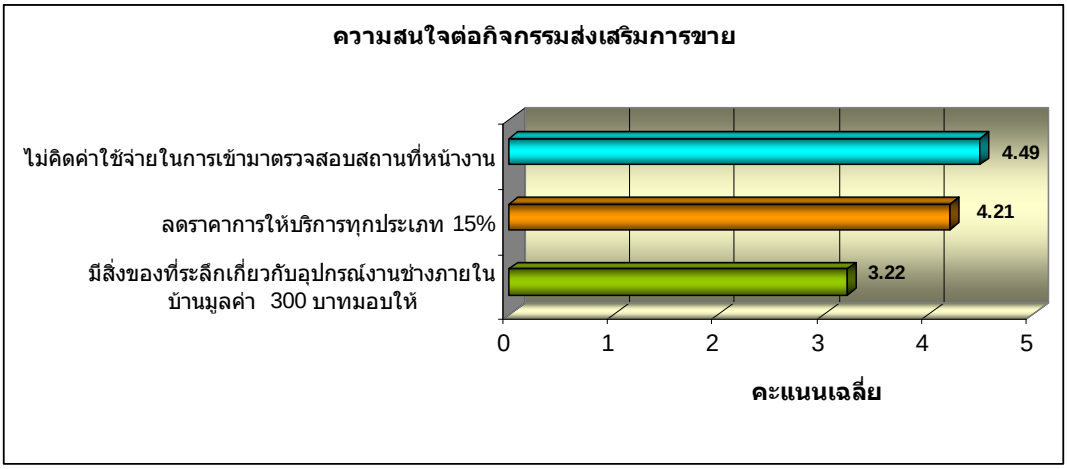
จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย มีระดับคะแนนความสนใจต่อกิจกรรมการส่งเสริมการขายสำหรับธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงระดับความสนใจต่อกิจกรรมส่งเสริมการขายสำหรับธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร

ระดับความสนใจ	คะแนน
สนใจมากที่สุด	5
สนใจมาก	4
สนใจปานกลาง	3
สนใจน้อย	2
สนใจน้อยที่สุด	1

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจมากต่อกิจกรรมการส่งเสริมการขาย ในเรื่องของ การไม่คิดค่าใช้จ่ายในการเข้ามาตรวจสอบสถานที่หน้างาน โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.49 และ การลดราคาการให้บริการทุกประเภท 15% มีคะแนนเฉลี่ย 4.21 และให้ความสนใจปานกลาง ในเรื่องของการมีสิ่งของที่ระลึกเกี่ยวกับอุปกรณ์งานช่างภายในบ้านมูลค่า 300 บาทมอบให้ โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.22

ภาพที่ 4.43 กราฟแสดงความสนใจต่อกิจกรรมส่งเสริมการขายสำหรับธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจรของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



1.6.7 **ความสนใจในการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร**

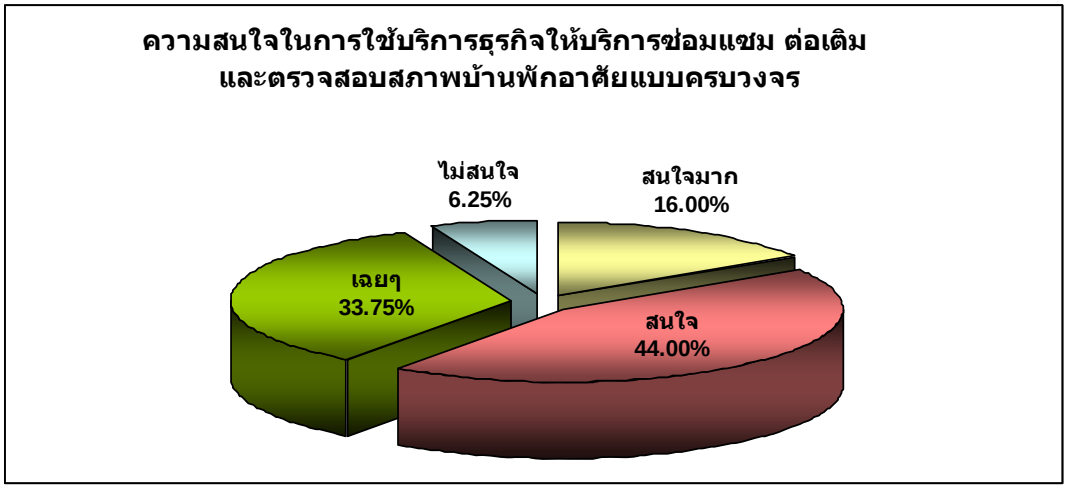
จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย มีระดับคะแนนความสนใจในการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงระดับความสนใจในการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร

ระดับความสนใจ	คะแนน
สนใจมาก	4
สนใจ	3
เฉยๆ	2
ไม่สนใจ	1

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 44 เฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 33.75 สนใจมาก ร้อยละ 16 และไม่สนใจ ร้อยละ 6.25

ภาพที่ 4.44 กราฟแสดงความสนใจในการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย



สำหรับความสนใจในการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 2.69 จากคะแนนเต็ม 4 คะแนน ซึ่งแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค่อนข้างสนใจใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร

1.7 **การวิเคราะห์** ANOVA

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ที่มีอิทธิพลต่อความสนใจในการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยวิธี ONE WAY ANOVA ได้ผล ดังนี้

1.7.1 **เพศ กับ ความสนใจในการใช้บริการธุรกิจ**

ไม่พบว่าค่าเฉลี่ยความสนใจการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจรของเพศชาย และ เพศหญิง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

1.7.2 **อายุ กับ ความสนใจในการใช้บริการธุรกิจ**

ไม่พบว่าค่าเฉลี่ยความสนใจการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจรในแต่ละช่วงอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

1.7.3 **อาชีพ กับ ความสนใจในการใช้บริการธุรกิจ**

พบว่าค่าเฉลี่ยความสนใจการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจรของแต่ละอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

จากค่าเฉลี่ยความสนใจของอาชีพมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) พิจารณาความแตกต่างรายคู่ พบว่า คู่ที่มีค่าเฉลี่ยความสนใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมี 2 คู่ คือ กลุ่มอาชีพอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความสนใจในการใช้บริการมากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญ และ กลุ่มอาชีพอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความสนใจในการใช้บริการมากกว่ากลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งทำให้ไม่สามารถนำมาใช้พิจารณาได้ เนื่องจากเป็นอาชีพอื่นๆ

1.7.4 ระดับการศึกษา กับ ความสนใจในการใช้บริการธุรกิจ

พบว่าค่าเฉลี่ยความสนใจการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจรของระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

จากค่าเฉลี่ยความสนใจของระดับการศึกษามีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) พิจารณาความแตกต่างรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่าเฉลี่ยความสนใจในการใช้บริการมากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญ จากแนวโน้มของค่าเฉลี่ยพบว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น จะมีความสนใจในการใช้บริการธุรกิจมากขึ้น

1.7.5 ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน กับ ความสนใจในการใช้บริการธุรกิจ

พบว่าค่าเฉลี่ยความสนใจการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจรของครอบครัวที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

จากค่าเฉลี่ยความสนใจของรายได้ของครอบครัวต่อเดือนมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) พิจารณาความแตกต่างรายคู่ พบว่า คู่ที่มีค่าเฉลี่ยความสนใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมี 2 คู่ คือ กลุ่มรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 30,001 – 60,000 บาทมีค่าเฉลี่ยความสนใจในการใช้บริการมากกว่ากลุ่มรายได้ของครอบครัว

ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญ กลุ่มรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 120,001 – 150,000 บาทและ กลุ่มรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 150,001 บาทขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยความสนใจในการใช้บริการมากกว่ากลุ่มรายได้ของครอบครัวต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญ

และเมื่อดูจากแนวโน้มของค่าเฉลี่ยพบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทจะมีความสนใจใช้บริการธุรกิจสูงกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท และกลุ่มรายได้ 120,001 บาทขึ้นไป มีความสนใจสูงที่สุด

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อความสนใจในการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจรข้างต้นสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.9 สรุปผลการวิเคราะห์ ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตัวแปร	Sig.	**แปรผล** ANOVA
1. เพศ	0.18	ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
2. อายุ	0.615	ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
3. อาชีพ	0.039	แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
4. ระดับการศึกษา	0.003	แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
5. รายได้ของครอบครัว	0.012	แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

