

ทัศนคติ ความต้องการ และการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ATTITUDES, DEMANDS, AND NEWS PERCEPTION TOWARDS ELECTRICAL SYSTEM
INSTALLATION CONTRACTOR BUSINESS IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

กฤษณะ บุวรรณ และสหภาพ พอค้าทอง

Kitsana Buwan and Sahaparp Porkatong

นักศึกษาปริญญาโท สาขาการบริหารการสื่อสารการตลาดและองค์กร

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

kitsana@sbelectric.co.th

บทคัดย่อ

บทความการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับทัศนคติต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า และ เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า กับความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบ ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าที่ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าแตกต่างกัน พบว่า อายุ และประเภทของลูกค้า ทำให้มีทัศนคติแตกต่างกัน ลูกค้าของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าที่ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าแตกต่างกัน พบว่า อายุ และประเภทของลูกค้า ทำให้มีความต้องการต่อการแตกต่างกัน การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความต้องการต่อการใช้บริการ หากลูกค้ามีการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้ามาก ลูกค้าก็จะมีความต้องการต่อการใช้บริการก็จะมีความตามไปด้วย

Keyword : ทัศนคติ ความต้องการ การรับรู้ข่าวสาร ธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า

ABSTRACTS

This research aims to study the differences between demographic characteristics and attitudes towards electrical system installation contractor business, the differences between demographic characteristics and demands towards electrical system installation contractor business, and the relationship between information perception of electrical system installation business and demands of the service from towards electrical system installation contractor. The research found that different customers of electrical system installation contractor business with different demographic characteristics had different attitudes towards electrical system installation business. It was found that the age and type of customers had different attitudes, customers of electrical contractors business with different demographic characteristics had different demands of

electrical system installation contractors business. It also found that the age and type of customers effected on different demands and news perception was related to service demands. In the case where customers were more aware of the news of the electrical system installation contractor their demands were also high.

Keyword : attitudes, demands, news perception, Electrical installation contractor business

บทนำ

ธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า คือ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการติดตั้งระบบไฟฟ้าทุกประเภทของอาคาร โรงงาน การติดตั้งสายไฟฟ้า การเดินสายโทรคมนาคมสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์ทางสายเคเบิล รวมทั้งเส้นใยนำแสง งานดาวเทียม ระบบไฟฟ้าแสงสว่าง ระบบเตือนอัคคีภัย ไฟถนนและสัญญาณไฟ ตั้งแต่ระบบ 220 โวลต์ ถึง 33 กิโลโวลต์ นอกจากนี้ยังรวมถึงงานด้านการวางโปรแกรมอัตโนมัติให้กระบวนการ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561)

จากสถิติของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ปี 2561 พบว่าธุรกิจประเภทนี้มีการจัดตั้งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเมื่อมีการเพิ่มขึ้นก็ย่อมส่งผลให้มีการแข่งขันมากขึ้นตามไปด้วย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561)

จากการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า พบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงยังมีอยู่ไม่มากนัก โดยส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับธุรกิจรับเหมาโดยรวม

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง “ ทักษะคติ ความต้องการ และการรับรู้ข่าวสารของ ธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ” เพื่อศึกษาทักษะคติ ความต้องการ และการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าสามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การวางแผนการสื่อสารการตลาดของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า ซึ่งจะทำให้สร้างทักษะคติเชิงบวก ตอบสนองความต้องการ และทำการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเป็นไปในทิศทางที่ดีและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นแนวโน้มในการทำ การตลาดในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับทักษะคติต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า
2. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า
3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า กับความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าแตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าแตกต่างกัน
3. การรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้ามีความสัมพันธ์กับความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติ ความต้องการ และการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative research) เริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ (Survey research) จากประชากรตัวอย่างเพียงครั้งเดียวในช่วงเวลาหนึ่ง (Cross sectional study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและให้ผู้ตอบเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง (Self - administered questionnaire)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติ ความต้องการ และการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการศึกษาเอกสาร (Documentary study) โดยการศึกษารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ วารสาร ผลงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาเป็นแนวและกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยให้สมบูรณ์

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิจัยเรื่อง ทัศนคติ ความต้องการ และการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ในครั้งนี้คือประชากรเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ที่ และเป็นสมาชิกเฟซบุ๊กกลุ่ม (Facebook Group) 10 กลุ่ม ซึ่งเป็นเฟซบุ๊กกลุ่มเกี่ยวกับงานระบบไฟฟ้า และเป็นผู้ที่เคยใช้บริการธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

สาเหตุที่เลือกประชากรจากสมาชิกเฟซบุ๊กกลุ่ม (Facebook Group) 10 กลุ่ม นี้ เนื่องจากสมาชิกเฟซบุ๊กกลุ่มดังกล่าว เป็นผู้ที่มีความชัดเจนของเรื่องที่สนใจคือเรื่องงานระบบไฟฟ้า และเป็นผู้เคยผ่านการใช้บริการจริง เช่น กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม กลุ่มหน่วยงานราชการ กลุ่มหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มโรงพยาบาล กลุ่มโรงแรม กลุ่มคอนโด กลุ่มหมู่บ้านจัดสรร เป็นต้น

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ที่ และเป็นสมาชิกเฟซบุ๊กกลุ่ม (Facebook Group) 4 กลุ่ม ซึ่งเป็นเฟซบุ๊กกลุ่มเกี่ยวกับงานระบบไฟฟ้า เป็นผู้ที่เคยใช้บริการธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 400 คน

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้เลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คนโดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) โดยเรียงลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) คือ การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยการจับสลากเลือกจากเฟซบุ๊กกลุ่ม (Facebook group) 10 กลุ่ม เป็นเฟซบุ๊กกลุ่มเกี่ยวกับงานระบบไฟฟ้า มาจำนวน 4 กลุ่ม ซึ่งผลการจับสลากได้เฟซบุ๊กกลุ่มที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ 1.

กลุ่มผู้รับเหมางานระบบไฟฟ้า 2.กลุ่มเรียนรู้เรื่องไฟฟ้า งานDIY KPCP DIY 3. กลุ่ม หั อ ง ไฟ ฟ า (Electrical Room) 4. กลุ่มงานรับเหมา ระบบไฟฟ้า ทุกระบบ

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยจะสุ่มตัวอย่างตามอัตราของแต่ละเฟซบุ๊กกลุ่มในจำนวนที่เท่ากันคือเฟซบุ๊กกลุ่มละ 100 คนจากทั้งหมด 4 กลุ่ม จนครบตามจำนวนที่กำหนด 400 คน

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกที่ให้ความร่วมมือ แต่ละเฟซบุ๊กกลุ่ม (Facebook Group) ที่ละเฟซบุ๊กกลุ่ม จนครบจำนวนที่ต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list) และแบบสอบถามประมาณค่าตามแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert scale) ที่ใช้เก็บข้อมูลจากผู้ศึกษาสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาซึ่งสร้างขึ้นโดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยและสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการวิจัย โดยทำการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ และประเภทของลูกค้า เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดจำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านมาตรฐาน ด้านบริการ และด้านบุคลากร โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (rating scale) ในระดับการรับรู้จำนวน 9 ข้อ วัดระดับ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ปานกลาง ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง สำหรับคำถามในส่วนนี้ผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมมาจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยนำแนวคิดการวัดทัศนคติตามวิธีของลิเคิร์ต (Liker scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541, หน้า 167)

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการรับรอง ด้านระยะเวลา และด้านความปลอดภัย โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (rating scale) ในระดับการรับรู้จำนวน 15 ข้อ วัดระดับ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยนำแนวคิดการวัดทัศนคติตามวิธีของลิเคิร์ต (Liker scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541, หน้า 167)

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (rating scale) ในระดับการรับรู้จำนวน 9 ข้อ และเป็นคำถามแบบสำรวจรายการ (check list) จำนวน 3 ข้อ (อุกิจ โพธิ์ศรี, 2557, หน้า 65)

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของคอนบราค (Cronbach) โดยแบ่งออกเป็นตอน ดังนี้

ในส่วนของทัศนคติต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าในเขตกรุงเทพและปริมณฑล มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.800

ในส่วนของความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าในเขตกรุงเทพและปริมณฑล มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.925

นอกจากนี้ผู้ศึกษายังได้ทำการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมของแบบสอบถาม ผลปรากฏว่าได้ความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.921 ซึ่งตามหลักของคอนบราค (Cronbach) ได้กำหนดความเชื่อมั่นไว้ที่ 0.80 ขึ้นไป (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2538, หน้า 200)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งปฐมภูมิ (Primary data) การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาดำเนินการแจกและเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยลงเก็บข้อมูลตามละเพชบุ๊กกลุ่ม (Facebook Group) ที่เกี่ยวข้องกับงานระบบไฟฟ้าที่ผู้ได้ที่ละเพชบุ๊กกลุ่ม และแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่กำหนด คือ 100 คนต่อกลุ่ม โดยลงเก็บแบบสอบถามจากละเพชบุ๊กกลุ่มเกี่ยวกับงานระบบไฟฟ้าทั้ง 4 กลุ่ม