2. ผลการวิจัยเชิงลึก

2.1 บริษัท โฮม เมนเทนแนนซ์ จำกัด

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการลูกค้าของบริษัท โฮม เมนเทนแนนซ์ จำกัด เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2552 เวลา 13.00 น. ถึงปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ตลอดจนกลุ่มลูกค้าของธุรกิจ พบว่า บริษัทโฮม เมนเทนแนนซ์ จำกัด นั้นเปิดดำเนินกิจการมานานกว่า 10 ปี โดยกลุ่มลูกค้าหลักจะเป็น ลูกค้าที่อาศัยอยู่ในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และมีกลุ่มลูกค้าบ้านทั่วไป อาคารพาณิชย์ ซึ่งลูกค้าจะต้องสมัครเป็นสมาชิกของบริษัทโดยมี Package ของการสมัครเป็นสมาชิกให้เลือก หากไม่เป็นสมาชิกบริษัทจะเรียกเก็บค่าบริการรายครั้ง ครั้งละ 800 บาท และมีค่าเดินทาง 300 บาท ซึ่งอัตรานี้ไม่รวมค่าอุปกรณ์อะไหล่ ระบบสมาชิกทำ

ให้บริษัทมีรายรับที่แน่นอนบางส่วนและสามารถจัดการกับระบบการสั่งซื้อวัสดุอุปกรณ์และอะไหล่ได้อย่างเหมาะสม ปัญหาและอุปสรรคที่มักจะเกิดขึ้นกับบริษัท คือ จำนวนช่างและวิศวกรในการให้บริการไม่เพียงพอ หากลูกค้ามีการใช้บริการงานในลักษณะเดียวกันพร้อมๆ กันหลายๆ บ้าน เช่น งานต่อเติม งานระบบไฟฟ้า งานล้างเครื่องปรับอากาศ นอกจากนี้ ในช่วงหน้าฝนในส่วนของงานซ่อมแซม ต่อเติม มีการล่าช้า เนื่องจากฝนตก ทำให้ส่งมอบงานให้ลูกค้าไม่ทันตามกำหนด และมีปัญหาในส่วนของต้นทุนค่าวัสดุก่อสร้าง เช่น เหล็ก ปูน กระเบื้อง ท่อ PVC จะมีราคาไม่คงที่ บางช่วงราคาสูงเนื่องจากต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้นจากการปรับขึ้นของราคาน้ำมัน และราคาที่อิงตามตลาดโลก เช่น ราคาเหล็ก ราคา PVC ทำให้บริษัทมีต้นทุนสูงขึ้น และต้องคิดค่าบริการกับลูกค้าในอัตราที่สูงขึ้น ซึ่งวิศวกรต้องอธิบายให้ลูกค้าทราบแต่ในบางครั้งลูกค้าก็ไม่เข้าใจ หรือมีบางรายขะลอการใช้บริการออกไป ในส่วนของปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จนั้น ลูกค้าจะให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของงาน การเก็บงานได้เรียบร้อย และการส่งมอบงานตามกำหนด ดังนั้นบริษัทจึงต้องมีทีมงานที่มีความเป็นมืออาชีพ มีประสบการณ์ ใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ได้มาตราฐาน และให้บริการที่น่าเชื่อถือแก่ลูกค้า รวมทั้งการพยายามทำงานให้เสร็จทันตามกำหนดที่ได้แจ้งกับลูกค้าไว้