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากหนังสือบทความและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยของผู้ศึกษาเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลครบถ้วน ผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาลงรหัส (coding) ตามวิธีการวิจัยทางสถิติ และดำเนินการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for windows

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ดังนี้ สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistics analysis) โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่าความแปรปรวน (Variance) และนำเสนอข้อมูลในตารางเพื่ออธิบายเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential statistical analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัย เรื่อง ทัศนคติ ความต้องการ และการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการ ดำเนินการวิจัย โดยเริ่มจากที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติเค้าโครงวิทยานิพนธ์ เดือน มิถุนายน พ.ศ.2563 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 รวมเป็นระยะเวลา ๘ เดือน

พื้นที่วิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีพื้นที่การวิจัย คือ เขตกรุงเทพและปริมณฑล

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า เป็นเพศชายมากที่สุด โดยมีจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 มีอายุ 41 - 45 ปีมากที่สุด จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และเป็นประเภทลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมมากที่สุด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 การศึกษาที่สนใจต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า ลูกคามีทัศนคติต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยรวม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.05 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ลูกคามีทัศนคติต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า ด้านมาตรฐานมากที่สุด การศึกษาความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า ลูกคามีความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ลูกคามีความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด การศึกษาการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า ลูกคามีการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 0.58 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ลูกคามีการรับรู้ข่าวสารด้านบริการมากที่สุด ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า พบว่าลูกคามีการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าผ่านสื่อมวลชนผ่านวิทยุมากที่สุด มีจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 สื่อใหม่ผ่านเว็บไซต์มีมากที่สุด มีจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 และสื่อบุคคลผ่านคนในครอบครัวมีมากที่สุด มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0

จากการทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าแตกต่างกัน ผลปรากฏว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าแตกต่างกัน พบว่า อายุ และประเภทของลูกจ้างแตกต่างกัน มีทัศนคติแตกต่างกัน โดยลูกจ้างอายุ 20 - 25 ปี มีทัศนคติต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยรวมน้อยกว่า ลูกจ้างอายุ 26 - 40 ปี 46 - 50 ปี และ อายุ 50 ปีขึ้นไป ลูกจ้างอายุ 26 - 30 ปี มีทัศนคติโดยรวมน้อยกว่า ลูกจ้างอายุ 31 - 35 และอายุ 50 ปีขึ้นไป ลูกจ้างอายุ 31 - 35 ปี มีทัศนคติโดยรวมมากกว่า ลูกจ้างอายุ 41 - 45 ลูกจ้างอายุ 36 - 40 ปี มีทัศนคติโดยรวมมากกว่า ลูกจ้างอายุ 41 - 45 ลูกจ้างอายุ 41 - 45 ปี มีทัศนคติโดยรวมน้อยกว่า ลูกจ้างอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยภาพรวมกล่าวได้ว่า ลูกจ้างบริษัทรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าที่มีอายุ 31 - 35 ปี และ 50 ปีขึ้นไป มีทัศนคติโดยรวมมากที่สุด และลูกจ้างประเภทโรงงานอุตสาหกรรม มีทัศนคติต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยรวมมากกว่า ลูกจ้างประเภทหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ และโรงแรม/คอนโด/หมู่บ้านจัดสรร ลูกจ้างประเภทบริษัทเอกชน มีทัศนคติโดยรวมมากกว่า ลูกจ้างประเภทหน่วยงานราชการ มีทัศนคติโดยรวมมากกว่า ลูกจ้างประเภทหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ และโรงแรม/คอนโด/หมู่บ้านจัดสรร ลูกจ้างประเภทโรงพยาบาล มีทัศนคติโดยรวมมากกว่า ลูกจ้างประเภทโรงแรม/คอนโด/หมู่บ้านจัดสรร ภาพรวมกล่าวได้ว่า ผู้ลูกจ้างบริษัทรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าประเภทโรงงานอุตสาหกรรม มีทัศนคติต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยรวม

มากที่สุด สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าแตกต่างกัน ผลปรากฏว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าแตกต่างกัน พบว่า อายุ และประเภทของลูกค้านั้นแตกต่างกัน มีความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าแตกต่างกัน โดยลูกค้าบริษัทรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าที่มีอายุ 20 – 25 ปี มีความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยรวมน้อยกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 26 – 50 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป ลูกค้าอายุ 26 – 30 ปี มีความต้องการต่อการใช้บริการโดยรวมน้อยกว่า ลูกค้าอายุ 36 – 40 ปี ลูกค้าอายุ 31 – 35 ปี มีความต้องการต่อการใช้บริการโดยรวมน้อยกว่า ลูกค้าอายุ 41 – 45 ปี ลูกค้าอายุ 36 – 40 ปี มีความต้องการต่อการใช้บริการโดยรวมมากกว่า ลูกค้าอายุ 41 – 50 ปี ลูกค้าอายุ 41 – 45 ปี มีความต้องการต่อการใช้บริการโดยรวมน้อยกว่า ลูกค้าอายุ 50 ปีขึ้นไป ภาพรวมกล่าวได้ว่า ลูกค้าบริษัทรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าที่มีอายุ 36 – 40 ปี มีความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยรวมมากที่สุด และลูกค้าบริษัทรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าประเภทโรงงานอุตสาหกรรม มีความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยรวมมากกว่า ลูกค้าประเภทบริษัทเอกชน หน่วยงานราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ และโรงแรม/คอนโด/หมู่บ้านจัดสรร ลูกค้าประเภทบริษัทเอกชน มีความต้องการต่อการใช้บริการโดยรวมมากกว่า ลูกค้าประเภทโรงแรม/คอนโด/หมู่บ้านจัดสรร ลูกค้าประเภทโรงพยาบาล มีความต้องการต่อการใช้บริการโดยรวมมากกว่า ลูกค้าประเภทโรงแรม/คอนโด/หมู่บ้านจัดสรร โดยภาพรวมกล่าวได้ว่า ลูกค้าบริษัทรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าประเภทโรงงานอุตสาหกรรม มีความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยรวมมากที่สุด สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้ามีความสัมพันธ์กับความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า ผลปรากฏว่าการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้ามีความสัมพันธ์กับความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า พบว่า การรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า ด้านองค์กร ด้านบริการ และด้านผลงาน มีความสัมพันธ์กับความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า และการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับความสัมพันธกับความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยรวมมากที่สุด โดยความสัมพันธ์เป็นไปในเชิงบวก กล่าวคือ หากลูกค้ามีการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า ด้านองค์กร ด้านบริการ และด้านผลงานมาก ลูกค้าก็จะมีความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้ามากตามไปด้วย

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง “ทัศนคติ ความต้องการ และการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าในเขตกรุงเทพและปริมณฑล” เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัย กรอบทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่ใช้อ้างอิงในการวิจัยครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลการศึกษาวิจัยได้ดังนี้ คือ

อายุ และประเภทของลูกค้าธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าแตกต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าอายุ 31 – 35 ปี และ 50 ปีขึ้นไป มีทัศนคติโดยรวมต่อธุรกิจ

รับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้ามากที่สุด และลูกค้าประเภทโรงงานอุตสาหกรรมมีทัศนคติโดยรวมต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้ามากที่สุด สอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, หน้า 235) กล่าวว่าตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ การศึกษาที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้บุคคลแต่ละบุคคลมีทัศนคติ ความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับนิวคอมบ์ (Newcomb, 1943, pp. 128 - 221) ได้อธิบายว่า “ทัศนคติ” เป็นความโน้มเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ อาจจะแสดงออกเป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย รู้สึกเฉย ๆ ไม่ชอบหรือไม่เกลียด ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันนั้น ส่งผลให้มีประสบการณ์ที่ได้รับแตกต่างกัน

สรุป คือ ธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าเป็นงานประเภทที่ต้องใช้ และใช้ซ้ำเพื่อให้เกิดความเข้าใจดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ลูกค้าอายุมากกว่า จะมีทัศนคติที่ดีกว่าลูกค้าที่มีอายุน้อยกว่า ส่วนเรื่องประเภทของลูกค้า อธิบายได้ว่าเนื่องจากสภาพแวดล้อมขององค์กรแต่ละองค์กร ทำให้ทัศนคติที่มีต่อธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าแตกต่างกันไป เช่น โรงงานอุตสาหกรรม จะมีทัศนคติที่ดีต่อ ด้านมาตรฐานที่สุด แต่โรงพยาบาล จะมีทัศนคติที่ดีต่อ ด้านบริการมากที่สุด เป็นต้น

ความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า จากผลการวิจัยพบว่า ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า ด้านราคา คือ ต้องการให้มีบริการประเมินราคา ค่าใช้จ่ายให้แก่ลูกค้าก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด สอดคล้องกับทิพย์อนงค์ เจียรสวางค์ (2557, หน้า 49) เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจในเรื่องการเลือกบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างขนาดเล็ก ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กล่าวว่า ลักษณะสำคัญของบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้าง ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกบริษัท ผู้รับเหมา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญที่ปัจจัย ควบคุมงบประมาณและค่าใช้จ่ายให้ เป็นไปตามงบประมาณที่ลูกค้าวางไว้เบื้องต้น และเปิดเผยข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา คิดเป็นร้อยละ 21 และสถานการณ์ทางการเมืองจึงทำให้ลูกค้าต้องการให้มีบริการประเมินราคา ค่าใช้จ่ายให้แก่ลูกค้าก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เพื่อตัดสินใจว่าจะคุ้มกับการลงทุนหรือไม่

การรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้ามีความสัมพันธ์กับความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า จากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ข่าวสารด้านบริการ มีความสัมพันธ์ความสัมพันธ์กับความต้องการต่อการใช้บริการโดยรวม มากที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัย ที่พบว่า การรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า ด้านบริการ มีความสัมพันธ์ กับความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก กล่าวคือ หากลูกค้ามีการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้า ด้านบริการ มาก ลูกค้าก็จะมีความต้องการต่อการใช้บริการของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยรวมก็จะมีความตามไปด้วย โดยค่าความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับสูง ($r = 0.703$)

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยทัศนคติ ความต้องการ และการรับรู้ข่าวสารของธุรกิจรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้าในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล

จากผลการวิจัยทำให้เห็นได้ว่าประเภทของลูกค้าที่ต่างกัน มีทัศนคติ และความต้องการที่ต่างกัน จึงแนะนำ ดังนี้

ถ้าผู้ประกอบการต้องการทำงานกับโรงงานอุตสาหกรรม ให้เน้นมาตรฐานเป็นหลัก และกระตุ้นความต้องการลูกค้าโดยใช้ การรับรอง ระยะเวลา และความปลอดภัย เป็นตัวกระตุ้น

ถ้าผู้ประกอบการทำงานกับบริษัทเอกชน ให้เน้นเรื่องบุคลากรเป็นหลัก และกระตุ้นความต้องการลูกค้าโดยใช้ ราคาเป็นตัวกระตุ้น

ถ้าผู้ประกอบการทำงานกับโรงพยาบาล ให้เน้นเรื่องบริการเป็นหลัก และกระตุ้นความต้องการลูกค้าโดยใช้ ผลិតภณท์ เป็นตัวกระตุ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ทัศนคติ ความต้องการ และการรับรู้ข่าวสาร ยังมีประเด็นที่หลากหลายอยู่มาก ดังนั้นในครั้งต่อไปควรใช้ ประเด็นที่แตกต่าง แปลกใหม่ที่เหมาะกับสถานการณ์หรือยุคสมัยนั้นๆ และด้านพื้นที่ควรเพิ่มพื้นที่ในการวิจัยให้ กว้างมากขึ้น หรือศึกษาพื้นที่เป็นทั้งประเทศ เนื่องจากทัศนคติ ความต้องการ และการรับรู้ข่าวสาร ของประชากร ในแต่ละภาค แต่ละจังหวัด ล้วนแตกต่างกันไปตามวิถีชีวิต

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). **ธุรกิจติดตั้งไฟฟ้า**. กรุงเทพฯ: กองข้อมูลธุรกิจ. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2561/T26/T26_20_1803.pdf
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- อุกิจ โพธิ์ศรี. (2557). “การรับรู้ ทัศนคติและการเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและประชาชนในเขตอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง”. **วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต**.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2538). **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). **การจัดการและพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- Newcomb, Theodore M. (1943). *Personality and social change: attitude formation in a student community*. New York: Rinehart and Winston.
- ทิพย์อนงค์ เจียรสวางศ์. (2557). “การศึกษาความพึงพอใจในเรื่องการเลือกบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างขนาดเล็ก ของ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”. **การค้นคว้าอิสระ**. **บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์