2.2 บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2552 เวลา 10.00 น. ถึงปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ตลอดจนกลุ่มลูกค้าของธุรกิจ พบว่า ธุรกิจหลักของบริษัท Home Pro นั้นจะเน้นที่การขายปลีกสินค้าเพื่อการก่อสร้าง ตกแต่ง และซ่อมแซมบ้านเป็นหลัก ส่วนการให้บริการตกแต่งซ่อมแซมบ้านนั้นเป็นบริการที่เสริมขึ้นมาเพื่อให้เกิดความครบวงจรและตอบสนองแก่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าของบริษัทแล้วไม่รู้จะหาช่างที่ไหนไปให้บริการ โดยบริษัทจะไม่ได้ให้บริการในส่วนของการรับต่อเติมและตรวจสอบสภาพบ้านเนื่องจากเป็นงานที่ต้องอาศัยทีมวิศกรและช่างที่มีประสบการณ์ในด้านการก่อสร้าง ซึ่งบริษัทไม่มีทีมงานที่รองรับตรงจุดนี้ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทที่มาใช้บริการตกแต่ง ซ่อมแซมบ้านก็จะเป็นลูกค้าที่มาซื้อสินค้าของบริษัทซึ่งมีทั้งลูกค้าที่อาศัยอยู่ในโครงการหมู่บ้านจัดสรร บ้านเดี่ยว ตึกแถว อาคารพาณิชย์ คอนโดมิเนียม ทั้งในเขตกรุงเทพและปริมณฑล โดยงานส่วนใหญ่ที่ลูกค้ามาใช้บริการ คือ งานซ่อมแซม และตกแต่งห้องครัว ห้องน้ำ โดยบริษัทจะมีการรับประกันผลงานเป็นระยะเวลา 180 วัน ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จ คือ ความเชื่อมั่นของ

ลูกค้าที่มั่นใจในความมีคุณภาพของสินค้าและบริการของบริษัท ซึ่งเมื่อเอ่ยถึงชื่อ Home Pro ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะรู้จักดี นอกจากนี้ที่ Home Pro จะมีสินค้าเกี่ยวกับการซ่อมแซม และตกแต่งบ้านที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีความหลากหลาย รวมทั้งมี Design ที่ทันสมัย ซึ่งการให้บริการของ Home Pro จะเน้นที่การสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายและสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าได้ ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจ ส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่องของต้นทุนสินค้าซึ่งผันผวนตามค่าขนส่ง หากราคาน้ำมันสูงขึ้น ราคาสินค้าจะปรับขึ้นตามไปด้วย การไม่มีสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการและสินค้าขาดตลาด เช่น กระเบื้องบางลาย ผ้าม่านบางลาย บางครั้งการสั่งนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศต้องใช้เวลารอนาน เช่น วอเปเปอร์ ผ้าม่าน พรม ปัญหาจากการตัดราคาหรือการจัดโปรโมชั่นของคู่แข่งทำให้ยอดขายสินค้าของบริษัทตกลง ในส่วนของงานบริการซ่อมแซม และตกแต่ง จะมีปัญหาในเรื่องช่างที่ให้บริการบางครั้งมีไม่เพียงพอ ทำให้มีงานของลูกค้าค้างอยู่พอสมควร และมีบางครั้งลูกค้าเปลี่ยนไปใช้บริการจากช่างที่อื่น เนื่องจากไม่ต้องการรอช่างของบริษัท และบางครั้งลูกค้าต้องการวัสดุบางรายการซึ่งไม่มีในสต๊อกของบริษัท ทำให้เสียเวลาในการรอสินค้า เช่น กระเบื้อง วอเปเปอร์ การส่งมอบงานจึงล่าช้าออกไป เป็นต้น

3. สรุปผลการวิจัยตลาด

จากผลการวิจัยตลาดที่ได้ทำการวิเคราะห์มาแล้วนั้นสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีบ้านพักอาศัยเป็นลักษณะบ้านเดี่ยว อยู่ในโครงการหมู่บ้านจัดสรร โดยปัญหาเกี่ยวกับงานซ่อมแซมภายในบ้านส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของงานระบบ (ไฟฟ้า ประปา ปรับอากาศ) ความรู้เรื่องงานช่างภายในบ้านของผู้บริโภคมีน้อย เมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับระบบต่างๆ ภายในบ้านวิธีแก้ปัญหาโดยส่วนใหญ่คือเรียกใช้บริการจากช่างเนื่องจากไม่สามารถแก้ไขเองได้ ไม่มีความรู้ โดยมักจะตามช่างที่รู้จักมาแก้ไขให้ และมีระดับความพึงพอใจต่อช่างที่มาให้บริการอยู่ในระดับพอใช้ ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการซ่อมแซมบ้านของปีที่ผ่านมาอยู่ที่ 10,200 บาท

ในเรื่องงานต่อเติม หรือตกแต่งบ้าน ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักเรียกใช้บริการจากช่างที่รู้จัก โดยความถี่ในการต่อเติม หรือตกแต่งบ้านโดยเฉลี่ยแล้วน้อยกว่าปีละครั้ง ระดับความพึงพอใจต่อช่างที่เรียกมาให้บริการอยู่ในระดับพอใช้ ส่วนค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการต่อเติม หรือตกแต่งบ้านในปีที่ผ่านมาของผู้บริโภคอยู่ที่ 18,000 บาท

สำหรับการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยของผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสนใจในการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัย แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 52.75 ไม่เคยทำการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัย ส่วนผู้บริโภคที่เคยตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยจะตรวจสอบด้วยตนเอง ถึงร้อยละ 77.23% และตรวจสอบโดยช่างเพียง ร้อยละ 19.64 ซึ่งสาเหตุในการตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการพักอาศัย ความถี่ในการเรียกช่างเข้ามาตรวจสอบสภาพบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 1 ปีต่อครั้ง โดยค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบสภาพบ้านต่อครั้ง เท่ากับ 1,800 บาท

สำหรับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 89.75 ไม่รู้จักบริษัทที่ทำธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ค่อนข้างสนใจใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจร โดยมีคะแนนความสนใจเฉลี่ย เท่ากับ 2.69 จากคะแนนเต็ม 4 คะแนน โดยปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการบริษัทที่ให้บริการ ซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัย 3 อันดับแรก คือ 1. ความปลอดภัยของผู้บริโภคและทรัพย์สิน 2. การตรงเวลาของการนัดหมายการให้บริการ 3. การรับประกันผลงานหลังงานเสร็จ นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ค่อนข้างเห็นด้วยกับปัญหาต่างๆ ของช่างที่เรียกมาให้บริการในธุรกิจซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้าน โดยเรื่องที่เป็นปัญหามากที่สุด คือ การรับประกันผลงานไม่เหมาะสม และตามมาด้วยปัญหาเรื่องช่างที่เข้ามาให้บริการดูไม่น่าไว้วางใจ ด้านค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเข้ามาตรวจสอบสถานที่หน้างานอยู่ที่ 170 บาท และกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ คือ การไม่คิดค่าใช้จ่ายในการเข้ามาตรวจสอบสถานที่หน้างาน และ การลดราคาการให้บริการทุกประเภท 15%

ผลจากการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยต่างๆ โดยใช้ ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ไม่พบว่าค่าเฉลี่ยความสนใจการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจรของเพศ และอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนค่าเฉลี่ยความสนใจการใช้บริการธุรกิจให้บริการซ่อมแซม ต่อเติม และตรวจสอบสภาพบ้านพักอาศัยแบบครบวงจรของอาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ของครอบครัวต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยเมื่อนำมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มอาชีพอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความ

สนใจในการใช้บริการมากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและกลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการอย่างมีนัยสำคัญ กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่าเฉลี่ยความสนใจในการใช้บริการมากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญา และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญ กลุ่มรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 30,001 – 60,000 บาท และ กลุ่มรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 120,001 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความสนใจในการใช้บริการมากกว่ากลุ่มรายได้ของครอบครัวต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับในเรื่องแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่ทำธุรกิจซ่อมแซมครบวงจรพบว่า หลุ่มลูกค้าจะมีทั้งที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรและอาศัยตามที่อยู่อาศัย หรือ อาคารพาณิชย์ทั่วไป โดยที่ปัญหาส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นจะมากจากในเรื่องของจำนวนวิศวกรและช่างไม่เพียงพอที่จะให้บริการและในเรื่องของต้นทุนการดำเนินการสูงขึ้นเนื่องมาจากค่าวัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้มีราคาสูงขึ้น โดยที่สิ่งที่เป็นปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคือคุณภาพของผลงานที่ให้แก่ลูกค้าและคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

ซึ่งผลการวิจัยตลาดดังกล่าวและการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยต่าง ๆ จะนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งกลยุทธ์ในด้านส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) การเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Targeting) และ การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Positioning) ของธุรกิจ Home Smart ต่อไป